

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เพื่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักลงทุนในกองทุน LTF
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุนในกองทุน LTF
3. เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ของนักลงทุนในกองทุน LTF
4. เพื่อศึกษาผลการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF เพื่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุน LTF ของนักลงทุน

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักลงทุน

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ นักลงทุนในกองทุน LTF มีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน แบ่งเป็น เพศหญิง จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 และเพศชาย จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 (ตารางที่ 4.1) โดยนักลงทุนทั้งหมดมีอายุระหว่าง 24-60 ปี ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 24-30 ปี จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 รองลงมาคือ นักลงทุนมีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 (ตารางที่ 4.2) ซึ่งนักลงทุนส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.25 รองลงมาคือ นักลงทุนมีการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 (ตารางที่ 4.3) ส่วนอาชีพนั้น นักลงทุนส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 รองลงมาคือ นักลงทุนส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 (ตารางที่ 4.4) ส่วนด้านสถานภาพสมรส นักลงทุนส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.25 รองลงมาคือ นักลงทุนมีสถานภาพสมรส จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 (ตารางที่ 4.5) โดยนักลงทุนส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 40,000 บาท จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 รองลงมาคือ นักลงทุนมีรายได้ต่อเดือน 120,001-160,000 บาท จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 (ตารางที่ 4.6)

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกองทุน LTF

จากการวิจัย พบว่า นักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลจากสื่อเกี่ยวกับกองทุน LTF ก่อนตัดสินใจลงทุน จากสื่อประเภทต่างๆ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชน ซึ่งพบว่า นักลงทุนเปิดรับสื่อทุกประเภทในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.64 เมื่อพิจารณาสื่อเป็นรายประเภทแล้ว พบว่า นักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ก่อนตัดสินใจลงทุน จากสื่อเฉพาะกิจ มากที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.66 รองลงมาคือ สื่อบุคคล และสื่อมวลชน อยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.64 และ 1.62 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.14)

โดยหากพิจารณาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับกองทุน LTF ก่อนการตัดสินใจลงทุนในกองทุน LTF จากสื่อเฉพาะกิจ ซึ่งเป็นสื่อที่นักลงทุนเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ก่อนตัดสินใจลงทุน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางนั้น เมื่อพิจารณาสื่อเฉพาะกิจเป็นรายประเภทแล้ว นักลงทุนเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับกองทุน LTF จากการเข้าร่วมงาน Mutual Fund Fair มากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.89 รองลงมาคือ จากการเข้าร่วมงาน Money Expo กรุงเทพฯ และงาน Set in the city ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.83 และ 1.71 ตามลำดับ โดยเปิดรับในระดับปานกลาง ในขณะที่การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับกองทุน LTF จากสื่อเฉพาะกิจ จากโปสเตอร์ (Poster) น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.39 โดยเปิดรับในระดับน้อย (ตารางที่ 4.10)

ส่วนการเปิดรับสื่อบุคคล พบว่า นักลงทุนเปิดรับข้อมูลจากสื่อบุคคลเกี่ยวกับกองทุน LTF ก่อนตัดสินใจลงทุน โดยรวมอยู่ในระดับน้อยนั้น เมื่อพิจารณาสื่อบุคคลเป็นรายประเภทแล้ว พบว่า นักลงทุนเปิดรับข้อมูลจากสื่อบุคคลเกี่ยวกับกองทุน LTF ก่อนตัดสินใจลงทุน จากพนักงานธนาคารมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.94 โดยเปิดรับระดับปานกลาง รองลงมาคือ จากเจ้าหน้าที่การตลาดของ บลจ. หรือบริษัทหลักทรัพย์ที่เป็นตัวแทน และเพื่อน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.78 และ 1.69 ตามลำดับ โดยเปิดรับในระดับปานกลาง ในขณะที่นักลงทุนเปิดรับข้อมูลจากสื่อบุคคลเกี่ยวกับกองทุน LTF ก่อนตัดสินใจลงทุน จากผู้บังคับบัญชาในองค์กร น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.57 โดยเปิดรับในระดับน้อย (ตารางที่ 4.8)

ด้านการเปิดรับสื่อมวลชน พบว่า นักลงทุนเปิดรับข้อมูลจากสื่อมวลชนเกี่ยวกับกองทุน LTF ก่อนตัดสินใจลงทุน โดยรวมอยู่ในระดับน้อยนั้น (ตารางที่ 4.13) เมื่อพิจารณาจากสื่อมวลชนเป็นรายประเภทแล้ว พบว่า นักลงทุนเปิดรับข้อมูลจากสื่อมวลชนทุกประเภทอยู่ในระดับน้อย เรียงตามลำดับ คือ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต วิทยุ ในขณะที่เปิดรับจากนิตยสาร/วารสาร น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.71, 1.68, 1.67, 1.67 และ 1.66 ตามลำดับ

โดยหากพิจารณาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับกองทุน LTF ก่อนการตัดสินใจลงทุนในกองทุน LTF จากสื่อมวลชนโดยพิจารณาสื่อมวลชนเป็นรายประเภท (ตารางที่ 4.12) เรียงลำดับตามระดับการเปิดรับ พบว่า นักลงทุนเปิดรับข้อมูลจากสื่อมวลชนเกี่ยวกับกองทุน LTF ก่อนตัดสินใจลงทุน ประเภทหนังสือพิมพ์ อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.71 โดยเปิดรับจากบทความ/คอลัมน์เกี่ยวกับการลงทุนในหนังสือพิมพ์มากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.75 โดยเปิดรับอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ นักลงทุนเปิดรับข่าวเศรษฐกิจและการลงทุน และโฆษณากองทุน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.71 และ 1.70 ตามลำดับ โดยเปิดรับอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนโทรทัศน์นั้น พบว่า นักลงทุนเปิดรับข้อมูลจากสื่อมวลชนเกี่ยวกับกองทุน LTF ก่อนตัดสินใจลงทุน ประเภทโทรทัศน์ อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.68 โดยเปิดรับข่าวเศรษฐกิจและการลงทุนในโทรทัศน์มากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.82 โดยเปิดรับอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ รายการวิเคราะห์เศรษฐกิจและการลงทุน และโฆษณากองทุน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.64 และ 1.59 ตามลำดับ โดยเปิดรับอยู่ในระดับน้อย

ส่วนอินเทอร์เน็ตนั้น พบว่า นักลงทุนเปิดรับข้อมูลจากสื่อมวลชนเกี่ยวกับกองทุน LTF ก่อนตัดสินใจลงทุน ประเภทอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.67 โดยเปิดรับกระทู้สนทนาเกี่ยวกับการลงทุนในอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.75 โดยเปิดรับอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ ข่าวเศรษฐกิจและการลงทุน และโฆษณากองทุน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.69 และ 1.60 ตามลำดับ โดยเปิดรับอยู่ในระดับปานกลางและระดับน้อย ตามลำดับ

