

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

FACTORS AFFECTING DECISIONS TO INVEST IN FUNDS OF

WORKING PEOPLE IN BANGKOK

ชลาลัย กองจันทร์

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Chalalai Kongchanta

E-Mail: Chalalai.gaew15@gmail.com

Department of Finance and Banking, Faculty of Business Administration,

Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 1.) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร 2.) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนพื้นฐานส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร 3.) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7PS ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้ คือ 1.) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.) สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติการทดสอบแบบ t-test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และสถิติค่าสัมประสิทธิ์สมการถดถอย (Multiple Regression Analysis)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1.) ปัจจัยส่วนพื้นฐานส่วนบุคคลของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน และปัจจัยส่วนพื้นฐานส่วนบุคคลของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพต่างกันมีส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ต่างกัน 2.) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7PS ที่มี ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7PS ที่มีด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร 3.) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุน มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผลการทดสอบสมมติฐานอยู่ในระดับมาก ทำให้มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุน; การตัดสินใจลงทุนในกองทุน; การตัดสินใจ;

Abstract

The objectives of this study were 1.) to study factors affecting decisions to invest in funds of working people in Bangkok. 2.) to study personal fundamental factors affecting decisions to invest in funds of working people in Bangkok. 3.) to study the 7PS marketing mix factors affecting decisions to investment in funds of working people in Bangkok.

The sample group in this research was 400 working-age people in Bangkok. The questionnaire was used as a data collection tool. The data analysis in this research was divided into 2 parts as follows: 1.) Descriptive statistics used in the analysis were percentage, mean, frequency and standard deviation; t-test, one-way ANOVA, and multiple regression analysis.

The examined results found that 1.) The personal factors of working-age people in Bangkok with different sex, age, educational qualifications, occupation, and average annual income were not different decision to invest in funds of working people in Bangkok. However, the personal factors of working-age people in Bangkok with difference status caused different

decisions to invest in funds of working people in Bangkok. 2.) 7PS marketing mix factors with products, price, did not affect the investment decisions of working-age people in Bangkok. 7PS marketing mix factors with sales channel aspect, marketing promotion, personnel, physical appearance, and process affected the investment decisions of working-age people in Bangkok, and 3.) Factors affecting investment decisions in funds affected the investment decisions of working-age people in Bangkok, as a result, of the hypothesis testing at a high significant level.

Keywords: factors affecting decisions to invest in funds of working people in Bangkok; making a deposit decision; decide.

บทนำ

กองทุนรวม (อังกฤษ: mutual fund) เป็นการรวบรวมเงินทุนจากนักลงทุนทั่วไป คนละเล็กคนละน้อย เพื่อรวมเป็นเงินก้อนขนาดใหญ่ แล้วนำเงินที่รวบรวมนั้นไปลงทุนตามที่ได้ตกลงกับนักลงทุน กองทุนที่รวบรวมเงินที่ได้นี้จะได้รับการบริหารจัดการจากบริษัทจัดการกองทุนซึ่งมีหน้าที่ลงทุนแทนนักลงทุนหรือผู้ถือหน่วยลงทุน และมีการจัดตั้งผู้ดูแลผลประโยชน์เพิ่มขึ้นมาอีกซึ่งกฎหมายจะกำหนดเอาไว้เพื่อคอยดูแลเงินกองทุนนั้นแทนนักลงทุนที่นำเงินมาลงทุน ในกรณีที่บริษัทจัดการกองทุนล้ม ผู้ดูแลผลประโยชน์ก็จะชดเชยให้กับนักลงทุน หรือบริษัทจัดการกองทุนไม่ได้ทำตามหนังสือชี้ชวนผู้ดูแลผลประโยชน์ก็จะเอาผิดบริษัทจัดการกองทุนแทนผู้ถือหน่วยลงทุนได้เช่นกัน

กองทุนรวมมีสถานะเป็นนิติบุคคลแยกต่างหากจากบริษัทจัดการกองทุน ดังนั้นผลประโยชน์หรือความน่าเชื่อถือของบริษัทจัดการกองทุนจึงไม่เป็นเครื่องชี้วัดถึงผลตอบแทนหรือเป็นหลักประกันของเงินลงทุนแต่อย่างใด กองทุนรวมเกิดขึ้นครั้งแรกในประเทศไทยเมื่อพ.ศ. 2520 โดยบจ.เอ็มเอฟซี ภายใต้ชื่อกองทุนสินภิญโญ ด้วยขนาดกองทุน 100 ล้านบาทและมีอายุโครงการ 10 ปี โครงสร้างของกองทุนรวมในการดำเนินกิจการจัดการลงทุน จะประกอบไปด้วย บริษัทจัดการกองทุน (Investment Company) นักลงทุนผู้ถือหน่วยลงทุน (Unit Holder) และผู้ดูแลผลประโยชน์ (Trustee)

