

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงทุนในกองทุนรวมของ บลจ.ชนชาติ

**FACTORS AFFECTING INVESTMENT IN MUTUAL FUND OF
THANACHART FUND MANAGEMENT**

มนีรัตน์ พรเจริญศิริ
สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ

Maneerut Pronjaroensiri

E-mail: jj.jubjang24@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking,
Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงทุนในกองทุนรวมของ บลจ.ชนชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงทุนในกองทุนรวมของ บลจ.ชนชาติ โดยมุ่งเน้นลงทุนในกองทุนเปิดชนชาติตราสารหนี้เพื่อการเลี้ยงชีพ (T-NFRMF) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่และช่องทางในการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านภาพลักษณ์ โดยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์การลงทุนในกองทุนรวม ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่ลงทุนในกองทุนรวมของ บลจ.ชนชาติ โดยมุ่งเน้นลงทุนในกองทุนเปิดชนชาติตราสารหนี้เพื่อการเลี้ยงชีพ (T-NFRMF) จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิจัยพบว่า 1.) มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 มี

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-40,000 บาท จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 มีประสบการณ์การลงทุนในกองทุนรวม 1-5 ปี จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0

2.) ความคิดเห็นของผู้ลงทุนในกองทุนรวมของ บลจ.ธนชาติ โดยมุ่งเน้นลงทุนในกองทุนเปิด ธนชาติตราสารหนี้เพื่อการเลี้ยงชีพ (T-NFRMF) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านภาพลักษณ์ และด้านราคา ตามลำดับ และด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านสถานที่และช่องทางในการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ABSTRACT

The research of Factors Affecting Investment in Mutual Fund of Thanachart Fund Management. The objective is to study Factors Affecting Investment in Mutual Fund of Thanachart Fund Management and focus on the T-NFRMF which consisted of products and services, prices, places and channels, promotion, people and images. We categorized by personal background included gender, age, education, career, salary and experiences in investment. The samples used in this research amount of 400 people. The questionnaire was instrument of this research. Data was analyzed by using SPSS for Financial Research. The statistics were frequency, percentage, mean and standard deviation.

The results found that 1.) There are 400 respondents. Most are female 214 people representing 53.5%. Most aged 31-40 years old 166 people representing 41.5%. Almost of the samples are bachelor's degree level 247 people representing 61.8%. Major respondents are private company employees 161 people representing 40.3%. Most have average income per month 20,001-40,000 baht 147 people representing 36.8%. There are 172 people who had experienced in investment between a year to five years representing 43.0%.

2.) The most factors affecting to the investment of Thanachart investors are products and services, images and prices respectively. The second are places and channels, people, and promotion respectively.

บทนำ

ในปัจจุบันประชาชนหันมาให้ความสนใจในเรื่องของการออมและการลงทุนกันมากขึ้น โดยมีทางเลือกในการออมและการลงทุนที่หลากหลาย เช่น การออมเงินในบัญชีธนาคาร การลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ การซื้อหุ้นสามัญ การซื้อกองทุนรวม การซื้อตราสารหนี้ เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของนักลงทุนที่ยอมรับได้ ซึ่งบลจ. ธนชาตก็เป็นบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีชื่อเสียง มีการก่อตั้งมายาวนาน จึงเป็นบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือ อีกทั้งบริษัทนี้ยังได้รับรางวัลการันตีจากสถาบันต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกองทุนเปิดธนชาต ตราสารหนี้เพื่อการเลี้ยงชีพ (T-NFRMF) ที่ได้รับรางวัลกองทุนยอดเยี่ยมแห่งปี 2020 จากการจัดอันดับกองทุนรวมประจำปีของวารสารการเงินธนาคาร

เหตุผลในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงทุนในกองทุนรวมของ บลจ.ธนชาต โดยมุ่งเน้นลงทุนในกองทุนเปิดธนชาตตราสารหนี้เพื่อการเลี้ยงชีพ (T-NFRMF) เนื่องจากอยากทราบว่าปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการเลือกลงทุนในกองทุนรวมของ บลจ.ธนชาต โดยมุ่งเน้นลงทุนในกองทุนเปิดธนชาตตราสารหนี้เพื่อการเลี้ยงชีพ (T-NFRMF) เพื่อที่จะเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขหรือพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของบลจ.ธนชาตให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงทุนในกองทุนรวมของ บลจ.ธนชาต โดยมุ่งเน้นลงทุนในกองทุนเปิดธนชาตตราสารหนี้เพื่อการเลี้ยงชีพ (T-NFRMF)

