

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวม
ผ่านทาง Mobile Application

FACTORS RELATED TO INVESTMENT BEHAVIOR IN
MUTUAL FUND VIA MOBILE APPLICATION



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2563

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวม
ผ่านทาง Mobile Application

**FACTORS RELATED TO INVESTMENT BEHAVIOR IN
MUTUAL FUND VIA MOBILE APPLICATION**



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะการบริหารและจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2563

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**FACTORS RELATED TO INVESTMENT BEHAVIOR IN MUTUAL FUND
VIA MOBILE APPLICATION**



**AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN BUSINESS ADMINISTRATION
FACULTY OF ADMINISTRATION AND MANAGEMENT
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2020

FACULTY OF ADMINISTRATION AND MANAGEMENT

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนใน กองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application
นักศึกษา	รชต คุ่มทรัพย์
รหัสนักศึกษา	58611121
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2562
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วอนชนกไชยสุนทร

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application และ 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว (Chi-Square)

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application คือปัจจัยด้านระดับการศึกษา เนื่องจากพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application นั้น ผู้ลงทุนจำเป็นต้องมีระดับความรู้ความเข้าใจในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นความรู้ความเข้าใจในด้านการลงทุน ด้านเศรษฐกิจ ด้านผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน ซึ่งระดับการศึกษาที่เพียงพอจะสนับสนุนให้เกิดพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในขณะที่ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ไม่มี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ได้แก่ ปัจจัยด้าน เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ เนื่องจาก Mobile Application ที่ใช้ในการลงทุนกองทุนรวม ได้ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อให้บุคคลทั่วไปในสังคมสามารถใช้งานได้ จึงไม่มีข้อจำกัดในเรื่องความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้าน เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ ที่ทำให้เกิด ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application นอกจากนี้ยัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พบว่า ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด (4P) ที่มีความความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application คือปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เนื่องจากความสะดวกรวดเร็ว และความง่ายดายในการที่จะได้ Application มาใช้งาน มีส่วนช่วยให้เกิดพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ได้เป็นอย่างดี ในขณะที่ปัจจัยด้านอื่น ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application อันเนื่องมาจากมีปัจจัยอื่นเป็นตัวแปรร่วมที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application เช่น สภาพเศรษฐกิจ ความผันผวนในทางลงทุน หรือแม้แต่สถานการณ์การเกิดโรคระบาด เป็นต้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Title	Factors related to investment behavior in mutual fund via mobile application
Student	Mr. Rachata Kumtsup
Student ID	58611121
Degree	Master of Business Administration
Major	Business Administration
Year	2019
Advisor	Assistant Professor Dr.Wornchanok Chaiyasoonthorn

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to investigate the relationship between demographic factors and investment behavior in mutual funds via mobile application and 2) to study the relationship of marketing mix factors and investment behavior in mutual funds via mobile application. A questionnaire was used as a research instrument to collect data from the sample of 400 respondents. Data collected were then analyzed using statistical software and statistics, including percentage, mean, standard deviation, and Chi-Square.

The results of this research indicated that a demographic factor related to investment behavior in mutual funds via mobile application was an educational level because investors in mutual funds require knowledge and understanding of investment, economy, and related products or innovations. Sufficient and reasonable level of education supported investment behavior in mutual funds via mobile application. However, other demographic factors not related to investment behavior in mutual funds via mobile application were gender, age, marital status, occupation and income. This was because the mobile application used for mutual fund investment was developed for general people without the limitations, regardless of demographic factors, including gender, age, marital status, occupation and income, which would be able to investment in mutual funds via mobile application. Furthermore, marketing mix factor (4P) related to investment behavior in mutual funds via mobile application was place because convenient, fast and easy to getting the mobile application would be supported investment behavior in mutual

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

funds via mobile application very well. In contrast, other marketing mix factors, namely product, price, and promotion were not related to investment behavior in mutual funds via mobile application because there were other covariates influencing investment behavior such as economic conditions, fluctuations in investment or the outbreak of epidemic situation, and so on.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา ศศ.ดร.วอนชนก ไชยสุนทร ที่ให้ความรู้ ความช่วยเหลือ ชี้แนะแนวทาง และช่วยแก้ปัญหา ระหว่างทำการศึกษาวิจัย สิ่งเหล่านี้เป็นประสบการณ์ที่ดีแก่ตัวผู้วิจัย และเป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง และขอขอบพระคุณกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระที่ชี้แนะแนวทางในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการทำงานในอนาคตของผู้วิจัยเป็นอย่างมาก

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านของคณะการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังที่ได้ถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการนำมาประยุกต์ในการศึกษาครั้งนี้ นอกจากนี้ยังขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ทุกท่านของคณะที่ได้ช่วยดำเนินการเรื่องต่าง ๆ จนสำเร็จได้

สุดท้ายนี้ต้องขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัวที่เป็นกำลังใจที่ดี และให้การสนับสนุนตลอดมาจนทำให้การศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

รชต คุ่มทรัพย์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	III
กิตติกรรมประกาศ	V
สารบัญ	VI
สารบัญตาราง	VIII
สารบัญภาพ	XI
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
1.3 สมมติฐานของการศึกษา.....	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
1.5 ขอบเขตการศึกษา.....	5
1.6 กรอบแนวคิดของการศึกษา.....	7
1.7 นิยามศัพท์.....	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
2.1 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	11
2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	11
2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด	12
2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	14
2.2 ข้อมูลกองทุนรวม	15
2.3 ขั้นตอนก่อนการลงทุนและขั้นตอนการใช้ Mobile Application	19
2.3.1 ขั้นตอนก่อนการลงทุน	19
2.3.2 ขั้นตอนการใช้ Mobile Application ในการลงทุนกองทุนรวม	20
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	28
3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง	28
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	30
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	33
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	33
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	35
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	38
4.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	38
4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 4P ที่มี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	40
4.3 ข้อมูลพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	50
4.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการลงทุน ในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	55
4.5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 4P กับพฤติกรรมการ ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	65
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ	75
5.1 สรุปผลการวิจัย	75
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	78
5.3 ข้อเสนอแนะ	86
บรรณานุกรม	89
ภาคผนวก	92
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	93
ประวัติผู้เขียน	102

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 การแบ่งพื้นที่กรุงเทพมหานคร 50 เขต ออกเป็น 6 กลุ่มเขต	29
3.2 เขตที่ถูกสุ่มเลือกขึ้นมาด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)	30
3.3 แสดงค่าการทดสอบความเชื่อมั่น ด้วยวิธีของ Cronbach's Alpha.....	32
3.4 สมมติฐานและสถิติที่ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application.....	34
3.5 สมมติฐานและสถิติที่ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการ ตลาดกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	35
4.1 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	38
4.2 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และลำดับที่ของภาพรวมปัจจัยส่วนผสมทาง การตลาด 4P ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	41
4.3 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็น และลำดับที่ของปัจจัยส่วนผสม ทางการตลาด 4P ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวม ผ่านทาง Mobile Application ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	42
4.4 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็น และลำดับที่ของปัจจัยส่วนผสม ทางการตลาด 4P ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวม ผ่านทาง Mobile Application ด้านราคา (Price).....	45
4.5 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็น และลำดับที่ของปัจจัยส่วนผสม ทางการตลาด 4P ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวม ผ่านทาง Mobile Application ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	47
4.6 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็น และลำดับที่ของปัจจัยส่วนผสม ทางการตลาด 4P ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวม ผ่านทาง Mobile Application ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	49
4.7 จำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ของผู้ตอบแบบสอบถาม	50
4.8 จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามเพศ.....	55

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.9 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างเพศกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวม ผ่านทาง Mobile Application	56
4.10 จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามอายุ	57
4.11 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างอายุกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวม ผ่านทาง Mobile Application	58
4.12 จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามสถานภาพ	58
4.13 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างสถานภาพกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวม ผ่านทาง Mobile Application	59
4.14 จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามระดับการศึกษา	60
4.15 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุน รวมผ่านทาง Mobile Application	61
4.16 จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามอาชีพ	61
4.17 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวม ผ่านทาง Mobile Application	63
4.18 จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามรายได้	64
4.19 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวม ผ่านทาง Mobile Application	65
4.20 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์กับ พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	66
4.21 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านราคากับ พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	69
4.22 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัด จำหน่ายกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	71

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.23 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริม การตลาดกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	73
5.1 สมมติฐานการวิจัย และผลการทดสอบสมมติฐาน	76
5.2 สมมติฐานการวิจัย และผลการทดสอบสมมติฐาน	78



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 มูลค่าสินทรัพย์สุทธิและอัตราการเติบโตของกองทุนรวม.....	1
1.2 ประเภทกองทุนรวมแบ่งตามระดับความเสี่ยง.....	2
1.3 กรอบแนวคิดปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด.....	8
2.1 กลไกการทำงานของกองทุนรวม.....	15
2.2 มูลค่าทรัพย์สินสุทธิ (Net Asset Value : NAV)	17
2.3 ระดับความเสี่ยงของกองทุนรวม	18
2.4 แบบทดสอบระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (TSI Risk Profile Questionnaire).....	19
2.5 Mobile Application ของธนาคารกรุงไทย (Krungthai NEXT), ธนาคารไทยพาณิชย์ (SCB EASY) และธนาคารทหารไทย (TMB Touch)	21
2.6 ขั้นตอนการเปิดบัญชีกองทุนรวมผ่านทาง Application SCB EASY	22
2.7 ขั้นตอนการซื้อขายกองทุนรวมผ่านทาง Application SCB EASY	23
2.8 ขั้นตอนการตรวจสอบความเคลื่อนไหวกองทุนผ่านทาง Application TMB Touch.....	24

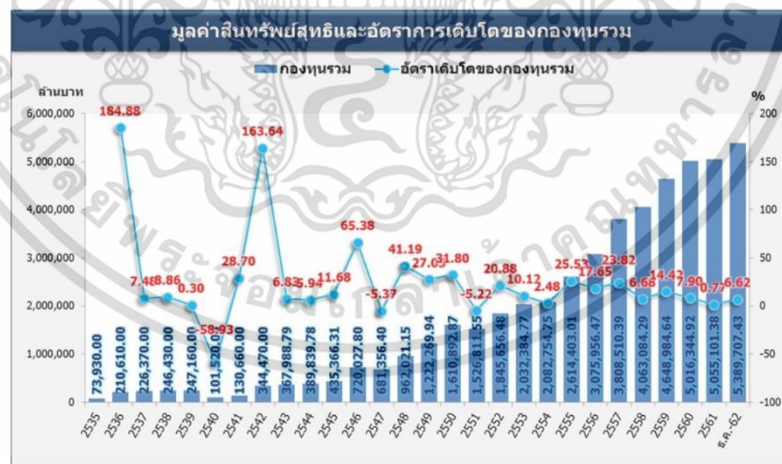
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการลงทุนเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวและเข้าถึงได้ง่ายกว่าในอดีตเป็นอย่างมาก อันเนื่องมาจากการพัฒนาของเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือเครือข่ายการสื่อสารความเร็วสูง ที่ทำให้การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารหรือสถานการณ์ต่าง ๆ ในโลก เป็นไปอย่างรวดเร็ว การลงทุนจากเดิมที่จำกัดอยู่แค่ในแวดวงของนายทุน หรือบริษัทขนาดใหญ่ ก็ได้เกิดความแพร่หลายไปยังบุคคลทั่วไปในสังคม ซึ่งการลงทุนของบุคคลทั่วไปนั้น มีความแตกต่างกันไป ทั้งในเรื่องวัตถุประสงค์ในการลงทุน เช่น ลงทุนเพื่ออนาคต ลงทุนเพื่อลดหย่อนภาษี ลงทุนเพื่อการออมเงิน ลงทุนเพื่อการศึกษา หรือข้อจำกัดในการลงทุนของแต่ละบุคคล เช่น จำนวนเงินลงทุน ประสบการณ์ในการลงทุน การยอมรับความเสี่ยงอันเนื่องจากการลงทุน ซึ่งจากความแตกต่างหลากหลายที่ยกตัวอย่างมานั้น ทำให้สถาบันการเงินต่าง ๆ ได้สร้างผลิตภัณฑ์ขึ้นมาเพื่อรองรับความต้องการในการลงทุนของบุคคลทั่วไปซึ่งเป็นตลาดที่ใหญ่และกำลังขยายตัวเป็นอย่างมาก โดยหนึ่งในผลิตภัณฑ์ดังกล่าวก็คือ “กองทุนรวม”



ภาพที่ 1.1 มูลค่าสินทรัพย์สุทธิและอัตราการเติบโตของกองทุนรวม

ที่มา: <https://hoonsmart.com>

จากภาพที่ 1.1 แสดงให้เห็นว่ากองทุนรวมมีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 – 2562 โดยในปี พ.ศ. 2542 มูลค่าสินทรัพย์สุทธิของกองทุนรวมอยู่ที่ 344,470

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ล้านบาท ในขณะที่ปี พ.ศ. 2562 มูลค่าสินทรัพย์สุทธิของกองทุนรวมอยู่ที่ 5,389,707.43 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มสูงขึ้นจากมูลค่าทรัพย์สินของกองทุนรวมในปี พ.ศ. 2542 ถึง 15.65 เท่า

กองทุนรวม (Mutual Fund) คือผลิตภัณฑ์ทางการเงินการลงทุน ที่มีรูปแบบในการระดมทุนจากบุคคลทั่วไป โดยนำไปจดทะเบียนให้มีฐานะเป็นนิติบุคคลเพื่อจัดตั้งเป็นกองทุน และจะมีผู้จัดการกองทุน ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญทางการลงทุน เป็นผู้บริหารจัดการในการนำเงิน ไปลงทุนในสินทรัพย์ต่าง ๆ ตามนโยบายการลงทุนของกองทุนนั้น ๆ ซึ่งเมื่อได้รับผลตอบแทน ก็จะนำเงินที่ได้มาเฉลี่ยคืนให้แก่ผู้ลงทุนตามสัดส่วนการลงทุนของแต่ละคน

กองทุนรวมมีนโยบายในการลงทุนที่แตกต่างกัน นำมาซึ่งผลตอบแทนและผลประโยชน์รวมไปถึงความเสี่ยงในการลงทุนที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงได้มีการจัดแบ่งประเภทของกองทุนรวมตามระดับความเสี่ยงของตราสารที่กองทุนมีนโยบายเข้าไปลงทุน

ระดับความเสี่ยงของกองทุนรวม							
เสี่ยงต่ำ	เสี่ยงปานกลางค่อนข้างต่ำ		เสี่ยงปานกลาง	เสี่ยงปานกลางค่อนข้างสูง		เสี่ยงสูง	เสี่ยงสูงมาก
กองทุนรวมตลาดเงินที่ลงทุนเฉพาะในประเทศ	กองทุนรวมตลาดเงินในต่างประเทศบางส่วน	กองทุนรวมพันธบัตรรัฐบาล	กองทุนรวมตราสารหนี้	กองทุนรวมผสม	กองทุนรวมตราสารแห่งทุน	กองทุนรวมหมวดอุตสาหกรรม	กองทุนรวมที่ลงทุนในสินทรัพย์ทางเลือก
1	2	3	4	5	6	7	8

ภาพที่ 1.2 ประเภทกองทุนรวมแบ่งตามระดับความเสี่ยง

ที่มา: <http://www.konpakanpai.com/>

จากภาพที่ 1.2 แสดงให้เห็นถึงชนิดของกองทุนรวมที่แบ่งแยกตามประเภทของตราสารที่เข้าไปลงทุน โดยเรียงลำดับจากความเสี่ยงต่ำไปจนถึงความเสี่ยงสูงได้ 8 ระดับ ดังนี้

ระดับที่ 1 กองทุนประเภทที่มีความเสี่ยงต่ำ คือกองทุนตลาดเงิน (Money Market Fund) โดยจะลงทุนเฉพาะพันธบัตรรัฐบาล ตั๋วเงินคลัง หรือตราสารทางการเงินในประเทศ ที่มีอายุสั้นไม่เกิน 1 ปี

ระดับที่ 2 กองทุนประเภทที่มีความเสี่ยงปานกลางค่อนข้างต่ำ คือกองทุนตลาดเงิน แต่นำเงินบางส่วนไปลงทุนในพันธบัตรต่างประเทศ ทำให้มีความเสี่ยงเพิ่มขึ้น แต่ยังคงลงทุนในระยะสั้นไม่เกิน 1 ปี

ระดับที่ 3 กองทุนประเภทที่มีความเสี่ยงปานกลางค่อนข้างต่ำ คือกองทุนที่ลงทุนในพันธบัตรรัฐบาล แต่มีความเสี่ยงเพิ่มขึ้นเนื่องจากเลือกลงทุนในตราสารที่มีอายุมากกว่า 1 ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับที่ 4 กองทุนประเภทที่มีความเสี่ยงปานกลาง คือกองทุนที่ลงทุนในตราสารหนี้ โดยไม่จำกัดประเภทของตราสารหนี้ จึงทำให้มีความเสี่ยงมากยิ่งขึ้น

ระดับที่ 5 กองทุนประเภทที่มีความเสี่ยงปานกลางค่อนข้างสูง คือกองทุนรวมแบบผสมที่ลงทุนทั้งตราสารหนี้และตราสารทุน จึงทำให้มีความเสี่ยงมากขึ้น

ระดับที่ 6 กองทุนประเภทที่มีความเสี่ยงปานกลางค่อนข้างสูง คือกองทุนรวมตราสารทุน ซึ่งเป็นการลงทุนที่ใกล้เคียงกับการลงทุนในหุ้นโดยตรง จึงทำให้มีระดับความเสี่ยงสูง

ระดับที่ 7 กองทุนประเภทที่มีความเสี่ยงสูง คือกองทุนรวมในหมวดอุตสาหกรรม ที่เน้นลงทุนในหุ้นกลุ่มอุตสาหกรรม หรือ Sector Fund เช่นลงทุนเฉพาะใน Sector พลังงาน หรือ Sector ธนาคารพาณิชย์ ซึ่งเป็นกองทุนที่มีความเสี่ยงสูงกว่ากองทุนหุ้นทั่วไป

ระดับที่ 8 กองทุนประเภทที่มีความเสี่ยงสูงมาก คือกองทุนรวมที่ลงทุนในสินทรัพย์ทางเลือก เช่น ทองคำ น้ำมัน หรือสินทรัพย์ทางเลือกอื่น ๆ ที่มีความซับซ้อนมากกว่านั้น

จากการเติบโตของมูลค่าการลงทุนในกองทุนรวม ประกอบกับความหลากหลายของตัวผลิตภัณฑ์กองทุนรวมเอง ทำให้สถาบันทางการเงินต่าง ๆ ได้พัฒนา Mobile Application ขึ้น เพื่อใช้ในการอำนวยความสะดวกให้กลุ่มลูกค้าบุคคลทั่วไป ที่ต้องการความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความปลอดภัย ความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการลงทุนของตนเองให้เหมาะสมกับสถานการณ์ และสามารถบริหารจัดการการลงทุนของตนเองได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งแน่นอนว่าการมี Mobile Application ที่หลากหลายเป็นผลดีกับผู้ใช้งานในการลงทุนในกองทุนรวม แต่ก็อาจยังมีปัจจัยอีกหลายอย่าง ที่ทำให้บุคคลทั่วไปไม่ได้ใช้งาน หรือไม่ยอมรับการใช้งาน Mobile Application ในการลงทุนกองทุนรวม

Mobile Application ที่กล่าวถึงในที่นี้ คือ โปรแกรมประยุกต์สำหรับใช้กับอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile Device) เช่น Smartphone ที่ออกแบบและพัฒนาขึ้นมาโดยสถาบันทางการเงินการลงทุน (Broker) หรือธนาคารต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการในการทำธุรกรรมทางการเงิน การลงทุนของบุคคลทั่วไป และ Application ดังกล่าวต้องสามารถให้บริการด้านธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในกองทุนรวม ได้ด้วย เช่น Application Krungthai NEXT ของธนาคารกรุงไทย หรือ Application SCB EASY, SCBAM Fund Click ของธนาคารไทยพาณิชย์ หรือ Application FINOMENA PORT ของบริษัทประเภท Broker เป็นต้น

ผู้วิจัยสังเกตเห็นถึงประโยชน์ในการใช้ Mobile Application ในการลงทุนในกองทุนรวมของบุคคลทั่วไป ซึ่งการลงทุนในกองทุนรวมถือว่าเป็นการออมประเภทหนึ่ง โดยในขณะนี้ภาครัฐได้เข้ามามีบทบาทและสนับสนุนให้ประชาชนตระหนักรู้เรื่องของการออมเงินให้กับตัวเองและครอบครัวมากยิ่งขึ้น เนื่องจากสังคมไทยกำลังก้าวเข้าสู่ยุคสังคมผู้สูงอายุ ดังนั้นการมีวินัยในการออม การเลือกรูปแบบการออมที่เหมาะสม รวมไปถึงการได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเกี่ยวกับการ

ลงทุน การออม จะช่วยให้บุคคลทั่วไปสามารถใช้ชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ และมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมาย ไม่ว่ากรรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังนั้นผู้วิจัยจึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การศึกษาในเรื่องของปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application จะเป็นประโยชน์ในการต่อยอดพัฒนา Mobile Application ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในกองทุนรวม เพื่อให้เกิดการยอมรับและใช้งานอย่างแพร่หลาย และยังเป็นการช่วยสนับสนุนให้เกิดการออม ซึ่งจะเป็นผลดีต่อทั้งตัวผู้ลงทุนในกองทุนรวม และเป็นผลดีต่อประเทศชาติในภาพรวม

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

1.2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

1.3 สมมติฐานของการศึกษา

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application” ซึ่งมีตัวแปรที่ได้กำหนดขึ้นเป็นกรอบแนวความคิดสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ดังนั้นเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกัน ผู้วิจัยจึงได้ทำการตั้งสมมติฐานการวิจัยแบ่งได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

1.1 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

1.2 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

1.3 สถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

1.4 ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

1.5 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

2.1 ผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

2.2 ราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

2.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

2.4 การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ได้ทราบถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ที่จะช่วยให้สามารถพัฒนา Mobile Application ได้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งานมากยิ่งขึ้น

1.4.2 ช่วยส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวม ที่เป็นการออมเงินชนิดหนึ่ง ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อทั้งตัวผู้ลงทุน และต่อประเทศชาติในภาพรวม

1.5 ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษารุ่นนี้ ผู้ศึกษาต้องการศึกษาถึง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application”

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ของสถาบันทางการเงินการลงทุน (Broker) หรือธนาคารต่าง ๆ ของบุคคลทั่วไปที่เคยลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีตัวแปรดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวแปรอิสระ คือ

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

- เพศ

1. ชาย
2. หญิง

- อายุ

1. ต่ำกว่า 20 ปี
2. 21 – 30 ปี
3. 31 – 40 ปี
4. 41 – 50 ปี
5. 51 – 60 ปี
6. มากกว่า 61 ปีขึ้นไป

- สถานภาพ

1. โสด
2. สมรส
3. หย่าร้าง

- ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
2. ปริญญาตรี
3. สูงกว่าปริญญาตรี

- อาชีพ

1. นักเรียน/นักศึกษา
2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
3. พนักงานบริษัทเอกชน
4. ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ
5. อื่น ๆ ระบุ.....

- รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
2. 10,001 – 15,000 บาท
3. 15,001 – 20,000 บาท
4. 20,001 – 25,000 บาท

5. มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

1. ผลิตภัณฑ์
2. ราคา
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย
4. การส่งเสริมการตลาด

ตัวแปรตาม คือ

พฤติกรรมผู้บริโภค

- ความถี่ในการลงทุนกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือน
 1. น้อยกว่า 2 ครั้ง
 2. 2 – 4 ครั้ง
 3. 5 – 6 ครั้ง
 4. มากกว่า 6 ครั้งขึ้นไป

1.5.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ เขตกรุงเทพมหานคร

1.5.3 ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ทำการศึกษาในคั้งนี้คือ บุคคลทั่วไปที่เคยลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ของสถาบันทางการเงินการลงทุน (Broker) หรือธนาคารต่าง ๆ ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรการคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของ Taro Yamane (1973) ดังนั้นจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาคั้งนี้จำนวน 400 คน

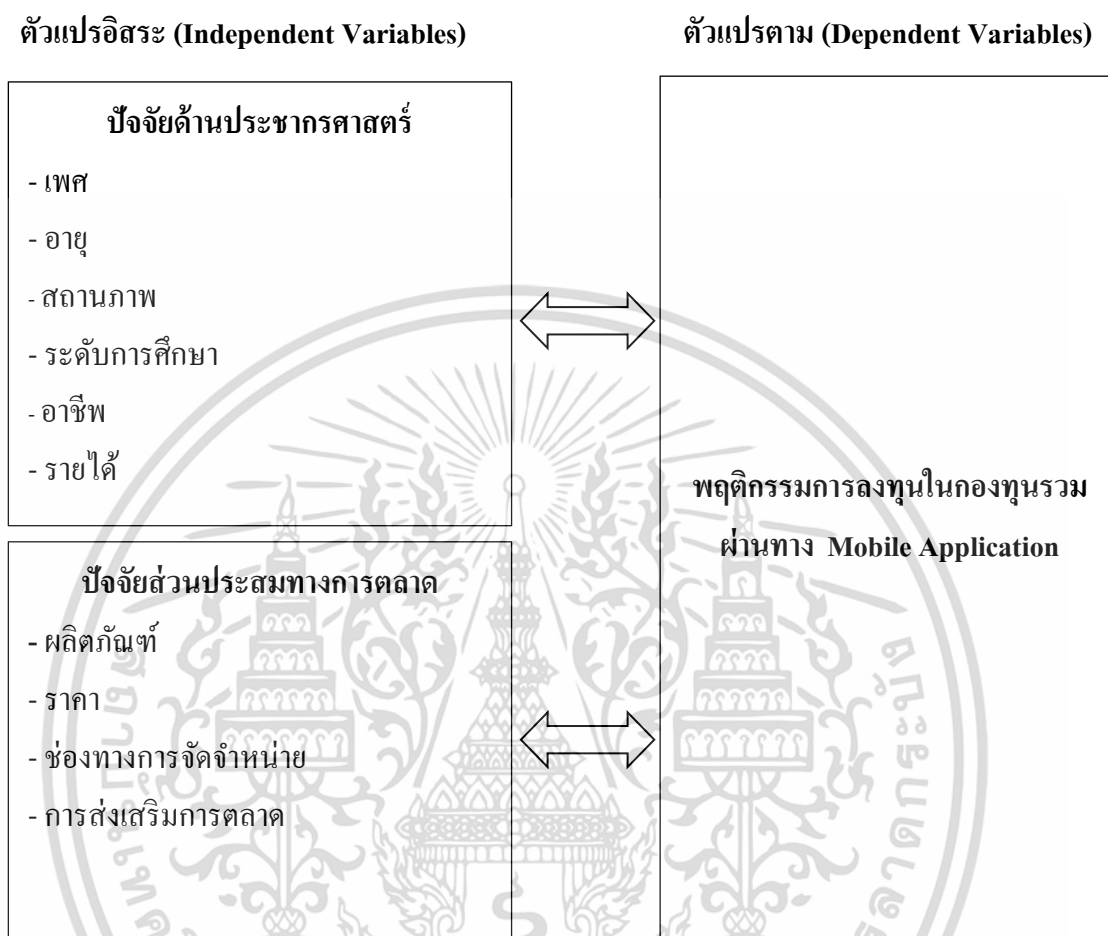
1.5.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา ช่วงระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัย ตั้งแต่เดือน มีนาคม 2563 ถึง เมษายน 2563

1.6 กรอบแนวคิดการศึกษา

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และเอกสารทางวิชาการต่าง ๆ ทำให้สามารถกำหนดกรอบแนวคิดสำหรับงานวิจัยในคั้งนี้ โดยกรอบแนวความคิดเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ระหว่างตัวแปรอิสระประกอบด้วย ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด(Promotion) ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมในการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ซึ่งในที่นี้คือจำนวนความถี่ของการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application



ภาพที่ 1.3 กรอบแนวคิดปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

1.7 นิยามศัพท์

กองทุนรวม (Mutual Fund) หมายถึง นิติบุคคลที่จดทะเบียนขึ้นมา เพื่อจัดตั้งเป็นกองทุน โดยการระดมทุนจากคนจำนวนมาก และมีนโยบายนำเงินที่ได้ไปลงทุนในสินทรัพย์ประเภทต่าง ๆ เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนที่ออกเผย แล้วจึงนำผลตอบแทนที่ได้นำมาเฉลี่ยคืนให้กับผู้ร่วมลงทุนแต่ละรายตามสัดส่วนที่ลงทุน ซึ่งกองทุนรวมแต่ละกองทุนจะมีนโยบายในการลงทุนในสินทรัพย์ประเภทต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน จึงทำให้ความเสี่ยงในการลงทุนของแต่ละกองทุนแตกต่างกันไปด้วย การบริหารกองทุนรวมจะกระทำโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านการเงินการลงทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Mobile Application หมายถึง โปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile Device) เช่น Smartphone หรือ Tablet ที่สามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะด้าน ตามวัตถุประสงค์ในการสร้าง Application นั้นๆขึ้นมา โดย Mobile Application ที่กล่าวถึงในการศึกษาครั้งนี้จะเป็น Mobile Application ของสถาบันการเงิน หรือธนาคารต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นมารองรับความต้องการในการทำธุรกรรมทางการเงินการลงทุนของบุคคลทั่วไป โดยมุ่งศึกษาเฉพาะ Mobile Application ของสถาบันทางการเงินการลงทุน (Broker) หรือธนาคารต่าง ๆ ที่สามารถทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในกองทุนรวมได้เท่านั้น ยกตัวอย่างเช่น Application Krungthai NEXT ของธนาคารกรุงไทย, Application SCB EASY, SCBAM Fund Click ของธนาคารไทยพาณิชย์ และ Application FINOMENA PORT หรือ Nomura iFUND ของบริษัทประเภท Broker เป็นต้น

Smartphone หมายถึง โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสามารถเพิ่มเติมที่หลากหลาย มีการเชื่อมต่อเข้ากับระบบเครือข่ายความเร็วสูง สามารถรับและส่งข้อมูล (Data) ได้ทั้งจากสัญญาณโทรศัพท์ และสัญญาณ wifi โดยตัว Smartphone อาจมี Operation System ที่แตกต่างกัน เช่น Android หรือ IOS แต่จะมีลักษณะการใช้งานที่คล้ายคลึงกัน คือต้องมีการติดตั้ง Application เฉพาะเพื่อใช้งานตามที่คุณใช้ต้องการ

พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application หมายถึง การเลือกที่จะลงทุนในกองทุนรวมประเภทต่าง ๆ ผ่านทางช่องทาง Mobile Application บน Mobile Device ประเภทต่าง ๆ เช่น Smartphone หรือ Tablet โดยในการศึกษานี้จะใช้การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคโดยใช้คำถาม 6W1H (Who, What, Why, When, Where, How and Whom?) และจะนำพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวม ในเรื่องความถี่ในการลงทุนกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มาเป็นตัวแปรตามในการศึกษานี้

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง ความต้องการในรูปแบบต่าง ๆ ของผู้ลงทุน ที่มีต่อ การใช้ Mobile Application ในการลงทุนกองทุนรวม ไม่ว่าจะเป็นความยากง่ายในการใช้, Function ในการใช้งาน เครื่องมือที่ช่วยวางแผนในการลงทุน ความสามารถบริหารจัดการการพอร์ตลงทุนได้ทุกที่ทุกเวลา ความสะดวกรวดเร็ว ความปลอดภัยในการใช้งาน การเพิ่มโอกาสในการได้รับผลตอบแทน หรือลดความเสี่ยงจากการขาดทุน

ราคา (Price) หมายถึง ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการใช้ Mobile Application ไม่ว่าจะเป็น การซื้อ Application หรือค่าธรรมเนียมการใช้งาน ไม่ว่าจะเป็นรายครั้ง รายเดือน รายปี หรืออื่น ๆ

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ช่องทางและความยากง่ายในการได้ Mobile Application มาใช้งาน เช่น Download ฟรีจาก App Store หรือ Play Store แล้วสามารถใช้งานได้โดย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการเรียนการสอนเท่านั้น เมื่อผู้ยืมได้เห็นว่าประโยชน์ในการศึกษาไม่คุ้มค่าใด ๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรือต้องยื่นเรื่อง ยื่นเอกสารเพื่อขอใช้งาน Mobile Application ตามช่องทางต่าง ๆ ที่ผู้ให้บริการ กำหนด รวมไปถึงความยากง่ายในการเปิดบัญชีซื้อขายกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ใน ครั้งแรก

การส่งเสริมการตลาด(Promotion) หมายถึง ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ผู้ให้บริการให้แก่ ผู้ใช้งาน เพื่อจูงใจให้เกิดการลงทุนในกองทุนรวมมากยิ่งขึ้น หรือช่วยให้ได้รับผลตอบแทนจากการ ลงทุนเพิ่มขึ้น เช่น การให้ข้อมูลกองทุนประเภทใหม่ๆ หรือการให้ข้อมูลข่าวสารสถานการณ์ที่ เกี่ยวข้องกับการลงทุน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง“ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application” ได้มีการศึกษาข้อมูลแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

2.1 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (Demographic)

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

2.2 ข้อมูลกองทุนรวม (Mutual Fund)

2.3 ขั้นตอนก่อนการลงทุนและขั้นตอนการใช้ Mobile Application ในการลงทุนกองทุนรวม

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (Demographic)

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2548) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์เป็นการศึกษาด้านโครงสร้างและการเปลี่ยนแปลงของประชากร ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ได้ ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538) กล่าวว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ หมายถึงลักษณะด้านต่าง ๆ ของประชากร ซึ่งมีผลต่อรูปแบบของอุปสงค์ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค นอกจากนี้ลักษณะทางประชากรศาสตร์ยังสามารถวัดได้ในรูปแบบสถิติ และวัดได้ง่ายกว่าตัวแปรในรูปแบบอื่น ๆ

สุกัซชา วิทยาคง (2559) กล่าวว่า ไม่ว่าจะปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors) ได้แก่ อายุ เพศ รายได้ การศึกษา ปัจจัยทางวัฒนธรรม ได้แก่ ศาสนา รวมไปถึงปัจจัยทางสังคม ได้แก่ ครอบครัว บทบาท สถานภาพ ทั้งหมดล้วนส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อหรือการใช้บริการของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงได้กำหนดลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญ เพื่อใช้ในการแยกแยะพฤติกรรมของกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน ได้ดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. เพศ (Sex) เป็นตัวแปรที่สำคัญในสายตาของนักการตลาดในเรื่องที่เกี่ยวกับผู้บริโภค เนื่องจาก ความแตกต่างทางเพศ นำมาซึ่งแนวโน้มทางด้านทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน เช่น เพศชายมักจะมีความมั่นใจตัวเองสูง มีความมุ่งมั่น ในขณะที่เพศหญิงมักจะมีความละเอียดอ่อน และใส่ใจในรายละเอียด ซึ่งความแตกต่างเหล่านี้มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการบริโภค

2. อายุ (Age) ความแตกต่างของอายุทำให้ทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมในการบริโภค แตกต่างกัน เนื่องจากอายุมีความสัมพันธ์กับประสบการณ์ที่ผ่านมาของแต่ละบุคคล จึงสามารถใช้ ความแตกต่างด้านอายุ เป็นอีกหนึ่งตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน

3. สถานภาพการสมรส (Marital Status) เนื่องจากสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกัน จะ ส่งผลต่อทั้งลักษณะการใช้ชีวิต การตัดสินใจ ทัศนคติ เช่นคนโสดจะมีความคิดมากกว่าผู้ที่ แต่งงานแล้ว เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากปัจจัยแวดล้อมน้อยกว่า ในขณะที่คนที่แต่งงานแล้วจะ ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยแวดล้อมมากกว่า ไม่ว่าจะเป็น ครอบครัวหรือคนรอบข้าง

4. ระดับการศึกษา (Education) การมีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะนำมาซึ่งการถูก หล่อหลอมความคิดที่แตกต่างกัน และนำไปสู่ทัศนคติ และพฤติกรรมในการบริโภคที่แตกต่างกัน

5. อาชีพ (Occupation) เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงประสบการณ์ ความคุ้นชิน รวมไปถึงความ ถนัดที่แตกต่างกัน ซึ่งจะนำไปสู่การมีมุมมอง และพฤติกรรมในการใช้สินค้าและบริการของ ผู้บริโภคที่แตกต่างกัน

6. รายได้ (Income) ความแตกต่างของรายได้ในแต่ละบุคคล มีผลต่อเนื่องไปยัง กำลังใน การซื้อสินค้าและบริการ โอกาสในการได้ใช้สินค้าและบริการ ซึ่งก็คือประสบการณ์ส่วนตัว ที่จะทำ ให้มีทัศนคติและพฤติกรรมในการบริโภคที่ต่างกันไป

จากแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ข้างต้น จะเห็นได้ว่าการนำเอาปัจจัยด้าน ประชากรศาสตร์ในเรื่องของ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ซึ่ง ประกอบไปด้วยทั้งปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางสังคม มาเป็นตัวแปรต้นในการศึกษาปัจจัยที่มี ความสัมพันธ์กับการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application จะช่วยให้ทราบถึง พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ที่แตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่ม ประชากร และสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการศึกษาหรือทำการตลาดต่อยอดได้ในอนาคต

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีส่วผสมทางการตลาด (Marketing Mix)

เสรีย์ วงษ์มณฑา (2541 อ้างอิงจาก พัชรีย์ พุ่มโรจน์ และสุทธาวรรณ จิระพันธุ์, 2559) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง การมีสินค้าที่สามารถตอบสนองกับความต้องการของ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ ผู้บริโภคยินยอมจ่ายเพราะรู้สึกถึงความ คุ่มค่าในการซื้อสินค้า การมีช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าที่สอดคล้อง และให้ความ สะดวกสบายแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี รวมไปถึงความพยายามในการจูงใจให้ลูกค้าเกิดความชอบใน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวสินค้าและเกิดพฤติกรรมในการซื้อสินค้าที่เหมาะสม ซึ่งที่กล่าวมาคือ 4P อันประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547 อ้างอิงจาก นกัสนธร อติชาตนันท์, 2555) กล่าวว่า ทฤษฎี ส่วนประสมทางการตลาด 4P ของ Philip Kotler คือ ส่วนประสมทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ 4 อย่างด้วยกัน ซึ่งธุรกิจต้องนำทั้ง 4 อย่างมาประกอบกันเพื่อสนองต่อความต้องการของกลุ่ม ตลาดเป้าหมาย ส่วนประสมทางการตลาด 4 อย่างประกอบด้วย

1.ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นหัวใจหลักของส่วนประสมทางการตลาด และเป็นจุดเริ่มต้น ในการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด

2.ราคา (Price) เป็นปัจจัยสำคัญที่นักการตลาดนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างยอดขาย ธุรกิจ และเป็นปัจจัยเดียวเท่านั้นที่ทำให้เกิดรายได้ขึ้นมา

3.การจัดจำหน่าย (Place) เป็นการดำเนินการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยัง ผู้บริโภคในเวลาและสถานที่ที่ผู้บริโภคต้องการ

4.การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการสื่อสารให้ตลาดกลุ่มเป้าหมายทราบถึง รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือสิทธิพิเศษต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการบริโภคของกลุ่มตลาด เป้าหมาย

ศิริวรรณ เจริญรัตน์ และคณะ (2550 อ้างอิงจาก ญัฐอัสสร จุ้ยจู่เอี่ยม, 2562) กล่าวว่า องค์ประกอบหรือตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมและมีลักษณะการมีส่วนร่วมกันได้ เพื่อ ตอบสนองกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และสามารถใช้ในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดก็คือ ส่วนประสมทางการตลาด 4 ปัจจัย (Marketing Mix: 4P) อันประกอบไปด้วย

1.ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งที่เสนอให้ตลาดหรือกลุ่มเป้าหมาย แล้วได้รับความสนใจ ผู้บริโภคสามารถนำไปใช้งานหรือตอบสนองความต้องการของตนเองได้

2.ราคา (Price) คือ การกำหนดมูลค่าให้กับสินค้าในรูปแบบของตัวเงิน เพื่อใช้ในการแลก กับสินค้า โดยราคาเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ และต้องกำหนดราคาให้เหมาะสม เพราะราคาจะ เป็นตัวดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งส่งผลโดยรวมกับรายได้ของกิจการ

3.ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือการดำเนินกิจกรรมในเรื่องของการเคลื่อนย้าย สินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค

4.การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ เครื่องมือที่ใช้ในการแจ้งข้อมูลข่าวสาร ชักจูง และโน้มน้าวให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้า

จากการทบทวนแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดข้างต้น จะเห็นได้ว่าแนวคิดส่วน ประสมทางการตลาด เป็นแนวคิดซึ่งครอบคลุมในเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และวิธีการต่าง ๆ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภคได้ตามความต้องการของธุรกิจ ดังนั้นผู้วิจัยจึง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิจารณาใช้ ส่วนประสมทางการตลาด 4P อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product), ราคา (Price), ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มาเป็นตัวแปรอิสระในงานวิจัยชิ้นนี้

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกโดยผู้บริโภค ในเรื่องของการเสาะหา การซื้อ การใช้ การประเมินผลิตภัณฑ์หรือบริการ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะศึกษาในเรื่องการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ไม่ว่าจะเป็นเงิน เวลา หรือกำลัง เพื่อที่จะได้มาซึ่ง การบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ โดยมีคำถามเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ดังต่อไปนี้

ซื้ออะไร ซื้อทำไม ซื้อเมื่อไร ซื้ออย่างไร ซื้อที่ไหน และซื้อบ่อยเพียงใด (ธำรงค์ อุดมไพจิตรกุล, 2551 อ้างอิงจาก ชุติวัดน์ ไวมาลา, 2562)

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538 อ้างอิงจาก ญัฐกานต์ กองแก้ว, 2559) กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค คือการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรม การซื้อและการใช้ที่เกิดขึ้น จึงมีการนำคำถามเข้ามาใช้เพื่อค้นหาลักษณะ พฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งคำถามที่ใช้ก็คือคำถาม 6W1H อันประกอบไปด้วย Who, What, Why, When, Where How and Whom?

1. Who - ใคร เป็นคำถามที่ต้องการทราบว่า ผู้บริโภคสินค้า มีลักษณะทางประชากรศาสตร์อย่างไร เช่น เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ เป็นต้น

2. What - ซื้ออะไร เป็นคำถามที่ต้องการทราบว่า สินค้าใดที่ผู้บริโภคเลือกซื้อหรือต้องการค้นหา ผู้บริโภคมีการรับรู้เกี่ยวกับตัวสินค้านั้นอย่างไร และผู้บริโภคได้รับประโยชน์อะไรจากตัวสินค้านั้น

3. Why - ซื้อทำไม เป็นคำถามที่ต้องการทราบว่า อะไรคือแรงจูงใจในการซื้อสินค้า การซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการด้านใด หรือมีเหตุผล อารมณ์ใด ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

4. When - ซื้อเมื่อใด เป็นคำถามที่ต้องการทราบว่า การซื้อสินค้าของผู้บริโภคเกิดขึ้นในช่วงเวลาใด

5. Where - ซื้อที่ไหน เป็นคำถามที่ต้องการทราบว่า การซื้อสินค้าของผู้บริโภคเกิดขึ้นที่ใด

6. How - ซื้ออย่างไร เป็นคำถามที่ต้องการทราบว่า ลักษณะการซื้อของผู้บริโภคเป็นอย่างไร เช่น ความพยายามในการซื้อ ปริมาณที่ซื้อ ความถี่ในการซื้อ การต่อรองราคา การเดินทางไปซื้อ เป็นต้น

7. Whom - ใครเกี่ยวข้องกับ การซื้อ เป็นคำถามที่ต้องการทราบว่า ใครเป็นผู้มีอิทธิพลเป็นผู้ริเริ่ม และเป็นผู้ตัดสินใจในการซื้อ รวมไปถึงใครคือผู้ซื้อและผู้ใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การนำเอาแนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค และการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค มาใช้กำหนดตัวแปรตามในงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application จะช่วยให้เราสามารถเข้าใจ และวัดค่าทางสถิติเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับตัวแปรตาม ซึ่งก็คือพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application โดยในงานวิจัยครั้งนี้จะนำพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวม ในเรื่องความถี่ในการลงทุนกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มาเป็นตัวแปรตามในการศึกษา

2.2 ข้อมูลกองทุนรวม (Mutual Fund)

กองทุนรวม (Mutual Fund) คือการระดมเงินลงทุนจากคนจำนวนมากและนำไปจดทะเบียนให้มีฐานะเป็นนิติบุคคล เพื่อตั้งเป็นกองทุนขึ้นมา โดยเงินที่ได้รับนั้นจะมี “ผู้จัดการกองทุน” ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญทางการเงิน นำเงินไปลงทุนในสินทรัพย์ต่าง ๆ ตามนโยบายของแต่ละกองทุน เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนที่อกเงย แล้วนำมาเฉลี่ยคืนให้กับผู้ลงทุนแต่ละรายตามสัดส่วนที่ลงทุน



ภาพที่ 2.1 กลไกการทำงานของกองทุนรวม

ที่มา : <https://www.set.or.th/set/education/html.do?name=mutualfund&showTitle=F>

จากภาพที่ 2.1 แสดงให้เห็นถึงกลไกในการทำงานของกองทุนรวม โดยกองทุนรวมจะเริ่มต้นจาก บริษัทจัดการลงทุน (บลจ.) ทำการจัดตั้งกองทุนรวม เพื่อเสนอขายหน่วยลงทุนให้กับผู้ลงทุนหรือประชาชนทั่วไปที่สนใจ และแต่งตั้งผู้จัดการกองทุนที่ผู้เชี่ยวชาญด้านการลงทุนเข้ามาดูแลกองทุน เมื่อได้รับเงินจากผู้สนใจลงทุนในกองทุนรวมแล้ว ผู้จัดการกองทุนจะนำเงินไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยลงทุนในตราสารต่าง ๆ ในสัดส่วนที่เป็นไปตามนโยบายในการลงทุนของแต่ละกองทุน ซึ่งเมื่อการลงทุนสามารถสร้างผลตอบแทนได้ กองทุนจะทำการเฉลี่ยผลตอบแทนกลับคืนให้แก่ผู้ลงทุน โดยผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนจะได้รับจากกองทุนมีด้วยกัน 2 รูปแบบคือ เงินปันผล (Dividend) ในกรณีที่กองทุนรวมมีนโยบายในการจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ลงทุน และเงินส่วนต่างกำไร (Capital Gain) ที่เกิดจากการที่ผู้ลงทุนขายคืนหน่วยลงทุนในราคาที่สูงกว่าราคาที่ซื้อเข้ามา โดยการดำเนินงานของบริษัทจัดการลงทุน (บลจ.) จะมีหน่วยงานที่เข้ามากำกับดูแลได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) จะกำกับดูแลให้ บลจ. ดำเนินธุรกิจด้วยความถูกต้อง สมาคมบริษัทจัดการกองทุน (AIMC) จะกำหนดจรรยาบรรณและมาตรฐานในการปฏิบัติงานให้ บลจ. และผู้ดูแลผลประโยชน์ (Fund Supervisor) จะช่วยดูแลเกี่ยวกับหลักทรัพย์สิน ชำระราคาซื้อขายหลักทรัพย์ และดูแลให้ บลจ. บริหารจัดการกองทุนตามนโยบายการลงทุนในหนังสือชี้ชวน