นอกจากนี้ยังมีตัวแทนที่เปิดรับซื้อขายหน่วยลงทุน นายทะเบียนหน่วยลงทุนการลงทุนในกองทุนรวม บริษัทจัดการกองทุนจะออกหนังสือชี้ชวนให้แก่นักลงทุน เพื่อให้ให้นักลงทุนที่สนใจพิจารณาตัดสินใจก่อน จากนั้นบริษัทก็จะออกหน่วยลงทุน (unit trusts) มักจะออกขายราคาเริ่มต้นที่หน่วยละ 10 บาท ส่วนนักลงทุนที่สนใจในกองทุนรวมนั้นก็ซื้อหน่วยลงทุนนั้นๆ และนักลงทุนก็ได้รับผลตอบแทนในรูปแบบเงินปันผล (dividend) หรืออาจจะได้ในรูป กำไรส่วนต่าง (capital gain) ดอกเบี้ยรับ ส่วนลดรับ ซึ่งผลตอบแทนก็ขึ้นอยู่กับความสามารถของการบริหารโดยบริษัทจัดการกองทุนและผู้จัดการกองทุน ว่ามีความสามารถสร้างผลตอบแทนให้กับนักลงทุนหรือผู้ถือหน่วยลงทุนได้มากน้อยเพียงใด

กองทุนรวมส่วนใหญ่สามารถเข้าใจได้ง่าย และมีทางเลือกของนโยบายการลงทุนในสินทรัพย์หลากหลายประเภท เช่น ลงทุนในหุ้น ตราสารหนี้ อสังหาริมทรัพย์ ทองคำ น้ำมัน เป็นต้น อีกทั้งมีกลยุทธ์การลงทุนเพียง 2 แบบ คือ Active Fund และ Passive Fund รวมถึงมีมืออาชีพมาคอยดูแล คือ ผู้เชี่ยวชาญ นักวิเคราะห์ ที่จะทำหน้าที่วิเคราะห์สินทรัพย์เพื่อการลงทุนอย่างใกล้ชิด ดังนั้น กองทุนรวมถือเป็นทางเลือกสำหรับการเริ่มต้นลงทุน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7PS ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

- ผลจากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยสามารถสรุปออกมาได้เป็นสมมติฐาน ดังนี้
- สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
- สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7PS มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

1. ด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีขอบเขตงานวิจัยดังต่อไปนี้

1.1 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัย การกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยจะกำหนดตัวแปร 2 ลักษณะ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1.1.1. ตัวแปรด้านปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

1.1.2. ตัวแปรด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7PS ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ

1.2 ตัวแปรตาม ตัวแปรตามของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร คือ การตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเนื่องจากกลุ่ม ประชากรไม่จำกัดจำนวน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางการคำนวณหาขนาด กลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ซึ่งได้ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

3. ด้านพื้นที่

สำหรับสถานที่ศึกษาผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล คือกรุงเทพมหานคร แบบไม่จำกัดเขต และไม่จำกัดจำนวนคนของแต่ละเขต

4. ด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการทำวิจัยครั้งนี้เริ่มตั้งแต่วันที่ 19-26 กุมภาพันธ์ 2566

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนของคนวัยทำงาน
2. ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7PS ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงาน
3. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และสามารถนำไปใช้ในการประกอบในการตัดสินใจในการเลือกลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม

ปัจจัยส่วนพื้นฐานส่วนบุคคล

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- สถานภาพ
- อาชีพ
- รายได้



ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7PS

- ด้านผลิตภัณฑ์
- ด้านราคา
- ด้านช่องทางการจำหน่าย
- ด้านการส่งเสริมทางการตลาด
- ด้านบุคลากร
- ด้านลักษณะทางกายภาพ
- ด้านกระบวนการ



**ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนใน
กองทุนของคนวัยทำงานในเขต
กรุงเทพมหานคร**

- การตัดสินใจลงทุนในกองทุน

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจ

ทฤษฎีบรรทัดฐาน (Normative Theory) เป็นทฤษฎีการตัดสินใจเพื่อให้สามารถบรรลุถึงเป้าหมายที่ต้องการได้ เป็นแนวทางที่กำหนดว่า สิ่งนี้จะเป็นเช่นไร หรือควรตัดสินใจอย่างไรถึงจะดีที่สุด เหมาะสมที่สุด ขึ้นอยู่กับวิจารณ์ของแต่ละบุคคล โดย Haugen (2014) กล่าวว่า ทฤษฎีบรรทัดฐาน เป็นกระบวนการตัดสินใจที่มนุษย์ควรยึดถือเป็นหลักปฏิบัติเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายที่ต้องการ เพื่อให้มีการผิดพลาดน้อยที่สุด การตัดสินใจลงทุนในหุ้นที่จะสร้างผลตอบแทนต้องมีหลักเหตุและผลในการลงทุนที่ชัดเจน ใช้เหตุผลในการตัดสินใจมากกว่าอารมณ์และความรู้สึกเช่น การศึกษาพฤติกรรมของราคาหุ้นหรือการเปลี่ยนแปลงของตลาดในอดีต โดยใช้หลักสถิติมาคาดการณ์พฤติกรรมการเคลื่อนไหวของราคาหุ้นในอนาคตและช่วยให้นักลงทุนหาจังหวะที่เหมาะสมในการลงทุน โดยอาศัยการวิเคราะห์ทางเทคนิค ราคาหุ้น และปริมาณการซื้อขาย

ทฤษฎีพรรณนา (Descriptive Theory) เป็นทฤษฎีการตัดสินใจที่หลีกเลี่ยงการใช้ความรู้สึก หรือทัศนคติของผู้ตัดสินใจมาเป็นหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจ โดยการตัดสินใจต้องเป็นไปอย่างมีเหตุผล ถูกต้องและเป็นที่ยอมรับของคนส่วนใหญ่ ซึ่งมีหลักเกณฑ์และวิธีการที่แน่นอนโดย Shiv และ Bechara (2006) กล่าวว่า ทฤษฎีการตัดสินใจเป็นวิธีการเชิงวิเคราะห์และเชิงระบบที่ใช้ในการแก้ไขปัญหาและช่วยในการตัดสินใจได้ดีขึ้น โดยแบ่งเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ การตัดสินใจที่ดี (good decision) เป็นการตัดสินใจที่ใช้หลักการและเหตุผล โดยพิจารณาจากข้อมูลต่างๆ ในทางตรงกันข้าม การตัดสินใจที่ไม่ดี (bad decision) เป็นการตัดสินใจที่ปราศจากเหตุผล ใช้อารมณ์และความรู้สึก และไม่ได้คำนึงถึงข้อมูลทำให้เกิดความเสี่ยงซึ่งหากนักลงทุนตัดสินใจโดยใช้เหตุผลพิจารณาข้อมูลต่างๆ เช่น แนวโน้มอุตสาหกรรม การเติบโตของบริษัทและราคาหุ้นสำหรับการตัดสินใจลงทุนก็จะสามารถช่วยลดความเสี่ยงและสร้างผลตอบแทนได้มากกว่าการตัดสินใจโดยใช้ความรู้สึก

แนวคิดและทฤษฎีลักษณะประชากรศาสตร์

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นเกณฑ์เหมาะสมได้รับความนิยมที่มักใช้ในการจัดกลุ่มลูกค้า ผู้บริโภคการแบ่งตลาดเนื่องจากตัวแปรด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะสำคัญที่ช่วยบ่งชี้ตลาด เป้าหมายได้อย่างชัดเจน และเป็นตัวชี้วัดด้านประชากรศาสตร์ที่มีความง่าย ชัดเจน และสะดวกต่อ การตัดกลุ่ม ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2538, หน้า 41-42)

แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

ริววรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. (2546, หน้า 434) ได้กล่าวไว้ว่า การใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) สำหรับธุรกิจด้านบริการ ประกอบด้วยปัจจัย 7 ตัว (7Ps) คือ

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้า โดยต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง ราคาของสินค้า ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่ากับราคาของสินค้านั้นสินค้าต้องมีคุณค่าสูงกว่าราคาที่ตั้งไว้ลูกค้าจึงจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดราคาสินค้าก็ควรคำนึงถึงความเหมาะสมในด้านผลประโยชน์และคุณค่าที่มีให้กับลูกค้าด้วย

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศหรือสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอหรือขายสินค้าให้แก่ลูกค้า

4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารต่าง ๆ หรือชักจูงให้ผู้ซื้อมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าและร้านค้า และเพื่อทำให้ผู้ซื้อเกิดความสนใจในตัวสินค้ามากขึ้น

