

อิทธิพลช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร ปัจจัยด้านการลงทุน การสื่อสารแบบบอกต่อ และทัศนคติ ส่งผลต่อ
การตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร

Influence Channels of Information Investment Factors Word- of- mouth
Communication and Attitude Affect Financial Investment Decision Making of
Investors in Bangkok

สิริกานันท์ นุ่มอ่อน
สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Sirikran Numon
E-mail: 6614131002@rumail.ru.ac.th
Faculty of Business Administration Program in Accounting
Ramkhamhaeng University
Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา อิทธิพลช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร ปัจจัยด้านการลงทุน การสื่อสารแบบบอกต่อ และทัศนคติ ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร ปัจจัยด้านการลงทุน การสื่อสารแบบบอกต่อ และทัศนคติ โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ นักลงทุนทางการเงินในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า นักลงทุนทางการเงินในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่เพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และรายได้ต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท ช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.88) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ สื่ออินเทอร์เน็ต ($\bar{X}$ = 4.21) ปัจจัยด้านการลงทุน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.06) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านผลตอบแทน ($\bar{X}$ = 4.07) การสื่อสารแบบบอกต่อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.06) ทัศนคติ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.18) และการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.22)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) นักลงทุนทางการเงินในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้ระดับการตัดสินใจลงทุนทางการเงินในภาพรวม ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) ช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อบุคคล นอกจากนั้น ปัจจัยด้านการลงทุน ด้านพฤติกรรมการลงทุน ด้านภาษีและความเสี่ยงจากการลงทุนด้านผลตอบแทน รวมถึงการสื่อสารแบบบอกต่อ และ ทัศนคติมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การตัดสินใจลงทุนทางการเงิน

Abstract

The purpose of this study is to examine the influence channels of information, investment factors, word- of- mouth communication and attitude affect financial investment decision making of investors in Bangkok, factors include demographic factors, channels of information, investment factors, word- of- mouth communication and attitudes. The 400 samples were drawn from investors in Bangkok. Data were analyzed by using the frequency, percentage, mean, and standard deviation and collected data from questionnaires with T-Test, F-Test (One way ANOVA) and Multiple Regression Analysis.

The study indicated that the most investors in Bangkok of the respondents were female, aged 31-40 years, single, received bachelor's degree and received monthly income of 15,000 – 25,000 baths. Channels of information were at high level ($\bar{X} = 3.88$). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean were internet media ($\bar{X} = 4.27$). Investment factors were at highest level ($\bar{X} = 4.06$). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean was return ($\bar{X} = 4.07$). Word- of- mouth communication was at high level ($\bar{X} = 4.06$). Attitude was at high level ($\bar{X} = 4.18$). Financial investment decision making of investors in Bangkok was rated at highest level ($\bar{X} = 4.22$).

The results of hypothesis test show that (1) investors in Bangkok with different income had different overall financial investment decision making at statistical significance of 0.05 levels. (2) Channels of information; internet media, personal media. In addition, investment factors; investment behavior, tax and risk, return, including, word- of- mouth communication and attitude had effect the financial investment decision making of investors in Bangkok at significance of 0.05 levels.

Keyword: Financial Investment Decision Making

บทนำ

แนวโน้มเศรษฐกิจโลกในปี พ.ศ. 2568 ยังเผชิญปัจจัยเสี่ยงที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากสงครามและนโยบายกีดกันทางการค้าที่คาดว่าจะทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น ปัจจัยเหล่านี้ทำให้เกิด Inflation-Led Growth Economy ซึ่งหมายถึงการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ถูกขับเคลื่อนโดยเงินเฟ้อ ที่เป็นการท้าทายของทุกประเทศในการบริหารจัดการการเงินเพื่อในระยะยาว รวมทั้งเป็นโอกาสและความท้าทายใหม่ของนักลงทุน กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) เผยแพร่รายงานเศรษฐกิจโลก (World Economic Outlook) ล่าสุดปรับลดคาดการณ์จีดีพีโลกลงจากความอ่อนแอของเศรษฐกิจในจีนและยุโรปโซน รวมถึงความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลงสำคัญจากนโยบายกีดกันการค้าของสหรัฐอเมริกาที่เพิ่มความตึงเครียดให้กับเศรษฐกิจโลกมากขึ้น (สิริภัทร เกาฏีระ, 2568)

แนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี พ.ศ. 2568 อาจมีความเสี่ยงเติบโตต่ำกว่าที่ตลาดคาดไว้ จากการที่เศรษฐกิจสหรัฐฯ และจีนอาจชะลอตัวลงจากมาตรการกีดกันทางการค้าที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งจะกดดันภาคการส่งออกของไทย ประกอบกับภาระหนี้ครัวเรือน และความเสี่ยงหนี้เสียระดับสูงที่ยังเป็นปัจจัยกดดันสำคัญต่อการบริโภคในประเทศ และหากเกิดสงครามการค้าระหว่างจีน-สหรัฐฯ ด้วยแล้ว ก็อาจทำให้ส่งผลกระทบต่อการส่งออกของไทยที่อาจกลายเป็นแรงกดดันหลักต่อการเติบโตของเศรษฐกิจไทย รวมถึงอาจได้รับผลกระทบจากการเข้ามาท่วมตลาดของสินค้าจีนที่โดนภาษีด้วย อย่างไรก็ตาม EIC คาดเอาไว้ว่าเศรษฐกิจไทยในปี พ.ศ. 2568 จะขยายตัวได้ราวร้อยละ 2.4 โดยได้รับแรงหนุนจาก (1) การฟื้นตัวของการท่องเที่ยวไปใกล้ระดับก่อนเกิดสถานการณ์โควิด โดยประเมินว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาประเทศไทยในปี พ.ศ. 2568 อยู่ที่ 38.8 ล้านคน (เทียบกับก่อนช่วงโควิดปี พ.ศ. 2562 ที่ประมาณ 40 ล้านคน) ประกอบกับอาจมีการนำเอาโครงการกระตุ้นการท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น โครงการเราเที่ยวด้วยกัน เพื่อช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (2) การบริโภคในประเทศที่คาดว่าจะขยายตัวต่อเนื่อง ตามแรงหนุนจากนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลถัดมาคือ (3) การลงทุนจากภาครัฐบาล ที่คาดว่าจะเพิ่มอีกหนึ่งแรงหนุนสำคัญ หลังการร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 มีวงเงินลงทุนทั้งสิ้น 9.08 แสนล้านบาท (เพิ่มขึ้นร้อยละ 27.9 จากปี พ.ศ.