ข้อดีของกองทุนรวม

1. ไม่จำเป็นต้องใช้เงินจำนวนมากในการลงทุน ใช้เงินแค่หลักพันก็สามารถลงทุนในกองทุนรวมได้แล้ว
 2. มีผู้จัดการกองทุนที่เป็นผู้เชี่ยวชาญคอยดูแลการลงทุนให้ ทำให้มีเวลาไปทำอย่างอื่นได้อีกมากมาย
 3. สามารถเปลี่ยนหน่วยลงทุนเป็นเงินสดได้อย่างรวดเร็ว ใช้เวลา 2-3 วันในการเปลี่ยนหน่วยลงทุนเป็นเงินสด ขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละกองทุน
 4. สามารถเลือกระดับความเสี่ยงในการลงทุนได้ตามที่ต้องการ โดยตัดสินใจจากประเภทและนโยบายในการลงทุนของแต่ละกองทุน
 5. สามารถลดหย่อนภาษีได้ การลงทุนในกองทุนรวมบางประเภท เช่น LTF หรือ RMF สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้
 6. มีความโปร่งใสในการลงทุน เนื่องจาก มีสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และสถาบันอื่น ๆ คอยช่วยกำกับดูแลการดำเนินงานของกองทุนให้
- ที่มา : <https://www.moneybuffalo.in.th/>

ข้อเสียของกองทุนรวม

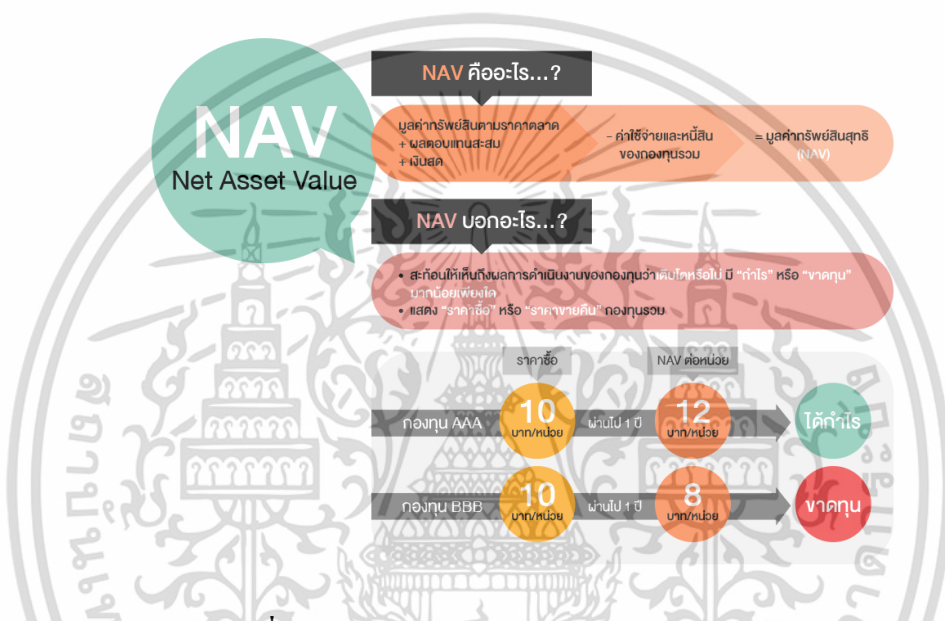
1. ไม่สามารถจัดสรรเงินลงทุนได้เอง เนื่องจากใช้ผู้จัดการกองทุนเป็นผู้บริหารการลงทุนของกองทุน
2. บางกองทุนอาจมีค่าธรรมเนียมแพง
3. ราคากองทุนรวม (NAV) ไม่ Update แบบ Real-Time ทำให้ไม่สามารถทราบมูลค่าของหน่วยลงทุน ณ ขณะนั้นได้
4. การซื้อขาย ทำได้ช้ากว่าการลงทุนเองในตลาดหุ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่มา : <https://www.moneybuffalo.in.th/>

การตรวจสอบผลประกอบการการลงทุนในกองทุนรวม

ผู้ใช้งานสามารถทราบถึงผลประกอบการดำเนินงานของกองทุนรวมได้จาก “มูลค่าทรัพย์สินสุทธิ (Net Asset Value : NAV)” ซึ่งก็คือ มูลค่าทรัพย์สินทั้งหมดของกองทุนรวม หักออกด้วยหนี้สินและค่าใช้จ่ายของกองทุนรวมนั้น ซึ่งโดยปกติแล้วจะทำการคำนวณมูลค่าทรัพย์สินของกองทุนตามราคาตลาด (Mark to Market) ในแต่ละวัน เพื่อให้สะท้อนถึงมูลค่าที่เป็นจริงตามสภาพตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป



ภาพที่ 2.2 มูลค่าทรัพย์สินสุทธิ (Net Asset Value : NAV)

ที่มา : <https://www.set.or.th/set/education/html.do?name=mutualfund&showTitle=F>

จากภาพที่ 2.2 แสดงให้เห็นถึงวิธีการคำนวณมูลค่าทรัพย์สินสุทธิ (Net Asset Value : NAV) ของกองทุนรวม โดยนำมูลค่าทรัพย์สินตามราคาตลาดรวมถึงผลตอบแทนสะสมและเงินสดหักลบด้วยค่าใช้จ่ายและหนี้สินของกองทุนรวม จะได้ค่าทรัพย์สินสุทธิ (Net Asset Value : NAV) ในขณะนั้น โดย NAV จะสะท้อนให้เห็นถึงผลการดำเนินงานของกองทุนว่ามีความเติบโตหรือไม่ มีกำไรหรือขาดทุนมากน้อยเท่าใด

ระดับความเสี่ยงของกองทุนรวม

ถึงแม้ว่ากองทุนรวมจะมีผู้เชี่ยวชาญทางการเงินคอยดูแลเงินลงทุนให้ แต่กองทุนรวมก็ยังคงมีความเสี่ยงตามหลักทรัพย์สินหรือสินทรัพย์ ที่กองทุนนั้นมีนโยบายเอาเงินไปลงทุน ยิ่งมีการลงทุนในหลักทรัพย์สินหรือสินทรัพย์ที่หลากหลาย ก็จะมีความเสี่ยงที่หลากหลายเกี่ยวข้องตามมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้วย โดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ได้แบ่งระดับความเสี่ยงของกองทุนรวมตามตราสารที่ลงทุนไว้ 8 ระดับ ดังนี้



ภาพที่ 2.3 ระดับความเสี่ยงของกองทุนรวม

ที่มา : https://www.set.or.th/dat/vdoArticle/attachFile/AttachFile_1494841412092.pdf

จากภาพที่ 2.3 แสดงให้เห็นถึงระดับความเสี่ยงของกองทุนรวมตามตราสารที่ลงทุนโดย ก.ล.ต.ได้แบ่งระดับความเสี่ยงไว้ 8 ระดับ เรียงลำดับจากความเสี่ยงต่ำไปจนถึงความเสี่ยงสูงได้ดังต่อไปนี้

ระดับที่ 1 ความเสี่ยงต่ำ คือกองทุนตลาดเงิน (Money Market Fund) โดยจะลงทุนเฉพาะพันธบัตรรัฐบาล ตัวเงินคลัง หรือตราสารทางการเงินในประเทศ ที่มีอายุสั้นไม่เกิน 1 ปี

ระดับที่ 2 ความเสี่ยงปานกลางค่อนข้างต่ำ คือกองทุนตลาดเงิน แต่นำเงินบางส่วนไปลงทุนในพันธบัตรต่างประเทศ ทำให้มีความเสี่ยงเพิ่มขึ้น แต่ยังคงลงทุนในระยะสั้นไม่เกิน 1 ปี

ระดับที่ 3 ความเสี่ยงปานกลางค่อนข้างต่ำ คือกองทุนที่ลงทุนในพันธบัตรรัฐบาล แต่มีความเสี่ยงเพิ่มขึ้นเนื่องจากเลือกลงทุนในตราสารที่มีอายุมากกว่า 1 ปี

ระดับที่ 4 ความเสี่ยงปานกลาง คือกองทุนที่ลงทุนในตราสารหนี้ โดยไม่จำกัดประเภทของตราสารหนี้ จึงทำให้มีความเสี่ยงมากยิ่งขึ้น

ระดับที่ 5 ความเสี่ยงปานกลางค่อนข้างสูง คือกองทุนรวมแบบผสม ที่ลงทุนทั้งตราสารหนี้และตราสารทุน จึงทำให้มีความเสี่ยงมากขึ้น

ระดับที่ 6 ความเสี่ยงปานกลางค่อนข้างสูง คือกองทุนรวมตราสารทุน ซึ่งเป็นการลงทุนที่ใกล้เคียงกับการลงทุนในหุ้นโดยตรง จึงทำให้มีระดับความเสี่ยงสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับที่ 7 ความเสี่ยงสูง คือกองทุนรวมในหมวดอุตสาหกรรม ที่เน้นลงทุนในหุ้นกลุ่ม อุตสาหกรรม หรือ Sector Fund เช่นลงทุนเฉพาะใน Sector พลังงาน หรือ Sector ธนาคารพาณิชย์ ซึ่งเป็นกองทุนที่มีความเสี่ยงสูงกว่ากองทุนหุ้นทั่วไป

ระดับที่ 8 ความเสี่ยงสูงมาก คือกองทุนรวมที่ลงทุนในสินทรัพย์ทางเลือก เช่น ทองคำ น้ำมัน หรือสินทรัพย์ทางเลือกอื่น ๆ ที่มีความซับซ้อนมากกว่านั้น

2.3 ขั้นตอนก่อนการลงทุนและขั้นตอนของการใช้ Mobile Application ในการลงทุน กองทุนรวม

2.3.1 ขั้นตอนก่อนการลงทุน

1. ทำความรู้จักตนเอง หรือก็คือการประเมินความเสี่ยง โดยการตอบแบบสอบถาม ที่มีคำถามในเรื่องเกี่ยวกับการลงทุน เช่น ลงทุนเพื่ออะไร ต้องการผลตอบแทนจากการลงทุนเท่าไร ต้องการลงทุนนานแค่ไหน และมีเงินลงทุนเท่าไร การทำแบบสอบถามจะช่วยให้เรารู้จักตนเอง และสามารถเลือกกองทุนรวมที่เหมาะสมกับตนเองได้มากขึ้น

เลือกคำตอบที่เป็นตัวคุณเพื่อค้นหาระดับความเสี่ยงที่เหมาะสม

ข้อที่ 1. ปัจจุบันคุณกำลังอยู่ในช่วงชีวิตใด

- อายุยังไม่เกิน 30 ปี เริ่มต้นทำงาน เก็บเงินเก็บทอง
- อายุเกิน 30 แต่ไม่เกิน 55 ปี อยู่ในวัยทำงาน มีเงินเก็บเงินออม
- อายุเกิน 55 ปี ใกล้เกษียณอายุหาพินัย

ข้อที่ 2. ในเรื่องการลงทุนเมื่อพูดถึง "ความผันผวน" คุณนึกถึงอะไรเป็นอันดับแรก

- นึกถึงราคาทอง ขึ้นๆลงๆ ได้กำไรได้หลายรอบ
- ก็ไหนมีความผันผวนที่มีมีความไม่แน่นอน
- เย็นแล้วราคาตก ก็ขาดทุนสิ!!

ข้อที่ 3. สไตล์การลงทุนที่เข้ามาของคุณเป็นแบบไหน (ถ้ายังไม่เคยลงทุน ลองเลือกแบบที่ชอบดูสิ)

- กล้าได้กล้าเสีย ถึงเวลาต้องยอมตัดขาดทุน แล้วย้ายไปสร้างกำไรสูงๆ
- อ้าแขนรับได้รอยด่างดำได้ แต่ไปอยากหาคุณ
- แล้วยิ่งหวัง แล้วยิ่งเฝ้าระวัง บางทีเสียงข้าง มีน้ำไฟพอประมาณ

ข้อที่ 4. หากลงทุนแล้วขาดทุน อะไรคือสาเหตุในความคิดของคุณ

- การตัดสินใจผิดพลาดของตัวเรา
- เป็นเพราะความไม่แน่นอนของตลาดและการลงทุน
- ก็ทั้งต้องเราเองก็ภาวะการลงทุนนั้นแหละ

ข้อที่ 5. ลงหรือเล่นตามเพื่อนบ้างบ้างในอีก 1 ปี คุณอยากเห็นอะไรจากเงินลงทุน

- ผลตอบแทนแน่นอน 5%
- หวังกำไรถึง 10% แต่ทำไม่ได้จากคุณก็ยอมได้สัก 5%
- หวังกำไรถึง 20% แต่ทำไม่ได้จากคุณก็ยอมได้สัก 10%

ข้อที่ 6. ถ้าคุณโชคดีถูกลอตเตอรี่ได้เงินรางวัล 500,000 บาท คุณจะนำเงินไปลงทุนอะไร

- นำไปประจำหรือพินัยบริวารบ้าง เงินคงอยู่ครบ ผลตอบแทนน้อยแต่แน่นอน
- แบ่งครึ่งหนึ่งไปซื้อหุ้นสามัญ อีกครึ่งหนึ่งไปซื้อพันธบัตรรัฐบาล
- โชคดีแบบนี้ไม่ต้องกลัวอะไรไปเลย

ข้อที่ 7. การได้ไปท่องเที่ยวต่างประเทศแบบหรูหรา เป็นความฝันของคุณก็อยากได้ก็เหมือนคนอื่นมานานหลายปี ทั่วก่อนจะ ไปประเทศท่องเที่ยว คุณได้เลือกจำกัดงบจากไปโดยลดจำนวนพนักงานของบริษัท คุณจะตัดสินใจอย่างไร

- ยกลูกไปประเทศท่องเที่ยว ระหว่างจะหาเงินไปไม่ได้
- เปลี่ยนแผนท่องเที่ยว ไปแบบประหยัดแทน
- จองไปประเทศแล้วไปเที่ยวคนเดียว กลับมาค่อยว่ากัน

ข้อที่ 8. คุณได้ลองรายการเกมโชว์ เล่นได้ถึงรอบลึกๆ และบางทีเกมเลือกว่าจะเล่นต่อหรือหยุดเล่น ด้วยเงื่อนไขต่างๆ คุณจะเลือกอย่างไร

- หยุดเล่นแล้วรับเงินรางวัล 30,000 บาท
- เล่นต่ออีกคำถาม 2 ข้อเลือก ตอบถูกรับเงิน 60,000 บาท ตอบผิดไปต่อเลย
- เล่นต่ออีกคำถาม 4 ข้อเลือก ตอบถูกรับเงิน 120,000 บาท ตอบผิดไปต่อเลย

ข้อที่ 9. เพื่อนของคุณที่เก่งด้านการค้าที่คน มาชวนลงทุนซื้อที่ดินด้วยกัน และคาดว่าจะราคามีโอกาสจะเพิ่มจากตารางเวลา 20,000 บาท เป็น 40,000 บาท ในอีก 1 ปีข้างหน้า แต่ก็มีโอกาสที่ราคาจะไม่เพิ่มขึ้นอยู่เหมือนกัน คุณจะร่วมลงทุนก็ต่อเมื่อโอกาสที่ราคา ที่ดินจะเพิ่มขึ้นเป็นแบบใด

- ึ่งจะเป็นไปได้น้อย ก็อยากลงทุนด้วย
- ต้องมีความเป็นไปได้ปานกลาง ึ่งจะลงทุนด้วย
- ต้องเป็นไปได้มากกว่า หน่อย ึ่งจะลงทุนด้วย

ข้อที่ 10. เจ้าของธุรกิจหนึ่งชวนคุณไปทำงานด้วย โดยมีเงื่อนไขระหว่าง ได้รับผลตอบแทนเป็นเงินเดือนที่แน่นอน หรือรับเงิน เดือนน้อยหน่อยแต่มีค่าขนานหน้าคนผลงานยอดเยี่ยมที่ทำได้ คุณจะเลือกรับผลตอบแทนแบบใด

- เอารายได้แน่นอนดีกว่า เสือรับเงินเดือนเป็นหลัก ค่าขายหน้าคนน้อย
- เลือกแบบสมดุล รับเงินเดือนครึ่งหนึ่ง ค่าขายหน้าคนครึ่งหนึ่ง
- เสือรับรายได้คนผลงาน เป็นค่าขายหน้าเป็นหลัก เงินเดือนเล็กน้อย

ภาพที่ 2.4 แบบทดสอบระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (TSI Risk Profile Questionnaire)

ที่มา : https://www.set.or.th/education/th/online_classroom/risk.html

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากภาพที่ 2.4 แสดงให้เห็นถึงแบบทดสอบระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ที่ ก.ล.ต. ใช้เป็นเครื่องมือสำหรับผู้ลงทุนประเมินตนเอง เพื่อให้สามารถเลือกลงทุนในกองทุนรวมได้เหมาะสมกับความต้องการมากที่สุด

2. วิเคราะห์ภาพรวมในการลงทุนขณะนั้น เพื่อดูบรรยากาศและทิศทางในการลงทุน ว่าเหมาะกับการลงทุนหรือไม่ และมีผลกระทบต่อการลงทุนแต่ละประเภทอย่างไร เนื่องจากกองทุนรวมแต่ละกอง มีนโยบายการลงทุนในสินทรัพย์ที่ต่างกัน ดังนั้นกองทุนรวมแต่ละกองจะให้ผลตอบแทนที่แตกต่างกันในแต่ละสถานะเศรษฐกิจ ซึ่งถ้าเราเข้าใจเศรษฐกิจในภาพรวม ก็จะช่วยให้เราเลือกลงทุนในกองทุนรวมได้อย่างเหมาะสม

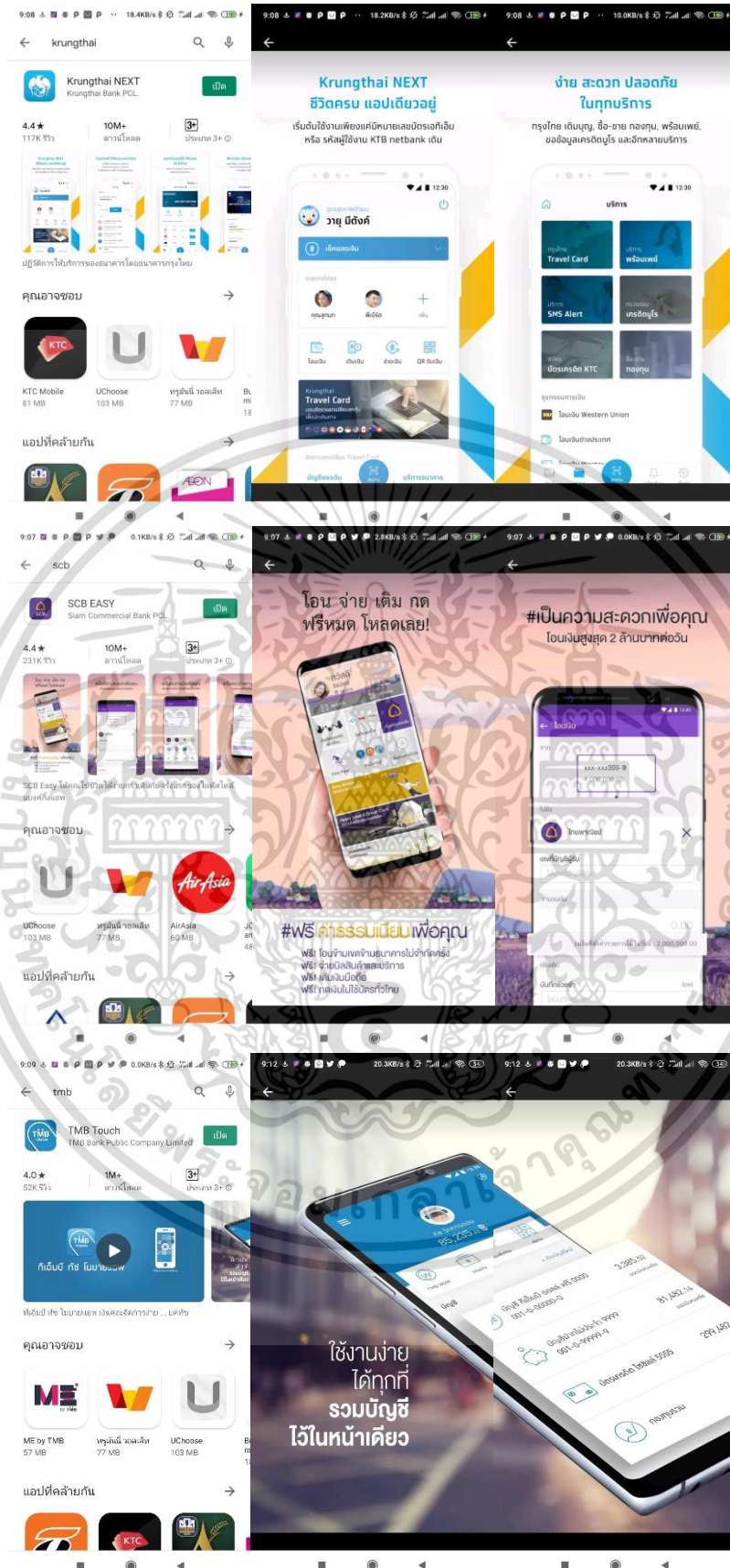
3. เลือกกองทุนรวมที่ตรงกับความต้องการ โดยการศึกษาข้อมูลของกองทุนรวมที่สนใจ ทั้งจากหนังสือชี้ชวนเสนอขายหน่วยลงทุน (Prospectus) และ Fund Fact Sheet เพื่อเปรียบเทียบจุดเด่น จุดด้อย และสามารถตัดสินใจเลือกกองทุนรวมที่เหมาะสมกับเราได้ โดยข้อมูลที่จำเป็นต้องให้ความสำคัญมีดังต่อไปนี้

- ประเภทของกองทุนรวม และนโยบายการบริหารกองทุนรวม
- ผลการดำเนินงานย้อนหลัง (3 เดือน/6 เดือน/1 ปี/3 ปี/5 ปี และตั้งแต่จัดตั้งกองทุน) เพื่อดูความสม่ำเสมอของการดำเนินการทั้งในระยะสั้นและระยะยาว พร้อมทั้งเปรียบเทียบกับดัชนีชี้วัด (Benchmark) และกองทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน (บลจ.) อื่น ๆ ที่มีนโยบายในการลงทุนแบบเดียวกัน
- รายละเอียดค่าธรรมเนียมการซื้อขาย และค่าใช้จ่ายที่กองทุนเรียกเก็บ

ที่มา : <https://www.set.or.th/set/education/html.do?name=mualfund&showTitle=F>

2.3.2 ขั้นตอนการใช้ Mobile Application ในการลงทุนกองทุนรวม

Mobile Application คือโปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile Device) เช่น Smartphone หรือ Tablet ที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะด้านตามวัตถุประสงค์ในการสร้าง Application นั้น ๆ ขึ้นมา ซึ่งในปัจจุบันสถาบันทางการเงินการลงทุน (Broker) หรือธนาคารต่าง ๆ มีการสร้าง Mobile Application ของตนเองขึ้นมาเพื่อรองรับกับความต้องการในการทำธุรกรรมทางการเงินการลงทุนของบุคคลทั่วไป



ภาพที่ 2.5 Mobile Application ของธนาคารกรุงไทย (Krungthai NEXT), ธนาคารไทยพาณิชย์

