

**ปัจจัยตลาดบริการด้านบุคลากร กระบวนการ ผลิตภาพและคุณภาพ  
และลักษณะทางกายภาพ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ**

**หน่วยลงทุนกองทุนรวม**

**THE EFFECTS OF SERVICE MARKETING FACTORS: PEOPLE,  
PROCESS, PRODUCTIVITY AND QUALITY, AND PHYSICAL  
EVIDENCE DIMENSIONS TOWARD BUYING DECISION OF  
MUTUAL FUNDS INVESTMENT**

ครรชิตพล ยศพรไพบูลย์<sup>1</sup>

**บทคัดย่อ**

วัตถุประสงค์การศึกษานี้ เป็นการสำรวจปัจจัยตลาดบริการด้านบุคลากร กระบวนการ ผลิตภาพและคุณภาพ และลักษณะทางกายภาพ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวม การศึกษานี้ทำการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือค่าสัมประสิทธิ์พบว่าความน่าเชื่อถือ เท่ากับ 0.8286 ของการทดสอบครั้งนี้

จากผลลัพธ์การศึกษาพบว่าปัจจัยตลาดบริการมีค่าเฉลี่ยรวม 4.40 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.557 สำหรับปัจจัยด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.49 และค่า S.D. เท่ากับ 0.569 และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือปัจจัยด้านกระบวนการเท่ากับ 4.41, S.D. เท่ากับ 0.571 ผลลัพธ์จากสมมติฐานพบว่าปัจจัยตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** การตลาดบริการ, การตัดสินใจเลือกซื้อ, พฤติกรรมผู้บริโภค, กองทุนรวม

**Abstract**

The purpose of this study was to measure the effect of service marketing factors: people, process, productivity and quality, and physical evidence dimensions toward buyer behavior decision making of mutual funds investment. This study applied

<sup>1</sup> วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ณ กรุงเทพมหานคร

the Cronbach alpha coefficient to measure reliability and found reliability 0.8286 of pilot study.

The results of this study indicated service marketing factors at a grand average of 4.40 and standard deviation of 0.557. Process factor had the highest mean score at 4.49 and S.D. = 0.569 and the lowest mean score was process factor ( $\bar{X} = 4.41$ , S.D. = 0.571). Result of hypothesis found that service marketing factors were related with decision making in buying behavior of mutual funds investment at statistically significant at 0.05 level.

**Keywords:** Services marketing, Buying decision process, Consumer behavior, Mutual fund

## บทนำ

ในปี พ.ศ. 2552 นักลงทุนได้ให้ความสำคัญการลงทุนในกองทุนรวม โดยมีอัตราการเติบโตธุรกิจกองทุนรวมในมูลค่าทรัพย์สินเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.57 จากปี พ.ศ. 2551 หรือมีมูลค่าทรัพย์สินรวม 2,410,441 ล้านบาท [1] ธุรกิจบริการดังกล่าวมีความเชื่อมโยงกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อกองทุนรวมของผู้บริโภคที่เติบโตตามดัชนีตลาดหลักทรัพย์ ทำให้ผู้ใช้บริการเลือกซื้อหน่วยลงทุนในกองทุนรวม ด้วยความเชื่อมั่นที่ได้เลือกลงทุน ในด้านกำกับดูแลและจัดการลงทุนควบคู่กับการปกป้องผลประโยชน์ของผู้ลงทุนเป็นสำคัญ

การลงทุนในหน่วยลงทุนของกองทุนรวมย่อมมีความเสี่ยงแตกต่างกันออกไป Shaw; & Costanzo [2] เสนอว่าการประเมินทางเลือกในด้านความคิดและการตอบสนองต่อสิ่งเร้าในทัศนคติของบุคคล อาจเป็นบวก เป็นกลาง หรือเป็นลบก็ได้ เนื่องจากพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมแต่ละประเภทย่อมที่จะแตกต่างกันออกไปตามความต้องการและเงื่อนไขของนักลงทุนแต่ละราย ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคต้องทำการค้นหาข้อมูลแต่ละประเภทของกองทุนรวมในด้านความเสี่ยง การซื้อกองทุนรวม การใช้บริการ การประเมินผลตอบแทนที่สามารถตอบสนองตามความต้องการของผู้ซื้อกองทุน ดังที่ Bovee; Houston; & Thrill [3] กล่าวว่าในความโน้มเอียงในเชิงบวก (Positive) และในตรงข้ามเป็นด้านลบ (Negative) เป็นแนวคิดของบุคคลด้านทัศนคติต่อสินค้า สถานที่ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อและการกระทำการซื้อของผู้บริโภคทั้งหลาย ความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าคุณค่าที่มีความโน้มเอียง ความพอใจหรือไม่พอใจต่อบางสิ่งในสินค้า โดยผู้ลงทุนมีวัตถุประสงค์ที่จะระดมทุนจากนักลงทุนหรือผู้มีเงินออมที่เสนอหน่วยลงทุนแล้วนำเงินที่ได้ไปลงทุนในสายผลิตภัณฑ์ของหลักทรัพย์ประเภทต่างๆ เช่น ตราสารทุน ตราสารหนี้ หรือตราสารทางการเงินที่กฎหมายอนุญาตให้ลงทุนในกองทุน [4] กล่าว