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) หมายความว่าเจ้าของร้านหรือตัวแทนจำหน่ายต้องสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้อย่างแตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่งและต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิธีการและการปฏิบัติในด้านการบริการลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจจากข้างต้นที่กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาด (7P) ทำให้ได้เห็นว่าถ้าธุรกิจใดก็ตามที่มีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จในการกำหนดส่วนประสมการตลาดเป็นเรื่องที่สำคัญ ภาพลักษณ์บุคลากรและ บริการเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และต้องทำการลดราคาในรูปแบบของตัวเงิน

วิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย

ระเบียบการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร” ครั้งนี้ เป็นการศึกษาความปัจจัยส่วนพื้นฐานส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยอาศัยแนวคิดและทฤษฎี เป็นแนวทางในการกำหนดวัตถุประสงค์และขอบเขตงานวิจัย เป็นการนำเสนอผลงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่ใช้วิธีการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการใช้สอบถาม (Questionnaire) และศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากเอกสารทางวิชาการ รายงาน บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำเสนองานวิจัยโดยการใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและมีที่พักอยู่ในบริเวณเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น โดยไม่จำเป็นต้องมีทะเบียนบ้านอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวน

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดขนาด (Sampling Size) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร ใช้หลักการคำนวณจากสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane) ประมาณค่าสัดส่วนขนาดตัวอย่างประชากรที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 กำหนดความเชื่อมั่นที่ 95 % ความคลาดเคลื่อน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่ง ผู้วิจัยการค้นคว้าอิสระได้จัดทำขึ้นเอง โดยออกแบบสอบถาม (Questionnaires) โดยรวบรวมข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาประยุกต์ใช้เป็นลักษณะและข้อความในแบบสอบถาม โดยได้จัดลำดับข้อคำถามออกเป็น 3 ส่วน คือส่วนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจรายการ (Check List) ให้เลือกคำตอบเดียว และเป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7PS ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และด้านกระบวนการ (Process) ประกอบด้วยคำถามจำนวน 31 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ การตัดสินใจลงทุนในกองทุน ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของข้อมูลและตอบวัตถุประสงค์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

1.1 ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพและรายได้ต่อเดือน ใช้ค่าร้อยละและความถี่กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม

1.2 ปัจจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7PS ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

2.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ สำหรับการทดสอบความแตกต่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่อิสระต่อกัน โดยใช้สถิติ Independent Sample T-test ในวิเคราะห์ข้อมูล

2.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในการทดสอบค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่าสองกลุ่มขึ้นไปที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทาง (One way ANOVA)

2.3 เพื่อศึกษาประสมทางการตลาด 7PS ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนพื้นฐานส่วนบุคคลมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนพื้นฐานส่วนบุคคล สนับสนุนสมมติฐานการวิจัย ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า ปัจจัยส่วนพื้นฐานส่วนบุคคล ด้านสถานภาพ มีส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร แต่ลักษณะปัจจัยส่วนพื้นฐานส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7PS มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7PS) ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ตามลำดับ มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านผลิตภัณฑ์และราคา ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าไม่มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นตัวแปร อันดับที่ 1 ซึ่งแสดงว่า จากผลการวิจัยครั้งนี้ เป็นการกำหนดที่ถูกต้อง โดยจากการศึกษางานวิจัยที่ เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนพื้นฐานส่วนบุคคล สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1) ด้านเพศ ผลการวิจัยพบว่าไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะมา ภรณ์ ช่วยชูहन (2559) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคม ออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่เคยซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์ จำนวน 400 คน โดยใช้ แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัย ด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์ไม่ แตกต่าง สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑารัตน์ เกียรติศิริ (2558) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อ การซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การศึกษาความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลไม่แตกต่างกัน

2) ด้านอายุ ผลการวิจัยพบว่า ไม่มีผลการวิจัยพบว่าไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับ นภัสร์นันท์ เสมอพิทักษ์ (2562) ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ ผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าด้านอายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อ สินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

4) ด้านระดับการศึกษา ผลการวิจัยพบว่าไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับ นันทิชนก จันทร์เสน (2560) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากตลาดออนไลน์ กรณีศึกษาบริษัท Lazada ผลการวิจัยพบว่าการศึกษาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Lazada

3) สถานภาพ ผลการวิจัยพบว่าไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับ นันทิชนก จันทร์เสน (2560) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากตลาดออนไลน์ กรณีศึกษาบริษัท Lazada ผลการวิจัยพบว่าการศึกษาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Lazada