2567 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24.2 ของงบประมาณปี พ.ศ. 2568 เทียบกับร้อยละ 20.4 ปีก่อนหน้า) และ 4. นโยบายการเงินที่ผ่อนคลายจะจูงจูงเศรษฐกิจเพิ่มเติม คาดคณะกรรมการนโยบายการเงินจะเริ่มลดดอกเบี้ยนโยบายเพิ่มเติมในปี พ.ศ. 2568 หลังเริ่มลดดอกเบี้ยตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2567 (ณรงค์ศักดิ์ ปลอดภัยชัย, 2568)

จากผลสำรวจสถานภาพหนี้ครัวเรือนไทย ปี พ.ศ. 2567 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ร้อยละ 99.7 มีภาระหนี้สินและอีกร้อยละ 0.3 ไม่มีภาระหนี้สิน โดยหนี้สินส่วนใหญ่คือ หนี้บัตรเครดิต รองลงมาคือ หนี้ซื้อยานพาหนะ หนี้ส่วนบุคคลเพื่อการอุปโภคบริโภค หนี้ที่อยู่อาศัย ขณะเดียวกันเมื่อเปรียบเทียบรายได้และค่าใช้จ่ายของครัวเรือนในปัจจุบันพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ร้อยละ 46.3 มีรายได้น้อยกว่ารายจ่าย โดยเฉพาะกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 1-1.5 แสนบาทต่อเดือน โดยในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ประชาชนราวร้อยละ 71.1 เคยผิคนัดชำระหนี้ และอีกร้อยละ 28.4 ยังไม่เคยผิคนัดชำระ ซึ่งปัจจัยที่ทำให้ผิคนัดชำระหนี้มากที่สุดคือ เศรษฐกิจไม่ดี รองลงมาคือรายได้ลดลง สภาพคล่องธุรกิจลดลง ราคาพืชผลเกษตรตกต่ำ ค่าครองชีพเพิ่มสูงขึ้น (หอการค้าไทย และศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2567)

การวางแผนทางการเงินเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุกคน และจะยังมีความจำเป็นมากขึ้นในอนาคต เนื่องจากความไม่แน่นอนในการดำรงชีวิตมีเพิ่มมากขึ้น ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและทางสังคม (ก่าพล สุทธิพิเชษฐ์, ม.ป.ป.) ซึ่งการวางแผนการเงินที่ดีจะเป็นเสมือนเข็มทิศนำไปสู่ความสำเร็จ และจะทำให้มีอิสรภาพทางการเงิน เพราะหากรู้ชีวิตเต็มไปด้วยความไม่แน่นอน ทุกคนจะใช้ชีวิตอย่างระมัดระวัง มีสติอยู่ตลอดเวลา การวางแผนทางการเงินจึงถือว่าเป็นแบบอย่างของการใช้ชีวิตของคนที่มีสติและปัญญา มีเหตุผล ซึ่งจะทำได้ดำเนินชีวิตได้อย่างมีเป้าหมาย และเดินย้อมทำให้มีโอกาสประสบความสำเร็จในชีวิตได้ โดยมีหลักสำคัญในการปฏิบัติดังนี้ (1) แผนการออม (2) แผนการลงทุน (3) แผนการบริหารหนี้ (4) แผนบริหารความเสี่ยง (5) แผนเกษียณ (6) แผนภาษีอากร (กาญจนา หงษ์ทอง, 2551) ดังนั้นการเลือกลงทุนในกองทุนรวมจึงเป็นตัวเลือกที่คุ้มค่ากว่าการเสี่ยงไปลงทุนด้วยตัวเอง หรือการฝากเงินที่ธนาคาร เนื่องจากการลงทุนในกองทุนรวมมีผู้เชี่ยวชาญช่วยดูแลให้ ไม่ต้องจับจ้องหวั่นไหวการลงทุนเอง กองทุนรวม คือ การระดมเงินทุนจากคนจำนวนมาก เพื่อนำไปลงทุนในสินทรัพย์ต่าง ๆ ตามนโยบายของกองทุน โดยมี “ผู้จัดการกองทุน” ที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์เรื่องการลงทุนเป็นอย่างดีมาคอยดูแล บริหารจัดการเงินของเราให้งอกเงยตามนโยบายของกองทุน แล้วยังช่วยเพิ่มโอกาสรับผลตอบแทนที่สูงขึ้นด้วย เมื่อสินทรัพย์ในกองทุนที่เราลงทุนมีมูลค่าเพิ่มขึ้น มูลค่าหน่วยลงทุนก็จะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย เราจะได้กำไรจากการขายคืนหน่วยลงทุนแบบเต็มเม็ดเต็มหน่วย เนื่องจากกำไรส่วนเกินตรงนี้ ได้รับการยกเว้นภาษีนอกจากนี้ กองทุนบางประเภทยังมอบสิทธิประโยชน์ทางภาษีให้กับนักลงทุนอีกด้วย เช่น กองทุน SSF และกองทุน RMF ที่นักลงทุนสามารถนำเงินที่ซื้อหน่วยลงทุนไปลดหย่อนภาษีได้ตามเงื่อนไขของกองทุน และเมื่อถือครองครบกำหนด ก็จะได้รับเงินก่อนโดนกลับไปอีกด้วย (ฝ่ายกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์การลงทุน บลจ.กสิกรไทย, 2565)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับ อิทธิพลช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร ปัจจัยด้านการลงทุน การสื่อสารแบบบอกต่อ และทัศนคติ ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครให้ดีขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อคุณภาพและประสิทธิภาพในการลงทุนทางการเงิน และนำมาซึ่งผลประโยชน์ต่อนักลงทุนและประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียงต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร ปัจจัยด้านการลงทุน การสื่อสารแบบบอกต่อและทัศนคติ ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตงานวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักลงทุนที่มีการลงทุนทางการเงิน จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ตัดสินใจลงทุนทางการเงิน ซึ่งไม่สามารถรู้จำนวนประชากรที่แน่นอนได้ จึงได้ใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร ปัจจัยด้านการลงทุน การสื่อสารแบบบอกต่อ และทัศนคติ ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทางผู้วิจัยจะทำการศึกษาถึงตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร ปัจจัยด้านการลงทุน การสื่อสารแบบบอกต่อ และทัศนคติ ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันทำให้การตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ช่องทางในการรับรู้ข่าวสารมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขต กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านการลงทุนมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 4 การสื่อสารแบบบอกต่อมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขต กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 5 ทัศนคติมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ทำให้ทราบถึงการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. ทำให้ทราบถึงช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร ปัจจัยด้านการลงทุน การสื่อสารแบบบอกต่อ และทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร
4. สำหรับหน่วยงานเอกชนหรือรัฐบาลสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษานี้ เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการ พัฒนาการลงทุนทางการเงิน และเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