ว่าการออกแบบสายผลิตภัณฑ์มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจที่กระบวนการทำงานและการตลาดที่มุ่งเน้นกับต้นทุน อีกทั้งยังมุ่งเน้นไปที่พฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละระดับของส่วนแบ่งตลาด

ปัจจัยตลาดบริการ [5] ได้ระบุปัจจัยที่สำคัญด้านตลาดบริการเช่น ด้านบุคลากร (People) เป็นปัจจัยเกี่ยวกับบุคคลทั้งหมดที่มีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าและบริการให้กับผู้ซื้อ กองทุนรวมทำหน้าที่ในการติดต่อ แสวงหาลูกค้า การเสนอการขาย เป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการรับรู้และตัดสินใจเลือกลงทุน ด้านกระบวนการ (Process) เป็นขั้นตอนการดำเนินงานการปฏิบัติในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทั้งก่อนการขาย ระหว่างการขาย และหลังการขายกองทุนรวม ด้านผลิตภาพและคุณภาพ (Productivity and quality) เป็นรูปแบบผลลัพธ์การส่งมอบคุณภาพบริการจากบริการที่ลูกค้าคาดหวัง (Customer expectations) และคุณภาพที่ลูกค้าได้รับ (Perceived quality) และด้านรูปลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) เป็นสภาพแวดล้อมการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่เกี่ยวข้องกับการส่งมอบบริการเพื่อเสริมสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าที่เป็นภาพลักษณ์ ที่ผู้ใช้บริการสามารถสังเกตเห็นได้ทางกายภาพ [6]

การตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนในกองทุนรวมเป็นการลงทุนโดยใช้เงินไม่มาก โดยดูจากบุคลากร การบริหารการลงทุนจากความชำนาญและความเชี่ยวชาญ การกระจายความเสี่ยง สภาพคล่องและกลไกปกป้องผู้ลงทุน เช่น ข้อมูลที่สำคัญต่อการตัดสินใจลงทุน จะสอดคล้องกับ Schiffman; & Kanuk [7] ว่าพฤติกรรมดังกล่าวเป็นขั้นตอนเกี่ยวข้องกับความคิด ประสบการณ์ การซื้อ การใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้ลงทุนกองทุนรวมจากทัศนคติหรือมุมมองโดยทั่วไปอันเกี่ยวข้องกับตัวบุคคล เพื่อแสดงว่าเขามีพฤติกรรมอย่างไรและทำไมถึงมีพฤติกรรมเช่นนั้น ทำให้เห็นโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตลาดบริการที่เป็นรูปธรรมว่ามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้ตัดสินใจเลือกลงทุนกองทุนรวมหรือไม่

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

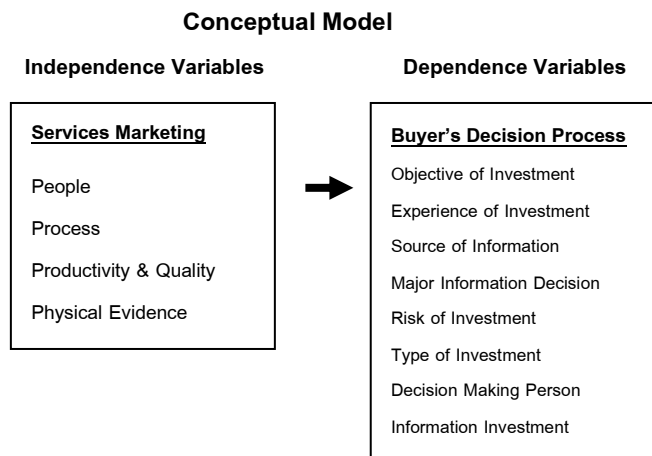
เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตลาดบริการด้านบุคลากร กระบวนการผลิตภาพและคุณภาพ และลักษณะทางกายภาพ กับพฤติกรรมตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวม

## วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาปัจจัยตลาดบริการด้านบุคลากร กระบวนการ ผลิตภาพและคุณภาพ และลักษณะทางกายภาพ [5-6] เป็นตัวแปรอิสระ และพฤติกรรมตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมเป็นตัวแปรตาม [8] ด้านวัตถุประสงค์หลักการลงทุน ด้านประสบการณ์การลงทุน ด้านแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ ด้านข้อมูลหลักในการตัดสินใจ ด้านระดับความเสี่ยงในการลงทุน ด้านลักษณะการลงทุน ด้านบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ และด้านข้อมูลข่าวสารการลงทุน

การศึกษาครั้งนี้การออกแบบขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนสำคัญของ Sekaran [9] และ Zikmund [10] ที่เป็นกระบวนการหลักของการสำรวจวิจัยดังนี้

