

ปัจจัยการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.
ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

FACTORS AFFECTING THE INVESTMENT DECISION MAKING ON LONG TERM
EQUITY FUNDS OF CUSTOMERS SIAM COMMERCIAL BANK PUBLIC
COMPANY LIMITED IN BANGKOK.

นางสาว รัชณี ศรีสุพรรณ
สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

MISS. RATCHANEE SRISUPAN

E-mail : Ladycom_4@hotmail.com

Banking and Finance Administration Program in Management, Ramkhamhaeng University
Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้ ปัจจัยการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อศึกษาการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทิศนคติในการลงทุน ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ลูกค้า บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ที่ลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร คือปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และปัจจัยด้านทิศนคติในการลงทุน ไม่มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านคุณภาพการ

ให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF)ของลูกค้า บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ : ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุน ; ลูกค้า บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์

ABSTRACT

The objective of this study were 1) to study factors affecting the investment decision making on long term equity funds of customers Siam Commercial Bank Public Company Limited in Bangkok. 2) to study perception of information, attitude of investment, marketing mix and service quality affecting the investment decision making on long term equity funds of customers Siam Commercial Bank Public Company Limited in Bangkok.

The sample group was 400 people of customers Siam Commercial Bank Public Company Limited in Bangkok. The questionnaire was used to be a tool for collecting the data. The data collected were analyzed by using the Multiple Regression.

The results of hypothesis testing showed that factors affecting the investment decision making on long term equity funds of customers Siam Commercial Bank Public Company Limited in Bangkok. Moreover, 4P's of marketing mix and service quality affecting the investment decision making on long term equity funds of customers Siam Commercial Bank Public Company Limited in Bangkok.

Keywords : Factors affecting the investment ; Customers Siam Commercial Bank

บทนำ

ในปัจจุบันการออมเงินมีเครื่องมือและรูปแบบการออมที่หลากหลายประเภทที่เป็นทางเลือกให้กับผู้ที่มีเงินออมได้นำเงินของตนเองไปลงทุนเพื่อให้ได้รับผลตอบแทนหรือผลประโยชน์มากที่สุดซึ่งในปัจจุบันนี้รูปแบบการออมของประชาชนได้มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาจากอดีตไปอย่างมากจากสมัยก่อนที่มีการออมเงินด้วยวิธีการฝากเงิน แบบบัญชีออมทรัพย์ในธนาคารเป็นหลัก เนื่องด้วยการเรียนรู้จากรุ่นบรรพบุรุษจากรุ่นสู่รุ่นว่าวิธีการฝากเงินในบัญชีออมทรัพย์ในธนาคารทำให้เงินต้นอยู่ครบจำนวนหรือเงินต้นไม่หาย และได้รับดอกเบี้ยตามที่ธนาคารได้กำหนดไว้ หลังจากประเทศไทยได้ผ่านช่วงเหตุการณ์วิกฤตเศรษฐกิจต้มยำกุ้งในปี.ศ.2540ส่งผลทำให้อัตราดอกเบี้ยเงินฝากมีการปรับตัวลดลงในระดับต่ำเป็นระยะเวลาที่ยาวนานจนถึงปัจจุบันรวมทั้งอัตราเงินเฟ้อที่ทำให้มูลค่าของเงินออมลดลงจากการที่มีสินค้าและบริการที่สูงขึ้นทำให้ประชาชนบางส่วนบางกลุ่มหันมาสนใจการออมเงินในรูปแบบอื่นๆ ที่สามารถทำให้ผลตอบแทน ดีกว่าและสูงกว่าเงินฝากบัญชีธนาคาร ประกอบกับการพัฒนาและการเติบโตของเทคโนโลยี ทำให้ผู้คนและ

ประชาชนสามารถเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ รวมทั้งช่องทางในการติดต่อสื่อสารที่มีความสะดวกรวดเร็ว และมีความหลากหลายให้เลือกมากขึ้น โดยการนำเงินออมไปลงทุนในกลุ่มหุ้นหรือกลุ่มทองคำ เป็นต้น การลงทุน การลงทุนรูปแบบการผ่าน กองทุนรวมที่มีการบริหารจัดการกองทุนโดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน (บลจ.) ที่มีความเป็นมืออาชีพ จึงเป็นเครื่องมือของการลงทุนที่มีประสิทธิภาพ และอยู่ภายใต้กรอบของความเสี่งที่ผู้ลงทุนจะรับได้

ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในเรื่องปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้ำบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยธนาคารไทยพาณิชย์ มีความเน้นให้ความสำคัญของการลงทุนในระยะยาว (3-5 ปีขึ้นไป เป็นอย่างต่ำ) เพื่อเป็นการสร้างผลตอบแทนและสร้างความมั่งคั่ง มากกว่าการมุ่งเน้นซื้อขายเพื่อทำกำไรใน ช่วงเวลาสั้นๆ มีการคัดเลือกหุ้นที่มีพื้นฐานดี แบบรายตัวพร้อมทั้งมีการบริหารจัดการแบบเป็นทีม โดยที่มีทีมงานผู้จัดการกองทุนและกลุ่มนักวิเคราะห์ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในแต่ละกลุ่ม มีผลงาน การบริหารกองทุนที่มั่นคงและอยู่ในเกณฑ์ดีอย่างต่อเนื่อง โดยยึดมั่นในหลักจรรยาบรรณและ ประโยชน์ สูงสุดของลูกค้ำ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้ำบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทศนคติในการลงทุน ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF) ของลูกค้ำ บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของงานวิจัย

1. **ประชากรและตัวอย่าง** คือลูกค้ำบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการสอบถามข้อมูลทั้งเพศชายและเพศหญิง ซึ่งจะใช้การออกแบบสอบถามแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ
2. **ด้านเนื้อหา** คือ เป็นศึกษากระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้ำบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมุ่งหมายวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ 4 ด้าน ได้แก่ ด้าการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านทศนคติในการลงทุน ด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพการบริการ

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทศนคติในการลงทุน ส่วนประสมทางการตลาด และคุณภาพการบริการ
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ กระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ที่มีผลต่อการตัดสินใจการตัดสินใจในการลงทุนใน กองทุนรวม ประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปใช้ในการให้ข้อมูลข่าวสารกับลูกค้า
2. เพื่อทราบถึงทัศนคติในการลงทุน ที่มีผลต่อการตัดสินใจการตัดสินใจในการลงทุนใน กองทุนรวม ประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปใช้ในการสร้างความรู้ความเข้าใจและทัศนคติที่ดีของลูกค้าที่มีต่อ บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์
3. เพื่อทราบถึงคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจการตัดสินใจในการลงทุนใน กองทุนรวม ประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์
4. เพื่อทราบถึงส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจการตัดสินใจในการลงทุนใน กองทุนรวม ประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขต กรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปใช้ปรับปรุงการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด
5. สามารถนำผลการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจในการลงทุนใน กองทุนรวม ประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปฏิรูปคุณภาพการให้บริการ ในธุรกิจบริการด้านอื่นๆได้

บททวนวรรณกรรม

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้แยกปัจจัยการตัดสินใจออกเป็น ด้านดังนี้

ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

Stephen และ Timothy (2011 : 202-203) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ของคน ประกอบด้วย ทัศนคติ แรงจูงใจ ความสนใจ ประสบการณ์ และการคาดหวัง โดยความรู้สึก ในการที่จะชอบหรือไม่ชอบ และความรู้หรือความเชื่อ ซึ่งอธิบายถึงลักษณะ ตลอดจน ความสัมพันธ์ของสิ่งหนึ่งที่มีต่อสิ่งอื่นๆ

ที่สื่อถึงทัศนคติ มีความเกี่ยวข้องกับความสนใจ การมีสภาวะหรือเงื่อนไขที่ไปทำให้เกิดพฤติกรรม หรือไปยับยั้งพฤติกรรม หรือไปกำหนด แนวทางพฤติกรรมที่จะแสดงออก รวมถึงประสบการณ์ที่ผ่านมาของบุคคลที่มีต่อบุคคล หรือสิ่งของ ตลอดจนความคาดหวังของมนุษย์เป็นการคิดไว้ล่วงหน้าไว้ก่อนอาจจะไม่ เป็นไปตามที่คิดไว้แต่มีบทบาทสำคัญ ต่อพฤติกรรมของบุคคล ต่างมีความสัมพันธ์การรับรู้ทั้งสิ้น

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการลงทุนใน กองทุนรวม ประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร หมายถึง กระบวนการพื้นฐานในการเปิดรับความรู้ และ ข้อมูลข่าวสารของบุคคล โดยที่แต่ละบุคคลมีความต้องการ ทัศนคติ เป้าหมาย ความสามารถ ประสบการณ์ และ ลีลาในกาสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป ทำให้ผู้รับรู้ข้อมูลข่าวสารมีการที่จะเลือกรับข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกันออกไปตามปัจจัยต่างๆ คือ ประสาทสัมผัส และปัจจัยทางส่วนบุคคล

ด้านทัศนคติในการลงทุน

วีระพันธ์ แก้วรัตน์(2553:15) กล่าวถึง ทัศนคติเป็นการกำหนดของพฤติกรรม เพราะมีความเกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ และการจูงใจ ทัศนคติเป็นความรู้สึก ในทางบวกและในทางลบ เป็นภาวะจิตใจของการเตรียมพร้อมที่จะเรียนรู้และถูกปรับตัว ให้ เข้ากับสภาพแวดล้อม โดยประสบการณ์ที่ใช้อธิพลที่มีลักษณะ เฉพาะต่อการตอบสนอง ของบุคคลไปสู่บุคคล สิ่งของ และสถานการณ์ของแต่ละบุคคล หรืออาจกล่าวได้ว่า ทัศนคติ เป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้าสิ่งใดสิ่งหนึ่งและสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบๆ ตัวเรา และมีอิทธิพลอย่างมากต่อสิ่งที่เราสนใจ สิ่งที่เราจดจำ และการแปลความหมายข้อมูล ไม่ว่าจะ เป็นบุคคลสิ่งของ การกระทำสถานการณ์และอื่นๆรวมถึงทำที่ที่แสดงออกอันมุ่งเน้นถึง สภาพจิตใจที่มีต่อสิ่งเร้าสิ่งใดสิ่งหนึ่ง มีแนวโน้มต่อการตอบสนองทางด้านอารมณ์ โดย เป็นความรู้สึกที่ชอบหรือไม่ชอบ ถูกใจหรือไม่ถูกใจ ดีหรือไม่ดี สนใจหรือไม่สนใจ อัน เป็นผลมาจากการประเมินสิ่งที่เป็นสิ่งเร้าและสิ่งแวดล้อมรอบๆตัว บุคคลนั้นเอง

ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม ,2547:127 ทัศนคติหมายถึง “ความโน้มเอียงทางความรู้สึกนึกคิดที่จะตอบสนอง ต่อวัตถุหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งในด้านชอบหรือไม่ชอบ ความโน้มเอียงทาง ความรู้สึกนึก คิดนี้ เกิดจากการเรียนรู้”

