



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 7
วันที่ 1 สิงหาคม 2567

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเงิน
ของ Generation Y เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
Factors Affecting the Investment Intentions in Financial Products
of Generation Y in Bangkok Metropolis

ตลั้บทอง มาลากุล
นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยรามคำแหง
E mail: 6514154200@rumail.ru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาปัจจัยด้านทักษะทางการเงิน และปัจจัยด้านแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเงินของ Generation Y เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนกลุ่ม Generation Y (อายุ 28-43 ปี) จำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก รวบรวมข้อมูลและใช้สถิติวิเคราะห์ ถดถอยพหุคูณ เพื่อทดสอบตัวแปรที่ส่งอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ แล้วจึงนำมาสร้างสมการพยากรณ์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านทักษะทางการเงิน และปัจจัยด้านแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเงินของ Generation Y เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ความรู้ทางการเงิน พฤติกรรมทางการเงิน ทศนคติทางการเงิน แรงจูงใจในการประสบความสำเร็จ แรงจูงใจในความสัมพันธ์ และแรงจูงใจในเรื่องอำนาจ ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเงินของ Generation Y เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ: ทักษะทางการเงิน, แรงจูงใจ, ความตั้งใจในการเลือกลงทุน

Abstract

This research aims to study the financial skills and Motivational factors that influence the investment intentions in financial products of Generation Y in Bangkok. This study is quantitative research. The 400 samples were used in this research who are Generation Y (aged 28 - 43 years) in Bangkok. A convenience sampling method was used, and Multiple regression analysis was conducted, using the Enter method, to identify variables that affect investment intentions significantly which led to the development of a predictive equation. The study found financial knowledge, financial behavior, financial attitudes, Achievement Motive, Affiliation Motive, and Power Motive significantly affect the investment intentions in financial products of Generation Y in Bangkok at a statistical significance level of 0.05.



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 7
วันที่ 1 สิงหาคม 2567

Keywords: Financial Skills, Motivation, Investment intentions

บทนำ

รายงานผลการศึกษาความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอาเซียน (ASEAN Consumer Sentiment Study-ACSS) ประจำปี 2566 โดย 72% ของผู้ตอบแบบสำรวจ กังวลเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวที่อาจเกิดขึ้นในอีก 6-12 เดือนข้างหน้า ส่งผลให้ใช้จ่ายอย่างระมัดระวังกว่าเดิม รวมทั้งคนรุ่นใหม่สนใจการออมและการลงทุนมากขึ้น เป็นรายงานการศึกษาเพื่อวิเคราะห์แนวโน้มและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจาก 5 ประเทศในอาเซียน ประกอบด้วย สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ไทย และเวียดนาม เป็นประจำทุกปี รายงานปีที่ 4 ฉบับล่าสุดได้จัดทำขึ้นเมื่อเดือนมิถุนายน 2566 โดยในประเทศไทยเป็นการสำรวจคำตอบของผู้บริโภค 600 คน จากหลายกลุ่มประชากร ความกังวลทางการเงินส่งผลให้ผู้บริโภคชาวไทยใช้จ่ายอย่างรัดกุมและวางแผนการลงทุน ผลสำรวจพบว่า 57% ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความกังวลเกี่ยวกับอัตราเงินเฟ้อที่สูงขึ้น โดยมีความกังวลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในครัวเรือนที่สูงขึ้นร้อยละ 14 เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด และความกังวลเพิ่มขึ้น 11% เกี่ยวกับการออมที่ลดลง นอกจากนี้ รายงานยังระบุแนวโน้มที่น่าสนใจของคนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับการออมและการลงทุน Gen Z เป็นกลุ่มที่ระมัดระวังที่สุด โดย 41% มีแผนออมเงินมากขึ้นในปีนี้ ในขณะที่ Gen Y มุ่งเน้นการลงทุนมากที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น (Money & Banking Online, 2566) หัวหน้ารายงานพัฒนาความยั่งยืน ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.) เผยว่าข้อมูลช่วง 7 เดือนแรกของปี 2566 พบว่ามียอดการเปิดบัญชีซื้อขายหุ้นไทยเพิ่มขึ้นประมาณ 3-4 หมื่นบัญชีต่อเดือน ซึ่งการเปิดบัญชีเทรดหุ้นเพิ่มขึ้นต่อเนื่องถือเป็นเรื่องปกติ เพราะหุ้นเป็น asset class หนึ่งในที่คนยังให้ความสนใจลงทุน อย่างไรก็ตาม ในช่วงหลังสิ่งที่เห็นคือจะมีคนรุ่นใหม่ (younger generation) เช่น Gen-Y และ Gen-Z มาเปิดบัญชีในจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ และการซื้อขายก็มีบัญชีที่เป็นกลุ่ม Gen-Y และ Gen-Z ในสัดส่วนที่สูงขึ้น (ประชาดีธุรกิจ, 2566)