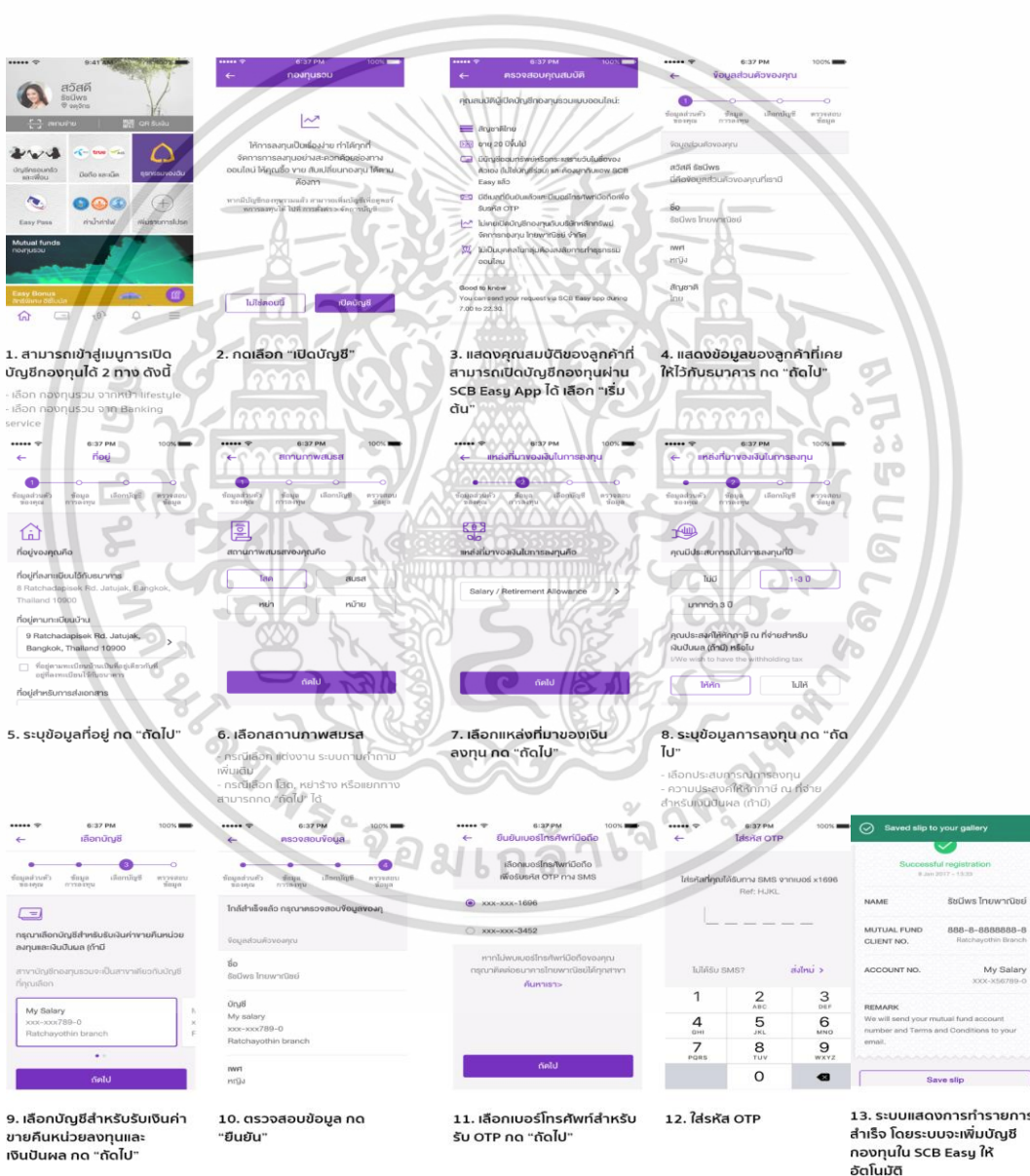
(SCB EASY) และธนาคารทหารไทย (TMB Touch)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าการณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนที่ 1 เลือก Mobile Application ของผู้ให้บริการที่เหมาะสมกับตนเอง โดยพิจารณาถึงเรื่องความสะดวก ความปลอดภัย ค่าบริการ(ถ้ามี) หรือ Function การใช้งานต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับการใช้งานของตนเอง

ขั้นตอนที่ 2 Download และติดตั้ง Mobile Application ลงบนอุปกรณ์ของตนเอง โดยทำการเปิดใช้งาน Application ตามขั้นตอนที่ระบุไว้ของผู้ให้บริการแต่ละราย

ขั้นตอนที่ 3 เปิดบัญชีกองทุนด้วย Mobile Application การเปิดบัญชีกองทุนรวมจะมีความคล้ายคลึงกัน แตกต่างกันแค่เพียงรายละเอียดปลีกย่อยของแต่ละ Application



ภาพที่ 2.6 ขั้นตอนการเปิดบัญชีกองทุนรวมผ่านทาง Application SCB EASY

ที่มา : <https://www.scb.co.th/th/personal-banking/digital-banking/scb-easy/how-to/mutual-fund-account.html>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สวทวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนที่ 4 ศึกษาขั้นตอน และทำการซื้อขายกองทุนรวมด้วย Application โดยปกติแล้วขั้นตอนในการซื้อขายกองทุนรวมใน Application จะมีความคล้ายคลึงกัน แตกต่างกันแค่เพียงรายละเอียดปลีกย่อยของแต่ละ Application

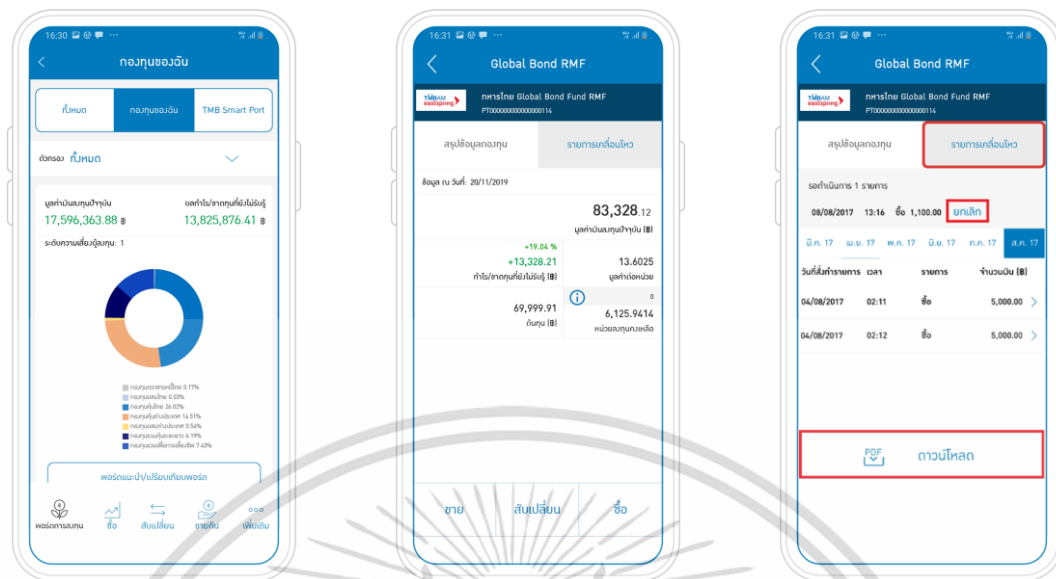
- กดปุ่มหน้ารวมบัญชี
- เข้าสู่หน้ารวมบัญชีแล้วเลื่อนหน้าจอจนถึงการลงทุนของเงิน
- กดปุ่มซื้อ จากหน้าหลัก รายละเอียดบัญชีกองทุน
- เลือกเลขทะเบียนลูกค้า และกองทุนที่จะซื้อ
- สามารถเลือกกองทุนที่เคยซื้อ กองทุนอื่นๆหรือกองทุน IPO
- เลือกบัญชีที่จะจ่าย และ ใส่จำนวนเงินที่ต้องการซื้อ
- กดยืนยัน
- ระบบจะทำการบันทึกภาพสรุปรายการในฉบับรูปบนมือถือ

ภาพที่ 2.7 ขั้นตอนการซื้อขายกองทุนรวมผ่านทาง Application SCB EASY

ที่มา : <https://www.scb.co.th/th/personal-banking/digital-banking/scb-easy/how-to/mutual-fund.html>

ขั้นตอนที่ 5 ตรวจสอบความเคลื่อนไหวในพอร์ตการลงทุน ผ่านทาง Mobile Application จะช่วยให้ผู้ลงทุนสามารถติดตามข้อมูล กำไร/ขาดทุน และยังสามารถวางแผนหรือปรับเปลี่ยนการลงทุนเพื่อลดความเสี่ยงจากการขาดทุนหรือเพิ่มผลกำไรได้ตลอดเวลา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.8 ขั้นตอนการตรวจสอบความเคลื่อนไหวกองทุนผ่านทาง Application TMB Touch
ที่มา : <https://www.tmbbank.com/howto/app/mutual-funds-check.php>

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประภัศร วาริศรี และสุบรรณ เอี่ยมวิจารณ์ (2553) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในประเทศไทย โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักลงทุนรายย่อยที่ซื้อหน่วยลงทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมในประเทศไทยจำนวน 162 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test (ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า นักลงทุนรายย่อยจะเลือกลงทุนในกองทุนรวมเมื่ออัตราดอกเบี้ยเงินฝากลดลง และกองทุนรวมที่เลือกลงทุนคือกองทุนรวมตราสารหนี้ นักลงทุนรายย่อยส่วนใหญ่มีการหาข้อมูลเบื้องต้นก่อนการลงทุนในกองทุนรวม มีการติดตามการดำเนินงานหรือสถานะของกองทุนรวมเป็นครั้งคราวโดยติดตามจากสื่อต่าง ๆ และส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าหนังสือชี้ชวนมีประโยชน์ในการตัดสินใจลงทุนคือทำให้ทราบค่าใช้จ่ายในการลงทุน ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมมากที่สุดคือ การบริการที่ดีของบริษัท ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์การลงทุนคือ ต้องการผลตอบแทนที่มากกว่าการฝากเงินกับธนาคาร สำหรับปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนั้น แหล่งข้อมูลข่าวสารที่นักลงทุนรายย่อยเห็นด้วยว่ามีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ หนังสือชี้ชวนหรือเอกสารโฆษณา นักลงทุนรายย่อยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมด้านวัตถุประสงค์ในการลงทุนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ภักจิรา นิลเกษม (2556) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี ทัศนคติ และการตัดสินใจใช้บริการ ของผู้ใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี รวมถึงศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือประชากรที่เป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ที่ใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 400 ตัวอย่าง และใช้แบบสอบถามที่มีความน่าเชื่อถือเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท โดยสาเหตุที่ใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตคือเรื่องของการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางไปยังธนาคาร จากการศึกษาพบว่าส่วนประสมทางการตลาดไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ต ในขณะที่การยอมรับเทคโนโลยีและทัศนคติมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ปัทมา แสนศิริพันธ์ (2558) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการลงทุนกองทุนรวมของประชากรในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณและวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มนักลงทุนที่ลงทุนในกองทุนรวมซึ่งอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลจำนวน 389 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้แบบสอบถามแบบชุดเอกสารและแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เก็บข้อมูลตลอดช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนมีนาคม 2559 เมื่อเก็บข้อมูลได้แล้วผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และประมวลผลโดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนที่เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง และส่วนที่สองเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยทำการวิเคราะห์แบบจำลองสมการ โครงสร้างเชิงเส้น (Structural Equation Model) เพื่อใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับตัวแปรแฝง โดยใช้โปรแกรม AMOS ในการวิเคราะห์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการลงทุนกองทุนรวมของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลมากที่สุดคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality) ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าคือความจงรักภักดี

ของลูกค้านี้ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจในการลงทุนนั้นแล้วไม่ว่าจะทั้งในด้านของเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลตอบแทนจากการลงทุน การได้รับการบริการที่ดีเยี่ยม ก็จะเกิดความจงรักภักดี มีโอกาสที่จะลงทุนซ้ำ รวมถึงมีโอกาสนำให้คนรู้จักเลือกมาลงทุนเช่นเดียวกัน

สุริย์พร เหมือนหลัง (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่านทาง Mobile Banking Application รวมไปถึงศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P และปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่านทาง Mobile Application Banking ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ โดยกลุ่มประชากรคือกลุ่มผู้บริโภคที่เคยใช้บริการทางการเงินผ่านทาง Mobile Application Banking ของธนาคารในประเทศไทย ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งทำการสำรวจผ่านทางแบบสอบถาม และได้รับข้อมูลตอบกลับจำนวนทั้งสิ้น 418 ชุดข้อมูล โดยผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการทางการเงินผ่านธนาคารกสิกรไทย และส่วนใหญ่ใช้บริการมากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน และเหตุผลที่ใช้บริการผ่านทาง Mobile Banking Application คือเรื่องของความสะดวกสบาย สามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ทุกเวลา นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่านทาง Mobile Application Banking ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากมากไปหาน้อยตามลำดับ ส่วนการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่านทาง Mobile Application Banking พบว่า อายุและระดับรายได้ที่ต่างกัน มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการที่ต่างกัน โดยประชากรที่มีอายุ 31 ปีขึ้นไปจะมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการฯ มากกว่ากลุ่มอื่น และประชากรที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาทต่อเดือน จะมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการฯ น้อยกว่ากลุ่มอื่น ในขณะที่ เพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่านทาง Mobile Banking Application

ฐานัฐ ทับทิมทอง และจรรย์วรรณ จันทร์รัตน์ (2561) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยคุณภาพการบริการ และปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ในการให้บริการ M-Banking (MyMo) ของธนาคารออมสิน กรณีศึกษา : จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยคุณภาพการบริการ และปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการแบบ M-Banking (MyMo) ของธนาคารออมสิน กรณีศึกษา : จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยกลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารออมสิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวนกลุ่มตัวอย่างคือ 399 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในงานวิจัยคือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิงที่ใช้ คือ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุและการวิเคราะห์

ผ่านค่าความแปรปรวน จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ส่งผล
เอกสารนี้เป็นเอกสารทูลงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญตให้เนาไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่อความพึงพอใจในการให้บริการแบบ M-Banking (MyMo) ของธนาคารออมสินในทิศทางตรงกันข้าม ในขณะที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านกายภาพ และด้านการนำเสนอ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการแบบ M-Banking (MyMo) ของธนาคารออมสินในทิศทางเดียวกัน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการแบบ M-Banking (MyMo) ของธนาคารออมสิน ปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจได้ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการแบบ M-Banking (MyMo) ของธนาคารออมสินในทิศทางตรงกันข้าม ในขณะที่ปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการด้านความใส่ใจส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการแบบ M-Banking (MyMo) ของธนาคารออมสินในทิศทางเดียวกัน ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านอิทธิพลทางสังคม ด้านการรับรู้ความง่ายของการใช้งาน ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการแบบ M-Banking (MyMo) ของธนาคารออมสิน ในขณะที่ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ใช้งานและด้านทัศนคติใช้งานส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการแบบ M-Banking (MyMo) ของธนาคารออมสินในทิศทางตรงข้าม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ใช้วิธีการศึกษาด้วยวิธีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านทางแบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่ใช้ในการวิจัยผ่านทางโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งจะนำมาวิเคราะห์และสรุปผลในเชิงสถิติของการหาผลการวิจัยในครั้งนี้ โดยที่ทางผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคคลทั่วไปที่เคยลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเก็บข้อมูลในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งในที่นี้ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

3.1.2 ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคคลทั่วไปที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Taro Yamane (1973) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% ($e=0.05$) และค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ 95% ($Z=1.96$) โดยมีรายละเอียดการคำนวณดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานในเชิงการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้เอาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

E = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้น

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \approx 385 \text{ ตัวอย่าง}$$

จากสูตรการคำนวณข้างต้นได้ขนาดตัวอย่างจำนวนประชากร 385 ตัวอย่าง จึงได้เพิ่มจำนวนตัวอย่างอีก 15 ตัวอย่างเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ดังนั้นงานวิจัยนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

3.1.3 การสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคคลทั่วไปที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นจึงใช้การสุ่มประชากรจาก 50 เขตกรุงเทพมหานคร โดยกรุงเทพมหานครมีการแบ่งกลุ่มการปฏิบัติงานของสำนักงานเขตออกเป็น 6 กลุ่มเขต เพื่อให้การปฏิบัติราชการมีความสอดคล้องกับสภาพพื้นที่ เศรษฐกิจ สังคม วิถีการดำรงชีวิตของประชาชน และสามารถตอบสนองกับความต้องการของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตารางที่ 3.1 การแบ่งพื้นที่กรุงเทพมหานคร 50 เขต ออกเป็น 6 กลุ่มเขต

กลุ่ม	กลุ่มเขต	เขต
1	กรุงธนเหนือ	ธนบุรี จอมทอง บางกอกใหญ่ คลองสาน คลองบางกอกน้อย บางพลัด ทวีวัฒนา และตลิ่งชัน
2	กรุงเทพกลาง	สัมพันธวงศ์ ดุสิต พระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย พญาไท ราชเทวี ดินแดง วังทองหลางและห้วยขวาง
3	กรุงธนใต้	ภาษีเจริญ บางแค หนองแขม ราษฎร์บูรณะ ทุ่งครุ บางขุนเทียน และบางบอน
4	กรุงเทพตะวันออก	บึงกุ่ม บางกะปิ คันนายาว สะพานสูง หนองจอก ลาดกระบัง มีนบุรี คลองสามวา และประเวศ
5	กรุงเทพใต้	คลองเตย บางคอแหลม ปทุมวัน บางรัก สาทร ยานนาวา วัฒนา บางนา พระโขนง และสวนหลวง
6	กรุงเทพเหนือ	ลาดพร้าว หลักสี่ จตุจักร บางซื่อ สายไหม บางเขน และดอนเมือง
รวมทั้งสิ้น		50 เขต

ที่มา : แผนการบริหารราชการกรุงเทพมหานคร (2559) เอกสารนี้เป็นเอกสารทสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การสุ่มตัวอย่างขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยการสุ่มเลือกเขตขึ้นมากลุ่มเขตละ 2 เขตจากทั้ง 6 กลุ่มเขต

ตารางที่ 3.2 เขตที่ถูกสุ่มเลือกขึ้นมาด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จากกลุ่มเขตละ 2 เขต รวมทั้งสิ้น 12 เขต

กลุ่ม	กลุ่มเขต	เขต
1	กรุงธนเหนือ	คลองสาน ตลิ่งชัน
2	กรุงเทพกลาง	ดินแดง ห้วยขวาง
3	กรุงธนใต้	หนองแขม ทุ่งครุ
4	กรุงเทพตะวันออก	ลาดกระบัง มีนบุรี
5	กรุงเทพใต้	ปทุมวัน สวนหลวง
6	กรุงเทพเหนือ	หลักสี่ จตุจักร
	รวม	12 เขต

การสุ่มตัวอย่างขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling)

$$\begin{aligned} \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขต} &= \frac{\text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด}}{\text{จำนวนเขตที่ถูกเลือก}} \\ &= \frac{400}{12} \approx 34 \end{aligned}$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของแต่ละเขตที่ถูกเลือกเท่ากับ 34 คนต่อ 1 เขต

การสุ่มตัวอย่างขั้นที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience) โดยการแจกแบบสอบถามให้กับบุคคลทั่วไปที่ห้างสรรพสินค้าของแต่ละเขตจำนวนเขตละ 34 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเพื่อคัดกรองผู้ที่เคยลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application จำนวน 2 ข้อ โดยเป็นแบบสอบถามในลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วยปัจจัยด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน โดยเป็นแบบสอบถามในลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application จำนวน 7 ข้อ โดยเป็นแบบสอบถามในลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application จำนวน 23 ข้อ ประกอบด้วยปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยเป็นแบบสอบถามในลักษณะวัดความคิดเห็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลแบบมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

ในส่วนที่ 4 ของแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลนั้น มีวิธีการวัดความคิดเห็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) ดังต่อไปนี้

5	หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ระดับเห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ระดับเห็นด้วยมาก
3	หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ระดับเห็นด้วยปานกลาง
2	หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ระดับเห็นด้วยน้อย
1	หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ใช้สูตรการหาความกว้างของชั้น (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2543) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

เกณฑ์การวัดระดับความคิดเห็นที่ได้ ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย		ระดับความคิดเห็น
4.21 - 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
2.61 - 3.40	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.00 - 1.80 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ เป็นคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบเขียนลงในช่องว่าง

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลและทฤษฎี รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application และสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามจากกรอบแนวคิดดังกล่าว หลังจากนั้นให้นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1.ตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามไปให้อาจารย์หรือผู้เชี่ยวชาญในหัวข้อที่จะศึกษา ช่วยตรวจสอบ โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมของเนื้อหาและความครอบคลุมของเนื้อหา (Content Validity) ในแบบสอบถาม และดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามที่ได้รับคำแนะนำ

2.นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทำการทดลอง (Tryout) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย เพื่อตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability of The Test) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จะแสดงถึงระดับความเชื่อมั่นของคำถาม และค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ควรมีค่ามากกว่า .70 ขึ้นไป

ตารางที่ 3.3 แสดงค่าการทดสอบความเชื่อมั่นของตัวแปรในแบบสอบถาม ด้วยวิธี Cronbach's Alpha Coefficient

ตัวแปร	จำนวนคำถาม	Cronbach's Alpha
ผลิตภัณฑ์	8	0.793
ราคา	7	0.937
ช่องทางการจัดจำหน่าย	4	0.749
การส่งเสริมการตลาด	4	0.770
รวม		0.932

โดยเกณฑ์ในการแปลผลค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ในการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าความเชื่อมั่น	ระดับความเชื่อมั่น
0.71 - 1.00	สูง
0.41 - 0.70	ปานกลาง
0.21 - 0.40	ต่ำ
0.00 - 0.20	ต่ำมากหรือไม่มีเลย

จะเห็นได้ว่าค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยรวมอยู่ที่ 0.932 ซึ่งหมายความว่ามีความเชื่อมั่น (Reliability) อยู่ในระดับสูง

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Method) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application โดยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่งดังนี้

3.3.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของบุคคลทั่วไปที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ชุด โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่มีการเก็บรวบรวมไว้แล้ว ได้แก่ บทความวารสาร เอกสาร หนังสือทางวิชาการ งานวิจัยอิสระ วิทยานิพนธ์ เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.4.1 การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามโดยแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4.2 การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความสมบูรณ์เรียบร้อยแล้ว มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า

3.4.3 การประมวลผลข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกและประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐาน

3.4.4 นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) กับแบบสอบถาม ดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 2 นำข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่รวบรวมจากแบบสอบถามมาจัดเป็นหมวดหมู่ โดยแยกเป็น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยนำข้อมูลมาหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของตัวแปรแต่ละตัว แล้วจึงนำเสนอในรูปแบบของตารางพร้อมอธิบาย

แบบสอบถามส่วนที่ 3 นำข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มาหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของตัวแปรแต่ละตัว แล้วจึงนำเสนอในรูปแบบของตารางพร้อมอธิบาย

แบบสอบถามส่วนที่ 4 นำข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 4P ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยนำข้อมูลมาหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ของทุกตัวเป็นรายข้อ แล้วจึงนำเสนอในรูปแบบตารางพร้อมคำอธิบาย

3.4.5 การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 3.4 สมมติฐานและสถิติที่ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	
1.1 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	Chi - Square
1.2 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	Chi - Square

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.4 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
1.3 สถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	Chi - Square
1.4 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	Chi - Square
1.5 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	Chi - Square
1.6 รายได้โดยเฉลี่ยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	Chi - Square

ตารางที่ 3.5 สมมติฐานและสถิติที่ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	
2.1 ผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	Chi - Square
2.2 ราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	Chi - Square
2.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	Chi - Square
2.4 การส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	Chi - Square

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ใช้การประมวลผลข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window ซึ่งจะนำมาวิเคราะห์และสรุปผลในเชิงสถิติ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5.1 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นสถิติที่ใช้ในการบรรยายหรืออธิบายลักษณะต่าง ๆ ในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างหรือประชากร โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ทราบถึงลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งสถิติพื้นฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การคำนวณค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการอธิบายความหมายของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 2 คือ ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ย และข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 3 คือ ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ จำนวนครั้งในการลงทุนในกองทุนรวมในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา โดยใช้สูตร ดังนี้

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนของข้อมูลแต่ละข้อ} \times 100}{\text{จำนวนรวมทั้งหมด}}$$

ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้ในการอธิบายความหมายของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 4 คือ ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 4P ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2554)

$$\bar{X} = \frac{\sum x_i}{n}$$

เมื่อ \bar{X} แทนค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

$\sum X_i$ แทนผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ใช้ในการอธิบายความหมายของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 4 คือ ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 4P ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2554)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S แทนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(ΣX^2)	แทนผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
ΣX^2	แทนผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
n	แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.5.2 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ในการสรุปอ้างอิงค่าสถิติต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาไปยังกลุ่มประชากรของกลุ่มตัวอย่างนั้น เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัยทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ

ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square) ใช้ในการทดสอบความเป็นอิสระหรือความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว เพื่อดูความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามในเรื่องของปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application โดยใช้สูตร (นราศรี วัฒนชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี, 2538)