แนวคิดและทฤษฎี

1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุนทางการเงิน

การลงทุน หมายถึง ภาระผูกพันในช่วงระยะเวลาหนึ่งของเงินลงทุนจำนวนหนึ่งเพื่อให้ได้มาซึ่งผลตอบแทนในอนาคตที่มากกว่าจะชดเชยกับภาระผูกพันในช่วงระยะเวลานำเงินมาลงทุนอัตราเงินเพื่อและความไม่แน่นอนในอนาคตของเงินลงทุนจำนวนนั้น (Reilly, 1979) นอกจากนั้นการลงทุน เป็นกระบวนการที่ผู้ลงทุนเลือกที่จะชะลอการใช้จ่ายในวันนี้เพื่อสร้างความมั่นคงให้เพื่อสูงขึ้นในอนาคตไม่ว่าจะเป็น การซื้อหลักทรัพย์ หรือตราสารการเงินประเภทต่าง ๆ เช่น ตราสารทุน ตราสารหนี้ หรือวิธีการอื่น เพื่อให้ได้รับกระแสเงินสดที่ได้อาจจากการนำไปลงทุนและให้เกิดผลตอบแทนที่ลงทุนไปมีมูลค่าสูงขึ้นเพื่อให้คุ้มกับต้นทุนค่าเสียโอกาส และชดเชยอำนาจซื้อที่สูญเสียไป เนื่องมาจากภาวะเงินเฟ้อ เพื่อชดเชยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการลงทุนในช่วงการลงทุน (สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุนและตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2548) รวมถึงการใช้จ่ายเงินสดรูปแบบหนึ่งในปัจจุบัน โดยมุ่งหวังจะได้รับผล ตอบแทนจากการใช้จ่ายนั้นในอนาคต ซึ่งผู้ลงทุนเชื่อว่าเงินสดหรือผลตอบแทนส่วนเพิ่มที่จะได้รับคิณนั้นจะสามารถชดเชยระยะเวลารออัตราเงินเพื่อและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างคุ้มค่า (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2563)โดยมีขั้นตอนในการตัดสินใจ 5 ขั้นตอนดังนี้ (1)การรับรู้ถึงความต้องการ (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินผลทางเลือก (4)การตัดสินใจซื้อ และ (5)พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Kotler, 2006)

2.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสารซึ่งจำแนกตามพฤติกรรมของการเปิดรับข่าวสาร คือ การหาข้อมูล การเปิดรับข้อมูล และการเปิดรับประสบการณ์ (Becker, 1972) โดยที่ช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร เป็นกระบวนการเลือกรับข้อมูลข่าวสาร เปรียบเสมือนเครื่องกระบวนการกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือการเปิดรับ (Selective Exposure) การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) การเลือกรับรู้ (Selective Perception and

Selective Interpretation) และการเลือกจดจำ (Selective Retention) (Klapper, 1960) โดยที่การเลือกรับข่าวสารของผู้รับสารจากหลายช่องทางได้แก่ (1) สื่อมวลชน (2) สื่ออินเทอร์เน็ต (3) สื่อบุคคล (4) สื่อเฉพาะกิจ

3.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านการลงทุน

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดในความต้องการสินทรัพย์ ประกอบด้วยผลตอบแทน ความมั่งคั่ง ความเสี่ยง และสภาพคล่อง ซึ่งเป็นปัจจัยภายในที่สามารถควบคุมและกำหนดด้วยตนเองได้ แต่ส่วนด้านปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุน (สิปปภาส พรสุขสว่าง, 2555) โดยปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุน ได้แก่สิ่งกระตุ้นซึ่งประกอบด้วยเศรษฐกิจ และเทคโนโลยี การเมืองและวัฒนธรรม โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจและการเมืองมีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนมากที่สุด (Kotler, 1997) โดยทั่วไปนักลงทุนมีจุดประสงค์ในการลงทุนที่แตกต่างกันได้แก่ ความปลอดภัยของแหล่งเงินลงทุน ความคงที่ของรายได้ นักลงทุนมักจะลงทุนในหลักทรัพย์ที่ให้รายได้สม่ำเสมอ ความงอกเงยของเงินลงทุน สภาพคล่องตัวในการซื้อขายหลักทรัพย์ และความสามารถในการเปลี่ยนเป็นเงินสดเมื่อหลักทรัพย์ที่นักลงทุนจะลงทุนมี Liquidity สูง (เพชร ชุมทรัพย์, 2544) นอกจากนั้นปัจจัยด้านการลงทุนที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ความเสี่ยงในการลงทุน คือ ความไม่แน่นอนหรือโอกาสที่จะไม่ได้รับผลตอบแทนที่คาดหวังไว้จากการลงทุนนั้น (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2565) ยังรวมไปถึงมีจุดประสงค์ เพื่อสิทธิประโยชน์ทางภาษี (ศิริสุข อินละคร, 2548)

