

อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านการลงทุนส่งผลต่อ
การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF)
ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์
Influence Marketing Mix and Investment Factors Affect Investment
Decision Making in Super Savings Funds (SSF) of Personnel
in Cooperative Auditing Department

วิภาดา ธาราพร
สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Wipada Taraporn
E-mail: 6314154033@rumail.ru.ac.th
Faculty of Business Administration Program in Accounting
Ramkhamhaeng University
Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพลส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านการลงทุนส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านการลงทุน โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ จำนวน 344 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 - 40 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาด โดยภาพรวมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.34$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านช่องทางการจำหน่าย ($\bar{X} = 4.40$) ปัจจัยด้านการลงทุน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านพฤติกรรมการลงทุน ($\bar{X} = 4.43$) และการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) บุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ที่มีสถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) โดยภาพรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านกายภาพและการนำเสนอและด้านบุคลากรหรือ

พนักงาน มีผลต่อตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (3) ปัจจัยด้านการลงทุน ด้านผลตอบแทน ด้านภาษีและค่าเสียจากการลงทุน และด้านพฤติกรรมการลงทุน มีผลต่อตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การตัดสินใจลงทุน

Abstract

The purpose of this study is to examine the Influence, marketing mix and investment factors affect investment decision making in super savings funds (SSF) of personnel in Cooperative Auditing Department, factors include demographic factors, marketing mix and investment factors. The 344 sample were drawn from population of personnel in Cooperative Auditing Department. Data were analyzed by using the frequency, percentage, mean, and standard deviation and collected data from questionnaires with T-Test, F-Test (One - Way ANOVA) and Multiple Regression Analysis.

The study indicated that the most personnel in Cooperative Auditing Department. of the respondents were female, aged 31-40 years, single, received Bachelor's Degree and received monthly income of 20,001 – 30,000 bath. Marketing mix were at highest level ($\bar{X} = 4.34$). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean were place ($\bar{X} = 4.40$). Investment factors were at the highest level ($\bar{X} = 4.40$). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean was investment behavior ($\bar{X} = 4.43$). Decision making in super savings funds (SSF) of personnel in Cooperative Auditing Department was rated at the most level ($\bar{X} = 4.42$).

The results of hypothesis test show that (1) personnel in Cooperative Auditing Department with different status, education and income had different overall decision making in super savings funds (SSF) at statistical significance of 0.05 levels. (2) Marketing mix; process, physical evidence and people had effect the decision making in super savings funds (SSF) of personnel in Cooperative Auditing Department at significance of 0.05 levels. (3) Investment factors; return, tax and investment risk and investment behavior had effect the decision making in super savings funds (SSF) of personnel in Cooperative Auditing Department at significance of 0.05 levels.

Keyword: Investment Decision Making

บทนำ

การดำรงชีวิตของคนส่วนใหญ่มีความเกี่ยวข้องกับการทำงานหารายได้เพื่อเป็นค่าใช้จ่าย บางเดือนมีรายได้ไม่พอกับรายจ่ายแต่บางเดือนพอมีเหลือบ้างแต่ไม่พอต่อการเก็บไว้ใช้ในอนาคตนี้อาจต้องใช้จ่ายเงินเพื่อสนองความต้องการมากกว่าความจำเป็นสำหรับปัจจัยสี่ในการดำรงชีวิต ซึ่งการดำเนินชีวิตที่ตั้งอยู่บนความเสี่ยงนั้นผลกระทบที่ตามมา คือ ในอนาคตที่ไม่สามารถทำงานได้จะไม่มีเงินไว้ใช้สอยในยามขาดแคลน จะไม่มีชีวิตที่สุขสบายในวัยเกษียณ ไม่มีเงินใช้ในยามฉุกเฉิน และไม่มีเงินออมสำหรับทุนการศึกษาของบุตรหลาน ซึ่งปัญหาเหล่านี้สามารถแก้ไขได้จากการสร้างวินัยใน

การออม มีการวางแผนการลงทุนที่ดี และมีประสิทธิภาพเพียงพอที่จะทำให้สามารถเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ ได้ เช่น ภาษีเงินเพื่อ และค่าใช้จ่ายเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้ทรัพย์สินที่มีไม่สามารถเพิ่มพูนขึ้นได้