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

เมื่อ χ^2	แทนค่าไค-สแควร์ (Chi-Square)
O_{ij}	แทนค่าความถี่ที่ได้จากการสังเกต (Observe frequency) ในแถวที่ i คอลัมน์ที่ j
E_{ij}	แทนค่าความถี่ที่คาดหวัง (Expected frequency) ในแถวที่ i คอลัมน์ที่ j
r	แทนค่าจำนวนกลุ่มของตัวแปรด้านแถว
c	แทนค่าจำนวนกลุ่มของตัวแปรคอลัมน์
E_{ij}	แทน $\frac{(\text{ผลรวมของความถี่แถวที่ } i) \times (\text{ผลรวมของความถี่คอลัมน์ } j)}{\text{ผลรวมของความถี่ทั้งหมด}}$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

จากการวิเคราะห์และการแปลผลข้อมูล ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

4.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามในลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) มีจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ได้ผลวิเคราะห์ ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	191	47.80
หญิง	209	52.20
รวม	400	100.00
2. อายุ		
21 – 30 ปี	130	32.50
31 – 40 ปี	194	48.50
41 – 50 ปี	70	17.50
51 – 60 ปี	6	1.50
มากกว่า 61 ปีขึ้นไป	-	-
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. สถานภาพ		
โสด	285	71.30
สมรส	103	25.80
หย่าร้าง	12	2.90
รวม	400	100.00
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	11	2.80
ปริญญาตรี	297	74.20
สูงกว่าปริญญาตรี	92	23.00
รวม	400	100.00
5. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	17	4.30
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	124	31.00
พนักงานบริษัทเอกชน	200	50.00
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	57	14.20
อื่น ๆ (แม่บ้าน)	2	0.50
รวม	400	100.00
6. รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	11	2.80
10,001 – 15,000 บาท	16	4.00
15,001 – 20,000 บาท	65	16.30
20,001 – 25,000 บาท	79	19.80
มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป	229	57.10
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ดังต่อไปนี้

เพศ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวน 209 คน คิดเป็น ร้อยละ 52.20 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.80

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อายุ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50 รองลงมา มีอายุอยู่ในช่วง 21 – 30 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 มีอายุอยู่ในช่วง 41 – 50 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 และมีอายุอยู่ในช่วง 51-60 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

สถานภาพ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 71.30 รองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.80 และมีสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.90 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 74.20 รองลงมา มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 และมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 ตามลำดับ

อาชีพ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.20 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.30 และมีอาชีพอื่น ๆ (แม่บ้าน) จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.10 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ย 21,001 – 25,000 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.80 มีรายได้เฉลี่ย 15,001-20,000 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.30 มีรายได้เฉลี่ย 10,001-15,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

จากการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ได้ผลวิเคราะห์ ดังตารางที่ 4.2 – 4.6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็น และลำดับที่ของภาพรวมปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด 4P ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวม ผ่านทาง Mobile Application

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.11	0.68	มาก	2
2. ด้านราคา (Price)	3.37	0.96	ปานกลาง	4
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	4.15	0.79	มาก	1
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.61	0.97	มาก	3
โดยรวม	3.81	0.66	มาก	-

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมมีค่าเท่ากับ 3.81 และระดับของปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.66 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย มีค่าเท่ากับ 4.15 และระดับของด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.79

ลำดับที่ 2 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย มีค่าเท่ากับ 4.11 และระดับของด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.68

ลำดับที่ 3 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย มีค่าเท่ากับ 3.61 และระดับของด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.97

ลำดับที่ 4 ด้านราคา (Price) พบว่า ด้านราคา (Price) อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย มีค่าเท่ากับ 3.37 และระดับของด้านราคา (Price) ไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.96

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็น และลำดับที่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. Mobile Application ที่ท่านใช้ในการลงทุนกองทุนรวมมี Function ในการใช้งานที่ตรงกับความต้องการ เช่น สามารถสร้างพอร์ตการลงทุนได้ตามที่ต้องการ มีการสรุปยอดการลงทุนเป็นรายปี หรือสามารถเช็คกำไร/ขาดทุนของพอร์ตกองทุนได้ทันที เป็นต้น	4.10	0.90	มาก	6
2. Mobile Application ที่ท่านใช้ในการลงทุนกองทุนรวม ใช้งานได้ง่าย มีความสะดวก รวดเร็ว เช่น มีขั้นตอนในการใช้งานน้อย ใช้งานง่าย เป็นต้น	4.13	0.89	มาก	5
3. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ทำให้ท่านสามารถบริหารจัดการกองทุนของท่านได้ทุกที่ทุกเวลาที่ท่านต้องการ	4.31	0.89	มากที่สุด	1
4. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีความปลอดภัยสูง เช่น ตัว Application มีการขึ้นทะเบียนไว้กับ ก.ล.ต. หรืออยู่ในโครงการ “5 ชั้นมั่นใจ” ของ ก.ล.ต.	4.18	0.85	มาก	4
5. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ทำให้ท่านมีโอกาสได้รับผลตอบแทนที่สูงกว่าหรือลดความเสี่ยงจากการขาดทุนได้มากกว่าการลงทุนผ่านทางช่องทางอื่น เพราะสามารถทำคำสั่งซื้อขายได้ตลอดเวลา ทำให้ทันต่อสถานการณ์ของตลาดกองทุนรวมทุก	3.79	1.10	มาก	8

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับที่
6. การใช้ Mobile Application ในการลงทุน กองทุนรวมทำให้ท่านสามารถตรวจสอบ สถานะการลงทุน และตรวจสอบการเคลื่อนไหว ของการทำรายการได้ตลอดเวลา	4.29	0.91	มากที่สุด	2
7. ผู้ให้บริการ Mobile Application ที่ใช้ในการ ลงทุนกองทุนรวมจะมีการพัฒนาและแจ้ง Function การใช้งาน Application ใหม่ๆที่เป็น ประโยชน์แก่ผู้ใช้งานอยู่เสมอ	4.21	0.79	มากที่สุด	3
8. Mobile Application มีกองทุนรวมของแต่ละ บลจ. ให้เลือกลงทุนอย่างหลากหลาย	3.88	1.05	มาก	7
โดยรวม	4.11	0.68	มาก	-

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) โดยรวมอยู่ในระดับ
มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ไม่ต่างกันมาก โดย
พิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.68 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อสามารถ
เรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile
Application ทำให้สามารถบริหารจัดการกองทุนได้ทุกที่ทุกเวลาที่ต้องการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
4.31 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมากที่สุด และระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ไม่ต่างกันมาก
โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.89

ลำดับที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การใช้ Mobile Application ในการลงทุน
กองทุนรวมทำให้สามารถตรวจสอบสถานะการลงทุน และตรวจสอบการเคลื่อนไหวของการทำ
รายการได้ตลอดเวลา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมากที่สุด และระดับความ
คิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่า
เท่ากับ 0.91

ลำดับที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ผู้ให้บริการ Mobile Application ที่ใช้ใน
การลงทุนกองทุนรวมจะมีการพัฒนาและแจ้ง Function การใช้งาน Application ใหม่ๆที่เป็น
ประโยชน์แก่ผู้ใช้งานอยู่เสมอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมากที่สุด และระดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.79

ลำดับที่ 4 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีความปลอดภัยสูง เช่น ตัว Application มีการขึ้นทะเบียนไว้กับ ก.ล.ต. หรืออยู่ในโครงการ “5 ชั้นมั่นใจ” ของ ก.ล.ต. โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.85

ลำดับที่ 5 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า Mobile Application ที่ใช้ในการลงทุนกองทุนรวม ใช้งานได้ง่าย มีความสะดวก รวดเร็ว เช่น มีขั้นตอนในการใช้งานน้อย ใช้ง่าย เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.89

ลำดับที่ 6 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า Mobile Application ที่ท่านใช้ในการลงทุนกองทุนรวมมี Function ในการใช้งานที่ตรงกับความต้องการ เช่น สามารถสร้างพอร์ตการลงทุนได้ตามที่ต้องการ มีการสรุปยอดการลงทุนเป็นรายปี หรือสามารถเช็คกำไร/ขาดทุนของพอร์ตกองทุนได้ทันที เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.90

ลำดับที่ 7 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า Mobile Application มีกองทุนรวมของแต่ละ บลจ. ให้เลือกลงทุนอย่างหลากหลาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.05

ลำดับที่ 8 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ทำให้มีโอกาสได้รับผลตอบแทนที่สูงกว่าหรือลดความเสี่ยงจากการขาดทุนได้มากกว่าการลงทุนผ่านทางช่องทางอื่น เพราะสามารถทำคำสั่งซื้อขายได้ตลอดเวลา ทำให้ทันต่อสถานการณ์ของตลาดกองทุนรวมทุกขณะ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.10

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็น และลำดับที่ของปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาด 4P ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่าน
ทาง Mobile Application ด้านราคา (Price)

ด้านราคา (Price)	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับที่
1. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าใช้จ่ายโดยรวมน้อยกว่าเมื่อเทียบกับการลงทุนด้วยช่องทางอื่น เช่นค่าเดินทางไปซื้อหรือขายกองทุนรวมที่สาขาธนาคาร	4.03	0.96	มาก	1
2. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการขายหน่วยลงทุน (Front-End Fee) ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น	3.27	1.18	ปานกลาง	5
3. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการซื้อคืนหน่วยลงทุน (Back-End Fee) ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น	3.23	1.21	ปานกลาง	6
4. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการสับเปลี่ยนหน่วยลงทุนเข้า (Switching in Fee) ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น	3.30	1.14	ปานกลาง	3
5. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการสับเปลี่ยนหน่วยลงทุนออก (Switching Out Fee) ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น	3.18	1.17	ปานกลาง	7
6. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการจัดการที่ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น	3.29	1.14	ปานกลาง	4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ด้านราคา (Price)	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับที่
7. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมโดยรวมทั้งส่วนที่เรียกเก็บจากผู้ถือหน่วยลงทุนและส่วนที่เรียกเก็บจากกองทุนรวม ต่ำกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น	3.31	1.20	ปานกลาง	2
โดยรวม	3.37	0.96	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ระดับความคิดเห็นด้านราคา (Price) โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 และระดับความคิดเห็นด้านด้านราคา (Price) ไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.96 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าใช้จ่ายโดยรวมน้อยกว่าเมื่อเทียบกับการลงทุนด้วยช่องทางอื่น เช่นค่าเดินทางไปซื้อหรือขายกองทุนรวมที่สาขาธนาคาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านราคา (Price) ไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.96

ลำดับที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมโดยรวมทั้งส่วนที่เรียกเก็บจากผู้ถือหน่วยลงทุนและส่วนที่เรียกเก็บจากกองทุนรวม ต่ำกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 ซึ่งเห็นด้วยในระดับปานกลาง และระดับความคิดเห็นด้านราคา (Price) แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.20

ลำดับที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการสับเปลี่ยนหน่วยลงทุนเข้า (Switching in Fee) ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 ซึ่งเห็นด้วยในระดับปานกลาง และระดับความคิดเห็นด้านราคา (Price) แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.14

ลำดับที่ 4 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการจัดการที่ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น โดยมีค่าเฉลี่ย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เท่ากับ 3.29 ซึ่งเห็นด้วยในระดับปานกลาง และระดับความคิดเห็นด้านราคา (Price) แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.14

ลำดับที่ 5 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการขายหน่วยลงทุน (Front-End Fee) ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 ซึ่งเห็นด้วยในระดับปานกลาง และระดับความคิดเห็นด้านราคา (Price) แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.18

ลำดับที่ 6 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการซื้อคืนหน่วยลงทุน (Back-End Fee) ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 ซึ่งเห็นด้วยในระดับปานกลาง และระดับความคิดเห็นด้านราคา (Price) แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.21

ลำดับที่ 7 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการสับเปลี่ยนหน่วยลงทุนออก (Switching Out Fee) ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 ซึ่งเห็นด้วยในระดับปานกลาง และระดับความคิดเห็นด้านราคา (Price) แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.17

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็น และลำดับที่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. Mobile Application ที่ท่านใช้ในการลงทุนกองทุนรวม สามารถ Download ได้ง่าย	4.37	0.77	มากที่สุด	1
2. Mobile Application มี Platform ที่ครอบคลุมสามารถใช้ได้กับ Smartphone ทุกระบบ เช่น Android และ IOS	4.17	0.94	มาก	2
3. Mobile Application ที่ท่านใช้ในการลงทุนกองทุนรวม มีการแจ้ง Update เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถ Download Application version ใหม่ล่าสุดไปใช้งานได้เสมอ	4.10	0.97	มาก	3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับที่
4. Mobile Application ที่ท่านใช้ในการลงทุน กองทุนรวม มีความสะดวกในการขอเปิดใช้งาน ครั้งแรก เช่น ไปดำเนินการที่ธนาคาร ซึ่งมีสาขา จำนวนมาก จึงเดินทางง่าย	3.99	1.16	มาก	4
โดยรวม	4.15	0.79	มาก	-

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ระดับความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) โดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และระดับความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.79 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า Mobile Application ที่ใช้ในการลงทุน กองทุนรวม สามารถ Download ได้ง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมากที่สุด และระดับความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.77

ลำดับที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า Mobile Application มี Platform ที่ครอบคลุม สามารถใช้ได้กับ Smartphone ทุกระบบ เช่น Android และ IOS โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.94

ลำดับที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า Mobile Application ที่ใช้ในการลงทุน กองทุนรวม มีการแจ้ง Update เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถ Download Application version ใหม่ล่าสุด ไปใช้งานได้เสมอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.97

ลำดับที่ 4 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า Mobile Application ที่ใช้ในการลงทุน กองทุนรวม มีความสะดวกในการขอเปิดใช้งานครั้งแรก เช่น ไปดำเนินการที่ธนาคาร ซึ่งมีสาขาจำนวนมาก จึงเดินทางง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.16

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็น และลำดับที่ของปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาด 4P ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่าน
ทาง Mobile Application ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับที่
1. การใช้ Mobile Application ทำให้ท่านได้รับ ข้อมูลข่าวสารของกองทุนรวมประเภทต่าง ๆ หรือ กองทุนเปิดใหม่ได้อย่างรวดเร็ว	4.03	1.01	มาก	1
2. การใช้ Mobile Application ทำให้ท่านได้รับ ข้อมูลข่าวสารที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือก ลงทุนในกองทุนรวมแต่ละประเภทได้เป็นอย่างดี เช่น ข้อมูลข่าวสารการลงทุน หรือคำแนะนำ สถานการณ์ตลาด	3.82	1.09	มาก	2
3. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ทำให้ท่านได้รับสิทธิพิเศษเสมอ เช่น ได้รับค่าธรรมเนียมการซื้อกองทุนคืน หรือได้รับ ของที่ระลึกจากการเปิดบัญชีกองทุนครั้งแรก	3.28	1.31	ปานกลาง	4
4. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ทำให้ท่านสามารถชำระค่ากองทุน ผ่านทางบัตรเครดิตได้ ทำให้ได้รับคะแนนสะสม เพิ่ม	3.32	1.34	ปานกลาง	3
โดยรวม	3.61	0.97	มาก	-

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ระดับความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และระดับความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.97 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การใช้ Mobile Application ทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารของกองทุนรวมประเภทต่าง ๆ หรือกองทุนเปิดใหม่ได้อย่างรวดเร็ว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การใช้ Mobile Application ทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมแต่ละประเภทได้เป็นอย่างดี เช่น ข้อมูลข่าวสารการลงทุน หรือคำแนะนำสถานการณ์ตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.09

ลำดับที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ทำให้สามารถชำระค่ากองทุนผ่านทางบัตรเครดิตได้ ทำให้ได้รับคะแนนสะสมเพิ่ม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 ซึ่งเห็นด้วยในระดับปานกลาง และระดับความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.34

ลำดับที่ 4 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ทำให้ได้รับสิทธิพิเศษเสมอ เช่น ได้รับค่าธรรมเนียมการซื้อกองทุนคืน หรือได้รับของที่ระลึกจากการเปิดบัญชีกองทุนครั้งแรก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 ซึ่งเห็นด้วยในระดับปานกลาง และระดับความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.31

4.3 ข้อมูลพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามในลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) มีจำนวน 7 ข้อ ได้ผลวิเคราะห์ ดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. Application ที่ใช้ในการลงทุนบ่อยที่สุด		
K-My Funds	60	15.00
SCBAM Fund Click	55	13.80

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. Application ที่ใช้ในการลงทุนบ่อยที่สุด		
SCB EASY	50	12.50
K Plus	48	12.00
Bualuang Fund	35	8.80
Krungthai NEXT	33	8.30
KTAM Smart Trade	29	7.20
TMB Touch	28	7.00
Nomura iFUND	21	5.30
Bualuang mBanking	17	4.30
Krungsri Mobile App-KMA	16	4.00
อื่นๆ (FINNOMENA, Phillip Fund SuperMart, Citi Mobile PORT)	8	1.80
รวม	400	100.00
2. กองทุนรวมที่ลงทุนมากที่สุด		
กองทุนรวมที่ลงทุนในทรัพย์สินทางเลือก	194	48.50
กองทุนรวมตราสารหนี้	52	13.00
กองทุนรวมตราสารทุน	39	9.80
กองทุนรวมตลาดเงิน	35	8.80
กองทุนรวมผสม	34	8.50
กองทุนรวมพันธบัตรรัฐบาล	26	6.50
กองทุนรวมตลาดเงินที่ลงทุนในต่างประเทศ	10	2.50
บางส่วน		
กองทุนรวมหมวดอุตสาหกรรม	8	2.00
กองทุนอื่น ๆ (RMF, LTF)	2	0.40
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. เหตุผลหลักที่เลือกลงทุนในกองทุนรวม		
ออมเงิน	194	48.50
ผลตอบแทน	90	22.50
กระจายความเสี่ยง	59	14.80
สิทธิประโยชน์ด้านภาษี	57	14.20
รวม	400	100.00
4. เป้าหมายหลักในการลงทุนกองทุนรวม		
ออมเงินเพื่อเกษียณอายุ	172	43.00
ออมเงินเพื่อสร้างครอบครัว	105	26.30
ออมเงินเพื่อการท่องเที่ยว	68	17.00
ออมเงินเพื่อการศึกษา	41	10.30
ออมเงินเพื่อสังหาริมทรัพย์	8	2.00
ออมเงินเพื่อสังหาริมทรัพย์	5	1.30
อื่นๆ (หลายจุดมุ่งหมาย)	1	0.10
รวม	400	100.00
5. ช่วงเวลาที่มักจะลงทุนในกองทุนรวม		
หลังได้รับรายได้ประจำ (เงินเดือน, ค่าจ้าง, อื่น ๆ)	195	48.80
ไม่แน่นอน	164	41.00
หลังได้รับเงินพิเศษ (โบนัส, คอมมิสชั่น, อื่น ๆ)	41	10.20
รวม	400	100.00
6. จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมในรอบ 3		
เดือนที่ผ่านมา		
น้อยกว่า 2 ครั้ง	186	46.50
2-4 ครั้ง	162	40.50
5-6 ครั้ง	35	8.80
มากกว่า 6 ครั้งขึ้นไป	17	4.20
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	จำนวน (คน)	ร้อยละ
7. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนรวม สื่อต่าง ๆ	171	42.80
ตนเอง	96	24.00
ครอบครัว	51	12.80
เพื่อน	46	11.50
บทวิเคราะห์จากสื่อ	32	8.00
อื่น ๆ (Planner, A Academy)	3	0.60
เจ้าหน้าที่การตลาด	1	0.30
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ดังต่อไปนี้

Application ที่ใช้ในการลงทุนบ่อยที่สุด จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ Application K-My Funds จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รองลงมาใช้ Application SCBAM Fund Click จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 ใช้ Application SCB EASY จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ใช้ Application K-Plus จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ใช้ Application Bualuang Fund จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 ใช้ Application Krungthai NEXT จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30 ใช้ Application KTAM Smart Trade จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.20 ใช้ Application TMB Touch จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ใช้ Application Nomura iFUND จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30 ใช้ Application Bualuang mBanking จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.30 ใช้ Application Krungsri Mobile App-KMA จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และใช้ Application อื่น ๆ เช่น FINNOMENA, Phillip Fund SuperMart, หรือ Citi Mobile PORT จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

กองทุนรวมที่ลงทุนมากที่สุด จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมที่ลงทุนในทรัพย์สินทางเลือก จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50 รองลงมาลงทุนในกองทุนรวมตราสารหนี้ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 ลงทุนในกองทุนรวมตราสารทุน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 ลงทุนในกองทุนรวมตลาดเงิน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 ลงทุนในกองทุนรวมผสม จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 ลงทุนในกองทุนรวมพันธบัตร

รัฐบาล จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ลงทุนในกองทุนรวมตลาดเงินที่ลงทุนในต่างประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บางส่วน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ลงทุนในกองทุนรวมหมวดอุตสาหกรรม จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 และลงทุนในกองทุนรวมอื่น ๆ (RMF,LTF) จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.40 ตามลำดับ

เหตุผลหลักที่เลือกลงทุนในกองทุนรวม จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ลงทุนเพื่อออมเงิน จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50 ลงทุนเพื่อผลตอบแทน จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 ลงทุนเพื่อกระจายความเสี่ยง จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 และลงทุนเพื่อสิทธิประโยชน์ด้านภาษี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.20 ตามลำดับ

เป้าหมายหลักในการลงทุนกองทุนรวม จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเป้าหมายในการออมเงินเพื่อเกษียณอายุ จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมา มีเป้าหมายในการออมเงินเพื่อสร้างครอบครัว จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.30 มีเป้าหมายในการออมเงินเพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 มีเป้าหมายในการออมเงินเพื่อการศึกษา จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.30 มีเป้าหมายในการออมเงินเพื่อสังหาริมทรัพย์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 มีเป้าหมายในการออมเงินเพื่อสังหาริมทรัพย์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 และมีเป้าหมายในการออมเงินเพื่ออื่น ๆ (หลายจุดมุ่งหมาย) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.10 ตามลำดับ

ช่วงเวลาที่มีมักจะลงทุนในกองทุนรวม จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ลงทุนหลังได้รับรายได้ประจำ (เงินเดือน,ค่าจ้าง,อื่น ๆ) จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.80 รองลงมา ลงทุนอย่างไม่แน่นอน จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 และลงทุนหลังจากได้รับเงินพิเศษ (โบนัส,คอมมิสชั่น,อื่น ๆ) จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.20 ตามลำดับ

จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการลงทุนน้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมา มีการลงทุน 2-4 ครั้ง จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 มีการลงทุน 5-6 ครั้ง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 และมีการลงทุนมากกว่า 6 ครั้งขึ้นไป จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.20 ตามลำดับ

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนรวม จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากสื่อต่าง ๆ จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.80 รองลงมา ได้รับอิทธิพลจากตนเอง จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 ได้รับอิทธิพลจากครอบครัว จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.80 ได้รับอิทธิพลจากเพื่อน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 ได้รับอิทธิพลจากบทวิเคราะห์จากสื่อ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ได้รับอิทธิพลจากอื่น ๆ (Planner, A Academy) จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6 และได้รับอิทธิพลจากเจ้าหน้าที่การตลาด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ตั้งสมมติฐานว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ดังนั้นจึงใช้ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ นำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ได้แก่ จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้มาทดสอบหาความสัมพันธ์โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS ในการประมวลผล โดยใช้สถิติทดสอบแบบ Chi-Square Tests ที่ระดับนัยยะสำคัญ 0.05 ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ดังต่อไปนี้

4.4.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์: เพศ

สมมติฐาน : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.8 – 4.9

ตารางที่ 4.8 จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา				
	น้อยกว่า 2 ครั้ง	2-4 ครั้ง	5-6 ครั้ง	มากกว่า 6 ครั้ง	รวม
ชาย	95 (23.8)	79 (19.8)	10 (2.5)	7 (1.7)	191 (47.8)
หญิง	91 (22.8)	83 (20.8)	25 (6.3)	10 (2.3)	209 (52.2)
รวม	186 (46.6)	162 (40.6)	35 (8.8)	17 (4.0)	400 (100.0)