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการลงทุนใน กองทุนรวม ประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านทัศนคติในการลงทุน หมายถึง ทัศนคติในการลงทุน หมายถึง พฤติกรรมที่เป็นความรู้สึกเชิงบวก หรือเชิงลบ ที่เป็นผลมาจากสภาวะทางจิตใจที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้สึก และแนวโน้ม ของพฤติกรรม ที่มีต่อบุคคล วัตถุหรือสิ่งแวดล้อม และสถานการณ์ต่างๆไปในทิศ ทางใดทิศทางหนึ่ง ประกอบด้วย องค์ ประกอบที่สำคัญ คือ องค์ประกอบด้านความเข้าใจ องค์ประกอบด้านความรู้สึก และ องค์ประกอบด้านพฤติกรรม

ด้านส่วนประสมทางการตลาด

คอตเลอร์, ฟิลลิป (2546: 24) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือ เหล่านี้ให้ สามารถตอบสนอง ความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วย ทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ ส่วนประสมการตลาดแบ่ง ออกเป็นกลุ่มได้ 4 กลุ่ม ดังที่รู้จักกันว่าคือ “4 Ps” อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัด จำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion)

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 11) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การมี สินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ ขายในราคาและผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภค ยินดีจ่ายเพราะเห็นว่าคุ้ม รวมถึงมีการจัดจำหน่าย กระจายสินค้าให้สอดคล้อง กับ พฤติกรรม การซื้อหาเพื่อ ความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามจงใจ ให้เกิดความชอบในสินค้า และเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการลงทุนใน กองทุนรวม ประเภทกองทุนรวมหุ้น ระยะยาว (LTF) ด้านส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และ กระบวนการส่งเสริมการขายและบริการ ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญและจำเป็นในการตัดสินใจลงทุนใน กองทุนรวม หุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุน

ด้านคุณภาพการบริการ

ธาริณี เมธานูเคราะห์ (2542) ได้สรุปว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการใน การ ดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์การ เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่น ให้ได้รับ ความสุขความสะดวกสบาย หรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น โดยมี ลักษณะเฉพาะของ ตัวเองไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของในรูปธรรม และ ไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับสินค้า หรือผลิตภัณฑ์อื่นๆ ทั้งยังเกิดความเอื้ออาทร มีน้ำใจไมตรีเปี่ยมด้วย ความปรารถนาดีช่วยเหลือเกื้อกูล ให้ ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค

Kotler (2000) กล่าวว่า การให้บริการ คือ การกระทำที่หน่วยงานแห่งหนึ่งหรือบุคคลคน หนึ่งนำ เสนอต่อหน่วยงานอีกแห่งหนึ่งหรือบุคคลอีกคนหนึ่งซึ่งเป็นที่ไม่สามารถสัมผัสได้และไม่เป็นผลให้เกิดความ เป็นเจ้าของในสิ่งใด ผลผลิตของการบริการอาจเกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้อง กับการผลิต ภัณฑ์เป็น กิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สนองต่อความต้องการแก่ลูกค้า ทางกายภาพ

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการลงทุนใน กองทุนรวม ประเภทกองทุนรวมหุ้น ระยะยาว (LTF) ด้านคุณภาพการบริการ หมายถึง เรื่องของการรับรู้ของผู้รับบริการต่อการให้บริการ ของผู้ ให้บริการ เป็นการวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการเมื่อมีการใช้สินค้าหรือรับบริการ โดยสินค้าหรือ บริการจะต้องมีการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ หรือทำให้เกิดความพึงพอใจในการคาดหวังของ แต่ละบุคคล ซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจและคุณภาพการบริการที่ผู้รับบริการรับรู้

ด้านการตัดสินใจลงทุน

สมคิด บางโม (2548: 175) ได้ให้ความหมายว่า การตัดสินใจ หมายถึง การตัดสินใจเลือกทางปฏิบัติซึ่งมีหลายทางเป็นแนวปฏิบัติไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งการตัดสินใจนี้อาจจะเป็นการตัดสินใจที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งเพื่อความสำเร็จตรงตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ ในทางปฏิบัติการ ตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาที่ย่างยากซับซ้อน และมีวิธีการแก้ปัญหามากกว่าหนึ่งทางเสมอ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541:145 ขั้นตอนการตัดสินใจ (Buying Decision Process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจของผู้บริโภคโดยมีลำดับกระบวนการ 5 ขั้นตอน ดังกระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอนของผู้บริโภค ดังนี้ การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ การเสาะแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังซื้อ

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการลงทุนใน กองทุนรวม ประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการตัดสินใจในการลงทุน หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง จากหลาย ๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณา โดยเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค 5 ขั้นตอน คือ 1.การตระหนักถึง 2.การเสาะแสวงหาข้อมูล 3.การประเมิน 4.การตัดสินใจซื้อ 5.พฤติกรรมหลังการซื้อ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิรัศย์ชา รัตนเพียร(2558) ศึกษาลักษณะปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุน รวม ประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูก ค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรงุ เทพมหานคร มหาวิทยาลัยกรุงเทพการศึกษาระดับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ปัจจัยด้านทัศนคติในการลงทุน ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้้าบมจ. ธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา มาจากประชากรที่เป็นลูกค้้าบมจ. ธนาคารกรุงเทพ ในเขต กรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกจำนวน 400 คน ซึ่งแบ่งตัวอย่างเป็น 8 กลุ่ม จำแนกตามรายชื่อเขต เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.947 และมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล เบื้องต้น คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ในการ ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่าย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี สถานภาพ สมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-50,000 บาท ลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) 5,000-20,000 บาท ผู้ที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจ

ลงทุนคือพนักงานธนาคาร ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการรับรู้ ข้อมูลข่าวสาร ปัจจัยด้านทัศนคติในการลงทุน ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการและ ปัจจัยด้านการตัดสินใจลงทุนโดยรวมอยู่ในระดับมากผลการทดสอบ สมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านการรับรู้ ข้อมูลข่าวสาร ปัจจัยด้านทัศนคติในการลงทุน ปัจจัย ส่วนประสม ทางการตลาด และปัจจัยด้านคุณภาพ การให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม ประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของ ลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วิภา คิตเมตตากุล (2549) ศึกษาเรื่อง ทัศนคติของคนวัย ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มี ต่อ การลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะศึกษาถึงสภาพทั่วไป เกี่ยวกับการ ออมของคนวัยทำงานในพื้นที่ย่านสีลม และพื้นที่ย่านสาทร และศึกษาถึง ความสนใจ ของคนวัยทำงานที่มี ต่อการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว โดยการศึกษานี้ใช้แบบสอบถาม เครื่องมือในการเก็บรวบรวม ข้อมูลทั้งหมด 400 ตัวอย่าง โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ใช้ค่าสถิติพื้นฐานได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เชิง ปริมาณด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สา เร็จรูป

ผลการศึกษาพบว่า คนวัยทำงานสนใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว เห็นด้วยในด้าน ได้รับ สิทธิประโยชน์ทางภาษี และจากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับ ทัศนคติที่มีต่อ การลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของคนวัยทำงานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน ครอบครัว มีผลต่อ ทัศนคติด้านผลตอบแทน และด้านจุดมุ่งหมายแตกต่างกัน ด้านอาชีพมีผลต่อ ทัศนคติในการลงทุนในด้าน จุดมุ่งหมาย ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ และระดับการศึกษาไม่มีผล ต่อทัศนคติที่มีต่อการลงทุนใน กองทุนรวมหุ้นระยะ ยาวของคนวัยทำงาน ข้อเสนอแนะการศึกษา จากกลุ่มตัวอย่างจะเห็นได้ว่ามีทัศนคติ ในระดับที่เห็นด้วยกับการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว เพื่อเป็นการเพิ่มสัดส่วนการลงทุนในกองทุน รวม บริษัทจัดการกองทุนรวม ควรมีการ ประชาสัมพันธ์ เช่น จัดให้มี Call Center เพื่อสร้างความมั่นใจและเผยแพร่ภาพลักษณ์ของกองทุน รวมทั้งประชาชนเพื่อการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว โดยเฉพาะควรเน้นจุดแข็งของกองทุน ในด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี เพื่อโน้มน้าวให้ประชาชนสนใจใน สัดส่วนการลงทุนเพิ่มมากขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัย โดยไม่ มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใดๆเป็นการรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม(Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานครที่ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของ บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ 5% ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดหาขนาดจำนวนกลุ่มประชากรที่ต้องศึกษาด้วยการเปิดตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1973,p. 886) โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ 400 ตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเกี่ยวกับการเลือกตัวอย่าง ดังนี้ กำหนดคุณสมบัติและจำนวนของกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งได้แก่ บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และมีจำนวน 400 คน โดยใช้เกณฑ์เลือกการสุ่มแบบบังเอิญ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือหลักที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยประกอบด้วย 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามต้องตอบคำถาม 8 ข้อ คือ ด้านเพศด้านอายุ ด้านสถานภาพ ด้านการศึกษา ด้านอาชีพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนเงินที่ลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ต่อปี และ ด้านผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุน

ส่วนที่ 2 ปัจจัยการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับ ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านทัศนคติในการลงทุน ด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพการให้บริการ ซึ่งมีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 26 ข้อ ซึ่งเป็นคำถามให้ระดับความคิดเห็น ระดับ 5 โดยเกณฑ์การให้คะแนนในการตีความหมายดังต่อไปนี้ 5 = เห็นด้วยมากที่สุด ,4 = เห็นด้วยมาก,3 = เห็นด้วยปานกลาง ,2 = เห็นด้วยน้อย ,1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 กระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับ ด้านการตระหนักรู้ปัญหา ด้านแสวงหาข้อมูล ด้านประเมินทางเลือก ด้านตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ซึ่งมีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 10 ข้อ ซึ่งเป็นคำถามให้ระดับความคิดเห็น 5 ระดับ โดยเกณฑ์การให้คะแนนในการตีความหมายดังต่อไปนี้ 5 = เห็นด้วยมากที่สุด ,4 = เห็นด้วยมาก,3 = เห็นด้วยปานกลาง, 2 = เห็นด้วยน้อย, 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ในการวิเคราะห์ตัวแปรที่ระดับการวัดเชิงปริมาณ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ข่าวสาร ปัจจัยด้านทัศนคติในการลงทุน ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

2.2 เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทัศนคติในการลงทุน ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ความเห็นด้วยมากด้านส่วนประสมทางการตลาด รองลงมาคือ ด้านคุณภาพการให้บริการ ส่วนด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและทัศนคติในกาลงทุนไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF) ของ ลูกค้าบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยทำการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1.ผลศึกษากระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของ ลูกค้าบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1.1 ด้านการตระหนักรู้ปัญหา ของลูกค้าบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ลูกค้าบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้รับรู้ถึงความต้องการลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เพื่อใช้ในการลดหย่อนภาษี และเพื่อการออมในวัยเกษียณจาก บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์เป็นอย่างดี ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ ออร์ช มณีสงฆ์ (2551) จุดเริ่มต้นของกระบวนการซื้อคือ การที่ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาหรือถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคอาจเป็นสิ่งกระตุ้นภายในร่างกายหรือนักการตลาดอาจสร้างสิ่งกระตุ้นทางการตลาดเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการขึ้นได้ และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler, (1997) กล่าวว่า การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ (Problem or Need Recognition) ปัญหาเกิดขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างสภาพที่เป็นอุดมคติ (Ideal) คือสภาพที่เขารู้สึกว่าดีต่อตนเอง และเป็นสภาพที่ปรารถนากับสภาพที่เป็นอยู่จริง (Reality) ของสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับตนเอง จึงก่อให้เกิดความต้องการที่จะเติมเต็มส่วนต่างระหว่างสภาพอุดมคติกับสภาพที่เป็นจริง โดยปัญหาของแต่ละบุคคลจะมีสาเหตุที่แตกต่างกันไป