ในปัจจุบันรูปแบบในการออมเงินและลงทุนของประชาชนได้เปลี่ยนไปจากอดีตเป็นอย่างมากนอกเหนือจากการนำเงินไปฝากธนาคาร ซึ่งปัจจุบันอัตราดอกเบี้ยเงินฝากของธนาคารต่ำลง ประชาชนบางส่วนจึงหันไปเลือกลงทุนกับสินทรัพย์อื่น ๆ เพื่อต้องการผลตอบแทนที่มากขึ้น เช่น ลงทุนในหุ้น หุ้นกู้ ตราสารหนี้พันธบัตรรัฐบาล รวมถึงการลงทุนในกองทุนรวม ซึ่งนักลงทุนจะได้รับสิทธิต่าง ๆ เช่น ได้รับสิทธิในการลดหย่อนภาษีเงินได้ประเภทบุคคลธรรมดา ส่วนต่างของกำไรขึ้นอยู่กับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของแต่ละกองทุนที่สร้างขึ้นมาซึ่งเป็นการช่วยลดความเสี่ยงให้แก่การลงทุนเอง ในกรณีที่นักลงทุนไม่มีความรู้เกี่ยวกับการลงทุน (พรชกร จิรภิญโญ, 2559)

เงินออมเป็นปัจจัยที่จะทำให้เป้าหมายซึ่งได้กำหนดไว้ในอนาคตบรรลุจุดประสงค์ และยังใช้แก้ไขปัญหาความเดือดร้อนทางการเงินที่อาจเกิดขึ้นโดยคาดไม่ถึงของบุคคลได้ด้วย ดังนั้นบุคคลจึงควรเก็บออมอย่างสม่ำเสมอในชีวิต แต่จะออมอย่างไรเพื่อให้ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่เจ้าของเงินและเพิ่มพูนขึ้น ก็จะต้องนำไปลงทุน การลงทุนนั้นเป็นลักษณะของการนำเอาทรัพย์สินรวมถึงเงินสดที่ถืออยู่หรือเก็บสะสมไว้ไปดำเนินการเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มหรือให้ได้รับผลตอบแทนกลับคืนมาในช่วงเวลานั้น ๆ ภายใต้เงื่อนไขข้อจำกัด หรือความเสี่ยงที่บุคคลนั้นจะยอมรับได้ซึ่งการลงทุนนั้นมีได้หลายทางเลือก แต่การเลือกที่จะลงทุนแบบใดนั้นควรต้องคำนึงถึงภาวะเงินเพื่อ ผลตอบแทนที่สูง หรือเพื่อรองรับการมีเงินใช้ในชีวิตรวยเกษียณอย่างเพียงพอ และด้วยประเทศไทยเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ เมื่อโครงสร้างประชากรเปลี่ยนแปลง การเตรียมความพร้อมวัยเกษียณจึงเป็นสิ่งจำเป็นมาก (ศิริโสภา ฤกษ์แก้ว, 2562) นักลงทุนสามารถเลือกลงทุนได้ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการภายใต้ความเสี่ยงที่ยอมรับได้ เช่น ถ้าหากนักลงทุนต้องการได้รับผลตอบแทนที่ค่อนข้างแน่นอนและยอมรับความเสี่ยงได้ต่ำนักลงทุนก็สามารถที่จะเลือกออมเงินในกองทุนรวมตราสารหนี้ หรือเงินฝากประจำ ได้ขณะที่นักลงทุนที่ต้องการผลตอบแทนที่สูงและยอมรับความเสี่ยงที่มากได้สามารถเลือกลงทุนในกองทุนรวมหุ้น กองทุนรวมผสม (อภิญา แพน้อย, 2564) หากนักลงทุนที่ต้องการลงทุนเพื่อได้รับสิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสามารถเลือกลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ได้

กองทุนรวมเพื่อการออม (Super Savings Fund--SSF) ซึ่งนำมาทดแทนกองทุนรวมระยะยาว (Long Term Equity Fund--LTF) สามารถนำมาหักลดหย่อนภาษีเงินได้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2563 ถึง พ.ศ. 2567 โดยมี 6 วัตถุประสงค์ของกองทุนดังกล่าวเพื่อส่งเสริมให้ประชาชนทุกกลุ่มมีวินัยในการออมอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งหวังที่จะให้เริ่มออมระยะยาวตั้งแต่วัยทำงาน รู้จักวางแผนการเงินเพื่อนำไปสู่ความมั่นคงทางรายได้เมื่อวัยเกษียณ และยังสามารถนำมาลดหย่อนภาษีได้ถึงร้อยละ 30 ของเงินได้พึงประเมิน แต่ไม่เกิน 2 แสนบาท จากประเด็นการปรับเปลี่ยนการลงทุนที่นักลงทุนมีความคุ้นชินเป็นประจำทุกปี การลงทุนต้องมาปรับเปลี่ยนในกองทุนใหม่ที่มาทดแทนของเก่า ทำให้นักลงทุนมีความรู้สึกในความเสี่ยงที่เกิดขึ้น แม้ว่าจะมีข้อมูลที่เพียงพอในการทำความเข้าใจ และในมาตรการต่าง ๆ ที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ออกมานำเสนอ ในแง่ของลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน การรับรู้ความเสี่ยงและพฤติกรรมในการลงทุน จึงมีความจำเป็นที่ต้องทำการศึกษาเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการบริหารจัดการกองทุนใหม่นี้ ให้มีความรอบคอบและสามารถเก็บเป็นข้อมูลในการวางแผนทางการเงิน (วสันต์ ตันตอมรพิพัฒน์, 2565)