หมายเหตุ : ในวงเล็บแสดงค่าร้อยละ

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.6 รองลงมา ลงทุน 2-4 ครั้ง จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.6 ลงทุน 5-6 ครั้ง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8.8 และลงทุนมากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ โดยจำแนกการลงทุนตามเพศได้ดังนี้

เพศชายส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 รองลงมาลงทุน 2-4 ครั้ง จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 ลงทุน 5-6 ครั้ง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 และลงทุนมากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ตามลำดับ

เพศหญิงส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 รองลงมาลงทุน 2-4 ครั้ง จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ลงทุน 5-6 ครั้ง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และลงทุนมากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างเพศกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	Chi-Square	df	Sig.	สรุปผล
จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา	6.346	3	0.96	ไม่มีความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ ค่าพหุคูณค่า Chi-Square ได้เท่ากับ 6.346 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.96 ซึ่งเมื่อกำหนดค่าที่นัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า Sig. ที่ได้จึงมีค่ามากกว่าค่านัยยะสำคัญทางสถิติ จึงสรุปได้ว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

4.4.2 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์: อายุ

สมมติฐาน : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.10 – 4.11

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา				
	น้อยกว่า 2 ครั้ง	2-4 ครั้ง	5-6 ครั้ง	มากกว่า 6 ครั้ง	รวม
21-30 ปี	66 (16.5)	48 (12.0)	10 (2.5)	6 (1.5)	130 (32.5)
31-40 ปี	93 (23.3)	77 (19.3)	17 (4.3)	7 (1.6)	194 (48.5)
41-50 ปี	26 (6.5)	33 (8.3)	8 (2.0)	3 (0.7)	70 (17.5)
51-60 ปี	1 (0.3)	4 (1.0)	0 (0.0)	1 (0.2)	6 (1.5)
รวม	186 (46.6)	162 (40.6)	35 (8.8)	17 (4.0)	400 (100.0)

หมายเหตุ : ในวงเล็บแสดงค่าร้อยละ

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.6 รองลงมา ลงทุน 2-4 ครั้ง จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.6 ลงทุน 5-6 ครั้ง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และลงทุนมากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ โดยจำแนกการลงทุนตามอายุได้ดังนี้

อายุ 21-30 ปีส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 รองลงมาลงทุน 2-4 ครั้ง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ลงทุน 5-6 ครั้ง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 และลงทุนมากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

อายุ 31-40 ปีส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 รองลงมาลงทุน 2-4 ครั้ง จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 ลงทุน 5-6 ครั้ง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 และลงทุนมากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

อายุ 41-50 ปีส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา 2-4 ครั้ง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 รองลงมาลงทุนน้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ลงทุน 5-6 ครั้ง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และลงทุนมากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

อายุ 51-60 ปีส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา 2-4 ครั้ง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 รองลงมาลงทุน น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 และลงทุนมากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างอายุกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	Chi-Square	df	Sig.	สรุปผล
จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา	8.952	9	0.442	ไม่มีความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ คำนวณค่า Chi-Square ได้เท่ากับ 8.952 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.442 ซึ่งเมื่อกำหนดค่าที่มีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า Sig. ที่ได้จึงมีค่ามากกว่าค่านัยยะสำคัญทางสถิติ จึงสรุปได้ว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

4.4.3 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์: สถานภาพ

สมมติฐาน : สถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.12 – 4.13

ตารางที่ 4.12 จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา				
	น้อยกว่า 2 ครั้ง	2-4 ครั้ง	5-6 ครั้ง	มากกว่า 6 ครั้ง	รวม
โสด	134 (33.5)	115 (28.7)	25 (6.3)	11 (2.8)	285 (71.3)
สมรส	47 (11.8)	43 (10.8)	7 (1.8)	6 (1.2)	103 (25.6)
หย่าร้าง	5 (1.3)	4 (1.1)	3 (0.7)	0 (0.0)	12 (3.1)
รวม	186 (46.6)	162 (40.6)	35 (8.8)	17 (4.0)	400 (100)

หมายเหตุ : ในวงเล็บแสดงค่าร้อยละ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.6 รองลงมา ลงทุน 2-4 ครั้ง จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.6 ลงทุน 5-6 ครั้ง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และลงทุนมากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ โดยจำแนกการลงทุนตามสถานภาพได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างสถานภาพโสด ส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาลงทุน 2-4 ครั้ง จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 ลงทุน 5-6 ครั้ง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และลงทุนมากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 รองลงมาลงทุน 2-4 ครั้ง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 ลงทุน 5-6 ครั้ง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 และลงทุนมากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างสถานภาพหย่าร้าง ส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 รองลงมา ลงทุน 2-4 ครั้ง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 ลงทุน 5-6 ครั้ง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 และไม่มีผู้ลงทุนมากกว่า 6 ครั้ง ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างสถานภาพกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวม ผ่านทาง Mobile Application	Chi-Square	df	Sig.	สรุปผล
จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวม ผ่านทาง Mobile Application ใน รอบ 3 เดือนที่ผ่านมา	5.571	6	0.473	ไม่มีความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ คำนวณค่า Chi-Square ได้เท่ากับ 5.571 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.473 ซึ่งเมื่อกำหนดค่าที่มีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า Sig. ที่ได้จึงมีค่ามากกว่าค่านัยยะสำคัญทางสถิติ จึงสรุปได้ว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4.4 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์: ระดับการศึกษา

สมมุติฐาน : ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.14 – 4.15

ตารางที่ 4.14 จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา				
	น้อยกว่า 2 ครั้ง	2-4 ครั้ง	5-6 ครั้ง	มากกว่า 6 ครั้ง	รวม
ต่ำกว่าปริญญาตรี	5 (1.3)	2 (0.5)	4 (1.0)	0 (0.0)	11 (2.8)
ปริญญาตรี	145 (36.3)	118 (29.5)	27 (6.8)	7 (1.8)	297 (74.4)
สูงกว่าปริญญาตรี	36 (9.0)	42 (10.6)	4 (1.0)	10 (2.2)	92 (22.8)
รวม	186 (46.6)	162 (40.6)	35 (8.8)	17 (4.0)	400 (100)

หมายเหตุ : ในวงเล็บแสดงค่าร้อยละ

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.6 รองลงมาลงทุน 2-4 ครั้ง จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.6 ลงทุน 5-6 ครั้ง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และลงทุนมากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ โดยจำแนกการลงทุนตามระดับการศึกษาได้ดังนี้

กลุ่มต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 รองลงมาลงทุน 5-6 ครั้ง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ลงทุน 2-4 ครั้ง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 และไม่มีผู้ลงทุนมากกว่า 6 ครั้ง ตามลำดับ

กลุ่มปริญญาตรี ส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมาลงทุน 2-4 ครั้ง จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 ลงทุน 5-6 ครั้ง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 และลงทุนมากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

กลุ่มสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา 2-4 ครั้ง จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.6 รองลงมาลงทุนน้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน

36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ลงทุนมากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 และลงทุน 5-6 ครั้ง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	Chi-Square	df	Sig.	สรุปผล
จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา	27.541	6	0.000*	มีความสัมพันธ์

หมายเหตุ : *ค่าที่มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ คำนวณค่า Chi-Square ได้เท่ากับ 27.541 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งเมื่อกำหนดค่าที่มีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า Sig. ที่ได้จึงมีค่าน้อยกว่าค่านัยยะสำคัญทางสถิติ จึงสรุปได้ว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

4.4.5 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์: อาชีพ

สมมติฐาน : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.16 – 4.17

ตารางที่ 4.16 จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา				
	น้อยกว่า 2 ครั้ง	2-4 ครั้ง	5-6 ครั้ง	มากกว่า 6 ครั้ง	รวม
นักเรียน/นักศึกษา	13 (3.3)	3 (0.8)	0 (0.0)	1 (0.3)	17 (4.4)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

อาชีพ	จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา				
	น้อยกว่า 2 ครั้ง	2-4 ครั้ง	5-6 ครั้ง	มากกว่า 6 ครั้ง	รวม
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58 (14.5)	49 (12.3)	13 (3.3)	4 (1.0)	124 (31.1)
พนักงานบริษัทเอกชน	92 (23.0)	82 (20.5)	16 (4.0)	10 (2.5)	200 (50.0)
ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	21 (5.3)	28 (7.0)	6 (1.5)	2 (0.2)	57 (14.0)
อื่น ๆ	2 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)
รวม	186 (46.6)	162 (40.6)	35 (8.8)	17 (4.0)	400 (100)

หมายเหตุ : ในวงเล็บแสดงค่าร้อยละ

จากตารางที่ 4.16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.6 รองลงมา ลงทุน 2-4 ครั้ง จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.6 ลงทุน 5-6 ครั้ง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และลงทุนมากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ โดยจำแนกการลงทุนตามอาชีพได้ดังนี้

กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 รองลงมาลงทุน 2-4 ครั้ง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ลงทุนมากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 และไม่มีผู้ลงทุน 5-6 ครั้ง ตามลำดับ

กลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 รองลงมา ลงทุน 2-4 ครั้ง จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ลงทุน 5-6 ครั้ง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 และลงทุนมากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 รองลงมาลงทุน 2-4 ครั้ง จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ลงทุน 5-6 ครั้ง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และลงทุนมากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ ส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา 2-4 ครั้ง จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 รองลงมาลงทุนน้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ลงทุน 5-6 ครั้ง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และลงทุนมากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

กลุ่มอาชีพอื่น ๆ ส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4.17 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	Chi-Square	df	Sig.	สรุปผล
จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา	13.020	12	0.368	ไม่มีความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ ค่าพหุคูณ Chi-Square ได้เท่ากับ 13.020 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.368 ซึ่งเมื่อกำหนดค่าที่มีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า Sig. ที่ได้จึงมีค่ามากกว่าค่านัยยะสำคัญทางสถิติ จึงสรุปได้ว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

4.4.6 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์: รายได้

สมมติฐาน : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.18 – 4.19

ตารางที่ 4.18 จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา				
	น้อยกว่า 2 ครั้ง	2-4 ครั้ง	5-6 ครั้ง	มากกว่า 6 ครั้ง	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	8 (2.0)	3 (0.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	11 (2.8)
10,001 – 15,000 บาท	10 (2.5)	4 (1.0)	1 (0.3)	1 (0.3)	16 (4.1)
15,001 – 20,000 บาท	31 (7.8)	30 (7.5)	3 (0.8)	1 (0.3)	65 (16.4)
20,001 – 25,000 บาท	40 (10.0)	35 (8.8)	2 (0.5)	2 (0.5)	79 (19.8)
มากกว่า 25,001 บาท ขึ้นไป	97 (24.3)	90 (22.5)	29 (7.2)	13 (2.9)	229 (56.9)
รวม	186 (46.6)	162 (40.6)	35 (8.8)	17 (4.0)	400 (100)

หมายเหตุ : ในวงเล็บแสดงค่าร้อยละ

จากตารางที่ 4.18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.6 รองลงมา ลงทุน 2-4 ครั้ง จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.6 ลงทุน 5-6 ครั้ง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และลงทุนมากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ โดยจำแนกการลงทุนตามรายได้ ได้ดังนี้

กลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และลงทุน 2-4 ครั้ง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

กลุ่มผู้มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 รองลงมา ลงทุน 2-4 ครั้ง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ลงทุน 5-6 ครั้ง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 และลงทุนมากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

กลุ่มผู้มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 รองลงมา ลงทุน 2-4 ครั้ง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ลงทุน 5-6 ครั้ง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 และลงทุนมากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

กลุ่มผู้มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท ส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 รองลงมา

ลงทุน 2-4 ครั้ง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ลงทุน 5-6 ครั้ง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 และลงทุนมากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

กลุ่มผู้มีรายได้มากกว่า 25,001 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 รองลงมา ลงทุน 2-4 ครั้ง จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 ลงทุน 5-6 ครั้ง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 และลงทุนมากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	Chi-Square	df	Sig.	สรุปผล
จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา	19.199	12	0.084	ไม่มีความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ ค่าจำนวนค่า Chi-Square ได้เท่ากับ 19.199 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.084 ซึ่งเมื่อกำหนดค่าที่มีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า Sig. ที่ได้จึงมีค่ามากกว่าค่านัยยะสำคัญทางสถิติ จึงสรุปได้ว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

4.5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ตั้งสมมติฐานว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ดังนั้นจึงใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด นำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ได้แก่ จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้ออกมาทดสอบหาความสัมพันธ์โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS ในการประมวลผล โดยใช้สถิติทดสอบแบบ Chi-Square Tests ที่ระดับนัยยะสำคัญ 0.05 ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.5.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด: ผลិតภัณฑ์

สมมุติฐาน : ผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 แสดงผลการทดสอบสมมุติฐานระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวม ผ่านทาง Mobile Application			
	Chi-Square	df	Sig.	สรุปผล
1. Mobile Application ที่ท่านใช้ในการลงทุนกองทุนรวมมี Function ในการใช้งานที่ตรงกับความต้องการ เช่น สามารถสร้างพอร์ตการลงทุนได้ตามที่ต้องการ มีการสรุปยอดการลงทุนเป็นรายปี หรือสามารถเช็คกำไร/ขาดทุนของพอร์ตกองทุนได้ทันที	11.192	12	0.513	ไม่มีความสัมพันธ์
2. Mobile Application ที่ท่านใช้ในการลงทุนกองทุนรวม ใช้งานได้ง่าย มีความสะดวก รวดเร็ว เช่น มีขั้นตอนในการใช้งานน้อย เข้าใจง่าย เป็นต้น	5.510	9	0.788	ไม่มีความสัมพันธ์
3. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ทำให้ท่านสามารถบริหารจัดการกองทุนของท่านได้ทุกที่ทุกเวลาที่ท่านต้องการ	10.249	9	0.331	ไม่มีความสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวม ผ่านทาง Mobile Application			
	Chi-Square	df	Sig.	สรุปผล
4. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีความปลอดภัยสูง เช่น ตัว Application มีการขึ้นทะเบียนไว้กับ ก.ล.ต. หรืออยู่ในโครงการ “5 ขึ้นมั่นใจ” ของ ก.ล.ต.	9.966	9	0.353	ไม่มีความสัมพันธ์
5. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ทำให้ท่านมีโอกาสได้รับผลตอบแทนที่สูงกว่าหรือลดความเสี่ยงจากการขาดทุนได้มากกว่าการลงทุนผ่านทางช่องทางอื่น เพราะสามารถทำคำสั่งซื้อขายได้ตลอดเวลา ทำให้ทันต่อสถานการณ์ของตลาดกองทุนรวมทุกขณะ	13.337	12	0.345	ไม่มีความสัมพันธ์
6. การใช้ Mobile Application ในการลงทุนกองทุนรวมทำให้ท่านสามารถตรวจสอบสถานะการลงทุน และตรวจสอบการเคลื่อนไหวของการทำรายการได้ตลอดเวลา	13.740	9	0.132	ไม่มีความสัมพันธ์
7. ผู้ให้บริการ Mobile Application ที่ใช้ในการลงทุนกองทุนรวมจะมีการพัฒนาและแจ้ง Function การใช้งาน Application ใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้งานอยู่เสมอ	12.559	9	0.184	ไม่มีความสัมพันธ์
8. Mobile Application มีกองทุนรวมของแต่ละ บลจ. ให้เลือกลงทุนอย่างหลากหลาย	16.228	12	0.178	ไม่มีความสัมพันธ์
รวม	66.090	57	0.192	ไม่มีความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติระหว่างปัจจัยประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application จำนวนค่า Chi-Square ได้เท่ากับ 66.090 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.192 ซึ่งเมื่อกำหนดค่าที่มีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ลงนามไว้สำหรับใช้งานเพื่อการวิจัยเท่านั้น เมื่ออยู่ใต้เห็นชอบและเห็นชอบการวิจัยนี้แล้ว เอกสารนี้จะไม่ให้คัดลอกหรือเผยแพร่ในที่อื่นใด และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า Sig. ที่ได้จึงมีค่ามากกว่าค่านัยยะสำคัญทางสถิติ จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า Mobile Application มี Function ในการใช้งานที่ตรงกับความต้องการ Mobile Application ใช้งานได้ง่าย มีความสะดวก รวดเร็ว การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ทำให้สามารถบริหารจัดการการลงทุนได้ทุกที่ทุกเวลาที่ต้องการ การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีความปลอดภัยสูง การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ทำให้มีโอกาสได้รับผลตอบแทนที่สูงกว่าหรือลดความเสี่ยงจากการขาดทุนได้มากกว่าการลงทุนผ่านทางช่องทางอื่น การใช้ Mobile Application ในการลงทุนกองทุนรวมทำให้สามารถตรวจสอบสถานะการลงทุน และตรวจสอบการเคลื่อนไหวของการทำรายการได้ตลอดเวลา ผู้ให้บริการ Mobile Application ที่ใช้ในการลงทุนกองทุนรวมจะมีการพัฒนาและแจ้ง Function การใช้งาน Application ใหม่ๆที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้งานอยู่เสมอ และ Mobile Application มีกองทุนรวมของแต่ละ บลจ. ให้เลือกลงทุนอย่างหลากหลาย มีค่า Sig. คือ 0.513 0.788 0.331 0.353 0.345 0.132 0.184 และ 0.178 ตามลำดับ ซึ่งค่า Sig. ทั้งหมดมีค่ามากกว่าค่านัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) แต่ละข้อ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

4.5.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด: ราคา

สมมุติฐาน : ราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคากับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคากับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ด้านราคา (Price)	พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวม ผ่านทาง Mobile Application			
	Chi-Square	df	Sig.	สรุปผล
1. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าใช้จ่ายโดยรวมน้อยกว่าเมื่อเทียบกับการลงทุนด้วยช่องทางอื่น เช่น ค่าเดินทางไปซื้อหรือขายกองทุนรวมที่สาขาธนาคาร	15.547	12	0.213	ไม่มีความสัมพันธ์
2. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการขายหน่วยลงทุน (Front-End Fee) ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น	16.199	12	0.182	ไม่มีความสัมพันธ์
3. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการซื้อคืนหน่วยลงทุน (Back-End Fee) ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น	20.903	12	0.052	ไม่มีความสัมพันธ์
4. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการสับเปลี่ยนหน่วยลงทุนเข้า (Switching in Fee) ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น	11.230	12	0.509	ไม่มีความสัมพันธ์
5. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการสับเปลี่ยนหน่วยลงทุนออก (Switching Out Fee) ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น	13.536	12	0.331	ไม่มีความสัมพันธ์
6. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการจัดการที่ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น	19.687	12	0.073	ไม่มีความสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ด้านราคา (Price)	พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวม ผ่านทาง Mobile Application			
	Chi-Square	df	Sig.	สรุปผล
7. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมโดยรวมทั้งหมดที่เรียกเก็บจากผู้ถือหน่วยลงทุนและส่วนที่เรียกเก็บจากกองทุนรวม ต่ำกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น	19.694	12	0.073	ไม่มีความสัมพันธ์
รวม	55.213	60	0.651	ไม่มีความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวม กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application คำนวณค่า Chi-Square ได้เท่ากับ 55.213 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.651 ซึ่งเมื่อกำหนดค่าที่มีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า Sig. ที่ได้จึงมีค่ามากกว่าค่านัยยะสำคัญทางสถิติ จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ด้านราคา (Price) ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าใช้จ่ายโดยรวมน้อยกว่าเมื่อเทียบกับการลงทุนด้วยช่องทางอื่น การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการขายหน่วยลงทุน (Front-End Fee) ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการซื้อคืนหน่วยลงทุน (Back-End Fee) ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการสับเปลี่ยนหน่วยลงทุนเข้า (Switching in Fee) ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการสับเปลี่ยนหน่วยลงทุนออก (Switching Out Fee) ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการจัดการที่ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น และการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมโดยรวมทั้งหมดที่เรียกเก็บจากผู้ถือหน่วยลงทุนและส่วนที่เรียกเก็บจากกองทุนรวม ต่ำกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น มีค่า Sig. คือ 0.213 0.182 0.052 0.509 0.331 0.073 และ 0.073 ตามลำดับ ซึ่งค่า Sig. ทั้งหมดมีค่ามากกว่าค่านัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงสรุปได้ว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ด้านราคา (Price) แต่ละข้อ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

4.5.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด: ช่องทางการจัดจำหน่าย

สมมุติฐาน : ช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 แสดงผลการทดสอบสมมุติฐานระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application			
	Chi-Square	df	Sig.	สรุปผล
1. Mobile Application ที่ท่านใช้ในการลงทุนกองทุนรวม สามารถ Download ได้ง่าย	6.832	9	0.655	ไม่มีความสัมพันธ์
2. Mobile Application มี Platform ที่ครอบคลุม สามารถใช้ได้กับ Smartphone ทุกระบบ เช่น Android และ IOS	12.209	9	0.202	ไม่มีความสัมพันธ์
3. Mobile Application ที่ท่านใช้ในการลงทุนกองทุนรวม มีการแจ้ง Update เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถ Download Application version ใหม่ล่าสุดไปใช้งานได้เสมอ	16.990	12	0.150	ไม่มีความสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวม ผ่านทาง Mobile Application			
	Chi-Square	df	Sig.	สรุปผล
4. Mobile Application ที่ท่านใช้ในการลงทุนกองทุนรวม มีความสะดวกในการขอเปิดใช้งานครั้งแรก เช่น ไปดำเนินการที่ธนาคาร ซึ่งมีสาขาจำนวนมาก จึงเดินทางง่าย	14.931	12	0.245	ไม่มีความสัมพันธ์
รวม	49.918	30	0.013*	มีความสัมพันธ์

หมายเหตุ : *ค่าที่มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application คำนวณค่า Chi-Square ได้เท่ากับ 49.918 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.013 ซึ่งเมื่อกำหนดค่าที่มีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า Sig. ที่ได้จึงมีค่าน้อยกว่าค่านัยยะสำคัญทางสถิติ จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า Mobile Application ที่ใช้ในการลงทุนกองทุนรวม สามารถ Download ได้ง่าย Mobile Application มี Platform ที่ครอบคลุม สามารถใช้ได้กับ Smartphone ทุกระบบ Mobile Application ที่ใช้ในการลงทุนกองทุนรวม มีการแจ้ง Update เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถ Download Application version ใหม่ล่าสุดไปใช้งานได้เสมอ และ Mobile Application ที่ใช้ในการลงทุนกองทุนรวม มีความสะดวกในการขอเปิดใช้งานครั้งแรก มีค่า Sig. คือ 0.655 0.202 0.150 และ 0.245 ตามลำดับ ซึ่งค่า Sig. ทั้งหมดมีค่ามากกว่าค่านัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) แต่ละข้อ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