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงทุนในกองทุนรวมของ บลจ. ธนชาต โดยมุ่งเน้นลงทุนในกองทุนเปิดธนชาตตราสารหนี้เพื่อการเลี้ยงชีพ (T-NFRMF) มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ คือ

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์การลงทุนในกองทุนรวม

ตัวแปรตาม คือ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงทุนในกองทุนรวมของ บลจ.ธนชาต โดยมุ่งเน้นลงทุนในกองทุนเปิดธนชาตตราสารหนี้เพื่อการเลี้ยงชีพ (T-NFRMF) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่และช่องทางในการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านภาพลักษณ์

ขอบเขตด้านประชากร

ผู้ที่ลงทุนในกองทุนรวมของ บลจ.ชนชาติ โดยมุ่งเน้นลงทุนในกองทุนเปิดชนชาติตราสารหนี้เพื่อการเลี้ยงชีพ (T-NFRMF)

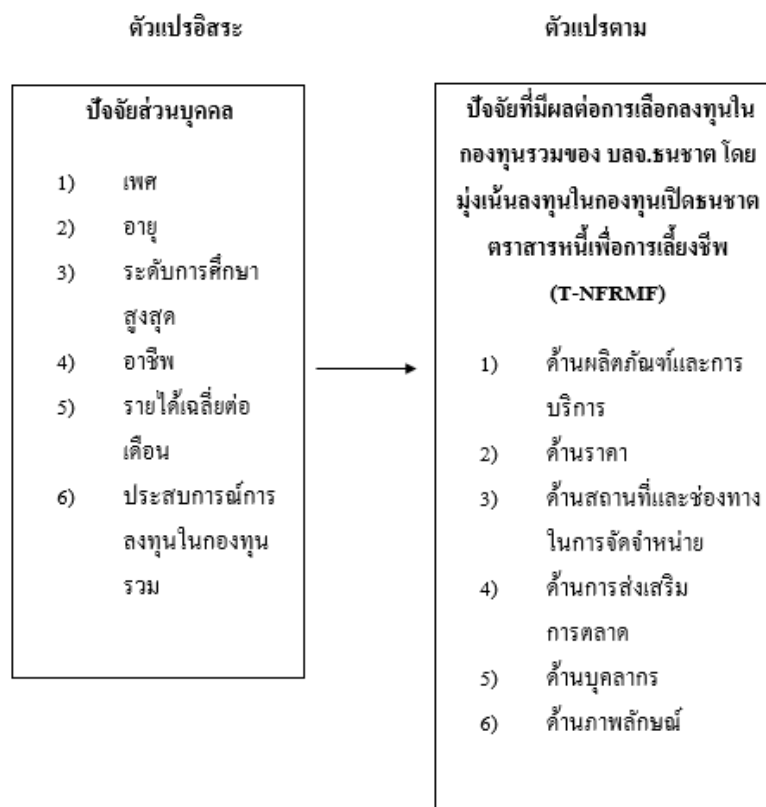
ขอบเขตด้านระยะเวลา

เริ่มดำเนินการวิจัยเรื่องนี้ ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม-มิถุนายน 2563

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงทุนในกองทุนรวมของ บลจ.ชนชาติ โดยมุ่งเน้นลงทุนในกองทุนเปิดชนชาติตราสารหนี้เพื่อการเลี้ยงชีพ (T-NFRMF)
2. ทำให้ทราบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในแต่ละด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกองทุนเปิดชนชาติตราสารหนี้เพื่อการเลี้ยงชีพ (T-NFRMF)
3. สามารถนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากงานวิจัย มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและกำหนดนโยบายของบริษัท เพื่อให้บริษัทมีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและรักษาลูกค้าไว้ได้ยาวนาน