4.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารแบบบอกต่อ

การสื่อสารด้วยวิธีการบอกต่อเป็นการสื่อสารระหว่างสองคนขึ้นไปเป็นวิธีการการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข้อเสนอแนะ ประสบการณ์และความรู้สึกระหว่างกันวิธีการสื่อสารแบบบอกต่อ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการหรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นอย่างดี (Assael, 1998) นอกจากนั้นยังเป็นกลยุทธ์ในการบอกต่อข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารโดยการบอกต่อกันไปเรื่อย ๆ จนทำให้การสร้างประสิทธิภาพ ในการกระจายข่าวสารและข้อมูลได้เป็นอย่างดี Buzz Marketing แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ Word of Mouth Marketing และ Viral Marketing (Rozen, 2000)

5.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติว่า หมายถึง ลักษณะการประเมินผลเกี่ยวกับแนวความคิดและการตอบสนอง ต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ ซึ่งผลที่ตามมาคือ บุคคลทั้งหลายต่างมีทัศนคติต่อสรรพสิ่งต่าง ๆ ซึ่งอาจจะเป็นบวก เป็นกลาง หรือเป็นลบก็ได้ (Shaw & Costanzo, 1982) สามารถแยกองค์ประกอบของทัศนคติได้ 3 ประการ ดังนี้ ด้านความรู้ ความเข้าใจ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม (Zimbardo & Ebbesen, 1970)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การออกแบบการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำ หรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม แบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) คือเป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยแบบสอบถาม (Questionnaire) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ

2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

นักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครที่ลงทุนทางการเงิน ซึ่งไม่สามารถรู้จำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงได้จากสูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) เพื่อกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพื่อการศึกษา ซึ่งการเปิดตารางหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จะเปิดตารางที่ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ 0.05 หรือคิดเป็นค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยผลจากการเปิดตารางขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

3. เครื่องมือใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามนั้นเป็นเครื่องมือหลักที่นำมาเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทางผู้วิจัยก็ได้มีการศึกษาหาความรู้ ค้นคว้าทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ เอกสารทางวิชาการ รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะนำความรู้ที่ได้มานั้นไปกำหนดกรอบแนวความคิดของงานวิจัยที่ผู้วิจัยศึกษา ซึ่งแสดงให้เห็นตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยตัวแปรที่ได้มานั้นจะช่วยพัฒนาการสร้างแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 6 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ช่องทางในการรับรู้ข่าวสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับช่องทางการรับรู้ข่าวสาร ซึ่งประกอบด้วย สื่อมวลชน สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 12 ข้อ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านการลงทุนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านการลงทุน ซึ่งประกอบด้วย พฤติกรรมการลงทุน ด้านผลตอบแทน และด้านภาษีและความเสี่ยงจากการลงทุน มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 12 ข้อ

ส่วนที่ 4 การสื่อสารแบบบอกต่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 10 ข้อ

ส่วนที่ 5 ทักษะคิดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 17 ข้อ

ส่วนที่ 6 การตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 4 ข้อ

4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้มีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้มีการนำแบบสอบถามมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สามารถสรุปเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

1. การศึกษาค้นคว้าข้อมูลแนวคิดทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล ช่องทางการรับรู้ข่าวสาร ปัจจัยด้านการลงทุน การสื่อสารแบบบอกต่อ ทักษะคิด และการตัดสินใจลงทุนทางการเงิน
2. นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ทำขึ้นเพื่อให้ความหมาย ของตัวแปรต่างๆ สามารถวัดผลได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น
3. นำนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้มาสร้างเป็นข้อคำถามที่มีความครอบคลุม และสัมพันธ์ กับนิยามศัพท์ของตัวแปรทั้งหมดที่จะใช้ในการดำเนินการวัดผล
4. จัดทำร่างแบบสอบถาม
5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาว่าแบบสอบถามมีการใช้ภาษาและลักษณะของข้อความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างที่จะดำเนินการวิจัย

5.การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

1. ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความน่าเชื่อถือ ก่อนนำแบบสอบถามไปดำเนินการวิจัยใช้งานจริง โดยนำร่างแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นไปนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการทำการตรวจสอบคุณภาพของความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา เพื่อหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด (Item Objective Congruence–IOC) ในการพิจารณาความเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ในทุกข้อคำถามมีการนำเกณฑ์การแปลความหมายของ Rovinelli and Hambleton (1977) โดยค่าดัชนีความสอดคล้องที่ได้ครั้งนี้อยู่ระหว่าง 0.99 โดยถือว่าผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่ยอมรับได้ 0.50

2. ผู้วิจัยได้มีการจัดทำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทางผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย จำนวน 30 คน เพื่อทำการตรวจสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) (Cronbach, 1974) ช่องทางการรับรู้ข่าวสารภาพรวม 0.913 แสดงเป็นรายด้าน ดังนี้ สื่อมวลชน 0.783 สื่ออินเทอร์เน็ต 0.746 สื่อบุคคล 0.745 และสื่อเฉพาะกิจ 0.844 ปัจจัยด้าน

การลงทุนภาพรวม 0.939 แสดงเป็นรายด้าน ดังนี้ พฤติกรรมการลงทุน 0.811 ด้านผลตอบแทน 0.935 และด้านภาษีและความเสี่ยงจากการลงทุน 0.871 การสื่อสารแบบบอกต่อเท่ากับ 0.947 ทศนคติเท่ากับ 0.949 และการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครเท่ากับ 0.829

3. เมื่อผู้วิจัยนำข้อบกพร่องมาปรับปรุง แก้ไข โดยขอคำปรึกษาและผ่านความคิดเห็นและความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง จนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ จึงนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้กำหนดไว้ในงานวิจัย