1. การกำหนดกรอบแนวคิด (**Conceptual Model**) เป็นการศึกษาปัจจัยตลาดบริการในด้านบุคลากร (People) กระบวนการ (Process) ผลิตภาพและคุณภาพ (Productivity and quality) และรูปลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) [5-6] เป็นตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามจะใช้ทฤษฎีพฤติกรรมการณ์การตัดสินใจซื้อ [11-12] ในรูปแบบกระบวนการการตัดสินใจของผู้ซื้อ ได้แก่ วัตถุประสงค์หลัก (Objective investment) ประสบการณ์การลงทุน (Experience investment) แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ (Source of investment) ข้อมูลหลักในการตัดสินใจ (Major information decision) ความเสี่ยงในการลงทุน (Risk of investment) ลักษณะการลงทุน (Types of investment) บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ (Decision making person) และข้อมูลข่าวสารการลงทุน (Information investment) ดังภาพ 1



ภาพ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

2. การกำหนดคำถามการวิจัย (**Research questions**) เป็นการกำหนดจากความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์เพื่อหาคำตอบและเป้าหมายที่ชัดเจน ดังนี้ ปัจจัยตลาดบริการด้านบุคลากร กระบวนการ ผลิตภาพและคุณภาพ และลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการณ์การตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวม

3. การกำหนดสมมติฐานการวิจัย (**Research Hypothesis**) การกำหนดสมมติฐานเพื่อทำการทดสอบในการหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ (Independent variables) ทางการตลาดบริการ คือ บุคลากร (People) กระบวนการ (Process) ผลิตภาพและคุณภาพ

(Productivity and quality) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) และตัวแปรตาม (Dependent variables) เป็นการนำทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคในรูปแบบกระบวนการการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวม ทำการตั้งสมมติฐานดังนี้

**Ho:** ปัจจัยตลาดบริการด้านบุคลากร กระบวนการ ผลิตภาพและคุณภาพ และลักษณะทางกายภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวม

**H1:** ปัจจัยตลาดบริการด้านบุคลากร กระบวนการ ผลิตภาพและคุณภาพ และลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวม

#### 4. การกำหนดขอบเขตการวิจัย (Population and Sampling Procedures)

การศึกษาปัจจัยตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวม ขอบเขตของประชากรคือกลุ่มประชากรที่ซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมมากกว่า 100,000 คน ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประสบการณ์ซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมมากกว่า 1 ปี ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน ตามสูตรการคำนวณของ Yamane [13] ที่ได้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 0.95

**5. วิธีและขั้นตอนการเก็บข้อมูล (Data Collection)** การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ รวบรวมจากข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary data) เก็บจากผู้ที่เคยซื้อกองทุนรวมมากกว่า 1 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโดยไม่ใช่หลักความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เลือกผู้ลงทุนในกองทุนรวมในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างรวม 400 ชุด ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลในเดือนกุมภาพันธ์ 2553 ให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self administrated) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เก็บข้อมูลค้นคว้าจากทฤษฎีและการทบทวนวรรณกรรมในทฤษฎีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ

**การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) และความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือแบบสอบถาม**

การวิจัยครั้งนี้ได้ออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการตั้งคำถามในแบบสอบถาม ได้รับการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อความสอดคล้องเที่ยงตรง (Validity) และทำการสำรวจเบื้องต้น (Pre-testing) โดยการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม จำนวน 30 ตัวอย่าง ในการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการใช้สูตรคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ด้วยวิธี Alpha-Coefficient Cronbach แสดงถึงระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม จะมีค่าระหว่าง  $0 \leq \alpha \leq 1$  และผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.8286 ที่มีค่าที่ใกล้เคียงกับ 1.0 แสดงว่าผลการทดสอบมีค่า ความเชื่อมั่นสูง เพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ให้เลือกตอบแบบสอบถามค่าระดับ

ความสำคัญ 5 ระดับ ตามเกณฑ์มาตรวัด (Likert scale) คะแนนที่กำหนดจะถูกคำนวณออกมาในรูปของค่าเฉลี่ยตามสูตรอันตรภาคชั้น แบ่งเป็น 5 ระดับดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 5.00 = ระดับความสำคัญมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 - 4.20 = ระดับความสำคัญมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40 = ระดับความสำคัญปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60 = ระดับความสำคัญน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80 = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

**6. การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Processing and Analysis)** การประมวลผลข้อมูลที่สามารถได้จากกลุ่มตัวอย่างของผู้ที่ลงทุนในกองทุนรวม โดยใช้โปรแกรมประมวลผลทางสถิติสำเร็จรูป (Statistical Package for Social Sciences: SPSS) ข้อมูลที่ได้รับจะนำมาวิเคราะห์ตามหลักสถิติ เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ในการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ตัวอย่างสูตรที่ใช้ในการคำนวณ คือ

$$S.D. = \sqrt{\frac{\sum f_i(x_i - \bar{x})^2}{n}}$$

S.D. แสดง ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $f_i$  แสดงความถี่ของค่าประเมินคะแนน  $x_i$  แสดงค่าคะแนนที่  $i$   $\bar{x}$  แสดงค่าเฉลี่ย  $n$  แสดงความถี่ทั้งหมด

