

ความรู้ความเข้าใจและคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนที่มี ผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม

Knowledge, Understanding and Attributes to Investment Finance's Facebook Fan Page that Affect the Decision to Invest in Mutual Funds

สกุณณี อภัย¹ วิจิตรา จำลองราษฎร์² ธิดารัตน์ วุฒิสรีเสถียรกุล³

Sakunnee Apai, Wichitra Chamlongrath, Thidarat Wutthisrisatienkul

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจและคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม กลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุน จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณผลการศึกษาพบว่าความรู้ความเข้าใจในการลงทุนในกองทุนรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม พบว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ว่า ความรู้ความเข้าใจในการลงทุนในกองทุนรวมมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความรู้ความเข้าใจในการลงทุนในกองทุนรวมด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี ด้านผลการดำเนินงาน ด้านความเสี่ยงในการลงทุน และด้านผลตอบแทนตามลำดับ และ คุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม พบว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ที่ว่า คุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุน ด้านเนื้อหามากที่สุด รองลงมา คือ ด้านประโยชน์ในการใช้งาน และด้านรูปแบบ ตามลำดับ ซึ่งผลที่ได้ยืนยันถึงความสำคัญของความรู้ความเข้าใจและคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงิน การลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม จึงเสนอแนะให้ผู้ดูแลเพจเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนและตัวแทนกองทุนรวม ควรพัฒนา

Received: 2022-06-26 Revised: 2022-08-08 Accepted: 2022-08-09

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University. Corresponding Author email: apaisakunnee@gmail.com

² คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University

³ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University

ข้อมูลความรู้ความเข้าใจในด้านดังกล่าวทั้ง 5 ด้าน ให้เป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุน หากมีการพัฒนาความรู้ความเข้าใจในการลงทุนในกองทุนรวมในระดับสูงจะส่งผลให้นักลงทุนตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ (Keywords): ความรู้ความเข้าใจ; คุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจ; การตัดสินใจลงทุน; กองทุนรวม

Abstract

The objectives of this research was to study the knowledge, understanding and the attributes of financial investment Facebook Fan page affecting mutual fund investment decision. The sample was 385 individuals. The questionnaire was used as the research instrument for data collection. The data were analyzed to determine frequency, percentage, mean, standard deviation and multiple regression analysis. The results of this study found that the knowledge and understanding about mutual fund investment in product, investment risk, tax benefits, returns, and performance positively affected mutual fund investment decision. The attributes of financial investment Facebook Fan page in content, model, and usefulness positively affected mutual fund investment decision. The knowledge and understanding of investing in mutual funds in terms of products affected the decision to invest in mutual funds the most, followed by tax incentives. Performance investment risk and the return side, respectively, and The characteristics of the Facebook fan page financial investments that affect investment decisions in mutual funds. It was found that the research hypothesis accepted No. 2 that the characteristics of the Facebook fan page financial investments had an impact. Investment Decisions in Mutual Funds statistically significant by the feature of Facebook fan page finance investment. The content aspect was the most, followed by the usefulness aspect. and style, respectively. The results confirm the importance of knowledge, understanding and features of the Facebook Fanpage Finance. Investments that affect investment decisions in mutual funds. Therefore, it is recommended that the administrators of the Facebook page, the financial and investment fan page, and the mutual fund representatives Should develop information, knowledge and understanding in all 5 areas. to be useful for investors' investment decision making in mutual funds. If the knowledge and understanding of investing in mutual funds is developed at a high level, it will result in more investors making investment decisions in mutual funds.

Keywords: Knowledge and Understanding; Facebook Fan Page Attributes; Investment Decision; Mutual Funds

บทนำ (Introduction)