ดังนั้นผู้วิจัยมองเห็นถึงความจำเป็นและความสำคัญของการวางแผนการเงินจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านการลงทุนส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยใช้เป็นประโยชน์ต่อการกำหนดแนวทางในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์
2. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ จำแนกตามปัจจัยบุคคล
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์

ขอบเขตงานวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องอิทธิพลส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านการลงทุนส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ มีขอบเขตการวิจัยโดยผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขอบเขตการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ บุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ จำนวนทั้งสิ้น 2,476 คน ใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 344 คน
2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องอิทธิพลส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านการลงทุนส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ โดยทางผู้วิจัยจะทำการศึกษาถึงตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านการลงทุน ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันทำให้การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านการลงทุนมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้รับรู้ถึงความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์
2. ทำให้ทราบถึงการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนจะได้นำข้อมูล ผลจากการวิจัยไปใช้ในการวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาดของกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ในปัจจุบัน ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักลงทุนมากขึ้น

แนวคิดและทฤษฎี

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจลงทุน

Kotler and Keller (2012) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค โดยมี 5 ขั้นตอน คือ 1. การรับรู้ถึงความต้องการ ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นเองหรือเกิดจากสิ่งเร้า รวมถึงความต้องการจากความปรารถนา

และความต้องการของร่างกาย 2. การค้นหาข้อมูล หากเกิดความต้องการแล้วและมีสิ่งที่สามารถสนองความต้องการอยู่ใกล้ผู้บริโภค ผู้บริโภคก็จะตอบสนองเพื่อให้เกิดความพึงพอใจทันที 3. การประเมินผลทางเลือก เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลจากขั้นที่สองแล้ว ผู้บริโภคจะประเมินผลทางเลือก และมีความเข้าใจ จากจุดเด่นของสินค้าหรือบริการ กับมาตรการ ในการเลือกซื้อของผู้บริโภค 4. การตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ชอบมากที่สุดและปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่าง การประเมินผลพฤติกรรม และ 5. พฤติกรรมหลังซื้อ หลังจากซื้อ และทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจผลิตภัณฑ์นั้น ซึ่งนักการตลาดต้องพยายามทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค ภายหลังจากซื้อ เมื่อลูกค้าประเมินความพึงพอใจกับผลลัพธ์ที่ได้จากการบริโภคสินค้านั้น

การลงทุน คือ การใช้จ่ายเงินสดในรูปแบบหนึ่ง โดยมุ่งหวังที่จะได้รับผลตอบแทนจากการใช้จ่ายนั้นในอนาคต ซึ่งผู้ลงทุนเชื่อว่าเงินสดหรือผลตอบแทนส่วนเพิ่มที่ได้รับคืนนั้น สามารถชดเชยระยะเวลาอัตราเงินเฟ้อ และความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นได้อย่างคุ้มค่า (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2563)

2. ทฤษฎีความต้องการถือเงิน

ทฤษฎีอุปสงค์ต่อการถือเงินของ John Maynard Keynes อธิบายว่า บุคคลต้องการถือเงินไว้โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ดังนี้ (1) เพื่อใช้จ่ายประจำวัน (Transaction Motive) ไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภคหรือผู้ผลิตจะถือเงินไว้เพื่อใช้จ่ายประจำวันจำนวนหนึ่งอยู่เสมอ ผู้บริโภคจะถือไว้เพื่อความสะดวกในการซื้อสินค้าในระหว่างเดือนหรือระหว่างงวดของรายได้ ก่อนที่จะได้รับรายได้งวดใหม่ ผู้ผลิตถือไว้เพื่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจประจำวัน (2) เพื่อเป็นทุนสำรองเมื่อมีเหตุจำเป็น (Precautionsy Motive) หมายถึง การถือเงินเพื่อไว้ใช้ในเหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต โดยที่ไม่ได้คาดคิดไว้ เช่น ช่อมรณเจ็บป่วย อุบัติเหตุ ความต้องการถือเงินประเภทนี้มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับรายได้ (3) เพื่อเก็งกำไร (Speculative Moive) หมายถึง การที่ประชาชนหรือหน่วยธุรกิจต้องการถือเงินเพื่อไว้เก็งกำไรหรือลงทุนเพื่อหากำไร เช่น เพื่อซื้อหุ้น พันธบัตร หุ้นกู้ (จตุรพิธ ทวีธนากร, 2561)

3. แนวคิดและทฤษฎีความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน

กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2554) ได้กล่าวถึง กระบวนการบริหารความเสี่ยงขององค์กรสามารถกำหนดเป็นขั้นตอน ได้แก่ การกำหนดวัตถุประสงค์ การระบุความเสี่ยง การประเมินความเสี่ยง การศึกษาถึงผลกระทบการจัดทำแผนการบริหารความเสี่ยง การรายงานและติดตามผล และการประเมินผล

ความเสี่ยง หมายถึง ความไม่แน่นอนที่เกิดเหตุการณ์ที่ไม่เป็นไปตามอย่างที่คาดหวังไว้ ซึ่งมีโอกาสที่จะเป็นได้ทั้งในด้านดีและด้านร้าย แต่โดยทั่วไปแล้ว เมื่อพูดถึงความเสี่ยง เรามักจะคำนึงถึงความเสี่ยงในด้านที่เหตุการณ์เลวร้ายอาจจะเกิดขึ้น และพยายามหาทางป้องกันความเสี่ยงนั้นเพราะหากเกิดเหตุการณ์เลวร้ายเกิดขึ้นก็มักจะนำมาซึ่งความเสียหาย (จิรัตน์ สังข์แก้ว, 2556)

4. แนวคิดเกี่ยวกับการลดหย่อนภาษีเงินได้

ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เป็นภาษีที่จัดเก็บจากบุคคลทั่วไปหรือจากหน่วยภาษีที่มีลักษณะพิเศษตามที่กฎหมายกำหนดไว้ และมีรายได้เกิดขึ้นตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยปกติจัดเก็บเป็นรายปี รายได้ที่เกิดขึ้นในปีนั้น ๆ ผู้มีรายได้จะมีหน้าที่ต้องนำไปแสดงรายการตามแบบแสดงรายการภาษีที่กำหนดภายในเดือนมกราคมถึงมีนาคมของปีถัดไป สำหรับผู้มีเงินได้ บางกรณีกฎหมายยังกำหนดให้ยื่นแบบฯ เสียภาษีครึ่งปี สำหรับรายได้ที่เกิดขึ้นจริงในช่วงครึ่งปีแรก เพื่อจะบรรเทาภาระภาษีที่ต้องชำระและเงินได้บางกรณีกฎหมายกำหนดให้ผู้จ่ายทำหน้าที่หักภาษี ณ ที่จ่ายจากเงินได้ที่จ่ายบางส่วน เพื่อจะทยอยชำระภาษีขณะที่มีเงินได้เกิดขึ้นอีกด้วย สิทธิการหักค่าลดหย่อน ค่าลดหย่อนและการยกเว้นเป็นหนึ่ง

องค์ประกอบในการคำนวณภาษีที่กฎหมายกำหนดไว้ให้นำไปหักออกจากเงินได้ อีกหลังจากหักค่าใช้จ่ายแล้ว โดยมีการนำมาหักลดหย่อนกรณีต่าง ๆ แตกต่างกันไป (กรมสรรพากร, 2565)

5. แนวคิดและทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

Kotler (2000) นักวิชาการด้านการตลาดชั้นนำของโลก ได้ให้แนวคิดสี่ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างจากสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นต้องใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่สนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ (2) ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศของสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า (4) ด้านการส่งเสริม (Promotions) เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ให้บริการ (5) ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง (6) ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) เป็นการแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้แก่ลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม (7) ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่จะเกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การออกแบบการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำ หรือควบคุมตัวแปรใด ๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม แบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) คือเป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ

2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ บุคลากรกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ จำนวนทั้งสิ้น 2,476 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 344 คน หลังจากกำหนดกลุ่มตัวอย่างแล้ว เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างกระจายครอบคลุมทั่วประเทศ ผู้ศึกษาจึงเลือกใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenient Sampling)

3. เครื่องมือใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามนั้นเป็นเครื่องมือหลักที่นำมาเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทางผู้วิจัยก็ได้มีการศึกษาหาความรู้ ค้นคว้าทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ เอกสารทางวิชาการ รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะนำความรู้ที่ได้มานั้นไปกำหนดกรอบแนวความคิดของงานวิจัยที่ผู้วิจัยศึกษา ซึ่งแสดงให้เห็นตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยตัวแปรที่ได้มานั้นจะช่วยพัฒนาการสร้างแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับอิทธิพลส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ มีคำถามทั้งหมด 27 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการลงทุนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ได้แก่ ด้านผลตอบแทน ด้านภาษีและความเสี่ยงจากการลงทุน และด้านพฤติกรรมการลงทุน มีคำถามทั้งหมด 12 ข้อ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) มีคำถามทั้งหมด 4 ข้อ