ส่วนวิทยุ นั้น พบว่า นักลงทุนเปิดรับข้อมูลจากสื่อมวลชนเกี่ยวกับกองทุน LTF ก่อนตัดสินใจลงทุน ประเภทวิทยุ อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.67 โดยเปิดรับโฆษณากองทุนในวิทยุมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.71 โดยเปิดรับอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ ข่าวเศรษฐกิจและการลงทุน และรายการวิเคราะห์และการลงทุน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.70 และ 1.66 ตามลำดับ โดยเปิดรับอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนนิตยสาร/วารสารนั้น พบว่า นักลงทุนเปิดรับข้อมูลจากสื่อมวลชนเกี่ยวกับกองทุน LTF ก่อนตัดสินใจลงทุน ประเภทนิตยสาร/วารสาร อยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.66 โดยเปิดรับบทความ/คอลัมน์เกี่ยวกับการลงทุนในนิตยสาร/วารสารมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.73 โดยเปิดรับอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ โฆษณากองทุน และข่าวเศรษฐกิจและการลงทุน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.68 และ 1.63 ตามลำดับ โดยเปิดรับอยู่ในระดับปานกลาง และระดับน้อย ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การรับรู้ในรายละเอียดหรือเนื้อหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับกองทุน LTF

จากการวิจัยพบว่า นักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจรายละเอียดหรือเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ที่ถูกต้อง อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 84.75 (ตารางที่ 4.16) กล่าวคือ นักลงทุนส่วนใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความรู้ความเข้าใจรายละเอียดหรือเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ในประเด็นที่ถูกต้องมากที่สุด คือ เงื่อนไขเงินลงทุนต้องลงทุนใน LTF ไว้อย่างน้อย 5 ปีปฏิทิน โดยมีนักลงทุนที่เข้าใจถูกต้อง จำนวนมากถึง 382 คน ร้อยละ 95.50 ประเด็นรองลงมาคือ เงินลงทุนในกองทุน LTF นำไปหักลดหย่อนภาษีไม่ได้ มีนักลงทุนที่เข้าใจถูกต้อง จำนวนถึง 366 คน ร้อยละ 91.50 ในขณะที่ประเด็นที่นักลงทุนเข้าใจรายละเอียดหรือเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ที่ถูกต้องน้อยที่สุด คือ คณะรัฐมนตรีมีมติให้เพิ่มวงเงินลงทุนในกองทุน LTF สามารถหักลดหย่อนสูงสุด 1,000,000 บาทต่อปี มีนักลงทุนที่เข้าใจถูกต้อง เพียงจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.75 (ตารางที่ 4.15)

สำหรับการรับรู้รายละเอียดหรือเนื้อหาข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกองทุน LTF จากสื่อต่างๆ (ตารางที่ 4.20) นั้น พบว่า นักลงทุนได้รับข้อมูลข่าวสารในเรื่องสิทธิประโยชน์ทางภาษีและเงื่อนไขการลงทุนในกองทุน LTF และเรื่องลักษณะของกองทุน LTF จากสื่อบุคคล มากที่สุด รองลงมาคือ ได้รับจากสื่อเฉพาะกิจ ส่วนเรื่องกิจกรรมและข่าวสารต่างๆ ของกองทุน LTF ได้แก่ เรื่องบุญกิจกรรมของ บลจ. และหน่วยงานของตลาดหลักทรัพย์ฯ งานสัมมนาเรื่องกองทุน RMF-LTF “โครงการให้เงินทำงานผ่านกองทุนรวม” และ “โครงการ Let's active our LTF” นั้น นักลงทุนส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ มากที่สุด รองลงมาคือ ได้รับจากสื่อมวลชน

หากแยกพิจารณาเป็นสื่อรายประเภทแล้ว พบว่า การรับรู้รายละเอียดหรือเนื้อหาข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกองทุน LTF จากสื่อบุคคลของนักลงทุนในกองทุน LTF นั้น (ตารางที่ 4.17) พบว่า รายละเอียดหรือเนื้อหาข่าวสารต่างๆ ทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกองทุน LTF ได้แก่ สิทธิประโยชน์และเงื่อนไขทางภาษีของกองทุน LTF ลักษณะของกองทุนของกองทุน LTF และข่าวสารและกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับกองทุน LTF โดยนักลงทุนส่วนใหญ่ได้รับจากเจ้าหน้าที่การตลาดของบลจ.หรือหรือบริษัทหลักทรัพย์ที่เป็นตัวแทน มากที่สุด รองลงมาคือ จากพนักงานธนาคาร และเพื่อน ตามลำดับ

ส่วนการรับรู้รายละเอียดหรือเนื้อหาข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกองทุน LTF จากสื่อเฉพาะกิจนั้น (ตารางที่ 4.18) พบว่า รายละเอียดหรือเนื้อหาเรื่องสิทธิประโยชน์และเงื่อนไขทางภาษี พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่ได้รับจากหนังสือชี้ชวน (Prospectus) มากที่สุด รองลงมาคือ ได้รับ

จากแผ่นพับ (Leaflet) และ ได้รับจากการเข้าร่วมงาน Mutual Fund Fair ตามลำดับ ส่วนรายละเอียดหรือเนื้อหาเรื่องลักษณะของกองทุน LTF พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่ได้รับจากหนังสือชี้ชวน (Prospectus) มากที่สุด รองลงมาคือ ได้รับจากแผ่นพับ (Leaflet) และข้อมูลสำคัญการลงทุน (Fund Fact Sheet) ตามลำดับ ส่วนรายละเอียดหรือเนื้อหาเรื่องข่าวสารและกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับกองทุน LTF พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารจากการเข้าร่วมงาน Mutual Fund Fair มากที่สุด รองลงมา คือ ได้รับจากการเข้าร่วมงาน Set in the city และงาน Money Expo กรุงเทพฯ ตามลำดับ

ส่วนการรับรู้รายละเอียดหรือเนื้อหาข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกองทุน LTF จากสื่อมวลชนของนักลงทุนในกองทุน LTF นั้น (ตารางที่ 4.19) พบว่า รายละเอียดหรือเนื้อหาเรื่องสิทธิประโยชน์และเงื่อนไขทางภาษี พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต มากที่สุด รองลงมาคือ ได้รับจากโทรทัศน์ และ หนังสือพิมพ์ ตามลำดับ ส่วนรายละเอียดหรือเนื้อหาเรื่องลักษณะของกองทุน LTF พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต มากที่สุด รองลงมาคือ ได้รับจากหนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์ ตามลำดับ ส่วนรายละเอียดหรือเนื้อหาเรื่องข่าวสารและกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับกองทุน LTF พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต มากที่สุด รองลงมาคือ ได้รับจากโทรทัศน์ และ หนังสือพิมพ์ ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การตัดสินใจลงทุนในกองทุน LTF

นักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีเหตุผลสำคัญที่สุดในการตัดสินใจลงทุนในกองทุน LTF ของ คือ การลงทุนในกองทุน LTF แล้วสามารถหักลดหย่อนภาษีได้ จำนวนถึง 373 คน คิดเป็นร้อยละ 93.25 และเหตุผลที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุน LTF รองลงมาโดยเรียงตามลำดับความสำคัญ คือ ลงทุนไว้เพียง 5 ปีปฏิทิน ก็สามารถขายคืนได้ และเหตุผลที่ถือเป็นทางเลือกในการออมเงินและการลงทุน นอกจากการฝากเงินในธนาคาร จำนวน 359 คน และจำนวน 297 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 89.75 และร้อยละ 74.25 ตามลำดับ ในขณะที่เหตุผลที่สามารถลดความเสี่ยงในหุ้นจากการลงทุนในกองทุน LTF ที่ลงทุนในตราสารอื่นด้วย ไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุน LTF (ตารางที่ 4.21)

