

การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ ความไว้วางใจ และแนวโน้มการลงทุน ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน  
โดยธนาคารพาณิชย์ และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

พฤษภาคม 2554

การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ ความไว้วางใจ และแนวโน้มการลงทุน ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน  
โดยธนาคารพาณิชย์ และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ  
พฤษภาคม 2554  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ ความไว้วางใจ และแนวโน้มการลงทุน ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน  
โดยธนาคารพาณิชย์ และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

พฤษภาคม 2554

จรรยา จันทร์พุดซา. (2553). การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ ความไว้วางใจ และแนวโน้มการลงทุน ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์.

สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.  
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษา การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ ความไว้วางใจ และแนวโน้มการลงทุน ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักลงทุนรายย่อยที่ลงทุนบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ จำนวน 267 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า

นักลงทุนรายย่อยที่ลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 30 – 39 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรีและต่ำกว่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000–40,000 บาท

ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ โดยรวมอยู่ในระดับดี

ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์โดยรวมมีระดับความไว้วางใจมาก

แนวโน้มการลงทุนเพิ่มในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ มีแนวโน้มลงทุนเพิ่ม ส่วนบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์พบว่าไม่แน่ใจที่จะลงทุนเพิ่ม และแนวโน้มการแนะนำการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์มีแนวโน้มแนะนำให้ผู้อื่น ส่วนบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์พบว่าไม่แน่ใจที่จะแนะนำผู้อื่นลงทุน

นักลงทุนรายย่อยที่มีเพศแตกต่างกัน มีความไว้วางใจต่อบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

นักลงทุนรายย่อยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความไว้วางใจต่อบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์

และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ ทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มการลงทุนในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ ส่วนความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการลงทุนในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ภาพลักษณ์ ความไว้วางใจในชื่อเสียง และแนวโน้ม ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดย ธนาคารพาณิชย์ ดีกว่าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.01



THE COMPARISON OF IMAGE, TRUST AND INVESTMENT TRENDS OF ASSET MANAGEMENT  
CORPORATE BY BETWEEN COMMERCIAL BANK AND NON COMMERCIAL BANK



Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the  
Master of Business Administration Degree in Management  
at Srinakharinwirot University

May 2011

Chariya Chunputsra. (2554). *The comparison image, trust and investment trends of Asset Management corporate by between commercial Bank and Non commercial Bank*. Master's Project, MBA (Management): Bangkok: Graduate School, Srinakarinwirot University. Project Advisor: Assoc.Prof. Supada Sirikudta.

The purpose of this research is to study the comparison image, trust and investment trends of Asset Management corporate by between commercial Bank and Non commercial Bank. The sample is 267 individual investors who invested fund in asset management corporate between commercial banks and non commercial banks. Questionnaire is distributed as a tool for collecting data. The results showed that.

The majority of individual investors in the asset management company by commercial banks and non commercial banks are males with the ages 30 - 39 years, single, holding a bachelor's degree and below, working as employees of private companies, and having monthly income between 20,000 - 40,000 Baht.

The majority of individual investors' opinions on the images of the asset management company by commercial banks and non commercial banks in overall are at the good levels. The majority of individual investors' opinions on the trust in the asset management company by commercial banks and non commercial banks in overall are in high levels.

The likely to invest in the asset management company by commercial banks is increasing while by non commercial banks is uncertain for investment. The trend of suggestion for others to invest in the fund management company by commercial banks is likely encourage others while by non commercial banks is not assured to encourage others.

The individual investors with difference gender have different of trust on asset Management Company by commercial banks at statistically significant level of 0.01.

The individual investors with difference education level have different trust on asset Management Company by non commercial banks at statistically significant level of 0.05.

The image of the asset management company by commercial banks and non commercial banks have moderate positively related to the prospect of investing in the asset

management company by commercial banks and non commercial banks at statistically significant levels of 0.01.

Trust in asset management by commercial banks associated with investment trends in the same direction at a low level while by non commercial banks associated with investment trends in the same direction at moderate level at statistically significant level of 0.01.

The image, trust and investment trends of the asset management company by commercial banks have better than by non commercial banks at statistically significant levels of 0.01.





## ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ความอนุเคราะห์จากท่านอาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา ที่ช่วยกรุณาให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็น แก้ไขปรับปรุง อันเป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยครั้งนี้ เป็นอย่างยิ่ง และคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏช์ กุลิสร์ ที่ให้ความกรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือ ให้คำปรึกษา แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ รวมถึงอาจารย์ทุกท่าน ที่ให้ความรู้เป็นอย่างดีตลอดมา ผู้วิจัยต้องขอกราบขอบพระคุณทุกท่าน ด้วยความเคารพเป็นอย่าง สูงมา ณ ที่นี้ด้วย

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามใน ครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ท้ายสุดขอขอบพระคุณ พ่อ แม่ และสมาชิกทุกคนในครอบครัว และเพื่อนๆ ทุกคน ที่คอย ให้คำปรึกษาและให้กำลังใจด้วยดีเสมอมาจนสามารถทำการวิจัยได้สำเร็จลุล่วงด้วยดีในที่สุด

จรรยา จันทร์พุดซา

# สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ .....	1
ภูมิหลัง .....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย .....	3
ความสำคัญของการวิจัย .....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
ตัวแปรที่ศึกษา.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	7
กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	9
สมมติฐานในการวิจัย.....	10
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	11
ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์.....	11
ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์.....	13
ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ.....	20
ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	24
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ/ขายของนักลงทุน.....	28
ประวัติและบทบาทของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม.....	29
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	41
3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	43
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	43
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	46
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	52
การจัดกระทำข้อมูล.....	53
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	54

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	61
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	61
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	61
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	62
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	139
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	139
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	140
อภิปรายผล.....	157
ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย.....	161
บรรณานุกรม .....	164
ภาคผนวก .....	169
ภาคผนวก ก.....	170
ภาคผนวก ข .....	176
ภาคผนวก ค.....	178
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์ .....	181

## บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงรายชื่อ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน โดยธนาคารพาณิชย์.....	34
2 แสดงรายชื่อ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์.....	35
3 แสดงการเปรียบเทียบกองทุนปิดและกองทุนเปิด.....	38
4 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง.....	62
5 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่จัดกลุ่มใหม่.....	65
6 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการ กองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์.....	67
7 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความไว้วางใจของบริษัทหลักทรัพย์ จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์.....	70
8 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แนวโน้มการลงทุนของบริษัทหลักทรัพย์ จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์.....	72
9 แสดงผลการเปรียบเทียบความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคาร พาณิชย์และที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามเพศ.....	74
10 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการ กองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอายุ.....	80
11 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน โดยธนาคารพาณิชย์และที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ F- test.....	82
12 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน โดยธนาคารพาณิชย์และที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe.....	84
13 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน โดยธนาคารพาณิชย์และที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามสถานะ.....	86
14 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน โดยธนาคารพาณิชย์และที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	92
15 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน โดยธนาคารพาณิชย์และที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอาชีพ.....	93

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน โดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	104
17 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการ กองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ ที่มีต่อแนวโน้มการลงทุน ในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคาร พาณิชย์.....	109
18 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจของบริษัทหลักทรัพย์จัดการ กองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ที่มีต่อแนวโน้มการลงทุน ในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคาร พาณิชย์.....	116
19 แสดงการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคาร พาณิชย์ กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์.....	120
20 แสดงการเปรียบเทียบความไว้วางใจของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน โดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์.	124
21 แสดงการเปรียบเทียบแนวโน้มการลงทุนของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการ กองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคาร พาณิชย์.....	127
22 แสดงสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน และสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	128

## บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 สัดส่วนการออมและการลงทุนภาคครัวเรือนปี 2535-2552 .....	2
2 กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	9
3 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กร .....	18
4 โมเดลส่วนประกอบ 2 ประการของปัจจัยที่สัมพันธ์กับความไว้วางใจในตราสินค้า .....	22



# บทที่ 1

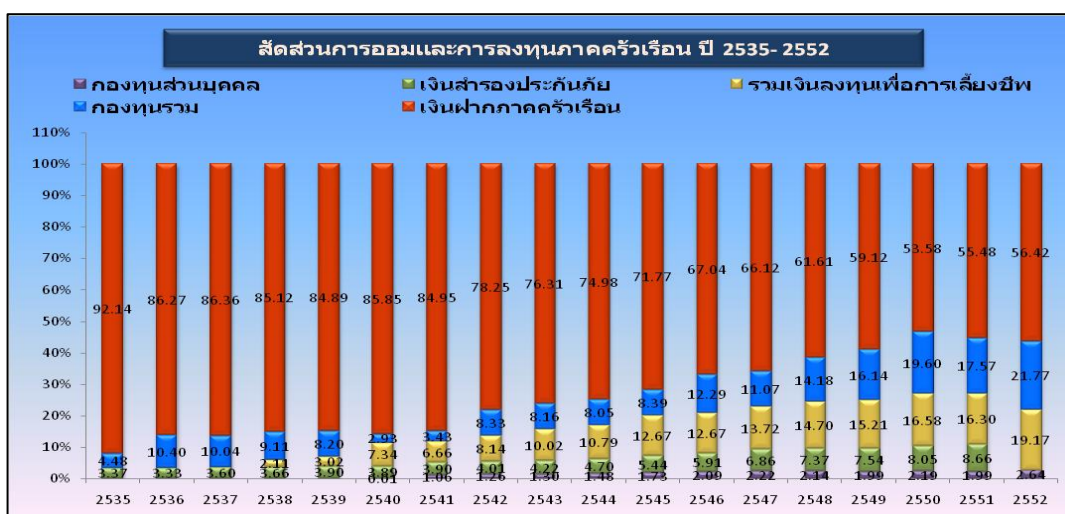
## บทนำ

### ภูมิหลัง

การออมเงินของในปัจจุบันมีมากมายหลายรูปแบบ อาทิเช่น การออมเงินในรูปของการเงินฝากไว้กับธนาคารพาณิชย์ โดยผลประโยชน์ที่ได้รับตอบแทนคือ ดอกเบี้ย หรือการลงทุนในกองทุนรวมประเภทต่างๆ กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ซึ่งผลประโยชน์ที่ได้รับจากการลงทุนในกองทุนนั้น ก็มีหลายรูปแบบเช่น ดอกเบี้ย เงินปันผล หรือความสามารถในการนำไปลดหย่อนภาษีเงินได้ หรือการลงทุนโดยการซื้อทองคำสะสมไว้ เป็นต้น

จากการส่งสัญญาณการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ในปี 2553 ซึ่งแม้ว่าโดยทั่วไป ธนาคารพาณิชย์มักปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ตามการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายของธนาคารแห่งประเทศไทย แต่ก็ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่อาจจะผลักดันให้ธนาคารพาณิชย์เข้าสู่ภาวะการแข่งขันทางด้านราคาเงินฝากเร็วขึ้น ไม่ว่าจะเป็น การแข่งขันที่มีแนวโน้มที่ชัดเจนขึ้นระหว่างเงินฝากกับช่องทางการลงทุนอื่นๆ อาทิ กองทุนรวมที่ไปลงทุนในต่างประเทศ พันธบัตรออมทรัพย์ภาครัฐ ตลอดจนหุ้นภาคเอกชน เป็นต้น ทั้งนี้ ปัจจัยที่น่าจะมีน้ำหนักมากที่สุดก็คือแนวโน้มการขยายตัวของความต้องการสินเชื่อภาคธุรกิจเอกชนเพื่อรองรับการขยายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ จนกระทั่งสภาพคล่องในระบบธนาคารพาณิชย์ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งแนวโน้มการขยายตัวของสินเชื่อดังกล่าวอาจส่งผลให้ธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ตัดสินใจระดมเงินฝากเพิ่มเติมและเข้าสู่การแข่งขันในการดึงราคาเงินฝากที่ชัดเจนขึ้นในอนาคต (ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย: 2552)

สัดส่วนการออมและการลงทุนภาคครัวเรือนปี 2535-2552 ของ กองทุนรวม กองทุนส่วนบุคคล เงินฝากภาคครัวเรือน เงินสำรองประกันภัย รวมเงินลงทุนเพื่อการเลี้ยงชีพ ซึ่งจากรูปชี้ให้เห็นว่าแนวโน้มการลงทุนในกองทุนรวมมีปริมาณเพิ่มมากขึ้นทุกปี ในขณะที่ส่วนหนึ่งของเงินออมก็ลดลงอย่างเล็กน้อยในทุกปีเช่นกัน



ภาพประกอบ 1 สัดส่วนการออมและการลงทุนภาคครัวเรือนปี 2535-2552

ที่มา: สมาคมบริษัทจัดการกองทุน. (2553).

เนื่องจากการแข่งขันที่มีแนวโน้มที่ชัดเจนขึ้นระหว่างเงินฝากกับช่องทางการลงทุนในกองทุนต่างๆ นั้น ก็ส่งผลให้ผู้ลงทุนรายย่อย ต่างมองหาช่องทางการลงทุนในอีกช่องทางหนึ่ง ซึ่งหนึ่งในช่องทางการลงทุนของผู้ลงทุนรายย่อยคือ การลงทุนในกองทุนรวม ที่ถูกจัดตั้งและบริหารโดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน หรือที่เรียกย่อว่า “บลจ.”

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมแห่งแรกของประเทศไทยได้จัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2518 โดยความร่วมมือกันระหว่างรัฐบาลไทยและบรรษัทการเงินระหว่างประเทศ (International Finance Corporation – IFC) ซึ่งเป็นหน่วยงานหนึ่งของธนาคารโลก และได้มีการจัดตั้งและจัดการกองทุนรวมโครงการแรกในปี พ.ศ. 2520 ภายใต้ชื่อ “โครงการกองทุนสินิบุญโญ” ด้วยขนาดกองทุน 100 ล้านบาท และมีอายุโครงการ 10 ปี และ ปัจจุบัน ณ วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2551 มีบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมทั้งสิ้น 21 บริษัทด้วยกัน (ที่มา: <http://www.thaimutualfund.com>)

โดยจากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีอยู่ในประเทศไทย พบว่า การจัดตั้งบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนนั้น ต่างมีประวัติการก่อตั้ง ความเป็นมาที่แตกต่างกัน เช่น การจัดตั้งเกิดจากการร่วมมือกันระหว่างกระทรวงการคลังกับธนาคารพาณิชย์ การร่วมมือกันระหว่างบริษัทต่างชาติกับธนาคารพาณิชย์ การลงทุนโดยบริษัทเอกชนในประเทศและต่างประเทศ การเป็นบริษัทในเครือธนาคารพาณิชย์ และ การลงทุนโดยธนาคารพาณิชย์ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้น 100 เปอร์เซ็นต์



หรือเป็นผู้ถือหุ้นมากที่สุดใดใน บลจ. นั้นๆ ซึ่งจากที่มาของการจัดตั้งบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนนั้น ทำให้สามารถแบ่งประเภทของของ บลจ. ออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ จำนวน 10 แห่ง
2. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์ จำนวน 11 แห่ง

ปัจจุบันแนวโน้มการลงทุนในกองทุนมีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ และนักลงทุนรายย่อยมือใหม่ที่ต้องการลงทุนในกองทุนรวมนั้น ต่างก็เริ่มการออมเงิน โดยการฝากเงินไว้กับธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ซึ่งเป็นที่รู้กันว่า การฝากเงินไว้กับธนาคารนั้นให้ผลตอบแทนในอัตราดอกเบี้ยที่น้อยมาก ทำให้ผู้ลงทุนรายย่อย ต่างแสวงหาการออมเงินในรูปแบบอื่นที่สามารถให้ผลตอบแทนมากกว่าดอกเบี้ยเงินฝากในธนาคารพาณิชย์ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้นักลงทุนรายย่อยมือใหม่ ต่างก็เริ่มเปลี่ยนแนวทางการออมโดยหันหน้าเข้าสู่ตลาดการลงทุนมากขึ้น และการลงทุนนั้นก็จำเป็นต้องศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับการลงทุนในหลายด้าน ดังคำว่า **“การลงทุนมีความเสี่ยง ผู้ลงทุนควรศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจลงทุน”** และเนื่องจากนักลงทุนรายย่อยมือใหม่นั้นนั้นอาจจะคุ้นเคยกับธนาคารพาณิชย์มาก่อน ดังนั้นการตัดสินใจลงทุนอาจจะเริ่มกับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ที่ตนคุ้นเคยมาก่อนเช่นกัน ทั้งที่ยังมีบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนอื่นๆอีกมากมายในตลาดการลงทุน

จากสาเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับ การเปรียบเทียบถึงภาพลักษณ์ ความไว้วางใจ และ แนวโน้มการลงทุน ในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์ จากนักลงทุนรายย่อยที่มีประสบการณ์การลงทุนในกองทุนรวม เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัย เป็นแนวทางหรือเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจเกี่ยวกับเริ่มต้นเป็นนักลงทุนรายย่อยในอนาคต และเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการลงทุนในกองทุนรวมของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์

### **ความมุ่งหมายของการวิจัย**

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ ที่มีผลต่อความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์ กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

4. เพื่อเปรียบเทียบ ภาพลักษณ์ ความไว้วางใจ และแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน

### ความสำคัญของการวิจัย

1. ใช้เป็นแนวทางการตัดสินใจให้กับนักลงทุนรายย่อยเลือกลงทุน ในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน

2. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนได้นำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงภาพลักษณ์ วางแผนการตลาด ที่จะส่งผลต่อความไว้วางใจ และแนวโน้มการลงทุน ของบุคคลที่รู้จักบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนหรือนักลงทุนรายย่อย

### ขอบเขตของการวิจัย

#### การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

#### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักลงทุนรายย่อยที่ลงทุนบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และ ที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

#### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักลงทุนรายย่อยที่ลงทุนบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และ ที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากร ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณหาขนาดตัวอย่างที่ไม่ทราบประชากรแน่นอน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และเนื่องจากการลงทุนของนักลงทุนทั้งในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ มีจำนวนน้อยจึงกำหนดให้ ความผิดพลาดสูงสุดที่ยอมให้เกิดขึ้น 6% หรือ 0.06 จากสูตรที่คำนวณจะได้กลุ่มตัวอย่าง 267 คน

### วิธีการสุ่มตัวอย่าง

**ขั้นตอนที่ 1** วิธีสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิจารณญาณ (Judgment Sampling) โดยเจาะจงบริษัท

หลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ 3 แห่ง และบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ 3 แห่ง โดย ลำดับที่ 1-3 คือ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และลำดับที่ 4-6 คือ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ รวมเป็น 6 แห่ง ดังนี้

1. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ไทยพาณิชย์ จำกัด
2. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ไทย) จำกัด
3. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม บัวหลวง จำกัด
4. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ไอเอ็นจี (ประเทศไทย) จำกัด
5. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน อเบอร์ดีน จำกัด
6. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน แอสเซท พลัส จำกัด

เนื่องจากการวิจัยเป็นการเปรียบเทียบ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนจากสถานที่ตั้งของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน โดยเลือกสถานที่ ที่มีทั้งบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ ตั้งอยู่ในสถานที่เดียวกัน โดยสถานที่ๆเป็นลักษณะดังกล่าวมีอยู่ด้วยกัน 3 สถานที่คือ 1) อาคารสินธร ถนนวิฑู 2) อาคารบางกอกซีทีทาวเวอร์ ถนนสาทรใต้ และ 3) อาคารสารชิตีทาวเวอร์ ถนนสาทรใต้ โดยแต่ละอาคารมี บลจ.ต่างๆตั้งอยู่ ดังนี้

#### 1. อาคารสินธร ถนนวิฑู

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ไทยพาณิชย์ จำกัด  
บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ไอเอ็นจี (ประเทศไทย) จำกัด

#### 2. อาคารบางกอกซีทีทาวเวอร์ ถนนสาทรใต้

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ไทย) จำกัด  
บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน อเบอร์ดีน จำกัด

#### 3. อาคารสารชิตีทาวเวอร์ ถนนสาทรใต้

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน แอสเซท พลัส จำกัด  
บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม บัวหลวง จำกัด

**ขั้นตอนที่ 2** วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยการเลือกตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) โดยให้จำนวนตัวอย่างในแต่ละบริษัทเท่าๆกัน จากจำนวนบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่เลือกทั้งหมด 6 บริษัท ได้กลุ่มตัวอย่างละ 44- 45 ดังนี้

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ไทยพาณิชย์ จำกัด	45	คน
บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ไทย) จำกัด	44	คน
บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม บัวหลวง จำกัด	45	คน
บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ไอเอ็นจี (ประเทศไทย) จำกัด	44	คน
จากบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน อเบอร์ดีน จำกัด	45	คน
บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน แอสเซท พลัส จำกัด	44	คน
<b>รวม</b>	<b>267</b>	<b>คน</b>

การแบ่งตามโควต้าที่ตั้งกลุ่มมานั้น จำแนกตามบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ได้เป็น ประเภทละ 134 และ 133 คน อย่างละเท่าๆกัน

**ขั้นตอนที่ 3** วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้แบบสอบถามกับนักลงทุนรายย่อยที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนทั้ง 6 แห่งตามขั้นตอนที่ 2 จำนวน 267 ตัวอย่าง

## ตัวแปรที่ศึกษา

### ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

#### 1. ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล

##### 1.1 เพศ

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

##### 1.2 อายุ

1.2.1 20 – 29 ปี

1.2.2 30 – 39 ปี

1.2.3 40 – 49 ปี

1.2.4 50 – 59 ปี

1.2.5 60 ปีขึ้นไป

##### 1.3 สถานภาพ

1.3.1 โสด

1.3.2 สมรส/อยู่ด้วยกัน

1.3.3 หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่

##### 1.4 ระดับการศึกษา

1.4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.4.2 ปริญญาตรี

1.4.3 สูงกว่าปริญญาตรี

##### 1.5 อาชีพ

1.5.1 พนักงานบริษัทเอกชน

1.5.2 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.5.3 เจ้าของกิจการ-อาชีพอิสระ

1.5.4 ไม่ได้ประกอบอาชีพใดๆ

1.5.5 อื่นๆ โปรดระบุ.....

1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.6.1 ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 20,000 บาท

1.6.2 20,001-40,000 บาท

1.6.3 40,001-60,000 บาท

1.6.4 60,001-80,000 บาท

1.6.5 80,001 บาทขึ้นไป

2. ภาพลักษณ์ ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และ ที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

**ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่**

1. ความไว้วางใจ ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และ ที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

2. แนวโน้มการลงทุน ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และ ที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

**นิยามศัพท์เฉพาะ**

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในความหมายที่ตรงกันในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอกำหนดความหมายและขอบเขตของคำศัพท์เฉพาะต่างๆไว้ดังนี้

1. **บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน** หมายถึง บริษัทจัดการกองทุน หรือ เรียกว่า “บลจ.” ซึ่งได้รับอนุญาตจากสำนักงานกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ หรือ กลต.

2. **บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน โดยธนาคารพาณิชย์** หมายถึง บริษัทจัดการกองทุนที่เป็นบริษัทในเครือธนาคารพาณิชย์ หรือ ธนาคารพาณิชย์เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ โดยสามารถจำแนกได้ดังนี้

3. **บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์** หมายถึง บริษัทจัดการกองทุน ที่ธนาคารพาณิชย์ไม่มีอยู่ในเครือ หรือมิได้เป็นผู้ถือหุ้นร่วม/รายใหญ่ในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนนั้นๆ โดยสามารถจำแนกได้ดังนี้

4. **การลงทุนในกองทุน** หมายถึง หมายถึง ผู้จัดการกองทุนจะเป็นผู้พิจารณำเงินของกองทุนไปลงทุนตามนโยบายการลงทุนที่ได้เปิดเผยไว้ในหนังสือชี้ชวน

5. **ภาพลักษณ์** หมายถึง ความเชื่อ ความประทับใจ ในสายตาของนักลงทุนรายย่อยที่มีต่อ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน

6. **การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์** หมายถึง การวัดระดับภาพลักษณ์ และเปรียบเทียบระดับภาพลักษณ์ ของ บลจ. ทั้งสองประเภท โดยวัดจากนักลงทุนรายย่อยที่มีประสบการณ์การลงทุน

7. **ความไว้วางใจ** หมายถึง ความเชื่อมั่นหรือความมั่นใจที่มีต่อบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ซึ่งทำให้นักลงทุนรายย่อยกล้าตัดสินใจลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนนั้นๆ

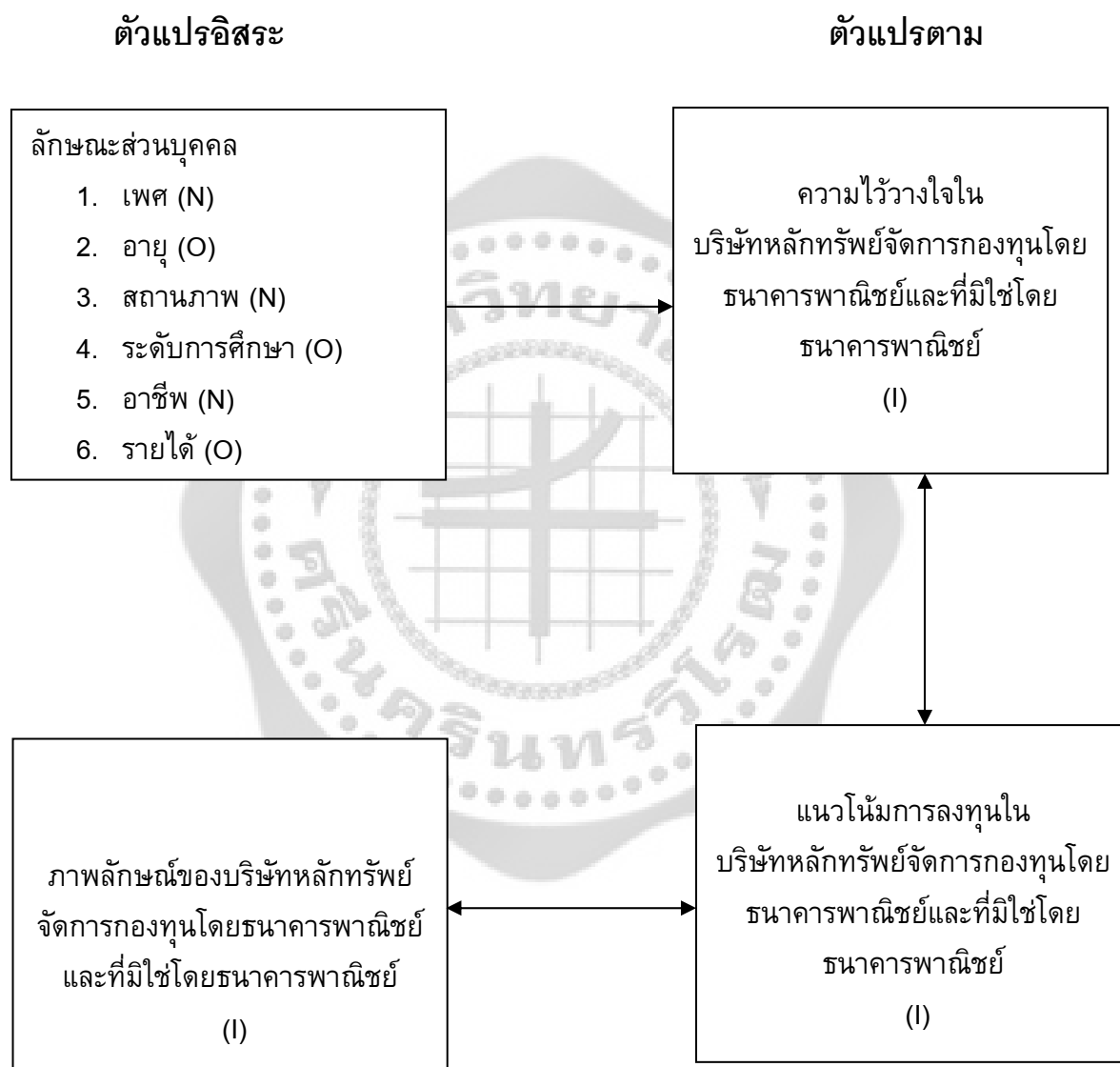
8. **การเปรียบเทียบความไว้วางใจ ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์** หมายถึง การวัดระดับความไว้วางใจ และเปรียบเทียบระดับความไว้วางใจ ของ บลจ. ทั้งสองประเภท โดยวัดจากนักลงทุนรายย่อยที่มีประสบการณ์การลงทุน

9. **แนวโน้มการลงทุน** หมายถึง รูปแบบพฤติกรรม หรือการกระทำในการลงทุน ที่มีความน่าจะเป็นที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เช่น แนวโน้มการลงทุนในอนาคต

10. **การเปรียบเทียบแนวโน้มการลงทุน ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์** หมายถึง การวัดระดับแนวโน้มการลงทุน และเปรียบเทียบระดับแนวโน้มการลงทุน ของ บลจ. ทั้งสองประเภท โดยวัดจากนักลงทุนรายย่อยที่มีประสบการณ์การลงทุน

### กรอบแนวความคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษา การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ ความไว้วางใจและ แนวโน้มการลงทุน ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และ ที่มิใช่โดย ธนาคารพาณิชย์ โดยได้มีกำหนดตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม เพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินงาน วิจัย และเป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบแนวคิดในการวิจัยดังต่อไปนี้



ภาพประกอบ 2 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

## สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน
2. ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์
3. ความไว้วางใจของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์
4. ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ แตกต่างกับภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์
5. ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ แตกต่างกับความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์
6. แนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ แตกต่างกับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์



## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
2. ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์
3. ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ
4. ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและแนวโน้มในการซื้อผลิตภัณฑ์
5. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ/ขายของนักลงทุน
6. ประวัติและบทบาทของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538: 41-42) ลักษณะประชากรศาสตร์ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญมีดังนี้

1. อายุ (Age) เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุที่ต่างกัน นักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของส่วนตลาดได้ค้นคว้าความต้องการของส่วนตลาดส่วนเล็ก (Niche Market) โดยมุ่งความสำคัญที่ตลาดอายุส่วนนั้น

2. เพศ (Sex) เป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนการตลาดที่สำคัญเช่นกัน นักการตลาดต้องศึกษาตัวแปรนี้อย่างรอบคอบ เพราะในปัจจุบันนี้ตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมีสาเหตุจากการที่สตรีทำงานมากขึ้น

3. ลักษณะครอบครัว (Marital Status) ในอดีตจนถึงปัจจุบันลักษณะครอบครัวเป็นเป้าหมายที่สำคัญของการใช้ความพยายามทางการตลาดมาโดยตลอด และมีความสำคัญยิ่งขึ้นในส่วนที่เกี่ยวข้องหน่วยผู้บริโภค นักการตลาดจะสนใจจำนวนและลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใดสินค้าหนึ่ง

และยังสนใจในการพิจารณาลักษณะทางประชากรศาสตร์และโครงสร้างด้านสื่อที่เกี่ยวข้องกับผู้ตัดสินใจในครัวเรือนเพื่อช่วยในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม

4. รายได้ การศึกษาและอาชีพ (Income, Education and Occupation) เป็นตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไปนักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีความร่ำรวยแต่อย่างไรก็ตามครอบครัวที่มีรายได้ต่ำจะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ปัญหาสำคัญในการแบ่งส่วนการตลาดโดยถือเกณฑ์รายได้อย่างเดียวก็คือ รายได้จะเป็นตัวชี้การหรือไม่มีความสามารถในการจ่ายสินค้า ในขณะที่เดียวกันการเลือกซื้อสินค้าที่แท้จริงอาจถือเกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม ค่านิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ แม้ว่ารายได้จะเป็นตัวแปรที่ใช้บ่อยมาก นักการตลาดส่วนใหญ่จะโยนเกณฑ์รายได้รวมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์หรืออื่นๆ เพื่อให้กำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น กลุ่มรายได้อาจจะเกี่ยวข้องกับเกณฑ์อายุและอาชีพพร้อมกัน

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2541: 38:39) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ รวมถึง อายุ เพศ วงจรชีวิตครอบครัว การศึกษา รายได้ เป็นต้น ลักษณะดังกล่าวมีความสำคัญต่อนักการตลาดเพราะมันเกี่ยวข้องกับอุปสงค์ (Demand) ในตัวสินค้าทั้งหลาย การเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์ชี้ให้เห็นถึงการเกิดขึ้นของตลาดใหม่ และตลาดอื่นก็จะหมดไป หรือลดความสำคัญลง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญมีดังนี้

1. อายุ นักการตลาดต้องคำนึงถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงของประชากรในเรื่องของอายุด้วย
2. เพศ จำนวนสตรี (สมรสหรือโสด) ที่ทำงานนอกบ้านเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ นักการตลาดต้องคำนึงว่าปัจจุบันเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ ซึ่งที่แล้วมาผู้ชายเป็นผู้ตัดสินใจซื้อ นอกจากนั้นบทบาทของสตรีและบุรุษบางส่วนที่ซ้ำกัน
3. วงจรชีวิตครอบครัว ขั้นตอนแต่ละขั้นของวงจรชีวิตของครอบครัวเป็นตัวกำหนดที่สำคัญของพฤติกรรม ขั้นตอนของวงจรชีวิตของครอบครัวแบ่งออกเป็น 9 ขั้นตอน ซึ่งแต่ละขั้นตอนจะมีพฤติกรรมที่ซื้อที่แตกต่างกัน
4. การศึกษาและรายได้ การศึกษาที่อิทธิพลต่อรายได้เป็นอย่างมาก การรู้ว่าอะไรเกิดขึ้นกับการศึกษาและรายได้เป็นสิ่งที่สำคัญเพราะแบบแผนการใช้จ่ายขึ้นอยู่กับรายได้ที่คนมี

สรุป แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ผู้วิจัยใช้แนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538: 41-42) ในการตั้งแบบสอบถามส่วนที่ 1 ซึ่งเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

## 2. ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

คำว่า “ภาพลักษณ์” ซึ่งเดิมใช้คำว่า ภาพพจน์ มาจากคำภาษาอังกฤษว่า Image ซึ่งเคยมีผู้แปลว่า จินตภาพ ซึ่งคำว่าภาพพจน์นั้น พระบรมวงศ์เธอกรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ ที่ปรึกษาคณะกรรมการบัญญัติศัพท์ภาษาไทยได้แจ้งต่อที่ประชุมของคณะกรรมการว่าน่าจะมีความหมายตรงกับคำว่า Figure of Speech (ราชบัณฑิตยสถาน. 2538: 62) มากกว่า อย่างไรก็ตามคำว่า จินตภาพก็ไม่ค่อยนิยมกันอย่างแพร่หลาย ต่อมาคณะกรรมการบัญญัติศัพท์ราชบัณฑิตยสถานได้บัญญัติคำว่า ภาพลักษณ์ขึ้นมาใช้แทนที่ ดังนั้นเพื่อให้เกิดความเข้าใจในเชิงของการสื่อสาร จึงจะใช้คำว่าภาพลักษณ์ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ (เสริมชัย ระกำพล; และคณะ.2543: 11)

นิยามความหมายของ “ภาพลักษณ์” อาจมีผู้ให้คำจำกัดความแตกต่างกันไปตามแต่มุมมองของแต่ละบุคคล

มุมมองของนักการตลาดอย่าง ฟิลลิป คอแลอร์ (Philip Kotler. 2000: 553) ภาพลักษณ์หมายถึง องค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใดๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้นจะมีความเกี่ยวพันอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น

ส่วน แฟรงค์ เจฟคินส์ (Frank Jefkins. 1993: 21-22) นักประชาสัมพันธ์ชาวอังกฤษได้อธิบายภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจไว้ว่า ภาพลักษณ์ของบริษัทหรือภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจ (Corporate image) หมายถึง ภาพขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง ซึ่งหมายรวมถึงทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับองค์กรที่ประชาชนรู้จัก เข้าใจและได้มีประสบการณ์ในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรนั้น ส่วนหนึ่งกระทำได้โดยนำเสนออัตลักษณ์ หรือเอกลักษณ์ขององค์กร (Corporate identity) ซึ่งสามารถปรากฏแก่สายตาคนทั่วไปได้ง่าย เช่น สัญลักษณ์ เครื่องแบบ ตราสินค้า เครื่องใช้ในองค์กร ฯลฯ

นอกจากนี้ วิรัช ฤทธิรัตนกุล (2540, 81-82) ได้อธิบายว่า ภาพลักษณ์ของบริษัท (Corporate image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อบริษัทหรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่ง ซึ่งหมายรวมไปถึงด้านการบริหาร หรือการจัดการบริษัทแห่งนั้นด้วย และหมายรวมไปถึงผลิตภัณฑ์ (product) และบริการ (service) ที่บริษัทนั้นจัดจำหน่าย ฉะนั้น คำว่าภาพลักษณ์ของบริษัท จึงมีความหมายค่อนข้างกว้าง โดยครอบคลุมทั้งหน่วยงานธุรกิจ ฝ่ายจัดการ และสินค้าหรือบริการของบริษัทแห่งนั้นด้วย

### ความสำคัญของภาพลักษณ์

การอยู่รอดของการดำเนินกิจการของหน่วยงานทุกหน่วยขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ หากหน่วยงานหรือองค์การสถาบันใดมีภาพลักษณ์ที่ดี ประชาชนก็จะเกิดความเลื่อมใสศรัทธา ให้ความไว้วางใจและความร่วมมือต่อหน่วยงานนั้นๆ ก่อให้เกิดความราบรื่นในการดำเนินงานและความเจริญก้าวหน้าของ

หน่วยงานนั้นๆ ในทางตรงกันข้าม ถ้าหากหน่วยงานใดมีภาพลักษณ์ในเชิงลบมีชื่อเสียงเลื่อมเสีย ประชาชนก็จะไม่ไว้วางใจ ไม่เชื่อถือ เกิดความสงสัยระแวง หรือเกลียดชังหน่วยงานนั้นไปในที่สุด ซึ่งผลที่ตามมาคือหน่วยงานหรือองค์กรนั้นๆ ย่อมประสบอุปสรรคนานาชนิดในการปฏิบัติงาน และถ้าหากปล่อยทิ้งไว้ไม่มีการแก้ไข หน่วยงานนั้นก็ไม่สามารถอยู่รอดได้ต้องล้มเลิกกิจการไปในที่สุด (เสริมชัย ระกำพล; และคณะ. 2543: 13)

ดังนั้นหน่วยงานหรือองค์กรสถาบันต่างๆ จึงพยายามแข่งขันในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ให้หน่วยงานของตน เอ็ดเวิร์ด แอล เบอ์เนย์ส (Berneys. 1961: 128) กล่าวว่าหน่วยงานหรือองค์กรใดก็ตามหากมีภาพลักษณ์ที่เป็นไปในทางเลื่อมเสียแล้ว หน่วยงานองค์กรนั้นย่อมไม่ได้รับความเชื่อถือไว้วางใจจากประชาชน ประชาชนอาจมีความระแวงสงสัยหรือเกลียดชัง รวมทั้งไม่ให้ความร่วมมือสนับสนุน ในทางตรงกันข้ามหากหน่วยงานหรือองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดี ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อหน่วยงานองค์กรย่อมสวยงามงดงาม เกิดความเชื่อถือ ศรัทธาเป็นที่ไว้วางใจ (เสริมชัย ระกำพล; และคณะ. 2543: 13)

### ประเภทของภาพลักษณ์

แฟรงค์ เจฟกินส์ นักประชาสัมพันธ์ผู้มีชื่อเสียงชาวอังกฤษ (Jefkins. 1997: 56-57) ได้จำแนกประเภทของภาพลักษณ์ในเชิงการประชาสัมพันธ์ (เสริมชัย ระกำพล; และคณะ. 2543: 13-14) ไว้ดังนี้

1. **ภาพลักษณ์เชิงซ้อน (Multiple Image)** เป็นภาพลักษณ์ของหน่วยงานในสายตาของคนทั่วไป ซึ่งจะแตกต่างกันออกไป หรืออาจจะเป็นภาพลักษณ์ที่ตัวแทนขององค์กรหรือสถาบันทำให้เกิดขึ้น เช่น พนักงานขายของบริษัทแต่ละแห่งก็ทำให้ภาพลักษณ์ของบริษัทเหล่านั้น แตกต่างกันไป มีทั้งภาพลักษณ์ที่ดีและไม่ดีต่อหน่วยงานแห่งเดียวกันนั้น ซึ่งขึ้นอยู่กับการปฏิบัติงานของพนักงานขายแต่ละคน เป็นต้น

2. **ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current Image)** เป็นภาพลักษณ์ตามความเป็นจริงในปัจจุบันที่กลุ่มชนมีต่อหน่วยงาน เช่น ภาพลักษณ์ไม่ดีของกรุงเทพมหานคร เมื่อเกิดภาวะน้ำท่วมกรุงเทพฯ ภาพลักษณ์ที่ไม่ดีของตำรวจ เป็นต้น ภาพลักษณ์ปัจจุบันเป็นภาพลักษณ์ที่สำคัญมากเพราะเป็นภาพลักษณ์ที่สะท้อนจุดยืนของหน่วยงานในขณะนั้น

3. **ภาพลักษณ์กระจกเงา (Mirror Image)** เปรียบได้กับเวลาที่ส่องกระจก ก็จะได้เห็นภาพตนเองในกระจก ในภาพนั้นเขาอาจจะมองว่าสวยงาม สง่า หรือตรงกับลักษณะใดก็ได้ตามความนึกคิดของเขา เช่น ภาพลักษณ์ที่ฝ่ายบริหารเชื่อเอาเองว่าเป็นที่ยอมรับของประชาชนทั่วไปซึ่งโดยแท้จริงแล้วอาจเป็นเพียงการปักใจเชื่อที่ผิดก็ได้ หรือเป็นข้อผิดพลาดของฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่ไม่รายงานสถานะ

ของภาพลักษณ์ที่แท้จริงให้ฝ่ายบริหารทราบ หรือเป็นข้อผิดพลาดของฝ่ายบริหารเองที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์รายงานให้ทราบแล้ว แต่ไม่สนใจหรือไม่ยอมเชื่อถือ

4. **ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish Image)** เป็นภาพลักษณ์ที่ฝ่ายบริหารต้องการให้เกิดขึ้นกับหน่วยงานกับสินค้าหรือบริการ และพยายามทำทุกอย่างเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ปรารถนานี้ขึ้น

5. **ภาพลักษณ์สูงสุดที่ทำได้ (Optimum Image)** เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นโดยตระหนักในความเป็นจริงและการมีความเข้าใจ การรับรู้ (Perception) ของผู้รับข่าวสาร อุปสรรคของการใช้สื่อต่างๆ และสื่อมวลชน รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ยากต่อการควบคุม และอื่นๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการสร้างภาพที่พึงปรารถนาได้ ดังนั้นภาพลักษณ์ชนิดนี้จึงเป็นภาพลักษณ์ที่ผู้เกี่ยวข้องรู้จักประมาณตนและตัวแปรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จนไม่ทำให้การกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนามีความสูงส่งมากเกินไปจนความเป็นจริง

6. **ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง (Correct and Incorrect Image)** เป็นภาพลักษณ์อีกลักษณะหนึ่ง ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นไม่ตรงกับความเป็นจริง อาจเป็นเพราะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ (ข่าวลือ อุบัติเหตุ ฯลฯ) และหรือกระบวนการสื่อสาร และหรือการรับรู้ของผู้รับข่าวสาร ซึ่งเมื่อเกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องแล้ว จำเป็นต้องมีการแก้ไขภาพลักษณ์ให้ถูกต้องต่อไป ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องนี้คล้ายกับภาพลักษณ์ปัจจุบัน แต่จะต่างกันที่ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องได้มีการปรับเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องมาก่อนระยะหนึ่งแล้ว

7. **ภาพลักษณ์สินค้า/บริการ (Product/Service Image)** สินค้าหรือบริการก็มีภาพลักษณ์ของตัวเองเช่นเดียวกับองค์กร สินค้าหรือบริการบางอย่างอาจมีภาพลักษณ์ที่ไม่ค่อยดี เช่น บุหรี่ หรือสถานอาบอบนวด แต่สินค้าหรือบริการที่องค์กรมี ไม่ว่าจะจะมีภาพลักษณ์เชิงบวกหรือลบหรือกลางๆ ก็ยังมีความจำเป็นที่จะต้องปรุงแต่งให้มีภาพลักษณ์ที่มีเอกลักษณ์ เป็นที่ยอมรับมากขึ้นจากสังคม นอกจากนี้ภาพลักษณ์ขององค์กรจะเป็นเช่นไร ภาพลักษณ์สินค้านี้ก็มีความเกี่ยวพันเป็นอย่างมาก

8. **ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image)** เป็นภาพลักษณ์ที่มีลักษณะคล้ายกับภาพลักษณ์สินค้า เพียงแต่กรณีนี้เป็น “ตราสินค้า” “ยี่ห้อสินค้า” หรือ “Logo” “สัญลักษณ์” เช่น ตรารู, DOMON เป็นต้น

9. **ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image)** เป็นภาพลักษณ์ขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง โดยเน้นภาพรวมทั้งหมดขององค์กร โดยรวมถึงสินค้า ยี่ห้อสินค้า ระบบการบริหารบริษัทความมั่นคง บุคคลากรมีคุณภาพ ความรับผิดชอบต่อสังคม ฯลฯ

10. **ภาพลักษณ์สถาบัน (Institutional Image)** ซึ่งคล้ายกับภาพลักษณ์องค์กรดังกล่าวข้างต้น เพียงมุ่งมองเฉพาะตัวบริษัทหรือตัวสถาบัน ความรับผิดชอบต่อสถาบันที่มีต่อสังคม เป็น

สถาบันที่มั่นคง เจริญก้าวหน้า แต่ทั้งนี้จะไม่มุ่งมองในเชิงธุรกิจการค้าหรือการตลาดหรือตราสินค้าอะไรทั้งสิ้น นอกจากบทบาทหรือพฤติกรรมของสถาบันอย่างเดียว

### การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

วิธีการที่เป็นพลังร่วมในการส่งเสริมการตลาด จึงมีหน้าที่ในการติดต่อสื่อสารจากองค์การไปสู่ผู้บริโภคเป้าหมาย (สุนิสา ประวิชัย. 2545: 105-109) ดังนี้

1. การให้ข่าวสารข้อมูล (Informing)
2. โน้มน้าวชักจูงใจ (Persuading)
3. เตือนความจำ (Reminding)

ในปัจจุบันองค์การธุรกิจได้ใช้กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์เข้าไปร่วมสร้างเสริม (Integrated Forces) กับส่วนผสมทางการตลาดมากยิ่งขึ้น จะเห็นว่าการออกผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ตลาดมักระดมพลังร่วมทางการส่งเสริมทางการตลาด

สิ่งแรกที่ต้องทำคือ ในการให้ข่าวสารเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์นั้น จึงเริ่มรณรงค์ทางการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น เริ่มจากการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสาร ได้รู้จักเกี่ยวกับผู้ผลิตสินค้า จากนั้นจึงจัดงานเปิดตัวสินค้าแล้วจึงทำโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ จะเห็นว่าการประชาสัมพันธ์จะเป็นกลยุทธ์แรกทางการตลาดเพื่อให้พลังทางการตลาดอื่นๆ สามารถแทรกแซงเข้าสู่ตลาดเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งกว่าที่จะใช้กิจกรรมทางการโฆษณาและส่งเสริมการขายเพียงอย่างเดียว โดยการประชาสัมพันธ์ช่วยให้เกิดการยอมรับและการตอบสนองการโฆษณาและตัวสินค้าได้รวดเร็วขึ้น เพราะทำให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการนั้นมาก่อน

สิ่งที่สอง คือ การโน้มน้าวชักจูงใจ แม้ว่าองค์การธุรกิจจะมุ่งหวังกระตุ้นการบริโภค หรือการรับชม แต่โดยเจตนาที่แท้จริงแล้ว ในขั้นโน้มน้าวชักจูงใจมิได้มีความพยายามที่จะทำให้มีการตอบสนองในแง่การบริโภคหรือการรับชมทันที แต่จะพยายามสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตัวผลิตภัณฑ์และองค์กรผู้ผลิต เพื่อให้มีอิทธิพลเหนือพฤติกรรมการบริโภคหรือการชมในระยะยาวของประชาชน ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จึงเข้าไปมีส่วนในการโน้มน้าวชักจูง โดยเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร นโยบาย วัตถุประสงค์ และกิจกรรมอันเป็นประโยชน์เพื่อนำไปสู่ชื่อเสียง ความรู้หรือความเข้าใจ ก่อให้เกิดความรู้สึกนึกคิดที่ดี ส่งผลไปถึงภาพลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์หรือบริการที่องค์กรผลิตขึ้น ซึ่งลูกค้าในปัจจุบันไม่ได้บริโภคผลิตภัณฑ์หรือบริการเพียงเพื่อตอบสนองความพึงพอใจส่วนตนเท่านั้น หากแต่เป็นไปด้วยตระหนักในคุณค่าว่าสอดคล้องกับกระแสค่านิยมของสิ่งแวดล้อมและสังคม

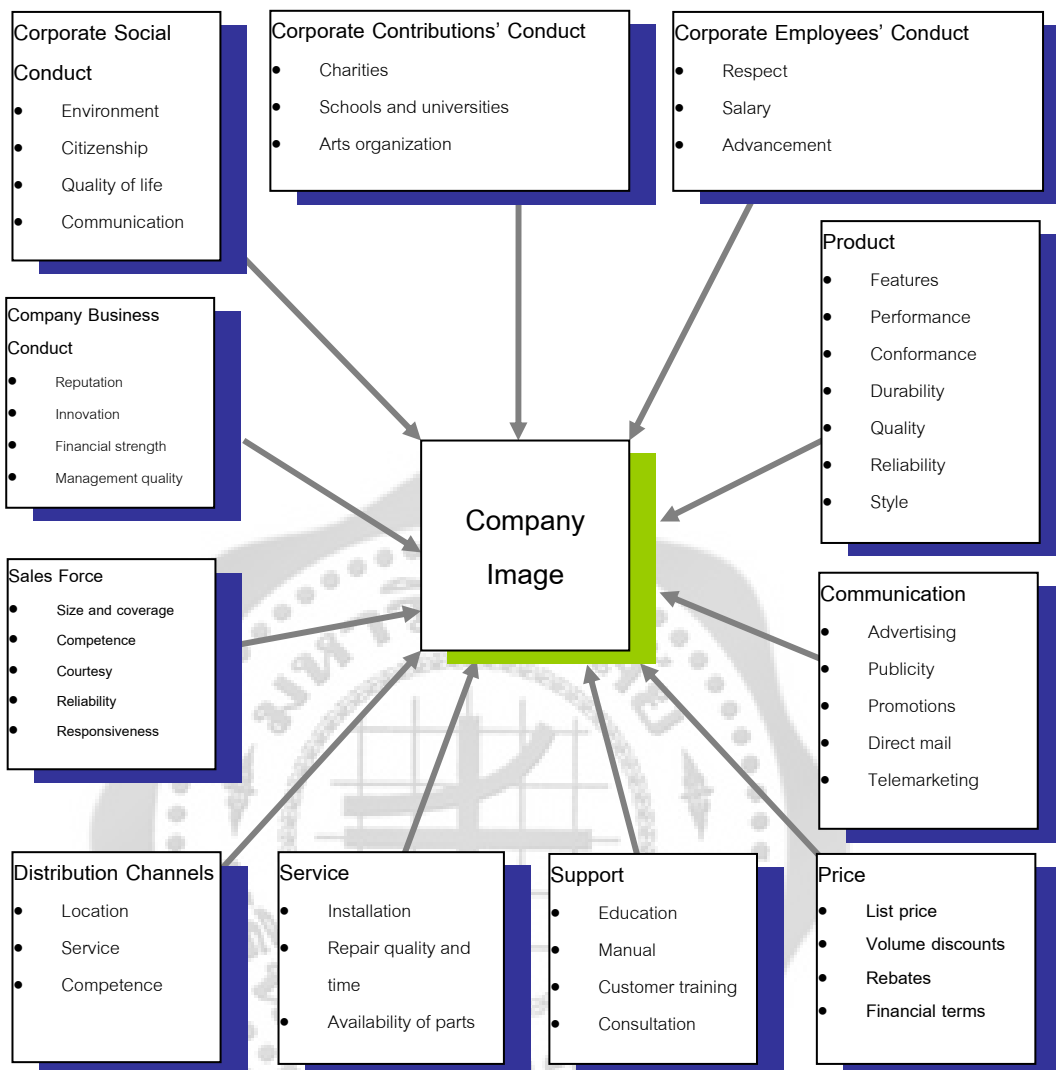
สิ่งที่สาม คือ การเตือนความจำมีจุดประสงค์เพื่อพยายามรักษาชื่อหรือตรา หรือภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ หรือบริการให้คงอยู่กับความนึกคิดของประชาชนในความทรงจำตลอดเวลา ซึ่งนิยมใช้ในช่วงที่ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นเป็นที่รู้จักยอมรับของประชาชนแล้ว แต่ยังต้องการให้ประชาชนบริโภคหรือใช้สินค้าและบริการยี่ห้อนั้นตลอดไป

### องค์ประกอบของภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image)

ผู้บริโภคมองว่าภาพลักษณ์ มีผลต่อการซื้อสินค้าหรือการบริการ และกลุ่มบริษัทก็มีความสำคัญอย่างยิ่งในการทำกลยุทธ์ของตราสินค้าให้กับองค์กร และนักวิเคราะห์ตลาดเชื่อว่าภาพลักษณ์องค์กรทั้งที่ดีเป็นปัจจัยต่อการเพิ่มความสัมพันธ์ในการซื้อสินค้า

ซึ่งบาร์ค และ ฟิลิป คอตเลอร์ ได้กำหนดปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรในด้านต่างๆ ดังนี้





ภาพประกอบ 3 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กร

ที่มา: Kevin-Keller. (2007).

1. Company Business Conduct (การดำเนินธุรกิจขององค์กร) หมายถึง ความมีชื่อเสียง นวัตกรรม ความแข็งแกร่งทางการเงิน และการบริหารงานอย่างมีคุณภาพขององค์กร
2. Sales Force (กำลังการขาย) หมายถึง การขายที่เน้นถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ เช่น การตอบสนองต่อลูกค้า ความสามารถ มารยาท ความน่าเชื่อถือของพนักงานขาย และให้คำแนะนำต่อลูกค้าได้



3. Distribution Channels (ช่องทางการจำหน่าย) หมายถึง ช่องทางการให้บริการต่อลูกค้า เช่น สถานที่ที่เปิดให้บริการที่อำนวยความสะดวกต่อลูกค้ามีความหลากหลาย
4. Service (การบริการ) หมายถึง การให้บริการที่ตรงเวลา มีคุณภาพ ทั้งก่อนและหลังการขาย
5. Support (การสนับสนุน) หมายถึง องค์การเป็นที่ปรึกษาต่อลูกค้า เช่น การให้การศึกษากการเป็นที่ปรึกษา การอบรม จัดเตรียมเอกสารต่อลูกค้า เพื่อสนับสนุนการให้บริการขององค์การ
6. Price (ราคา) หมายถึง ความชัดเจนทางการเงิน เช่น กำหนดราคา ส่วนลด ข้อตกลงชัดเจน
7. Communication (การสื่อสาร) หมายถึง การสื่อสารจากองค์การต่อลูกค้า เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หลากหลายช่องทาง
8. Product (ผลิตภัณฑ์) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในตลาดต้องมีคุณสมบัติที่ดี เช่น มีคุณภาพ น่าเชื่อถือ ทนทาน สอดคล้องกับบุคคลตามบุคลิก
9. Corporate Employees' Conduct (การจัดการต่อพนักงานขององค์การ) หมายถึง สิ่งตอบแทนที่องค์การมีให้แก่พนักงาน เช่น ให้ความเคารพในตัวพนักงาน การจ่ายเงินเดือน ความก้าวหน้าของพนักงาน
10. Corporate Contributions' Conduct (การบริจาคขององค์การ) หมายถึง การตอบสนองขององค์การต่อองค์การภายนอก เช่น องค์การการกุศล โรงเรียนและมหาวิทยาลัย องค์การศิลปะ
11. Corporate Social Conduct (การดำเนินการเพื่อสังคม) หมายถึง การตอบสนองขององค์การต่อสังคม เช่น การรักษาสังแวดล้อมเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี

### วิธีการค้นหาภาพลักษณ์ขององค์กร

การค้นหาภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพลักษณ์ที่สามารถแสดงถึงความ เป็นจุดเด่นและเป็นสัญลักษณ์ขององค์กรนั้นจริงๆ บางองค์กรอาจต้องอาศัยระยะเวลายาวนานกว่าที่ จะพบในขณะที่บางองค์กรสามารถค้นพบจุดเด่นนั้นได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น เสรี วงษ์มณฑา (2541: 75-76) ปรมาจารย์ด้านการสร้างภาพลักษณ์ของเมืองไทย จึงแนะนำหลักการสำหรับผู้บริหารในการค้นหา ภาพลักษณ์องค์กรไว้ 3 ประการ ดังนี้

ประการแรก ต้องลงทุนทำวิจัยเพื่อให้ทราบว่าภาพลักษณ์ขององค์กรในขณะนี้ เป็นเช่นไรโดย การวิจัยดังกล่าวมักจะเป็นความคิดของสาธารณชนที่มีต่อองค์กร

ประการที่สอง ต้องวิเคราะห์ออกมาให้ชัดเจนว่าภาพลักษณ์ที่องค์กรต้องการเป็น คืออะไรโดย เาผลการวิจัยมาเปรียบเทียบกับภาพลักษณ์ที่ต้องการ

ประการสุดท้าย วิเคราะห์ว่าขณะนี้อองค์กรมีสินค้าอะไร มีบริการอะไรและสินค้ามีคุณสมบัติอย่างไร ที่อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กร ที่ทำให้คนทั่วไปมององค์กรว่าเป็นเช่นนี้ สิ่งที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กรมีผลกระทบได้เพราะเหตุใด

สรุป แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร ผู้วิจัยใช้แนวคิดของ บาร์ค และ ฟิลิป คอตเลอร์ ในการตั้งแบบสอบถามส่วนที่ 2 ซึ่งเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน โดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่ธนาคารพาณิชย์

### 3. ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ

เซลเนอริ (Selnes. 1998) กล่าวว่า ความไว้วางใจเป็นตัวแปรหนึ่งที่ดึงดูดความสนใจหลักๆ ในหมู่นักวิชาการ ทั้งนี้เนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่า ความไว้วางใจเป็นตัวแปรกลยุทธ์ในการตลาดเชิงกลยุทธ์ในปัจจุบัน

เบอร์รี 1995 ดีเยอร์ (Berry. 1995; Dwyer et al. 1987; Moorman; et al. 1992; Morgan; & Hunt. 1994) กล่าวว่า ความไว้วางใจเป็นองค์ประกอบที่จำเป็นและสำคัญต่อความสัมพันธ์ที่ประสบความสำเร็จ

เคนเนดี้ (Kennedy; et al., 2001) กล่าวว่า อันที่จริงแล้ว ความไว้วางใจ ใ้กับกรณีต่างๆที่ หลากหลาย เป็นต้นว่าการแลกเปลี่ยนระหว่างบริษัทต่างๆ หรือการแลกเปลี่ยนกับการบริการจัดการ

แลงเกรก (Langerak. 2001) กล่าวว่า นอกจากนั้น ยังมีการศึกษาเรื่อง ผลกระทบที่มีต่อความสัมพันธ์ในช่องทางการจำหน่าย

แอนเดอสัน และนารุส (Anderson; & Narus. 1990; Moorman; et al. 1992; Spekman. 1988) กล่าวว่าความพึงพอใจ ผลลัพธ์ที่ได้หรือการวางแผนการลงทุน กันอย่างกว้างขวาง

แอนเดอสัน และวิตซ์ (Anderson; & Weitz. 1989: .312) กล่าวว่า อาจให้คำจำกัดความไว้วางใจว่า เป็นความเชื่อของฝ่ายหนึ่งที่ว่า ความต้องการของตนจะบรรลุผลในอนาคตโดยการกระทำของอีกฝ่าย

กันแลช และเมอफी (Gundlach; & Murphy. 1993) และ ของกู๊ดวิลล์ (Larzelere; & Huston. 1980; Doney; & Cannon. 1997) กล่าวว่า ความไว้วางใจเป็นคุณค่าที่ฝ่ายหนึ่งมอบหมายให้แก่คุณสมบัติเฉพาะบางอย่างของหุ้นส่วนในการแลกเปลี่ยน โดยเฉพาะ ระดับของความซื่อสัตย์

นักวิจัยเรื่องความไว้วางใจ เป็ แอคโร (Achrol. 1991; Moorman; et al. 1992) กล่าวว่า แม้จะมีข้อตกลงบางประการของนต้นว่า อิทธิพลที่มีต่อการตัดสินใจหรือระดับของคำมั่นสัญญา

เดลกาโด และมันเนอรา (Delgado; & Munuera. 2001) กล่าวว่า สิ่งที่งานศึกษาเกี่ยวกับความไว้วางใจเหล่านั้นมุ่งเน้นก็ไม่เหมือนกัน ดังนั้น เราจึงเห็นว่าผู้เขียนบางคนได้เบนความสนใจศึกษา

เรื่องความไว้วางใจ ที่มีต่อตราสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ กรณีของ ชูคูรีและโฮโลบรูค (Chaudury; & Holobrook. 2001) ซึ่งพิจารณาว่า ความไว้วางใจเป็นความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ที่มีต่อความสามารถในการทำงานได้อย่างเหมาะสมของตราสินค้า ดังนั้น ความไว้วางใจจึงไม่จำเป็นต้องเป็นทัศนคติที่มีต่อบุคคลอื่นเข้าไป แต่อาจเป็นทัศนคติ ที่มีต่อวัตถุที่ จับต้องไม่ได้ เช่นตราสินค้า

เกรย์สัน และแอมเบล (Grayson; & Ambler. 1999) กล่าวไว้ว่า ผลกระทบของความไว้วางใจที่มีต่อความสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องขึ้นอยู่กับ ส่วนที่ทำการวิเคราะห์ ผลกระทบหนึ่งจะมีต่อภาคบริการ

ลูว์ และเว่ย (Liu; & Wei. 2003) กล่าวไว้ว่า เนื่องจากลักษณะเฉพาะของการให้บริการ

1. การจับต้องไม่ได้: การจับต้องไม่ได้ ของบริการทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถให้มูลค่าของ คุณภาพสินค้าก่อนจะได้รับ

2. การแยกออกได้: บริการทำขึ้นและได้รับในขณะเดียวกัน ในขณะที่สินค้าที่จับต้องได้ การผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นในเวลาที่แตกต่างกัน

3. ความแตกต่าง: คุณภาพของบริการมีหลากหลาย ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการสถานที่และเวลา อย่างไรก็ตาม คุณภาพของสินค้าที่จับต้องได้มีความคงที่มากกว่า เนื่องจากความก้าวหน้าของระบบการผลิต

4. การหมดอายุ: การจัดเก็บบริการเป็นสิ่งที่ทำไม่ได้เนื่องจากคุณลักษณะของการจับต้องไม่ได้ การให้บริการขึ้นอยู่กับทรัพยากรที่เพียงพอและมีให้ขณะให้บริการ ความไว้วางใจในตราสินค้า หมายถึง ความน่าเชื่อถือในตราสินค้า ที่ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจในตราสินค้า โดยประกอบด้วยองค์ประกอบด้านต่างๆดังนี้

โมเดลส่วนประกอบ 2 ประการของปัจจัยที่สัมพันธ์กับความไว้วางใจในตราสินค้า  
Two component model of brand trust correlates

BRAND TRUST

1. Credibility-based

Trust Correlates

[Conative]

Truthful
Fair-minded
Sincere
Shows Concern
Similar values
Gives Confidence
Competence
Expert Status

2. Performance-Satisfaction-based

Trust Correlates

[Cognitive]

Personal Experience
Usage History
Fulfils Expectations
Quality Consistency
Peoples Experience
Quality Level
Dependability

ภาพประกอบ 4 โมเดลส่วนประกอบ 2 ประการของปัจจัยที่สัมพันธ์กับความไว้วางใจในตราสินค้า

ที่มา: Reast. (2003).