1.2 ด้านการแสวงหาข้อมูล ของลูกค้าบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ลูกค้าบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้รับการบริการในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) จากพนักงานเป็นอย่างดีและการอาศัยประสบการณ์ในอดีตในการเลือกลงทุนมาเป็นข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนโดยเฉพาะด้านการศึกษาข้อมูลการลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545) กล่าวถึง การค้นหาข้อมูล(Information Search)หากว่าแรงกระตุ้นที่ได้จากขั้นตอนของ การรับรู้ถึงความต้องการมากเท่าไร ก็จะทำให้ผู้บริโภคเกิดการหาข้อมูลเพื่อนามาใช้ประกอบ พิจารณากับการตัดสินใจซื้อมากขึ้นเท่านั้น โดยแหล่งที่ผู้บริโภคสามารถเลือกเป็นแหล่งข้อมูล จะได้มา จากหลายแหล่งทั้งแหล่งข้อมูลภายในและแหล่งข้อมูลภายนอก การแสวงหาข้อมูลข่าวสารนั้น นอกจากเป็นการสนับสนุนทัศนคติหรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้วนั้น ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่นๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ หรือใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา และสอดคล้องกับแนวคิดของ Soloman (2009) อ้างถึงในชูชัย สมितिไกร (2553) กล่าวถึงระดับการตัดสินใจซื้อที่มีผลต่อปริมาณการค้นหา

ข้อมูลของผู้บริโภค โดยการตัดสินใจที่ต้องอาศัยกระบวนการคิด และแก้ปัญหาครอบคลุมมากเท่าไร การค้นหาข้อมูลจะความถี่และปริมาณที่มากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งสามารถแบ่งระดับการตัดสินใจได้เป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับที่ 1 การตัดสินใจซื้อตามความเคยชิน (routine response behavior) มักเกิดขึ้นในสถานการณ์ที่สินค้ามีราคาถูก ซื้อเป็นประจำ หรือผู้บริโภคมีความคุ้นกับ ประเภทหรือยี่ห้อของผลิตภัณฑ์นั้นเป็นอย่างดี ระดับที่ 2 การตัดสินใจซื้อที่ใช้กระบวนการความคิดแบบง่าย (limited problem solving) จะใช้กฎการตัดสินใจแบบง่ายหรือทางลัดในการตัดสินใจ เช่น ใช้ราคาหรือประเทศผู้ผลิตเป็นทางลัดในการตัดสินใจว่าจะซื้อยี่ห้อใด ระดับที่ 3 การตัดสินใจซื้อที่ใช้กระบวนการความคิดแบบซับซ้อน (extensive problem solving) มีความรอบคอบและความระมัดระวังในการตัดสินใจ โดยอาศัยการ พิจารณาข้อมูลต่างๆ มักเกิดกับการตัดสินใจผลิตภัณฑ์ที่มีราคาแพง เป็นสินค้าที่นานๆ ซื้อครั้ง ไม่คุ้น ชินกับประเภทหรือยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ที่จะซื้อ และมีความเสี่ยงตามการรับรู้ ซึ่งผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร จะมีความเสี่ยงในการรับรู้ด้านกายภาพ เนื่องจากกังวลว่าสินค้าจะมีอันตรายหรือไม่ อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคอาจรับรู้ ความเสี่ยงด้านอื่นๆ เช่น ความเสี่ยงทางสังคม ความเสี่ยงทางจิตวิทยา ความเสี่ยงด้าน การใช้งาน ความเสี่ยงด้านการเงินได้อีกด้วย

1.3 ด้านการประเมินทางเลือก ของลูกค้าบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า โดยส่วนใหญ่แล้วลูกค้าบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในแต่ละธนาคารก่อนการตัดสินใจลงทุนอยู่แล้ว ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ อรชร มณีสงฆ์ (2551) กล่าวถึง เมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารก็จะนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์ในการเลือก โดยจะมีการกำหนดความต้องการของตนเองขึ้นพิจารณาลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ตราหือต่างๆ ที่ได้รับข้อมูลมาทำการเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของแต่ละยี่ห้อ และเปรียบเทียบกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตนตั้งไว้ โดยจะมีเรื่องของความเชื่อ ความเชื่อต่อตราหือและเรื่องของทัศนคติต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยก่อนที่จะตัดสินใจเลือกตราหือที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด รวมทั้งสอดคล้องกับแนวความคิดของ บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ และคณะ (2541) กล่าวว่า การประเมินค่าทางเลือกก่อนการซื้อ (Pre-Purchase Alternative Evaluation) เป็นการประเมินในด้านประโยชน์ของผู้บริโภคที่คาดหวังว่าจะได้รับ และยังทำให้ลด ช่องว่างทางเลือกของผู้บริโภคเช่นกัน ในการประเมินในลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการซื้อ มีวัตถุประสงค์เพื่อทำการเปรียบเทียบถึงราคาความแตกต่างของผลิตภัณฑ์หรือการบริการ