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์เพื่อทดสอบสมมติฐานใช้สถิติอ้างอิงหรือสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ด้วยการใช้สถิติทดสอบ Chi-Square เป็นการเปรียบเทียบทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม สูตรที่ใช้ในการคำนวณคือ

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

$$E_{ij} = \frac{r_i C_j}{n}; x^2 \text{ แสดงค่าไคส-แควร์ } O_{ij} \text{ แสดงความถี่ที่ได้จากสังเกต (ข้อมูลจริง)}$$

ในแถวที่  $i$  และสดมภ์ที่  $j$ ;  $E_{ij}$  แสดงความถี่ (ข้อสมมติ) ในแถวที่  $i$  และสดมภ์ที่  $j$ ;  $R_i$  แสดงความถี่ (ข้อมูลจริง) รวมในแถวที่  $i$ ;  $C_j$  แสดงความถี่ (ข้อมูลจริง) รวมในสดมภ์ที่  $j$ ; และ  $n$  คือจำนวนข้อมูลจริงทั้งหมด

**7. การแปลผลและการรายงานผลข้อมูล (Data Interpretation and Reporting)**

**ตาราง 1** แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยตลาดบริการ

ปัจจัยตลาดบริการ	$\bar{X}$ n=400	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านบุคลากร	4.49	0.569	มากที่สุด
ด้านกระบวนการ	4.21	0.571	มากที่สุด
ด้านผลิตภาพและคุณภาพ	4.47	0.554	มากที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.41	0.536	มากที่สุด
รวม	<b>4.40</b>	<b>0.557</b>	มากที่สุด

จากตาราง 1 ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยตลาดบริการมีค่าระดับความสำคัญมากที่สุดทุกด้าน คือค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.40 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.557 โดยปัจจัยตลาดบริการด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.49 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.569 ส่วนปัจจัยด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 4.21 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.571 อย่างไรก็ตามก็ยังคงอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด

ต่อไปเป็นผลจากการศึกษารายละเอียดของปัจจัยการตลาดในแต่ละด้านดังต่อไปนี้

**ตาราง 2** แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยตลาดบริการด้านบุคลากร

ตลาดบริการด้านบุคลากร	$\bar{X}$ n=400	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ความสามารถบริหารจัดการ	4.54	0.671	มากที่สุด
2. ความรู้และประสบการณ์	4.53	0.633	มากที่สุด
3. ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา	4.54	0.674	มากที่สุด
4. จรรยาบรรณ	4.39	0.778	มากที่สุด
รวม	<b>4.50</b>	<b>0.689</b>	มากที่สุด

จากตาราง 2 ผลจากการศึกษาพบว่าปัจจัยตลาดบริการด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.50 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.689 จะอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด และพบว่านักลงทุนกองทุนรวมให้ระดับความสำคัญกับประเภทความสามารถบริหารจัดการ และผลการดำเนินงานมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 4.54 เท่ากัน และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.671 และ 0.674 ตามลำดับ

**ตาราง 3** แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยตลาดบริการด้านกระบวนการ

ตลาดบริการด้านกระบวนการ	$\bar{X}$ n=400	S.D.	ระดับความสำคัญ
1.การแสดงสิทธิในหน่วยลงทุน	3.95	0.972	ปานกลาง
2.การแจ้งยืนยันทำรายการ	3.75	0.978	ปานกลาง
3.รายการง่ายมาช้าซ้อน	4.41	0.709	มากที่สุด
4.ความปลอดภัยเชื่อถือได้	4.67	0.571	มากที่สุด
รวม	4.20	0.807	มากที่สุด

จากตาราง 3 ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยตลาดบริการด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.20 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.807 แสดงค่าระดับความสำคัญมากที่สุด ผู้ซื้อกองทุนรวมให้ประเภทความปลอดภัยเชื่อถือได้ในการลงทุน มีระดับความสำคัญมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.571 และนักลงทุนให้ความสำคัญกับประเภทการแจ้งยืนยันทำรายการน้อยสุดคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.978

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยตลาดบริการด้านผลิตภาพ และคุณภาพ

ตลาดบริการด้านผลิตภาพและคุณภาพ	$\bar{X}$ n=400	S.D.	ระดับความสำคัญ
1.เงินลงทุนเพิ่มค่าในอนาคต	4.59	0.659	มากที่สุด
2.ผลตอบแทนสูงกว่าดัชนี	4.40	0.702	มากที่สุด
3.ผลตอบแทนสม่ำเสมอ	4.47	0.697	มากที่สุด
4.ความปลอดภัยของเงินทุน	4.43	0.795	มากที่สุด
รวม	4.47	0.713	มากที่สุด

จากตาราง 4 ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยตลาดบริการด้านผลิตภาพและคุณภาพมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.47 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.713 อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด และนักลงทุนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านเงินทุนเพิ่มค่าในอนาคตมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.659