4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้มีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้มีการนำแบบสอบถามมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สามารถสรุปเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

1. การศึกษาค้นคว้าข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปร ส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านการลงทุน และการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF)
2. นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรตาม ทำขึ้นเพื่อทำให้ความหมายของตัวแปรต่าง ๆ สามารถวัดผลได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น
3. นำนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้มาสร้างเป็นข้อคำถามที่มีความครอบคลุม และสัมพันธ์กับนิยามศัพท์ของตัวแปรทั้งหมด
4. จัดทำร่างแบบสอบถาม
5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาว่าแบบสอบถามมีการใช้ภาษาและลักษณะของข้อความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างที่จะดำเนินการวิจัย

5. การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

1. ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความน่าเชื่อถือ ก่อนนำแบบสอบถามไปดำเนินการวิจัยใช้งานจริง โดยนำร่างแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจสอบคำถาม การใช้ภาษาในแบบสอบถาม เพื่อความครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษา โดยใช้วิธีการวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ตามตารางตรวจสอบคุณภาพความครอบคลุมด้านเนื้อหาการวิจัย รวมไปถึงใช้ภาษาที่ถูกต้องเหมาะสมหรือไม่ ซึ่งผู้วิจัยจะนำคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษามาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม ก่อนนำไปใช้งานจริง

2. ผู้วิจัยได้มีการจัดทำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทางผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย จำนวน 30 คน เพื่อทำการตรวจสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha)(Cronbach, 1974) ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) โดยภาพรวมเท่ากับ 0.945 แสดงเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์เท่ากับ 0.799 ด้านราคาเท่ากับ 0.796 ด้านช่องทางการจำหน่ายเท่ากับ 0.861 ด้านการส่งเสริมการตลาดเท่ากับ 0.829 ด้านบุคลากรหรือพนักงานเท่ากับ 0.824 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพเท่ากับ 0.840 และด้านกระบวนการเท่ากับ 0.788 ปัจจัยด้านการลงทุนโดยภาพรวมเท่ากับ 0.898 แสดงเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านผลตอบแทนเท่ากับ 0.817 ด้านภาษีและความเสี่ยงจากการลงทุนเท่ากับ 0.765 และด้านพฤติกรรมการลงทุนเท่ากับ 0.786 และค่าความเชื่อมั่นของการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์เท่ากับ 0.754

3. เมื่อผู้วิจัยนำข้อบกพร่องมาปรับปรุง แก้ไข โดยขอคำปรึกษาและผ่านความคิดเห็นและความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง จนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ จึงนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้กำหนดไว้ในงานวิจัย

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ผ่านการแก้ไขและผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษามา ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด จำนวน 344 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคือ บุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ โดยการสุ่มแบบบังเอิญหรือแบบสะดวก ซึ่งหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลครบ 344 ชุด จะดำเนินการในขั้นตอนต่อไป คือ การนำข้อมูลที่ได้นำไปวิเคราะห์คำนวณผลโดยผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ SPSS

7. เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่นำมาทำการประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับ ตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และ ปัจจัยด้านการลงทุน

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ จำแนกตามเพศ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติทดสอบ t-test

2.2 การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ จำแนกตามอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบรายคู่ โดยใช้วิธีของ Least-Significant Different (LSD)

2.3 เพื่อศึกษาอิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านการลงทุนส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่องอิทธิพลส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านการลงทุนส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 - 40 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านราคา

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการลงทุน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านพฤติกรรมการลงทุน ด้านผลตอบแทน และด้านภาษีและความเสี่ยงจากการลงทุน

ผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ โดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด

ผลการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ บุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ที่มีเพศและอายุต่างกัน ทำให้ระดับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) โดยภาพรวมไม่ต่างกัน และบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ที่มีสถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้ระดับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) โดยภาพรวมต่างกัน

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านกายภาพและการนำเสนอและด้านบุคลากรหรือพนักงาน มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ และส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการลงทุน ประกอบด้วย ด้านผลตอบแทน ด้านภาษีและความเสี่ยงจากการลงทุน และด้านพฤติกรรมการลงทุน ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านการลงทุน ด้านผลตอบแทน ด้านภาษีและค่าเสี่ยงจากการลงทุน และด้านพฤติกรรมการลงทุน มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์

บทสรุปและอภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่า การลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) มีสะดวกสบายและความรวดเร็วในการซื้อขายโดยพิจารณาลงทุนจากผลตอบแทนที่ได้รับและเพื่อลดหย่อนภาษีรวมถึงกระจายความเสี่ยงเมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ในการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ หฤทัยแดงสุทธิ (2563) ได้ศึกษากระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) กับบริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม บัวหลวง จำกัด ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) กับ บริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมบัวหลวง จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) มากที่สุด คือ ด้านการตัดสินใจซื้อ รองลงมาคือด้านการประเมินภายหลังการซื้อ ด้านการค้นหาข้อมูลข่าวสาร ด้านการประเมินทางเลือก และด้านการรับรู้ถึงปัญหา ตามลำดับ

2. ผลการศึกษาระดับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 บุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ที่มีเพศและอายุต่างกัน ทำให้ระดับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากร โดยภาพรวมไม่ต่างกัน แสดงว่า เพศ และอายุไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากร ดังนั้น ไม่ว่าเพศชายหรือเพศหญิง อายุต่างกัน ไม่สามารถบอกได้ว่าระดับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของวงวนิดา รัชภัฏวารนันท์ (2562) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ส่วนประสมการตลาดและผลตอบแทนจากการลงทุนที่ส่งผลต่อการลงทุนกองทุนหุ้นระยะยาว (LTF) โดยพบว่า นักลงทุนเขตพื้นที่กรุงเทพฯ มีปัจจัยส่วนบุคคล ในด้านอายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ ที่ต่างกันจะมีความคิดที่ลงทุนในกองทุนหุ้นระยะยาว (LTF) ไม่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับวิจัยของ ชิตีสรณ์ ทองอยู่ (2565) ได้ศึกษาการตัดสินใจลงทุนในเกมฟายของนักลงทุนในกรุงเทพฯ และปริมณฑล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในเกมฟายของนักลงทุนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ไม่แตกต่างกัน และงานของ มาลี พรหมชะอ่อน และ ศิรินทร์ เทียงทัต (2563) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนของผู้ประกอบการในตลาดกรุงศรี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า อายุ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในตลาดกรุงศรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2.2 บุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ที่มีสถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้ระดับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรโดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่า สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ ศันสนีนญา ศอศันสนีย์ (2562) ได้ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพ ด้านระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพฯ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานของ สุรัสวดี มนตรีภักดิ์ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ของนักลงทุน Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยพบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ของนักลงทุน Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานของ ชิตีสรณ์ ทองอยู่ (2565) ได้ศึกษาการตัดสินใจลงทุนในเกมฟายของนักลงทุนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ในด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในเกมฟายของนักลงทุนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และสอดคล้องกับงานของ อุดุล สาธิฟา (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long Term Fund-LTF) ของนักลงทุนในกรุงเทพฯ และปริมณฑล พบว่า ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันจะมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลแตกต่างกัน

3. ผลการศึกษาอิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า บุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่า การมีผลตอบแทนย้อนหลังสูงอย่างสม่ำเสมอ มีนโยบายที่ชัดเจน มีหลักฐานการซื้อหน่วยลงทุนให้สม่ำเสมอ ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ความสามารถในการ

ซื้อกองทุนได้หลากหลายช่องทางและการตรวจสอบผลการดำเนินงานของนโยบายการลงทุนได้ตลอดเวลาที่ต้องการ การจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขาย ประชาสัมพันธ์ และสัมมนาให้แก่นักลงทุนอยู่เสมอ ไม่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรชกร จิรภิญโญ (2559) ทำการศึกษาปัจจัยการลงทุนและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนทั่วไปในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จากการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วนิดา รักษ์ถาวรนนท์ (2562) ทำการศึกษาส่วนประสมการตลาดและผลตอบแทนจากการลงทุนที่ส่งผลต่อการลงทุนกองทุนหุ้นระยะยาว (LTF) พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ในด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคลากร ไม่ส่งต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานของสุรัสวดี มนตรีภักดิ์ (2560) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ของนักลงทุน Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ของนักลงทุน Generation Y ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศันสนิญา ศอศันสนีย์ (2562) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพฯ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

3.2 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า บุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ มีความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่า ผู้จัดการกองทุนมีประสบการณ์ และบริหารจัดการได้ดี พนักงานทางการตลาดสามารถให้คำปรึกษาได้ถูกต้อง แก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็วและมีความน่าเชื่อถือได้ สถาบันการเงินและตัวแทนจัดจำหน่ายมีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือสูง มีที่ตั้งที่เดินทางสะดวก ขั้นตอนการซื้อกองทุน มีความถูกต้องรวดเร็ว และมีรายงานมูลค่าทรัพย์สินสุทธิ (NAV) ตรงเวลาสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรชกร จิรภิญโญ (2559) ทำการศึกษาปัจจัยการลงทุนและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนทั่วไปในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ จากการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ในด้านบุคคล ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สันติสุข อนุภาพพงษ์ (2562) ทำการศึกษาส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของพนักงานในตำแหน่งสายงาน IT ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ในด้านบุคคล ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของพนักงานในสายงาน IT ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศันสนิญา ศอศันสนีย์ (2562) ได้ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF) ของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าส่วนประสมทางการตลาด ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) และสอดคล้องกับงานวิจัยของวนิดา รักษ์ถาวรนนท์ (2562) ทำการศึกษาส่วนประสมการตลาดและผลตอบแทนจากการลงทุนที่ส่งผล