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ผ่านการแก้ไขและผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษามาดำเนินการจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด จำนวน 400 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคือ นักลงทุนที่ตัดสินใจลงทุนทางการเงิน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการสุ่มแบบบังเอิญหรือแบบสะดวก ซึ่งหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลครบ 400 ชุด จะดำเนินการในขั้นตอนต่อไป คือ การนำข้อมูลที่ได้นำไปวิเคราะห์คำนวณผลโดยผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ SPSS

7. เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้นำมาทำการประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร ปัจจัยด้านการลงทุน การสื่อสารแบบบอกต่อ ทศนคติ และการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการทดสอบ t-test ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.2 เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบรายคู่ โดยใช้วิธีของ Least-Significant Different (LSD)

2.3 เพื่อศึกษาช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร ปัจจัยด้านการลงทุน การสื่อสารแบบบอกต่อ และทศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครจะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่เพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และรายได้ต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ช่องทางในการรับรู้ข่าวสารของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยเรียงตามลำดับดังนี้ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการลงทุนของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านผลตอบแทน พฤติกรรมการลงทุน และด้านภาษีและความเสี่ยงจากการลงทุน

ผลการวิเคราะห์การสื่อสารแบบบอกต่อของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก

ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด

ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ นักลงทุนทางการเงินในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ สถานภาพและระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้การตัดสินใจลงทุนทางการเงินโดยภาพรวมไม่ต่างกัน และนักลงทุนทางการเงินในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้การตัดสินใจลงทุนทางการเงินโดยภาพรวมต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ช่องทางในการรับรู้ข่าวสารซึ่งประกอบด้วย สื่อมวลชน สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ ช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อบุคคล มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม และช่องทางในการรับรู้ข่าวสารสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการลงทุนซึ่งประกอบด้วย พฤติกรรมการลงทุน ด้านผลตอบแทน และด้านภาษีและความเสี่ยงจากการลงทุน ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านการลงทุน พฤติกรรมการลงทุน ด้านภาษีและความเสี่ยงจากการลงทุน ด้านผลตอบแทน มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์การสื่อสารแบบบอกต่อที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ การสื่อสารแบบบอกต่อมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ดังนี้ ทัศนคติมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

บทสรุปและอภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือ ท่านได้รับข้อมูลและข่าวสารที่เป็นประโยชน์ในการลงทุนทางการเงิน ซึ่งส่วนมากในการลงทุนนักลงทุนจะดูองค์ประกอบโดยรวม เช่น การจ่ายเงินปันผล กำไร หรือดอกเบี้ยในครั้งก่อนๆ รวมถึงภาพลักษณ์ขององค์กร และทัศนคติในการบริหารของผู้บริหาร และข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ผลตอบแทนจากการลงทุนทางการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อติศร กิจบำรุง (2564) ได้ศึกษาการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครมีระดับการตัดสินใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

2. ผลการศึกษาระดับการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 นักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษา ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครโดยภาพรวมไม่ต่างกัน แสดงว่าเพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษาไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงิน ดังนั้น อายุต่างกันไม่สามารถบอกได้ว่าระดับกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มของผู้บริโภคจะต่างกัน ระดับการศึกษาที่ต่างกันไม่สามารถบอกได้ว่าระดับกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มของผู้บริโภคจะต่างกัน และอาชีพต่างกันไม่สามารถบอกได้ว่าระดับกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มของผู้บริโภคจะต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ ปานระวี ขาวสังข์ (2565) ได้ศึกษาการตัดสินใจลงทุนในหุ้นสามัญ ของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า เพศ อายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในหุ้นสามัญของพนักงานเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริลักษณ์ คำพิง (2562) ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกซื้อโยเกิร์ตแช่แข็ง กรณีศึกษาเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคในเขต

กรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพต่างกันมีผลต่อการเลือกซื้อโยเกิร์ตแช่แข็ง ที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

2.2 นักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้การตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครโดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่ารายได้ต่อเดือนมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า นักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครมีรายได้ที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด รวมถึงค่าใช้จ่ายต่างๆ ค่าครองชีพของแต่ละบุคคลจึงไม่เท่ากัน ความสามารถในการลงทุนจึงไม่เท่ากันด้วย ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ ปานระวี ขาวสังข์ (2565) ได้ศึกษาการตัดสินใจลงทุนในหุ้นสามัญ ของพนักงานเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าระดับรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในหุ้นสามัญของพนักงานเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ผลการศึกษาช่องทางในการรับรู้ข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 ช่องทางในการรับรู้ข่าวสารสื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อบุคคล มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า นักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญต่อช่องทางในการรับรู้ข่าวสารสื่ออินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับมากที่สุด และสื่อบุคคลอยู่ในระดับมาก เนื่องจากปัจจุบันเป็นสังคมออนไลน์ที่มีการใช้งานโซเชียลมีเดียต่างๆผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์กันอย่างแพร่หลายโดยมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการรับรู้ข่าวสารจากโซเชียลมีเดีย ทำได้อย่างรวดเร็วทุกที่ทุกเวลา ทำให้สามารถค้นหาข้อมูลต่างๆที่สนใจได้รวดเร็ว รวมถึงการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากบุคคลใกล้ชิด เช่น เพื่อน ญาติพี่น้อง หรือแม้กระทั่งบุคคลที่มีชื่อเสียง ประสบความสำเร็จจากการลงทุน สามารถแสดงให้เห็นว่าเมื่อมีการลงทุนเราสามารถได้รับผลตอบแทนในรูปแบบต่างๆได้จริง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เจษฎา เนตรแซม (2566) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยพบว่า ปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสาร ซึ่งตัวแปรที่มีค่ามากที่สุด คือ ข้อมูลจากสื่อออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กานต์ภพ จิราภานุกุล (2566) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร ส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านการลงทุนส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (ส่วนกลาง) หลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ โดยพบว่า ช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร สื่อบุคคล มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (ส่วนกลาง) หลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