การลงทุนในยุคนี้มีทางเลือกมากขึ้นมาในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ซึ่งมีหลายรูปแบบ เช่น สลากออมทรัพย์ (ออกโดยธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร หรือ ธ.ก.ส.) สลากออมสิน (ออกโดยธนาคารออมสิน) ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ หน่วยลงทุนในกองทุนรวม (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2566)

ดังนั้นการออมเงินหรือลงทุนให้ได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ จึงมีความสำคัญมากเนื่องจากช่วยให้รู้จักวางแผนการใช้จ่าย อุดหนุน และบริหารความเสี่ยง รู้จักธุรกิจต่าง ๆ และผลิตภัณฑ์ทางการเงินมากขึ้น มีเพื่อนกลุ่มใหม่ที่เป็นนักลงทุน เข้าใจกลไกทางเศรษฐกิจและการเงิน วางแผนระยะยาวและทำให้มีอิสรภาพทางการเงิน การมีอิสรภาพทางการเงินอาจจะไม่ได้หมายถึงการที่เราต้องเป็นเศรษฐี แต่หมายความว่าเรามีรายได้จากสินทรัพย์ ที่เรียกว่า Passive Income มากกว่าค่าใช้จ่ายประจำของตน (บลน. พิโนนา, 2561) Generation Y เป็นอีกหนึ่ง Generation ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญของสถาบันการเงินในการขายผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาหาปัจจัยอันเป็นผลแห่งการลงทุนของ Generation ดังกล่าว เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการลงทุนต่อไป



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 7
วันที่ 1 สิงหาคม 2567

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเงินของ Generation Y เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคคลที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นบุคคล Generation Y จำนวน 1,455,337 คน (MGR online, 2566) กำหนดขนาดตัวอย่างด้วยวิธีของ Taro Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 400 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก

2. ขอบเขตด้านตัวแปร

มุ่งเน้นศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านทักษะทางการเงินทั้ง 3 ด้านประกอบด้วย 1) ความรู้ทางการเงิน (Financial Knowledge) 2) พฤติกรรมทางการเงิน (Financial Behavior) 3) ทักษะคติทางการเงิน (Financial Attitude) และปัจจัยด้านแรงจูงใจอีก 3 ด้าน ประกอบด้วยตัวแปร 1) แรงจูงใจในการประสบความสำเร็จ (Achievement Motive) 2) แรงจูงใจในความสัมพันธ์ (Affiliation Motive) 3) แรงจูงใจในอำนาจ (Power Motive)

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการวิจัยในช่วงระหว่าง เดือนมีนาคม ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2567

การทบทวนวรรณกรรม

ทักษะทางการเงิน (Financial skills) ประกอบด้วย ความรู้ทางการเงิน, พฤติกรรมทางการเงิน และทักษะคติทางการเงิน (Aristei & Gallo, 2021)