กรอบแนวคิดการวิจัย



แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

Kotler (1997, p. 92) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ
2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของ (Cost) ของลูกค้า ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาเขาจะตัดสินใจซื้อ
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านสถานที่ให้บริการในส่วนแรก คือ การเลือกทำเลที่ตั้ง (Location) ของธุรกิจบริการมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ผู้บริโภคต้องไปรับบริการจากผู้ให้บริการในสถานที่ที่ผู้ให้บริการจัดไว้
4. การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ให้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการ
5. บุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employee) หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการติดต่อแสวงหาลูกค้า การเสนอขาย เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจและตัดสินใจซื้อ
6. สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total quality management: TQM) หรือต้องแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการ โดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้
7. กระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบ วิธีการ และงานที่ปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอกับลูกค้า เพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทรรศวรรณ จันทรสาຍ (2557) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) และ กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) กับ บลจ.บัวหลวง: ผ่านธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้บริการธนาคารหลายธนาคารแต่ใช้ธนาคารกรุงเทพเป็นหลักวัตถุประสงค์ที่สำคัญของการลงทุนก็คือ เพื่อประโยชน์ในการหักลดหย่อนภาษี รองลงมาได้แก่ เพื่อหวังผลตอบแทนจากการลงทุน และเพื่อเป็นการออมเพื่ออนาคต ตามลำดับ การลงทุนผ่านสาขาของธนาคารคือช่องทางที่สำคัญที่สุด เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการเลือกลงทุนในกองทุนรวมก็คือ ผลประกอบการของกองทุนที่ผ่านมา การตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมขึ้นอยู่กับปัจจัยของการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามเอง และผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อลงทุนแล้ว มีการติดตามข่าวสารผลประกอบการของกองทุนในบางครั้งในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวม RMF และ LTF ที่อยู่ในระดับมากได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการและด้านภาพลักษณ์องค์กร ในการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านกระบวนการบริการแตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้านยกเว้นด้านราคาแตกต่างกัน และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ปิยพร อามสุทธิ์ (2557) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานเงินเดือนประจำในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 31 – 40ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 30,000 บาท ออมเงินผ่านการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาวโดยคาดหวังในเรื่องของผลตอบแทนและลดหย่อนภาษี ซึ่งมีความถี่ในการลงทุนทุกปีเป็นจำนวนเงิน 10,000 – 20,000บาท ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านผลตอบแทน ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม และปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมโดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก ผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดผลตอบแทน ความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม และภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์

จัดการกองทุนรวม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ปัทมา แสตนศิริพันธุ์ (2558) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการลงทุนกองทุนรวมของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการลงทุนรวมของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality) จะส่งผลต่อความพึงพอใจมากที่สุด ส่วนปัจจัยที่มีผลจากความพึงพอใจของลูกค้าคือ ความจงรักภักดีของลูกค้า อาจกล่าวได้ว่า เมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจในการลงทุนนั้นแล้วไม่ว่าจะทั้งในด้านของผลตอบแทนจากการลงทุน การได้รับบริการที่ดีเยี่ยม ก็จะเกิดความจงรักภักดี มีโอกาสที่จะลงทุนซ้ำรวมถึงมีโอกาที่จะแนะนำให้คนรู้จักเลือกมาลงทุนด้วยเช่นเดียวกัน

อรรถเดช เทพชัยธนะวงศ์ (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในหน่วยลงทุนประเภทกองทุนต่างประเทศของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ของผู้ลงทุนในหน่วยลงทุนต่างประเทศ ผู้ลงทุนมีความแตกต่างกันในเรื่อง เพศ อายุ และระดับรายได้ กลุ่มตัวเพศชาย มีความสนใจลงทุนในหน่วยลงทุนประเภทกองทุนต่างประเทศอยู่ในระดับสูง โดยที่ช่วงอายุเฉลี่ย 31-40 ปีจะมีการตัดสินใจลงทุนสูงกว่าช่วงอายุอื่น และ ในเรื่องระดับรายได้ที่มีการตัดสินใจลงทุนในหน่วยลงทุนสูงสุดคือ ระดับรายได้เฉลี่ยที่ 50,000-70,000 บาทต่อเดือน สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในหน่วยลงทุนต่างประเทศ มีทั้งหมด 4 ปัจจัย โดยเรียงลำดับตามอิทธิพลในการตัดสินใจลงทุนจากมากไปหาน้อยจะประกอบไปด้วย ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกสูงสุดคือ ปัจจัยด้านอัตราผลตอบแทนและความปลอดภัยในการซื้อ-ขายกองทุน โดยรองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการและการนำเสนอสารสนเทศและปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงลบ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