5) ด้านอาชีพ ผลการวิจัยพบว่า ไม่มีผลการวิจัยพบว่าไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับ เจนจิรา พงษ์พรหม (2563) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ กรณีเปรียบเทียบระหว่าง Lazada applications และ Shopee applications ผลการวิจัยพบว่าอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ผ่าน Lazada applications

6) ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการวิจัยพบว่าอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน AliExpress ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ บัณฑิตาภรณ์ ปัญญา (2561) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการ ตัดสินใจ

เลือกซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันช้อปปี้ (Shopee) ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านทาง แอปพลิเคชันช้อปปี้ (Shopee) ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7PS มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นตัวแปรอันดับที่ 1 ซึ่งแสดงว่า การกำหนดตัวแปรอันดับที่ 1 เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จากผลการวิจัยครั้งนี้เป็นการกำหนดที่ถูกต้อง โดยจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7PS สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัยพบว่าด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของรัฐพล วงษ์ทน (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือยี่ห้อซัมซุงของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดพิจิตรได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการซื้อโทรศัพท์มือถือยี่ห้อซัมซุงของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดพิจิตร

2) ด้านราคา ผลการวิจัยพบว่า ด้านราคามีไม่ได้ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ อิศริย์ อนันต์โชคปฐมา (2558) ศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดและการ ตัดสินใจซื้อสินค้าใน Line Giftshop ผลการวิจัยพบว่าส่วนประสมทางการตลาด ในเรื่องราคา มีบทบาทในการตัดสินใจซื้อสินค้าใน LINE Giftshop

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการวิจัยพบว่าด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ จันท์รุจี มาศโอสถ (2560) ศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของ ผู้บริโภคผ่านสื่อเว็บไซต์ LAZADA Thailand ผลการวิจัยพบว่า ความสะดวกในการซื้ออิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อเว็บไซต์ LAZADA Thailand อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการวิจัยพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีความสัมพันธ์ กันอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ นางสาวสุณิสา ตรงจิตร (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทาง ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิจัยพบว่า การส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

5) ด้านบุคคล ผลการวิจัยพบว่า ด้านบุคคลส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ สามารถ สิทธิมณี (2562) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางช่องทาง Online: กรณีศึกษาจังหวัดน่าน และกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า บุคลากร มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางช่องทาง Online จังหวัดน่านและกรุงเทพมหานคร

6) ด้านกระบวนการให้บริการผลการวิจัยพบว่า ด้านกระบวนการส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ ทรงพร เทือกสุบรรณ (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ด้านกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์ ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

7) ด้านลักษณะทางกายภาพ ผลการวิจัยพบว่าด้านลักษณะทางกายภาพมีส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีความสัมพันธ์ กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ ชุตติมา คล้ายสังข์ (2564) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานครผลการวิจัยพบว่า อสังคมออนไลน์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า

ข้อจำกัดของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในระหว่างที่ผู้วิจัยเองมีเวลากระชั้นชิด ทำให้ระยะเวลาในการหาข้อมูลเพื่อศึกษาเพิ่มนั้นเป็นไปได้ยาก อีกทั้งจำนวนกลุ่มตัวอย่างนั้นมีจำนวนถึง 400 กลุ่มตัวอย่างทำให้ต้องใช้เวลาในการแจกอบสอบถามและติดตามแบบสอบถามกลับมาเพื่อให้ทันและตรงต่อเวลาที่ต้องส่งผลงานวิจัย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีประเด็นข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ดังนี้

1. จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ในด้านของ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ย

เอกสารอ้างอิง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2538). การบริหารการตลาดยุคใหม่, กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา

ธัญญพัทธ์ เกตุประดิษฐ์ และ อิทธิกร ขำเดช. (2554), ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตของผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร, วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ, 1 (2) 21-39

วชิรวรรณ งามละม่อม. (2558). แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ 2016.

ทิพย์วัลย์ สัจจันทร์ และคณะ การคิดและการตัดสินใจ กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏสวนดุสิต 2546

ดวงนภา เขมะลักษณ์. (2547). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถยนต์ใน เขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชา บริหาร ธุรกิจ.บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชูชัย เทพสาร. (2546). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือก ผู้ประกอบการซื้อ-ขาย และเปลี่ยนรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุดาดวง เรืองรุจิระ. (2543). หลักการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : ประกายพริก

จิตาภา พรหมสวาสดี ผลงานการค้นคว้าอิสระ (2555)มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