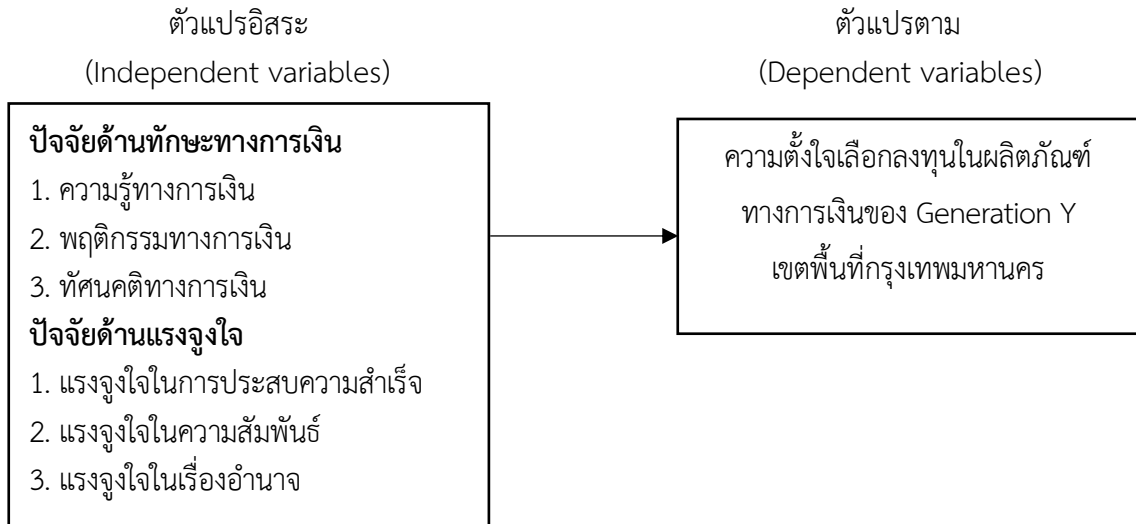
แรงจูงใจ (Motivation) ศึกษาจากทฤษฎีการจัดการแรงจูงใจ (The motive disposition theory: MDT) โดย McClelland (1953) ประกอบด้วย แรงจูงใจในการประสบความสำเร็จ แรงจูงใจในความสัมพันธ์ และแรงจูงใจอำนาจ

ความตั้งใจ ซึ่งความตั้งใจนี้จะมีความสัมพันธ์นำไปสู่การทำให้เกิดพฤติกรรมในเรื่องนั้นที่กำลังศึกษา (Gardner, Lally & Rebar, 2022)



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 7
วันที่ 1 สิงหาคม 2567

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

1. **ระเบียบวิธีวิจัย** ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยและการเก็บข้อมูลโดยการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณทำการศึกษาข้อมูล 2 แบบ ได้แก่ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามออนไลน์เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเงินของ Generation Y เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษารวบรวมผลงานวิจัย และอื่น ๆ

2. **ขั้นตอนการวิจัย** การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง: ผู้วิจัยกำหนดตัวอย่างด้วยวิธีการกำหนดขนาดตัวอย่าง (n) จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ: ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างในขั้นต้น (Try out) จำนวน 30 ชุด แล้วนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความน่าเชื่อถือเท่ากับ 0.921

เมื่อนำชุดข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของข้อความในตัวแปร ทำให้ได้ตัวแปรสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ดังนี้



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 7
วันที่ 1 สิงหาคม 2567

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของข้อคำถามและตัวแปรด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบ

ปัจจัย	ข้อคำถาม	factor loading		หมายเหตุ
		องค์ประกอบที่ 1	องค์ประกอบที่ 2	
ความรู้ทางการเงิน	เข้าใจความหมาย	-0.785		
	ความรู้ทางกฎหมาย	0.748		
	คำนวณทางการเงิน	0.507		
พฤติกรรมทางการเงิน	นิสัยการออม	0.810		
	จ่ายอย่างรอบคอบ	-0.794		
	วางแผนการเงิน		0.951	แยกออกเป็นปัจจัยพฤติกรรมการวางแผน
ทัศนคติทางการเงิน	การลงทุนคือมั่นคง	-0.808		
	เสี่ยงสูงผลตอบแทนสูง	0.643		
	การลงทุนคือมรดก	0.642		
แรงจูงใจในการประสบความสำเร็จ	อิสระทางการเงิน	0.852		แยกออกเป็นปัจจัยแรงจูงใจอิสระทางการเงิน
	ทำหายความสามารถ		0.766	
	ความมั่งคั่ง		0.692	
แรงจูงใจในความสัมพันธ์	การให้ความสำคัญ	-0.803		
	ความไม่มั่นใจ	0.698		
	ความสบายใจ	0.504		
แรงจูงใจในเรื่องอำนาจ	ตำแหน่ง	0.855		
	การควบคุม	0.767		
	อิทธิพล	0.708		
ความตั้งใจเลือกลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเงิน	ลงทุนเพิ่ม	0.772		
	ตัดสินใจด้วยตนเอง	0.744		
	ปรึกษาผู้อื่น	0.508		

จากผลการทดสอบการวิเคราะห์องค์ประกอบจากค่า factor loading ทำให้แยกองค์ประกอบจากตัวแปรอิสระเดิมได้เพิ่มเติม ดังนี้ จากตัวแปรพฤติกรรมทางการเงิน ได้เพิ่มตัวแปรพฤติกรรมการวางแผน และจากแรงจูงใจในการประสบความสำเร็จ ได้เพิ่มตัวแปรแรงจูงใจอิสระทางการเงิน โดยทุกตัวแปรในการทดสอบนี้มีค่า KMO อยู่ในช่วงปานกลาง (0.5 - 0.7) แสดงว่าข้อมูล มีความเหมาะสมพอประมาณสำหรับการวิเคราะห์ Factor Analysis

3. การวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมทางการเงิน ใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่อหาค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 7
วันที่ 1 สิงหาคม 2567

(Percentage) สถิติอนุมาน (Inferential statistics) ใช้การวิเคราะห์หาตัวแปรอิสระ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเงินของ Generation Y เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 70.8 มีอายุ 28 – 43 ปี (Generation Y) จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 มีสถานภาพโสด จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.8 โดยมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 363 คน คิดเป็นร้อยละ 90.8 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 65.8 และมีค่าใช้จ่ายต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 67.3 แสดงดังในตารางที่ 2

ผู้วิจัยได้คัดกรองแบบสอบถาม โดยเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ช่วงอายุ 28 – 43 ปี เป็นช่วงอายุของ Generation Y ตามเกณฑ์การแบ่ง Generation ของ Philip Kotler (2564) ซึ่งตรงกับหัวข้องานวิจัยในครั้งนี้ที่ดำเนินการศึกษาเฉพาะ Generation Y ดังนั้นปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุจึงเป็นช่วงอายุ 28 – 43 ปี คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของ Generation Y เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนบุคคล		จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
เพศ	หญิง	283	70.8
อายุ	28 – 43 ปี	400	100.0
สถานภาพ	โสด	315	78.8
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี	363	90.8
อาชีพ	พนักงานเอกชน	161	40.3
รายได้ต่อเดือน	20,001 – 30,000 บาท	263	65.8
ค่าใช้จ่ายต่อเดือน	10,001 – 20,000 บาท	269	67.3

2. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านพฤติกรรมการเงิน การลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเงิน พบว่ามีการลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเงิน จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 แหล่งเงินทุนที่นำมาลงทุนมาจากเงินออมของตนเอง จำนวน 375 คน คิดเป็นร้อยละ 93.8 โดยตั้งเป้าหมายการลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเงินเป็นจำนวน 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0 สิ่งสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเงิน คือความเสี่ยง จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 7
วันที่ 1 สิงหาคม 2567