พรรัชกร จิรภิญโญ (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการลงทุนและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนทั่วไปในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41-50 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-60,000 บาท ประสพการณ์ลงทุนในกองทุนรวมน้อยกว่า 1 ปี ฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสูงสุดที่เสียอยู่ที่ 20 % และในด้านการวิเคราะห์แต่ละปัจจัยพบว่าปัจจัยด้านภาษีและความเสี่ยงจากการลงทุน ด้านพฤติกรรมการลงทุน และด้านบุคคลต่างส่งผลถึงการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ด้านผลตอบแทน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านข้อมูลและช่องทางในการจัดจำหน่าย และด้าน

กระบวนการให้บริการไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อดุลย์ สาลีฟ้า (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long Term Fund: LTF) ของนักลงทุนในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ปัจจัยส่วนผสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีเพียง 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและส่งเสริมการขาย และ ปัจจัยด้านผลตอบแทนในการลงทุนและผลการดำเนินงาน สะท้อนกลุ่มตัวอย่างต้องการความสะดวกในการลงทุน และต้องการความรู้เพื่อใช้ในการวางแผนทางการเงินว่า LTF จะมาเป็นเครื่องมือสำหรับวางแผนการลงทุนและการวางแผนการเงินได้อย่างไร ประกอบกับการมีการส่งเสริมทางการตลาดที่โดดเด่นตรงกับความต้องการทำให้นักลงทุนสนใจในการลงทุนมากขึ้น และการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตได้ทุกธนาคารทำให้เพิ่มความสะดวกให้กับนักลงทุน ส่วนปัจจัยด้านผลตอบแทนในการลงทุนและผลการดำเนินงานเนื่องด้วยนักลงทุนสนใจผลการดำเนินงานที่ผ่านมาและการเลือกหุ้นเข้า Port ของกองทุนจะส่งผลต่อการดำเนินงานของกองทุนในอนาคตได้

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research) โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ(Survey Research) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ที่ลงทุนในกองทุนรวมของ บลจ. ธนชาติ โดยมุ่งเน้นลงทุนในกองทุนเปิดธนชาตตราสารหนี้เพื่อการเลี้ยงชีพ (T-NFRMF) และผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้หลักการของยามานะ (Yamane) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ดังนั้นผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) โดยเลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แจกแบบสอบถาม โดยใช้ Google Forms ผ่านทางออนไลน์ ให้กับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้
2. ตอบคำถามแก่ผู้ซักถาม เมื่อต้องการคำอธิบายเพิ่มเติม
3. เก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำข้อมูลที่ได้ออกไปวิเคราะห์ และ

ประมวลผล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละ(Percentage) เพื่อใช้สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล
2. ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เพื่อใช้สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงทุนในกองทุนรวมของ บลจ.ธนชาติโดยมุ่งเน้นลงทุนในกองทุนเปิดธนชาติตราสารหนี้เพื่อการเลี้ยงชีพ (T-NFRMF)
3. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เพื่อใช้สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงทุนในกองทุนรวมของ บลจ.ธนชาติ โดยมุ่งเน้นลงทุนในกองทุนเปิดธนชาติตราสารหนี้เพื่อการเลี้ยงชีพ (T-NFRMF)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1 ด้านเพศ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 และเพศชาย จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 ด้านอายุ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมาคือ 21-30 ปี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 , 41-50 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 , 51 ปีขึ้นไป จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และอายุไม่เกิน 20 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 รองลงมาคือ ปริญญาโท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 , ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ ด้านอาชีพ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาคือ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 , เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 , อาชีพอิสระ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 , อื่น ๆ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 และนิสิต/นักศึกษา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-40,000 บาท จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาคือ 40,001-60,000 บาท จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 , 60,001 บาทขึ้นไป จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 และไม่เกิน 20,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ ด้านประสบการณ์การลงทุนในกองทุนรวม พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีประสบการณ์การลงทุนในกองทุนรวม 1-5 ปี จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาคือ ไม่เกิน 1 ปี จำนวน 108 คน