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพ



ตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพ	$\bar{X}$ n=400	S.D.	ระดับความสำคัญ
1.ความมั่นคงน่าเชื่อถือ	4.60	0.621	มากที่สุด
2.ความมีชื่อเสียงของบริษัท	4.37	0.711	มากที่สุด
3.ความสะอาดสถานที่ติดต่อ	4.31	0.769	มากที่สุด
4.ระบบเทคโนโลยีด้านบริการ	4.37	0.772	มากที่สุด
รวม	4.41	0.718	มากที่สุด

\*\* แสดงค่า Sig. น้อยกว่า 0.05

จากตาราง 5 ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.41 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.718 ซึ่งอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด นักลงทุนให้ความสำคัญปัจจัยด้านความมั่นคงน่าเชื่อถือ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.60 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.621

**ตาราง 6** แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตลาดบริการกับการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมด้านวัตถุประสงค์หลักการลงทุน

ตลาดบริการ	$\chi^2$	df.	Sig.
ด้านบุคลากร	10.185	9	0.336
ด้านกระบวนการ	32.612	9	0.000*
ด้านผลิิตภาพและคุณภาพ	7.393	9	0.593
ด้านลักษณะทางกายภาพ	14.918	9	0.093

\*\* แสดงค่า Sig. น้อยกว่า 0.05

จากตาราง 6 เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตลาดบริการกับการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวม ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยตลาดบริการด้านกระบวนการมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ( $\chi^2$  เท่ากับ 32.612) แสดงว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมด้านวัตถุประสงค์หลักการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนปัจจัยด้านบุคลากร (Sig. 0.336) ด้านผลิิตภาพและคุณภาพ (Sig. 0.593) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Sig. 0.093) ที่มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมด้านวัตถุประสงค์หลักการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 7** แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตลาดบริการกับการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุน  
กองทุนรวมด้านประสบการณ์การลงทุน

ตลาดบริการ	$\chi^2$	df.	Sig.
ด้านบุคลากร	9.796	9	0.367
ด้านกระบวนการ	10.460	9	0.315
ด้านผลผลิตภาพและคุณภาพ	16.566	9	0.056
ด้านลักษณะทางกายภาพ	10.998	9	0.276

\*\* แสดงค่า Sig. น้อยกว่า 0.05

จากตาราง 7 เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตลาดบริการกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมประเภทประสบการณ์การลงทุน ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จะพบว่าค่า Sig. ของด้านบุคลากรมากที่สุด เท่ากับ 0.367 ส่วนลักษณะทางกายภาพน้อยที่สุด Sig. เท่ากับ 0.276

**ตาราง 8** แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตลาดบริการกับการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุน  
กองทุน รวมด้านแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ

ตลาดบริการ	$\chi^2$	df.	Sig.
ด้านบุคลากร	21.519	9	0.011*
ด้านกระบวนการ	5.863	9	0.754
ด้านผลผลิตภาพและคุณภาพ	11.954	9	0.216
ด้านลักษณะทางกายภาพ	9.856	9	0.362

\*\* แสดงค่า Sig. น้อยกว่า 0.05

จากตาราง 8 เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตลาดบริการกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมประเภทแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์ โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ส่วนปัจจัยด้านกระบวนการ ด้านผลผลิตภาพและคุณภาพ ด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีความสัมพันธ์ โดยมีค่า Sig. มากกว่า 0.05

**ตาราง 9** แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตลาดบริการกับการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุน  
กองทุนรวมด้านข้อมูลหลักในการตัดสินใจ

ตลาดบริการ	$\chi^2$	df.	Sig.
ด้านบุคลากร	90.034	9	0.000*
ด้านกระบวนการ	56.915	9	0.000*
ด้านผลผลิตภาพและคุณภาพ	33.767	9	0.000*
ด้านลักษณะทางกายภาพ	48.258	9	0.000*

\*\* แสดงค่า Sig. น้อยกว่า 0.05

จากตาราง 9 เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตลาดบริการกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมประเภทข้อมูลหลักในการตัดสินใจ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยตลาดบริการด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านผลผลิตภาพและคุณภาพ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมด้านข้อมูลหลักในการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 10** แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตลาดบริการกับการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมด้านระดับความเสี่ยงในการลงทุน

ตลาดบริการ	$\chi^2$	df.	Sig.
ด้านบุคลากร	7.724	6	0.259
ด้านกระบวนการ	5.072	6	0.535
ด้านผลผลิตภาพและคุณภาพ	4.054	6	0.669
ด้านลักษณะทางกายภาพ	13.884	6	0.031*

\*\* แสดงค่า Sig. น้อยกว่า 0.05

จากตาราง 10 เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตลาดบริการกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมประเภทระดับความเสี่ยงในการลงทุน พบว่าปัจจัยตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.031 จะมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านผลผลิตภาพและคุณภาพ ไม่มีความสัมพันธ์เพราะ ค่า Sig. มีมากกว่า 0.05