1. **Credibility-based Trust Correlates** ความสัมพันธ์ในแง่ความน่าเชื่อถือ (เชิงพฤติกรรม) ประกอบไปด้วย

- Truthful (ความซื่อสัตย์) หมายถึง การเปิดเผยการดำเนินงานทุกอย่างขององค์การอย่างตรงไปตรงมา (Schlenker; et al. 1973)

- Fair-mindedness (ความเที่ยงธรรม) หมายถึง การดำเนินงานขององค์การด้วยใจที่ยุติธรรม ไม่เอาเปรียบลูกค้า หรือพนักงาน (Anderson; & Weitz, 1989)

- Sincerity (ความบริสุทธิ์ใจ) หมายถึง ความจริงใจขององค์การที่มีต่อลูกค้า พร้อมทั้งจะให้คำปรึกษาและอยู่ข้างเคียงกับลูกค้า (Crosby et al., 1990)

- Concern for customer (ความเป็นห่วงเป็นใย) หมายถึง การเอาใจใส่ดูแลลูกค้าขององค์กรเป็นอย่างดี (Arrow, 1974)
- Similar values (มูลค่าที่เหมือนกัน) หมายถึง องค์กรให้คุณค่าที่เหมือนกันระหว่างลูกค้าที่เหมือนกันไม่มีความแตกต่างกัน เช่นการให้บริการ (Bidault; & Jarillo, 1997)
- Confidence (ความมั่นอกมั่นใจ) หมายถึง องค์กรสามารถให้ความเชื่อมั่นให้ในสินค้าและบริการต่อลูกค้า (Moorman; et al., 1993)
- Competence (ความสามารถ) หมายถึง (Morgan; & Hunt. 1994)
- Expert standing (ความเป็นผู้เชี่ยวชาญ) หมายถึง การที่องค์กรมีความชำนาญต่อสินค้าหรือบริการที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ (Madhok. 1995)
- Reputation (ความมีชื่อเสียง) หมายถึง การที่องค์กรมีความสามารถในการสร้างชื่อเสียงที่ดี ส่งผลต่อความไว้วางใจที่ลูกค้าพึงมีต่อองค์กร (Jarillo. 1988)

**2. Performance-Satisfaction-based Trust Correlates** ความสัมพันธ์ในแง่ของความพอใจและการปฏิบัติ (เชิงความเข้าใจ) ประกอบไปด้วย

- Personal Experience (ประสบการณ์ส่วนตัว) หมายถึง การมีประสบการณ์ส่วนตัวที่เกิดจากการใช้สินค้าและสามารถบอกต่อได้ (Scanzoni. 1979)
- Brand purchase duration (ประวัติการใช้งาน) หมายถึง การที่ตราสินค้ามีอายุเป็นระยะเวลายาวนาน ย่อมส่งผลต่อความไว้วางใจในตราสินค้านั้น (Ganesan. 1994)
- Fulfils Expectations (ทำให้บรรลุผลตามที่คาดหวัง) หมายถึง การที่องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการตามความคาดหวังของลูกค้าได้ (Dwyer; et al. 1987)
- Quality Consistency (ความสอดคล้องกันด้านคุณภาพ) หมายถึง การทำให้สินค้าหรือบริการมีคุณภาพอยู่เสมอ (Altman; & Taylor. 1973)
- Experience of peers (ประสบการณ์ในการบอกต่อ) หมายถึง การที่องค์กรทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจจนกระทั่งลูกค้าได้มีการบอกต่อกันเอง (Zucker. 1985)
- Quality standing (จุดยืนด้านคุณภาพ) หมายถึง การที่องค์กรมีจุดยืนในการพัฒนาสินค้าหรือบริการ มีคุณภาพมาโดยตลอดจนลูกค้าเกิดความไว้วางใจ (Dwyer; et al. 1987)

สรุป แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจ ผู้วิจัยใช้แนวคิดของ ริส (Reast) ในการตั้งแบบสอบถามส่วนที่ 3 ซึ่งเกี่ยวกับความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์

#### 4. ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

##### ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ยูทอนา ธรรมเจริญ (2530: 2) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมและขบวนการตัดสินใจของบุคคลในอันที่จะประเมินและให้ได้มาซึ่งการใช้สินค้าและบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 124) พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา (Schiffman; & Kanuk. 1994: 5) หรือหมายถึงการศึกษาถึง พฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เดียวกัน การซื้อและการใช้สินค้า นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภค ด้วยเหตุผลหลายประการ กล่าวคือ (1) พฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ (2) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวความคิดของการตลาด (Marketing Concept) ที่ว่าการทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ด้วยเหตุนี้จึงต้องศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อจัดสิ่งกระตุ้นหรือกลยุทธ์การตลาด เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้

แอนเกล และไมเนต (ศุภดร เสรีรัตน์, 2544: 6; อ้างอิงจาก Engle, Blackwell; & Miniard. 1992: 312) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาซึ่งการบริโภค และการจับจ่ายใช้สอยซึ่งสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าวด้วย

จากแนวคิดดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลใดบุคคลหนึ่งในการที่จะให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของบุคคลนั้นๆ โดยมีกระบวนการต่างๆ ในการตัดสินใจตั้งแต่การค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้ผลิตภัณฑ์และการบริการ

##### โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541: 128)

จุดเริ่มต้นของแบบจำลองอยู่การมีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นแบบจำลองนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2541: 128-130)

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผล และใช้เหตุผลจูงใจด้านจิตวิทยาก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุม และต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม เพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาจากลูกค้าเป้าหมาย

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution หรือ Place) เช่น การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค ซึ่งถือว่าการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.4 สิ่งกระตุ้นการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอ การให้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กร ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค เหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านฝาก – ถอนเงินอัตโนมัติ สามารถกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค ให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and Political) เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้าหนึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่างๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าให้เทศกาลนั้น

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่เปรียบเทียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหา ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buyer's decision process) ประกอบด้วยขั้นตอน คือ การรับรู้ความต้องการ (ปัญหา) การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice) เช่น การเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเข้า ผู้บริโภคมีทางเลือกคือ นมสดกล่อง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ขนมนมปั่น

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) เช่น ถ้าผู้บริโภคเลือกนมสดกล่อง จะเลือกตราสินค้าใด เช่น โฟร์โมสต์ เมจิ

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice) เช่น ผู้บริโภคจะเลือกจากห้างสรรพสินค้าใดหรือร้านค้าใกล้บ้านร้านใด

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase timing) เช่น ผู้บริโภคจะเลือกเวลา เข้า กลางวัน หรือ เย็น ในการซื้อนมสดกล่อง

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase amount) เช่น ผู้บริโภคจะเลือกว่าจะซื้อหนึ่งกล่อง ครึ่งโหล หรือ หนึ่งโหล

### พฤติกรรมผู้บริโภคกับกลยุทธ์การตลาด

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543:13) การคัดเลือกตลาดเป้าหมาย (Marketing Mix หรือ 4P's) เพื่อตอบสนองความต้องการของเป้าหมายตลาดดังกล่าว กฎเกณฑ์ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการใช้กลยุทธ์ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ก็คือต้องทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค ในเป้าหมายการตลาดการทำความเข้าใจผู้บริโภครวมถึงพฤติกรรมที่สังเกตได้ เช่น จำนวนหน่วยที่ซื้อเมื่อไร กับใคร โดยใครและบริโภคอย่างไร นอกจากนั้นยังรวมตัวแปรที่สังเกตไม่ได้อีก เช่น ค่านิยม ความต้องการ การรับรู้ เขามีข่าวสารอะไรในความทรงจำ ดำเนินกรรมวิธีเกี่ยวกับข่าวสารอย่างไร ประเมินทางเลือก



อย่างไร และรู้สึกเกี่ยวกับความเป็นเจ้าของและใช้ผลิตภัณฑ์ต่างๆ อย่างไร บริษัทต่างๆ ที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จะต้องดำเนินกิจกรรมบางประเภทดังต่อไปนี้ คือ

1. กระตุ้นให้มีการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค โดยทำการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ เพื่อใช้เป็นหลักฐานในการเปลี่ยนสู่กลยุทธ์ใหม่
2. สร้างกลยุทธ์ทางการตลาด โดยมุ่งที่ลูกค้าในวงเขตกว้างขวางขึ้น
3. ส่งเสริมให้มีการกำหนดปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของผู้บริโภคทำการกำหนดว่าปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการเป้าหมายตลาดส่วนใดส่วนหนึ่งที่บริษัทเลือกไว้
4. มีการเน้นความสำคัญของการแบ่งส่วนตลาด ผู้บริโภคมีความต้องการและพฤติกรรมคล้ายคลึงกันจะถูกจัดกลุ่มรวมไว้ในตลาดส่วนเดียวกัน
5. มีการเน้นความสำคัญที่การวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาที่มีการโฆษณา เพื่อสร้างคุณภาพและการทำให้เกิดการแตกต่างไปจากการแข่งขัน คุณภาพเหล่านี้ต้องสัมพันธ์กับความต้องการของส่วนตลาดส่วนที่เป็นเป้าหมายด้วย
6. จัดให้มีการเลือกโฆษณา และใช้พนักงานขาย ชาวสารจะทำการสื่อสารมุ่งตรงสู่ตลาดเป้าหมายเท่านั้น การเน้นความสำคัญอยู่ที่การตลาดที่จะขายสินค้าที่เข้าถึงคนบางกลุ่มมากกว่าตลาดมวลรวม (Mass Marketing)
7. จัดให้มีการเลือกใช้สื่อ และช่องทางการจัดจำหน่ายขณะนี้มีนิตยสารที่เข้าถึงคนเฉพาะกลุ่ม มีการใช้จดหมายตรงมากขึ้น และใช้พ่อค้าคนกลางที่เข้าถึงคนเฉพาะกลุ่มด้วย

### **พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อ**

การตัดสินใจซื้อบริการใดๆ จะมีสาเหตุหรือปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ 2 ประการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2541: 54) ได้แก่

1. การซื้อด้วยเหตุผล เป็นการซื้อบริการโดยการหาข้อมูลมาเปรียบเทียบก่อนที่จะตัดสินใจ เป็นลูกค้าธุรกิจให้บริการหนึ่ง แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ว่าการใช้บริการนั้นมีความคุ้มค่าหรือไม่ การตัดสินใจแบบนี้มักพบในเพศชายมากกว่าเพศหญิง สาเหตุประการหนึ่งอาจมาจากเพศชายมีภาวะทางอารมณ์ที่ค่อนข้างคงที่และมั่นคงกว่าเพศหญิง นักการตลาดต้องกระตุ้นลูกค้ากลุ่มที่ซื้อด้วยเหตุผลนี้ให้เห็นคุ้มค่าอย่างแท้จริง ด้วยการให้ข้อมูลอย่างเหมาะสมและชัดเจน ซึ่งเป็นสิ่งที่ควรกระทำอย่างยิ่งในยุคนี้ เนื่องจากลูกค้ามีการศึกษามากขึ้น การให้ข้อมูลเป็นการกระตุ้นภาวะการตัดสินใจโดยอาศัยข้อมูลที่มีเหตุผล

2. การซื้อด้วยอารมณ์ การซื้อด้วยอารมณ์มักเกิดกับเพศหญิงมากกว่าเพศชาย การตัดสินใจแบบนี้จะเป็นการตัดสินใจใช้บริการอย่างรวดเร็วเมื่อได้รับข้อมูลบางอย่างที่มากกระตุ้นต่อมความต้องการ การลดราคาเป็นการกระตุ้นต่อมให้เกิดพฤติกรรมทันที นักการตลาดต้องกระตุ้นลูกค้าให้มากขึ้น เนื่องจากจะเป็นกลุ่มที่ยอมจ่ายเงินมากสำหรับการบริการในครั้งหนึ่งๆ เพื่อแลกกับความสะดวก ความสบาย ความสวยงาม และความหรูหรา

## 5. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ/ขายของนักลงทุน

### ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ หมายถึง ภาพรวมทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อการลงทุนในหลักทรัพย์ ปัญหาทางเศรษฐกิจอาจจะส่งผลกระทบต่อปัญหาอื่นๆ ก่อให้เกิดผลกระทบทางจิตวิทยาต่อผู้ลงทุนได้มากที่สุด อันได้แก่

1. สภาพคล่องทางการเงิน เมื่อใดก็ตามที่เกิดปัญหาสภาพคล่องทางการเงินหมายความว่าธุรกิจหรือกิจการทั้งหลายขาดเงินทุนหมุนเวียนที่จะใช้ในการดำเนินงาน และก็จะเกิดปัญหาอื่นๆ ตามมา

2. อัตราดอกเบี้ย การขึ้นลงของอัตราดอกเบี้ยเงินฝากและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคาร ถ้าอัตราดอกเบี้ยขยับตัวสูงขึ้นทำให้การผลิตของกิจการหรืออุตสาหกรรมต่างๆ สูงขึ้นไปด้วยแต่ในทางตรงกันข้ามหากสภาพคล่องทางการเงินมีมากอัตราดอกเบี้ยจะลดต่ำลง ผู้คนในสังคมจะมีกำลังซื้อมากขึ้น ส่งผลให้อุตสาหกรรมการขายตัวของธุรกิจต่างๆ รวมถึงการลงทุนในหลักทรัพย์ก็จะได้รับผลดีด้วย

3. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศหรือค่าเงิน หากค่าเงินบาทอ่อนตัวลงย่อมทำให้ค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อสินค้าเข้ามาผลิตหรือจำหน่ายสูงขึ้นตามไปด้วย แต่สำหรับกิจการที่ส่งออกสินค้าหรือบริการอาจได้รับผลดี

4. ภาวะเศรษฐกิจต่างประเทศ เช่น ภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า หากอยู่ในสภาพดีก็จะทำให้ความต้องการสินค้ามากขึ้นจะส่งผลดีต่อยอดขายและเม็ดเงินที่กลับเข้ามาในประเทศไทยในทางตรงกันข้ามหากเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าประสบปัญหา จะทำให้ยอดขายสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมต่างๆ ของประเทศลดน้อยลงจะทำให้เกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศ

### ปัจจัยด้านการเมือง

ปัจจัยทางการเมือง เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการลงทุนของนักลงทุน

1. การเมืองภายในประเทศซึ่งมีผลกระทบต่อการลงทุนของนักลงทุนเป็นอย่างยิ่ง เช่น การก่อการปฏิวัติ การก่อจลาจล

2. การเมืองภายนอกประเทศ เช่น เหตุการณ์ก่อวินาศกรรมถล่มตึกเวิลด์เทรด เมื่อวันที่ 11 เดือนกันยายน 2544

### ปัจจัยด้านภาวะหลักทรัพย์

ปัจจัยด้านภาวะหลักทรัพย์ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงของหลักทรัพย์ ราคาที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงที่มีผลกระทบต่อนักลงทุนในการตัดสินใจซื้อหรือขายในแต่ละช่วงเวลา เช่น

1. สถานะการเงินของบริษัท และการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน
2. การประกาศจ่ายเงินปันผล
3. การขึ้นลงของราคาหลักทรัพย์ในแต่ละช่วงเวลา
4. การประกาศเพิ่มทุนของบริษัทจดทะเบียน

### ปัจจัยด้านแหล่งข้อมูลข่าวสาร

ปัจจัยด้านแหล่งข้อมูลข่าวสาร หมายถึง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่นักลงทุนได้รับ และใช้ในการประกอบการตัดสินใจซื้อ/ขาย เช่น ข่าวสารด้านการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ รายงานการซื้อขาย ราคาหลักทรัพย์ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้มีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวตลอดเวลาซึ่งมีผลกระทบต่อพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุน ได้แก่

1. แหล่งข่าวจากสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ
2. บทวิเคราะห์และคำแนะนำจากโบรกเกอร์
3. คำแนะนำและข่าวสารจากเพื่อน/ญาติพี่น้อง

สรุป แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อ/ขายของนักลงทุน ผู้วิจัยใช้แนวคิดของของศิริวรรณ เสรีรัตน์ ในการตั้งแบบสอบถามส่วนที่ 4 ซึ่งเกี่ยวกับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์

## 6. ประวัติและบทบาทของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมแห่งแรกของประเทศไทย ได้จัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2518 โดยความร่วมมือกันระหว่างรัฐบาลไทยและบรรษัทการเงินระหว่างประเทศ (International Finance Corporation – IFC) ซึ่งเป็นหน่วยงานหนึ่งของธนาคารโลก และได้มีการจัดตั้งและจัดการกองทุนรวมโครงการแรกในปี พ.ศ. 2520 ภายใต้ชื่อ “โครงการกองทุนลินินิกโย” ด้วยขนาดกองทุน 100 ล้านบาท และมีอายุโครงการ 10 ปี ต่อมาในปี พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 มีผลบังคับใช้ จึงได้มีการจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และ

ตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ขึ้นเพื่อทำหน้าที่กำกับดูแลและส่งเสริมพัฒนาธุรกิจหลักทรัพย์ ธุรกิจจัดการลงทุน และตลาดทุนของประเทศ โดยในวันที่ 19 มีนาคม พ.ศ. 2535 กระทรวงการคลังได้พิจารณาให้ใบอนุญาตการจัดการกองทุนรวมแก่บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมที่จัดตั้งขึ้นใหม่เพิ่มอีก 7 บริษัท รวมกับบริษัทเดิมอีก 1 บริษัท เป็น 8 บริษัทที่มีผลให้ธุรกิจการจัดการกองทุนรวมขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว และกลายเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาตลาดทุนของประเทศไทย

ปลายปี พ.ศ. 2538 สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.)

ได้เปิดให้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตประกอบธุรกิจหลักทรัพย์ประเภทการจัดการกองทุนรวมเพิ่มเติม ซึ่งมีกลุ่มผู้ผ่านการพิจารณาของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ จำนวน 7 กลุ่ม (ไม่นับรวมผู้จัดตั้ง บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม เพื่อผู้ลงทุนต่างดาว จำกัด) โดยต่อมาในปี พ.ศ. 2539 – 2540 กลุ่มผู้ผ่านการพิจารณาดังกล่าวได้ทยอยจัดตั้งบริษัทขึ้นเพื่อรับใบอนุญาตประกอบธุรกิจหลักทรัพย์ประเภทการจัดการกองทุนรวมจากกระทรวงการคลัง ซึ่งมีกลุ่มที่สามารถดำเนินการจัดตั้งบริษัทได้เพียง 6 บริษัท รวมกับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมที่จัดตั้งแล้วก่อนหน้านี้เป็น 14 บริษัท

ปัจจุบัน ณ วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2551 มีบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมทั้งสิ้น 21 บริษัท คือ

1. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงไทย จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 11 อาคารคิวเฮาส์สาทร ชั้น M ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ

10120

โทร 0-2670-4900 โทรสาร 0-2679-1820

<http://www.ktam.co.th>

2. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กสิกรไทย จำกัด

เลขที่ 252/38-41 อาคารเมืองไทย-ภัทร 1 ชั้น 30-32 ถนนรัชดาภิเษก

แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10320

โทร 0-2673-3999 โทรสาร 0-2693-2320

<http://www.kasikornasset.com>

3. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ทหารไทย จำกัด

เลขที่ 990 อาคารอับดุลราฮิมเพลส ชั้น 32 ถนนพระราม 4 แขวงสีลม เขตบางรัก

กรุงเทพฯ 10500

โทร 0-2636-1800 โทรสาร 0-2636-1820

<http://www.tmbam.com>

4. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ทิสโก้ จำกัด  
เลขที่ 48/16 – 17 อาคารทิสโก้ ทาวเวอร์ ชั้น 9 ถนนสาทรเหนือ แขวงสีลม  
เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500  
โทร 0-2633-7777 โทรสาร 0-2633-7310  
<http://www.tiscoasset.com>
5. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ไทยพาณิชย์ จำกัด  
เลขที่ 130 – 132 อาคารสินธร ทาวเวอร์ 3 ชั้น 23 ถนนวิฑู แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน  
กรุงเทพฯ 10330  
โทร. 0-2626-2222 โทรสาร 0-2263-4044  
<http://www.scbam.com>
6. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ธนชาติ จำกัด  
เลขที่ 898 อาคารเพลลนจิตทาวเวอร์ ชั้น 15 ถนนเพลลนจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน  
กรุงเทพฯ 10330  
โทร 0-2263-0800 โทรสาร 0-2263-0394 , 0-2263-0811-4  
<http://www.thanachartfund.com>
7. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน นครหลวงไทย จำกัด  
เลขที่ 942/135 อาคารชาญอิสระทาวเวอร์ ชั้น 4 ถนนพระรวม4 แขวงสุวีงศ์ เขตบางรัก  
กรุงเทพฯ 10500  
โทร. 0-2624-8555 โทรสาร 0-2624-8595  
<http://www.sci-asset.com>
8. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน บีที จำกัด  
เลขที่ 44 ชั้น 16 ถนนหลังสวน แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330  
โทร 0-2686-9500 โทรสาร 0-2657-3167  
<http://www.btam.co.th>
9. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ฟินันซ่า จำกัด  
เลขที่ 48/21, 48/24 อาคารทิสโก้ทาวเวอร์ ชั้น 12 เอ ถนนสาทรเหนือ แขวงสีลม เขตบาง  
รัก กรุงเทพฯ 10500  
โทร 0-2352-4000 โทรสาร 0-2352-4098-9  
<http://www.finansa-asset.com>

10. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ไทย) จำกัด  
 เลขที่ 179/6-10 อาคารบางกอกซิติ้ทาวเวอร์ ชั้น 5 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ  
 เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120  
 โทร. 0-2679-5577,0-2679-5588 โทรสาร 0-2679-5571-5  
<http://www.uobam.co.th>
11. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน อเบอร์ดีน จำกัด  
 เลขที่ 179 อาคารบางกอกซิติ้ทาวเวอร์ ชั้น 28 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร  
 กรุงเทพฯ 10120  
 โทร 0-2352-3333 โทรสาร 0-2352-3388  
<http://www.aberdeen-asset.co.th>
12. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน อยูธยา จำกัด  
 เลขที่ 898 อาคารเพลินจิตทาวเวอร์ ชั้น 12 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน  
 กรุงเทพฯ 10330  
 โทร 0-2657-5757 โทรสาร 0-2263-0199  
<http://www.ayfunds.com>
13. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน เอ็มเอฟซี จำกัด (มหาชน)  
 เลขที่ 199 ชั้น G และชั้น 21-23 อาคารคอลลัมน์ทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก เขตคลองเตย  
 กรุงเทพฯ 10110  
 โทร 0-2649-2000 โทรสาร 0-2649-2100, 0-2649-2111  
<http://www.mfcfund.com>
14. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน แอสเซท พลัส จำกัด  
 เลขที่ 175 อาคารสาทรซิติ้ทาวเวอร์ ชั้น 17 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร  
 กรุงเทพฯ 10120  
 โทร. 0-2672-1000 โทรสาร 0-2286-4472  
<http://www.assetfund.co.th>
15. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนแมนูไลฟ์ (ประเทศไทย) จำกัด  
 ชั้น 6 อาคารแมนูไลฟ์เพลส 364/30 ถนนศรีอยุธยา แขวงถนนพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400  
 โทรศัพท์ 0-2246-7650 โทรสาร 0-2642-6341  
<http://www.manulife-asset.co.th>

16. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ไอเอ็นจี (ประเทศไทย) จำกัด  
เลขที่ 130 – 132 อาคารสินธรทาวเวอร์ 1 ชั้น 1 และ อาคารสินธรทาวเวอร์ 3 ชั้น 15, 17  
และ 18 ถนนวิฑู แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330  
โทร 0-2688-7777 โทรสาร 0-2688-7700  
<http://www.ingfunds.co.th>
17. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม ซีมิโก้ จำกัด  
เลขที่ 287 อาคารลิเบอร์ตีสแควร์ ชั้น 8 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ  
105000  
โทร 0-2624-6300 โทรสาร 0-2624-6330  
<http://www.seamicoasset.com>
18. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม บัวหลวง จำกัด  
เลขที่ 175 อาคารสารคดีทาวเวอร์ ชั้น 26 ห้อง 2601 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ  
เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120  
โทร 0-2679-6400 โทรสาร 0-2679-5995 – 6  
<http://www.bblam.co.th>
19. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม ปริมาเวสต์ จำกัด  
เลขที่ 900 อาคารต้นสนทาวเวอร์ ชั้น 5 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน  
กรุงเทพฯ 10330  
โทร 0-2257-0555 โทรสาร 0-2257-0360  
<http://www.primavest.com>
20. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม ฟิลลิป จำกัด  
เลขที่ 849 อาคารวรวัฒน์ ชั้น 22 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500  
โทร. 0-2635-3033 โทรสาร 0-2635-3040  
<http://www.phillipasset.co.th>
21. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม วรรณ จำกัด  
เลขที่ 989 อาคารสยามทาวเวอร์ ชั้น 24 ( สยามดิศคัพเวอร์ ) ถนนพระราม 1  
แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330  
โทร 0-2659-8888 โทรสาร 0-2659-8860 – 1  
<http://www.one-asset.com>

### การจำแนกประเภทของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน

1. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน โดยธนาคารพาณิชย์ คือ บริษัทจัดการกองทุน ที่เป็นบริษัทในเครือธนาคารพาณิชย์ หรือ ธนาคารพาณิชย์เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ โดยสามารถจำแนกได้ ดังนี้

ตาราง 1 แสดงรายชื่อ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน โดยธนาคารพาณิชย์

ลำดับ	รายชื่อ บลจ.โดยธนาคารพาณิชย์	สัดส่วนการถือหุ้น/บริษัทในเครือ
1.	บลจ. กรุงไทย จำกัด (มหาชน)	ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ถือหุ้น 99.99%
2.	บลจ. กสิกรไทย จำกัด	บริษัทเครือธนาคารกสิกรไทย
3.	บลจ. ทหารไทย จำกัด	ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ถือหุ้น 75%
4.	บลจ. ไทยพาณิชย์ จำกัด	บริษัทในเครือธนาคารไทยพาณิชย์
5.	บลจ. ธนชาติ จำกัด	ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ถือหุ้น 74.99% และ ธนาคารออมสิน จำกัด (มหาชน) ถือหุ้น 25%
6.	บลจ. นครหลวงไทย จำกัด	ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ถือหุ้น 100%
7.	บลจ. ยูโอบี (ไทย) จำกัด	ธนาคารยูไนเต็ดโอเวอร์ซีส์ (ไทย) ถือหุ้น 100%
8.	บลจ. ออยุธยา จำกัด	ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ถือหุ้น 76.59%
9.	บลจ. บัวหลวง จำกัด	ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ถือหุ้น 75%
10	บลจ. บีที จำกัด	ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ถือหุ้น 99.99% ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็น ธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน)

ที่มา: <http://www.thaimutualfund.com>

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์ คือ บริษัทจัดการกองทุน ที่ธนาคารพาณิชย์ไม่มีอยู่ในเครือ หรือมิได้เป็นผู้ถือหุ้นร่วม/รายใหญ่ในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน นั้นๆ โดยสามารถจำแนกได้ดังนี้



ตาราง 2 แสดงรายชื่อ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

ลำดับ	รายชื่อ บลจ.โดยธนาคารพาณิชย์	สัดส่วนการถือหุ้น/บริษัทในเครือ
1.	บลจ. อเบอร์ดีน จำกัด	บริษัทในเครือ “กลุ่มอเบอร์ดีน”
2.	บลจ. ทิสโก้ จำกัด	บริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้น 100%
3.	บลจ. ฟินันซ่า จำกัด	บริษัท ฟินันซ่า จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นเกือบทั้งหมด (ไม่มีตัวเลขอ้างอิง)
4.	บลจ. เอ็มเอฟซี จำกัด (มหาชน)	ภาคเอกชน ถือหุ้น 26.14% ธนาคารออมสิน จำกัด (มหาชน) ถือหุ้น 24.5% บมจ. หลักทรัพย์ คันทรี กรุ๊ป ถือหุ้น 22.17% กระทรวงการคลัง ถือหุ้น 16.67% บรรษัทบริหารสินทรัพย์ไทย ถือหุ้น 10.52%
5.	บลจ. แอสเซท พลัส จำกัด	บริษัทหลักทรัพย์ เอเชีย พลัส จำกัด (มหาชน) ถือหุ้น 100%
6.	บลจ.แมนูไลฟ์ (ประเทศไทย) จำกัด	บริษัทในเครือของกลุ่ม Manulife Financial Corporation (MFC)
7.	บลจ. ไอเอ็นจี (ประเทศไทย) จำกัด	บริษัท แอตลาส แคปิตอล ประเทศไทย ถือหุ้น 51% และ บริษัท ไอเอ็นจี อินชัวร์รัน อินเตอร์เนชั่นแนล ปී วี ถือหุ้น 49 %
8.	บลจ. ซีมิโก้ จำกัด	บมจ. หลักทรัพย์ ซีมิโก้ ถือหุ้น 99.99%
9.	บลจ. พรีเมาเวสต์ จำกัด	
10.	บลจ. ฟิลลิป จำกัด	
11.	บลจ. วรณ จำกัด	KGI Securities (Thailand) Plc ถือหุ้น 96.06%

ที่มา: <http://www.thaimutualfund.com>

**ผู้ที่เกี่ยวข้องกับกองทุนรวม ประกอบด้วย**

**โครงสร้างของกองทุนรวม** ถูกกำหนดขึ้นเพื่อผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นลงทุน โดยประกอบด้วยผู้ที่ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่ต่างๆ และผู้กำกับดูแล ทั้งที่เป็นองค์กรของภาคเอกชนและ