คิดเป็นร้อยละ 27.0 , 6-10 ปี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 และมากกว่า 10 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงทุนในกองทุนรวมของ บลจ.ชนชาติ โดยมุ่งเน้นลงทุนในกองทุนเปิดชนชาติตราสารหนี้เพื่อการเลี้ยงชีพ (T-NFRMF) มีองค์ประกอบ 6 ด้าน โดยแสดงเป็นค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) พบว่า ความคิดเห็นของผู้ลงทุนในกองทุนรวมของ บลจ.ชนชาติ โดยมุ่งเน้นลงทุนในกองทุนเปิดชนชาติตราสารหนี้เพื่อการเลี้ยงชีพ (T-NFRMF) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านภาพลักษณ์ และด้านราคา ($\bar{X} = 4.44$, $\bar{X} = 4.39$, $\bar{X} = 4.35$) ตามลำดับ และด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.17$, $\bar{X} = 4.10$, $\bar{X} = 4.02$) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงทุนในกองทุนรวมของ บลจ.ชนชาติ โดยมุ่งเน้นลงทุนในกองทุนเปิดชนชาติตราสารหนี้เพื่อการเลี้ยงชีพ (T-NFRMF) มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 214 คนคิดเป็นร้อยละ 53.5 และเพศชาย จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 ส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมาคือ 21-30 ปี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 , 41-50 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 , 51 ปีขึ้นไป จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และอายุไม่เกิน 20 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 รองลงมาคือ ปริญญาโท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 , ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาคือ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 , เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 , อาชีพอิสระ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 , อื่น ๆ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 และนิสิต/นักศึกษา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-40,000 บาท จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาคือ 40,001-60,000 บาท จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 , 60,001 บาทขึ้นไป จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 และไม่เกิน 20,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีประสบการณ์การลงทุนในกองทุนรวม 1-5 ปี จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ

43.0 รองลงมาคือ ไม่เกิน 1 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 , 6-10 ปี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 และมากกว่า 10 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ตามลำดับ

**ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงทุนในกองทุนรวมของ บลจ.ธนชาติ โดยมุ่งเน้นลงทุนในกองทุนเปิด
ธนาตราสารหนี้เพื่อการเลี้ยงชีพ (T-NFRMF)**

ความคิดเห็นของผู้ลงทุนในกองทุนรวมของ บลจ.ธนชาติ โดยมุ่งเน้นลงทุนในกองทุนเปิดธนาตราสารหนี้เพื่อการเลี้ยงชีพ (T-NFRMF) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านภาพลักษณ์ และด้านราคา ตามลำดับ และด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ผลการดำเนินงานตรงตามความต้องการของลูกค้า สามารถติดตามผลการดำเนินงานของกองทุนรวมได้หลากหลายช่องทาง เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน Internet Banking มีผลการดำเนินงานที่โปร่งใสตรวจสอบได้ มีนโยบายการลงทุนที่ชัดเจน มีข้อมูลการลงทุนในหนังสือชี้ชวนอย่างครบถ้วน เช่น อัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของกองทุน อัตราค่าธรรมเนียมในการซื้อขายกองทุน ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ มีสมุดบัญชีกองทุนรวม หรือเอกสารยืนยันการซื้อขายกองทุนรวมของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัทมา แสนศิริพันธุ์ (2558) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการลงทุนกองทุนรวมของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. ด้านราคา