ส่วนลักษณะการลงทุนในกองทุน LTF พบว่า นักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุน LTF แต่ละครั้งต่ำกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 59.00 รองลงมาคือลงทุนในกองทุน LTF จำนวน 150,001 - 200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.50 (ตารางที่ 4.22) โดยส่วนใหญ่

ลงทุนในกองทุน LTF จำนวนเงินต่ำกว่า 50,000 บาทต่อปี คิดเป็นร้อยละ 51.75 รองลงมาคือ ลงทุนในกองทุน LTF จำนวน 150,001 - 200,000 บาทต่อปี คิดเป็นร้อยละ 17.25 (ตารางที่ 4.23) และนักลงทุนส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุน LTF มาแล้ว 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.75 รองลงมาคือ ลงทุนในกองทุน LTF มาแล้ว 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.75 (ตารางที่ 4.24) และนักลงทุนส่วนใหญ่ลงทุนกองทุน LTF ใน บลจ. เพียง 1 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 50.50 รองลงมาคือ ลงทุนกองทุน LTF ใน บลจ. 2-3 แห่ง (ตารางที่ 4.25) นักลงทุนส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุน LTF จำนวน 2-3 กองทุน คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมา คือ จะลงทุนในกองทุน LTF เพียง 1 กองทุน คิดเป็นร้อยละ 29.75 (ตารางที่ 4.26) และนักลงทุนส่วนใหญ่ลงทุนกองทุนรวมประเภทอื่นนอกเหนือจากกองทุน LTF คือ ลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมาคือ กองทุนรวมตราสารหนี้ คิดเป็นร้อยละ 47.25 (ตารางที่ 4.27) ส่วนการลงทุนของนักลงทุนในอนาคตในกองทุน LTF นั้น นักลงทุนส่วนใหญ่คาดว่าจะลงทุนในกองทุน LTF ต่อเนื่องในปีต่อไป คิดเป็นร้อยละ 90.75 และไม่ลงทุนต่อเพียงร้อยละ 9.25 (ตารางที่ 4.28) และหากลงทุนในกองทุน LTF ในปีต่อไป นักลงทุนส่วนใหญ่ยังไม่แน่ใจว่าจะลงทุนในกองทุน LTF กองทุนเดิมที่ลงทุนแล้ว คิดเป็นร้อยละ 37.7 และจะลงทุนต่อในกองทุน LTF เดิมที่ลงทุนอยู่แล้วในสัดส่วนใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 37.50 และจะพิจารณาเลือกลงทุนในกองทุน LTF กองทุนใหม่ คิดเป็นร้อยละ 24.75 (ตารางที่ 4.29)

ตอนที่ 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์นั้น ปรากฏผลดังต่อไปนี้

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ที่ว่า “ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุนในกองทุน LTF แตกต่างกัน” (ตารางที่ 4.30–4.53) ผลปรากฏว่า เพศ อายุ อาชีพ และสถานภาพสมรสนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ของนักลงทุนในกองทุน LTF แต่การวิจัยพบว่า ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ของนักลงทุนในกองทุน LTF โดยการวิจัยปรากฏผลดังนี้

ด้านระดับการศึกษาของนักลงทุนในกองทุน LTF พบว่า ระดับการศึกษาของนักลงทุนในกองทุน LTF ที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุนในกองทุน LTF แตกต่างกัน (สมมติฐานที่ 1.3, ตารางที่ 4.38) กล่าวคือ โดยรวมแล้ว นักลงทุนที่มีการศึกษาในระดับปริญญาโท จะมีการเปิดรับสื่อก่อนการตัดสินใจลงทุนในกองทุน LTF มากกว่านักลงทุนที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี นอกจากนี้ จากผลการวิจัยในสื่อแต่ละประเภทแล้วพบว่า ระดับการศึกษาของนักลงทุนในกองทุน LTF ที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของนักลงทุนใน

กองทุน LTF แตกต่างกัน (สมมติฐานที่ 1.3.3, ตารางที่ 4.41) โดยนักลงทุนที่มีการศึกษาในระดับปริญญาโท มีการเปิดรับสื่อมวลชนในกองทุน LTF มากกว่านักลงทุนที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ทั้งนี้ ยังพบอีกว่า นักลงทุนที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีการเปิดรับสื่อมวลชนในกองทุน LTF มากกว่า นักลงทุนที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี

ด้านรายได้ต่อเดือนของนักลงทุนในกองทุน LTF จากผลการวิจัยพบว่า รายได้ต่อเดือนของนักลงทุนในกองทุน LTF ที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุนในกองทุน LTF แตกต่างกัน (สมมติฐานที่ 1.6, ตารางที่ 4.50) กล่าวคือ นักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001-160,000 บาท มีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกองทุน LTF โดยรวมแล้ว มากกว่านักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 40,000 บาท นอกจากนี้ จากผลการวิจัยในสื่อแต่ละประเภทแล้วพบว่า รายได้ต่อเดือนของนักลงทุนในกองทุน LTF ที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลของนักลงทุนในกองทุน LTF แตกต่างกัน (สมมติฐานที่ 1.6.1, ตารางที่ 4.51) กล่าวคือ นักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 80,001-120,000 บาท รายได้ต่อเดือน 120,001-160,000 บาท และรายได้ต่อเดือนมากกว่า 160,000 บาท มีการเปิดรับสื่อบุคคลในกองทุน LTF มากกว่านักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 40,000 บาท อีกทั้งยังพบว่า รายได้ต่อเดือนของนักลงทุนในกองทุน LTF ที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของนักลงทุนในกองทุน LTF แตกต่างกัน (สมมติฐานที่ 1.6.3, ตารางที่ 4.53) กล่าวคือ นักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 80,001-160,000 บาท มีการเปิดรับสื่อมวลชนในกองทุน LTF มากกว่านักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 40,000 บาท และสำหรับนักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 80,001-120,000 บาท มีการเปิดรับสื่อมวลชนในกองทุน LTF มากกว่านักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001-80,000 บาท

ส่วนการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ที่ว่า “ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ของนักลงทุนแตกต่างกัน” (ตารางที่ 4.54–4.59) พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้ต่อเดือนของนักลงทุน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ของนักลงทุนไม่แตกต่างกัน

ส่วนการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ที่ว่า “พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุนในกองทุน LTF มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ของนักลงทุน” (ตารางที่ 4.60–4.63) พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุนในกองทุน LTF มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ของนักลงทุน นอกจากนี้ จากผลการวิจัยในสื่อแต่ละประเภท จะพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อทุกประเภท ทั้งสื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชน ของนักลงทุนใน

กองทุน LTF ล้วนมีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ของนักลงทุนทั้งสิ้น กล่าวคือ การทดสอบสมมติฐานที่ 3.1 (ตารางที่ 4.60) พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลของนักลงทุนในกองทุน LTF โดยภาพรวม มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ของนักลงทุน โดยหากพิจารณาสื่อบุคคลแต่ละประเภทแล้ว พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเจ้าหน้าที่การตลาดของ บลจ. หรือบริษัทหลักทรัพย์ที่เป็นตัวแทน เพื่อน และญาติ (พ่อแม่ พี่น้อง) มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ของนักลงทุน ส่วนการทดสอบสมมติฐานที่ 3.2 (ตารางที่ 4.61) พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของนักลงทุนในกองทุน LTF โดยภาพรวม มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ของนักลงทุน โดยหากพิจารณาสื่อเฉพาะกิจแต่ละประเภท พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF จากแผ่นพับ (Leaflet) โบปปลิว (Flyer) และหนังสือชี้ชวน (Prospectus) มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ของนักลงทุน นอกจากนี้ การทดสอบสมมติฐานที่ 3.3 (ตารางที่ 4.62) พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของนักลงทุนในกองทุน LTF โดยภาพรวม มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ของนักลงทุน โดยหากพิจารณาสื่อมวลชนแต่ละประเภท พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF จากหนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ของนักลงทุน การทดสอบสมมติฐานที่ 3.4 (ตารางที่ 4.63) พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุนในกองทุน LTF โดยภาพรวม มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF เพื่อการตัดสินใจของนักลงทุน