ต่อการลงทุนกองทุนหุ้นระยะยาว (LTF) พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการบริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุรัสวดี มนตรีภักดิ์ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ของนักลงทุน Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในด้านกระบวนการ ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF)

4. ผลการศึกษาปัจจัยด้านการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ สามารถสรุปได้ดังนี้

4.1 ปัจจัยด้านการลงทุน ด้านผลตอบแทน ด้านภาษีและความเสี่ยงจากการลงทุน และด้านพฤติกรรมการลงทุน มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า บุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการลงทุน ด้านผลตอบแทน ด้านภาษีและความเสี่ยงจากการลงทุน และด้านพฤติกรรมการลงทุน ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่าบุคลากรให้ความสำคัญในนโยบายการจ่ายเงินปันผลของการลงทุน ผลตอบแทนจากการลงทุน กำไรส่วนเกินจากการขายหน่วยลงทุน การกระจายความเสี่ยงในการลงทุน และเนื่องมีความเสี่ยงน้อยกว่าการลงทุนในรูปแบบอื่น ในด้านภาษี เพื่อใช้ลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และลดความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันบุคลากรมีพฤติกรรมการลงทุน เพื่อเก็บเป็นเงินออมหรือเงินลงทุนในอนาคต ลงทุนในสินทรัพย์อื่นนอกเหนือจากกองทุนรวมด้วย และจะเลือกซื้อจากบริษัทหลักทรัพย์เดิมที่เคยซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอดุลย์ สาลีฟ้า (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long Term Fund-LTF) ของนักลงทุนในกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยพบว่า ปัจจัยด้านผลตอบแทนการลงทุน และผลการดำเนินงาน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วนิดา รักษ์ถาวรนนท์ (2562) ทำการศึกษาส่วนประสมการตลาดและผลตอบแทนจากการลงทุนที่ส่งผลต่อการลงทุนกองทุนหุ้นระยะยาว (LTF) พบว่า ผลตอบแทนในการลงทุน ในด้านผลตอบแทน ด้านภาษีและความเสี่ยงจากการลงทุน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ตามลำดับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของพรชกร จิรภิญโญ (2559) ทำการศึกษาปัจจัยการลงทุนและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนทั่วไปในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครโดยพบว่า ด้านภาษีและความเสี่ยงจากการลงทุน และด้านพฤติกรรมการลงทุน อยู่ในระดับมากที่สุด ส่งผลกับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพฯ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัย เพื่อใช้ให้เป็นประโยชน์เป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อนำไปเสนอปรับปรุง พัฒนากองทุนให้ตรงต่อความต้องการของผู้ลงทุนมากขึ้น ดังต่อไปนี้

ส่วนประสมทางการตลาด

1. ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ดังนั้น บริษัทจัดการกองทุนไม่ควรให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด อาจเป็นเพราะนักลงทุนส่วนใหญ่เลือกลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) โดยใช้ความคุ้นเคย และควรมีการเปิดกองทุนเพื่อให้เกิดความหลากหลายและมีตัวเลือกมากขึ้นให้นักลงทุน ส่งเสริมระบบความปลอดภัยและความรวดเร็ว

ของขั้นตอน รวมถึงการตรวจสอบผลการดำเนินงานได้ตลอดเวลาที่ต้องการ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักลงทุน และนักลงทุนอาจจะไม่ได้เห็นความสำคัญทางด้านการส่งเสริมการตลาดหรือการประชาสัมพันธ์มากนัก เนื่องจากหากมีความสนใจก็จะทำการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเองเป็นส่วนใหญ่

2. ส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านกายภาพและนำเสนอ และด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ดังนั้น บริษัทจัดการกองทุนควรให้ความสำคัญด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านกายภาพและนำเสนอ และด้านกระบวนการ เป็นอย่างมาก ควรมีการพัฒนาบุคลากรหรือพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อพร้อมให้บริการ ให้คำปรึกษา และอธิบายผลประโยชน์ผลตอบแทน ความเสี่ยงให้กับนักลงทุนได้อย่างถูกต้องและชัดเจน ควรให้ความสำคัญด้านนี้เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดีแก่นักลงทุน และบริษัทควรมีการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อทันต่อความต้องการของนักลงทุน