ปัจจุบันคนไทยมีรูปแบบการออมเงินที่แตกต่างไปจากเดิม ประกอบกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีความผันผวน โดยอัตราดอกเบี้ยมีทิศทางต่ำลง และมีอัตราเงินเฟ้อที่สูงขึ้น (พันธุระวัง, 2562) โดยในช่วง 9 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2563 คนไทยสนใจลงทุนในกองทุนรวม ซึ่งกองทุนรวมเป็นสินทรัพย์เพื่อการลงทุนที่มีความเสี่ยงต่ำ มีสภาพคล่อง จากสถานการณ์วิกฤตโควิด-19 ที่ผ่านมามีนักลงทุนให้ความสนใจกับการลงทุนในหุ้นไทยเพิ่มมากขึ้น โดยพิจารณาได้จากการเปิดบัญชีใหม่ในช่วง 9 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2563 มีบัญชีซื้อขายรายย่อยเปิดใหม่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 34 หรือจำนวน 27.6 ล้านบัญชี และมีจำนวนนักลงทุนในตลาดหุ้นไทย ณ สิ้นเดือนกันยายน 2563 มีจำนวน 1.45 ล้านราย เพิ่มขึ้นจากเดือนมกราคม 2563 ประมาณ 170,000 ราย หรือร้อยละ 13.68 (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2563) การลงทุนในกองทุนรวมเป็นการลงทุนที่มีความเสี่ยงต่ำ ใช้เงินลงทุนในการลงทุนจำนวนไม่มาก และมีหลายผลิตภัณฑ์ให้ลงทุนตั้งแต่ความเสี่ยงต่ำไปจนถึงความเสี่ยงสูง มีผู้ดูแลและบริหารกองทุนให้ เหมาะสมสำหรับนักลงทุนรายย่อยที่ประสงค์จะนำเงินมาลงทุนในตลาดหุ้น (วโรตม คงหนู, 2561) แต่ติดเงื่อนไขบางประการ เช่น เงินทุนในการลงทุนมีจำกัด ไม่มีเวลาในการบริหารกองทุน นอกจากกองทุนรวมจะให้ผลกำไรแล้ว การลงทุนในกองทุนรวมยังได้รับสิทธิประโยชน์ด้านการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (ภรณ์ทิพย์ สักลอม, 2561) และจากการเติบโตของมูลค่าทรัพย์สินสุทธิของกองทุนรวมและจำนวนผู้ลงทุนในกองทุนรวมที่มากขึ้น อาจมีสาเหตุมาจากรูปแบบการทำโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ที่กำลังเป็นที่นิยม ซึ่งรูปแบบการนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ประกอบไปด้วยรูปแบบของการให้ความรู้ที่น่าสนใจ จากงานวิจัยของนางลลิตกษณ์ มโนวัลย์ เล่า (2557) พบว่าการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เป็นอิสระ รูปแบบการให้ข้อมูลที่ทันสมัยเข้าใจง่ายเป็นช่องทางที่นักการตลาดให้ความสำคัญ เพราะสามารถปรับเปลี่ยนทัศนคติ และสร้างกระแสความนิยมได้เป็นอย่างดี ในขณะที่ Rogers (1995) มีความเห็นว่าทฤษฎีการกระจายนวัตกรรมเป็นกระบวนการที่นักการตลาดนำมาใช้เพื่อเป็นการกระจายนวัตกรรมจากผู้ผลิตไปสู่กลุ่มลูกค้าอย่างแพร่หลาย เริ่มจากกลุ่มแรกคือ กลุ่มที่รับนวัตกรรมและกระจายเข้าสู่กลุ่มที่มีความเป็นผู้นำทางสังคม มีกำลังซื้อ เลือกซื้อหรือลองผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นลำดับแรก โดยกลุ่มคนเหล่านี้คือ บล็อกเกอร์ (Blogger) ซึ่งเป็นผู้สร้างมุมมองใหม่ให้กับตลาดยุคดิจิทัล และส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก นักการตลาดจึงเห็นประโยชน์จากบล็อกเกอร์เป็นอย่างมาก และปัจจุบันมีบล็อกเกอร์ หลายท่านได้ออกมาสร้างช่องทางการให้ความรู้เกี่ยวกับการเงินการลงทุนไว้หลายช่องทางผ่านโซเชียลแพลตฟอร์มต่าง ๆ อาทิเช่น เฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fan Page) ยูทูบ (YouTube) ซึ่งรูปแบบการนำเสนอผ่านโซเชียลแพลตฟอร์มดังกล่าว กำลังได้รับความนิยมและเข้าถึงผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก (Marketeer, 2019)

เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นโซเชียลแพลตฟอร์มที่กำลังได้รับความนิยมมากในกลุ่มของบล็อกเกอร์ เพราะแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นโซเชียลแพลตฟอร์มที่มีผู้ใช้บริการสูงเป็นอันดับหนึ่งในปี พ.ศ. 2563 จึงเป็นที่สนใจอย่างมากสำหรับการทำการตลาด ซึ่งแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือที่สามารถกระจายข้อมูลข่าวสารหรือการส่งเสริมการขายไปถึงผู้บริโภคโดยตรง (รวม นาวรัตน์ภาส, 2561) เมื่อเกิดพฤติกรรมการอยากแบ่งปันข้อมูลก็สามารถทำได้โดยกดแชร์เพื่อบอกต่อความคิดเห็นไปยังกลุ่มเพื่อนในเฟซบุ๊ก จนกลายเป็นสื่อสารในลักษณะไวรัล (Viral Communication) ทำให้ข้อมูลบนเฟซบุ๊กแฟนเพจถูกกระจายไปยังกลุ่มบุคคลต่างๆ และปัจจุบันมีบล็อกเกอร์ที่เชี่ยวชาญด้านการเงินการลงทุนสร้างเฟซบุ๊กแฟนเพจขึ้นเพื่อจุดประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป อาจถูกสร้างขึ้นเพื่อทำการตลาด ถ่ายทอดองค์ความรู้ และเผยแพร่ข้อมูลเทคนิคที่เป็นประโยชน์ในผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการเงินการลงทุน ซึ่งปัจจุบันเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนสามารถสร้างยอดผู้ติดตามได้เป็นจำนวนมากและประสบความสำเร็จจากยอดผู้ติดตาม เช่น เฟซบุ๊กแฟนเพจ “ลงทุนแมน” ซึ่งเป็นเฟซบุ๊กแฟนเพจชื่อดังที่มียอดผู้ติดตามเป็นจำนวนมากถึง 1,878,536 คน รองลงมาเป็นเฟซบุ๊กแฟนเพจ “มันนี่บัฟฟาโล่ (Money Buffalo)” ที่มียอดผู้ติดตามจำนวน 539,734 คน และเฟซบุ๊กแฟนเพจที่นำเสนอผ่านตัวการ์ตูนรูปแมลงเมา คือ “Mao-Investor” มียอดผู้ติดตามจำนวน 452,394 คน ซึ่งทั้ง 3 เฟซบุ๊กนี้ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุนี้จึงทำให้บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน (บลจ.) ให้ความสำคัญและเลือกใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นสื่อกลางในการทำการตลาด (วโรตม คงหนู, 2562)