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร” นี้ สามารถนำมาอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย คือ นักลงทุนที่มาร่วมในงาน “RMF-LTF ลดหย่อนภาษีหน้าที่สุดท้าย 2008” ระหว่างวันที่ 20-21 ธันวาคม 2551 ณ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นนักลงทุนที่ลงทุนในกองทุน LTF อยู่แล้ว โดยสำรวจนักลงทุนในกองทุน LTF จำนวนทั้งสิ้น 400 คน แบ่งเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย คือ เพศหญิง จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 และเพศชาย จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 โดยนักลงทุนอยู่ในวัยทำงาน คือ มีอายุระหว่าง 24-60 ปี ซึ่งส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 24-30 ปี จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมาคือ นัก

ลงทุนมีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 นั่นคือ นักลงทุนส่วนใหญ่อยู่ในวัยเริ่มทำงาน ส่วนใหญ่จึงมีสถานภาพโสด เป็นจำนวนถึง 245 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 61.3 แต่กระจายในกลุ่มของวัยกลางคนที่ส่วนใหญ่จะมีสถานภาพสมรส อีกจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 ทั้งนี้ นักลงทุนส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 40,000 บาท จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาคือ นักลงทุนมีรายได้ต่อเดือน 120,001-160,000 บาท จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 นอกจากนี้ เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่มีการแข่งขันทางธุรกิจกันในส่วนที่สูง ทำให้ นักลงทุนส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวนถึง 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 และ นักลงทุนส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีซึ่งถือเป็นมาตรฐานการศึกษาโดยทั่วไปของคน กรุงเทพมหานคร จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 รองลงมาคือ นักลงทุนมีการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 สอดคล้องกับงานวิจัยของตรีทิพ หวังมิ่งมาศ และคณะ (2550) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุน RMF ของประชากรที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด

ด้านการเปิดรับสื่อโดยภาพรวมนั้น พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลจากสื่อเกี่ยวกับกองทุน LTF ก่อนตัดสินใจลงทุน อยู่ในระดับน้อย แต่เมื่อพิจารณาสื่อเป็นรายประเภทแล้วพบว่า นักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ก่อนตัดสินใจลงทุน จากสื่อเฉพาะกิจมากที่สุด โดยเปิดรับอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ สื่อบุคคล และสื่อมวลชน อยู่ในระดับน้อย เนื่องจากสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่แสดงรายละเอียดหรือเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ตามที่นักลงทุนต้องได้อย่างชัดเจน มีความคงทนถาวร และสามารถเก็บไว้ค้นคว้าอ้างอิง เผยแพร่ไปยังผู้อื่น และใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนต่อไปในอนาคตได้อีกด้วย ดังนั้นนักลงทุนจึงเลือกเปิดรับสื่อนี้มากกว่าสื่อบุคคล และสื่อมวลชน ซึ่ง วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm, 1973, p. 121-122 อ้างใน สุริภรณ ผดุงจรัสเสถียร, 2543, น. 16) กล่าวถึง องค์ประกอบในด้านต่างๆ ของการเลือกเปิดรับสารของผู้รับสาร เกี่ยวกับการประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร เนื่องจากบุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อสนองความต้องการของตน การประเมินข่าวสารจะช่วยให้ผู้รับสารได้เรียนรู้ว่า แต่ละข่าวสารมีประโยชน์แตกต่างกัน จึงส่งผลต่อรูปแบบการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน ซึ่งเมื่อพิจารณาสื่อเฉพาะกิจเป็นรายประเภทแล้ว การวิจัยนี้พบว่า นักลงทุนเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับกองทุน LTF จากสื่อเฉพาะกิจก่อนตัดสินใจลงทุน ในระดับปานกลาง จากการเข้าร่วมการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน ได้แก่ งาน Mutual Fund Fair งาน Money Expo กรุงเทพฯ และงาน Set in the city สอดคล้องกับ สะอาด ตันตคุภผล (อ้างใน พรทิพย์ พิมลสินธุ์,

2531, น. 37) ที่ว่า การจัดงานเพื่อประชาสัมพันธ์ มีข้อดีคือ สามารถดึงดูดความสนใจและความเข้าใจ ด้วยสี แสง และบรรยากาศ ชักชวนให้นักลงทุนมีส่วนร่วมได้เป็นอย่างดี ให้ความรู้และสนองความอยากรู้อยากเห็นของนักลงทุน การจัดกิจกรรมเหล่านี้จึงทำให้นักลงทุนสนใจลงทุนมากขึ้น อีกทั้งยังมีโอกาสก่อให้เกิดการตัดสินใจลงทุนภายในงานหรือกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับการลงทุนได้ โดยเฉพาะกิจกรรมที่เกี่ยวกับกองทุนรวม หรือเน้นการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกองทุน LTF โดยเฉพาะ คือ งาน Mutual Fund Fair ซึ่งเป็นงานที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ร่วมกับสมาคมบริษัทจัดการลงทุน และ บลจ. ต่างๆ จัดขึ้นเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการลงทุนในกองทุน โดยเฉพาะการให้ความรู้ด้านการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อใช้ในการลดหย่อนภาษี ไม่ว่าจะเป็นกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) หรือกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ที่เป็นกองทุนที่เน้นศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ โดยนักลงทุนส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับกองทุน LTF จากการเข้าร่วมงานนี้มากที่สุด ก่อนตัดสินใจลงทุนในกองทุน LTF รองลงมาคือ จากการเข้าร่วมงานมหกรรมการเงินครบวงจรอย่างงาน Money Expo กรุงเทพฯ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เน้นให้ความรู้ทางการเงินครบทุกด้าน โดยเป็นการออกบูธของธนาคารพาณิชย์ และสถาบันการเงินต่างๆ และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการจัดงาน Set in the city ที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมให้ลงทุนกับบลจ. และบริษัทหลักทรัพย์ต่างๆ รวมทั้งการจัดสัมมนาเพื่อให้ความรู้แก่นักลงทุนทั้งการลงทุนในตราสารทุน (หุ้น) และการลงทุนในกองทุนรวมนั่นเอง