ปัจจัยด้านการลงทุน

1. ปัจจัยด้านการลงทุน ด้านผลตอบแทน ด้านภาษีและความเสี่ยงจากการลงทุน และด้านพฤติกรรมการลงทุน มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ดังนั้น บริษัทจัดการกองทุนควรให้ความสำคัญด้านผลตอบแทน ด้านภาษีและความเสี่ยงจากการลงทุน และด้านพฤติกรรมการลงทุน เป็นอย่างมาก ควรมีการเปิดกองทุนโดยให้ผลตอบแทนที่แตกต่างกันไปตามสถานะเศรษฐกิจ เพื่อให้เกิดความหลากหลาย และมีตัวเลือกมากขึ้นให้นักลงทุน มีการอธิบายสิทธิในการลดหย่อนภาษีให้ชัดเจน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่นักลงทุนที่มีความกังวลหรือลังเลในการเลือกลงทุน และนักลงทุนแต่ละคนมีพฤติกรรมการลงทุนที่ต่างกันออกไป บริษัทจัดการกองทุนจึงควรมีการเปิดกองทุนให้หลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกแก่นักลงทุน

ข้อเสนอแนะเพื่อการทบทวนครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของบุคคล มิใช่เป็นสิ่งที่ถาวรและสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอตามสถานะเศรษฐกิจและกาลเวลา ดังนั้นการวิจัยซ้ำในเรื่องนี้จึงเป็นสิ่งที่น่ากระทำ โดยมีระยะเวลาห่างกันพอสมควร

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะบุคลากรในกรมตรวจบัญชีสหกรณ์เท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาให้กว้างและครอบคลุมมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมสรรพากร. (2565). *ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา แบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสิทธิการหักค่า*

ลดหย่อนช่องทาง การยื่นแบบแสดงรายการภาษี วิธีการชำระภาษี การขอคืนเงินภาษีอากร

และบทลงโทษเกี่ยวกับภาษีอากร. สืบค้นเมื่อ 11 กุมภาพันธ์ 2566, จาก

<https://www.rd.go.th/publish/272.0.htm>.

กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2554). *การจัดการความเสี่ยงและตราสารอนุพันธ์เบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ :

เพียร์สันแอดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

จตุรพิช ทวีธนากร. (2561). *ความหมายของปริมาณเงิน*. ค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2566, จาก

<https://sites.google.com/site/krusuparee/9-1khwam-hmay-khxng-priman-ngein>.

จิรัตน์ สังข์แก้ว. (2556). *รู้วิเคราะห์เจาะเรื่องหุ้น*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง

แอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).

- ชิตีสรรรค์ ทองอยู่. (2565). การตัดสินใจลงทุนในเกมฟายของนักลงทุนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2563). การวางแผนการเงิน. ค้นเมื่อ 11 กุมภาพันธ์ 2566, จาก <https://www.set.or.th/set/publicpaper.do?topicId=50&language=th&country=TH>.
- พรชกร จิรภิญโญ. (2559). ปัจจัยการลงทุนและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนทั่วไปในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มาลี พรหมชะอ่อน และ ศิขรินทร์ เทียงทัต. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนของผู้ประกอบการในตลาดกรุงศรี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. บริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- วนิดา รัชภัฏวารนันท์. (2562). ส่วนประสมการตลาดและผลตอบแทนจากการลงทุนที่ส่งผลต่อการลงทุนกองทุนหุ้นระยะยาว (LTF). บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วสันต์ ต้นตอมิตรพัฒน์. (2565). การตัดสินใจเลือกลงทุนกองทุนการออมระยะยาว (Super Saving Fund : SSF) เพื่อลดหย่อนภาษีของพนักงานกลุ่มมิตรผล. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศันสนีนญา ศอศันสนีย. (2562). ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิริโสภา ถุงคำแก้ว. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สันติสุข อนามพงษ์. (2562). ส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของพนักงานในตำแหน่งสายงาน IT ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุรัสวดี มนตรีภักดิ์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ของนักลงทุน Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- หฤทัย แดงสุทธิ. (2563). กระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) กับ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมบัวหลวง จำกัด. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อดุลย์ สาลีฟา. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long Term Fund--LTF) ของนักลงทุนในกรุงเทพฯ และปริมณฑล. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิญาญา แพน้อย. (2564). การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนใน Social Network. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of psychology testing*. New York: Harper&Row.

Kotler, P. (2000). *Marketing management*. New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing management*. (14th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd Ed). New York: Harper and Row Publications.