3.2 ช่องทางในการรับรู้ข่าวสารสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า นักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญต่อช่องทางในการรับรู้ข่าวสารสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ ในระดับมาก มีความเห็นว่า การที่กองทุนมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ทำให้ได้รับผลตอบรับจากนักลงทุนที่ไม่ดีนัก เนื่องจากปัจจุบันมีการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีความสามารถในการสืบค้นข้อมูลได้อย่างสะดวกรวดเร็ว หรือการรับรู้ข่าวสารจากการแจกแผ่นพับหรือใบปลิวมักจะพบในธุรกิจเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ หรือธุรกิจอาหาร ข้อมูลเกี่ยวกับกองทุนต่างๆ มักจะอยู่ในรูปแบบของแอปพลิเคชัน หรือการผ่านการเชื่อมต่อทางอินเทอร์เน็ต จึงทำให้สื่อเฉพาะกิจ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กานต์ภพ จิราภานุกุล (2566) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร ส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านการลงทุนส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (ส่วนกลาง) หลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ โดยพบว่าช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (ส่วนกลาง) หลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ผลการศึกษาปัจจัยด้านการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยด้านการลงทุนพฤติกรรมการลงทุน ด้านผลตอบแทน และด้านภาษีและความเสี่ยงจากการลงทุน มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า นักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการลงทุน พฤติกรรมการลงทุน ด้านผลตอบแทน และด้านภาษีและความเสี่ยงจากการลงทุน ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การลงทุนทางการเงินเป็นการลงทุนเพื่อเก็บเป็นเงินออมหรือเงินลงทุนในอนาคต โดยพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนแต่ละคนจะแตกต่างกัน ในการตัดสินใจลงทุนทางการเงินพิจารณาในค่าตอบแทนต่างๆที่ได้รับจากการลงทุน หากนักลงทุนที่ลงทุนต้องการได้รับค่าตอบแทนที่สูง นักลงทุนต้องยอมรับความเสี่ยงจากการลงทุนที่จะเกิดขึ้น นอกจากนี้เมื่อได้รับรายได้จากการลงทุน มีหน้าที่ต้องจ่ายชำระภาษี แต่ในการลงทุนจำพวกกองทุนรวมต่างๆ นอกจากยังได้รับผลตอบแทน และยังสามารถใช้ประโยชน์ทางภาษีมาเป็นตัวช่วยลดหย่อนได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีศา พลวงศ์สกุล และ พรพรรณ นันทแพทย์ (2566) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะบุคลิกภาพ การยอมรับเทคโนโลยี พฤติกรรมการลงทุน ที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนสกุลเงินดิจิทัล โดยพบว่า พฤติกรรมการลงทุน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วนิดา รักฉะถารนันท์ (2562) ทำการศึกษาส่วนประสมการตลาดและผลตอบแทนจากการลงทุนที่ส่งผลต่อการลงทุนกองทุนหุ้นระยะยาว (LTF) พบว่า ผลตอบแทนในการลงทุน ด้านผลตอบแทน และผลตอบแทนในการลงทุน ด้านภาษีและความเสี่ยงจากการลงทุน มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ตามลำดับ

5. ผลการศึกษาการสื่อสารแบบบอกต่อที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปได้ดังนี้

การสื่อสารแบบบอกต่อมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า นักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญต่อการสื่อสารแบบบอกต่อ ในระดับมาก อาจเนื่องมาจากการได้รับคำแนะนำด้านการลงทุน ผลตอบแทน และความเสี่ยงในการลงทุนเป็นสิ่งสำคัญในการลงทุนทางการเงิน ดังนั้น การได้รับข้อมูลและรายละเอียดของหลักทรัพย์หรือกองทุนที่น่าสนใจผ่านหลายช่องทาง เช่น ผ่านทางแอปพลิเคชันการลงทุน ผ่านทางผู้ลงทุนรายอื่นที่ได้รับผลตอบแทนที่พึงพอใจในการลงทุนทางการเงิน หรือจากเพื่อนในสังคมเกี่ยวกับการลงทุนทางการเงินที่มีทรงอิทธิพลในการลงทุนในหลักทรัพย์ต่างๆ ผ่านการค้นหาข้อมูลการรีวิวการลงทุนจากบล็อกเกอร์คำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญในการลงทุนทางการเงินบนเว็บไซต์ต่างๆ และจากประสบการณ์ในการลงทุนทางการเงินผ่านสื่อช่องทางต่างๆ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ ซึ่งเป็นการสื่อสารที่รวดเร็วและสามารถโน้มน้าวจิตใจของนักลงทุนได้เป็นอย่างดี เนื่องจากมีการโต้ตอบกันแบบเรียลไทม์ ทำให้เกิดการรับรู้ข่าวสารด้านการลงทุนเป็นจำนวนมากส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริธร เหลืองวิริยะ (2566) ได้ศึกษาปัจจัยสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ ผ่านสื่อออนไลน์ของผู้บริโภค Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้พบว่า การสื่อสารแบบปากต่อปากบนอินเทอร์เน็ตผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยรวม มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ ผ่านสื่อออนไลน์ของผู้บริโภค Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

6. ผลการศึกษาทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปได้ดังนี้

ทัศนคติมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า นักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญต่อทัศนคติ ในระดับมาก อาจเนื่องมาจากการมีความเชื่อที่ว่าหากจะลงทุนทางการเงินต้องเป็นประโยชน์ต่อตนเองมากที่สุด สามารถช่วยตนเองและครอบครัวมีเงินเพื่อใช้จ่ายในอนาคต จึงต้องพิจารณาผลตอบแทนที่จะได้รับ ความเสี่ยงจากการลงทุนมีความปลอดภัยและมีความน่าเชื่อถือในการลงทุน โดยลงทุนกับสถาบันการเงินที่มีการรับรองมาตรฐานมีหน่วยงานกำกับดูแลเข้าตรวจสอบคุณภาพและความน่าเชื่อถือของหน่วยลงทุนโดยสม่ำเสมอ ทำให้ตัดสินใจลงทุนทางการเงิน โดยนักลงทุนต้องมีการวางแผนและเลือกลงทุนในสิ่งที่ตนเองมีความสนใจและคาดว่าจะได้สิ่งที่คาดหวังกลับคืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภารัตน์ พุ่มใหญ่ (2565) ได้ศึกษา ปัจจัยการรับรู้การยอมรับเทคโนโลยีและทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครใช้บริการแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิงของกลุ่มวัยทำงานใน