**ตาราง 11** แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตลาดบริการกับการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมด้านลักษณะการลงทุน

ตลาดบริการ	$\chi^2$	df.	Sig.
ด้านบุคลากร	35.875	9	0.000*
ด้านกระบวนการ	31.544	9	0.000*

ด้านผลิิตภาพและคุณภาพ	39.212	9	0.000*
ด้านลักษณะทางกายภาพ	32.590	9	0.000*

\*\* แสดงค่า Sig. น้อยกว่า 0.05

จากตาราง 11 เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตลาดบริการกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมประเภทลักษณะการลงทุน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยตลาดบริการทั้ง 4 ด้าน คือด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านผลิิตภาพและคุณภาพ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมด้านลักษณะการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 12** แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตลาดบริการกับการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมด้านบุคคลที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจ

ตลาดบริการ	$\chi^2$	df.	Sig.
ด้านบุคลากร	10.039	9	0.347
ด้านกระบวนการ	8.721	9	0.463
ด้านผลิิตภาพและคุณภาพ	4.138	9	0.902
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.896	9	0.843

\*\* แสดงค่า Sig. น้อยกว่า 0.05

จากตาราง 12 เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตลาดบริการกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมด้านบุคคลที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านผลิิตภาพและคุณภาพ และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมด้านบุคคลที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจ มีค่า Sig. มากกว่า 0.05

**ตาราง 13** แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตลาดบริการกับการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมด้านข้อมูลข่าวสารการลงทุน

ตลาดบริการ	$\chi^2$	df.	Sig.
ด้านบุคลากร	9.301	9	0.410
ด้านกระบวนการ	9.166	9	0.422
ด้านผลิิตภาพและคุณภาพ	8.200	9	0.659
ด้านลักษณะทางกายภาพ	6.790	9	0.514

\*\* แสดงค่า Sig. น้อยกว่า 0.05

จากตาราง 13 เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตลาดบริการกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมด้านข้อมูลข่าวสารการลงทุน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านผลผลิตภาพและคุณภาพ และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมด้านข้อมูลข่าวสารการลงทุน มีค่า Sig. มากกว่า 0.05

**ตาราง 14** แสดงสรุปความสัมพันธ์ระหว่างตลาดบริการกับการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมด้านข้อมูลข่าวสารการลงทุน

ปัจจัยตลาดบริการ พฤติกรรม การตัดสินใจ ซื้อหน่วยลงทุน กองทุนรวม	ด้านบุคลากร	ด้านกระบวนการให้บริการ	ด้านผลผลิตภาพ และคุณภาพ	ด้านลักษณะทางกายภาพ
วัตถุประสงค์หลักในการลงทุน	x	x	x	x
ประสบการณ์หลักในการลงทุน	x	✓	x	x
แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ	✓	x	x	x
ข้อมูลหลักในการตัดสินใจ	✓	✓	✓	✓
ระดับความเสี่ยงในการลงทุน	x	x	x	✓
ลักษณะการลงทุน	✓	✓	✓	✓
บุคคลที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจ	x	x	x	x
ข้อมูลข่าวสารการลงทุน	x	x	x	x

\*\* ✓ แสดงมีความสัมพันธ์ x แสดงไม่มีความสัมพันธ์

จากตาราง 14 การสรุปผลการศึกษาตามสมมติฐานพบว่าปัจจัยตลาดบริการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมของประเภทข้อมูลหลักในการตัดสินใจและประเภทลักษณะการลงทุน ส่วนประเภทวัตถุประสงค์หลักในการลงทุน บุคคลที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจ และข้อมูลข่าวสารการลงทุน ไม่มีความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

### สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาค้นคว้านี้ได้ทำการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลจากเครื่องมือแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) คำนวณค่าสัมประสิทธิ์ด้วยวิธี Alpha-Coefficient Cronbach ผลความ

เชื่อมั่นเท่ากับ 0.8286 และเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด นำมาวิเคราะห์ตามหลักสถิติได้ผลสรุปคือ ผู้บริโภคที่ซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมให้ระดับความสำคัญของปัจจัยตลาดบริการทั้ง 4 ด้านคือ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภาพและคุณภาพ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 4.49 (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.40) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระหว่าง 0.536 - 0.571 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม เท่ากับ 0.557) และปัจจัยด้านกระบวนการมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงสุดเท่ากับ 0.571 (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21) แสดงว่าผู้ซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมให้ความสำคัญที่ขั้นตอนและกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับงานที่ปฏิบัติในการทำการซื้อขาย การนำเสนอความถูกต้องในรายการที่แสดงความเคลื่อนไหวของระบบบัญชี ตลอดจนการส่งมอบคุณภาพบริการด้วยความปลอดภัยในแต่ละขั้นตอนการปฏิบัติงาน ความสะดวกรวดเร็ว และความประทับใจของลูกค้า