ส่วนการเปิดรับสื่อบุคคลนั้น นักลงทุนเปิดรับข้อมูลจากสื่อบุคคลเกี่ยวกับกองทุน LTF ก่อนตัดสินใจลงทุน โดยรวมแล้วอยู่ในระดับน้อย แต่ก็พบว่า นักลงทุนเปิดรับข้อมูลจากสื่อบุคคลเกี่ยวกับกองทุน LTF ก่อนตัดสินใจลงทุน จากพนักงานธนาคาร มากที่สุด รองลงมาคือ เปิดรับข้อมูลจากเจ้าหน้าที่การตลาดของ บลจ. หรือบริษัทหลักทรัพย์ที่เป็นตัวแทน และเพื่อน ตามลำดับโดยเปิดรับในระดับปานกลาง ในขณะที่นักลงทุนเปิดรับข้อมูลจากสื่อบุคคลเกี่ยวกับกองทุน LTF ก่อนตัดสินใจลงทุน จากผู้บังคับบัญชาในองค์กร น้อยที่สุด เนื่องจากพนักงานธนาคาร และเจ้าหน้าที่การตลาดของบลจ. หรือบริษัทหลักทรัพย์ที่เป็นตัวแทน ถือว่าเป็นผู้ที่ทำงาน หรืออยู่ใกล้ชิดกับข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับกองทุน LTF เป็นอย่างมาก จึงมีความสำคัญเพราะเป็นแหล่งข่าวสารที่น่าเชื่อถือมากที่สุด ดังนั้น นักลงทุนจึงเลือกที่จะเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลประเภทนี้มากกว่าสื่อบุคคลประเภทอื่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของลดาวัลย์ พงษ์พันธ์ (2549) ที่ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม กรณีศึกษา บลจ. ฟินันซ่า โดยพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ นั้น นักลงทุนจะให้ความสำคัญกับการได้รับข้อมูลจากพนักงานตัวแทนของ บลจ. ที่ไปติดต่อโดยตรงมากที่สุด

ส่วนด้านการเปิดรับสื่อมวลชนนั้น นักลงทุนเปิดรับข้อมูลจากสื่อมวลชนเกี่ยวกับกองทุน LTF ก่อนตัดสินใจลงทุน โดยรวมแล้วอยู่ในระดับน้อย โดยนักลงทุนเปิดรับข้อมูลจากสื่อมวลชน หนังสือพิมพ์ มากกว่าโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต วิทยุ และนิตยสาร/วารสาร เนื่องจากข้อมูลข่าวสารส่วนใหญ่เกี่ยวกับการลงทุน โดยเฉพาะเกี่ยวกับกองทุน LTF ล้วนถูกนำเสนอจาก บลจ.หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์เป็นส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบข่าวประชาสัมพันธ์โฆษณากองทุน หรือคอลัมน์ที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในกองทุน LTF นั่นเอง

ด้านการรับรู้ข้อมูลหรือรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับกองทุน LTF นั้น เป็นความรู้เบื้องต้นของกองทุน LTF ที่มีความสำคัญในการตัดสินใจลงทุนในกองทุน LTF ของนักลงทุน ได้แก่ เรื่องสิทธิประโยชน์ทางภาษีและเงื่อนไขการลงทุนในกองทุน LTF ลักษณะของกองทุน LTF รวมถึงกิจกรรมและข่าวสารต่างๆ ของกองทุน LTF ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ถือเป็นข้อมูลทั่วไปที่นักลงทุนควรทราบ และล้วนได้รับข้อมูลเพิ่มเติมจากสื่อต่างๆ ที่ได้รับ จนเกิดการรับรู้โดยตีความแปลความหมายต่อสิ่งเร้าที่ได้รับนั้น ซึ่งถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญของกระบวนการรับรู้ โดยสิ่งเร้าผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 แล้วแปลความหมายตามสถานการณ์ เจตนาและบุคลิกลักษณะของแต่ละบุคคลด้วย โดยสามารถตีความสิ่งเร้าโดยอาศัยความรู้เดิมที่ตนเคยมี และตีความโดยใช้อารมณ์ความรู้สึก ดังนั้นนักลงทุนส่วนใหญ่จึงมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องอยู่ในระดับมาก โดยคำถามเรื่องที่ต้องถามมากที่สุด คือ เงื่อนไขเงินลงทุนต้องลงทุนใน LTF ไว้อย่างน้อย 5 ปีปฏิทิน จึงจะสามารถขายคืนกองทุน LTF เพื่อนำเงินลงทุนมาใช้จ่ายหรือลงทุนต่อได้ ซึ่งถือเป็นเงื่อนไขในการลงทุนที่นักลงทุนส่วนใหญ่ล้วนทราบเป็นอย่างดี และได้รับการกล่าวถึงโดยทั่วไปบ่อยครั้ง ในขณะที่คำถามเรื่องที่ต้องถามน้อยที่สุด คือ คณะรัฐมนตรีมีมติให้เพิ่มวงเงินลงทุนในกองทุน LTF สามารถหักลดหย่อนสูงสุด 1,000,000 บาทต่อปี นั่นคือนักลงทุนส่วนใหญ่อาจจะยังไม่ทราบเรื่องนี้เท่าที่ควร เนื่องจากคณะรัฐมนตรีเพิ่งประกาศและเผยแพร่ข่าวในช่วงเดือนตุลาคม 2551 ได้ไม่นานนัก โดยให้สามารถลดหย่อนสูงสุดถึง 1,400,000 บาทต่อปี

ด้านการตัดสินใจลงทุนในกองทุน LTF ของนักลงทุน จะเห็นได้ว่า นักลงทุนในกองทุน LTF ในเขตกรุงเทพมหานคร มีเหตุผลต่างๆ ในการตัดสินใจลงทุนในกองทุน LTF ดังที่ เพทรี ชุมทรัพย์ (2540, น. 4-6) กล่าวถึง จุดมุ่งหมายในการลงทุนของผู้ลงทุน มีหลายประการทั้งความปลอดภัยของเงินทุน เสถียรภาพของรายได้ ความอวกะของเงินทุน ความคล่องตัวในการซื้อขาย ความสามารถในการเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ทันที การกระจายเงินลงทุน และความพอใจด้านภาษี โดยจะเห็นว่าจุดมุ่งหมายการลงทุนที่สำคัญประการหนึ่งของผู้ลงทุน นั่นคือ ความพอใจในด้านการภาษีนั่นเอง ซึ่งผลการวิจัย พบว่า เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุน LTF คือ เมื่อลงทุนในกองทุน LTF แล้วสามารถหักลดหย่อนภาษีได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของตรีทิพ หวังมีงมาศ, และ

คณะ (2550) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุน RMF ของประชากรที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ปัจจัยด้านกองทุนในด้านระดับความเสี่ยงและสิทธิประโยชน์ มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนมากกว่าปัจจัยด้านกองทุนในด้านอื่นๆ ส่วนเหตุผลอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุน LTF เรียงตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ ลงทุนไว้เพียง 5 ปี ปฏิทินก็สามารถขายคืนได้ เป็นทางเลือกในการออมเงินและการลงทุนนอกจากการฝากเงินในธนาคาร คาดว่าจะได้รับผลตอบแทนที่สูงในระยะยาว มีโอกาสได้รับผลตอบแทนสูงกว่าการทำประกันชีวิตที่หักลดหย่อนภาษีได้เช่นกัน รับความเสี่ยงในหุ้นที่ส่งผลทำให้ราคากองทุนผันผวนได้ มีโอกาสได้รับเงินปันผล ปลอดภัยกว่าไปลงทุนในหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ด้วยตนเอง มีรายได้มากขึ้นทำให้จะต้องเสียภาษีในอัตราที่สูงขึ้น ในขณะที่เหตุผลด้านลดความเสี่ยงในหุ้นจากการลงทุนในกองทุน LTF ที่ลงทุนในตราสารอื่นด้วย ถือเป็นเหตุผลเดียวที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุน LTF เนื่องจากในปัจจุบัน นักลงทุนโดยทั่วไปอาจจะไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนในตราสารทางเลือก อาทิ อนุพันธ์ มากนัก