ภาครัฐ ได้แก่ บริษัทจัดการ บริษัทจัดการต้องเป็นบริษัทหลักทรัพย์ที่ได้รับใบอนุญาตจัดการลงทุนจากกระทรวงการคลังเท่านั้น บริษัทจัดการเป็นผู้กำหนดโครงการกองทุนรวม นโยบายการลงทุนและวัตถุประสงค์ เพื่อนำเสนอขออนุมัติจากสำนักงาน ก.ล.ต. และต้องบริหารจัดการลงทุนตามวัตถุประสงค์และนโยบายการลงทุนนั้นโดยเคร่งครัด ทั้งนี้ บริษัทจัดการจะแจ้งนโยบายการลงทุนและวัตถุประสงค์ในการลงทุนให้ผู้ลงทุนทราบ ในหนังสือชี้ชวนเสนอขายหน่วยลงทุนที่แจกจ่ายให้แก่ผู้ลงทุนและผู้สนใจลงทุนได้ศึกษาก่อนที่จะลงทุน

ผู้ดูแลผลประโยชน์ ผู้ดูแลผลประโยชน์ เป็นสถาบันการเงิน ที่มีคุณสมบัติตามที่สำนักงาน ก.ล.ต. กำหนด และต้องไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทั้งทางตรงและทางอ้อมกับบริษัทจัดการ ผู้ดูแลผลประโยชน์จะเป็นตัวแทนของผู้ถือหน่วยลงทุน ทำหน้าที่รักษามูลค่าผลประโยชน์ทั้งหมดของผู้ถือหน่วยลงทุน เช่น

1. ดูแลให้บริษัทจัดการจัดการกองทุนให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และนโยบายการลงทุนของโครงการลงทุน ที่ได้รับอนุมัติจากสำนักงาน ก.ล.ต. และได้แจ้งไว้ใน หนังสือชี้ชวน
2. ทำหน้าที่ชำระราคาซื้อและรับชำระราคาจากการขายทรัพย์สิน
3. เก็บรักษาทรัพย์สินทั้งหมดของกองทุนรวม
4. สอบทานความถูกต้องของมูลค่าทรัพย์สินของกองทุนรวม
5. ดำเนินคดีฟ้องร้องแทนผู้ถือหน่วยลงทุนหากบริษัทจัดการปฏิบัติหน้าที่โดยมิชอบ

ตัวแทนสนับสนุนการขายหน่วยลงทุน ปัจจุบันบุคคลที่จะทำหน้าที่เสนอขายหน่วยลงทุนของกองทุนรวมได้ ต้องเป็นบุคคลที่ได้รับอนุญาตจากสำนักงาน ก.ล.ต. เท่านั้น ตัวแทนสนับสนุนขายหน่วยลงทุน ต้องมีคุณสมบัติตามที่กฎหมายกำหนด และผ่านการทดสอบความรู้ในหลักสูตรการเป็นตัวแทนขายจากสถาบันที่สำนักงาน ก.ล.ต. เห็นชอบ ขึ้นทะเบียนรายชื่อกับสำนักงาน ก.ล.ต. ต้องปฏิบัติและทำหน้าที่ในการขายตามกรอบที่กฎหมายกำหนด เพื่อป้องกันการขายและการโฆษณาชวนเชื่อให้ผู้ลงทุนเข้าใจผิดในสาระสำคัญ ตัวแทนสนับสนุนขายหน่วยลงทุน หรือที่เรียกกันอย่างเป็นทางการว่า ผู้ทำหน้าที่ขายหรือรับซื้อคืนหน่วยลงทุนกองทุนรวม มีสองระดับ ได้แก่

1. ตัวแทนสนับสนุนการขาย-ระดับหนึ่ง (Investment Planner: IP) หมายถึง บุคคลที่สามารถให้ คำแนะนำในการลงทุนในหน่วยลงทุนของกองทุนรวมแก่ผู้ถือหน่วยลงทุนและผู้สนใจลงทุนทั่วไป ทั้งที่เป็น คำแนะนำทั่วไป และ คำแนะนำเฉพาะเจาะจง
2. ตัวแทนสนับสนุนการขาย-ระดับสอง (Fundamental Guide: FG) หมายถึง บุคคลที่สามารถให้ คำแนะนำในการลงทุนในหน่วยลงทุนของกองทุนรวม แก่ผู้ถือหน่วยลงทุนและผู้สนใจลงทุนทั่วไป เฉพาะที่เป็น คำแนะนำทั่วไป เท่านั้น

**นายทะเบียนหน่วยลงทุน** นายทะเบียนหน่วยลงทุน เป็นสถาบันการเงินที่ได้รับอนุญาตจากสำนักงาน ก.ล.ต. ให้มีหน้าที่ดูแลทะเบียนรายชื่อผู้ถือหน่วยลงทุน ตลอดจนสิทธิประโยชน์ของผู้ถือหน่วยลงทุน เช่น การจ่ายเงินปันผล และสิทธิประโยชน์ อื่นๆ บริษัทจัดการอาจทำหน้าที่เป็นนายทะเบียนหน่วยลงทุน สำหรับกองทุนรวมภายใต้การจัดการของตนก็ได้

**ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต** ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เป็นบุคคลที่ได้รับอนุญาตให้เป็นผู้สอบบัญชี และมีชื่อขึ้นทะเบียนไว้กับสำนักงาน ก.ล.ต. ต้องไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทั้งทางตรงและทางอ้อมกับบริษัทจัดการ มีหน้าที่ตรวจสอบบัญชีทรัพย์สินของกองทุนรวม ตรวจสอบและให้ความเห็นชอบงบการเงินของกองทุนให้ถูกต้องตามมาตรฐานบัญชี

**สมาคมบริษัทจัดการลงทุน** ถูกจัดตั้งขึ้นภายใต้พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 เป็นสมาคมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลักทรัพย์ จัดทะเบียนสมาคมกับสำนักงาน ก.ล.ต. มีบริษัทจัดการที่ประกอบธุรกิจหลักทรัพย์ประเภทการจัดการกองทุนรวม การจัดการกองทุนส่วนบุคคล และการจัดการกองทุนส่วนบุคคลที่เป็นกองทุนสำรองเลี้ยงชีพเป็นสมาชิก สมาคมมีหน้าที่กำหนดจรรยาบรรณ และวางมาตรฐานในการปฏิบัติ ให้บริษัทสมาชิกยึดถือและปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกันทุกราย กำหนดบทลงโทษเมื่อบริษัทสมาชิกฝ่าฝืนและไม่ปฏิบัติตาม สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ เป็นองค์กรของภาครัฐ ทำหน้าที่กำกับดูแลธุรกิจหลักทรัพย์ รวมถึงการจัดการลงทุน ออกระเบียบข้อบังคับ ประกาศ หรือ ข้อกำหนดตามความในกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์

### ประเภทของทุนรวม

เนื่องจากกองทุนรวมเป็นเสมือนหนึ่งเครื่องมือในการลงทุนของผู้ลงทุน ดังนั้น จึงต้องมีความหลากหลาย เพื่อให้มีความเหมาะสมกับแต่ละลักษณะของผู้ลงทุน โดยทั่วไปกองทุนรวมสามารถแบ่งออกได้ ดังนี้

#### 1. แบ่งตามประเภทของการขายคืนหน่วยลงทุน

1.1 **กองทุนปิด (Closed-End fund)** คือ กองทุนรวมที่มีหน่วยลงทุนคงที่ไม่เพิ่มขึ้นและไม่ลดลง และเปิดให้มีการจองซื้อเพียงครั้งเดียวเมื่อจัดตั้งโครงการ มีกำหนดอายุโครงการแน่นอน และบริษัทจัดการไม่รับซื้อคืนหน่วยลงทุนก่อนครบกำหนดอายุโครงการ ผู้ถือหน่วยลงทุนไม่สามารถไถ่ถอนหน่วยลงทุนก่อน ครบกำหนดอายุโครงการได้ โดยส่วนใหญ่แล้ว อายุโครงการของกองทุนรวมในประเทศไทย จะมีกำหนด 3 ปี 5 ปี หรือ 10 ปี และเพื่อเพิ่มสภาพคล่อง ให้แก่ผู้ถือหน่วยลงทุน บริษัทจัดการอาจนำหน่วยลงทุนของกองทุนปิดไปจดทะเบียนซื้อขายในตลาดรอง ซึ่งก็คือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือจัดให้มี ตัวแทนจัดการซื้อขาย (Market maker) ขึ้นมาเพื่อเป็นตัวกลาง

1.2 กองทุนเปิด (Open-End fund) คือ กองทุนรวมที่สามารถเพิ่มหรือลดหน่วยลงทุนได้โดยไม่มีกำหนดอายุโครงการ และบริษัทจัดการ จะดำเนินการรับซื้อคืนหน่วยลงทุนตามกำหนดเวลาที่ระบุไว้ในหนังสือชี้ชวน เช่น ทุกวัน ทุกสัปดาห์ ทุกสองสัปดาห์ ทุกเดือน ทุกไตรมาส หรือทุกหกเดือน เป็นต้น กองทุนเปิดจึงเป็นที่นิยม มากกว่ากองทุนปิด เพราะมีสภาพคล่องมากกว่า

ตาราง 3 แสดงการเปรียบเทียบกองทุนปิดและกองทุนเปิด

	กองทุนปิด	กองทุนเปิด
1. จำนวนหน่วยลงทุน	กำหนดแน่นอน ไม่เพิ่ม ไม่ลด	สามารถเพิ่มหรือลดลงได้
2. อายุโครงการ	มีกำหนดแน่นอน	ไม่มีกำหนด (evergreen)
3. การซื้อหน่วยลงทุน	เปิดให้จองซื้อครั้งเดียวเมื่อเริ่มโครงการหากประสงค์ซื้อเพิ่มในภายหลัง ต้องเข้าซื้อในตลาดรอง (กรณีบริษัทจัดการนำหน่วยลงทุนเข้าจดทะเบียนซื้อขาย) หรือแสดงความจำนงกับตัวแทนขาย (market maker) ที่บริษัทจัดการแต่งตั้ง	สามารถซื้อเพิ่มจำนวนหน่วยกับบริษัทจัดการโดยตรง หรือติดต่อผ่านตัวแทนสนับสนุนการขายที่บริษัทจัดการแต่งตั้ง ทั้งที่เป็นบุคคลธรรมดา และนิติบุคคล เช่น ธนาคาร หรือบริษัทหลักทรัพย์ ซึ่งจะทำหน้าที่ส่งคำสั่งซื้อมายังบริษัทจัดการ
4. การขายคืนหน่วยลงทุน	บริษัทจัดการไม่รับซื้อคืนหน่วยลงทุนจนกว่าจะครบอายุโครงการ หากผู้ลงทุนมีความจำเป็นต้องใช้เงิน ต้องขายหน่วยลงทุนที่ถือไว้ในตลาดรองในราคาตลาดให้แก่ผู้ประสงค์ซื้อ	บริษัทจัดการรับซื้อคืนหน่วยลงทุนตามกำหนดเวลาที่ระบุไว้ในหนังสือชี้ชวน (รายวัน รายสัปดาห์ รายเดือน) ในราคาเท่ากับมูลค่าทรัพย์สินสุทธิ หักด้วยค่าธรรมเนียม (ถ้ามี)
5. การจดทะเบียนซื้อขาย	นิยมจดทะเบียนซื้อขายหน่วยลงทุนในตลาดรอง เช่น ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	ไม่นิยมจดทะเบียนซื้อขายหน่วยลงทุนในตลาดรอง เพราะสามารถซื้อขายผ่านตัวแทนสนับสนุนการขายได้อยู่แล้ว

ที่มา: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2550

## 2. แบ่งตามนโยบายการลงทุน 10 แบบมาตรฐานของสำนักงาน ก.ล.ต.

**2.1 กองทุนรวมตราสารแห่งทุน (Equity Fund)** คือ กองทุนรวมที่มีนโยบายการลงทุนในหรือมีไว้ซึ่งตราสารทุน โดยเฉลี่ยในรอบปีบัญชีไม่น้อยกว่าร้อยละ 65 ของมูลค่าทรัพย์สินสุทธิของกองทุนรวม บริษัทจัดการต้องรายงานค่าเฉลี่ยการถือครองตราสารทุนให้สำนักงาน ก.ล.ต. ทราบทุกรอบระยะเวลาสามเดือน หกเดือน เก้าเดือน และสิบสองเดือนของรอบบัญชีกองทุน หากค่าเฉลี่ยการถือครองตราสารทุนไม่ถึงร้อยละ 65 ในรอบระยะเวลาใด ให้บริษัทจัดการแสดงผลโดยชัดเจน เพื่อให้สำนักงาน ก.ล.ต. จะได้นำไปเปิดเผยให้แก่ผู้ลงทุนและผู้สนใจลงทุนทราบต่อไป โดยทั่วไปแล้วกองทุนรวมตราสารแห่งทุน มีความเสี่ยงสูงกว่ากองทุนรวม ที่มีนโยบายลงทุนในตราสารประเภทอื่น จึงเหมาะสำหรับผู้ลงทุนที่ยอมรับความเสี่ยงได้สูง และควรลงทุนเพื่อหวังผลที่ดีกว่าในระยะยาว

**2.2 กองทุนรวมตราสารแห่งหนี้ (General Fixed Income Fund)** คือ กองทุนรวมที่มีนโยบายการลงทุนในหรือมีไว้เฉพาะเงินฝาก หรือหลักทรัพย์หรือทรัพย์สินอื่น หรือการหาดอกผลโดยวิธีอื่นตามที่สำนักงาน ก.ล.ต. กำหนดหรือให้ความเห็นชอบให้กองทุนประเภทดังกล่าวลงทุนได้ ห้ามมิให้กองทุนรวมตราสารแห่งหนี้ลงทุนหรือ มีไว้ซึ่งตราสารทุนหรือตราสารกึ่งหนี้กึ่งทุน (หุ้นกู้แปลงสภาพ) ยกเว้นแต่สำนักงาน ก.ล.ต. จะพิจารณาอนุญาต เมื่อมีผู้ให้คำรับรองที่น่าเชื่อถือได้ว่าจะเป็นผู้รับซื้อตราสารทุนหลังการแปลงสภาพนั้นออกไปจากกองทุนโดยทั่วไปแล้ว กองทุนรวมตราสารแห่งหนี้ มีความเสี่ยงน้อยกว่ากองทุนรวมที่มีนโยบาย ลงทุนในตราสารทุน จึงเหมาะสำหรับผู้ลงทุนที่ยอมรับความเสี่ยงได้น้อยกว่า

**2.3 กองทุนรวมตราสารแห่งหนี้ระยะยาว (Long-term Fixed Income Fund)** คือ กองทุนรวมที่มีนโยบายการลงทุนในหรือมีไว้เฉพาะเงินฝาก หรือหลักทรัพย์หรือทรัพย์สินอื่น หรือการหาดอกผลโดยวิธีอื่นตามที่สำนักงาน ก.ล.ต. กำหนดหรือให้ความเห็นชอบให้กองทุนประเภทดังกล่าวลงทุนได้ โดยกองทุนมีวัตถุประสงค์ที่จะดำรง พอร์ตโฟลิโอ ดูเรชัน (portfolio duration) ในขณะใดขณะหนึ่งของกองทุนรวมนั้นมากกว่าหนึ่งปีขึ้นไป พอร์ตโฟลิโอ ดูเรชัน (portfolio duration) หมายถึงอายุถัวเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนักของกระแสเงินที่ได้รับจากทรัพย์สินของกองทุนรวม พอร์ตโฟลิโอ ดูเรชันมากกว่าหนึ่งปี มีความหมายโดยทั่วไปว่า ทรัพย์สินที่กองทุนลงทุนและมีไว้ มีอายุเฉลี่ยมากกว่าหนึ่งปี เหมาะสำหรับผู้ลงทุนที่ยอมรับความเสี่ยงต่ำ และสามารถลงทุนระยะยาวได้

**2.4 กองทุนรวมตราสารแห่งหนี้ระยะสั้น (Short-term Fixed Income Fund)** คือ กองทุนรวมที่มีนโยบายการลงทุนในหรือมีไว้เฉพาะเงินฝาก หรือหลักทรัพย์หรือทรัพย์สินอื่น หรือการหาดอกผลโดยวิธีอื่นตามที่สำนักงาน ก.ล.ต. กำหนดหรือให้ความเห็นชอบให้กองทุนประเภทดังกล่าวลงทุนได้ โดยกองทุนมีวัตถุประสงค์ที่จะดำรง พอร์ตโฟลิโอ ดูเรชัน (portfolio duration) ในขณะใดขณะหนึ่งของกองทุนรวมนั้นไม่เกินหนึ่งปี พอร์ตโฟลิโอ ดูเรชัน ต่ำกว่าหนึ่งปี มีความหมายโดยทั่วไปว่า

ทรัพย์สินที่กองทุนลงทุนและมีไว้ มีอายุเฉลี่ยน้อยกว่าหนึ่งปี เหมาะสำหรับผู้ลงทุนที่ต้องการลงทุนระยะสั้น และต้องการความเสี่ยงต่ำ

**2.5 กองทุนรวมผสม (Balanced Fund)** คือ กองทุนรวมที่มีนโยบายการลงทุนในหรือมีไว้ซึ่งหลักทรัพย์หรือทรัพย์สินอื่น หรือการหาผลตอบแทนโดยวิธีอื่นตามที่สำนักงาน ก.ล.ต.กำหนด หรือให้ความเห็นชอบให้กองทุนประเภทดังกล่าวลงทุนได้ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะดำรงอัตราส่วนการลงทุนในหรือมีไว้ซึ่งตราสารทุนในขณะใดขณะหนึ่งไม่เกินร้อยละ 65 และไม่น้อยกว่าร้อยละ 35 ของมูลค่าทรัพย์สินสุทธิของกองทุนรวม กองทุนผสม ลงทุนในตราสารได้ทุกประเภท ผู้จัดการกองทุนสามารถแสวงหาโอกาสลงทุนที่ดีกว่าได้ทั้งในตลาดตราสารทุนและตลาดตราสารหนี้ แต่เป็นการจัดสรรเงินลงทุนประเภทสมดุล เพราะมีข้อกำหนดเกี่ยวกับ ceiling และ floor ในการลงทุนในตราสารทุน กองทุนผสม เหมาะสำหรับผู้ลงทุนที่ยอมรับความเสี่ยงได้ปานกลาง

**2.6 กองทุนรวมผสมแบบยืดหยุ่น (Flexible Portfolio Fund)** คือ กองทุนรวมที่มีนโยบายการลงทุนในหรือมีไว้ซึ่งหลักทรัพย์หรือทรัพย์สินอื่น หรือการหาผลตอบแทนโดยวิธีอื่นตามที่สำนักงาน ก.ล.ต.กำหนด หรือให้ความเห็นชอบให้กองทุนประเภทดังกล่าวลงทุนได้ ทั้งนี้ การลงทุนในหรือมีไว้ซึ่งหลักทรัพย์หรือทรัพย์สินอื่น หรือการหาผลตอบแทนโดยวิธีอื่นดังกล่าว ขึ้นกับการตัดสินใจลงทุนของผู้จัดการกองทุนรวม ตามความเหมาะสมและสถานการณ์ในแต่ละขณะ กองทุนรวมผสมแบบยืดหยุ่น สามารถลงทุนในตราสารทุกประเภทเช่นเดียวกับกับกองทุนรวมผสม แต่ไม่มีข้อกำหนดเกี่ยวกับ ceiling และ floor ในการลงทุนในตราสารทุนแต่อย่างใด การจัดสรรเงินลงทุนของกองทุนรวมผสมแบบยืดหยุ่นระหว่างตลาดตราสารทุนและตลาดตราสารหนี้ จึงอยู่กับดุลพินิจของผู้จัดการกองทุน กองทุนรวมผสมแบบยืดหยุ่น เหมาะสำหรับผู้ลงทุนที่ยอมรับความเสี่ยงได้ปานกลาง

**2.7 กองทุนรวมหน่วยลงทุน (Fund of funds)** คือ กองทุนรวมที่มีนโยบายการลงทุนในหรือมีไว้ซึ่งหน่วยลงทุนและใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหน่วยลงทุนของกองทุนรวม โดยเฉลี่ยในรอบปีบัญชีไม่น้อยกว่าร้อยละ 65 ของมูลค่าทรัพย์สินสุทธิของกองทุนรวม เนื่องจากกองทุนรวมมีข้อดีหลายประการ ที่สำคัญคือ มีการกระจายการลงทุน ความเสี่ยงจึงลดลง ทั้งยังมีต้นทุนเฉลี่ยต่ำ กองทุนรวมหน่วยลงทุนจึงรับเอาข้อได้เปรียบดังกล่าวมา นอกจากนั้นแล้ว กองทุนรวมหน่วยลงทุนยังกระจายการลงทุนไปในหลาย กองทุนรวมภายใต้การจัดการของหลายผู้จัดการกองทุนและหลายบริษัทจัดการ จึงเป็นการกระจายความเสี่ยงที่กว้างขวางกว่า ข้อเสียของกองทุนรวมหน่วยลงทุน อยู่ที่ที่มีค่าธรรมเนียมในการจัดการและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ซ้ำซ้อน

**2.8 กองทุนรวมใบสำคัญแสดงสิทธิ (Warrant Fund)** คือ กองทุนรวมที่มีนโยบายการลงทุนในหรือมีไว้ซึ่งใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้น ใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นกู้ ใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหน่วยลงทุน และใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นเพิ่มทุน โดยเฉลี่ยในรอบปีบัญชีไม่น้อยกว่า

ร้อยละ 65 ของมูลค่าทรัพย์สินสุทธิของกองทุนรวม การลงทุนในใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้น มีความเสี่ยงสูง กองทุนประเภทนี้จึงมีความเสี่ยงสูงมาก

**2.9 กองทุนรวมกลุ่มธุรกิจ (Sector Fund)** คือ กองทุนรวมที่มีนโยบายการลงทุนในหรือมีไว้ซึ่งตราสารทุนของบริษัทที่มีธุรกิจหลักประเภทเดียวกันตามที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกำหนด โดยเฉลี่ยในรอบปีบัญชีไม่น้อยกว่าร้อยละ 65 ของมูลค่าทรัพย์สินสุทธิของกองทุนรวม กองทุนรวมกลุ่มธุรกิจ มีการลงทุนกระจุกตัว จึงมีความเสี่ยงสูงกว่ากองทุนรวมตราสารแห่งทุนโดยทั่วไป

**2.10 กองทุนรวมตลาดเงิน (Money market fund)** คือ กองทุนรวมที่มีนโยบายการลงทุนในหรือมีไว้ซึ่งตราสารหนี้ที่มีคุณภาพและมีกำหนดชำระเงินต้นเมื่อทวงถามหรือมีอายุคงเหลือไม่เกิน 1 ปี กองทุนรวมตลาดเงิน มีนโยบายการลงทุนที่คล้ายคลึงกับ กองทุนรวมตราสารแห่งหนี้ระยะสั้น มีความเสี่ยงต่ำสุด เหมาะสำหรับการลงทุน ระยะสั้นของผู้ลงทุนที่ไม่ต้องการความเสี่ยง

## 7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุพร จรูญรังษี (2546) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปในประเทศไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้พบว่า นักลงทุนใช้เหตุผลในการตัดสินใจด้านแหล่งข้อมูลข่าวสาร ให้ความสำคัญกับบทวิเคราะห์และคำแนะนำของโบรกเกอร์มากที่สุด จุดมุ่งหมายการลงทุนคือต้องการกำไรจากการซื้อขาย ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีการตัดสินใจที่แตกต่างกัน บุคลิกภาพกล้าเสี่ยงของนักลงทุน มักจะมีระยะเวลาการถือครองหลักทรัพย์เฉลี่ย น้อยลง

วิภารัตน์ อัมพัฒน์ (2549) ความรู้เข้าใจ ทศนคติและพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป การวิจัยครั้งนี้พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 นักลงทุนส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก น้อย ตามลำดับ ทำให้มีแนวโน้มซื้อขายมากขึ้น ด้านทัศนคติมีทัศนคติที่ดีต่อบริษัทหลักทรัพย์ ส่งผลให้มีความเชื่อมั่นและเข้ามาใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์มากขึ้น ลักษณะส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ที่แตกต่างกัน

กัญญวรา ไศภาวชิราอิตติ (2551) ความพึงพอใจของนักลงทุนทั่วไปที่มีต่อการใช้บริการห้องบริการหลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ความพึงพอใจของนักลงทุนทั่วไปโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก นักลงทุนที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แหล่งที่มาหลักของเงินลงทุน ประสบการณ์ลงทุนความถี่ในการใช้บริการห้องค้า ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการห้องค้า โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

นันท์รัตน์ สิงห์เดช (2549) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนและความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน เอ็มเอฟซี จำกัด (มหาชน) การวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้ลงทุนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ระดับการดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี รายได้มากกว่า 80,000 บาท สนใจลงทุนกองทุนรวม ที่ก่อให้เกิดความงอกเงยแก่เงินทุน ผู้ลงทุนมีทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาโดยรวมด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับดี

สุภชานีย์ จงรัชชลิขิต (2551) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อขายกองทุนรวมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้พบว่า นักลงทุนที่มีอายุอาชีพ รายได้ ต่างกัน มีแนวโน้มการตัดสินใจซื้อขายกองทุนรวมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และด้านการแนะนำบุคคลอื่นมาใช้บริการ แตกต่างกัน ทัศนคติต่อการใช้บริการระบบอินเทอร์เน็ตทัศนคติการซื้อขายกองทุนโดยรวม มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการซื้อขายกองทุนรวม ด้านแนวโน้มในการซื้อขายกองทุนรวมผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในอนาคต และการแนะนำบุคคลอื่นมาใช้บริการ มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน

### **สรุป แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย**

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้แนวคิดประชากรศาสตร์ ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่ธนาคารพาณิชย์ ใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร ของ บาร์ค และ ฟิลิป คอตเลอร์

ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่ธนาคารพาณิชย์ ใช้แนวคิดของ รีส (Reast)

แนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ ใช้แนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ในด้านเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค



## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักลงทุนรายย่อยที่ลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

##### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักลงทุนรายย่อยที่ลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์ ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากร ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณหาขนาดตัวอย่าง กรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และเนื่องจากการลงทุนของนักลงทุนทั้งในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีชื่อธนาคารพาณิชย์ มีจำนวนน้อยจึงกำหนดให้ ความผิดพลาดสูงสุดที่ยอมรับให้เกิดขึ้น 6% หรือ 0.06 จากสูตรที่คำนวณจะได้กลุ่มตัวอย่าง 267 คน โดยใช้สูตรคำนวณดังนี้ (กัลยา วานิชปัญษา. 2546)

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

โดยที่	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	Z	แทน	ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากตารางแจกแจงแบบปกติมาตรฐาน (Z score) ขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่น ที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ คือ 95% นั่นคือ คลาดเคลื่อน ( $\alpha$ ) = 0.05 หรือ $1-\alpha/2 = 0.975$ เปิดตารางค่า Z ได้ 1.96
	p	แทน	ความน่าจะเป็นของประชากรที่สนใจ
	q	แทน	ความน่าจะเป็นของประชากรที่ไม่ได้สนใจ = $1 - p$
	e	แทน	ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น (ความคลาดเคลื่อนที่ต้องการ) = $6\% = 0.06$

โดยกำหนดให้มีค่าความเชื่อมั่น 95% Z จะเท่ากับ 1.96 และกำหนดให้  $p=0.5$  และ  $e=$  ค่าความคลาดเคลื่อนที่อนุโลมได้ 6% จะได้ผลดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(0.06)^2}$$

$$= 266.77 \text{ หรือ } 267 \text{ ตัวอย่าง}$$

ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ 267 ตัวอย่าง แต่ผู้วิจัยสำรวจแบบสอบถามเพื่อไม่สมบรูณ์ จำนวน 20 ตัวอย่าง โดยไม่นับรวมเป็นจำนวนตัวอย่าง

### วิธีการสุ่มตัวอย่าง

**ขั้นตอนที่ 1** วิธีสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิจารณญาณ (Judgment Sampling) โดยเจาะจงบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ 3 แห่ง และบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์ 3 แห่ง โดยอันดับที่ 1-3 คือ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และอันดับที่ 4-6 คือ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์ รวมเป็น 6 แห่ง ดังนี้

1. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ไทยพาณิชย์ จำกัด
2. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ไทย) จำกัด
3. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม บัวหลวง จำกัด
4. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ไอเอ็นจี (ประเทศไทย) จำกัด
5. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน อเบอร์ดีน จำกัด
6. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน แอสเซท พลัส จำกัด

เนื่องจากงานวิจัยเป็นการเปรียบเทียบ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน จากสถานที่ตั้งของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน โดยเลือกสถานที่ ที่มีทั้งบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มีไชโดยธนาคารพาณิชย์ ตั้งอยู่ในสถานที่เดียวกัน โดยสถานที่ที่เป็นลักษณะดังกล่าวมีอยู่ด้วยกัน 3 สถานที่คือ 1) อาคารสินธร ถนนวิทญู 2) อาคารบางกอกซีทีทาวเวอร์ ถนนสาทรใต้ และ 3) อาคารสารชิตีทาวเวอร์ ถนนสาทรใต้ โดยแต่ละอาคารมี บลจ.ต่างๆ ตั้งอยู่ ดังนี้

1. อาคารสินธร ถนนวิทญู  
บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ไทยพาณิชย์ จำกัด  
บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ไอเอ็นจี (ประเทศไทย) จำกัด
2. อาคารบางกอกซีทีทาวเวอร์ ถนนสาทรใต้  
บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ไทย) จำกัด  
บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน อเบอร์ดีน จำกัด
3. อาคารสารชิตีทาวเวอร์ ถนนสาทรใต้  
บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน แอสเซท พลัส จำกัด  
บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม บัวหลวง จำกัด

**ขั้นตอนที่ 2** ตัวอย่างโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) โดยให้จำนวนตัวอย่างในแต่ละสถานที่เท่าๆกัน จากจำนวนบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่เลือกทั้งหมด 6 บริษัท ได้กลุ่มตัวอย่างละ 44- 45 ดังนี้

1. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ไทยพาณิชย์ จำกัด	44	คน
2. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ไอเอ็นจี (ประเทศไทย) จำกัด	45	คน
3. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ไทย) จำกัด	44	คน
4. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน อเบอร์ดีน จำกัด	45	คน
5. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน แอสเซท พลัส จำกัด	44	คน
6. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม บัวหลวง จำกัด	45	คน
<b>รวม</b>	<b>267</b>	<b>คน</b>

จากการแบ่งตามโควต้าดังที่กล่าวมานั้น จำแนกตามบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มีไชโดยธนาคารพาณิชย์ ได้เป็น ประเภทละ 134 และ 133 คน อย่างละเท่าๆกัน

**ขั้นตอนที่ 3** วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้แบบสอบถามกับนักลงทุนรายย่อยที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนทั้ง 6 แห่ง ตามขั้นตอนที่ 2 จนครบ 267 ตัวอย่าง

## 2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับการศึกษา ค้นคว้าเกี่ยวกับ การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ ความไว้วางใจและแนวโน้มการลงทุน ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และ ที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้คือ

**ส่วนที่ 1** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended questions) จำนวน 6 ข้อ ได้แก่

**ข้อที่ 1** เพศ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

- 1) ชาย
- 2) หญิง

**ข้อที่ 2** อายุ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาคือ กลุ่มคนทำงานจึงเริ่มที่ อายุ 20 ปี เป็นต้นไป และสิ้นสุดที่อายุ 60 ปีขึ้นไปเนื่องจากสิ้นสุดอายุการทำงาน มีเกณฑ์ในการคำนวณอายุดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{ช่วงชั้น} = \frac{70 - 20}{5} = 10$$

- 1) 20 – 29 ปี
- 2) 30 – 39 ปี
- 3) 40 – 49 ปี
- 4) 50 – 59 ปี
- 5) 60 ปีขึ้นไป

**ข้อที่ 3** สถานภาพ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่

- 1) โสด
- 2) สมรส / อยู่ด้วยกัน
- 3) หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่

**ข้อที่ 4** ระดับการศึกษา เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ได้แก่

- 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี
- 2) ปริญญาตรี
- 3) สูงกว่าปริญญาตรี

**ข้อที่ 5** อาชีพ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่

- 1) พนักงานบริษัทเอกชน
- 2) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 3) เจ้าของกิจการ-อาชีพอิสระ
- 4) ไม่ได้ประกอบอาชีพใดๆ
- 5) อื่นๆ โปรดระบุ.....