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีอัตราค่าธรรมเนียมในการซื้อขาย สับเปลี่ยนกองทุน ในราคาที่เหมาะสม มีการประกาศรายงาน NAV ประจำวันอย่างสม่ำเสมอ มีการประกาศรายงาน NAV ที่ถูกต้อง และชัดเจน ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ มีขั้นต่ำในการซื้อกองทุนที่เหมาะสมกับลูกค้าทุกระดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ทรรศวรณ จันท์สาย (2557) ศึกษาเรื่องศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) และ กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) กับ บลจ.บัวหลวง: ผ่านธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ด้านสถานที่และช่องทางในการจัดจำหน่าย

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีช่องทางการติดต่อซื้อขายกองทุนรวมที่หลากหลาย เช่น ที่สาขา ตัวแทนจำหน่าย แอปพลิเคชัน เป็นต้น มีช่องทางในการชำระเงินที่หลากหลาย สะดวกสบาย เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต โอนเงินออนไลน์ เป็นต้น ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ มีช่องทางการซื้อขายกองทุนรวม ที่ปลอดภัย มีมาตรฐาน และสามารถตรวจสอบได้ มีสาขาที่ให้บริการที่ทันสมัย และทั่วถึง มีรูปแบบการเสนอกองทุนที่ง่ายต่อการเข้าใจ มีเว็บไซต์ที่น่าสนใจ ใช้งานง่ายและทันสมัย ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อคูล์ สาลีฟา (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long Term Fund: LTF) ของนักลงทุนในกรุงเทพฯ และปริมณฑล

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีจัดสัมมนา อบรมความรู้เกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง มีการจัดโปรโมชั่นสม่ำเสมอ มีการอัปเดตข้อมูล ข่าวสารใหม่ๆอย่างสม่ำเสมอ มี Call Center ช่วยแนะนำและแก้ไขปัญหาได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีการโฆษณาหลากหลายช่องทาง เช่น เว็บไซต์ วิทยุ โทรทัศน์ แอปพลิเคชัน หนังสือพิมพ์ เป็นต้น ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ อรรถเดช เทพชัยธนะวงศ์ (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในหน่วยลงทุนประเภทกองทุนต่างประเทศของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

5. ด้านบุคลากร

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ผู้จัดการกองทุนสามารถสร้างผลตอบแทนได้เป็นที่น่าพอใจ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกองทุนรวมเป็นอย่างดี พนักงานสามารถให้คำปรึกษา และแนะนำกองทุนรวมได้ พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ตรงจุดและทันท่วงที พนักงานมีความสุภาพ อ่อนน้อม และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรชกร จิริภิญโญ (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการลงทุนและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนทั่วไปในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

6. ด้านภาพลักษณ์

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ บริษัทมีความน่าเชื่อถือ และได้รับรางวัลจากสถาบันต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องทุกปี บริษัทมีชื่อเสียง และเป็นที่รู้จัก บริษัทมีเอกลักษณ์ โดดเด่น เป็นที่จดจำ บริษัทมีความมั่นคง และแข็งแกร่ง ตามลำดับ ส่วนข้อที่มี

ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ บริษัทมีความทันสมัยและเทคโนโลยีใหม่ๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ปิยพร อามสุทธิ์ (2557) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของ พนักงานเงินเดือนประจำในกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ผลการดำเนินงานตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยการสร้างผลตอบแทนให้ตรงตามที่ระบุไว้ในหนังสือชี้ชวนกองทุน หรือประกาศปรับลดค่าใช้จ่ายของกองทุน เพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานของกองทุนให้ได้ตามความต้องการของลูกค้า, สามารถติดตามผลการดำเนินงานของกองทุนรวมได้หลากหลาย ช่องทาง เช่น เว็บไซต์, แอปพลิเคชัน, และอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง เป็นต้น โดยการเพิ่มช่องทางประกาศผลการดำเนินงานให้มากขึ้น เพื่อเข้าถึงลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น เช่น ช่องทางไลน์ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์, มีผลการดำเนินงานที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ โดยการอ้างอิงบริษัทผู้ตรวจสอบบัญชีที่มีความน่าเชื่อถือมาตรวจสอบข้อมูลทางบัญชีของกองทุนรวมไว้ในผลการดำเนินงาน บนเว็บไซต์ของบริษัท