ส่วนลักษณะการลงทุนในกองทุน LTF พบว่า นักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ ลงทุนในกองทุน LTF แต่ละครั้งต่ำกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 59.00 หากคิดเป็นต่อปีแล้ว พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่ ลงทุนในกองทุน LTF จำนวนเงินต่ำกว่า 50,000 บาทต่อปี คิดเป็นร้อยละ 51.8 เนื่องจากในการวิจัยนี้นักลงทุนส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 40,000 บาท สามารถลงทุนในกองทุน LTF สูงสุดได้ไม่เกิน 15% ของรายได้ต่อปีนั่นเอง และเนื่องจากในการวิจัยนี้นักลงทุนส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอายุ 24-30 ปี เป็นวัยเริ่มทำงาน และเริ่มสนใจทางเลือกในการลงทุนและลดหย่อนภาษีมากขึ้น พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุน LTF มาแล้ว 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมาคือ ลงทุนในกองทุน LTF มาแล้ว 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.8 อีกทั้งนักลงทุนส่วนใหญ่ลงทุนกองทุน LTF ใน บลจ. เพียง 1 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาคือ ลงทุน 2-3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 42.25 และส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุน LTF จำนวน 2-3 กองทุน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมา จะลงทุนในกองทุน LTF เพียง 1 กองทุน คิดเป็นร้อยละ 29.8 นอกจากนี้ นักลงทุนส่วนใหญ่ลงทุนกองทุนรวมประเภทอื่นนอกเหนือจากกองทุน LTF คือ ลงทุนในกองทุน RMF คิดเป็นร้อยละ 49.5 ซึ่งถือเป็นกองทุนรวมเพื่อใช้สิทธิลดหย่อนภาษีได้เช่นกัน แต่กองทุนรวม RMF จะมีเงื่อนไขการลงทุนที่ค่อนข้างยาวนานกว่า กล่าวคือ ต้องลงทุนในกองทุน RMF ไม่น้อยกว่า 5 ปี และต้องลงทุนจนถึงอายุ 55 ปี รองลงมาคือ นักลงทุนในกองทุน LTF ก็ยังลงทุนในกองทุนรวมตราสารหนี้ คิดเป็นร้อยละ 47.3 ซึ่งถือว่าเป็นกองทุนรวมที่มีความเสี่ยงค่อนข้างต่ำ หากเปรียบเทียบกับการลงทุนในกองทุนตราสารทุน (หุ้น) ส่วนการลงทุนของนักลงทุนในอนาคตในกองทุน LTF นั้น นักลงทุนส่วนใหญ่คาดว่าจะลงทุนในกองทุน LTF ต่อเนื่องในปีต่อไปถึงร้อยละ 90.75 และหากลงทุนในกองทุน

LTF ในปีต่อไป นักลงทุนส่วนใหญ่ยังไม่แน่ใจว่าจะลงทุนในกองทุน LTF กองทุนเดิมที่ลงทุนแล้ว หรือ จะลงทุนต่อในกองทุน LTF เดิมที่ลงทุนอยู่แล้วอย่างแน่นอน เนื่องจากมีสัดส่วนการตัดสินใจที่ใกล้เคียงกัน

สำหรับการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ นั้น พบว่า เพศ อายุ อาชีพ และสถานภาพสมรสนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ของนักลงทุนในกองทุน LTF แต่การวิจัยพบว่า ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ของนักลงทุนในกองทุน LTF (สมมติฐานที่ 1, ตาราง 4.31–4.70) ผลการศึกษาดังกล่าว สอดคล้องกับกาญจนา แก้วเทพ (2541) ที่กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ และสังคมเศรษฐกิจ ถือเป็นข้อมูลขั้นปฐมภูมิของแต่ละบุคคลอันเป็นปัจจัยพื้นฐานอย่างหนึ่ง โดยพฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์นั้นเกิดขึ้นตามแรงขับภายนอกที่มากกระตุ้น และพฤติกรรมส่วนใหญ่ของเราจะเป็นไปตามแบบฉบับที่สังคมวางเอาไว้ และกำหนดให้บุคคลที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีแบบแผนพฤติกรรมแตกต่างกันไป

กล่าวคือ ระดับการศึกษาถือเป็นเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญที่ทำให้ให้นักลงทุนมีพฤติกรรมการสื่อสารที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับปรมะ สตะเวทิน (2546, น. 116-117) ที่กล่าวว่า คนที่ได้รับการศึกษาระดับต่างกัน จะมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่ต่างกันออกไป คนที่มีการศึกษาสูงจะเป็นผู้รับสารที่ดี เนื่องจากเป็นผู้ที่มีความกว้างขวางในหลายๆ เรื่อง และสามารถเข้าใจเนื้อหาของสารได้ดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย ดังนั้น ระดับการศึกษาจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การเปิดรับสื่อของนักลงทุนในกองทุน LTF แตกต่างกัน จากผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษาของนักลงทุนในกองทุน LTF ที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุนในกองทุน LTF แตกต่างกัน กล่าวคือ โดยรวมแล้ว นักลงทุนที่มีการศึกษาในระดับปริญญาโท จะมีการเปิดรับสื่อก่อนการตัดสินใจลงทุนในกองทุน LTF มากกว่านักลงทุนที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี เพื่อใช้ประกอบในการตัดสินใจลงทุนในกองทุน LTF เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาสูงมักเป็นมักจะไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ โดยต้องมีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนที่เพียงพอ จึงจะเชื่อและจะตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างละเอียดรอบคอบมาก

นอกจากนี้ ยังพบว่า นักลงทุนที่มีการศึกษาในระดับปริญญาโท มีการเปิดรับสื่อมวลชนในกองทุน LTF มากกว่านักลงทุนที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี สอดคล้องกับปรมะ สตะเวทิน (2546, น. 116-117) กล่าวว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูงมักใช้สื่อมวลชนมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย ดังนั้น ผลการวิจัยที่พบว่า ระดับการศึกษาของนักลงทุนในกองทุน LTF ที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของนักลงทุนในกองทุน LTF แตกต่างกัน ทั้งนี้ การวิจัยยังพบอีกว่า นักลงทุนที่

มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีการเปิดรับสื่อมวลชนในกองทุน LTF มากกว่า นักลงทุนที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี กล่าวคือ ก่อนตัดสินใจลงทุนในกองทุน LTF นักลงทุนที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มักจะเป็นผู้ที่เลือกใช้สื่อมวลชนในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ค่อนข้างมาก เนื่องจากสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่ายกว่าสื่อประเภทอื่นนั่นเอง