1.4 ด้านการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้าบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ลูกค้าบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) จากการได้รับการบริการและคำแนะนำที่ดีจากทางธนาคารไทยพาณิชย์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ อรชร มณีสงฆ์ (2551) กล่าวว่า เมื่อผ่านขั้นของการประเมินทางเลือกต่าง ๆ แล้ว ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อตราหือที่ตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุดที่ตั้งใจจะซื้อ นั่นคือผู้บริโภคจะเกิดความตั้งใจที่จะซื้อ (Purchase Intention) ขึ้น และสอดคล้องกับแนวความคิดของ P. Kotler, & K. Lane, (2012) กล่าวว่า การตัดสินใจ (purchase decision) การตัดสินใจ

ซื้อผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่ง หลังจากมีการประเมินผลทางเลือกในขั้นที่ 3 จะช่วยให้บริโภคกำหนดความพอใจระหว่างผลิตภัณฑ์ ต่างๆที่ผู้บริโภคชอบมากที่สุด การตัดสินใจซื้อจึงเกิดขึ้น หลังจากประเมินทางเลือก (evaluation of alternative) แล้วเกิดความตั้งใจซื้อ (purchase intention) และเกิดการตัดสินใจซื้อ (purchase decision) ในที่สุด แต่ก่อนตัดสินใจซื้อผู้บริโภคจะคำนึงถึงปัจจัย 3 ประการ คือ (1) ทศนคติของบุคคลอื่น (attitudes of others) ทศนคติของบุคคลที่เกี่ยวข้องจะมี ผลทั้งด้านบวก และด้านลบ ต่อการตัดสินใจซื้อ (2) ปัจจัยสถานการณ์ที่คาดคะเนไว้ (anticipated situational factors) ผู้บริโภคจะ คาดคะเนปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น รายได้ที่คาดคะเนของครอบครัว การคาดคะเนต้นทุนของ ผลิตภัณฑ์ และการคาดคะเนผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ (3) ปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนไว้ (unanticipated situational factors) ขณะที่ความตั้งใจซื้อ เช่น ผู้บริโภคไม่ชอบลักษณะของพนักงานขาย หรือผู้บริโภคเกิดอารมณ์เสีย หรือ วิดกกังวลจากรายได้ นักการตลาดเชื่อว่าปัจจัยที่ไม่คาดคะเนจะมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อ การตัดสินใจของแต่ละบุคคลจะต้องมีการปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงได้ นักการตลาดต้องใช้ความ พยายาม เพื่อทำความเข้าใจต่อพฤติกรรมซื้อเพื่อลดภาวะความเสี่ยง

1.5 ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ของลูกค้าบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ใน ระดับเห็นด้วยมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ลูกค้าบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความต้องการความพึงพอใจกับการบริการและความเชื่อมั่นในผลตอบแทนของการลงทุนในกองทุนรวม ประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)กับทางธนาคารไทยพาณิชย์ ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ อุดุลย์ จาตุรงกุล. 2550: 13-26 อ้างอิงจาก Kotler,(2003) กล่าวว่า พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Postpurchase Feeling) เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจ ภายหลังการซื้อผลิตภัณฑ์ ไปใช้แล้ว และ สอดคล้องกับแนวความคิดของ P. Kotler, & K. Lane, (2012) เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจ ภายหลังจากมีการซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้แล้ว ความรู้สึกนี้ขึ้นกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และความคาดหวัง ของผู้บริโภคว่า ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไปนั้นสามารถสนองตามที่เขาต้องการได้จริงตามคำโฆษณาหรือไม่และ ภายหลังซื้อและ ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พึง พพอใจในผลิตภัณฑ์ หากเกิดความพึงพอใจก็จะทำให้เกิดการซื้อซ้ำและการบอกต่อ หากไม่ได้รับความ พพอใจก็อาจจะหันไปสนใจ ผลิตภัณฑ์ยี่ห้ออื่นแทน รวมทั้งสอดคล้องกับแนวความคิดของ ณีฐพันธ์ เจริญนนท์ (2551: 142)กล่าวถึง การประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายในการตัดสินใจแก้ปัญหาโดยทำการ ติดตาม ตรวจสอบ ประเมินและวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อทำการปรับปรุงการดำเนินงานให้สอดคล้องกับ แผนการและ สถานการณ์ในขณะนั้นตลอดจนทำการปรับปรุงให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ผลศึกษาปัจจัยตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

2.1 ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พบว่า เป็นปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากในปัจจุบัน นักลงทุนส่วนใหญ่ที่ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF) มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) อยู่แล้ว เพราะโดยส่วนใหญ่ นักลงทุนจะอาศัยประสบการณ์ในอดีตในการเลือกลงทุนหรือตัดสินใจ อีกทั้งนักลงทุนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเงื่อนไขการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เป็นอย่างดี ซึ่งเหตุผลสำคัญของนักลงทุนในการเลือกลงทุนกับธนาคารไทยพาณิชย์ คือ ธนาคารไทยพาณิชย์ เป็นธนาคารที่มีความน่าเชื่อถือเชื่อมั่น อีกทั้งธนาคารไทยพาณิชย์ ก็มีระบบการติดตามข้อมูลข่าวสารด้านเศรษฐกิจและทิศทางของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET INDEX) ให้กับกลุ่มผู้สนใจและนักลงทุนต่างๆ มีระบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านเว็บไซต์ต่างๆ ของธนาคาร อีกทั้งยังมีการจัดการให้ความรู้ และให้คำปรึกษาในการลงทุนต่อกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) กับกลุ่มนักลงทุนที่รายเก่าและรายใหม่ จึงเป็นเหตุผลให้กลุ่มตัวอย่าง มีความคิดเห็นเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ Stephen และ Timothy (2011 : 202-203) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ของคน ประกอบด้วย แรงจูงใจ ความสนใจ ประสบการณ์ และการคาดหวัง โดยความรู้สึก ในการที่จะชอบหรือไม่ชอบ และความรู้หรือความเชื่อ ซึ่งอธิบายถึงลักษณะ ตลอดจน ความสัมพันธ์ของสิ่งหนึ่งที่มีต่อสิ่งอื่นๆ ที่สื่อถึงทัศนคติ มีความเกี่ยวข้องกับความสนใจ การมีสถานะหรือเงื่อนไขที่ไปทำให้เกิดพฤติกรรม หรือไปยังยังพฤติกรรม หรือไปกำหนด แนวทางพฤติกรรมที่จะแสดงออก รวมถึงประสบการณ์ที่ผ่านมาของบุคคลที่มีต่อบุคคล หรือสิ่งของ ตลอดจนความคาดหวังของมนุษย์เป็นการคิดไว้ล่วงหน้าไว้ก่อนอาจจะไม่ เป็นไปตามที่คิดไว้แต่มีบทบาทสำคัญ ต่อพฤติกรรมของบุคคล ต่างมีความสัมพันธ์การรับรู้ทั้งสิ้น