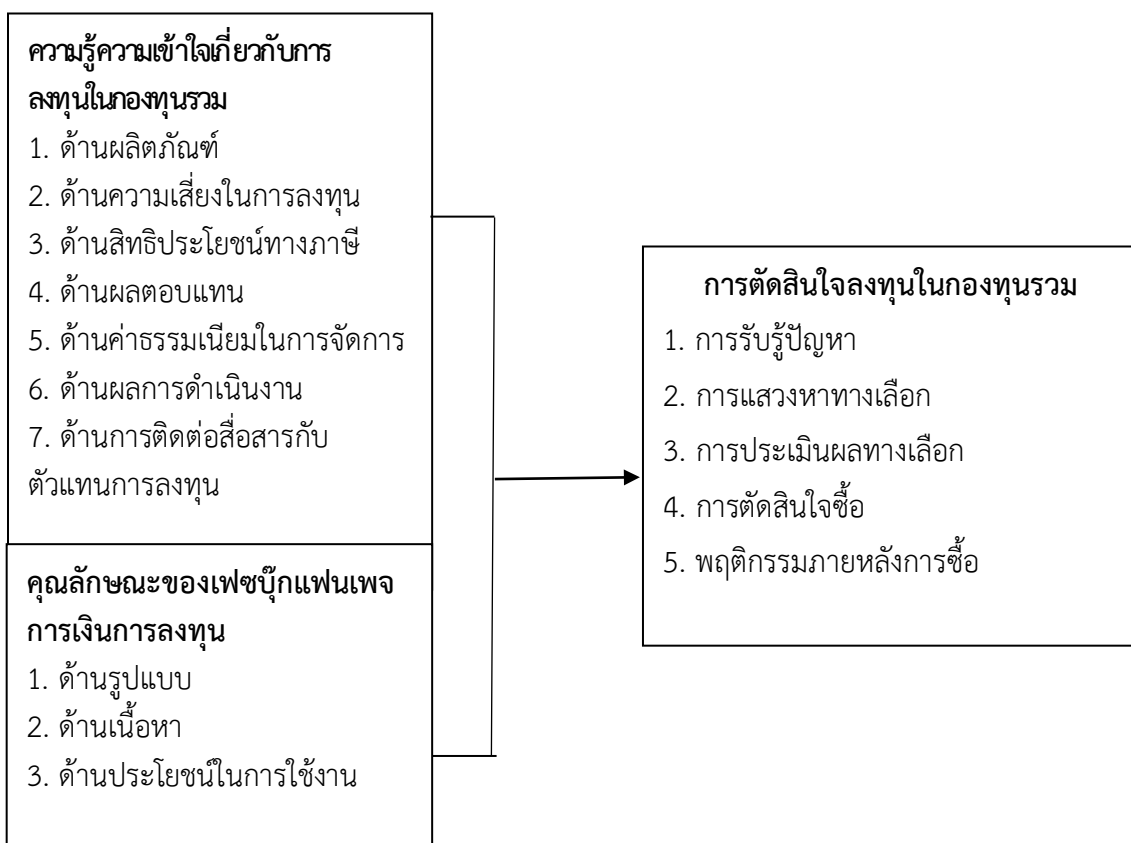
การตัดสินใจลงทุนเป็นปัญหาสำคัญของนักลงทุนทุกคน หากนักลงทุนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนจะช่วยให้การลงทุนตัดสินใจได้ดียิ่งขึ้น ดังเช่นงานวิจัยของสุรรัตน์ อุ่นกระสัง (2564) ที่พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม นอกจากความรู้ความเข้าใจที่นักลงทุนจะศึกษาหาความรู้ด้วยตนเองแล้ว เฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนที่ถูกนำมาใช้ประโยชน์ในด้านการลงทุนและการให้บริการทางการเงินน่าจะมีความสำคัญต่อการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน อย่างไรก็ตามก็ยังมีการศึกษาหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์ของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนที่ให้ทั้งข้อมูลเนื้อหาด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนในกองทุนรวม และรูปแบบการนำเสนอข้อมูลให้นักลงทุนนำไปประกอบการตัดสินใจลงทุนยังมีอยู่เป็นจำนวนน้อย ดังนั้นผู้วิจัยจึงศึกษาความสัมพันธ์ของความรู้ความเข้าใจและคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม ผลการวิจัยครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงความรู้ความเข้าใจและคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้พัฒนาเพจเฟซบุ๊กการเงินการลงทุน หรือแพลตฟอร์มที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน โดยผู้พัฒนาจะนำเอาแนวทางที่ได้จากงานวิจัยไปพัฒนาเนื้อหา รูปแบบการถ่ายทอดข่าวสาร เรื่องราวหรือประสบการณ์ในเฟซบุ๊กแฟนเพจ เพื่อดึงดูดความสนใจให้กับผู้ลงทุน และช่วยนำเสนอผลิตภัณฑ์กองทุนรวมให้เป็นที่น่าสนใจ และผู้ลงทุนสามารถนำข้อมูลที่เป็นประโยชน์ไปประกอบการพิจารณาตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม

ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้เกิดการลงทุนในกองทุนรวมเพิ่มมากขึ้น ทำให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตเร็วมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objectives)

เพื่อศึกษาความเข้าใจและคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม

กรอบแนวคิดการวิจัย (Research Framework)



ภาพ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย (Research Hypothesis)

ความรู้ความเข้าใจและคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ข้อมูลเป็นแบบภาคตัดขวาง (Cross-sectional Data) โดยเก็บรวบรวมช่วงเดือนมกราคมถึงมีนาคม พ.ศ. 2565

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ คนไทยที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปซึ่งเป็นสมาชิกในเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุน ในการศึกษาครั้งนี้ใช้สูตรคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ Cochran (1977) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 385 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check- List)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับลงทุนในกองทุนรวม ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านความเสี่ยงในการลงทุน ด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี ด้านผลตอบแทน ด้านค่าธรรมเนียมในการจัดการ ด้านผลการดำเนินงาน ด้านการติดต่อสื่อสารกับตัวแทน เป็นคำถามแบบปลายปิด มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุน ประกอบด้วย ด้านรูปแบบ ด้านเนื้อหา และด้านประโยชน์ในการใช้งาน เป็นคำถามแบบปลายปิด มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การแสวงหาทางเลือก การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ เป็นคำถามแบบปลายปิด มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

1. การตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้พิจารณาเพื่อประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและประเด็นที่ทำการวิจัย (Index of item – Objective Congruence: IOC) ซึ่งพบว่า ค่าถามมีค่า IOC = 0.50-1.00 ทุกข้อ นั่นคือ แบบสอบถามมีค่าความตรงตามเนื้อหาผ่านเกณฑ์และนำมาใช้ได้

2. การตรวจสอบความเชื่อมั่นหรือความเที่ยง (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญแล้วไปทดสอบใช้กับกลุ่มสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุน จำนวน 30 ชุด มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น ด้วยสถิติหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา

(Alpha Coefficient) ซึ่งพบว่า แบบสอบถามในแต่ละด้านมีค่า Cronbach's Alpha มากกว่า 0.8 นั่นคือแบบสอบถามมีค่าความเที่ยงผ่านเกณฑ์และนำมาใช้ได้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ขออนุญาตและแนะนำตัวจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เพื่อรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนในกองทุนรวม และคุณลักษณะของเพชบุรีแฟนเพจการเงินการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม โดยใช้ Google Form และส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย

3. ติดตามรวบรวมเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง และทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลในแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา ได้ครบร้อยละ 100

4. นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัยด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของตัวแปรแต่ละตัวที่ใช้ในการศึกษาโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติคำนวณ

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนในกองทุนรวม และคุณลักษณะของเพชบุรีแฟนเพจการเงินการลงทุน ซึ่งเป็นตัวแปรต้น และการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม ซึ่งเป็นตัวแปรตาม และทดสอบความสัมพันธ์กันเองของตัวแปรอิสระ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหา Multicollinearity ด้วยการตรวจสอบเงื่อนไขนี้ด้วยค่า Variance Inflation Factor (VIF) ถ้าค่า VIF มีค่าน้อย เข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรเป็นอิสระจากกัน แต่ถ้าค่า VIF มีค่าใกล้ 10 มาก แสดงว่าระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระในสมการการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณมีมาก นั่นคือ เกิดปัญหา Multicollinearity โดยขัดขวางเบื้องต้นในการใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณตัวแปรอิสระจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง (วิจิตร จ่าลองราษฎร์, 2561 : 139)

ผลการวิจัย (Research Results)

การศึกษาเรื่องความรู้ความเข้าใจและคุณลักษณะของเพชบุรีแฟนเพจการเงินการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม สามารถอธิบายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26 - 35 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนในกองทุนรวม ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านความเสี่ยงในการลงทุน ด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี ด้านผลตอบแทน ด้านค่าธรรมเนียมในการจัดการ ด้านผลการดำเนินงาน และด้านการติดต่อสื่อสารกับตัวแทน สามารถสรุปได้ดังตาราง 1

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับลงทุนในกองทุนรวม

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับลงทุนในกองทุนรวม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.68	0.94	มาก
2. ด้านความเสี่ยงในการลงทุน	3.64	0.89	มาก
3. ด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี	3.67	0.90	มาก
4. ด้านผลตอบแทน	3.60	0.88	มาก
5. ด้านค่าธรรมเนียมในการจัดการ	3.57	0.92	มาก
6. ด้านผลการดำเนินงาน	3.65	0.95	มาก
7. ด้านการติดต่อสื่อสารกับตัวแทน	3.58	0.92	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.63	0.91	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับลงทุนในกองทุนรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.63$, S.D.= 0.91) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}= 3.68$, S.D.= 0.94) ด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี ($\bar{X}= 3.67$, S.D.= 0.90) ด้านผลการดำเนินงาน ($\bar{X}= 3.65$, S.D.= 0.95) ด้านความเสี่ยงในการลงทุน ($\bar{X}= 3.64$, S.D.= 0.89) ด้านผลตอบแทน ($\bar{X}= 3.60$, S.D.= 0.88) ด้านการติดต่อสื่อสารกับตัวแทน ($\bar{X}= 3.58$, S.D.= 0.92) และด้านค่าธรรมเนียมในการจัดการ ($\bar{X}= 3.57$, S.D.= 0.92) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุน ประกอบด้วย ด้านรูปแบบ ด้านเนื้อหา และด้านประโยชน์ในการใช้งาน สามารถสรุปได้ดังตาราง 2 ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม

คุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านรูปแบบ	3.69	0.94	มาก
2. ด้านเนื้อหา	3.71	0.92	มาก
3. ด้านประโยชน์ในการใช้งาน	3.70	0.88	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.70	0.89	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.70, S.D. = 0.89) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านเนื้อหา ($\bar{X}$ = 3.71, S.D. = 0.92) ด้านประโยชน์ในการใช้งาน ($\bar{X}$ = 3.70, S.D. = 0.88) และด้านรูปแบบ ($\bar{X}$ = 3.69, S.D. = 0.94) ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การแสวงหาทางเลือก การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ สามารถสรุปได้ดังตาราง 3

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม

การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. การรับรู้ปัญหา	3.68	0.94	มาก
2. การแสวงหาทางเลือก	3.70	0.94	มาก
3. การประเมินผลทางเลือก	3.69	0.95	มาก
4. การตัดสินใจซื้อ	3.71	0.91	มาก
5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ	3.68	0.91	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.69	0.90	มาก

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.69, S.D. = 0.90) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การตัดสินใจซื้อ ($\bar{X}$ = 3.71, S.D. = 0.91) การแสวงหาทางเลือก ($\bar{X}$ = 3.70, S.D. = 0.94) การประเมินผลทางเลือก ($\bar{X}$ = 3.69, S.D. = 0.95) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ ($\bar{X}$ = 3.68, S.D. = 0.91) และการรับรู้ปัญหา ($\bar{X}$ = 3.68, S.D. = 0.94) ตามลำดับ

5. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจและคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม โดยใช้สถิติ Pearson Correlation สรุปผลได้ดังตาราง 4

ตาราง 4 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจและคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม

	SK	SA	I	VIF
SK	1	0.887**	0.917**	4.696
SA	-	1	0.890**	4.696

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ SK คือ ความรู้ความเข้าใจในการลงทุนในกองทุนรวม, SA คือ คุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุน, I คือ การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม

จากตาราง 4 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจและคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมโดยรวมพบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.890 - 0.917 โดยความรู้ความเข้าใจในการลงทุนในกองทุนรวมและคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ โดยใช้ Multicollinearity Test พบว่าค่า VIF ของตัวแปรทั้งสองตัวมีค่าเท่ากันอยู่ที่ 4.696 ซึ่งค่านี้น้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันน้อย หรือไม่มีความสัมพันธ์กันจนเกิดปัญหา Multicollinearity ระหว่างความสัมพันธ์ภายในตัวแปรอิสระ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจและคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม โดยรวม พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.890 - 0.917 โดยความรู้ความเข้าใจในการลงทุนในกองทุนรวมและคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

6. ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณด้วยวิธี Stepwise ของความรู้ความเข้าใจและคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม สามารถสรุปได้ดังตาราง 5

ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของความรู้ความเข้าใจและคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม

ตัวแปร	b	Std. Error	β	t	p-value
ค่าคงที่ (Constant)	0.087	0.075		1.148	0.252
ความรู้ความเข้าใจ (SK)	0.651	0.044	0.597	14.819	0.000**
คุณลักษณะของเฟซบุ๊ก (SA)	0.343	0.038	0.361	8.960	0.000**
R					0.932
R ²					0.868
Adjust R ²					0.867
MSE					0.110

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณด้วยวิธี Stepwise ของความรู้ความเข้าใจและคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม พบว่า ความรู้ความเข้าใจในการลงทุนในกองทุนรวมและคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสมการพยากรณ์สามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมได้ถูกต้องร้อยละ 86.80 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ว่าความรู้ความเข้าใจและคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยความรู้ความเข้าใจในการลงทุนในกองทุนรวมส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนมากที่สุด ($b = 0.651$) รองลงมาคือ คุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม ($b = 0.343$) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากผลการวิจัย พบว่าความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนในกองทุนรวมและคุณลักษณะของ เฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของสุริรัตน์ อุ่นกระสัง (2564) ที่พบว่าความรู้ความ