ในส่วนของการรายได้ต่อเดือนของนักลงทุนในกองทุน LTF นั้น พบว่า เนื่องจากรายได้เป็นตัวกำหนดความต้องการของคน ตลอดจนความคิด และพฤติกรรมต่างๆ ระดับรายได้ที่แตกต่างกันล้วนเป็นตัวบ่งชี้ฐานทางเศรษฐกิจซึ่งเป็นสิ่งสำคัญต่อครอบครัวและการดำรงชีวิต ความแตกต่างของรายได้จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF แตกต่างกันไป ซึ่งตัวแปรด้านรายได้นั้นมีความสำคัญใกล้เคียงกับตัวแปรด้านระดับการศึกษา เนื่องจากคนที่มีการศึกษาสูงมักเป็นผู้ที่มีรายได้สูงตามไปด้วย ในขณะที่คนที่มีการศึกษาน้อยส่วนใหญ่มักมีรายได้น้อยถึงปานกลางจึงไม่ค่อยมีรายได้สูงมากนัก สอดคล้องกับยุบล เบญจรงค์กิจ (2534, น. 70-71) กล่าวว่า ผู้ที่มีรายได้สูงมักจะเป็นคนมีการศึกษาสูง และมีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดี จึงมักถูกผลักดันให้จำเป็นต้องเรียนรู้ และหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ ดังผลการวิจัยที่พบว่า รายได้ต่อเดือนของนักลงทุนในกองทุน LTF ที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุนในกองทุน LTF แตกต่างกัน กล่าวคือ นักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001-160,000 บาท มีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกองทุน LTF โดยรวมแล้ว มากกว่านักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 40,000 บาท

นอกจากนี้ ยังพบว่า รายได้ต่อเดือนของนักลงทุนในกองทุน LTF ที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลของนักลงทุนในกองทุน LTF แตกต่างกัน กล่าวคือ นักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 80,001-120,000 บาท รายได้ต่อเดือน 120,001-160,000 บาท และรายได้ต่อเดือนมากกว่า 160,000 บาท มีการเปิดรับสื่อบุคคลในกองทุน LTF มากกว่านักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 40,000 บาท อีกทั้งยังพบว่า รายได้ต่อเดือนของนักลงทุนในกองทุน LTF ที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของนักลงทุนในกองทุน LTF แตกต่างกัน กล่าวคือ นักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 80,001-160,000 บาท มีการเปิดรับสื่อมวลชนในกองทุน LTF มากกว่านักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 40,000 บาท และสำหรับนักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 80,001-120,000 บาท มีการเปิดรับสื่อมวลชนในกองทุน LTF มากกว่านักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001-80,000 บาท

สำหรับการทดสอบสมมติฐาน เพื่อหาความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ของนักลงทุนนั้น พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา

อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพสมรสนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ของนักลงทุนในกองทุน LTF กล่าวคือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักลงทุนในกองทุน LTF ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ของนักลงทุนไม่แตกต่างกัน ผลการศึกษาสอดคล้องกับ สอดคล้องกับแนวคิดของ Katz (1990, อ้างใน กาญจนา เชี่ยววิทย์การ, 2540, น. 30) การรับรู้เป็นตีความแปลความหมายต่อสิ่งเร้าที่ได้รับ โดยตีความสิ่งเร้าโดยอาศัยความรู้เดิมที่ตนเคยมี เนื่องจากนักลงทุนที่ลงทุนในกองทุน LTF ส่วนใหญ่จะมีความรู้ความเข้าใจในรายละเอียดหรือนโยบายที่เกี่ยวข้องกับกองทุน LTF อยู่แล้ว ทำให้การเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ที่แตกต่างกันมีผลทำให้การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ไม่แตกต่างกันนั่นเอง

แต่การทดสอบสมมติฐาน เพื่อหาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุนกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ของนักลงทุนในกองทุน LTF พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุนในกองทุน LTF โดยภาพรวม มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF เพื่อการตัดสินใจของนักลงทุน กล่าวคือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลของนักลงทุนในกองทุน LTF มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ของนักลงทุน โดยหากพิจารณาสื่อบุคคลเป็นรายประเภทแล้ว พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเจ้าหน้าที่การตลาดของ บลจ. หรือบริษัทหลักทรัพย์ที่เป็นตัวแทน เพื่อน และญาติ (พ่อแม่ พี่น้อง) มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ของนักลงทุนในกองทุน LTF เนื่องจากเจ้าหน้าที่การตลาดของ บลจ. หรือบริษัทหลักทรัพย์ที่เป็นตัวแทน ถือเป็นผู้ที่เกี่ยวข้อง อยู่ใกล้ชิด ข้อมูล มีความรู้ความเข้าใจ สามารถแนะนำและถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการลงทุนในกองทุน LTF ให้แก่นักลงทุนได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ความใกล้ชิดของเพื่อน และญาติ (พ่อแม่ พี่น้อง) ก็ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจของนักลงทุนให้มีความเข้าใจได้ง่ายขึ้น

ส่วนความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของนักลงทุนกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ของนักลงทุนในกองทุน LTF พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของนักลงทุนในกองทุน LTF มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ของนักลงทุน โดยหากพิจารณาสื่อเฉพาะกิจเป็นรายประเภทแล้ว พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF จากแผ่นพับ (Leaflet) ใบปลิว (Flyer) และหนังสือชี้ชวน (Prospectus) มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ของนักลงทุน เนื่องจากเอกสารดังกล่าวถูกนำมาใช้เพื่อกระตุ้นเรียกร้องความสนใจของนักลงทุน สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น ประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่าสื่อบางประเภท อาทิ ไม่เสียค่าไปรษณีย์ในการจัดส่ง อีกทั้งสื่อเฉพาะกิจเหล่านี้ยัง

ประกอบด้วยข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกองทุน LTF ที่ง่าย กระชับ และมีประโยชน์ให้ความรู้ละเอียดแก่นักลงทุนในกองทุน LTF ได้เป็นอย่างดี

ส่วนความสัมพันธ์ของพฤติกรรม的开รับสื่อมวลชนของนักลงทุนกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ของนักลงทุน พบว่า พฤติกรรม的开รับสื่อมวลชนของนักลงทุนในกองทุน LTF มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ของนักลงทุน โดยพบว่า มีเพียงการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF จากหนังสือพิมพ์เท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ของนักลงทุน เนื่องจากในปัจจุบันล้วนเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการลงทุนผ่านหนังสือพิมพ์ ทั้งข่าวประชาสัมพันธ์กองทุนเสนอขายใหม่ (IPO) ผลการดำเนินงานของกองทุน โฆษณากองทุน บทความ/คอลัมภ์เกี่ยวกับการลงทุนต่างๆ ในหนังสือพิมพ์ธุรกิจ เช่น หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์เอเชียทีวีผู้จัดการรายวัน หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ เป็นต้น ทำให้มีผลต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF ของนักลงทุนที่ถูกต้องมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ วิรัช ลภิตนกุล (อ้างใน พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2531, น. 39) ที่กล่าวถึงข้อดีของหนังสือพิมพ์ว่า โดยสามารถนำเสนอรายละเอียดต่างๆ ได้ครั้งละมากๆ หลากหลายประเภท และสม่ำเสมอทุกวัน และหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่มีความคงทนถาวรมากกว่าสื่อมวลชนอื่นๆ นักลงทุนที่เป็นผู้อ่านนั้นสามารถย้อนกลับมาอ่าน และเก็บไว้เป็นหลักฐานได้อีกด้วย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากการวิจัยพบว่า การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการลงทุนต่างๆ อาทิ งาน Mutual Fund Fair งาน Money Expo กรุงเทพฯ งาน Set in the city ถือเป็นงานที่ทำให้นักลงทุนหรือประชาชนทั่วไป มีความรู้ความเข้าใจ และมีความสนใจในการลงทุนในกองทุน ซึ่งในงานจะเน้นให้ความรู้เกี่ยวกับกองทุนประเภทต่างๆ โดยเฉพาะกองทุนที่ใช้ลดหย่อนภาษีได้อย่างกองทุน LTF และกองทุน RMF เพื่อจูงใจให้นักลงทุนให้เข้าร่วมงาน รวมไปถึงมีโอกาสตัดสินใจลงทุนในกองทุน LTF ภายในงานได้ง่ายมากขึ้นนั้นด้วย ซึ่งบลจ. ต่างๆ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถเห็นประโยชน์จากการเข้าร่วมจัดกิจกรรมในลักษณะนี้ โดยอาจใช้การจัดกิจกรรมออกบูธในบริษัทต่างๆ เพื่อให้ผู้บริหาร พนักงาน หรือผู้ที่สนใจ สามารถเข้าร่วมฟังสัมมนา และเข้าร่วมงานกิจกรรมภายในบูธของบลจ. ได้
2. สื่อประชาสัมพันธ์ในลักษณะข่าว หรือคอลัมภ์เกี่ยวกับกองทุน ก็ถือว่าเป็นรูปแบบที่น่าสนใจในการเผยแพร่ข่าวกองทุนเสนอขายใหม่ (IPO) หรือเผยแพร่ผลการดำเนินงานของกองทุน ภายใต้การจัดการของบริษัทตนแก่ผู้ลงทุนได้ เนื่องจากนักลงทุนจะรู้สึกว่าเป็นความรู้ที่ดี และเป็นประโยชน์ต่อตนเอง จึงเลือกที่จะเปิดรับทางหนังสือพิมพ์โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ธุรกิจ อาทิ

หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการรายวัน หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ที่มักจะมี section ของธุรกิจการเงินโดยเฉพาะ ทั้งนี้ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการรายวัน ถือเป็นหนังสือพิมพ์รายวันที่มีการประกาศมูลค่าหน่วยลงทุน (NAV) เป็นรายวันด้วย ทำให้นักลงทุนบางกลุ่มอาจเปิดรับข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับกองทุนจากหนังสือพิมพ์เหล่านี้ทุกวันได้

3. นักลงทุนส่วนใหญ่จะเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเงินจากพนักงานธนาคาร ทั้งการฝากเงินธนาคาร การซื้อประกันชีวิต รวมไปถึงการลงทุนในกองทุนรวม เนื่องจากความสะดวกในการใช้ธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ผ่านธนาคารเป็นหลัก หรือเชื่อถือพนักงานธนาคารเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ก็มักจะเลือกเปิดรับข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับกองทุน LTF จากพนักงานธนาคาร ดังนั้น ธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่ที่ถือเป็นธนาคารแม่ของบลจ.หลายแห่ง หรือธนาคารที่เป็นตัวแทนขายของบลจ. ควรจะเน้นให้ความรู้แก่พนักงานขายกองทุน โดยอาจจัดอบรมเป็นรายเดือนหรือรายไตรมาส เนื่องจากข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุนรวม เป็นสิ่งที่ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ทั้งการเสนอขายกองทุนรวมใหม่ๆ ของแต่ละ บลจ. อย่างต่อเนื่อง และสภาพการณ์เศรษฐกิจการเมืองที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งบุคคลเหล่านี้ควรจะต้องรับทราบความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกิดขึ้นให้ทันอยู่เสมอ รวมทั้งควรส่งเสริมในการจัดสอบใบอนุญาตให้คำแนะนำกองทุนให้แก่เจ้าหน้าที่หรือพนักงานธนาคารรายใหม่ๆ ที่ยังไม่มีใบอนุญาต เพื่อเตรียมความพร้อมในการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าหรือนักลงทุนที่เข้ามาสอบถามอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และแม่นยำ

4. จากการวิจัยพบว่า สื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในการเลือกเปิดรับของนักลงทุนในกองทุนรวมมากขึ้น อาทิ กระทั่งสนทนาห้องสินธร ในเว็บไซต์ www.pantip.com เนื่องจากในปัจจุบันมีกระทั่งสนทนาเกี่ยวกับการลงทุนในกองทุนต่างๆ ซึ่งนักลงทุนส่วนใหญ่มักเลือกใช้ในการหาข้อมูลการลงทุน เพื่อเป็นความรู้และประกอบการตัดสินใจด้วยตนเอง หรืออ่านข้อเสนอแนะของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตหรือนักลงทุนรายอื่นเพื่อประกอบการตัดสินใจก็ตาม ซึ่งถือเป็นช่องทางของเจ้าหน้าที่บลจ.ต่างๆ เลือกใช้ในการตอบข้อสงสัยหรือซักถามของนักลงทุนทางอินเทอร์เน็ตผ่านทางกระทั่งสนทนาเหล่านี้ได้ด้วยเช่นกันนอกเหนือจากการให้นักลงทุนฝากข้อความให้ติดต่อกลับผ่านเว็บไซต์ของ บลจ. ต่างๆ เอง ดังนั้นบลจ.ต่างๆหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรรับทราบถึงความคิดเห็นของนักลงทุนทั่วไป และความเคลื่อนไหวของข่าวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกองทุนภายใต้การจัดการของบริษัทตนที่ปรากฏอยู่ในกระทั่งสนทนาเหล่านั้น เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริหารจัดการกองทุนต่างๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักลงทุนให้ได้มากที่สุด นอกจากนี้ กระทั่งสนทนาเหล่านี้ยังเป็น

ช่องทางทำให้ทราบข้อมูลต่างๆ ของบริษัทคู่แข่ง เพื่อให้แต่ละบลจ. สามารถปรับตัวให้ทันกับ
ภาวะการแข่งขันที่รุนแรงของอุตสาหกรรมธุรกิจกองทุนรวมดังเช่นในปัจจุบันได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาต่อไปในอนาคต

ควรศึกษาครอบคลุมถึงการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้ชัดเจน และละเอียด
มากขึ้น เนื่องจากข้อจำกัดของการวิจัยเกี่ยวกับกองทุน LTF ในครั้งนี้ อาจจะไม่สามารถแยกศึกษาสื่อ
แต่ละประเภทออกจากกันได้อย่างชัดเจน อาทิ สื่อบุคคลประเภทเจ้าหน้าที่การตลาดของบลจ. และ
สื่อเฉพาะกิจประเภทใบปลิว (Flyer) แผ่นพับ (Leaflet) โปสเตอร์ (Posters) ข้อมูลสำคัญทางการเงิน
(Fund Fact Sheet) หรือหนังสือชี้ชวน (Prospectus) นักลงทุนอาจได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ
กองทุน LTF จากภายในงาน Mutual Fund Fair งาน Money Expo กรุงเทพฯ หรือในงาน Set in the
city ก็ได้ นอกจากนี้ การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจประเภทใบปลิว (Flyer) แผ่นพับ (Leaflet) โปสเตอร์
(Posters) หรือหนังสือชี้ชวน (Prospectus) นักลงทุนอาจได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน LTF
จากสื่อบุคคลประเภทพนักงานธนาคาร หรือเจ้าหน้าที่การตลาดของ บลจ. ก็ได้เช่นกัน นอกจากนี้
อาจจะระบุชื่อของสื่อแต่ละประเภท เช่น ชื่อรายการโทรทัศน์ ชื่อหนังสือพิมพ์ ชื่อนิตยสาร/วารสาร
ทางธุรกิจ หรือคลื่นวิทยุ เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ละเอียด และครอบคลุมเชื่อมโยงมากขึ้น