จังหวัดปทุมธานี โดยพบว่า ทักษะคิดทุกด้านได้แก่ ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม ส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครใช้บริการแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิงของกลุ่มวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัย เพื่อใช้ให้เป็นประโยชน์เป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อการปรับปรุงและวางแผนการตัดสินใจลงทุนทางการเงินให้นักลงทุนมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังต่อไปนี้

ช่องทางการสื่อสาร

1. ช่องทางการสื่อสาร สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อบุคคล มีผลต่อระดับการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น นักลงทุนซึ่งเป็นผู้รับสารได้รับข้อมูลข่าวสารจากหลายๆช่องทาง รวมถึงการรับรู้ข่าวสารจาก เพื่อน ญาติ-พี่น้อง คนรู้จัก ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ใกล้ชิดกับนักลงทุน รวมถึงการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากการผู้ที่เคยลงทุนทางการเงิน ดารา นักแสดง และนักร้องที่มีชื่อเสียง โดยการใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับการลงทุน และการรื้อฟื้นจากผู้ที่มีประสบการณ์และความรู้ เนื่องจากโลกออนไลน์มีเครือข่ายที่ใหญ่มาก เพื่อให้การลงทุนมีประสิทธิภาพและได้ประสิทธิผลตามที่คาดหวังไว้ ดังนั้น กองทุนควรให้ความสำคัญในการสื่อสารผ่านสื่อบุคคลและสื่ออินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น

2. ช่องทางการสื่อสารสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ ไม่มีผลต่อระดับการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น กองทุนควรมุ่งเน้นประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจลดลง แต่มุ่งเน้นใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันเป็นยุคของเทคโนโลยีที่สามารถสืบค้นข้อมูลข่าวสารที่ต้องการผ่านการเชื่อมโยงของข้อมูลในระบบอินเทอร์เน็ตที่สะดวกและรวดเร็วกว่า แม้กระทั่งสื่อสิ่งพิมพ์ที่ส่วนมากจะเผยแพร่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์

ปัจจัยด้านการลงทุน

ปัจจัยด้านการลงทุน พฤติกรรมการลงทุน ด้านผลตอบแทน และด้านภาษีและความเสี่ยงจากการลงทุน มีผลต่อระดับการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น กองทุนต่างๆ ควรให้ความสำคัญในด้านผลประโยชน์ทั้งด้านผลตอบแทนที่อยู่ในรูปของเงินปันผล กำไร หรือดอกเบี้ย รวมถึงด้านภาษีที่นักลงทุนสามารถนำไปใช้ลดหย่อนการชำระภาษีได้ เนื่องจากนักลงทุนมีวัตถุประสงค์ในการลงทุนเพื่อเก็บเป็นเงินออมหรือเงินลงทุนในอนาคต ถ้ากองทุนไหนลงทุนแล้วได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าจะมีการลงทุนเพิ่ม ก่อนทำการลงทุนนักลงทุนคำนึงถึงนโยบายการจ่ายเงินปันผลของกองทุน ผลตอบแทนจากการลงทุน เมื่อลงทุนแล้วผลตอบแทนที่ได้รับต้องสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยของเงินฝากธนาคาร รวมถึงเมื่อมีการซื้อ ขายกองทุน นักลงทุนควรได้รับกำไรส่วนเกินจากการขายหน่วย ในขณะที่เดียวกัน ความเสี่ยงที่เกิดจากการลงทุนควรอยู่ในสัดส่วนที่นักลงทุนสามารถยอมรับได้ และยังได้รับผลตอบแทนที่น่าพอใจ เพื่อให้ให้นักลงทุนมีการลงทุนอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

การสื่อสารแบบบอกต่อ

การสื่อสารแบบบอกต่อ มีผลต่อระดับการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น นักลงทุนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องการลงทุนในกองทุนต่างๆ ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ต่างๆที่สามารถทำให้นักลงทุนรับรู้ถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วเป็นวงกว้าง ทำให้มีการลงทุนในกองทุนเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วยผลตอบแทนที่เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นควรมีการให้ความสำคัญในเรื่องการแนะนำข้อมูลกองทุนผ่านสื่อออนไลน์โดยการสื่อสารแบบบอกต่อ

ทัศนคติ

ทัศนคติ มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น กองทุนต่างๆ ต้องมีการบริหารและการจัดการที่ดี ให้ความน่าเชื่อถือแก่นักลงทุนรวมทั้งผลตอบแทนต่างๆที่จะได้รับ เพื่อให้ให้นักลงทุนมีความมั่นใจและสร้างน่าเชื่อถือให้แก่กองทุน นักลงทุนมีทัศนคติที่ดีต่อการลงทุน ยิ่งถ้ากองทุนมีการรับรองจากสถาบันที่น่าเชื่อถือ ก็ยังสร้างความเชื่อมั่นให้เพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการตัดสินใจลงทุนทางการเงิน เป็นเรื่องเกี่ยวกับช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร ปัจจัยด้านการลงทุน การสื่อสารแบบบอกต่อ และทัศนคติ ซึ่งเป็นสิ่งที่นักลงทุนสามารถรับรู้และได้รับผลตอบแทนได้อย่างชัดเจน ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอตามสภาพเศรษฐกิจของประเทศในช่วงเวลานั้นๆ ดังนั้นการวิจัยซ้ำในเรื่องนี้จึงเป็นสิ่งที่น่ากระทำ

โดยมีระยะเวลาห่างกันพอสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ต่อการจัดการบริหารการลงทุน ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการตัดสินใจลงทุนทางการเงินให้บรรลุเป้าหมาย

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะนักลงทุนทางการเงินในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาให้กว้างและครอบคลุมมากขึ้น เช่น ศึกษานักลงทุนในเขตภาคกลาง เพื่อให้ทราบถึงระดับการตัดสินใจลงทุนทางการเงินในภาพรวมทั้งภูมิภาค

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา หงส์ทอง. (2551). *เชมทศการการเงิน*. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯธุรกิจ Bizbook.