เข้าใจในการลงทุนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านความเสี่ยงในการลงทุน ด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี ด้านผลตอบแทนในการลงทุน และด้านผลการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม และสอดคล้องกับงานวิจัยของอดุลย์ สาลิพา (2559) ที่พบว่าผลตอบแทนในการลงทุนและผลการดำเนินงานมีผลต่อการตัดสินใจลงทุน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของเรวดี รักษาชล (2558) ที่พบว่าผลตอบแทนและความเสี่ยง มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว LTF และ RMF ตามลำดับ ส่วนคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม สอดคล้องกับงานวิจัยของภัสสร ปรากฏกุล (2563) ที่พบว่า ลักษณะเนื้อหาที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ ได้แก่ เนื้อหาที่เป็นปัจจุบันหรือการทำ Real-time Content เนื้อหาที่ใหม่เป็นผู้นำกระแส เนื้อหาที่ตรงใจหรือมีความเชื่อมโยงได้กับผู้ติดตามและการรักษาสมดุลระหว่างเนื้อหาหลักและเนื้อหาที่เป็นโฆษณา และสอดคล้องกับงานวิจัยของโรตม คงหนู (2562) ที่พบว่าเนื้อหาที่ให้คำแนะนำหรือความรู้เกี่ยวกับกองทุน และการนำเสนอในแบบรูปภาพ (Infographic) ทำให้การนำเสนอผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ติดตามสูงสุด มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการศึกษา

จากผลการวิเคราะห์ข้างต้นพบว่า ความรู้ความเข้าใจและคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม ดังนั้น การสร้างคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนให้มีเนื้อหา ประโยชน์ในการใช้งาน และรูปแบบที่มีความน่าสนใจ และให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนในกองทุนรวม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านความเสี่ยง ด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี ด้านผลตอบแทน ด้านค่าธรรมเนียม ด้านผลการดำเนินงาน ด้านการติดต่อสื่อสารกับตัวแทน จะช่วยเพิ่มมูลค่าการลงทุนในกองทุนรวมเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังส่งผลดีโดยเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ดูแลเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุน อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมให้เกิดการลงทุนในกองทุนรวมเพิ่มมากขึ้น อันเป็นการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ทำให้เศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาความรู้ความเข้าใจในการลงทุนและคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจการเงินการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในหุ้น หรือคริปโตเคอร์เรนซี ของนักลงทุน นอกจากนี้อาจศึกษาถึงคุณลักษณะของแอปพลิเคชันแทนเฟซบุ๊กแฟนเพจ เนื่องจากปัจจุบันแอปพลิเคชันการลงทุนได้รับความนิยมจากนักลงทุนเป็นอย่างมาก

เอกสารอ้างอิง (References)

- นงลักษณ์ ทรัพย์สมบูรณ์. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจ ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุน ในภาคตะวันออกของประเทศไทย. คณะบริหารธุรกิจ. วิชาเอกการตลาด. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- นงลักษณ์ มโนวัลย์เลา. (2557). บล็อกเกอร์และสังคมออนไลน์ เทรนด์ใหม่ในสังคมไทย. คณะศึกษาศาสตร์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- พันทร ระวัง. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจและแนวโน้มการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออมของผู้ที่มีรายได้ ในเขตกรุงเทพมหานคร. บัญชีมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ภรณ์ทิพย์ สักล่อ. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของลูกค้านาคาการกรุงไทย อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วรมน เนาวรัตน์ภาส. (2561). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ JBofficial.th ของรองเท้า JELLY BEANS. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิจิตรา จำลองราชภู. (2561). การวิจัยธุรกิจทางการเงินและการบัญชี. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อป.
- วิโรตม คงหนู. (2562). อิทธิพลของเฟซบุ๊กแฟนเพจกับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนในกรุงเทพฯและปริมณฑล. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุนทรี จึงประเสริฐกุล. (2552). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุรียรัตน์ อุ่นกระสัง. (2564). การศึกษาการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม SSF ของผู้ตอบแบบสอบถามรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์. (2554). กลยุทธ์การตลาดออนไลน์เขย่าโลก. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น, 2554.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2560). การบริหารการตลาดยุคใหม่ (Marketing Management) ฉบับปรับปรุงใหม่ปี 2560. กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.
- อดุลย์ สาลิฟา. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long Term Fund: LTF) ของนักลงทุนในกรุงเทพฯ และปริมณฑล. พาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยลัยธรรมศาสตร์
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. 3rd ed. New York: John Wiley and Sons Inc.
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of Innovation*. New York: The Free Press.