2.2 ปัจจัยด้านทัศนคติในการลงทุน พบว่า เป็นปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากในปัจจุบัน นักลงทุนส่วนใหญ่ที่ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF) มีการลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) อยู่แล้วโดยปกติ และมีการลงทุนไว้เพื่อการออมเงิน เนื่องจากสามารถนำไปใช้ในการหักลดหย่อนภาษีต่างๆได้ และการที่นักลงทุนเลือกลงทุนกับธนาคารไทยพาณิชย์นั้น เพราะทางธนาคารไทยพาณิชย์ มี ระบบการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของนักลงทุนได้ในทุกๆด้าน จึงเป็นเหตุให้กลุ่มตัวอย่าง มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันไปในทางเดียวกัน กับแนวคิดการศึกษา วีระพันธ์ แก้วรัตน์(2553:15) พบว่า ทัศนคติเป็นการกำหนดของพฤติกรรม เพราะมีความเกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ และการจูงใจ ทัศนคติเป็นความรู้สึก ในทางบวกและในทางลบ เป็นภาวะจิตใจของการเตรียมพร้อมที่จะเรียนรู้และถูกปรับตัว ให้ เข้ากับสภาพแวดล้อม โดยประสบการณ์ที่ใช้อิทธิพลที่มีลักษณะ เฉพาะต่อการตอบสนอง ของบุคคลไปสู่บุคคล สิ่งของ และสถานการณ์ของแต่ละบุคคล โดยพบ ผู้ลงทุนส่วนใหญ่มีความรู้สึกเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เป็นอย่างดี

2.3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นอันดับแรก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เนื่องจาก ปัจจัยนี้เงื่อนไขของการลงทุนตามนโยบายการลงทุนต่างๆ ของธนาคาร มีการให้ความสำคัญต่อการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เป็นอย่างมาก และมีศักยภาพการเจริญเติบโตค่อนข้างสูง เพราะกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของธนาคารไทยพาณิชย์ ถือได้ว่าเป็นกองทุนๆ ที่มีผลประกอบการติดอันดับ 1 ใน 5 ของผลการประเมินต่างๆ อีกทั้งในการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) จะมีความมั่นคงและความปลอดภัย เนื่องด้วยธนาคารไทยพาณิชย์จะนำเงินทุนของนักลงทุนไปลงทุนในการลงทุนต่างๆ จะมีการพิจารณาอย่างรอบคอบ จึงทำให้เงินลงทุนของนักลงทุนกับทางธนาคารไทยพาณิชย์ ส่วนใหญ่จะได้รับผลกำไรกลับมา อีกทั้งการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ มีระบบการให้บริการที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ จึงทำให้นักลงทุนเกิดความสะดวกสบายในการใช้บริการมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดอตุลย์จาตุรงค์กุล(2543:26)และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ(2552:80-81) ที่พบว่า ในเรื่องตัวแปรหรือองค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาด(4P's) ว่า เป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจ เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวนี้ เป็นปัจจัยที่องค์กรทุกแห่ง จะมุ่งต่อกระบวนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นการนำเอาหลัก 4P's เข้ามาใช้ เพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารงานขององค์กร เช่น การจัดการบริหารสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ตลอดจนกองทุนต่างๆ ขององค์กรให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักลงทุนมากยิ่งขึ้น และการนำเอาหลักส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ ทำให้เกิดความยืดหยุ่นในการบริหารงานขององค์กร รวมทั้งจะสามารถนำข้อมูลต่างๆมาปรับปรุงกระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อทำให้เกิดประสิทธิผลในการบริหารจัดการทางด้านต่างๆต่อไป

2.4 ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ พบว่า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เนื่องจากปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบต่างๆ เช่น การส่งเสริมให้พนักงานที่ให้บริการเกี่ยวกับกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) มีความรู้ มีทักษะในการบริการอย่างถูกต้อง ชัดเจน สามารถให้คำแนะนำและคำปรึกษาได้เป็นอย่างดี อีกทั้งพนักงานในธนาคารไทยพาณิชย์ สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี สามารถตอบสนองความต้องการของนักลงทุนประเภทต่างๆได้ อีกทั้งการส่งเสริมการตลาดเชิงรุก เช่น การที่พนักงานมีการส่งจดหมายหรือติดต่อไปยังนักลงทุน เพื่อเชิญชวนให้นักลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เป็นต้น จึงทำให้เกิดกระบวนการส่งเสริมทำให้นักลงทุน มีแรงจูงใจ และให้ความสนใจในการเข้ามาลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) กับธนาคารไทยพาณิชย์เพิ่มมากยิ่งขึ้น การศึกษาดังกล่าว มีความสอดคล้องกับแนวคิดธารณี เมธานุเคราะห์ (2542) พบว่า การบริการเป็นกิจกรรมหรือกระบวนการใน การดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์การ เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่น ให้ได้รับความสุขความ สะดวกสบาย หรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น โดยมี ลักษณะเฉพาะของตัวเองไม่สามารถ