กานต์ภพ จิราภาณุกุล. (2566). *อิทธิพลช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร ส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านการลงทุนส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (ส่วนกลาง) หลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

กำพล สุทธิพิเชษฐ์ (ม.ป.ป.). *ตลาดนัดการเงิน ชีวิตที่ออกแบบได้*. ค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2568, จาก http://www.khomesmilesclub.com/KHSC_Article_29.asp.

เจษฎา เนตรแถม. (2566). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในภาวะที่อัตราดอกเบี้ยสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ณรงค์ศักดิ์ ปลอดมีชัย. (2568). *ตลาดหุ้นไทย 2568: โอกาสลงทุนที่ซ่อนอยู่*. ค้นเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://www.scbam.com/th/knowledge/world-wide-wealth/world-wide-wealth-16012025>

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2563). *การวางแผนการเงิน*. ค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2568 จาก

<https://www.set.or.th/set/publicpaper.do?topicId=50&language=th&country=TH>

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2565). *รู้ทัน...ความเสี่ยงในการลงทุน*. ค้น เมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2568, จาก

<http://www.setinvestnow.com/th/knowledge/article/92-tsi-know-your-investment-risks>

ปวีศา พลวงศ์สกุล และพรพรรณ นันทแพทย์. (กรกฎาคม, 2566). *อิทธิพลของคุณลักษณะบุคลิกภาพ การยอมรับเทคโนโลยี พฤติกรรมการลงทุน ที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนสกุลเงินดิจิทัล*. เอกสารนำเสนอในที่ประชุมวิชาการประจำปี 2566, มหาวิทยาลัยศรีปทุม, บทความคัดย่อค้นจาก <https://so09.tci-thaijo.org/index.php/PMR/article/view/2714>

ปานระวี ขาวสังข์. (2565). *การตัดสินใจลงทุนในหุ้นสามัญ ของพนักงานเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ฝ่ายกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์การลงทุน บลจ.กสิกรไทย. (2565). *3 เหตุผลในการลงทุนผ่านกองรวม ดีกว่าลงทุนด้วยตนเอง ...อย่างไร?* ค้นเมื่อ 13 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://www.kasikornasset.com/th/market-update/Pages/06-3reasons-to-fund-investment-JUN22.aspx>

เพชร ชุมทรัพย์. 2544. *หลักการลงทุน*. พิมพ์ครั้งที่ 12 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วนิดา รักธาวารณ์. (2562). *ส่วนประสมการตลาดและผลตอบแทนจากการลงทุนที่ส่งผลต่อการลงทุนกองทุนหุ้นระยะยาว (LTF)*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ศิริสุข อินละคร. (2548). *การเงินบุคคล*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศิริลักษณ์ คำพึง. (2562). *พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกซื้อโยเกิร์ตแช่แข็งกรณีศึกษาเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.

สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุนและตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2548). *ทฤษฎีตลาดทุน*. พิมพ์ครั้งที่ 1.

กรุงเทพฯ: บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).

ลีปภาส พรสุขสว่าง. (2555). *เศรษฐศาสตร์ตลาดการเงินและสถาบันการเงิน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สิริภัทร เกาฏีระ. (2568). *ส่องโอกาสลงทุนปี 2568 เงินเพื่อและเศรษฐกิจถดถอยจากตลาดลงทุนโลกสู่ไทย*. ค้นเมื่อ

- วันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2568 จาก <https://www.krungsri.com/th/wealth/krungsri-prime/privileges/articles/global-thai-economy-inflation-investment-2025>
- สิริธร เหลืองวิริยะ. (2566). ปัจจัยสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ ผ่านสื่อออนไลน์ของผู้บริโภค Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร. ปรินญาณพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุดารัตน์ พุ่มใหญ่. (2565). ปัจจัยด้านการรับรู้การยอมรับเทคโนโลยีและทัศนคติที่ ส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครใช้บริการแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของกลุ่มวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- หอการค้าไทย และ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย .(2567).ผลสำรวจภาวะหนี้ครัวเรือนไทย 2567.ค้นเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2568 จาก<https://www.thaichamber.org/news/view/87/3142/A2-2567>
- อดิศร กิจบำรุง .(2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร.สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Assael, H. (1998). *Consumer behavior and marketing action* (6th ed.). Ohio: South-Western Processes. Journal of Marketing Research.
- Becker, S. L. (1972). *Discovering Mass Communication*. Illinois: Scott Foresman and Company Glenview.
- Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of psychology testing*. New York: Harper & Row.
- Klapper, J. T. (1963). *Research focusing on audience motivation for using the media surrounded these functional studies, The belief that an object is best defined by its use guided such research*: Retrieved from <http://poq.oxfordjournals.org/content/27/4/515.abstract>.
- Kotler, P. (1997). *Principles of Marketing*, New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, P. (2006). *Marketing Management*, London: Pearson.
- Reilly, P. A. (1979). *Participation, Democracy and Control: Form of Employee Involvement* (Management Survey Report No. 45). London: British Institute of Management.
- Rosen, Emanuel. (2000). *The anatomy of buzz: Creating word of mouth marketing*. London: Harper Collins
- Rovenelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use content specialists in the assessment of criterion-reference test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60
- Shaw, M. E. & Costanzo, P. R. (1982). *Theories of Social Psychology*. New York: McGraw-Hill.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd Ed). New York: Harper and Row Publications.
- Zimbardo, P. G. & Ebbesen, E. B. (1970). Experimental modification of the relationship between effort, attitude, and behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 16(2), 207–213.