ด้านราคา

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ มีอัตราค่าธรรมเนียมในการซื้อขาย สับเปลี่ยนกองทุน ในราคาที่เหมาะสม โดยการดูอัตราค่าธรรมเนียมของบริษัทเราและบริษัทคู่แข่ง เพื่อนำมาปรับสัดส่วนให้เหมาะสม เพื่อช่วยดึงดูดลูกค้าให้หันมาสนใจลงทุนในกองทุนรวมของบริษัทมากขึ้น, มีการประกาศรายงาน NAV ประจำวันอย่างสม่ำเสมอ โดยการประกาศรายงาน NAV ประจำวันในช่วงเวลาเดิมอย่างสม่ำเสมอ เช่น ประกาศ NAV ประจำวัน เวลา 20.00น. เพื่อรักษาการให้บริการที่มีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพ ถ้ามีการเลื่อนประกาศ NAV ที่ช้าออกไป ก็ควรที่จะประกาศสาเหตุในการประกาศ NAV ที่ช้าออกไปด้วย เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจเหตุผลของการเลื่อนประกาศ NAV ที่ช้าออกไป

ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ มีช่องทางการติดต่อซื้อขายกองทุนรวมที่หลากหลาย เช่น ที่สาขา ตัวแทนจำหน่าย แอปพลิเคชัน เป็นต้น โดยการเพิ่มช่องทางการติดต่อซื้อขายกองทุนรวมผ่านทางตัวแทนจำหน่ายของบริษัทหลักทรัพย์ต่าง ๆ ช่องทางซื้อขายผ่านทางแอปพลิเคชันของธนาคารต่าง ๆ ที่เป็นตัวแทนจำหน่าย ให้บริการการซื้อขายกองทุนรวม, มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย สะดวกสบาย เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต โอนเงินออนไลน์ เป็นต้น โดยการเพิ่มช่องทางการชำระเงินให้มากขึ้น เพื่อความสะดวกสบายของลูกค้า เช่น การเพิ่มช่องทางการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารต่าง ๆ การชำระผ่านบัตรเครดิต โดยตัดอัตโนมัติเป็นประจำทุก ๆ งวดอย่างสม่ำเสมอ ในกรณีที่ลูกค้ามีความประสงค์ที่จะลงทุนกองทุนรวม

ในระยะยาว, มีช่องทางการซื้อขายกองทุนรวม ที่ปลอดภัย มีมาตรฐาน และสามารถตรวจสอบได้ โดยทุกครั้งที่มีการซื้อขายกองทุนรวมของลูกค้าย จะมีหลักฐานแสดงการซื้อขายกองทุนรวมหลังการชำระเงินทุกครั้ง เพื่อเป็นหลักฐานและสามารถนำไปตรวจสอบเพื่อยืนยันการซื้อขายกองทุนได้ ถ้าซื้อขายกองทุนผ่านทางออนไลน์ จะได้รับหลักฐานการชำระเงินเป็นรูปภาพของแอปพลิเคชันธนาคารนั้น ๆ ถ้าซื้อขายกองทุนรวมผ่านทางสาขาของธนาคาร ก็จะได้รับสมุดกองทุนรวม และใบเสร็จการชำระเงินของกองทุนรวม

ด้านการส่งเสริมการตลาด

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ มีจัดสัมมนา อบรมความรู้เกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยมีการจัดสัมมนาเป็นประจำทุกสัปดาห์ ตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น ห้องประชุมในโรงแรม หรือจัดทำวิดีโอให้ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินเป็นประจำทุก ๆ เดือน ผ่านทางออนไลน์ เช่น ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท ช่องทางเฟซบุ๊ก เป็นต้น, มีการจัดโปรโมชันสม่ำเสมอ โดยการออกโปรโมชันใหม่ ๆ ทุกเดือน เพื่อสร้างยอดขายให้บริษัท และเพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาลงทุนมากขึ้น เช่น การจัดโปรโมชัน ซื้อกองทุนครบ 10,000 บาทขึ้นไป ได้รับบัตรกำนัลมูลค่า 200 บาท, มีการอัปเดตข้อมูล ข่าวสารใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ โดยการแจ้งเตือนผ่านทางข้อความทางมือถือ ผ่านทางออนไลน์ต่าง ๆ เมื่อมีการอัปเดตข้อมูลใหม่ บนเว็บไซต์ หรือ แอปพลิเคชันของธนาคาร เพื่อให้ลูกค้าได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