จับต้องได้ ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของในรูปแบบ และ ไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่นๆ ทั้งยังเกิดความเอื้ออาทร มีน้ำใจไมตรีเยี่ยมด้วย ความปรารถนาดีช่วยเหลือเกื้อกูล ให้ความสะดวก รวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค ซึ่งความคาดหวังของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการต่างๆ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก โดยเฉพาะทางด้านพนักงาน ที่มีการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีบุคลิกภาพที่ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นต้น และสอดคล้องกับแนวคิด สุนันทา ทวีผล (2550, หน้า 13) พบว่า คุณภาพการบริการมีความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และ บริการที่องค์กรจัดให้นั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ การอำนวยความสะดวกในการให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญในการให้บริการ ซึ่งหากธนาคารหรือองค์กรต่างๆตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการเพิ่มมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์ สำหรับธนาคารไทยพาณิชย์ และสถาบันการเงินทั่วไป รวมไปถึงผู้ที่กำลังศึกษาการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า

1. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4P's) มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF) ดังนั้น ธนาคารไทยพาณิชย์ควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอความหลากหลายของกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF) ให้เลือกลงทุน ให้กับนักลงทุนต่างๆ เพิ่มมากยิ่งขึ้น และควรมีการนำเสนอกระบวนการบริหารกองทุนที่เป็นหลักปฏิบัติ และเป็นจุดเด่นของธนาคารไทยพาณิชย์ ให้กับกลุ่มนักลงทุนได้ทราบ รวมถึงการนำเอาหลักการให้ส่วนลดค่าธรรมเนียมต่างๆและจัดกิจกรรมต่อเนื่องในเทศกาลต่างๆ เพื่อทำให้เกิดการส่งเสริม และสร้างแรงจูงใจเป็นการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อกองทุนต่างๆของธนาคารไทยพาณิชย์เพิ่มมากยิ่งขึ้น เพราะ ลูกค้าบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

2. ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF) ดังนั้น ธนาคารไทยพาณิชย์ควรมีการส่งเสริมให้พนักงานมีทักษะ และความรู้ความเข้าใจกองทุนต่างๆให้อยู่ในระดับที่ดีเยี่ยม เพื่อทำให้เกิดการนำเสนอข้อมูลและรายละเอียดต่างๆได้อย่างถูกต้อง อีกทั้งจะต้องส่งเสริมให้พนักงานมีใจรักงานรักบริการ มีความเคารพต่อลูกค้า และมีการเก็บความรู้สึกต่างๆที่ไม่พึงพอใจกับลูกค้าได้เป็นอย่างดี เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจของธนาคารต่อไป เพราะ ลูกค้าบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ

ดังนั้นจากปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่า ธนาคารไทยพาณิชย์ไม่ต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและปัจจัยด้านทัศนคติในการลงทุน เพราะไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนใน

กองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร แต่ควรสนใจและให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการเพราะมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ธนาคารไทยพาณิชย์ ต้องมีการบริหารจัดการด้านส่วนประสมทางการตลาด และด้านคุณภาพการบริการ ให้มีกระบวนการที่หลากหลายมีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองต่อนักลงทุนที่เป็นลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรจะมีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างต่างๆ เพื่อให้ทราบข้อคิดเห็น หรือได้รับข้อมูลเชิงลึกมากยิ่งขึ้น อันจะส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อการอภิปรายผลการวิจัยต่อไป

2. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรจะมีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติอื่นๆ เช่น ค่า t-test และ ANOVA เพื่อหาความแตกต่างของตัวแปรอื่นๆที่มีต่อปัจจัยการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ขวัญเรือน กิตติวัฒน์. (2531). แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร.ในเอกสารประกอบการสอน วิชาพลศาสตร์ของการสื่อสาร.นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชานนท์ รุ่งเรือง.(2555). การเพิ่มประสิทธิภาพในการกระจายสินค้าลดต้นทุนโดยใช้เทคนิคการ แลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ในอุตสาหกรรม.สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ , มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ณภาพัช พายุเลิศ. (2557).การจูงใจในองค์กรธุรกิจ. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ผุดผ่อง ตรีบุบผา.(2547). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพการบริการและความรักภักดีต่อการบริการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ,จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธัญลักษณ์ ประกอบกิจ.(2555). ความพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการสินค้าและบริการของ ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาช่วงสิงห์ จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญา มหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธงชัย สันติวงษ์.(2540). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 9).กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ไพโร พนา. (2544). การบริหาร.กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ภูตินันท์ อติพิทยางกูร. (2555). การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. ก. อติพิทยางกูร. กรุงเทพฯ.

- มาลินี มาลีคล้าย. (2554). การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัย สุโขทัย
ธรรมาธิราช.กรุงเทพฯ : ภา.อติพิทยางกูร.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2549).ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของ
โรงงานซีแพคแพรนไฮส์ สาขาจอมทอง.การค้นคว้าแบบอิสระ ปริญญาโทบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วีระพันธ์ แก้วรัตน์.(2553). การบริหารการตลาดยุคใหม่.กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- วุฒิชัย จำนงค์.(2525). การจูงใจในองค์การธุรกิจ.กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- เสรี วงษ์มณฑา.(2542). กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด.กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร.(2533). การสื่อสารกับสังคม.กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.