**ข้อที่ 6** รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) (นันทรัตน์ สิงหเดช. 2551: 4)

- 1) ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 20,000 บาท
- 2) 20,001-40,000 บาท
- 3) 40,001-60,000 บาท
- 4) 60,001-80,000 บาท
- 5) 80,001 บาทขึ้นไป

**ส่วนที่ 2** แบบสอบถามเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ เป็นคำถามแบบใช้มาตรวัดแบบความหมายที่ตรงกันข้าม (Semantic differential scale) โดยมีคำถาม 10 ข้อ ตั้งแต่ข้อที่ 7 – 16 โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ โดยกำหนดระดับคะแนนดังนี้

- ระดับ 5 หมายถึง ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ในระดับ ดีมาก  
 ระดับ 4 หมายถึง ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ในระดับ ดี  
 ระดับ 3 หมายถึง ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ในระดับ ปานกลาง  
 ระดับ 2 หมายถึง ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ในระดับ ไม่ดี  
 ระดับ 1 หมายถึง ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ในระดับ ไม่ดีอย่างมาก

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ย ในแต่ละระดับ ชั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (มหาลัญช์วิทยธรรมราช. 2542:110)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยในแบบสอบถาม ดังนี้

- คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง มีภาพลักษณ์ ดีมาก  
 คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง มีภาพลักษณ์ ดี  
 คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง มีภาพลักษณ์ ปานกลาง  
 คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง มีภาพลักษณ์ ไม่ดี  
 คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง มีภาพลักษณ์ ไม่ดีอย่างมาก

**ส่วนที่ 3** แบบสอบถามเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ เป็นคำถามแบบสเกลการให้คะแนน (Rating scale) โดยมีคำถาม 5 ข้อ ตั้งแต่ข้อที่ 17 - 21 โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ โดยกำหนดระดับคะแนนดังนี้

- ระดับ 5 หมายถึง ความคิดเห็นต่อความไว้วางใจในระดับ มากที่สุด  
 ระดับ 4 หมายถึง ความคิดเห็นต่อความไว้วางใจในระดับ มาก  
 ระดับ 3 หมายถึง ความคิดเห็นต่อความไว้วางใจในระดับ ปานกลาง  
 ระดับ 2 หมายถึง ความคิดเห็นต่อความไว้วางใจในระดับ น้อย  
 ระดับ 1 หมายถึง ความคิดเห็นต่อความไว้วางใจในระดับ น้อยที่สุด

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ย ในแต่ละระดับ ขึ้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (มหาลัษุโษทัยธรรมราช. 2542: 110)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยในแบบสอบถาม ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง มีความไว้วางใจ มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง มีความไว้วางใจ มาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง มีความไว้วางใจ ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง มีความไว้วางใจ น้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80	หมายถึง มีความไว้วางใจ น้อยที่สุด

**ส่วนที่ 4** แบบสอบถามเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ เป็นคำถามแบบใช้มาตรวัดแบบความหมายที่ตรงกันข้าม (Semantic differential scale) โดยมีคำถาม 2 ข้อ คือ ข้อที่ 22 - 23 โดยข้อที่ 22 ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ โดยกำหนดระดับคะแนนดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	ผู้ตอบมีแนวโน้มว่าจะลงทุนเพิ่มแน่นอน
ระดับ 4	หมายถึง	ผู้ตอบมีแนวโน้มว่าจะลงทุนเพิ่ม
ระดับ 3	หมายถึง	ผู้ตอบไม่แน่ใจว่าจะลงทุนเพิ่ม
ระดับ 2	หมายถึง	ผู้ตอบมีแนวโน้มว่าจะไม่ลงทุนเพิ่ม
ระดับ 1	หมายถึง	ผู้ตอบมีแนวโน้มว่าจะไม่ลงทุนเพิ่มแน่นอน

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ย ในแต่ละระดับ ขึ้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (มหาลัษุโษทัยธรรมราช. 2542:110)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยในแบบสอบถาม ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง มีแนวโน้มว่าจะลงทุนเพิ่มแน่นอน

คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง มีแนวโน้มว่าจะลงทุนเพิ่ม

คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าจะลงทุนเพิ่ม

คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง มีแนวโน้มว่าจะไม่ลงทุนเพิ่ม

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง มีแนวโน้มว่าจะไม่ลงทุนเพิ่มแน่นอน

และข้อที่ 23 ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ โดยกำหนดระดับคะแนนดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง ผู้ตอบมีแนวโน้มว่าจะแนะนำแน่นอน

ระดับ 4 หมายถึง ผู้ตอบมีแนวโน้มว่าจะแนะนำ

ระดับ 3 หมายถึง ผู้ตอบไม่แน่ใจว่าจะแนะนำ

ระดับ 2 หมายถึง ผู้ตอบมีแนวโน้มว่าจะไม่แนะนำ

ระดับ 1 หมายถึง ผู้ตอบมีแนวโน้มว่าจะไม่แนะนำแน่นอน

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ย ในแต่ละระดับ ชั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (มหาลัยสุโขทัยธรรมราช. 2542: 110)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$



การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยในแบบสอบถาม ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.21 - 5.00	หมายถึง มีแนวโน้มว่าจะแนะนำแน่นอน
คะแนนเฉลี่ย	3.41 - 4.20	หมายถึง มีแนวโน้มว่าจะแนะนำ
คะแนนเฉลี่ย	2.61 - 3.40	หมายถึง ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำ
คะแนนเฉลี่ย	1.81 - 2.60	หมายถึง มีแนวโน้มว่าจะไม่แนะนำ
คะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.80	หมายถึง มีแนวโน้มว่าจะไม่แนะนำแน่นอน

### ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือหรือแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีการดำเนินการสร้างตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของ การวิจัย และสร้างเครื่องมือ ในการวิจัย ให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายการวิจัย
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาแบบทดสอบ จะได้มีความชัดเจนตามความมุ่งหมายการวิจัยยิ่งขึ้น
3. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม เป็นฉบับร่างเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อพิจารณาตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง เพื่อให้ได้ข้อคำถามที่เข้าใจง่ายและตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัยมากที่สุด
4. นำแบบสอบถามฉบับที่สร้างเสร็จทั้งฉบับ เสนอผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา
5. นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามคำแนะนำ มาดำเนินการตรวจสอบ (Pre-test) กับนักลงทุนรายย่อย จำนวน 30 คน เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของคرونบาค (Cronbach, 1972: 126) โดยที่ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถามโดยจะมีค่าระหว่าง  $0 \leq \alpha \leq 1$  ค่าที่ได้ใกล้เคียง 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

ตารางผลการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) จากแบบสอบถาม

แบบสอบถาม	ความเชื่อมั่น (Reliability)	
	บลจ.โดยธนาคารพาณิชย์	บลจ.ที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์
ด้านภาพลักษณ์	0.831	0.863
ด้านความไว้วางใจ	0.871	0.936
ด้านแนวโน้มการลงทุน/แนะนำ	0.730	0.954

6. ปรับปรุงรูปแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Source of Data) การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Description Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งศึกษา การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ ความไว้วางใจ และแนวโน้มการลงทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ดังนี้

- 1.1 หนังสือ ตำราที่เกี่ยวข้อง วิทยานิพนธ์ เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ
- 1.2 ข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกร , <http://www.thaimutualfund.com>,
- 1.3 ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต
- 1.4 ข้อมูลจากสมาคมบริษัทจัดการกองทุน

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 267 ชุด ซึ่งเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างใน อาคารสินธร ถนนวิฑู, อาคารบางกอกซิตี้ ทาวเวอร์ ถนนสาทรใต้ และ อาคารสารชิตีทิวเวอร์ ถนนสาทรใต้ ใ้จำนวนตามจำนวน โดยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

2.1 ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนแห่งละ 44-45 ชุด

2.2 นำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงให้เข้าใจวัตถุประสงค์และอธิบายวิธีการตอบคำถามก่อนที่จะตอบแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง

#### 4. การจัดการกระทำข้อมูล

##### การจัดการกระทำข้อมูล

1. ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง
2. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องแล้วมาทำการลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัส (Editing)
3. ประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรม SPSS for Window Version 11.5 ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

##### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่ออธิบายถึงลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มประชากร คือ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ทำให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานของข้อมูล สถิติที่ใช้ได้แก่
  - 1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้ในการตีความหมายของข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ในแบบสอบถามส่วนที่ 1
  - 1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้ในการแปลความหมายของข้อมูล ในแบบสอบถามส่วนที่ 2, 3 และ 4
  - 1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้ในการแปลความหมายของข้อมูล ในแบบสอบถามส่วนที่ 2,3 และ 4
2. การวิเคราะห์โดยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้
  - 2.1 สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent t-test) ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน
  - 2.2 สถิติวิเคราะห์ค่าเอฟ (F-test) แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้านเดียว (One-way Analysis of variance) ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มตัวอย่าง
  - 2.3 สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปรที่เป็นอิสระต่อกัน

## 5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) พื้นฐานประกอบด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean:  $\bar{X}$ ) (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544: 35)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

โดยที่  $\bar{X}$  แทน ค่าเฉลี่ยหรือค่าเฉลี่ย

$\sum x$  แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

$n$  แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544: 65)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n\sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

โดยที่ S.D. แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง

$X$  แทน คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง

$n$  แทน จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง

$\sum x^2$  แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

$(\sum X)^2$  แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

2. สถิติที่ใช้หาคุณภาพแบบสอบถามหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ -Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546:449)

$$\alpha = \frac{k \text{ covariance} / \text{variance}}{1 + (k - 1) \text{ covariance} / \text{variance}}$$

โดยที่ $k$	แทน	จำนวนค่าถาม
$covariance$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างค่าถามต่างๆ
$variance$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของค่าถาม
$\alpha$	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ

### 3. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) โดยใช้

3.1 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สูตร t- test แบบ Independent (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544: 169) ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในการทดสอบ t- test หากค่าแปรปรวนของข้อมูลเท่ากันทุกกลุ่มให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Equal Variances assumed และถ้าค่าแปรปรวนของข้อมูลไม่เท่ากันทุกกลุ่ม ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Equal Variances not assumed โดยจะทำการทดสอบค่าแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's test (สุรินทร์ นิยมางกุล. 2548:275) โดยใช้สูตรดังนี้

$$F = \frac{(n-k) \sum_{i=1}^k n_i (\bar{z}_i - \bar{z})^2}{(k-1) \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} (z_{ij} - \bar{z}_i)^2}$$

โดยที่  $F$  แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Levene

$z_{ij}$  แทน ค่า  $\bar{X}_{ij} - \bar{X}_i$  ดังนี้

$\bar{X}_i$  = ค่าเฉลี่ยของตัวอย่างที่  $i$

$\bar{X}_{ij}$  = ค่าสังเกตที่  $j$  ของตัวอย่างที่  $i$

df แทน ชั้นของความเป็นอิสระ ดังนี้

ระหว่างกลุ่ม =  $k - 1$

ในกลุ่ม =  $n - k$

เมื่อ  $n$  คือ จำนวนข้อมูลทั้งหมด

$K$  คือ จำนวนกลุ่ม

3.2 กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่ม เท่ากัน ( $S_1^2 = S_2^2$ )

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left[ \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$

$$df = n_1 + n_2 - 2$$

โดยที่ t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
$\bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
$S_1^2$	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 1
$S_2^2$	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 2
$n_1$	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
$n_2$	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
df	แทน	ชั้นความเป็นอิสระ (Degree of freedom)

กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่ม ไม่เท่ากัน ( $S_1^2 \neq S_2^2$ )

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

$$df = \frac{\left[ \frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{\frac{\left[ \frac{S_1^2}{n_1} \right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[ \frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2 - 1}}$$

โดยที่ $t$	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
$\bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
$S_1^2$	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 1
$S_2^2$	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 2
$n_1$	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
$n_2$	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
df	แทน	ชั้นความเป็นอิสระ (Degree of freedom)

3.3 การทดสอบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

โดยที่ $F$	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-Distribution
$MS_b$	แทน	ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
$MS_w$	แทน	ความแปรปรวนภายในกลุ่ม
df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ได้แก่ ระหว่างกลุ่ม $(k - 1)$ ภายในกลุ่ม $(n - k)$

สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว Brown – Forsythe (B) ใช้ในกรณีที่ความแปรปรวนแตกต่างกัน (Hartung. 2001:300) สามารถเขียนได้ ดังนี้

$$\beta = \frac{MS(B)}{MS(W)}$$

$$\text{โดยค่า } MS(W) = \sum_{i=1}^k \left(1 - \frac{n_j}{N}\right) S_i^2$$

เมื่อ $\beta$	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown-Forsythe
$MS_{(B)}$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square between group)
$MS_{(W)}$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square within group) สำหรับ Brown-Forsythe
$K$	แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง
$n_j$	แทน	จำนวนตัวอย่างของกลุ่มที่ $ii$
$N$	แทน	ขนาดของประชากร
$S_1^2$	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ $i$

3.4 การเปรียบเทียบพหุคูณ ตามวิธี LSD (Least Significant Difference) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544: 161)

$$LSD = t_{1-\frac{\alpha}{2}; n-k} \sqrt{MSE \left( \frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

โดยที่ LSD	แทน	ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณสำหรับการทดสอบ
MSE	แทน	ค่า Mean Square Error ที่ได้จากรางวิเคราะห์ความแปรปรวน
$k$	แทน	ค่าจำนวนกลุ่มทั้งหมดที่ใช้ทดสอบ
$n$	แทน	ค่าจำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด

สูตรวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ Dunnett T3 (Kappel. 1982: 153-155) สามารถเขียนได้ดังนี้

$$\bar{d}_D = \frac{q_D \sqrt{2(MS_{SIA})}}{\sqrt{S}}$$



โดยที่ $\bar{d}_D$	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Dunnett test
$q_D$	แทน	ค่าจากตาราง Critical value of Dunnett test
$MS_{SIA}$	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
$S$	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.5 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 และข้อที่ 3 เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) โดยใช้สูตรดังนี้

$$r_{xy} = r_{yx} = \frac{\sum(x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum(x_i - \bar{x})^2 \sum(y_i - \bar{y})^2}}$$

โดยที่ $r_{xy}$	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนน X
$\sum Y$	แทน	ผลรวมของคะแนน Y
$\sum X^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง
$\sum Y^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง
$\sum XY$	แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y
$n$	แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง  $-1 < r < 1$  ดังนี้

1. ค่า  $r$  เป็น - แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม
2. ค่า  $r$  เป็น + แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
3. ถ้า  $r$  มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก
4. ถ้า  $r$  มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก
5. ถ้า  $r$  เข้าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย
6. ถ้า  $r = 0$  แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

โดยมีเกณฑ์ในการประเมินระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ทำการทดสอบสมมติฐานดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	ความหมาย
0.81 – 1.00	มีความสัมพันธ์ระดับสูงมาก
0.61 – 0.80	มีความสัมพันธ์ระดับสูง
0.41 – 0.60	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
0.21 – 0.40	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ
0.01 – 0.20	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก
0.00	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

3.6 ค่า Paired t-test ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 118)

$$t = \frac{\bar{d} - \bar{d}_0}{SD / \sqrt{n}}$$

โดยที่ $t$	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน $t$
$\bar{d}$	แทน	ค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม
$\bar{d}_0$	แทน	ค่าความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม
$SD$	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
$n$	แทน	จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ ระหว่างบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน โดยธนาคารพาณิชย์และ ที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ ที่มีความสัมพันธ์กับความไว้วางใจและแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในการสื่อความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนทั่วไปในประเทศเขตกรุงเทพมหานคร
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t - Distribution
F-Ratio	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F - Distribution
F-Prob., p	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

#### การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และ ที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความไว้วางใจของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์แนวโน้มการลงทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และ ที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์

การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และ ที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตาราง 4 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร	ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.เพศ	ชาย	142	53.20
	หญิง	125	46.80
	รวม	267	100.00
2.อายุ	20 – 29 ปี	87	32.60
	30 – 39 ปี	120	44.94
	40 – 49 ปี	43	16.10
	50 – 59 ปี	14	5.24
	60ปี ขึ้นไป	3	1.12
	รวม	267	100.00

ตาราง 4 (ต่อ)

ตัวแปร	ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3.สถานภาพ			
	โสด	163	61.00
	สมรส / อยู่ด้วยกัน	91	34.10
	หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่	13	4.90
	รวม	267	100.00
4.ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	12	4.50
	ปริญญาตรี	160	59.90
	สูงกว่าปริญญาตรี	65	35.60
	รวม	267	100.00
5.อาชีพ			
	พนักงานบริษัทเอกชน	231	86.50
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	21	7.90
	เจ้าของกิจการ-อาชีพอิสระ	7	2.62
	ไม่ได้ประกอบอาชีพใดๆ	6	2.24
	อื่นๆ โปรดระบุ.. เช่น ค้าขาย	2	0.74
	รวม	267	100.00
6.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	31	11.60
	20,000 – 40,000 บาท	127	47.60
	40,001 – 60,000 บาท	64	24.00
	60,001 – 80,000 บาท	26	9.70
	80,000 บาทขึ้นไป	19	7.10
	รวม	267	100.00

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 267 คน พบว่า

**เพศ** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 53.20 และ เพศหญิง จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 46.80

**อายุ** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 44.94 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 32.60 อายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 16.10 อายุระหว่าง 50-59 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.24 และ อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.12

**สถานภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 163 คิดเป็นร้อยละ 61.00 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 34.10 และสถานภาพหย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90

**ระดับการศึกษา** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 59.90 รองลงมาคือ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 35.60 และระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50

**อาชีพ** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 86.50 รองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 7.90 เจ้าของกิจการ-อาชีพอิสระ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.62 ไม่ได้ประกอบอาชีพใดๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.24 และ อื่นๆ เช่น ค้าขาย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.74

**รายได้เฉลี่ยต่อเดือน** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 20,001-40,000 บาท จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 47.6 รองลงมาคือรายได้ระหว่าง 40,001-60,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 รายได้น้อยกว่า 20,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 11.60 รายได้ระหว่าง 60,001-80,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 9.70 และรายได้ตั้งแต่ 80,001 บาทขึ้นไป จำนวน 19 คนคิดเป็นร้อยละ 7.10

เนื่องจากข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความถี่ของข้อมูลกระจายตัวไม่สม่ำเสมอ และบางกลุ่มมีจำนวนความถี่น้อยเกินไป ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการรวบรวมข้อมูลใหม่เพื่อให้เกิดการกระจายตัวของข้อมูลมีความสม่ำเสมอ เพื่อทำการทดสอบสมมติฐานซึ่งได้กลุ่มใหม่ดังนี้

ตาราง 5 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่จัดกลุ่มใหม่

ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>1.อายุ</b>		
20 – 29 ปี	87	32.60
30 – 39 ปี	120	44.90
40ปี ขึ้นไป	60	22.50
รวม	267	100.00
<b>2.สถานภาพ</b>		
โสด	163	61.00
ไม่โสด (สมรส / อยู่ด้วยกัน / หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่)	104	39.00
รวม	267	100.00
<b>3.ระดับการศึกษา</b>		
ปริญญาตรีและต่ำกว่า	172	64.40
สูงกว่าปริญญาตรี	95	35.60
รวม	267	100.00
<b>4.อาชีพ</b>		
พนักงานบริษัทเอกชน	231	86.50
ไม่ใช่พนักงานบริษัทเอกชน (ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ / เจ้าของกิจการ-อาชีพอิสระ / ไม่ได้ ประกอบอาชีพใดๆ / อื่นๆ เช่น ค้าขาย	36	13.50
รวม	267	100.00
<b>5.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	31	11.61
20,000 – 40,000 บาท	127	47.57
40,001 – 60,000 บาท	64	23.97
60,001 บาท ขึ้นไป	45	16.85
รวม	267	100.00

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในการจัดกลุ่มใหม่จำแนกได้ดังนี้

**อายุ** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 44.90 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 32.60 และอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50

**สถานภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 163 คิดเป็นร้อยละ 61.00 และสถานภาพไม่โสด (ผู้มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน/หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่) จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00

**ระดับการศึกษา** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและต่ำกว่า จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 64.40 และ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 35.60

**อาชีพ** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 86.50 และไม่ใช่พนักงานบริษัทเอกชน (ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/เจ้าของกิจการ-อาชีพอิสระ/ไม่ได้ประกอบอาชีพใดๆ/อื่นๆ เช่น ค้าขาย จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50

**รายได้เฉลี่ยต่อเดือน** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ระหว่าง 20,001-40,000 บาท จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 47.57 รองลงมาคือรายได้ระหว่าง 40,001-60,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 23.97 รายได้ตั้งแต่ 60,001 ขึ้นไป จำนวน 45 คนคิดเป็นร้อยละ 16.85 และรายได้น้อยกว่า 20,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 11.61

**ตอนที่ 2** การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์

การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ ด้านต่างๆ โดยนำเสนอ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้



ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน โดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

ภาพลักษณ์	บริษัทหลักทรัพย์จัดการ กองทุนโดยธนาคาร พาณิชย์			บริษัทหลักทรัพย์จัดการ กองทุนที่มีใช้โดยธนาคาร พาณิชย์		
	$\bar{X}$	S.D	ระดับ	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
1. ความสามารถในการบริหารจัดการบริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุน	3.75	0.485	ดี	3.63	0.595	ดี
2. ความมั่นคงทางด้านการเงิน	4.10	0.510	ดี	3.43	0.624	ดี
3. การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารต่อ ลูกค้าที่เป็นลูกค้าอยู่เดิมและลูกค้าใหม่	3.80	0.656	ดี	3.48	0.717	ดี
4. ช่องทางการให้บริการมีความหลากหลาย เช่นทางอินเทอร์เน็ต ทางโทรศัพท์ ทางตู้ ATM	4.03	0.709	ดี	3.07	0.742	ปานกลาง
5. การนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน เพื่อ กระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่อง	3.66	0.630	ดี	3.40	0.677	ปานกลาง
6. คู่มือการลงทุนในกองทุนต่างๆ ละเอียดถี่ ถ้วน เพื่อเป็นตัวช่วยต่อการตัดสินใจลงทุน	3.61	0.647	ดี	3.52	0.732	ดี
7. ความชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ เมื่อมีการสอบถามข้อมูล	3.40	0.654	ปานกลาง	3.43	0.664	ดี
8. ความหลากหลายของกองทุนที่เปิดไว้ สำหรับนักลงทุน	3.75	0.676	ดี	3.62	0.669	ดี
9. ผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุน	3.52	0.627	ดี	3.59	0.696	ดี
10. การตอบแทนต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น แบ่งปันผลกำไรเพื่อบริจาคให้สังคม	3.22	0.749	ปานกลาง	3.05	0.754	ปานกลาง
รวม	3.68	0.406	ดี	3.42	0.496	ดี

จากตาราง 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการพบว่ามีรายละเอียดดังนี้

1. ความมั่นคงทางการเงิน อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10
2. ช่อง-ทางการให้บริการมีความหลากหลาย เช่นทางอินเทอร์เน็ต ทางโทรศัพท์ ทางตู้ ATM อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03
3. การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารต่อลูกค้าที่เป็นลูกค้าอยู่เดิมและลูกค้าใหม่ อยู่ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80
4. ความสามารถในการบริหารจัดการบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75
5. ความหลากหลายของกองทุนที่เปิดไว้สำหรับนักลงทุน อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75
6. การนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน เพื่อกระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66
7. คู่มือการลงทุนในกองทุนต่างๆ ละเอียดยึดถ้วน เพื่อเป็นตัวช่วยต่อการตัดสินใจลงทุน อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61
8. ผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุน อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52
9. ความชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ เมื่อมีการสอบถามข้อมูล อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40
10. การตอบสนองต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่นแบ่งปันผลกำไรเพื่อบริจาคให้สังคม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.22

ส่วนภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการพบว่ามีรายละเอียดดังนี้

1. ความสามารถในการบริหารจัดการบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63
2. ความหลากหลายของกองทุนที่เปิดไว้สำหรับนักลงทุน อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62
3. ผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุน อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

4. คู่มือการลงทุนในกองทุนต่างๆ ละเอียดถี่ถ้วน เพื่อเป็นตัวช่วยต่อการตัดสินใจลงทุน อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52
  5. การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารต่อลูกค้าที่เป็นลูกค้าอยู่เดิมและลูกค้าใหม่ อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48
  6. ความมั่นคงทางด้านการเงิน อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43
  7. ความชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ เมื่อมีการสอบถามข้อมูล อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43
  8. การนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน เพื่อกระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40
  9. ช่องทางการให้บริการมีความหลากหลาย เช่นทาง อินเทอร์เน็ต ทางโทรศัพท์ ทางตู้ ATM อยู่ในระดับ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07
- การตอบสนองต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่นแบ่งปันผลกำไรเพื่อบริจาคให้สังคม อยู่ในระดับ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05

**ตอนที่ 3** การวิเคราะห์ความไว้วางใจของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์

การวิเคราะห์ความไว้วางใจของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ ด้านต่างๆ โดยนำเสนอ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปากฎผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความไว้วางใจของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน โดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์

ความไว้วางใจ	บริษัทหลักทรัพย์จัดการ กองทุนโดยธนาคาร พาณิชย์			บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์		
	$\bar{X}$	S.D	ระดับ	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงของ องค์กร	4.01	0.616	มาก	3.43	0.642	มาก
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส	3.76	0.603	มาก	3.39	0.658	ปานกลาง
3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการ กองทุน	3.63	0.595	มาก	3.49	0.645	มาก
4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมี ความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มี ความผิดพลาด	3.57	0.574	มาก	3.45	0.638	มาก
5. ความไว้วางใจในระบบความ ปลอดภัยของข้อมูล	3.68	0.654	มาก	3.33	0.727	ปานกลาง
รวม	3.73	0.479	มาก	3.42	0.578	มาก

จากตาราง 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อความไว้วางใจของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์โดยรวม มีระดับความไว้วางใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการพบว่ามียาละเอียดดังนี้

1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร มีระดับความไว้วางใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส มีระดับความไว้วางใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76
3. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล มีระดับความไว้วางใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68
4. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน มีระดับความไว้วางใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

5. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด มีระดับความไว้วางใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57

ส่วนความคิดเห็นต่อความไว้วางใจของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์โดยรวม มีความไว้วางใจระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการพบว่ามียาละเอียดดังนี้

1. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน มีระดับความไว้วางใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49

2. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด มีระดับความไว้วางใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45

3. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร มีระดับความไว้วางใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

4. ความไว้วางใจในความโปร่งใส มีระดับความไว้วางใจปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39

5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล มีระดับความไว้วางใจปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33

**ตอนที่ 4** การวิเคราะห์แนวโน้มการลงทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

การวิเคราะห์แนวโน้มการลงทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ โดยนำเสนอ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปราบกฏผลดังตารางต่อไป

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แนวโน้มการลงทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการ  
กองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์

แนวโน้มการลงทุน	บริษัทหลักทรัพย์จัดการ กองทุนโดยธนาคารพาณิชย์			บริษัทหลักทรัพย์จัดการ กองทุนที่มิใช่โดยธนาคาร พาณิชย์		
	$\bar{X}$	S.D	ระดับ	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
1. ท่านคิดว่าจะลงทุนเพิ่มในบริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุนหรือไม่	3.70	0.799	ลงทุนเพิ่ม	3.39	0.830	ไม่แน่ใจ
2. ท่านแนะนำการลงทุนในบริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุน ให้ผู้อื่น ทราบหรือไม่	3.58	0.843	แนะนำ	3.32	0.858	ไม่แน่ใจ

จากตาราง 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อแนวโน้มการลงทุนของบริษัท  
หลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ ต่อการลงทุนเพิ่มในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน มี  
แนวโน้มลงทุนเพิ่ม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และ การแนะนำการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการ  
กองทุนให้ผู้อื่นทราบ มีแนวโน้มแนะนำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อแนวโน้มการลงทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการ  
กองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ พบว่าแนวโน้มการลงทุนเพิ่มในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน มี  
แนวโน้มไม่แน่ใจว่าจะลงทุน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 และ การแนะนำการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์  
จัดการกองทุนให้ผู้อื่นทราบ มีแนวโน้มไม่แน่ใจว่าจะแนะนำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32

#### ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบสมมติฐานซึ่งมี 6 ข้อโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ดังนี้

**สมมติฐานข้อที่ 1** นักลงทุนที่มีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับ  
การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการ  
กองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน

## เพศ

**สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.1** นักลงทุนที่มีเพศแตกต่างกันมีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และมีใช้โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐาน ได้ดังนี้

$H_0$ : นักลงทุนที่มีเพศแตกต่างกันมีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และมีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักลงทุนที่มีเพศแตกต่างกันมีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และมีใช้โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้สถิติ (Independent Samples t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าแปรปรวนของข้อมูลเท่ากันทุกกลุ่มให้ทดสอบค่า t ด้วย Equal variances assumed และถ้าค่าแปรปรวนของข้อมูลไม่เท่ากันทุกกลุ่มให้ทดสอบค่า t ด้วย Equal variance not assumed

ตาราง 9 แสดงผลการเปรียบเทียบความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามเพศ

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene's test for Equality of Variances		เพศ	$\bar{X}$	S.D	t	df	Sig.
	F	Sig.						
ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์								
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร Equal variances not assumed	6.016*	0.015	ชาย หญิง	4.11 3.90	0.671 0.530	2.740**	262.068	0.007
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส Equal variances assumed	2.517	0.114	ชาย หญิง	3.82 3.70	0.670 0.512	1.640	265	0.102
3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน Equal variances assumed	0.414	0.521	ชาย หญิง	3.70 3.54	0.605 0.575	2.210*	265	0.028
4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด Equal variances assumed	0.002	0.969	ชาย หญิง	3.65 3.47	0.586 0.547	2.524*	265	0.012
5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล Equal variances assumed	0.002	0.969	ชาย หญิง	3.77 3.58	0.688 0.599	2.499*	265	0.013
รวม Equal variances assumed	0.168	0.682	ชาย หญิง	3.80 3.63	0.499 0.438	2.960**	265	0.003
ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์								
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร Equal variances not assumed	5.243*	0.023	ชาย หญิง	3.54 3.32	0.670 0.590	2.790**	265.000	0.006
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส Equal variances assumed	0.609	0.436	ชาย หญิง	3.46 3.30	0.649 0.660	2.104*	265	0.036
3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน Equal variances assumed	0.003	0.954	ชาย หญิง	3.55 3.42	0.648 0.637	1.691	265	0.092