และมีความพอใจกับผลตอบแทนจากการลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ลงทุนอยู่ในปัจจุบัน จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 แสดงดังในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมทางการเงินของ Generation Y เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมทางการเงิน		จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
มีการลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเงินหรือไม่	มี	220	55.0
แหล่งเงินทุน	เงินของออมตนเอง	375	93.8
เป้าหมายในการลงทุน	5,001 – 10,000 บาท	268	67.0
สิ่งสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจลงทุน	ความเสี่ยง	137	34.3
ความพอใจต่อผลตอบแทนที่ได้รับ	พอใจ	293	73.3

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเงินของ Generation Y เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า มีตัวแปรอิสระ จำนวน 5 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเงินของ Generation Y เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ดังนี้ ด้านความรู้ทางการเงิน ด้านแรงจูงใจในความสัมพันธ์ ด้านทัศนคติทางการเงิน ด้านพฤติกรรมทางการเงิน ในทิศทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และแรงจูงใจในเรื่องอำนาจพบอิทธิพลในทิศทางตรงกันข้าม อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ โดยสมการมีพลังในการทำนายได้ร้อยละ 33.4 (R^2) มีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ ± 0.320 ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอย ได้ดังนี้

$$Y = 0.366 (\text{ด้านความรู้ทางการเงิน}) + 0.188 (\text{แรงจูงใจในความสัมพันธ์}) + 0.180 (\text{ทัศนคติทางการเงิน}) + 0.103 (\text{ด้านพฤติกรรมทางการเงิน}) - 0.108 (\text{แรงจูงใจในเรื่องอำนาจ})$$

Y แทนค่า ความตั้งใจในการเลือกลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเงินของ Generation Y เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 7
วันที่ 1 สิงหาคม 2567

ตารางที่ 4 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของความตั้งใจในการเลือกลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเงิน Generation Y เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

Model	b	Std. Error	Beta	t	Sig.	F	Sig.
ค่าคงที่	0.399	0.276		1.443	0.150	24.519	0.000*
ความรู้ทางการเงิน	0.366	0.071	0.297	5.134	0.000*		
พฤติกรรมทางการเงิน	0.103	0.033	0.143	3.136	0.002*		
พฤติกรรมการวางแผน	0.092	0.050	0.101	1.833	0.068		
ทัศนคติทางการเงิน	0.180	0.074	0.135	2.425	0.016*		
แรงจูงใจในการประสบความสำเร็จ	0.083	0.051	0.087	1.604	0.109		
แรงจูงใจอิสระทางการเงิน	-0.033	0.027	-0.060	-1.197	0.232		
แรงจูงใจในความสัมพันธ์	0.188	0.061	0.151	3.062	0.002*		
แรงจูงใจในเรื่องอำนาจ	-0.108	0.031	-0.179	-3.500	0.001*		

R = 0.578, R² = 0.334, Adjusted R Square = 0.320, SEE = 0.400, * sig < 0.05

อภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านทักษะทางการเงิน ซึ่งประกอบด้วยตัวแปร ความรู้ทางการเงิน พฤติกรรมทางการเงิน และทัศนคติทางการเงิน ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเงินของ Generation Y เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า ความรู้ทางการเงินมีอิทธิพลโดยมีค่าสัมประสิทธิ์มากที่สุด แสดงให้เห็นว่าหากต้องการให้ Generation Y ลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเงินจะต้องให้ความรู้เพิ่มเติม รองลงมาคือ ทัศนคติทางการเงิน และพฤติกรรมทางการเงิน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการสร้างทัศนคติ และสร้างพฤติกรรมทางการเงินจะช่วยเพิ่มความตั้งใจที่จะลงทุนเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชิดชนก เลิศกุลธรรม (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ศึกษาพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินเพื่อความมั่นคงในชีวิตหลังเกษียณ กรณีศึกษากลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 22-39 ปี (กลุ่ม generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านแรงจูงใจส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเงินของ Generation Y เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า แรงจูงใจในความสัมพันธ์มีอิทธิพลในทิศทางบวก ดังนั้น แสดงว่าหากสร้างแรงจูงใจในความสัมพันธ์มากเท่าไรก็จะยิ่งเพิ่มความตั้งใจในการลงทุนของ Generation Y มากเท่านั้น ในขณะที่แรงจูงใจในเรื่องอำนาจมีอิทธิพลในทางตรงกันข้ามซึ่งหมายถึงหากมีแรงจูงใจในเรื่องอำนาจมากเท่าไรความตั้งใจในการลงทุนของ Generation Y จะลดลง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาคกรณ์ จิระพันธุ์ชัย (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 7
วันที่ 1 สิงหาคม 2567