ด้านบุคลากร

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ผู้จัดการกองทุนสามารถสร้างผลตอบแทนได้เป็นที่น่าพอใจ โดยการส่งเสริมให้มีการอบรม สัมมนา หรือการเรียนต่าง ๆ สำหรับผู้จัดการกองทุน เพื่อเสริมสร้างความรู้ และสามารถนำความรู้ที่ได้ มาพัฒนาต่อยอดความรู้เดิม เพื่อสร้างเครื่องมือให้กองทุนมีผลตอบแทนเป็นที่น่าพอใจสำหรับลูกค้า, พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกองทุนรวมเป็นอย่างดี โดยการจัดอบรม ให้ความรู้พนักงานสาขา ทุก ๆ สัปดาห์ เพื่อให้พนักงานสามารถนำความรู้ที่ได้ไปแนะนำหรือนำเสนอให้ลูกค้าเข้าใจมากขึ้น, พนักงานสามารถให้คำปรึกษา และแนะนำกองทุนรวมได้ โดยการจัดประชุมสาขาทุกเช้า ก่อนเปิดสาขา เพื่อให้พนักงานมีความเข้าใจเกี่ยวกับกองทุนรวมมากขึ้น และสามารถนำคำปรึกษาหรือคำแนะนำจากเพื่อนร่วมงาน มาประยุกต์ใช้ และนำไปใช้ในการแนะนำหรือให้ความรู้แก่ลูกค้าของตนได้ดียิ่งขึ้น

ด้านภาพลักษณ์

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ บริษัทมีความน่าเชื่อถือ และได้รับรางวัลจากสถาบันต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องทุกปี โดยผู้จัดการกองทุนต้องสร้างผลตอบแทนหรือผลการดำเนินงานของกองทุนให้อยู่ในอันดับต้น ๆ ของแต่ละประเภทของกองทุน เพื่อให้กองทุนประเภทต่าง ๆ ได้รับรางวัลจากสถาบันต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องทุกปี ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถสร้างชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือให้กับบริษัทได้, บริษัทมีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับ โดยการ

โฆษณากองทุนรวมผ่านทางช่องทางต่าง ๆ ทั้งผ่านทางออนไลน์ และผ่านทางออฟไลน์ เช่น ผ่านทางวิทยุ ทางไลน์ เว็บไซต์ เป็นต้น เพื่อเป็นที่รู้จัก และเป็นที่จดจำของลูกค้าได้อย่างยาวนาน, บริษัทมีเอกลักษณ์ โดดเด่น เป็นที่จดจำ โดยการออกแบบเว็บไซต์ ทางเฟซบุ๊ก ทางแอปพลิเคชัน ให้เป็น โทนสีส้ม ซึ่งเป็นสีเดียวกับโลโก้ของบริษัท และออกแบบให้มีความทันสมัย สามารถเข้าถึงได้ทุกเพศทุกวัยและใช้งานได้ง่าย เพื่อให้เป็นที่โดดเด่น และเป็นที่จดจำของลูกค้า

บรรณานุกรม

- ทรรศวรรณ จันทร์สาย. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม RMF และ LTF กับ บลจ. บัวหลวง: กรณีศึกษาลูกค้าที่ลงทุนผ่านธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- ปัทมา แสนศิริพันธุ์. (2558). การศึกษาความพึงพอใจในการลงทุนกองทุนรวมของประชากรในเขต กรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปิยพร อามสุทธิ์. (2557). การตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานเงินเดือนประจำในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พรชัยกร จิริกัญญา. (2559). ปัจจัยการลงทุนและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนทั่วไปในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อดุลย์ สาลีฟ้า. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long Term Fund: LTF) ของนักลงทุนในกรุงเทพฯ และปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรรถเดช เทพชัยชนะวงศ์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในหน่วยลงทุนประเภทกองทุนต่างประเทศของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Kotler, Philip. (1997). *Marketing Management*. 9th ed. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- . (2003). *Marketing Management*. 11th ed. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.