4.5.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด: การส่งเสริมการตลาด

สมมุติฐาน : การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวม ผ่านทาง Mobile Application			
	Chi-Square	df	Sig.	สรุปผล
1. การใช้ Mobile Application ทำให้ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารของกองทุนรวมประเภทต่าง ๆ หรือกองทุนเปิดใหม่ได้อย่างรวดเร็ว	13.385	12	0.342	ไม่มีความสัมพันธ์
2. การใช้ Mobile Application ทำให้ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมแต่ละประเภทได้เป็นอย่างดี เช่น ข้อมูลข่าวสารการลงทุน หรือคำแนะนำสถานการณ์ตลาด	11.373	12	0.497	ไม่มีความสัมพันธ์
3. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ทำให้ท่านได้รับสิทธิพิเศษเสมอ เช่น ได้รับค่าธรรมเนียมการซื้อกองทุนคืน หรือได้รับของที่ระลึกจากการเปิดบัญชีกองทุนครั้งแรก	13.028	12	0.367	ไม่มีความสัมพันธ์
4. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ทำให้ท่านสามารถชำระค่ากองทุนผ่านทางบัตรเครดิตได้ ทำให้ได้รับคะแนนสะสมเพิ่ม	12.966	12	0.372	ไม่มีความสัมพันธ์
รวม	40.582	42	0.533	ไม่มีความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทางเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่อผู้ผู้ใดเห็นาเบ้ขอประยอช่นด้นการค่าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Mobile Application คำนวณค่า Chi-Square ได้เท่ากับ 40.582 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.533 ซึ่งเมื่อกำหนดค่าที่มีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า Sig. ที่ได้จึงมีค่ามากกว่าค่านัยยะสำคัญทางสถิติ จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การใช้ Mobile Application ทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารของกองทุนรวมประเภทต่าง ๆ หรือกองทุนเปิดใหม่ได้อย่างรวดเร็ว การใช้ Mobile Application ทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมแต่ละประเภทได้เป็นอย่างดี การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ทำให้ได้รับสิทธิพิเศษเสมอ และ การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ทำให้สามารถชำระค่ากองทุนผ่านทางบัตรเครดิตได้ ทำให้ได้รับคะแนนสะสมเพิ่ม มีค่า Sig. คือ 0.342 0.497 0.367 และ 0.372 ตามลำดับ ซึ่งค่า Sig. ทั้งหมดมีค่ามากกว่าค่านัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) แต่ละข้อ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ในบทนี้จะกล่าวถึงการสรุปผล การอภิปราย และข้อเสนอแนะการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application โดยระยะเวลาในการศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัย คือระหว่างเดือน มีนาคม 2563 ถึงเดือนเมษายน 2563 ใช้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาทั้งสิ้น จำนวน 400 ตัวอย่าง และเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งสถิติที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และสถิติที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน คือ การทดสอบความเป็นอิสระหรือความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว (Chi-Square)

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ที่วิจัย ได้จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยในบทที่ 4 จึงสามารถสรุปผลการวิจัย โดยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผล
- 5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 31 – 40 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป

5.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างของประชากรผู้ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4P ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีระดับความคิดเห็นคือมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับความคิดเห็นคือมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความคิดเห็นคือมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และปัจจัยด้านราคามีระดับความคิดเห็นคือปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 ตามลำดับ

5.1.3 ข้อมูลพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ของผู้ตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ Application K-My Funds ในการลงทุน ลงทุนในกองทุนรวมที่ลงทุนในสินทรัพย์ทางเลือก เหตุผลหลักที่เลือกลงทุนในกองทุนรวมคือการออมเงิน เป้าหมายหลักในการลงทุนคือออมเงินเพื่อเกษียณอายุ ช่วงเวลาที่มักจะลงทุนในกองทุนรวมคือหลังได้รับรายได้ประจำ ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมาลงทุนในกองทุนรวมน้อยกว่า 2 ครั้ง บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนรวมคือสื่อต่าง ๆ

5.1.4 สรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application สามารถสรุปผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้ดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 สมมติฐานการวิจัย และผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	มีความสัมพันธ์	ไม่มีความสัมพันธ์
1.1 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application		✓
1.2 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application		✓

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	มีความสัมพันธ์	ไม่มีความสัมพันธ์
1.3 สถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application		✓
1.4 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	✓	
1.5 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application		✓
1.6 รายได้โดยเฉลี่ยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application		✓

จากตารางที่ 5.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application คือ ระดับการศึกษา ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application คือ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้

5.1.5 สรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application สามารถสรุปผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้ดังตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 สมมติฐานการวิจัย และผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	มีความสัมพันธ์	ไม่มีความสัมพันธ์
2.1 ผลลัพธ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application		✓
2.2 ราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application		✓
2.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	✓	
2.4 การส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application		✓

จากตารางที่ 5.2 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย ในขณะที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ได้แก่ ผลลัพธ์ ราคา และ การส่งเสริมการตลาด

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application” สามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายได้ดังนี้

5.2.1 อภิปรายผลการศึกษาข้อมูลความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application คือ ระดับการศึกษา ซึ่งสามารถอภิปรายได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application อันเนื่องมาจาก การลงทุนเป็นเรื่องที่มีความซับซ้อน ซึ่งผู้ลงทุนจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจทั้งในด้านของ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ รูปแบบของการเงินการลงทุน และยังคงติดตามเหตุการณ์ต่าง ๆ ทั้งในและนอกประเทศที่อาจส่งกระทบกับสภาพเศรษฐกิจ หรือตลาดการเงินการลงทุน ดังนั้นการจะเข้าใจเรื่องดังกล่าวจะนำไปสู่พฤติกรรมการลงทุนได้นั้น บุคคลผู้ลงทุนจำเป็นต้องได้รับการศึกษาในระดับที่ทำให้เข้าใจถึงพื้นฐาน รูปแบบต่าง ๆ ของเศรษฐกิจและการลงทุนเป็นอย่างดี และนอกจากจะเข้าใจในเรื่องของการลงทุนแล้ว ผู้ลงทุนยังต้องใช้ความรู้พื้นฐานที่มีในการทำความเข้าใจรูปแบบการลงทุน หรือนวัตกรรมการลงทุนใหม่ๆ ที่สถาบันการเงินต่าง ๆ พัฒนาขึ้นมาอย่างหลากหลายและมากมายในปัจจุบัน เช่น กองทุนรวมต่าง ๆ ที่มีสัดส่วนการลงทุนในแต่ละตลาดเงินหรือสินทรัพย์ ที่แตกต่างกันไปตามเป้าหมายและนโยบายของแต่ละกองทุน หรือเครื่องมือที่ช่วยในการลงทุน เช่น Mobile Application ที่เรากำลังศึกษากันอยู่นี้ อาจกล่าวได้ว่า ผู้ลงทุนในกองทุนรวมจำเป็นต้องมีระดับการศึกษาที่เพียงพอ ซึ่งจากผลการวิจัยชี้ให้เห็นแล้วว่า ผู้ที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีรวมกันถึงร้อยละ 97.2 จากกลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลทั้งหมด ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัตรแพรว พูนเอียด (2558) ซึ่งได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยและพฤติกรรมในการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความถี่ในการลงทุนของกองทุนรวมหุ้นระยะยาว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรญาดา สุวรรณโณ (2562) ซึ่งได้ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันเอโมบายของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดสตูล ที่พบว่าระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชันเอโมบาย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application คือ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ ซึ่งสามารถแยกอภิปรายตามหัวข้อได้ดังต่อไปนี้

เพศที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application อันเนื่องมาจาก ในปัจจุบัน พฤติกรรมดำรงชีวิต และบทบาทหน้าที่ของทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเท่าเทียมกัน ทั้งในเรื่องของ โอกาสทางการศึกษา หน้าที่การงาน และบทบาททางสังคม ดังนั้นพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application จึงไม่ขึ้นอยู่กับความเป็นเพศชาย หรือเพศหญิงของผู้ลงทุน แต่ขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคล หรือสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ของผู้ลงทุนมากกว่า เช่น เป้าหมายในชีวิต หรือสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ ณ ขณะนั้น จึงทำให้สัดส่วนผู้ลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ของกลุ่มตัวอย่าง อยู่

ในระดับที่ใกล้เคียงกัน คือ เพศชาย ลงทุนคิดเป็นร้อยละ 47.8 ในขณะที่เพศหญิง ลงทุนคิดเป็นร้อยละ 52.2 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ละ 52.2 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฌภาวิช ธนชาติเดชินท์ (2560) ซึ่งได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมความพึงพอใจในการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันของผู้บริโภค ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันมี พฤติกรรมการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันไม่แตกต่างกัน

อายุที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application อันเนื่องมาจาก ถึงแม้ว่าระดับอายุที่แตกต่างกัน จะทำให้ผู้ลงทุนมีความ แตกต่างกันในเรื่องของ วุฒิภาวะ ประสบการณ์ รายได้ หรือแม้แต่มุมมองต่อการลงทุน แต่ นอกเหนือจากเรื่องดังกล่าวแล้ว สิ่งที่น่าจะส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนของผู้ลงทุนในแต่ละระดับ อายุมากที่สุด คือ สถานการณ์ของเศรษฐกิจในขณะนั้น เพราะถึงแม้ว่าระดับอายุของผู้ลงทุนจะมี ความแตกต่างกัน แต่การลงทุนของผู้ลงทุนจะมีเป้าหมายเดียวกันเสมอ คือเพื่อให้ได้รับผลตอบแทน ซึ่งการได้รับมาซึ่งผลตอบแทนจากการลงทุนนั้น มีปัจจัยด้านสถานการณ์ทางเศรษฐกิจเข้ามาร่วม ด้วย นอกจากนี้ผู้วิจัยยังมีความเห็นว่า Mobile Application ได้ถูกออกแบบมาให้เหมาะกับการใช้ งานของบุคคลทุกเพศทุกวัยอยู่แล้ว ดังนั้นพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application จึงไม่มีความสัมพันธ์กับกับระดับอายุของผู้ลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณ พร หวลมานพ และ รศ.กัลยกร วรกุลดิฐฐานีย์ (2559) ซึ่งได้ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการความพึงพอใจ ของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขต กรุงเทพมหานคร ที่พบว่าตัวแปรด้านอายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเคโม บายแบงก์กิ้งพลัสด้านความถี่ในการใช้งาน

สถานภาพที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่าน ทาง Mobile Application อันเนื่องมาจาก ในสังคมปัจจุบันสถานภาพต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นโสด สมรส หรือหย่าร้าง บุคคลในทุกสถานภาพล้วนแล้วแต่มีความเท่าเทียมกันในทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นสิทธิ ต่าง ๆ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร การเลือกลงทุนในกองทุนรวม รวมไปถึงการใช้ Application เป็น เครื่องมือในการลงทุนกองทุนรวม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมในการลงทุน ในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ดังนั้นความแตกต่างทางสถานภาพจึงไม่ได้ทำให้เกิด ข้อจำกัดในการที่จะทำให้เกิดความสัมพันธ์กับกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application อย่างไรก็ตามจากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิด เป็นร้อยละ 71.3 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นพมาศ เสงวิทยา (2553) ซึ่งได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ มีผลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินทางอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารกรุงไทย อำเภอเมือง นครปฐม จังหวัดนครปฐม ที่พบว่าสถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับการทำธุรกรรมทางการเงินทาง อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งด้านจำนวนครั้งที่ใช้บริการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน

อาชีพที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application อันเนื่องมาจาก ไม่ว่าจะเป็นนักลงทุนที่อยู่ในอาชีพใดก็ตาม ล้วนแล้วแต่มี เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเท่าเทียมกันในการรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application นั้น เกิดจากความสนใจในการลงทุนเพื่อเป้าหมายที่แตกต่างกันของนักลงทุน การเลือกลงทุนในกองทุนรวมเกิดจากการพิจารณาและศึกษาถึงความเหมาะสมในการลงทุนของนักลงทุนแต่ละราย และการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application เกิดจากการศึกษาเรียนรู้จนทราบถึงข้อดีและข้อเสียของการใช้ Mobile Application ในการลงทุน ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมานั้นปัจจัยด้านอาชีพที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์ใด ๆ ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นนักลงทุนที่อยู่ในอาชีพใดก็ตาม สามารถที่จะลงทุนได้โดยมีเป้าหมายในการลงทุนที่แตกต่างกันไป สามารถเลือกลงทุนในกองทุนรวม และใช้ Mobile Application ในการลงทุนได้ จากการศึกษาข้อมูลความรู้ทั้งจากหนังสือชี้ชวนของสถาบันการเงินต่าง ๆ หรือคู่มือการใช้ Application ที่ไม่ว่าบุคคลในอาชีพใดก็สามารถเข้าถึงข้อมูลเหล่านั้นได้ โดยที่อาชีพไม่ได้เป็นอุปสรรคในการเข้าถึงข้อมูลดังกล่าว นอกจากนี้ผู้วิจัยยังมีความเห็นว่า เมื่อมองในมุมของระดับการศึกษากับอาชีพของกลุ่มตัวอย่างแล้วจะพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน รวมกันคิดเป็นร้อยละ 81.0 ซึ่งอาจพิจารณาได้ว่าผู้อยู่ในอาชีพดังกล่าวนี้มีระดับการศึกษาและความรู้ความสามารถที่เพียงพอในการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application โดยอาชีพที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application แต่อย่างใด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรวิมล เวชพานิช และผศ.ดร. อริสรา เสยานนท์ (2561) ซึ่งได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในจังหวัดลพบุรี ที่พบว่าอาชีพที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ที่แตกต่างกัน

รายได้ที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application อันเนื่องมาจากในการวิจัยครั้งนี้เราศึกษาความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ซึ่งใช้จำนวนครั้งที่ลงทุนในกองทุนรวมในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา เป็นตัวแทนของพฤติกรรมการลงทุน หรือที่เรียกว่าความถี่ในการลงทุน ซึ่งการที่ปัจจัยด้านรายได้ของกลุ่มตัวแทนกับความถี่ในการลงทุน ไม่เกิดความสัมพันธ์ขึ้นนั้น เกิดจากความเป็นไปได้ที่ความถี่ในการลงทุนของผู้มีรายได้ต่างกันจะไม่แตกต่างกัน แต่ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านรายได้ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ลงทุนในแต่ละครั้ง ซึ่งจำนวนเงินที่ลงทุนในแต่ละครั้ง ไม่ได้เป็นหนึ่งในหัวข้อของการวิจัยในครั้งนี้ อีกสาเหตุที่ทำให้ปัจจัยด้านรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application นั้นอาจเนื่องมาจาก การที่กลุ่มตัวอย่างมีระดับรายได้ใกล้เคียงกัน คือมีรายได้มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 57.1 จึงทำให้ไม่เห็นถึงความสัมพันธ์ในผลของการวิจัยครั้งนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.2 อภิปรายผลการศึกษาข้อมูลความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ซึ่งสามารถอภิปรายได้ดังนี้

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application อันเนื่องมาจากความหลากหลายของกองทุนรวมประเภทต่าง ๆ และการที่บริษัทหลักทรัพย์ต่าง ๆ ได้จัดตั้งกองทุนรวมขึ้นมากมายแตกต่างกันไปตามสินทรัพย์ที่ลงทุนและนโยบายในการลงทุนของกองทุนรวมนั้น ๆ ทำให้นักลงทุนมีกองทุนรวมมากมายให้เลือกลงทุน การลงทุนในกองทุนรวมที่นักลงทุนสนใจลงทุนจะถูกจำกัดให้ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ผู้จัดตั้งกองทุนรวม ดังนั้นการมี Application เข้ามาเป็นเครื่องมือในการลงทุน ทำให้นักลงทุนลงทุนในกองทุนรวมต่าง ๆ ได้มากขึ้นตามความสนใจของแต่ละคน ซึ่งการได้ Application มาใช้งานนั้นคือส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ความสะดวกรวดเร็วในการได้ Application มาใช้งานจึงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ยกตัวอย่างเช่น ถ้านักลงทุนมีความสนใจกองทุนรวมของบริษัทหลักทรัพย์ที่ตนเองไม่เคยใช้บริการมาก่อน การที่สามารถ Download Application ในการลงทุนในกองทุนรวมมาใช้งาน การที่ Application ที่ต้องการสามารถใช้ได้กับ Smart phone ที่ตนเองมี การที่ Application มีการปรับปรุงพัฒนาอยู่เสมอ และความสะดวกในการขอเปิดใช้งาน Application ในครั้งแรก เหล่านี้ล้วนนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลยะรัตน์ จอมพงษ์ (2558) ซึ่งได้ศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ในกลุ่มลูกค้าเงินออเรชั่นวาย ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่พบว่าส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งสามารถอภิปรายได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ (Product) ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ถึงแม้ว่าระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ยสูงถึง 4.11 แต่จากผลการวิจัยกลับพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์กับพฤติกรรมการลงทุนใน

กองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application อันเนื่องมาจาก การลงทุนในกองทุนรวมด้วย Mobile เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Application นั้น นักลงทุนจะเลือกใช้ Application ที่สามารถทำการซื้อขายกองทุนรวมทั้งนักลงทุนให้ความสนใจลงทุนเท่านั้น และการลงทุนในกองทุนรวมแต่ละประเภทอาจมีปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่แตกต่างกันไปในการลงทุน ไม่ว่าจะเป็นสถานการณ์ทางเศรษฐกิจของตัวผู้ลงทุนเอง หรือสถานการณ์ทางเศรษฐกิจของสินทรัพย์ที่กองทุนรวมนั้นเข้าไปลงทุน ซึ่งเป็นผลทำให้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ยกตัวอย่างเช่น จากผลการวิจัยพบว่า ร้อยละ 48.5 ของกลุ่มตัวอย่าง เลือกลงทุนในกองทุนรวมที่ลงทุนในสินทรัพย์ทางเลือก คือ ทองคำและน้ำมัน ซึ่งความผันผวนของราคาน้ำมันและทองคำส่งผลโดยตรงต่อจำนวนครั้งที่ผู้ลงทุนลงทุนในกองทุนรวมในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา หรือสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค Covid 19 ทำให้ระบบเศรษฐกิจชะลอตัวส่งผลให้รายได้ของกลุ่มตัวอย่างลดลง ซึ่งมีผลกระทบโดยตรงเช่นเดียวกันกับจำนวนครั้งที่ผู้ลงทุนลงทุนในกองทุนรวมในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่ามีปัจจัยอื่น ๆ มาแทรกแซงทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรา มหามงคล (2554) ซึ่งได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

ราคา (Price) ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application อันเนื่องมาจาก เมื่อพิจารณาจากผลการวิจัยระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จะพบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง คือมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.37 เท่านั้น ดังนั้นปัจจัยด้านราคาในการใช้ Application ในการลงทุนกองทุนรวม จึงมีความแตกต่างน้อยมากเมื่อเทียบกับการลงทุนในกองทุนรวมด้วยช่องทางอื่น ๆ ดังจะเห็นได้จากค่าธรรมเนียมในการซื้อขายและสับเปลี่ยนกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ไม่มีความแตกต่างจากการซื้อขายสับเปลี่ยนกองทุนรวมด้วยช่องทางอื่น โดยในปัจจุบันมีกองทุนไม่กี่กองทุนเท่านั้นที่ยกเว้นค่าธรรมเนียมในการซื้อขายสับเปลี่ยนกองทุนรวม เมื่อทำการซื้อขายสับเปลี่ยนผ่านทาง Mobile Application เช่น กองทุนรวมประเภท E Class ของบริษัทหลักทรัพย์ไทยพาณิชย์ ดังนั้นปัจจัยด้านราคาจึงยังไม่เพียงพอที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application อันเนื่องมาจาก เมื่อพิจารณาจากผลการวิจัยระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าการส่งเสริมการตลาดในเรื่องของการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน กับคำแนะนำเกี่ยวกับการลงทุนจะมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.03 และ 3.82 ตามลำดับ ซึ่งควรที่จะมีความสัมพันธ์กับเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application แต่ในที่สุดแล้ว พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นด้วย ไม่ว่าจะเป็น เป็นลักษณะของการลงทุนในแต่ละกองทุนรวมที่ลงทุนในสินทรัพย์ที่มีความผันผวนและได้รับ ผลกระทบจากราคาในตลาด หรือปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจของผู้ลงทุนเอง เช่น ความสามารถในการลงทุนลดลงอันเนื่องมาจากได้รับผลกระทบจากโรคระบาด นอกจากนี้ การได้รับสิทธิพิเศษ ต่าง ๆ จากการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application และการชำระค่ากองทุนรวมด้วย บัตรเครดิตซึ่งอาจทำให้ได้แต้มสะสม มีระดับความคิดเห็นปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.28 และ 3.32 ตามลำดับ ซึ่งการส่งเสริมการตลาดดังกล่าว ยังไม่มีความแตกต่างจากการลงทุนใน กองทุนรวมผ่านทางช่องทางปกติหรือช่องทางทางเลือกอื่นอย่างเห็นได้ชัด ดังนั้นปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาดจึงยังไม่เพียงพอที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวม ผ่านทาง Mobile Application

5.2.3 อภิปรายผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดในข้อที่มี ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามแตกต่างกันมาก (ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกิน 1)

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ทำให้ ท่านมีโอกาสได้รับผลตอบแทนที่สูงกว่าหรือลดความเสี่ยงจากการขาดทุนได้มากกว่าการลงทุนผ่าน ทางช่องทางอื่น เพราะสามารถทำคำสั่งซื้อขายได้ตลอดเวลา ทำให้ทันต่อสถานการณ์ของตลาด กองทุนรวมทุกขณะ

สาเหตุที่ระดับความคิดเห็นแตกต่างกันมากเนื่องจาก การซื้อขายสับเปลี่ยนกองทุนรวม ไม่สามารถทราบถึงมูลค่าที่แท้จริงขณะทำธุรกรรมได้ เนื่องจากราคากองทุนรวม (NAV) ไม่ Update แบบ real time ดังนั้นจึงทำได้เพียงประมาณการผลกำไรหรือขาดทุน ซึ่งอาจไม่ตรงกับความเป็นจริง

2. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) Mobile Application มีกองทุนรวมของแต่ละ บลจ. ให้เลือก ลงทุนอย่างหลากหลาย

สาเหตุที่ระดับความคิดเห็นแตกต่างกันมากเนื่องจาก มีแค่เพียง Mobile Application ของ สถาบันการเงินประเภท Broker เท่านั้น ที่สามารถใช้ลงทุนในกองทุนรวมของหลาย บลจ. ได้

3. ด้านราคา (Price) การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มี ค่าธรรมเนียมการขายหน่วยลงทุน (Front-End Fee) ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น

สาเหตุที่ระดับความคิดเห็นแตกต่างกันมากเนื่องจาก มีแค่กองทุนรวมแค่ไม่กี่กองทุน เท่านั้นที่มีค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ถูกกว่า เมื่อทำธุรกรรมผ่านทาง Mobile Application เช่น กองทุน รวมประเภท E-class ของ บลจ.ไทยพาณิชย์

4. ด้านราคา (Price) การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการซื้อคืนหน่วยลงทุน (Back-End Fee) ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น

สาเหตุที่ระดับความคิดเห็นแตกต่างกันมากเนื่องจาก มีแค่กองทุนรวมแค่ไม่กี่กองทุนเท่านั้นที่มีค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ถูกกว่า เมื่อทำธุรกรรมผ่านทาง Mobile Application เช่น กองทุนรวมประเภท E-class ของ บลจ.ไทยพาณิชย์

5. ด้านราคา (Price) การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการสับเปลี่ยนหน่วยลงทุนเข้า (Switching in Fee) ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น

สาเหตุที่ระดับความคิดเห็นแตกต่างกันมากเนื่องจาก มีแค่กองทุนรวมแค่ไม่กี่กองทุนเท่านั้นที่มีค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ถูกกว่า เมื่อทำธุรกรรมผ่านทาง Mobile Application เช่น กองทุนรวมประเภท E-class ของ บลจ.ไทยพาณิชย์

6. ด้านราคา (Price) การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการสับเปลี่ยนหน่วยลงทุนออก (Switching Out Fee) ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น

สาเหตุที่ระดับความคิดเห็นแตกต่างกันมากเนื่องจาก มีแค่กองทุนรวมแค่ไม่กี่กองทุนเท่านั้นที่มีค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ถูกกว่า เมื่อทำธุรกรรมผ่านทาง Mobile Application เช่น กองทุนรวมประเภท E-class ของ บลจ.ไทยพาณิชย์

7. ด้านราคา (Price) การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการจัดการที่ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น

สาเหตุที่ระดับความคิดเห็นแตกต่างกันมากเนื่องจาก มีแค่กองทุนรวมแค่ไม่กี่กองทุนเท่านั้นที่มีค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ถูกกว่า เมื่อทำธุรกรรมผ่านทาง Mobile Application เช่น กองทุนรวมประเภท E-class ของ บลจ.ไทยพาณิชย์

8. ด้านราคา (Price) การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมโดยรวมทั้งส่วนที่เรียกเก็บจากผู้ถือหน่วยลงทุนและส่วนที่เรียกเก็บจากกองทุนรวมต่ำกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น

สาเหตุที่ระดับความคิดเห็นแตกต่างกันมากเนื่องจาก มีแค่กองทุนรวมแค่ไม่กี่กองทุนเท่านั้นที่มีค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ถูกกว่า เมื่อทำธุรกรรมผ่านทาง Mobile Application เช่น กองทุนรวมประเภท E-class ของ บลจ.ไทยพาณิชย์

9. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) Mobile Application ที่ท่านใช้ในการลงทุนกองทุนรวม มีความสะดวกในการขอเปิดใช้งานครั้งแรก เช่น ไปดำเนินการที่ธนาคาร ซึ่งมีสาขาจำนวนมาก จึงเดินทางง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สาเหตุที่ระดับความคิดเห็นแตกต่างกันมากเนื่องจาก การขอเปิดให้บริการ Application ครั้งแรกมีความแตกต่างกันไปตามนโยบายของแต่ละสถาบันการเงินผู้ให้บริการ

10. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การใช้ Mobile Application ทำให้ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารของกองทุนรวมประเภทต่าง ๆ หรือกองทุนเปิดใหม่ได้อย่างรวดเร็ว

สาเหตุที่ระดับความคิดเห็นแตกต่างกันมากเนื่องจาก ปัจจุบันมีแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุนมากมายให้นักลงทุนเลือกใช้

11. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การใช้ Mobile Application ทำให้ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมแต่ละประเภทได้เป็นอย่างดี เช่น ข้อมูลข่าวสารการลงทุน หรือคำแนะนำสถานการณ์ตลาด

สาเหตุที่ระดับความคิดเห็นแตกต่างกันมากเนื่องจาก ปัจจุบันมีแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุนมากมายให้นักลงทุนเลือกใช้

12. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ทำให้ท่านได้รับสิทธิพิเศษเสมอ เช่น ได้รับค่าธรรมเนียมการซื้อกองทุนคืน หรือได้รับของที่ระลึกจากการเปิดบัญชีกองทุนครั้งแรก

สาเหตุที่ระดับความคิดเห็นแตกต่างกันมากเนื่องจาก การส่งเสริมการตลาดมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละสถาบันการเงินผู้ให้บริการ

13. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ทำให้ท่านสามารถชำระค่ากองทุนผ่านทางบัตรเครดิตได้ ทำให้ได้รับคะแนนสะสมเพิ่ม

สาเหตุที่ระดับความคิดเห็นแตกต่างกันมากเนื่องจาก การส่งเสริมการตลาดมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละสถาบันการเงินผู้ให้บริการ

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

1. จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านประกรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application นั้น มีแค่ปัจจัยด้านระดับการศึกษาเพียงด้านเดียวที่แสดงให้เห็นถึงการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้พัฒนา Application ได้พัฒนาให้ Application สามารถใช้ได้กับบุคคลทั่วไปในสังคมทุกเพศทุกวัย ซึ่งเป็นรูปแบบที่เอื้อต่อการทำให้เกิดพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application อยู่แล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การพัฒนา Mobile Application เพื่อใช้ในการลงทุนในกองทุนรวม ของผู้ให้บริการแต่ละรายมีคุณสมบัติและความคล้ายคลึงกันในรูปแบบการใช้งาน ซึ่งตรงกับความต้องการของนักลงทุนตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ แต่สิ่งที่ทำให้นักลงทุนเลือกใช้ Application ตัวใดในการลงทุนกองทุนรวมนั้น ไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติหรือรูปแบบการใช้งานของ Application แต่ขึ้นอยู่กับกองทุนรวมที่สามารถลงทุนได้ผ่านทาง Application นั้น ๆ เป็นหลัก ดังนั้นถ้าผู้ให้บริการ Application สามารถพัฒนา Application ที่สามารถลงทุนในกองทุนรวมได้ทุกกองทุนที่เปิดให้ลงทุน โดยมีคุณสมบัติและรูปแบบที่ตรงกับความต้องการในการใช้งานของนักลงทุน จะทำให้ Application ดังกล่าวมีผู้ใช้งานมากยิ่งขึ้น

3. นอกจากความสะดวกสบายที่นักลงทุนได้รับจากการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application แล้ว พบว่าความแตกต่างในด้านของต้นทุนในการลงทุน เช่นค่าธรรมเนียมในการซื้อขายสับเปลี่ยนกองทุนรวม หรือสิทธิพิเศษด้านอื่น ๆ ยังไม่มีความแตกต่างจากการการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทางช่องทางปกติหรือช่องทางทางเลือกอื่นมากนัก ดังนั้นการทำให้เกิดความแตกต่างในเรื่องเหล่านี้ได้ จะช่วยเพิ่มพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ได้มากยิ่งขึ้น

4. ถึงแม้ว่าระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application จะอยู่ในระดับสูง แต่ผลการวิจัยกลับพบว่ามีแค่ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแต่ด้านเดียว ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนฯ แสดงให้เห็นว่ามีปัจจัยด้านอื่นที่เราควรพิจารณาเพิ่มเติมในการศึกษาพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่าน Mobile Application เช่น ระดับความเสี่ยงหรือความผันผวนของกองทุนรวม หรือสาเหตุใดที่ทำให้เลือกใช้ Application นั้น ๆ ในการลงทุน เป็นต้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้พบว่าปัจจัยหลายอย่างที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ทั้งปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งมีความเป็นไปได้ว่า อาจเกิดจาก การเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วงเวลาการเกิดโรคระบาด Covid-19 ซึ่งทำให้ระบบเศรษฐกิจหยุดชะงัก อย่างที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนในประเทศ การเลือกใช้ตัวแปรในการศึกษาอาจยังไม่เหมาะสมหรือไม่เพียงพอต่อการศึกษาในเรื่องของความสัมพันธ์ รวมไปถึงการเลือกใช้สถิติโคสแควร์ในงานวิจัยซึ่งไม่สามารถบอกได้ถึงความแตกต่างของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร จึงขอเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตดังต่อไปนี้

1. เนื่องจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงที่เกิดการระบาดของโรค Covid-19 ทำให้การลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลเป็นไปได้ด้วยความยากลำบาก และอาจไม่ได้รับความเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถามมากนัก รวมไปถึงผลกระทบจากการระบาดของโรค ทำให้ระบบเศรษฐกิจหยุดชะงัก ซึ่งมีผลกระทบโดยตรงกับกลุ่มตัวอย่างในเรื่องของพฤติกรรมการลงทุน ดังนั้นควรมีการทำการเก็บข้อมูลในช่วงที่สถานการณ์กลับสู่ปกติเพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการลงทุนที่แท้จริง

2. ควรขยายขอบเขตพื้นที่ และกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลเพื่อทำการศึกษาให้มากยิ่งขึ้น เช่น ขยายพื้นที่เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างไปยังจังหวัดอื่น เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นและความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ว่ามีความสอดคล้องหรือแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

3. ควรหาประเภทของพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application อื่น ๆ มาใช้ร่วมกับตัวแทนพฤติกรรมที่มีอยู่เดิม ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับปัจจัยต่าง ๆ เพื่อให้ผลการวิจัยมีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

4. ควรพิจารณาเพิ่มเติม ถึงปัจจัยอื่นที่อาจจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

5. ควรใช้สถิติในรูปแบบอื่นในการวิจัยเพิ่มเติม เช่น การวิเคราะห์ความแปรปรวน ANOVA เพื่อให้ทราบถึงผลกระทบของปัจจัยต่าง ๆ ที่จะช่วยให้งานวิจัยมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2543). **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล**. กรุงเทพฯ: ซีเค แอนด์เอสโอฟต์แวร์สตูดิโอ.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). **สถิติสำหรับงานวิจัย**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551). **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- กุลยะรัตน์ จอมพงศ์. (2558). “ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ในกลุ่มลูกค้าเงินออโรร่าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.” สารนิพนธ์. หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2548). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นัทรแพร พูนเอียด. (2558). “ปัจจัยและพฤติกรรมในการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร.” การศึกษาค้นคว้าอิสระ. หลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต(เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2554). **เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย** พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ: เทพนิมิต.
- ฐานัฐ ทับทิมทอง, จรรย์วรรณ จันทรัตน์. (2561). “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการแบบ M-Banking ของธนาคารออมสิน กรณีศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.” การค้นคว้าอิสระ. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ฐิรญาดา สุวรรณโณ. (2562). “พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการแอปพลิเคชันเอโมบายของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดสตูล.” การค้นคว้าอิสระ. หลักสูตรบริหารธุรกิจ. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ณภาพัช ธนชาติเดชินซ์. (2560). “พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันของผู้บริโภค ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร.” การศึกษาค้นคว้าอิสระ. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ณัฐกานต์ กองแก้ว. (2559). “พฤติกรรมการซื้อขายสินค้าและบริการของผู้ใช้ Application Shopee ในประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. วิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ณัฐอัปสร จุ้ยจุ้ยเยี่ยม. (2562). “ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออนไลน์บนเว็บไซต์ Shopee ในเขตกรุงเทพมหานคร.” การศึกษาอิสระ. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป). **กองทุนรวม (Mutual Fund)**. [ออนไลน์]. สืบค้น 10 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.set.or.th/set/education/html.do?name=mutualfund&showTitle=F>
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป). **แบบทดสอบระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้**. [ออนไลน์]. สืบค้น 10 กุมภาพันธ์ 2563, จาก https://www.set.or.th/education/th/online_classroom/risk.html
- ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน). (ม.ป.ป.). **เช็คความเคลื่อนไหวในพอร์ตการลงทุน**. [ออนไลน์]. สืบค้น 10 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.tmbbank.com/howto/app/mutual-funds-check.php>
- ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). (ม.ป.ป). **วิธีการซื้อกองทุนผ่าน SCB EASY App**. [ออนไลน์]. สืบค้น 10 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.scb.co.th/th/personal-banking/digital-banking/scb-easy/how-to/mutual-fund.html>
- ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). (ม.ป.ป). **วิธีการเปิดบัญชีกองทุนผ่าน SCB EASY App**. [ออนไลน์]. สืบค้น 10 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.scb.co.th/th/personal-banking/digital-banking/scb-easy/how-to/mutual-fund-account.html>
- นพมาศ เสงวิทยา. (2553). “ปัจจัยที่มีผลต่อการทำธุรกรรมการเงินทางอินเทอร์เน็ตแบบคั้งของลูกค้านาคกรไทย อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม.” การค้นคว้าอิสระ. หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นภัสสร อติชาตนันท์. (2555). “พฤติกรรมการซื้อขายและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า iPad ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.” สารนิพนธ์. หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสยาม.
- ประภัสสร วาริศรี. สุบรรณ เอี่ยมวิจารณ์. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในประเทศไทย. **WMS Journal of Management**.
- ปัทมา แสนศิริพันธุ์. (2558). “การศึกษาความพึงพอใจในการลงทุนกองทุนรวมของประชากรในเขตกรุงเทพและปริมณฑล.” การค้นคว้าอิสระ. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรวิมล เวชพานิช. ศศ.ดร. อริสรา เสยานนท์. (2561). “ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในจังหวัดลพบุรี.” หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

- พัชรี พุ่มโรจน์. สุธาบรรณ จีระพันธุ์. (2559). “ส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการสินเชื่อของผู้บริโภคโครงการธนาคารประชาชน กรณีศึกษา : ธนาคารออมสินสาขาบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.” หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ภักจีรา นิลเกษม. (2556). “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี.” การค้นคว้าอิสระ. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภัทรา มหามงคล. (2554). “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร.” การศึกษาเฉพาะบุคคล. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วรรณพร หวลมานพ. รศ.กัลยกร วรกุลปฏิฐานีย์. (2559). “พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร.” การศึกษาค้นคว้าอิสระ. หลักสูตรการบริหารสื่อสารมวลชน, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. ปริญ ลักขิตานนท์. ศุภร เสรีรัตน์. งามอาจ ปทะวานิช. (2538). **กลยุทธ์ การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีตัวอย่าง**. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- สุภชชา วิทยาคง. (2559). “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของสายการบินต้นทุนต่ำของผู้ใช้บริการชาวไทย.” การค้นคว้าอิสระ. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุรีย์พร เหมือนหลิ่ง. (2558). “ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.” การค้นคว้าอิสระ. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อัจฉรากร ศรีสุโข. ชนิตา อุ่นสะอาด. กฤติยา สุทธิชื่น. (2560). **คู่มือผู้ลงทุน ฉบับลงทุนในกองทุนรวม**. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.
- Hoonsmart.com. (2563). **กองทุนรวมปี 62 โต 6.6% กว่า 3 แสนลพ. สินทรัพย์แตะ 5.39 ล้านลพ.** [ออนไลน์]. สืบค้น 10 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.hoonsmart.com/archives/93016>
- Konpakanpai. (ม.ป.ป). **กองทุนรวม**. [ออนไลน์]. สืบค้น 10 กุมภาพันธ์ 2563, จาก http://www.konpakanpai.com/webpage/financial_plan/กองทุนรวม.html

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม



เลขที่แบบสอบถาม.....

แบบสอบถามเพื่อการศึกษาค่าน้ำอิสระ
เรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม
การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile
Application

คำชี้แจง : แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการศึกษาค่าน้ำอิสระ จัดทำโดย นายรชต กุ่มทรัพย์ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ คณะการบริหารและการจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

ผู้ศึกษาขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถาม และแสดงความคิดเห็นเพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนางานด้านวิชาการครั้งนี้ โดยผู้ศึกษาจะเก็บข้อมูลของท่านไว้เป็นความลับเพื่อประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี และขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่ได้สละเวลาอันมีค่าของท่านในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

คำชี้แจง : แบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 9 หน้า แบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คัดกรองผู้ที่เคยลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 1 คัดกรองผู้ที่เคยลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. ท่านเคยลงทุนในกองทุนรวมหรือไม่

1. เคย 2. ไม่เคย

*ตอบเคยให้ทำแบบสอบถามข้อถัดไป ตอบไม่เคยสิ้นสุดการทำแบบสอบถาม

2. ถ้าท่านเคยลงทุนในกองทุนรวม ท่านเคยลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application หรือไม่

1. เคย 2. ไม่เคย

*ตอบเคยให้ทำแบบสอบถามข้อถัดไป ตอบไม่เคยสิ้นสุดการทำแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 20 ปี 2. 21 – 30 ปี
 3. 31 – 40 ปี 4. 41 - 50 ปี
 5. 51 – 60 ปี 6. มากกว่า 61 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

1. โสด 2. สมรส
 3. หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี
 3. สูงกว่าปริญญาตรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. อาชีพ

- | | |
|------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. นักเรียน/นักศึกษา | <input type="checkbox"/> 2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> 3. พนักงานบริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> 4. ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ ระบุ..... | |

6. รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนของท่าน

- | | |
|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 10,001 – 15,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3. 15,001 – 20,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4. 20,001 – 25,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5. มากกว่า 25,001 บาท ขึ้นไป | |

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน ตอบได้เพียง 1 คำตอบ

1. ถ้าท่านเคยลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ท่านใช้ Application ใดในการลงทุนบ่อยที่สุด (ตอบได้เพียง 1 คำตอบ)

- | | |
|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. Krungthai NEXT | <input type="checkbox"/> 2. KTAM Smart Trade |
| <input type="checkbox"/> 3. Krungsri Mobile App-KMA | <input type="checkbox"/> 4. @ccess Mobile |
| <input type="checkbox"/> 5. SCB EASY | <input type="checkbox"/> 6. SCBAM Fund Click |
| <input type="checkbox"/> 7. TMB Touch | <input type="checkbox"/> 8. Citi Mobile |
| <input type="checkbox"/> 9. Bualuang Fund | <input type="checkbox"/> 10. Bualuang mBanking |
| <input type="checkbox"/> 11. K Plus | <input type="checkbox"/> 12. K-My Funds |
| <input type="checkbox"/> 13. Nomura iFUND | <input type="checkbox"/> 14. Phillip Fund SuperMart |
| <input type="checkbox"/> 15. FINNOMENA | <input type="checkbox"/> 16. อื่นๆ ระบุ..... |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ท่านลงทุนในกองทุนรวมประเภทใดมากที่สุด (ตอบได้เพียง 1 คำตอบ)

- 1.กองทุนรวมตลาดเงินในประเทศ
- 2.กองทุนรวมตลาดเงินที่ลงทุนในต่างประเทศบางส่วน
- 3.กองทุนรวมพันธบัตรรัฐบาล
- 4.กองทุนรวมตราสารหนี้
- 5.กองทุนรวมผสม
- 6.กองทุนรวมตราสารทุน
- 7.กองทุนรวมหมวดอุตสาหกรรม
- 8.กองทุนรวมที่ลงทุนในสินทรัพย์ทางเลือก
- 9.อื่นๆ ระบุ.....

3. เหตุผลหลักที่ท่านเลือกลงทุนในกองทุนรวม (ตอบได้เพียง 1 คำตอบ)

- 1. ออมเงิน
- 2. สิทธิประโยชน์ด้านภาษี
- 3. กระจายความเสี่ยง
- 4. ผลตอบแทน
- 5. อื่นๆ ระบุ.....

4. เป้าหมายหลักในการลงทุนกองทุนรวม (ตอบได้เพียง 1 คำตอบ)

- 1. ออมเงินเพื่อการท่องเที่ยว
- 2. ออมเงินเพื่อการศึกษา
- 3. ออมเงินเพื่อสร้างครอบครัว
- 4. ออมเงินเพื่อสังหาริมทรัพย์
- 5. ออมเงินเพื่ออสังหาริมทรัพย์
- 6. ออมเงินเพื่อเกษียณอายุ
- 7. อื่นๆ ระบุ.....

5. ท่านมักจะลงทุนในกองทุนรวมเมื่อใด (ตอบได้เพียง 1 คำตอบ)

- 1. หลังได้รับรายได้ประจำ (เงินเดือน, ค่าจ้าง หรืออื่นๆ)
- 2. หลังได้รับเงินพิเศษ (โบนัส, คอมมิสชั่น หรืออื่นๆ)
- 3. ไม่แน่นอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา ท่านลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application จำนวนกี่ครั้ง (ตอบได้เพียง 1 คำตอบ)

1. น้อยกว่า 2 ครั้ง
2. 2 – 4 ครั้ง
3. 5 – 6 ครั้ง
4. มากกว่า 6 ครั้งขึ้นไป

7. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนรวมของท่านมากที่สุด (ตอบได้เพียง 1 คำตอบ)

1. ตนเอง 2. ครอบครัว
3. เพื่อน 4. เจ้าหน้าที่การตลาด
5. บทวิเคราะห์จากสื่อ 6. สื่อต่างๆ
7. อื่นๆระบุ.....

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนผลมทางการตลาดในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยมีรายละเอียดดังนี้

- | | | |
|---|---------|--------------------|
| 5 | หมายถึง | เห็นด้วยมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | เห็นด้วยมาก |
| 3 | หมายถึง | เห็นด้วยปานกลาง |
| 2 | หมายถึง | เห็นด้วยน้อย |
| 1 | หมายถึง | เห็นด้วยน้อยที่สุด |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ผลิตภัณฑ์ (Product)					
1. Mobile Application ที่ท่านใช้ในการลงทุนกองทุนรวมมี Function ในการใช้งานที่ตรงกับความต้องการ เช่น สามารถสร้างพอร์ตการลงทุนได้ตามที่ต้องการ มีการสรุปยอดการลงทุนเป็นรายปี หรือสามารถเช็คกำไร/ขาดทุนของพอร์ตกองทุนได้ทันที เป็นต้น					
2. Mobile Application ที่ท่านใช้ในการลงทุนกองทุนรวม ใช้งานได้ง่าย มีความสะดวก รวดเร็ว เช่น มีขั้นตอนในการ ใช้งานน้อย เข้าใจง่าย เป็นต้น					
3. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ทำให้ท่านสามารถบริหารจัดการกองทุนของท่านได้ทุกที่ ทุกเวลาที่ท่านต้องการ					
4. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีความปลอดภัยสูง เช่น ตัว Application มีการขึ้นทะเบียนไว้กับ ก.ล.ต. หรืออยู่ในโครงการ “5 ขึ้นมั่นใจ” ของ ก.ล.ต.					
5. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ทำให้ท่านมีโอกาสได้รับผลตอบแทนที่สูงกว่าหรือลดความเสี่ยงจากการขาดทุนได้มากกว่าการลงทุนผ่านทางช่องทางอื่น เพราะสามารถทำคำสั่งซื้อขายได้ตลอดเวลา ทำให้ทันต่อสถานการณ์ของตลาดกองทุนรวมทุกขณะ					
6. การใช้ Mobile Application ในการลงทุนกองทุนรวมทำให้ท่านสามารถตรวจสอบสถานะการลงทุน และ ตรวจสอบการเคลื่อนไหวของการทำรายการได้ตลอดเวลา					
7. ผู้ให้บริการ Mobile Application ที่ใช้ในการลงทุน กองทุนรวมจะมีการพัฒนาและแจ้ง Function การใช้งาน Application ใหม่ๆที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้งานอยู่เสมอ					
8. Mobile Application มีกองทุนรวมของแต่ละ บลจ. ให้เลือกลงทุนอย่างหลากหลาย					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ราคา (Price)					
9. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าใช้จ่ายโดยรวมน้อยกว่าเมื่อเทียบกับการลงทุนด้วยช่องทางอื่น เช่นค่าเดินทางไปซื้อหรือขายกองทุนรวมที่สาขาธนาคาร					
10. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการขายหน่วยลงทุน (Front-End Fee) ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น					
11. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการซื้อคืนหน่วยลงทุน (Back-End Fee) ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น					
12. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการสับเปลี่ยนหน่วยลงทุนเข้า (Switching in Fee) ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น					
13. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการสับเปลี่ยนหน่วยลงทุนออก (Switching Out Fee) ถูกกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น					
14. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมการจัดการที่ต่ำกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น					
15. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application มีค่าธรรมเนียมโดยรวมทั้งส่วนที่เรียกเก็บจากผู้ถือหน่วยลงทุนและส่วนที่เรียกเก็บจากกองทุนรวม ต่ำกว่าการซื้อกองทุนรวมจากช่องทางอื่น					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)					
16. Mobile Application ที่ท่านใช้ในการลงทุนกองทุนรวมสามารถ Download ได้ง่าย					
17. Mobile Application มี Platform ที่ครอบคลุม สามารถใช้ได้กับ Smartphone ทุกระบบ เช่น Android และ IOS					
18. Mobile Application ที่ท่านใช้ในการลงทุนกองทุนรวมมีการแจ้ง Update เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถ Download Application version ใหม่ล่าสุดไปใช้งานได้เสมอ					
19. Mobile Application ที่ท่านใช้ในการลงทุนกองทุนรวมมีความสะดวกในการขอเปิดใช้งานครั้งแรก เช่น ไปดำเนินการที่ธนาคาร ซึ่งมีสาขาจำนวนมาก จึงเดินทางง่าย					
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
20. การใช้ Mobile Application ทำให้ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารของกองทุนรวมประเภทต่างๆ หรือกองทุนเปิดใหม่ได้อย่างรวดเร็ว					
21. การใช้ Mobile Application ทำให้ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมแต่ละประเภทได้เป็นอย่างดี เช่น ข้อมูลข่าวสารการลงทุน หรือคำแนะนำสถานการณ์ตลาด					
22. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ทำให้ท่านได้รับสิทธิพิเศษเสมอ เช่น ได้รับค่าธรรมเนียมการซื้อกองทุนคืน หรือได้รับของที่ระลึกจากการเปิดบัญชีกองทุนครั้งแรก					
23. การลงทุนในกองทุนรวมผ่านทาง Mobile Application ทำให้ท่านสามารถชำระค่ากองทุนผ่านทางบัตรเครดิตได้ ทำให้ได้รับคะแนนสะสมเพิ่ม					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	รชต คุ้มทรัพย์
วันเดือนปีเกิด	15 ตุลาคม 2523
ที่อยู่	83/72 หมู่ 2 ตำบลศิระชะระเข้ น้อย อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10570
ประวัติการศึกษา	พ.ศ.2545 ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ประสบการณ์ทำงาน	พ.ศ.2555 – ปัจจุบัน Logistics Coordinator / Planner Thai Airways พ.ศ.2551 – 2554 International Line Distribution United Airlines พ.ศ.2548 – 2550 Aircraft Storekeeper Bangkok Airways
โทรศัพท์	089-829-8208

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้