รองลงมาคือด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.569 แสดงว่าผู้ลงทุนกองทุนรวมให้ความสำคัญที่ผู้จัดการกองทุนที่มีความสามารถการบริการจัดการ ประสบการณ์การบริหารกองทุน และผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของผู้จัดการกองทุน ซึ่งสอดคล้องกับจูไรรัตน์ [14] การลงทุนในกองทุนเปิดของลูกค้าให้ความเชื่อมั่นต่อผู้บริหารกองทุน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจการลงทุนมากที่สุด ตลอดจนความเชื่อมั่นต่อผู้บริหารกองทุน ส่วนด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.571

ส่วนด้านผลิตภาพและคุณภาพ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.554 (ค่าเฉลี่ย = 4.47) ผู้ลงทุนให้ความสำคัญที่เงินลงทุนจะเพิ่มมูลค่าที่สูงขึ้นในอนาคตและสามารถได้ผลตอบแทนจากการลงทุนในรูปกำไรได้เป็นอย่างดี ไม่มีความเสี่ยงมากหรือมีความเสี่ยงน้อยที่สุด ซึ่งจะสอดคล้องกับจันทร์พร [15] ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อกองทุนรวมเพื่อลดหย่อนภาษีของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าผลการลงทุนที่ผ่านมาที่ได้กำไร มีระดับความสำคัญมากที่สุด และด้านลักษณะทางกายภาพค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.536 กล่าวคือผู้ลงทุนจะให้ความสำคัญที่ชื่อของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีความมั่นคง ชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือและการบริหารกองทุนรวมแบบมืออาชีพ กล่าวสรุปว่าปัจจัยตลาดบริการทั้ง 4 ด้าน มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.40 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.557 แสดงว่าผู้เลือกซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน [5-6]

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตลาดบริการด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภาพและคุณภาพ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวม จะเห็นได้จากตาราง 9 และตาราง 11 ในด้านข้อมูลหลักในการตัดสินใจและด้านข้อมูลข่าวสารการลงทุน มีความสัมพันธ์กันในทุกข้อย่อย ที่มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 โดยเฉพาะค่า  $\chi^2$  ที่แสดงความสัมพันธ์ปัจจัยตลาดบริการด้านบุคลากรกับด้านข้อมูลหลักในการตัดสินใจ  $\chi^2$  เท่ากับ 90.034 ส่วนในตาราง 11 พบว่าปัจจัยตลาดบริการด้าน

ลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกองทุนรวมเพียงด้านเดียวที่มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

ผลทดสอบความสัมพันธ์ในตาราง 9 และ ตาราง 11 จะเห็นว่าด้านข้อมูลหลักในการตัดสินใจและด้านข้อมูลข่าวสารการลงทุน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยตลาดบริการทั้ง 4 ด้าน แสดงว่า นักลงทุนที่ซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมให้ความสำคัญกับข้อมูลและข่าวสารประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวม เพราะการลงทุนในกองทุนรวม บุคลากรผู้ให้ข้อมูลข่าวสารที่มีความรู้แหล่งข้อมูลการลงทุนและความสามารถในการวิเคราะห์หน่วยลงทุน ส่งผลถึงการตัดสินใจการลงทุนเลือกซื้อกองทุนรวมปัจจัยด้านกระบวนการ กล่าวคือผู้ซื้อกองทุนรวมให้ความสำคัญที่กระบวนการให้บริการที่สะดวกรวดเร็วในการทำรายการซื้อ-ขาย การสอบถามมูลค่าหน่วยลงทุน ตลอดจนการขอรับข้อมูลการลงทุนและรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีผู้ลงทุน ปัจจัยด้านผลิตภาพและคุณภาพ ผู้ลงทุนเน้นความสำคัญความสามารถในการสร้างผลตอบแทนจากการลงทุน และการวัดผลการดำเนินงานของกองทุน ส่วนปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ลงทุนให้ความสำคัญที่บริษัทกองทุนรวมบริหารงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส ภายใตฏหมายและกฎระเบียบการบริหารกองทุนรวม

ส่วนข้อมูลที่น่าสนใจในการศึกษาครั้งนี้ ผลการทดสอบปัจจัยตลาดบริการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวม ที่มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 จะพบในด้านวัตถุประสงค์ ด้านประสบการณ์การลงทุน ด้านแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ ด้านระดับความเสี่ยงในการลงทุน ด้านบุคคลที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจ และด้านข้อมูลข่าวสารการลงทุน โดยเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจกับผลิตภาพและคุณภาพ ที่มีค่า Sig. เท่ากับ 0.902,  $\chi^2$  เท่ากับ 4.138 และ df. เท่ากับ 9 แสดงค่าไม่มีความสัมพันธ์มากที่สุด (ตาราง 12) กล่าวคือนักลงทุนส่วนมากทราบถึงวัตถุประสงค์การลงทุนกองทุนรวมที่ให้ผลตอบแทนจากการลงทุนที่มีระดับความเสี่ยงน้อยกว่า เช่น การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ และบริษัทกองทุนรวมจะแต่งตั้งผู้จัดการกองทุน (Fund manager) เป็นผู้ทำหน้าที่ดูแลบริหารจัดการการลงทุน และเป็นผู้มีประสบการณ์ความสามารถการบริหารกองทุนอยู่แล้ว