ตาราง 9 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene's test for Equality of Variances		เพศ	$\bar{X}$	S.D	t	df	Sig.
	F	Sig.						
4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมี ความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มี ความผิดพลาด Equal variances assumed	0.184	0.668	ชาย	3.53	0.638	2.060*	265	0.040
			หญิง	3.37	0.629			
5. ความไว้วางใจในระบบความ ปลอดภัยของข้อมูล Equal variances not assumed	4.309*	0.039	ชาย	3.37	0.776	0.976	264.857	0.330
			หญิง	3.28	0.667			
รวม Equal variances not assumed	0.590	0.443	ชาย	3.488	0.584	2.169	265	0.31
			หญิง	3.336	0.562			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 9 พบว่า ความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.682 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกันมีความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ เพศชายมีความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ มากกว่าเพศหญิง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.17 และเมื่อพิจารณารายข้อ มีรายละเอียดดังนี้

1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้

แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances not assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกันมีความไว้วางใจในชื่อเสียงของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ เพศชายมีความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กรมากกว่าเพศหญิง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.21

2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส มีค่า Sig. เท่ากับ 0.114 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.102 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกันมีความไว้วางใจในความโปร่งใสของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.521 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.028 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกันมีความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุนของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ เพศชายมีความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุนมากกว่าเพศหญิง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.16

4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.969 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกันมีความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาดในบริษัทหลักหลักทรัพย์

จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ เพศชายมีความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด มากกว่าเพศหญิง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.18

5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล มีค่า Sig. เท่ากับ 0.969 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกันมีความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูลในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ เพศชายมีความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล มากกว่าเพศหญิง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.19

ส่วนความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.443 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.31 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกันมีความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายข้อ มีรายละเอียดดังนี้

6. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.023 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances not assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกันมีความไว้วางใจในชื่อเสียงของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ เพศชายมีความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กรในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ มากกว่าเพศหญิง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.22

7. ความไว้วางใจในความโปร่งใส มีค่า Sig. เท่ากับ 0.436 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.036 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกันมีความไว้วางใจในความโปร่งใสของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ เพศชายมีความไว้วางใจในความโปร่งใสในบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์มากกว่าเพศหญิง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.16

8. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.954 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.092 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกันมีความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุนของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

9. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.668 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.04 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกันมีความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาดของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ เพศชายมีความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาดในบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์มากกว่า เพศหญิง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.16

10. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล มีค่า Sig. เท่ากับ 0.039 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนใน

กลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances not assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.33 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกันมีความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูลของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.2** อายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

$H_0$ : อายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : อายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และถ้าค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 10 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน โดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอายุ

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์				
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร	0.168	2	264	0.846
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส	0.960	2	264	0.384
3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน	0.126	2	264	0.882
4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มี ความผิดพลาด	1.062	2	264	0.347
5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล	0.634	2	264	0.531
ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์				
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร	0.322	2	264	0.725
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส	1.658	2	264	0.192
3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน	3.451*	2	264	0.033
4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มี ความผิดพลาด	0.803	2	264	0.449
5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล	3.998*	2	264	0.019

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 10 ผลการทดสอบความแปรปรวนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์จำแนกตามอายุ พบว่ามีรายละเอียดดังนี้

1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.846 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. ความไว้วางใจในความโปร่งใสขององค์กร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.384 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.882 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.347 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล มีค่า Sig. เท่ากับ 0.347 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ส่วนผลการทดสอบความแปรปรวนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์จำแนกตามอายุ พบว่ามีรายละเอียดดังนี้

1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.725 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. ความไว้วางใจในความโปร่งใสขององค์กร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.192 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.033 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe test ในการทดสอบสมมติฐานต่อ

4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.449 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล มีค่า Sig. เท่ากับ 0.019 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe test ในการทดสอบสมมติฐานต่อ

ตาราง 11 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดย  
 ธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ F-test

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์						
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร	ระหว่างกลุ่ม	0.095	2	0.047	0.124	0.883
	ภายในกลุ่ม	100.872	264	0.382		
	รวม	100.966	266			
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส	ระหว่างกลุ่ม	0.724	2	0.362	0.996	0.371
	ภายในกลุ่ม	95.936	264	0.363		
	รวม	96.659	266			
3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน	ระหว่างกลุ่ม	0.188	2	0.094	0.263	0.769
	ภายในกลุ่ม	94.104	264	0.356		
	รวม	94.292	266			
4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.777	2	0.889	2.734	0.067
	ภายในกลุ่ม	85.826	264	0.325		
	รวม	87.603	266			
5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	0.902	2	0.451	1.053	0.350
	ภายในกลุ่ม	113.039	264	0.428		
	รวม	113.940	266			
ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์						
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร	ระหว่างกลุ่ม	0.464	2	0.232	0.561	0.571
	ภายในกลุ่ม	109.139	264	0.413		
	รวม	109.603	266			
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส	ระหว่างกลุ่ม	0.586	2	0.293	0.675	0.510
	ภายในกลุ่ม	114.680	264	0.434		
	รวม	115.266	266			
3. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.359	2	0.180	0.440	0.645
	ภายในกลุ่ม	107.805	264	0.408		
	รวม	108.165	266			



จากตาราง 11 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอายุ พบว่ามีรายละเอียดดังนี้

1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.883 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในชื่อเสียงของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส มีค่า Sig. เท่ากับ 0.371 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในความโปร่งใสของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.769 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.067 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาดของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล ผิดพลาด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.067 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูลของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนผลการทดสอบความแตกต่างของความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอายุ พบว่ามีรายละเอียดดังนี้

1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.571 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร ของข้อมูลของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส มีค่า Sig. เท่ากับ 0.510 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในความโปร่งใสของข้อมูลของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.645 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาดของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 12 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

ตัวแปรที่ศึกษา	Statistic	df1	df2	Sig.
ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์				
1. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน	2.437*	2	220.007	0.090
2. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล	0.100	2	254.926	0.905

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 12 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอายุ พบว่ามีรายละเอียดดังนี้

1. ความไว้วางใจในความโปร่งใส มีค่า Sig. เท่ากับ 0.090 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในความโปร่งใสของข้อมูลของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล ผิดพลาด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.905 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล ของข้อมูลของ

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.3** นักลงทุนที่มีสถานะแตกต่างกัน มีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐาน ได้ดังนี้

$H_0$ : นักลงทุนที่มีสถานะแตกต่างกันมีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักลงทุนที่มีสถานะแตกต่างกันมีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้สถิติ (Independent Samples t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าแปรปรวนของข้อมูลเท่ากันทุกกลุ่มให้ทดสอบค่า t ด้วย Equal variances assumed และถ้าค่าแปรปรวนของข้อมูลไม่เท่ากันทุกกลุ่มให้ทดสอบค่า t ด้วย Equal variance not assumed

ตาราง 13 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดย  
 ธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามสถานะ

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene's test for Equality of Variances		สถานะ	$\bar{X}$	S.D	t	df	Sig.
	F	Sig.						
ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์								
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงของ องค์กร Equal variances assumed	1.301	0.255	ไต่ด	3.99	0.653	-0.576	265	0.565
			ไม่ไต่ด	4.04	0.556			
2. ความไว้วางใจในความ โปร่งใส Equal variances not assumed	7.128**	0.008	ไต่ด	3.76	0.656	0.016	254.336	0.988
			ไม่ไต่ด	3.76	0.512			
3. ความไว้วางใจในการบริหาร จัดการกองทุน Equal variances assumed	0.556	0.456	ไต่ด	3.61	0.602	-0.539	265	0.590
			ไม่ไต่ด	3.65	0.587			
4. ความไว้วางใจในการให้ ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มี ความผิดพลาด Equal variances assumed	0.046	0.830	ไต่ด	3.57	0.577	0.178	265	0.859
			ไม่ไต่ด	3.56	0.572			
5. ความไว้วางใจในระบบความ ปลอดภัยของข้อมูล Equal variances assumed	0.026	0.873	ไต่ด	3.69	0.660	0.362	265	0.718
			ไม่ไต่ด	3.66	0.648			
รวม Equal variances assumed	2.581	0.109	ไต่ด	3.73	0.499	-0.137	265	0.891
			ไม่ไต่ด	3.73	0.448			
ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์								
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงของ องค์กร Equal variances assumed	1.172	0.280	ไต่ด	3.47	0.651	1.210	265	0.227
			ไม่ไต่ด	3.38	0.626			

ตาราง 13 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene's test for Equality of Variances		สถานะ	$\bar{X}$	S.D	t	df	Sig.
	F	Sig.						
ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์								
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส	4.451*	0.036	โสด	3.42	0.692	1.007	241.232	0.315
			ไม่โสด	3.34	0.601			
Equal variances not assumed								
3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน	0.585	0.445	โสด	3.50	0.632	0.512	265	0.609
			ไม่โสด	3.46	0.667			
Equal variances assumed								
4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด	0.407	0.524	โสด	3.47	0.651	0.419	265	0.676
			ไม่โสด	3.43	0.619			
Equal variances assumed								
5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล	0.106	0.745	โสด	3.36	0.734	0.843	265	0.400
			ไม่โสด	3.28	0.717			
Equal variances assumed								
รวม	0.001	0.977	โสด	3.44	0.584	0.910	265	0.364
			ไม่โสด	3.37	0.567			
Equal variances assumed								

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 13 พบว่า ความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.109 มากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.891 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานะต่างกันมีความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายชื่อ มีรายละเอียดดังนี้

1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.255 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.565 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานะต่างกันมีความไว้วางใจในชื่อเสียงของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส มีค่า Sig. เท่ากับ 0.008 น้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances not assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.989 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานะต่างกันมีความไว้วางใจในชื่อเสียงของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.456 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.590 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานะต่างกันมีความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุนของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.830 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ )

แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.859 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานะต่างกันมีความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาดของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล มีค่า Sig. เท่ากับ 0.873 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.718 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานะต่างกันมีความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูลของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.977 มากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.364 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานะต่างกันมีความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายชื่อ มีรายละเอียดดังนี้

1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.280 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.227 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานะต่างกันมี

ความไว้วางใจในชื่อเสียงของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส มีค่า Sig. เท่ากับ 0.036 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances not assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.315 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานะต่างกันมีความไว้วางใจในความโปร่งใส ของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.456 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.609 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานะต่างกันมีความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุนของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.524 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.676 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานะต่างกันมีความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาดของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล มีค่า Sig. เท่ากับ 0.745 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้



ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.400 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานะต่างกันมีความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูลของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.4** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐาน ได้ดังนี้

$H_0$ : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่า t โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) โดยระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prod. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าแปรปรวนของข้อมูลเท่ากันทุกกลุ่มให้ทดสอบค่า t ด้วย Equal variances assumed และถ้าค่าแปรปรวนของข้อมูลไม่เท่ากันทุกกลุ่มให้ทดสอบค่า t ด้วย Equal variances not assumed

ตาราง 14 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดย  
 ธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene's test for		ระดับ การศึกษา	$\bar{X}$	S.D	t	df	Sig.
	Equality of Variances	F Sig.						
ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์								
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงของ องค์กร Equal variances not assumed	4.126*	0.043	<=ป.ตรี >ป.ตรี	3.99 4.05	0.592 0.658	-0.791	177.342	0.430
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส Equal variances not assumed	12.287**	0.001	<=ป.ตรี >ป.ตรี	3.77 3.74	0.552 0.687	0.443	161.672	0.658
3. ความไว้วางใจในการบริหาร จัดการกองทุน Equal variances assumed	0.612	0.435	<=ป.ตรี >ป.ตรี	3.69 3.53	0.597 0.581	2.112*	265	0.036
4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูล มีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มี ความผิดพลาด Equal variances assumed	2.376	0.124	<=ป.ตรี >ป.ตรี	3.58 3.55	0.552 0.615	0.384	265	0.701
5. ความไว้วางใจในระบบความ ปลอดภัยของข้อมูล Equal variances not assumed	9.218*	0.003	<=ป.ตรี >ป.ตรี	3.70 3.65	0.603 0.740	0.507	163.531	0.613
รวม Equal variances not assumed	6.487*	0.011	<=ป.ตรี >ป.ตรี	3.74 3.70	0.445 0.536	0.635	166.077	0.527
ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์								
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงของ องค์กร Equal variances assumed	0.214	0.644	<=ป.ตรี >ป.ตรี	3.49 3.33	0.626 0.659	2.058*	265	0.041
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส Equal variances assumed	1.124	0.290	<=ป.ตรี >ป.ตรี	3.49 3.20	0.616 0.693	3.499**	265	0.001
3. ความไว้วางใจในการบริหาร จัดการกองทุน Equal variances assumed	0.762	0.383	<=ป.ตรี >ป.ตรี	3.52 3.43	0.662 0.613	1.041	265	0.299

ตาราง 14 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene's test for Equality of Variances		ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D	t	df	Sig.
	F	Sig.						
ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์								
4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูล มีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด	0.111	0.739	<=ป.ตรี	3.47	0.644	0.611	265	0.542
			>ป.ตรี	3.42	0.629			
Equal variances assumed								
5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล	3.364	0.068	<=ป.ตรี	3.38	0.736	1.757	265	0.080
			>ป.ตรี	3.22	0.702			
Equal variances assumed								
รวม	1.635	0.202	<=ป.ตรี	3.47	0.581		265	0.041
			>ป.ตรี	3.32	0.562			
Equal variances assumed								

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 14 พบว่า ความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances not assumed

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.527 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายชื่อ มีรายละเอียดดังนี้

1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.043 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances not assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.430 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความไว้วางใจในชื่อเสียงของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 น้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances not assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.658 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความไว้วางใจในชื่อเสียงของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.435 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.036 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุนของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือน้อยกว่า มีความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุนในบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์มากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.16

4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.124 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.701 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา

ที่ต่างกันมีความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาดของบริษัทหลัก  
หลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล มีค่า Sig. เท่ากับ 0.003 น้อยกว่า 0.05  
นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้  
แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances  
not assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.613 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน  
หลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมี  
ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูลของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคาร  
พาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ มี  
ค่า Sig. เท่ากับ 0.202 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง  
( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบ  
ความแตกต่างด้วย Equal variances assumed

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.041 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน  
หลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมี  
ความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน  
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือน้อยกว่า มีความ  
ไว้วางใจโดยรวมในการบริหารจัดการกองทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคาร  
พาณิชย์ มากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.15 และ  
เมื่อพิจารณารายชื่อ มีรายละเอียดดังนี้

1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.644 มากกว่า 0.05 นั่นคือ  
ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่  
แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances  
assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.041 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ  
สมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา  
ที่ต่างกันมีความไว้วางใจในชื่อเสียงของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์  
แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือน้อย

กว่า มีความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กรในบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไ้โดยธนาคารพาณิชย์ มากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.16

2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส มีค่า Sig. เท่ากับ 0.290 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความไว้วางใจในความโปร่งใส ของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไ้โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ ผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือน้อยกว่า มีความไว้วางใจในความโปร่งใส ในบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไ้โดยธนาคารพาณิชย์ มากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.26

3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.383 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.299 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุนของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไ้โดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.739 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.542 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาดของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไ้โดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล มีค่า Sig. เท่ากับ 0.068 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.080 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูลของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.5** นักลงทุนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐาน ได้ดังนี้

$H_0$ : นักลงทุนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักลงทุนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่า  $t$  โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) โดยระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prod. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าแปรปรวนของข้อมูลเท่ากันทุกกลุ่มให้ทดสอบค่า  $t$  ด้วย Equal variances assumed และถ้าค่าแปรปรวนของข้อมูลไม่เท่ากันทุกกลุ่มให้ทดสอบค่า  $t$  ด้วย Equal variances not assumed

ตาราง 15 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดย  
ธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอาชีพ

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene's test for Equality of Variances		อาชีพ	$\bar{X}$	S.D	t	df	Sig.
	F	Sig.						
ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์								
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียง ขององค์กร Equal variances assumed	0.536	0.465	พจน.เอกชน ไม่ใช้ พจน. เอกชน	4.00 4.06	0.629 0.532	- 0.463	265	0.643
2. ความไว้วางใจในความ โปร่งใส Equal variances assumed	0.952	0.330	พจน.เอกชน ไม่ใช้ พจน. เอกชน	3.77 3.72	0.616 0.513	0.407	265	0.684
3. ความไว้วางใจในการ บริหารจัดการกองทุน Equal variances assumed	0.138	0.711	พจน.เอกชน ไม่ใช้ พจน. เอกชน	3.63 3.64	0.597 0.593	- 0.105	265	0.917
4. ความไว้วางใจในการให้ ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มี ความผิดพลาด Equal variances assumed	2.472	0.117	พจน.เอกชน ไม่ใช้ พจน. เอกชน	3.55 3.67	0.579 0.535	- 1.137	265	0.256
5. ความไว้วางใจในระบบ ความปลอดภัยของข้อมูล Equal variances assumed	2.174	0.142	พจน.เอกชน ไม่ใช้ พจน. เอกชน	3.68 3.69	0.667 0.577	- 0.126	265	0.900
รวม Equal variances not assumed	5.924	0.016	พจน.เอกชน ไม่ใช้ พจน. เอกชน	3.72 3.75	0.494 0.370	- 0.430	56.446	0.669
ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์								
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียง ขององค์กร Equal variances assumed	0.026	0.871	พจน.เอกชน ไม่ใช้ พจน. เอกชน	3.43 3.44	0.642 0.652	- 0.100	265	0.920



ตาราง 15 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene's test for Equality of Variances		อาชีพ	$\bar{X}$	S.D	t	df	Sig.
	F	Sig.						
ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์								
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส	0.547	0.460	พวง.เอกชน	3.41	0.653	1.607	265	0.109
Equal variances assumed			ไม่ใช่ พวง.เอกชน	3.22	0.681			
3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน	0.006	0.939	พวง.เอกชน	3.50	0.645	0.702	265	0.484
Equal variances assumed			ไม่ใช่ พวง.เอกชน	3.42	0.649			
4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด	0.154	0.695	พวง.เอกชน	3.47	0.638	0.931	265	0.353
Equal variances assumed			ไม่ใช่ พวง.เอกชน	3.36	0.639			
5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล	0.524	0.470	พวง.เอกชน	3.34	0.727	0.672	265	0.502
Equal variances assumed			ไม่ใช่ พวง.เอกชน	3.25	0.732			
รวม	0.793	0.374	พวง.เอกชน	3.42	0.586	0.874	265	0.383
Equal variances assumed			ไม่ใช่ พวง.เอกชน	3.33	0.525			

จากตาราง 15 พบว่า ความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances not assumed

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.669 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันมีความ

ไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายชื่อ มีรายละเอียดดังนี้

1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.465 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.643 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันมีความไว้วางใจในชื่อเสียงของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส มีค่า Sig. เท่ากับ 0.330 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances not assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.684 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันมีความไว้วางใจในชื่อเสียงของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.711 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.917 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันมีความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุนของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.117 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.256 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันมีความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาดของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล มีค่า Sig. เท่ากับ 0.142 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.900 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันมีความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูลของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.374 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.383 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันมีความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายข้อ มีรายละเอียดดังนี้

1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.871 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.920 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพที่ต่างกันมีความไว้วางใจในชื่อเสียงของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส มีค่า Sig. เท่ากับ 0.460 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.109 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันมีความไว้วางใจในความโปร่งใส ของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.939 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.484 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันมีความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุนของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.695 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.353 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันมีความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาดของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล มีค่า Sig. เท่ากับ 0.470 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variances assumed ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.502 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันมี

ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูลของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.6** รายได้ต่อเดือนของนักลงทุนที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

$H_0$ : รายได้ต่อเดือนของนักลงทุนที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : รายได้ต่อเดือนของนักลงทุนที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way Analysis of Variance โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 16 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดย  
 ธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene Statistic		Homogeneity of Variances					
	F	Sig.	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์								
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงของ องค์กร	0.601	0.615	ระหว่างกลุ่ม	1.436	3	0.479	1.265	0.287
			ภายในกลุ่ม	99.530	263	0.378		
			รวม	100.966	266			
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส	0.061	0.980	ระหว่างกลุ่ม	1.542	3	0.514	1.421	0.237
			ภายในกลุ่ม	95.117	263	0.362		
			รวม	96.659	266			
3. ความไว้วางใจในการบริหาร จัดการกองทุน	0.432	0.730	ระหว่างกลุ่ม	2.242	3	0.747	2.135	0.096
			ภายในกลุ่ม	92.050	263	0.350		
			รวม	94.292	266			
4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมี ความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความ ผิดพลาด	1.392	0.245	ระหว่างกลุ่ม	0.990	3	0.330	1.002	0.393
			ภายในกลุ่ม	86.613	263	0.329		
			รวม	87.603	266			
5. ความไว้วางใจในระบบความ ปลอดภัยของข้อมูล	2.406	0.068	ระหว่างกลุ่ม	0.380	3	0.127	0.293	0.830
			ภายในกลุ่ม	113.561	263	0.432		
			รวม	113.940	266			
ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์								
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงของ องค์กร	0.675	0.568	ระหว่างกลุ่ม	0.158	3	0.053	0.126	0.945
			ภายในกลุ่ม	109.445	263	0.416		
			รวม	109.603	266			
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส	1.720	0.163	ระหว่างกลุ่ม	.337	3	0.112	0.257	0.856
			ภายในกลุ่ม	114.929	263	0.437		
			รวม	115.266	266			
3. ความไว้วางใจในการบริหาร จัดการกองทุน	0.501	0.682	ระหว่างกลุ่ม	1.935	3	0.645	1.560	0.199
			ภายในกลุ่ม	108.769	263	0.414		
			รวม	110.704	266			

ตาราง 16 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene Statistic		Homogeneity of Variances					
	F	Sig.	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์								
4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด	0.146	0.932	ระหว่างกลุ่ม	1.732	3	0.577	1.426	0.235
			ภายในกลุ่ม	106.433	263	0.405		
			รวม	108.165	266			
5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล	0.987	0.399	ระหว่างกลุ่ม	3.980	3	1.327	2.553	0.056
			ภายในกลุ่ม	136.672	263	0.520		
			รวม	140.652	266			

จากตาราง 16 ผลการทดสอบความแตกต่างของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.615 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจะใช้ค่าสถิติ One Way ANOVA ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.287 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่า รายได้ต่อเดือนของนักลงทุนที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส มีค่า Sig. เท่ากับ 0.980 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจะใช้ค่าสถิติ One Way ANOVA ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างความไว้วางใจในความโปร่งใส จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.237 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่า รายได้ต่อเดือนของนักลงทุนที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในความโปร่งใสของ

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.730 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจะใช้ค่าสถิติ One Way ANOVA ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.096 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่า รายได้ต่อเดือนของนักลงทุนที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.245 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจะใช้ค่าสถิติ One Way ANOVA ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.393 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่า รายได้ต่อเดือนของนักลงทุนที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาดของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล มีค่า Sig. เท่ากับ 0.068 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจะใช้ค่าสถิติ One Way ANOVA ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.830 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่า รายได้ต่อเดือนของนักลงทุนที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูลของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนผลการทดสอบความแตกต่างของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า



1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.568 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจะใช้ค่าสถิติ One Way ANOVA ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.945 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่า รายได้ต่อเดือนของนักลงทุนที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส มีค่า Sig. เท่ากับ 0.163 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจะใช้ค่าสถิติ One Way ANOVA ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างความไว้วางใจในความโปร่งใส จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.856 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่า รายได้ต่อเดือนของนักลงทุนที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในความโปร่งใสของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.682 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจะใช้ค่าสถิติ One Way ANOVA ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.199 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่า รายได้ต่อเดือนของนักลงทุนที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.932 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจะใช้ค่าสถิติ One Way ANOVA ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.235 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง

( $H_1$ ) แสดงว่า รายได้ต่อเดือนของนักลงทุนที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้องรวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาดของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล มีค่า Sig. เท่ากับ 0.399 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจะใช้ค่าสถิติ One Way ANOVA ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.056 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่า รายได้ต่อเดือนของนักลงทุนที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูลของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 2** ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐาน ได้ดังนี้

$H_0$ : ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์

$H_1$ : ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 17 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดย  
 ธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ที่มีต่อแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการ  
 กองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

ภาพลักษณ์	แนวโน้มการลงทุนใน บลจ.โดยธนาคารพาณิชย์			แนวโน้มการลงทุนใน บลจ.ที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์		
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2- tailed)	ระดับ ความ สัมพันธ์	Pearson Correlation (r)	Sig. (2- tailed)	ระดับ ความ สัมพันธ์
1.ความสามารถในการบริหารจัดการ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน	0.226**	0.000	ต่ำ	0.393**	0.000	ต่ำ
2.ความมั่นคงทางการเงิน	0.087	0.158	ไม่สัมพันธ์	0.417**	0.000	ปานกลาง
3.การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อ สื่อสารต่อลูกค้าที่เป็นลูกค้าอยู่เดิม และลูกค้าใหม่	0.335**	0.000	ต่ำ	0.278**	0.000	ต่ำ
4.ช่องทางการให้บริการมีความ หลากหลาย เช่นทางอินเทอร์เน็ต ทาง โทรศัพท์ ทางตู้ ATM	0.242**	0.000	ต่ำ	0.337**	0.000	ต่ำ
5.การนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน เพื่อกระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่อง	0.297**	0.000	ต่ำ	0.374**	0.000	ต่ำ
6.คู่มือการลงทุนในกองทุนต่างๆ ละเอียดถี่ถ้วน เพื่อเป็นตัวช่วยต่อการ ตัดสินใจลงทุน	0.331**	0.000	ต่ำ	0.391**	0.000	ต่ำ
7.ความชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจาก เจ้าหน้าที่ เมื่อมีการสอบถามข้อมูล	0.291**	0.000	ต่ำ	0.403**	0.000	ต่ำ
8.ความหลากหลายของกองทุนที่เปิด ไว้สำหรับนักลงทุน	0.353**	0.000	ต่ำ	0.262**	0.000	ต่ำ
9.ผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุน	0.177**	0.004	ต่ำ	0.344**	0.000	ต่ำ
10.การตอบสนองต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม เช่นแบ่งปันผลกำไรเพื่อ บริจาคให้สังคม	0.227**	0.000	ต่ำ	0.384**	0.000	ต่ำ
รวม	0.414**	0.000	ปานกลาง	0.495**	0.000	ปานกลาง

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 17 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ที่มีต่อแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ พบว่าความคิดเห็นในภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์โดยรวมมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.414 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์มีภาพลักษณ์ดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ความสามารถในการบริหารจัดการบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความสามารถในการบริหารจัดการบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.226 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าความสามารถในการบริหารจัดการบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

2. ความมั่นคงทางการเงิน พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.158 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความมั่นคงทางการเงิน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารต่อลูกค้าที่เป็นลูกค้าอยู่เดิมและลูกค้าใหม่ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารต่อลูกค้าที่เป็นลูกค้าอยู่เดิมและลูกค้าใหม่ มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.335 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารต่อลูกค้าที่เป็นลูกค้าอยู่เดิมและลูกค้าใหม่ดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

4. ช่องทางการให้บริการมีความหลากหลาย พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ช่องทางการให้บริการมีความหลากหลาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการ

ลงทุนโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.242 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าเมื่อมีช่องทางกาารให้บริการมีความหลากหลายดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

5. การนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน เพื่อกระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่อง พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน เพื่อกระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่อง มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.297 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าการนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน เพื่อกระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่องดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

6. คู่มือการลงทุนในกองทุนต่างๆ ละเอียดถี่ถ้วน เพื่อเป็นตัวช่วยต่อการตัดสินใจลงทุน พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า คู่มือการลงทุนในกองทุนต่างๆ ละเอียดถี่ถ้วน เพื่อเป็นตัวช่วยต่อการตัดสินใจลงทุน มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.331 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าคู่มือการลงทุนในกองทุนต่างๆ ละเอียดถี่ถ้วน เพื่อเป็นตัวช่วยต่อการตัดสินใจลงทุนดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

7. ความชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ เมื่อมีการสอบถามข้อมูล พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า คู่มือการลงทุนในกองทุนต่างๆ พบว่ามีค่าสัมสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.291 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าความชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ เมื่อมีการสอบถามข้อมูลดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

8. ความหลากหลายของกองทุนที่เปิดไว้สำหรับนักลงทุนพบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความหลากหลายของกองทุนที่เปิดไว้สำหรับนักลงทุนมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.353 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าความหลากหลายของกองทุนที่เปิดไว้สำหรับนักลงทุนดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

9. ผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุน พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผลตอบแทนจากการลงทุนมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.177 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุนดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

10. การตอบแทนต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่นแบ่งปันผลกำไรเพื่อบริจาคให้สังคม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การตอบแทนต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.227 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าผลตอบแทนต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

ส่วนผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ที่มีต่อแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ พบว่าความคิดเห็นในภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์โดยรวม มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.495 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์มีภาพลักษณ์ดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ความสามารถในการบริหารจัดการบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความสามารถในการบริหารจัดการบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.393 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าความสามารถในการบริหารจัดการบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

2. ความมั่นคงทางการเงิน พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความมั่นคงทางการเงิน มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.417 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าความมั่นคงทางการเงินดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับปานกลาง

3. การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารต่อลูกค้าที่เป็นลูกค้าอยู่เดิมและลูกค้าใหม่ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารต่อลูกค้าที่เป็นลูกค้าอยู่เดิมและลูกค้าใหม่ มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.278 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารต่อลูกค้าที่เป็นลูกค้าอยู่เดิมและลูกค้าใหม่ดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

4. ช่องทางการให้บริการมีความหลากหลาย พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ช่องทางการให้บริการมีความหลากหลายมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.0337 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าช่องทางการให้บริการมีความหลากหลายดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

5. การนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน เพื่อกระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่อง พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.374 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าการนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน เพื่อกระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่องดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

6. คู่มือการลงทุนในกองทุนต่างๆ ละเอียดถี่ถ้วน เพื่อเป็นตัวช่วยต่อการตัดสินใจลงทุน พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า คู่มือการลงทุนในกองทุนต่างๆ มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.391 แสดงว่า

ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าคู่มือการลงทุนในกองทุนต่างๆ ละเอียดถี่ถ้วน เพื่อเป็นตัวช่วยต่อการตัดสินใจลงทุนดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

7. ความชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ เมื่อมีการสอบถามข้อมูล พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ที่มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.403 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าความชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ เมื่อมีการสอบถามข้อมูลดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

8. ความหลากหลายของกองทุนที่เปิดไว้สำหรับนักลงทุน พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความหลากหลายของกองทุนที่เปิดไว้สำหรับนักลงทุนมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.262 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าความหลากหลายของกองทุนที่เปิดไว้สำหรับนักลงทุนดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

9. ผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุน พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผลตอบแทนจากการลงทุนมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.344 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุนดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

10. การตอบแทนต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่นแบ่งปันผลกำไรเพื่อบริจาคให้สังคม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การตอบแทนต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.384 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าผลตอบแทนต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ



**สมมติฐานข้อที่ 3** ความไว้วางใจของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน โดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐาน ได้ดังนี้

$H_0$ : ความไว้วางใจของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์

$H_1$ : ความไว้วางใจของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05



ตาราง 18 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน โดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ที่มีต่อแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

ความไว้วางใจ	แนวโน้มการลงทุนใน บลจ.โดยธนาคารพาณิชย์			แนวโน้มการลงทุนใน บลจ.ที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์		
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2- tailed)	ระดับ ความ สัมพันธ์	Pearson Correlation (r)	Sig. (2- tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียง ขององค์กร	0.304**	0.000	ต่ำ	0.416**	0.000	ปานกลาง
2. ความไว้วางใจในความ โปร่งใส	0.320**	0.000	ต่ำ	0.434**	0.000	ปานกลาง
3. ความไว้วางใจในการบริหาร จัดการกองทุน	0.349**	0.000	ต่ำ	0.411**	0.000	ปานกลาง
4. ความไว้วางใจในการให้ ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความ ผิดพลาด	0.208**	0.001	ต่ำ	0.453**	0.000	ปานกลาง
5. ความไว้วางใจในระบบ ความปลอดภัยของข้อมูล	0.284**	0.000	ต่ำ	0.340**	0.000	ต่ำ
รวม	0.373**	0.000	ต่ำ	0.468**	0.000	ปานกลาง

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 18 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ที่มีต่อแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ พบว่า ความคิดเห็นในความไว้วางใจของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์โดยรวมมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.373 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน โดยธนาคารพาณิชย์มีความไว้วางใจดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความไว้วางใจในชื่อเสียงของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.304 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กรดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

2. ความไว้วางใจในความโปร่งใสขององค์กร พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความไว้วางใจในความโปร่งใสของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.320 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าความไว้วางใจในความโปร่งใสขององค์กรดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน องค์กร พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.349 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุนดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาดของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.208 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาดดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูลของ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.373 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูลดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

ส่วนผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ที่มีต่อแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ พบว่า ความคิดเห็นในความไว้วางใจของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์โดยรวม มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.468 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์มีความไว้วางใจโดยรวมดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความไว้วางใจในชื่อเสียงของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.416 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กรดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับปานกลาง

2. ความไว้วางใจในความโปร่งใสขององค์กร พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความไว้วางใจในความโปร่งใสของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.434 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าความไว้วางใจในความโปร่งใสขององค์กรดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับปานกลาง

3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.411 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน ดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับปานกลาง

4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาดของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.453 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาดดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับปานกลาง

5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูลของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.340 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักลงทุนรายย่อยเห็นว่าความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูลดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

**สมมติฐานข้อที่ 4** ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ แตกต่างกับภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซ้โดยธนาคารพาณิชย์ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐาน ได้ดังนี้

$H_0$ : ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซ้โดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับภาพลักษณ์บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซ้โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ Paired t-test โดยเป็นการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน และการทดสอบสมมติฐานใช้ความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 19 แสดงการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์

ภาพลักษณ์	บลจ. โดย ธนาคารพาณิชย์		บลจ. ที่มีชื่อโดย ธนาคารพาณิชย์		ผลการทดสอบ สมมติฐาน		
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D	t	df	Sig.
1. ความสามารถในการบริหาร จัดการบริษัทหลักทรัพย์จัดการ กองทุน	3.75	0.485	3.63	0.595	2.581*	266	0.010
2. ความมั่นคงทางการเงิน	4.10	0.510	3.43	0.624	13.994**	266	0.000
3. การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อ สื่อสารต่อลูกค้าที่เป็นลูกค้าอยู่ เดิมและลูกค้าใหม่	3.80	0.656	3.48	0.717	5.773**	266	0.000
4. ช่องทางการให้บริการมีความ หลากหลาย เช่นทางอินเทอร์เน็ต ทางโทรศัพท์ ทางตู้ ATM	4.03	0.709	3.07	0.742	16.115**	266	0.000
5. การนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน เพื่อกระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่อง	3.66	0.630	3.40	0.677	5.672**	266	0.000
6. คู่มือการลงทุนในกองทุนต่างๆ ละเอียดถี่ถ้วน เพื่อเป็นตัวช่วยต่อ การตัดสินใจลงทุน	3.61	0.647	3.52	0.732	2.104*	266	0.036
7. ความชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจาก เจ้าหน้าที่ เมื่อมีการสอบถาม ข้อมูล	3.40	0.654	3.43	0.664	-0.620	266	0.536
8. ความหลากหลายของกองทุนที่ เปิดไว้สำหรับนักลงทุน	3.75	0.676	3.62	0.669	2.586*	266	0.010

ตาราง 19 (ต่อ)

ภาพลักษณ์	บลจ. โดย ธนาคารพาณิชย์		บลจ. ที่มีไช้โดย ธนาคารพาณิชย์		ผลการทดสอบสมมติฐาน		
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D	t	df	Sig.
9. ผลตอบแทนจากการลงทุนใน กองทุน	3.52	0.627	3.59	0.696	-1.605	266	0.110
10.การตอบแทนต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม เช่นแบ่งปันผล กำไรเพื่อบริจาคให้สังคม	3.22	0.749	3.05	0.754	3.964**	266	0.000
รวม	3.68	0.401	3.4225	0.496	8.831**	266	0.000

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 แสดงการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการ  
กองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไช้โดยธนาคารพาณิชย์ พบว่ามีค่า  
Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ ยอมรับสมมติฐานรอง  
( $H_1$ ) หมายความว่า ภาพลักษณ์โดยรวมของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์  
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ภาพลักษณ์โดยรวมของบริษัทหลักทรัพย์  
จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ ดีกว่า ภาพลักษณ์โดยรวมของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่  
มีไช้โดยธนาคารพาณิชย์และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า

1. ความสามารถในการบริหารจัดการบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน พบว่ามีค่า Sig.  
เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ )  
หมายความว่า ความสามารถในการบริหารจัดการบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนของนักลงทุนใน  
บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไช้โดย  
ธนาคารพาณิชย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ความสามารถในการ  
บริหารจัดการบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ ดีกว่า บริษัทหลักทรัพย์จัดการ  
กองทุนที่มีไช้โดยธนาคารพาณิชย์

2. ความมั่นคงทางการเงิน พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ  
ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความมั่นคงทางด้าน

การเงินในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ ความมั่นคงทางด้านการเงินของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ดีกว่าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

3. การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารต่อลูกค้าที่เป็นลูกค้าอยู่เดิมและลูกค้าใหม่ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความมั่นคงทางด้านการเงินในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารต่อลูกค้าที่เป็นลูกค้าอยู่เดิมและลูกค้าใหม่ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ดีกว่าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

4. การช่องทางกาให้บริการมีความหลากหลาย เช่นทางอินเทอร์เน็ต ทางโทรศัพท์ ทางตู้ ATM พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ช่องทางการให้บริการมีความหลากหลาย เช่นทางอินเทอร์เน็ต ทางโทรศัพท์ ทางตู้ ATM ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ ช่องทางการให้บริการมีความหลากหลาย เช่นทางอินเทอร์เน็ต ทางโทรศัพท์ ทางตู้ ATM ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ ดีกว่าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

5. การนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน เพื่อกระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่อง พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน เพื่อกระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่อง ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ การนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน เพื่อกระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่อง ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ดีกว่าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

6. คู่มือการลงทุนในกองทุนต่างๆ ละเอียดถี่ถ้วน เพื่อเป็นตัวช่วยต่อการตัดสินใจลงทุน พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.036 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าคู่มือการลงทุนในกองทุนต่างๆ ละเอียดถี่ถ้วน เพื่อเป็นตัวช่วยต่อการตัดสินใจลงทุน ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการ



กองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ คู่มือ การลงทุนในกองทุนต่างๆ ละเอียดยกเว้น เพื่อเป็นตัวช่วยต่อการตัดสินใจลงทุนของบริษัทหลักทรัพย์ จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ดีกว่าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

7. ความชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ เมื่อมีการสอบถามข้อมูล พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.536 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าความชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ เมื่อมีการสอบถามข้อมูลของบริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

8. ความหลากหลายของกองทุนที่เปิดไว้สำหรับนักลงทุน พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.010 ซึ่ง น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน เพื่อกระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่อง ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน โดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ แตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ความหลากหลายของกองทุนที่เปิดไว้สำหรับนักลงทุนของ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ ดีกว่าบริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

9. ผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุน พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.110 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่น คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าผลตอบแทนจากการ ลงทุนในกองทุน ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการ กองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

10. การตอบสนองต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่นแบ่งปันผลกำไรเพื่อบริจาคให้สังคม พบว่ามี ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ ยอมรับสมมติ ฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การตอบสนองต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผลตอบแทนจากการลงทุนใน กองทุน ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่ มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ การตอบสนองต่อ สังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ดีกว่าบริษัทหลักทรัพย์ จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

**สมมติฐานข้อที่ 5** ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกับความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไช้โดยธนาคารพาณิชย์

$H_0$ : ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไช้โดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไช้โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ Paired t-test โดยทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน และการทดสอบสมมติฐานใช้ความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 20 แสดงการเปรียบเทียบความไว้วางใจของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไช้โดยธนาคารพาณิชย์

ความไว้วางใจ	บลจ. โดยธนาคารพาณิชย์		บลจ. ที่มีไช้โดยธนาคารพาณิชย์		ผลการทดสอบสมมติฐาน		
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D	t	df	Sig.
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร	4.01	0.616	3.43	0.642	11.614**	266	0.000
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส	3.76	0.603	3.39	0.658	8.245**	266	0.000
3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน	3.63	0.595	3.49	0.645	3.345**	266	0.001
4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด	3.57	0.574	3.45	0.638	2.749**	266	0.006
5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล	3.68	0.654	3.33	0.727	7.123**	266	0.000
รวม	3.73	0.479	3.42	0.5782	8.532**	266	0.000

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01



มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด ของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ ดีกว่าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูลของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูลของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ ดีกว่าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

**สมมติฐานข้อที่ 6** แนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

$H_0$ : แนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : แนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ Paired t-test โดยเป็นการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน และการทดสอบสมมติฐานใช้ความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 21 แสดงการเปรียบเทียบแนวโน้มการลงทุนของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซ้โดยธนาคารพาณิชย์

แนวมโน้มการลงทุน	บลจ. โดย ธนาคาร พาณิชย์		บลจ. ที่มีไซ้โดย ธนาคาร พาณิชย์		ผลการทดสอบ สมมติฐาน		
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D	t	df	Sig.
1. ท่านคิดว่าจะลงทุนเพิ่มในบริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุนหรือไม่	3.70	0.799	3.39	0.830	5.883**	266	0.000
2. ท่านแนะนำการลงทุนในบริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุน ให้ผู้อื่น ทราบหรือไม่	3.58	0.843	3.32	0.858	4.821**	266	0.000

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 21 แสดงการเปรียบเทียบแนวโน้มการลงทุนของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซ้โดยธนาคารพาณิชย์สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. แนวโน้มการลงทุนเพิ่มในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีไซ้โดยธนาคารพาณิชย์พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แนวโน้มการลงทุนของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซ้โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ แนวโน้มการลงทุนของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ ดีกว่าแนวโน้มการลงทุนของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซ้โดยธนาคารพาณิชย์

2. แนวโน้มการแนะนำการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีไซ้โดยธนาคารพาณิชย์พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แนวโน้มการแนะนำการลงทุนของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซ้โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ แนวโน้มการ

แนะนำการลงทุนของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ ดีกว่าแนวโน้ม  
การแนะนำการลงทุนของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

ตาราง 22 แสดงสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน และสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
1. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน		
1.1 เพศแตกต่างกันมีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน		
บจ.โดยธนาคารพาณิชย์		
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร	t-test	สอดคล้องกับ สมมติฐาน
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส	t-test	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน
3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน	t-test	สอดคล้องกับ สมมติฐาน
4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด	t-test	สอดคล้องกับ สมมติฐาน
5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล	t-test	สอดคล้องกับ สมมติฐาน
บจ.ที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์		
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร	t-test	สอดคล้องกับ สมมติฐาน
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส	t-test	สอดคล้องกับ สมมติฐาน

ตาราง 22 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน	t-test	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน
4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด	t-test	สอดคล้องกับ สมมติฐาน
5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล	t-test	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน
1.2 อายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน บลจ.โดยธนาคารพาณิชย์		
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร	F-test	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส	F-test	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน
3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน	F-test	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน
4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด	F-test	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน
5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล	F-test	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน
บลจ.ที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์		
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร	F-test	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส	F-test	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน

ตาราง 22 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน	Brown Forsythe	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน
4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด	F-test	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน
5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล	Brown Forsythe	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน
1.3 สถานะแตกต่างกัน มีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์ จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มิใช่โดยธนาคาร พาณิชย์แตกต่างกัน บลจ.โดยธนาคารพาณิชย์		
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร	t-test	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส	t-test	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน
3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน	t-test	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน
4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่ มีความผิดพลาด	t-test	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน
5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล	t-test	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน
บลจ.ที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์		
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร	t-test	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส	t-test	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน



ตาราง 22 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน	t-test	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน
4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด	t-test	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน
5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล	t-test	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน
1.4 ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความไว้วางใจในบริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และทีมิไซโดย ธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน บลจ.โดยธนาคารพาณิชย์		
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร	t-test	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส	t-test	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน
3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน	t-test	สอดคล้องกับ สมมติฐาน
4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด	t-test	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน
5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล	t-test	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน
บลจ.ทีมิไซโดยธนาคารพาณิชย์		
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร	t-test	สอดคล้องกับ สมมติฐาน
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส	t-test	สอดคล้องกับ สมมติฐาน

ตาราง 22 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน	t-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด	t-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล	t-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.5 อาชีพแตกต่างกันมีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน บลจ.โดยธนาคารพาณิชย์		
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร	t-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส	t-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน	t-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด	t-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล	t-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
บลจ.ที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์		
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร	t-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส	t-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 22 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน	t-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด	t-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล	t-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.6 รายได้ต่อเดือนของนักลงทุนที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน บลจ.โดยธนาคารพาณิชย์		
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร	F-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส	F-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน	F-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด	F-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล	F-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
บลจ.ที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์		
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร	F-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส	F-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 22 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน	F-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด	F-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล	F-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2. ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ บจจ.โดยธนาคารพาณิชย์		
1. ความสามารถในการบริหารจัดการบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2. ความมั่นคงทางด้านการเงิน	Pearson correlation	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
3. การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารต่อลูกค้าที่เป็นลูกค้าอยู่เดิมและลูกค้าใหม่	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
4. ช่องทางการให้บริการมีความหลากหลาย เช่นทางอินเทอร์เน็ต ทางโทรศัพท์ ทางตู้ ATM	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
5. การนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน เพื่อกระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่อง	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
6. คู่มือการลงทุนในกองทุนต่างๆ ละเอียดถี่ถ้วน เพื่อเป็นตัวช่วยต่อการตัดสินใจลงทุน	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
7. ความชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ เมื่อมีการสอบถามข้อมูล	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 22 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
8. ความหลากหลายของกองทุนที่เปิดไว้สำหรับนักลงทุน	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
9. ผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุน	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
10. การตอบสนองต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น แบ่งปันผลกำไรเพื่อบริจาคให้สังคม	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
บลจ. ที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์		
1. ความสามารถในการบริหารจัดการบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2. ความมั่นคงทางการเงิน	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3. การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารต่อลูกค้าที่เป็นลูกค้าอยู่เดิมและลูกค้าใหม่	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
4. ช่องทางการให้บริการมีความหลากหลาย เช่น ทางอินเทอร์เน็ต ทางโทรศัพท์ ทางตู้ ATM	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
5. การนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน เพื่อกระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่อง	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
6. คู่มือการลงทุนในกองทุนต่างๆ ละเอียดยี่ถ้วน เพื่อเป็นตัวช่วยต่อการตัดสินใจลงทุน	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
7. ความชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ เมื่อมีการสอบถามข้อมูล	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
8. ความหลากหลายของกองทุนที่เปิดไว้สำหรับนักลงทุน	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
9. ผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุน	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 22 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
10.การตอบสนองต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่นแบ่งปันผลกำไรเพื่อบริจาคให้สังคม	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3 ความไว้วางใจของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ บลจ.โดยธนาคารพาณิชย์		
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
5.ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
บลจ.ที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์		
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 22 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
5.ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
4. ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ แตกต่างกับภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์		
1.ความสามารถในการบริหารจัดการบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.ความมั่นคงทางด้านการเงิน	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารต่อลูกค้าที่เป็นลูกค้าอยู่เดิมและลูกค้าใหม่	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.ช่องทางการให้บริการมีความหลากหลาย เช่นทางอินเทอร์เน็ต ทางโทรศัพท์ ทางตู้ ATM	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
5.การนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน เพื่อกระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่อง	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
6.คู่มือการลงทุนในกองทุนต่างๆ ละเอียดถี่ถ้วน เพื่อเป็นตัวช่วยต่อการตัดสินใจลงทุน	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
7.ความชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ เมื่อมีการสอบถามข้อมูล	Paired t-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
8.ความหลากหลายของกองทุนที่เปิดไว้สำหรับนักลงทุน	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
9.ผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุน	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
10.การตอบสนองต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่นแบ่งปันผลกำไร เพื่อบริจาคให้สังคม	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 22 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
5. ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ แตกต่างกับความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์		
1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
6. แนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ แตกต่างกับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์		
1. ท่านคิดว่าจะลงทุนเพิ่มในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนหรือไม่	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2. ท่านแนะนำการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนให้ผู้อื่นทราบหรือไม่	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน



## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่มีผลต่อความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

4. เพื่อเปรียบเทียบ ภาพลักษณ์ ความไว้วางใจ และแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน

#### ความสำคัญของการวิจัย

1. ใช้เป็นแนวทางการตัดสินใจให้กับนักลงทุนรายย่อยเลือกลงทุน ในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน

2. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนได้นำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงภาพลักษณ์ วางแผนการตลาด ที่จะส่งผลต่อความไว้วางใจ และแนวโน้มการลงทุน ของบุคคลที่รู้จักบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนหรือนักลงทุนรายย่อย

#### สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน

2. ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

3. ความไว้วางใจของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์

4. ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ แตกต่างกับภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์

5. ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ แตกต่างกับความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์

6. แนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ แตกต่างกับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์

### สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

**ตอนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และ ที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ พบว่า

**เพศ** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 53.20 และเพศหญิง จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 46.80

**อายุ** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 44.90 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 32.60 และอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50

**สถานภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 163 คิดเป็นร้อยละ 61.00 และสถานภาพไม่โสด (ผู้มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน/หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่) จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00

**ระดับการศึกษา** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและต่ำกว่า จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 64.40 และ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 35.60

**อาชีพ** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 86.50 และไม่ใช่พนักงานบริษัทเอกชน (ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/เจ้าของกิจการ-อาชีพอิสระ/ไม่ได้ประกอบอาชีพใดๆ/อื่นๆ) จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50

**รายได้เฉลี่ยต่อเดือน** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ระหว่าง 20,001-40,000 บาท จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 47.57 รองลงมาคือรายได้ระหว่าง 40,001-60,000 บาท จำนวน 64 คน

คิดเป็นร้อยละ 23.97 รายได้ตั้งแต่ 60,001 ขึ้นไป จำนวน 45 คนคิดเป็นร้อยละ 16.85 และรายได้น้อยกว่า 20,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 11.61

**ตอนที่ 2** การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์พบว่า

ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการพบว่ามีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี อันดับหนึ่ง ได้แก่ ความมั่นคงทางการเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 รองลงมาคือ ช่องทางการให้บริการมีความหลากหลาย เช่นทางอินเทอร์เน็ต ทางโทรศัพท์ ทางตู้ ATM มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารต่อลูกค้าที่เป็นลูกค้าอยู่เดิมและลูกค้าใหม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ความสามารถในการบริหารจัดการบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ความหลากหลายของกองทุนที่เปิดไว้สำหรับนักลงทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 การนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน เพื่อกระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 คู่มือการลงทุนในกองทุนต่างๆ ละเอียดถี่ถ้วน เพื่อเป็นตัวช่วยต่อการตัดสินใจลงทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52

ส่วนความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์อยู่ในระดับปานกลางคือ ความชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ เมื่อมีการสอบถามข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 และการตอบแทนต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่นแบ่งปันผลกำไรเพื่อบริจาคให้สังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22

ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการพบว่ามีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี อันดับหนึ่ง ได้แก่ ความสามารถในการบริหารจัดการบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 รองลงมาคือ ความหลากหลายของกองทุนที่เปิดไว้สำหรับนักลงทุนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 คู่มือการลงทุนในกองทุนต่างๆ ละเอียดถี่ถ้วน เพื่อเป็นตัวช่วยต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารต่อลูกค้าที่เป็นลูกค้าอยู่เดิมและลูกค้าใหม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ความมั่นคงทางการเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 และความชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ เมื่อมีการสอบถามข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

ส่วนความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์อยู่ในระดับปานกลาง อันดับหนึ่ง ได้แก่ การนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน เพื่อกระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 รองลงมาคือ ช่องทางการให้บริการมีความหลากหลาย เช่นทาง อินเทอร์เน็ต ทางโทรศัพท์ ทางตู้ ATM มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07

และการตอบสนองต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่นแบ่งปันผลกำไรเพื่อบริจาคให้สังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05

**ตอนที่ 3** การวิเคราะห์ความไว้วางใจของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์

ความคิดเห็นต่อความไว้วางใจของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ มีระดับความไว้วางใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการพบว่ามีความคิดเห็นต่อความไว้วางใจในระดับมาก อันดับหนึ่งได้แก่ ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 รองลงมาคือความไว้วางใจในความโปร่งใส มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57

ความคิดเห็นต่อความไว้วางใจของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ มีความไว้วางใจระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการพบว่ามีความคิดเห็นต่อความไว้วางใจในระดับมาก อันดับหนึ่งได้แก่ ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 รองลงมาคือ ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 และความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ส่วนความคิดเห็นต่อความไว้วางใจอยู่ในระดับปานกลาง อันดับหนึ่งได้แก่ ความไว้วางใจในความโปร่งใส มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 และความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33

**ตอนที่ 4** การวิเคราะห์แนวโน้มการลงทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์

ความคิดเห็นต่อแนวโน้มการลงทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ต่อการลงทุนเพิ่มในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน มีแนวโน้มลงทุนเพิ่ม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และ การแนะนำการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนให้ผู้อื่นทราบ มีแนวโน้มแนะนำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58

ความคิดเห็นต่อแนวโน้มการลงทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ ต่อการลงทุนเพิ่มในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน มีแนวโน้มไม่แน่ใจว่าจะลงทุน โดยมี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 และ การแนะนำการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนให้ผู้อื่นทราบ มีแนวโน้มไม่แน่ใจว่าจะแนะนำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32

#### **ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน**

**สมมติฐานข้อที่ 1** นักลงทุนที่มีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีไซ้โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน โดยจำแนกเป็นสมมติฐานย่อยๆ ดังนี้

**สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.1** นักลงทุนที่มีเพศแตกต่างกันมีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มีไซ้โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน โดยจำแนกได้ดังนี้ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกันมีความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเพศชายมีความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์มากกว่าเพศหญิง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.17 โดยจำแนกเป็นรายข้อดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกันมีความไว้วางใจในชื่อเสียงของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเพศชายมีความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กรมากกว่าเพศหญิง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.21

2. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกัน มีความไว้วางใจในความโปร่งใสของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกัน มีความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เพศชายมีความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุนมากกว่าเพศหญิง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.16

4. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกัน มีความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาดในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเพศชายมีความไว้วางใจในการให้ข้อมูล

มีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด มากกว่าเพศหญิง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.18

5. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกัน มีความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูลในบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เพศชายมีความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูล มากกว่าเพศหญิง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.19

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกันมีความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยจำแนกเป็นรายข้อดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกัน มีความไว้วางใจในชื่อเสียงของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเพศชายมีความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กรในบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ มากกว่าเพศหญิง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.22

2. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกัน มีความไว้วางใจในความโปร่งใสของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเพศชายมีความไว้วางใจในความโปร่งใสในบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์มากกว่าเพศหญิง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.16

3. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกัน มีความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุนของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกัน มีความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาดของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เพศชายมีความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาดในบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์มากกว่า เพศหญิง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.16

5. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกัน มีความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูลของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.2** อายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกันมีรายละเอียดดังนี้

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยจำแนกเป็นรายข้อดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร ความโปร่งใสของข้อมูล การให้ข้อมูลมีความถูกต้องรวดเร็วโดยไม่มีความผิดพลาด การบริหารจัดการกองทุน และระบบความปลอดภัยของข้อมูล ในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยจำแนกเป็นรายข้อดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร ความโปร่งใสของข้อมูล การให้ข้อมูลมีความถูกต้องรวดเร็วโดยไม่มีความผิดพลาด การบริหารจัดการกองทุน และระบบความปลอดภัยของข้อมูล ในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.3** นักลงทุนที่มีสถานะแตกต่างกัน มีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกันมีรายละเอียดดังนี้

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานะแตกต่างกัน มีความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยจำแนกเป็นรายข้อดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานะแตกต่างกัน มีความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร ความโปร่งใสของข้อมูล การให้ข้อมูลมีความถูกต้องรวดเร็วโดยไม่มีความผิดพลาด การบริหารจัดการกองทุน

และระบบความปลอดภัยของข้อมูล ในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานะแตกต่างกัน มีความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยจำแนกเป็นรายข้อดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานะแตกต่างกัน มีความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร ความโปร่งใสของข้อมูล การให้ข้อมูลมีความถูกต้องรวดเร็วโดยไม่มีอคติผิดพลาด การบริหารจัดการกองทุน และระบบความปลอดภัยของข้อมูล ในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.4** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน รายละเอียดดังนี้

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยจำแนกเป็นรายข้อดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร ความโปร่งใสของข้อมูล การให้ข้อมูลมีความถูกต้องรวดเร็วโดยไม่มีอคติผิดพลาด การบริหารจัดการกองทุน และระบบความปลอดภัยของข้อมูล ในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือน้อยกว่า มีความไว้วางใจโดยรวมในการบริหารจัดการกองทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์



มากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.15 โดยจำแนกเป็นรายข้อดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีความไว้วางใจในชื่อเสียงของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือน้อยกว่า มีความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กรในบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ มากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.16

2. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีความไว้วางใจในความโปร่งใส ของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือน้อยกว่า มีความไว้วางใจในความโปร่งใส ในบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ มากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.26

3. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุนของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาดของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูลของบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.5** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความไว้วางใจในบริษัทหลักหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน รายละเอียดดังนี้

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยจำแนกเป็นรายข้อดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร ความโปร่งใสของข้อมูล การให้ข้อมูลมีความถูกต้องรวดเร็วโดยไม่มีความผิดพลาด การบริหารจัดการกองทุน

และระบบความปลอดภัยของข้อมูล ในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยจำแนกเป็นรายชื่อดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร ความโปร่งใสของข้อมูล การให้ข้อมูลมีความถูกต้องรวดเร็วโดยไม่มีความผิดพลาด การบริหารจัดการกองทุน และระบบความปลอดภัยของข้อมูล ในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.6** รายได้ต่อเดือนของนักลงทุนที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน มีรายละเอียดดังนี้

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยจำแนกเป็นรายชื่อดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร ความโปร่งใสของข้อมูล การให้ข้อมูลมีความถูกต้องรวดเร็วโดยไม่มีความผิดพลาด การบริหารจัดการกองทุน และระบบความปลอดภัยของข้อมูล ในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความไว้วางใจโดยรวมในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยจำแนกเป็นรายชื่อดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร ความโปร่งใสของข้อมูล การให้ข้อมูลมีความถูกต้องรวดเร็วโดยไม่มีความผิดพลาด การบริหารจัดการ

กองทุน และระบบความปลอดภัยของข้อมูล ในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 2** ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์

ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเมื่อบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์มีภาพลักษณ์ดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับปานกลาง โดยจำแนกเป็นรายข้อดังนี้

1. ความสามารถในการบริหารจัดการบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเมื่อความสามารถในการบริหารจัดการบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

2. ความมั่นคงทางด้านการเงิน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยความมั่นคงทางด้านการเงิน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน

3. การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารต่อลูกค้าที่เป็นลูกค้าอยู่เดิมและลูกค้าใหม่มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเมื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารต่อลูกค้าที่เป็นลูกค้าอยู่เดิมและลูกค้าใหม่ดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

4. ช่องทางการให้บริการมีความหลากหลาย มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเมื่อมีช่องทางการให้บริการมีความหลากหลายดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

5. การนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน เพื่อกระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่อง มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเมื่อการนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน เพื่อกระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่องดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

6. คู่มือการลงทุนในกองทุนต่างๆ ละเอียดถี่ถ้วน เพื่อเป็นตัวช่วยต่อการตัดสินใจลงทุน มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเมื่อคู่มือการลงทุนในกองทุนต่างๆ ละเอียดถี่ถ้วน เพื่อเป็นตัวช่วยต่อการตัดสินใจลงทุนดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

7. ความชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ เมื่อมีการสอบถามข้อมูล มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเมื่อความชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ เมื่อมีการสอบถามข้อมูลดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

8. ความหลากหลายของกองทุนที่เปิดไว้สำหรับนักลงทุน มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเมื่อความหลากหลายของกองทุนที่เปิดไว้สำหรับนักลงทุนดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

9. ผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุน มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเมื่อผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุนดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

10. ตอบแทนต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่นแบ่งปันผลกำไรเพื่อบริจาคให้สังคม มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเมื่อการตอบแทนต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเมื่อบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์มีภาพลักษณ์ดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับปานกลาง โดยจำแนกเป็นรายชื่อดังนี้

1. ความสามารถในการบริหารจัดการบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเมื่อความสามารถในการบริหารจัดการบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

2. ความมั่นคงทางการเงิน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเมื่อความมั่นคงทางการเงินดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับปานกลาง

3. การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารต่อลูกค้าที่เป็นลูกค้าอยู่เดิมและลูกค้าใหม่มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเมื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารต่อลูกค้าที่เป็นลูกค้าอยู่เดิมและลูกค้าใหม่ดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

4. ช่องทางการให้บริการมีความหลากหลาย มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเมื่อช่องทางการให้บริการมีความหลากหลายดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

5. การนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน เพื่อกระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่อง มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเมื่อการนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน เพื่อกระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่องดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