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

วิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาใน Generation อื่น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก และสามารถทำความเข้าใจความซับซ้อนของแต่ละ Generation ที่มีความตั้งใจในการเลือกลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเงินได้มากขึ้น รวมถึงเพิ่มการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์ การสังเกต การสนทนากลุ่มเพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกมากขึ้น และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ชิดชนก เลิศกุลธรรม. (2562). ศึกษาพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินเพื่อความมั่นคงในชีวิตหลังเกษียณกรณีศึกษากลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 22-39 ปี (กลุ่ม Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2566). ผลิตภัณฑ์คล้ายเงินฝาก. สืบค้นเมื่อ มิถุนายน 10, 2567, จาก <https://www.bot.or.th/th/satang-story/rights-responsibility/savings-alike.html>.
- บริษัทหลักทรัพย์นายหน้าซื้อขายหน่วยลงทุน ฟินโนมินา จำกัด. (2561). คลังความรู้ การวางแผนทางการเงิน. 10 ข้อดีของการลงทุนและการวางแผนทางการเงิน. สืบค้นเมื่อ มิถุนายน 10, 2567, จาก <https://www.finnomena.com/investment-reader/10-advantages-investment>.
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2566). คนไทยแห่เปิดบัญชี “เทรตหุ่น” ตลท. ชี้สัดส่วน GenY-GenZ พุ่งต่อเนื่อง. สืบค้นเมื่อ กรกฎาคม 19, 2567, จาก <https://www.prachachat.net/finance/news-1396745>.
- ภาครณ จิระพันธุ์ชัย. (2563). แรงจูงใจในการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาลัษรรมค้ำแหง.
- Aristei, D. & Gallo, M. (2021). Financial Knowledge, Confidence, and Sustainable Financial Behavior. *Bank Management, Finance and Sustainability*, 13(19).
- Gardner, B., Lally, P. & Rebar, A.L. (2020). Does habit weaken the relationship between intention and behaviour? Revisiting the habit intention interaction hypothesis. Retrieved June 8, 2024, from <https://compass.onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/spc3.12553>.
- McClelland, D. C., Atkinson, J. W., Clark, R. A. & Lowell, E. L. (1953). *The achievement Motive*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- MGR online. (2566). กางผู้ใช้สิทธิเลือกตั้งเงิน X เยอะสุด 20 ล้านกว่า กทม. มากสุด 1.7 ล้าน ส่วนเงิน Y ตัวเลขตามมตติต ๆ. สืบค้นเมื่อ มิถุนายน 8, 2567, จาก <https://mgronline.com/politics/detail/9660000043287>.
- Money & Banking Online. (2566). UOB เผยคนไทย รัคเข้มชัด กังวลการเงินสูง เงิน Z ออมเงินหนัก ฟากเงิน Y ลงทุนเยอะสุด. สืบค้นเมื่อ กรกฎาคม 19, 2567, จาก <https://moneyandbanking.co.th/2023/63562/>.



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 7
วันที่ 1 สิงหาคม 2567

Philip Kotler, Hermawan Kartajaya & Iwan Setiawan. (2564). **การตลาด 5.0: Marketing 5.0 Technology for Humanity** (แปลจาก Marketing 5.0 โดย ดร.วรัญญู เหลืองไพโรจน์).
กรุงเทพฯ: เนชั่นบุ๊คส์.

Yamane, T. (1967). **Statistic: An Introductory Analysis** (2nd ed.). New York: Harper & Row.