## ข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยตลาดบริการทั้ง 4 ด้านของบุคลากร กระบวนการ ผลิตภาพและคุณภาพ และลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกการลงทุนกองทุนรวม เช่น ปัจจัยด้านบุคลากร อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด เพราะการลงทุนเลือกซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวม บุคลากรผู้ทำการวิเคราะห์กองทุนรวมต้องมีความรู้ความสามารถจะส่งผลโดยตรงต่อความสำเร็จในการจัดการกองทุนรวม สิ่งสำคัญคือการเสริมสร้างบุคลากร เช่น การอบรมความรู้ความเข้าใจในแต่ละกองทุน ส่วนผู้เลือกซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวม ให้ความสำคัญด้านผลิตภาพและคุณภาพ กล่าวคือ ผู้ลงทุนจะให้ความสำคัญการลงทุนที่ซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมกับผลตอบแทนจากการลงทุนที่คุ้มค่า

ส่วนปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการผู้เลือกซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมเน้นกระบวนการการส่งมอบบริการที่รวดเร็วในการทำรายการซื้อ-รายการขาย และการสับเปลี่ยนกองทุนโดยไม่ทำให้กระบวนการนั้นล่าช้า พร้อมทั้งสามารถสอบถามข้อมูลการลงทุนและการเคลื่อนไหวในบัญชีได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว เชื่อถือได้ และรู้สึกปลอดภัยจากการลงทุน และด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุดเช่นกัน กล่าวคือบริษัทจัดการกองทุนรวมนำหลักธรรมาภิบาล การบริหารอย่างโปร่งใส มีจรรยาบรรณ ภายใต้กฎหมายการลงทุน ก็จะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือได้และความถูกต้องของการบริการ

ดังนั้นเพื่อความสอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้ การเลือกซื้อหน่วยลงทุนในแต่ละประเภทของกองทุนรวม เช่น กองทุนปิด กองทุนเปิด กองทุนตราสารหนี้ กองทุนตราสารทุน กองทุนตลาดการเงิน หรือกองทุนอสังหาริมทรัพย์ สามารถทำการศึกษเปรียบเทียบในแต่ละประเภทของกองทุนรวมกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวม หรือทำการศึกษเปรียบเทียบระหว่างผู้สนใจหรือ ผู้ที่ไม่เคยซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมกับผู้ที่มีประสบการณ์การซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวม (มากกว่า 3-5 ปีขึ้นไป) กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวม เพื่อนำผลที่ออกมาวางกลยุทธ์ทางการตลาดบริการในด้านบุคลากร (People) กระบวนการ (Process) ผลิตภาพและคุณภาพ (Productivity and quality) และรูปลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) เพื่อเป็นการสร้างฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่ของการซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมให้เหมาะสมในแต่ละประเภทของกองทุนรวม



## เอกสารอ้างอิง

- [1] วรวรรณ ชาราภูมิ. (2552, กรกฎาคม). *AIMC News*. 1(6).
- [2] Shaw, M. E.; & Costanzo, P. R. (1982). *Theories of Social Psychology*. New York: McGraw-Hill Publishing Company.
- [3] Bovee, C. L.; Houston, M. J.; & Thrill, J.V. (1995). *Marketing*. 2nd ed. USA: McGraw-Hill Publishing Company.
- [4] Schon, Cornelia. (2010). On the Product Line Selection Problem Under Attraction Choice Model of Consumer Behavior. *European Journal of Operation Research*. 206(1): 260-264.
- [5] Zeithaml, Valarie A.; & Bitner, Mary J. (2003). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*. 3rd ed. Singapore: McGraw Hill.
- [6] Lovelock, Christopher.; & Wright, Lauren. (2006). *Principle of Service Marketing and Management*. Bingley: Emerald Group Publishing Limited.
- [7] Schiffman, Leon G.; & Kanuk, Lazar. (2007). *Consumer Behavior*. 9th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- [8] Solomon, Michael R. (2007). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. 7th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- [9] Sekaran, U. (2000). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. 3rd ed. John Wiley & Sons.
- [10] Zikmund, W. G. (1997). *Business Research Methods*. 5th ed. Dryden Press.
- [11] Kotler, Philip.; & Keller, Kevin L. (2009). *Marketing Management*. 13th ed. Pearson Prentice Hall: Pearson Education International.
- [12] Schiffman, Leon G. (2000). *Consumer Behavior*. 7th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- [13] Yamane, Taro. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis*. 2nd ed. New York: Harper and Row.
- [14] จุไรรัตน์ อินตะชุ่ม. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนเปิดไทยพาณิชย์สะสมทรัพย์ตราสารหนี้ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: การศึกษาอิสระ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- [15] จันทพร งามเถื่อน. (2551). พฤติกรรมการเลือกซื้อกองทุนรวมเพื่อลดหย่อนภาษีของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: การศึกษาอิสระมหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.