6. คู่มือการลงทุนในกองทุนต่างๆ ละเอียดถี่ถ้วน เพื่อเป็นตัวช่วยต่อการตัดสินใจลงทุน มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเมื่อคู่มือการลงทุนในกองทุนต่างๆ ละเอียดถี่ถ้วน เพื่อเป็นตัวช่วยต่อการตัดสินใจลงทุนดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

7. ความชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ เมื่อมีการสอบถามข้อมูล มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเมื่อความชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ เมื่อมีการสอบถามข้อมูลดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

8. ความหลากหลายของกองทุนที่เปิดไว้สำหรับนักลงทุน มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเมื่อความหลากหลายของกองทุนที่เปิดไว้สำหรับนักลงทุนดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

9. ผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุน มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเมื่อผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุนดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

10. ตอบแทนต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่นแบ่งปันผลกำไรเพื่อบริจาคให้สังคม มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเมื่อการตอบแทนต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

**สมมติฐานข้อที่ 3** ความไว้วางใจของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน โดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ มีรายละเอียดดังนี้

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์

ความไว้วางใจของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเมื่อบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์มีความไว้วางใจดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ โดยจำแนกเป็นรายข้อดังนี้

1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเมื่อความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กรดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

2. ความไว้วางใจในความโปร่งใสขององค์กร มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเมื่อความไว้วางใจในความโปร่งใสขององค์กรดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน องค์กร มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเมื่อความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุนดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาดมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการลงทุน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเมื่อความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาดดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ



สมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเมื่อความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูลดีขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

**สมมติฐานข้อที่ 4** ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ แตกต่างกับภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์

ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ดีกว่า ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ความสามารถในการบริหารจัดการบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสามารถในการบริหารจัดการบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ดีกว่า บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์

2. ความมั่นคงทางการเงินในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยความมั่นคงทางการเงินของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ดีกว่า บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์

3. การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารต่อลูกค้าที่เป็นลูกค้าอยู่เดิมและลูกค้าใหม่ ในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 กล่าวคือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารต่อลูกค้าที่เป็นลูกค้าอยู่เดิมและลูกค้าใหม่ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ดีกว่า บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์

4. ช่องทางการให้บริการมีความหลากหลาย เช่นทางอินเทอร์เน็ต ทางโทรศัพท์ ทางตู้ ATM ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยช่องทางการให้บริการมีความหลากหลาย เช่นทางอินเทอร์เน็ต ทางโทรศัพท์ ทางตู้ ATM ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ดีกว่าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์

5. การนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน เพื่อกระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่อง ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยการนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน เพื่อกระตุ้นการขาย



อย่างต่อเนื่อง ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ดีกว่าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไช้โดยธนาคารพาณิชย์

6. คู่มือการลงทุนในกองทุนต่างๆ ละเอียดถี่ถ้วน เพื่อเป็นตัวช่วยต่อการตัดสินใจลงทุน ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไช้โดยธนาคารพาณิชย์ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยคู่มือการลงทุนในกองทุนต่างๆ ละเอียดถี่ถ้วน เพื่อเป็นตัวช่วยต่อการตัดสินใจลงทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ดีกว่าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไช้โดยธนาคารพาณิชย์

7. ความชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ เมื่อมีการสอบถามข้อมูลของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไช้โดยธนาคารพาณิชย์ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ เมื่อมีการสอบถามข้อมูลของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ แยกว่าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไช้โดยธนาคารพาณิชย์

8. การนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน เพื่อกระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่อง ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไช้โดยธนาคารพาณิชย์ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความหลากหลายของกองทุนที่เปิดไว้สำหรับนักลงทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ ดีกว่าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไช้โดยธนาคารพาณิชย์

9. ผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุน ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไช้โดยธนาคารพาณิชย์ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

10. การตอบสนองต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุน ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไช้โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยการตอบสนองต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ดีกว่าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไช้โดยธนาคารพาณิชย์

**สมมติฐานข้อที่ 5** ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ แตกต่างกับความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไช้โดยธนาคารพาณิชย์

ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กรของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไช้โดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน ที่ระดับ



แนวโน้มการลงทุนของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน 0.01 โดยแนวโน้มการลงทุนของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ ดีกว่าแนวโน้มการลงทุนของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์

แนวโน้มการแนะนำการลงทุนของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยแนวโน้มการแนะนำการลงทุนของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ ดีกว่าแนวโน้มการแนะนำการลงทุนของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์

## อภิปรายผล

### 1. ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล

ผลการศึกษการวิจัยครั้งนี้พบว่านักลงทุนรายย่อยที่ลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์มากที่สุด แยกเป็นลักษณะส่วนบุคคล คือ เพศชาย กลุ่มอายุระหว่าง 30-39 ปี สถานภาพการสมรสโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและต่ำกว่า เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ระหว่าง 20,001-40,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุดม เนตรรัตนากุล (2551) ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจ และแนวโน้มการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ของนักลงทุนรายย่อยในเขต กรุงเทพมหานครพบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-29 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน รายได้เฉลี่ย 25,001-35,000 บาท ซึ่งสาเหตุที่ไม่สอดคล้องในด้านอายุ เนื่องจากการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ทำให้ผู้ที่มีอายุมากกว่า 30-39 ไม่กล้าเสี่ยงโดยการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ เท่ากับผู้ที่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี

### 2. ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์

ผลการศึกษการวิจัยครั้งนี้พบว่านักลงทุนรายย่อยที่มีเพศ และระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีชื่อโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน

**ด้านเพศ** พบว่านักลงทุนรายย่อยที่มีเพศต่างกันมีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน โดยเพศชายให้ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ มากกว่าเพศหญิง ในทุกด้าน คือความไว้วางใจในชื่อเสียง ความโปร่งใสการบริหารจัดการกองทุน การให้ข้อมูลที่ถูกต้องรวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด และระบบความ

ปลอดภัยของข้อมูล ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับความไว้วางใจของเพศหญิงและชายในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์นั้น มีความไว้วางใจไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2546: 196) กล่าวคือ การตัดสินใจซื้อบริการใด ๆ จะมีสาเหตุหรือปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ 2 ประการ ได้แก่ การซื้อด้วยอารมณ์ และการซื้อด้วยเหตุผล ซึ่งการซื้อแบบนี้เป็นการซื้อบริการโดยการหาข้อมูลมาเปรียบเทียบก่อนที่จะตัดสินใจ เป็นลูกค้านักธุรกิจให้บริการหนึ่ง แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ว่าการใช้บริการนั้นมีความคุ้มค่าหรือไม่ การตัดสินใจแบบนี้มักพบในเพศชายมากกว่าเพศหญิง สาเหตุประการหนึ่งอาจมาจากเพศชายมีภาวะทางอารมณ์ที่ค่อนข้างคงที่และมั่นคงกว่าเพศหญิง และการลงทุนมาพร้อมกับความเสี่ยงที่ต้องระมัดระวัง จึงต้องอาศัยการตัดสินใจจากเหตุผลต่างเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

**ด้านระดับการศึกษา** พบว่า นักลงทุนรายย่อยที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน โดยนักลงทุนที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือต่ำกว่าให้ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ มากกว่านักลงทุนที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี โดยเฉพาะความไว้วางใจในชื่อเสียง ความโปร่งใส และระบบความปลอดภัยของข้อมูล กล่าวคือ นักลงทุนที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีการคำนึงถึงความไว้วางใจในทุกด้านมากกว่า นักลงทุนที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือต่ำกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุพร จรุงรังสี (2546) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปในประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความนิยมลงทุนในหุ้นสามัญที่แตกต่างกัน เนื่องมาจากระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจในการลงทุนในหลักทรัพย์แตกต่างกัน

### 3. ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์

ผลการศึกษารายการวิจัยครั้งนี้พบว่า ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์

พบว่าภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

ซึ่งจากผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิการ์ตัน อิมพ์เด็น (2549) ทำการศึกษาเรื่อง ความรู้ความเข้าใจ ทศนคติและพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุน ที่พบว่า ทศนคติของนักลงทุนในเรื่องของภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ และสอดคล้องกับองค์ประกอบของภาพลักษณ์องค์กร(Corporate Image) โดยบาริค และ ฟิลิป คอตเลอร์ (Kevin-Keller. 2007) ได้กำหนดปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรในด้านต่างๆ ว่าผู้บริโภคมองว่าภาพลักษณ์ มีผลต่อการซื้อสินค้าหรือการบริการ และกลุ่มบริษัทก็มีความสำคัญอย่างยิ่งในการทำกลยุทธ์ของตราสินค้าให้กับองค์กร และนักวิเคราะห์ตลาดเชื่อว่าภาพลักษณ์องค์กรเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มความสัมพันธ์ในการซื้อสินค้า

#### **4. ความไว้วางใจของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์**

##### **บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์**

ผลการศึกษการวิจัยครั้งนี้พบว่า ความไว้วางใจของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ได้รับความไว้วางใจจากการที่เคยเป็นลูกค้าเดิมของธนาคารพาณิชย์มาก่อนที่ จึงทำให้ลูกค้าที่จะลงทุนเกิดความไว้วางใจและไม่ลังเลที่จะลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์

##### **บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์**

ผลการศึกษการวิจัยครั้งนี้พบว่า ความไว้วางใจของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าปัจจุบัน ผู้ที่ลงทุนรายย่อยที่ต้องการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ ต้องการความเชื่อมั่นและหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจเองมากกว่าการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ ซึ่งถ้ามีการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์มากขึ้น อาจจะทำให้ได้ส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นได้

ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า สอดคล้องกับโมเดลส่วนประกอบ 2 ประการของปัจจัยที่สัมพันธ์กับความไว้วางใจในตราสินค้า (Two component model of brand trust correlates) ในแง่ของความไว้วางใจเชิงพฤติกรรมที่องค์กรต้องสร้างความซื่อสัตย์ ความเที่ยงธรรม ความบริสุทธิ์ใจที่มีนำเสนอต่อลูกค้า หรือนักลงทุน เพื่อให้ให้นักลงทุนเกิดความไว้วางใจในองค์กร ความโปร่งใสขององค์กร และในแง่ของความไว้วางใจเชิงความเข้าใจที่ว่า การที่ตราสินค้ามีอายุเป็นเวลายาวนาน ย่อมส่งผลต่อความ

ไว้วางใจในตราสินค้า อีกทั้งประสบการณ์ในการบอกต่อและ การมีจุดยืนด้านคุณภาพในการพัฒนาสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพมาโดยตลอด จนลูกค้าเกิดความไว้วางใจ โดยเมื่อองค์กรสามารถสร้างความไว้วางใจดีต่อลูกค้าจะสามารถทำให้ลูกค้า หรือนักลงทุนมีความเชื่อมั่นและมีการซื้อเพิ่ม หรือลงทุนเพิ่มมากขึ้นด้วย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุดม เนตรรัตนากุล (2551) ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจ และแนวโน้มการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ของนักลงทุนรายย่อยในเขต กรุงเทพมหานคร พบว่า ความพึงพอใจในการลงทุนซื้อขายหลักทรัพย์ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านสถานที่และทำเลที่ตั้ง และด้านกิจกรรมส่งเสริม มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มในการลงทุนซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

#### **5. ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ กับภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไช้โดยธนาคารพาณิชย์**

ผลการศึกษาการวิจัยครั้งนี้พบว่า ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ ดีกว่า ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไช้โดยธนาคารพาณิชย์เป็นส่วนใหญ่ ยกเว้น ด้านความชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ เมื่อมีการสอบถามข้อมูล และผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุน ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งการที่ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ดีกว่าทั้งนี้อาจเป็นเพราะภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์เกิดจากภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ที่ได้สร้างความคุ้นเคยเกี่ยวกับการบริการทางการเงินโดยที่สะสมมาเป็นเวลาหลายสิบปี และมีมาก่อนที่จะมีการจัดตั้งบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ดังนั้นเมื่อธนาคารพาณิชย์ได้มีการจัดตั้งบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ก็ย่อมได้รับ ความเชื่อ ความประทับใจในภาพลักษณ์ที่ดีจากประสบการณ์ที่สั่งสมอย่างยาวนานของธนาคารพาณิชย์นั้นตามมาเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชนัญญา เมฆศิลป์ (2549) ทำการศึกษาเรื่องการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการ กรณีศึกษาสายการบินนกแอร์ และสายการบินไทยแอร์เอเชีย ศึกษาเฉพาะเส้นทางบินในประเทศ ที่พบว่า ผู้โดยสารสายการบินนกแอร์มีทัศนคติที่ดีมากกว่าผู้โดยสารไทยแอร์เอเชียเรื่องสายการบินมีภาพพจน์ที่ดี

#### **6. ความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ กับความไว้วางใจในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไช้โดยธนาคารพาณิชย์**

ผลการศึกษาการวิจัยครั้งนี้พบว่าความไว้วางใจโดยรวมของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ดีกว่า บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไช้โดยธนาคารพาณิชย์ทุกด้าน ทั้งนี้ก็อาจเป็นเพราะบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์มีชื่อเสียงมาจากธนาคารพาณิชย์ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับมาเป็นเวลาหลายปี อีกทั้งฐานลูกค้าของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนส่วนมากมาจากลูกค้าเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ จึงมีความเชื่อถือต่อความไว้วางใจที่

เคยสัมผัสมาในอดีตส่งผลถึงการให้บริการในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับบทความ TRUSTY WORTHY (<http://www.designlifesaver.com>) เกี่ยวกับความไว้วางใจ ที่ว่าความไว้วางใจนับเป็นผลทางอารมณ์ความรู้สึกที่เกิดขึ้นต่อแบรนด์ที่สั่งสมมาเป็นเวลานาน เดิมความเชื่อถือมักเกิดเฉพาะกับบริษัทที่มีประวัติอันยาวนาน ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบอายุการจัดตั้งธนาคารพาณิชย์มาแล้วกว่า 100 ปี ในขณะที่การจัดตั้งบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนเพิ่งเริ่มมีหลังจากธนาคารพาณิชย์ก่อตั้งมากกว่า 40 ปี

### 7. แนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ กับแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์

ผลการศึกษาวินิจฉัยครั้งนี้พบว่า แนวโน้มการลงทุนเพิ่ม และแนวโน้มการแนะนำการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ดีกว่า บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์มีภาพลักษณ์และความไว้วางใจที่ดีกว่า จึงทำให้มีแนวโน้มต่อการเลือกลงทุนเพิ่มและการแนะนำการลงทุนเพิ่มในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิจารณ์ อิมพัฒน์ (2549) ทำการศึกษาเรื่อง ความรู้ความเข้าใจ ทศนคติและพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุน ที่พบว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ ซึ่งจะเห็นได้ว่าเมื่อนักลงทุนให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์และความไว้วางใจต่อองค์กรนั้น ย่อมส่งผลต่อความพึงพอใจและแนวโน้มการลงทุนที่นักลงทุนตัดสินใจลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ที่มีภาพลักษณ์และความไว้วางใจที่ดีกว่า บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์

### ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ ความไว้วางใจและแนวโน้มการลงทุน ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และ ที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. กลุ่มนักลงทุนรายย่อยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย กลุ่มอายุระหว่าง 30-39 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและต่ำกว่าเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ระหว่าง 20,001-40,000 บาท ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และ ที่มีไซโดยธนาคารพาณิชย์มากกว่ากลุ่มอื่นๆ ดังนั้น จึงควรวางกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว เพื่อการนำเสนอกองทุนชนิดต่างๆเพิ่มขึ้นในอนาคต

2. ด้านภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์มีข้อเสนอแนะดังนี้

2.1 บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ ควรปรับปรุงทางด้านช่องทางการให้บริการให้มีความหลากหลายขึ้น เช่น ทางอินเทอร์เน็ต ตู้ ATM เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้อำนวยความสะดวก และ ควรมีการนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน เพื่อกระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่อง โดยอาจจะทำโดยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ให้มากขึ้นเพื่อให้ผู้ลงทุนรับรู้ถึงความชำนาญ และความเชี่ยวชาญเฉพาะทางของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์

2.2 บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ ควรปรับปรุงการให้ข้อมูลให้มีความชัดเจนมากขึ้นเมื่อมีการสอบถามข้อมูล เนื่องจากการขายกองทุนต่างๆ ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์จะจัดจำหน่ายผ่านพนักงานของสถาบันการเงิน ซึ่งอาจให้ข้อมูลเชิงลึกของการลงทุนในกองทุนได้ไม่ดีเท่าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ ดังนั้น จึงควรอบรมพนักงานของสถาบันการเงินให้มีความรู้เชิงลึกของการลงทุนให้มากขึ้นเพื่อความชัดเจนต่อการให้ข้อมูลแก่นักลงทุนและผู้ที่สนใจลงทุนในกองทุน

3. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ ควรทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ถึงความเป็นตัวตนที่ชัดเจนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคาร และ แนวทางการบริหารกองทุนที่ชัดเจน หรือการถูกจัดอันดับโดยสถาบันต่างๆ ที่สามารถแสดงถึงความสามารถของตน เพื่อให้ผู้ที่สนใจลงทุนในกองทุนเกิดความไว้วางใจต่อบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์เพิ่มมากขึ้น

4. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ ควรจะมีการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการตอบสนองต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเช่น การแบ่งปันผลกำไรจากการประกอบธุรกิจนำไปบริจาคต่อผู้ยากไร้ การปรับปรุงสิ่งแวดล้อมให้มีทัศนียภาพ หรือพัฒนาชุมชนต่างๆ ให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เพื่อให้องค์กรได้รับภาพลักษณ์ที่ดีเพิ่มมากขึ้น และตรงกับแนวคิดขององค์กรในยุคปัจจุบันที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

5. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ ควรรักษาภาพลักษณ์ที่ดีไว้ และพัฒนาได้ดียิ่งขึ้น โดยมุ่งเน้นที่ ความชัดเจนในการนำเสนอข้อมูลเมื่อมีลูกค้าสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุน และเน้นการตอบสนองต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยจากผลวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ในด้านนี้ยังด้อยกว่าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์

6. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์ ควรรักษาภาพลักษณ์ที่ดีในด้านความชัดเจนของการให้ข้อมูลเมื่อมีลูกค้าสอบถามข้อมูลไว้ และควรปรับปรุงเพิ่มช่องทางการลงทุน



ให้มีมากขึ้น และนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุนให้มีความถี่เพิ่มมากขึ้น เพื่อเสริมให้ภาพลักษณ์ดีขึ้นและสามารถแข่งขันกับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ได้มากขึ้น

7. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ ควรริบเร่งสร้างความไว้วางใจให้มีความแข็งแกร่ง โดยอาจจะเริ่มจากการให้ความใส่ใจในลูกค้ารายเก่าที่เคยลงทุน เพื่อให้เกิดการบอกต่อและลูกค้าเพิ่มมากขึ้น และสามารถมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มมากขึ้นตามมา ซึ่งจากผลการวิจัยเกี่ยวกับความไว้วางใจกับแนวโน้มการลงทุนพบว่า เมื่อนักลงทุนรายย่อยมีความไว้วางใจมากขึ้น จะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้นในระดับปานกลางในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์ ซึ่งมากกว่าแนวโน้มการลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์

### ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในภาพรวม ของการลงทุนในกองทุนรวม ซึ่งไม่ได้แบ่งแยกออกเป็น กองทุนรวมตราสารหนี้ กองทุนรวมตราสารทุน กองทุนรวมผสม และกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ ดังที่มีอยู่ในตลาด ดังนั้นจึงสามารถทำการศึกษาได้โดยจำแนกตามประเภทของกองทุนที่กล่าวมาข้างบน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดมากขึ้น

ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆเพิ่ม ที่คาดว่าจะมีผลต่อแนวโน้มการลงทุน เช่น ความเสี่ยงในด้านต่างๆ ที่นักลงทุนควรคำนึงถึงก่อนการตัดสินใจลงทุน



บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- กัญญวรา โสภางชีราอิทธิ. (2551). ความพึงพอใจของนักลงทุนทั่วไปที่มีต่อการใช้บริการห้องบริการหลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- . (2546). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูศรี วงศ์รัตน. (2544). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์
- นันทรัตน์ สิงหนเดช. (2549). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนและความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน เอ็มเอฟซี จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2540). การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิภารัตน์ อิมพัฒน์. (2549). ความรู้ความเข้าใจทัศนคติและพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศิววรรณ เสรีรัตน์. (2541). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: ดวงกมลทันสมัย.
- เสริมชัย ระกำพล; และคณะ. (2543). ภาพลักษณ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในทัศนคติของชาวกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2541). การส่งเสริมการขาย. กรุงเทพฯ: บิสิเนสเวิร์ด.
- สุนิสา ประวิชัย. (2545). BU Academic Review. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุรินทร์ นิยมมางกูร. (2548). สถิติวิจัย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- สุพร จรุงรังษี (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปในประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สุภัชনীย์ จงรัชลิขิต. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อขายกองทุนรวมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- อภิญา ธารสารดิกล (2552). การเปรียบเทียบทัศนคติ พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมกาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุดม เนตรรัตนากุล. (2551). *ความพึงพอใจ และแนวโน้มการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ของนักลงทุนรายย่อยในเขต กรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- Achrol, R. (1991, October). Evolution of the marketing organization: new forms for turbulent Environments. *Journal of Marketing*. 55: 77-93.
- Altman, I.; & D.A. Taylor. (1973), *Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationships*, New York: Holt Rinehart and Wilson.
- Anderson, J.C.; & J.A. Narus. (1990, January) A model of distribution firm and manufacturer firm working partnerships. *Journal of Marketing*, 54: 42-58.
- Anderson, E.; & B. Weitz. (1989, July), Determinants of continuity in conventional industrial Channel dyads. *Marketing Science*. 8: 310-23.
- Arrow, K. (1974). *The Limits of Organisation*. New York: Norton.
- Berry, L.L. (1995, May). Relationship marketing of services: growing interest, emerging Perspectives. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 23(4): 236-245.
- Bidault, F.; & J.C. Jarillo (1997, May), Trust in economic transactions. in Bidault, F., Gomez, P.V.; & Marion, G. (Eds), *Trust = Firm and Society*, London: Macmillan.
- Crosby, L.A.; Evans, K.R.; & D. Cowles. (1990, July). Relationship quality in services selling: and interpersonal influence perspective. *Journal of Marketing*. 54: 81-93.
- Delgado, E.; & J.L. Munuera, . (2001, July). Brand trust in the context of consumer Loyalty. *European Journal of Marketing*. 35(11/12): 1238-58.
- Dwyer, F.; Schurr, P.H.; & S. Oh. (1987, April). Developing buyer-seller relationships. *Journal of Marketing*, 51: 11-27.
- Edward L. Berneys. (1961). *Your Future in Public Relation*. New York: Richard Rosen.
- Frank Jefkins. (1997). *Planned Press and Public Relation*. London: International Textbook.
- Ganesan, S. (1994, April). Determinants of long-term orientation in buyer-seller relationships. *Journal of Marketing*. 58: 1-19.

- Grayson, K.; & T. Ambler. (1999, February). The dark side of long-term relationships in marketing Services. *Journal of Marketing Research*. 36: 132-41.
- Gundlach, G.T.; & P.E. Murphy. (1993, October). Ethical and legal foundations of relational marketing Exchanges. *Journal of Marketing*. 57: 35-46.
- Jarillo, J.C. (1988, July). On strategic networks. *Strategic Management Journal*. 19: 31-41.
- Kennedy, M.S.; Ferrell, L.; & D. LeClair. (2001, May). consumer's trust of salesperson and manufacturer: an empirical study. *Journal of Business Research*. 51: 73-86.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Langerak, F. (2001, May). Effects of market orientation on the behaviors of salespersons and purchasers, channel relationships, and performance of manufacturers. *International Journal of Research in Marketing*. 18: 221-234.
- Lui, X.; & K. Wei. (2003, July). An empirical study of product differences in consumers. Ecommerce adoption behavior. *Electronic Commerce Research and Applications*. 2(3): 229-239.
- Madhok, A. (1995, May). Revisiting multinational firms. tolerance for joint ventures: a trust-based Approach. *Journal of International Business Studies*. 26(1): 117-137.
- Moorman, C.; Deshpande, R.; & G. Zaltman. (1992, August). Relationships between providers and users of market research: the dynamics of trust within and between organizations. *Journal of Marketing Research*. 29: 314-328.
- Morgan, R.M.; & S.D. Hunt. (1994, July). The commitment trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*. 58: 20-38.
- Reast, J.D. (2003). *The role of brand trust within related and unrelated brand extension activities: a consumer perspective*. unpublished PhD thesis, Leeds University Business School, Leeds University, Leeds, January.
- Scanzoni, J. (1979). Social exchange and behavioural independence. in Burgess, R.L. and Huston, T.L. (Eds), New York: Social Exchange in Developing Relations, Academic Press.
- Schlenker, B.R.; Helm, R.; & J.T. Tedeschi. (1973, March). The effects of personality and situational variables on interpersonal trust. *Journal of Personality and Social Psychology*. 25: 419-427.

Selnes, F. (1998, July). Antecedents and consequences of trust and satisfaction in buyer-seller Relationships. *European Journal of Marketing*. 32(3/4): 305-322.

Zucker, L.G. (1986, Mach). Production of trust: institutional sources of economic structure, 1840-1920. *Research in Organizational Behaviors*. 8: 53-111.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถามการวิจัย



## แบบสอบถามเพื่องานวิจัย

### เรื่อง

การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ ความไว้วางใจและแนวโน้มการลงทุน  
ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์  
และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์

### คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาวิจัย “เรื่อง การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ ความไว้วางใจและแนวโน้มการลงทุน ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการทำสารนิพนธ์ประกอบการศึกษาในระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ดังนั้น จึงขอความกรุณาจากท่าน โปรดตอบแบบสอบถามตามสภาพความจริง ซึ่งผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามไว้เป็นความลับ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วนดังต่อไปนี้

### ส่วนที่ 1: ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับข้อมูลที่เป็นจริงของท่านมากที่สุด

#### 1. เพศ

- 1. ชาย
- 2. หญิง

#### 2. อายุ

- 1. 20 – 29 ปี
- 2. 30-39 ปี
- 3. 40 – 49 ปี
- 4. 50-59 ปี
- 5. 60 ปีขึ้นไป

#### 3. สถานภาพ

- 1. โสด
- 2. สมรส/อยู่ด้วยกัน
- 3. หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่

**4. ระดับการศึกษา**

- 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
- 2. ปริญญาตรี
- 3. สูงกว่าปริญญาตรี

**5. อาชีพ**

- 1. พนักงานบริษัทเอกชน
- 2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 3. เจ้าของกิจการ-อาชีพอิสระ
- 4. ไม่ได้ประกอบอาชีพใดๆ
- 5. อื่นๆ โปรดระบุ.....

**7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน**

- 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท
- 2. 20,001-40,000 บาท
- 3. 40,001-60,000 บาท
- 4. 60,001-80,000 บาท
- 5. 80,001 บาทขึ้นไป



**ส่วนที่ 2:** แบบสอบถามเพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และ ที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

**คำชี้แจง:** กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับข้อมูลที่เป็นจริงของท่านมากที่สุด

ระดับภาพลักษณ์ของ บลจ. โดยธนาคารพาณิชย์					ประเด็น	ระดับภาพลักษณ์ของ บลจ. ที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์				
ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ไม่ดี	ไม่ได้อย่างมาก		ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ไม่ดี	ไม่ได้อย่างมาก
5	4	3	2	1		5	4	3	2	1
					1. ความสามารถในการบริหารจัดการของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน					
					2. ความมั่นคงทางการเงิน					
					3. การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารต่อลูกค้าที่เป็นลูกค้าอยู่เดิมและลูกค้าใหม่					
					4. ช่องทางการให้บริการมีความหลากหลาย เช่น ทางอินเทอร์เน็ต ทางโทรศัพท์ ทางตู้ ATM					
					5. การนำเสนอเกี่ยวกับหน่วยลงทุน เพื่อกระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่อง					
					6. คู่มือการลงทุนในกองทุนต่างๆ ละเอียดถี่ถ้วน เพื่อเป็นตัวช่วยต่อการตัดสินใจลงทุน					
					7. ความชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่เมื่อมีการสอบถามข้อมูล					
					8. ความหลากหลายของกองทุนที่เปิดไว้สำหรับนักลงทุน					
					9. ผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุน					
					10. การตอบสนองต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น แบ่งปันผลกำไรเพื่อบริจาคให้สังคม					

ส่วนที่3: แบบสอบถามเพื่อเปรียบเทียบความไว้วางใจ ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และ ที่มีใช้โดยธนาคารพาณิชย์

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับข้อมูลที่เป็นจริงของท่านมากที่สุด

ระดับความไว้วางใจของ บลจ.โดยธนาคารพาณิชย์					ประเด็น	ระดับความไว้วางใจของ บลจ.ที่มีใช้โดยธนาคาร พาณิชย์				
มากที่สุดที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5	4	3	2	1		5	4	3	2	1
					1. ความไว้วางใจในชื่อเสียงขององค์กร					
					2. ความไว้วางใจในความโปร่งใส					
					3. ความไว้วางใจในการบริหารจัดการกองทุน					
					4. ความไว้วางใจในการให้ข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว โดยไม่มีความผิดพลาด					
					5. ความไว้วางใจในระบบความปลอดภัยของ ข้อมูล					





ภาคผนวก ข

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

## รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

### รายชื่อ

### ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

1. รองศาสตราจารย์ ดร. ณิชช์ กุณิสร์  
รองประธานกรรมการบริหารหลักสูตร  
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์  
อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต





ภาคผนวก ค

หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม





## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 5730

ที่ ศธ 0519.12/4034

วันที่ 3/ สิงหาคม 2553

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวจรรยา จันทร์พุดชา นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ความไว้วางใจ และแนวโน้มการลงทุน ของบริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุน โดยธนาคารพาณิชย์ และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์” โดยมี รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุณิสร์ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ ความไว้วางใจ และแนวโน้มการลงทุน ของบริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุน โดยธนาคารพาณิชย์ และที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวจรรยา จันทร์พุดชา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



ที่ ศษ 0519.12/๕๐๓๓

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๓ / สิงหาคม 2553

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์

เนื่องด้วย นางสาวจรรยา จันทร์พุดชา นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ ความไว้วางใจ และแนวโน้มการลงทุน ของบริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุนโดยธนาคารพาณิชย์ และ ที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์” โดยมี รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ ความไว้วางใจ และแนวโน้มการลงทุน ของบริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุน โดยธนาคารพาณิชย์ และ ที่มิใช่โดยธนาคารพาณิชย์

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวจรรยา จันทร์พุดชา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2649-5067

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อนิติศาสตร์ โทรศัพท์ 086-245-0850

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์



## ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวจรียา จันทร์พุดชา
วันเดือนปีเกิด	21 พฤศจิกายน 2523
สถานที่เกิด	จังหวัดนครราชสีมา
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	29/6 หมู่ 1 หมู่บ้านเสนากรีนวิลล์ คลอง 2 ต.คูคต อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี 12130
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	ผู้จัดการ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) 3000 ถ.พหลโยธิน จอมพล จตุจักร กรุงเทพฯ 10900
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2547	อุตสาหกรรมศาสตรบัณฑิต (เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่ออุตสาหกรรม) จาก สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
พ.ศ. 2554	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ) จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