

**กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y
ในเขตกรุงเทพมหานคร**

พิมพ์ิกา รังสฤษฎีปกรณ์

**สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต พ.ศ.2563**

**The Investment Decision Making in Securities among Generation Y
in Bangkok**

Pimpika Rungsaripakorn

**A Thematic Paper Submitted in Partial Fullfillment of Requirements
for the Degree of Master of Business Administration Program
College of Innovation Business and Accountancy,
Dhurakij Pundit University**

2020

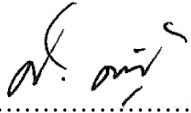


ใบรับรองสารนิพนธ์

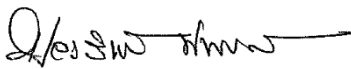
วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

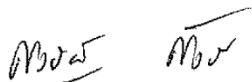
หัวข้อสารนิพนธ์ กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร
เสนอโดย พิมพิกา รังสฤษดิ์ปกรณ์
สาขาวิชา การจัดการการตลาดดิจิทัล
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะวิทย์ ทิพรส
ได้พิจารณาเห็นชอบ โดยคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์แล้ว


..... ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช คำสุพรหม)


..... กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะวิทย์ ทิพรส)


..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์)

วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี รับรองแล้ว


..... คณบดีวิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช คำสุพรหม)

วันที่ 12 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2563

หัวข้อสารนิพนธ์	กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	พิมพ์ิกา รังสฤษดิ์ปกรณ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ศศ.ดร.ปิยะวิทย์ ทิพรส
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2563

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการลงทุนมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

งานวิจัยนี้เป็นแบบเชิงพรรณนาที่ดำเนินงานวิจัยในเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ นักลงทุน Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลคำนวณด้วยค่าสถิติ Independent Sample T-test และ F-test (One Way ANOVA) เพื่อว่าจะหาปัจจัยประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านการลงทุน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยหาจาก ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลจากงานวิจัย ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า เพศและสถานภาพที่ต่างกัน มีกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน แต่อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย และประสบการณ์การลงทุนที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันในส่วนของด้านปัจจัยการลงทุนในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร (Sig.=0.00) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ปัจจัยการลงทุน ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการซื้อขายหลักทรัพย์ ประเภทหลักทรัพย์ที่สนใจลงทุน และปริมาณเงินที่ใช้ลงทุนมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 ใช้สถิติในการวิเคราะห์คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร (Sig.=0.00) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยการลงทุน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้านกระบวนการ ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 ยกเว้น ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ไม่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

Thesis Title	The Investment Decision Making in Securities among Generation Y in Bangkok
Author	Pimpika Rungsaripakorn
Thesis Advisor	Asst. Prof. Dr. Piyavit Thipbharos
Department	Digital Marketing Management
Academic Year	Year 2020

ABSTRACT

The study aims to investigate factors affecting the investment decision making in securities, to examine the relation between investment factors and the investment decision making in securities, and also to explore the Marketing Mix (7Ps) factors relating to the investment decision making in securities among Generation Y in Bangkok.

This study was a descriptive research design with quantitative data. The data is gathered up the random sample of 400 Generation Y investors in Bangkok by the adapted questionnaire. Additionally, the data analysis was calculated by Independent Sample T-test and F-test (One Way ANOVA) in order to find factors in general, investment, and the Marketing Mix (7Ps) influencing investment decision making among Generation Y in Bangkok from the frequency, percentage, Arithmetic mean (\bar{x}), and standard deviation (SD) of questionnaire.

The result of this study revealed that there is not effect on the investment decision making in securities by sex and status factors. In contrast, age, education, career, average income, and various investment experiences have an impact on the investment decision making in securities. Overall, investment factors relate to the investment decision making in securities of Generation Y in Bangkok (sig=0.00). Furthermore, the result in each investment sectors showed that purpose of securities trading, interested securities types, and funds affect in the investment decision making in securities among Generation Y in Bangkok. It indicated that there was statistically significant .01 and Pearson Product Moment Correlation Coefficient as a significance

level of 0.05. Another result indicated that the Marketing Mix (7Ps) and the investment decision making in securities among Generation Y in Bangkok are related (Sig = 0.00). In term of each point of the Marketing Mix (7Ps), there are Product, Price, Place, People, Physical Evidence, and Process affecting the investment decision making in securities except Promotion. So this result showed that there was a statistically significance at .01

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผศ.ดร.ปิยะวิทย์ ทิพรส ที่กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา และได้สละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษา แนะนำชี้แนะแนวทางในการศึกษา จนการค้นคว้าอิสระนี้เสร็จสมบูรณ์โดยตลอดระยะเวลาที่ทำงานวิจัยผู้วิจัยรับรู้ได้ถึงความเมตตา และความเอาใจใส่ของท่านอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยความราบรื่น สำหรับความรู้ที่ได้รับจากท่านอาจารย์ที่ปรึกษานั้นไม่เพียงแต่เป็นประโยชน์สำหรับงานศึกษาฉบับนี้เท่านั้น แต่ยังเป็นประโยชน์สำหรับการทำงานในภายภาคหน้าของผู้วิจัยอีกด้วย

การดำเนินการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะสำเร็จลงไม่ได้ หากขาดความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ซึ่งเสียสละเวลาในการกรอกข้อมูลในแบบสอบถามทั้ง 400 คน ทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ทำให้การวิจัยในครั้งนี้ ส่งผลให้งานวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

นางสาวพิมพ์พิกา รังสฤษฎ์ปกรณ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญภาพ.....	ด
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามงานวิจัย.....	3
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.4 สมมติฐานของการวิจัย.....	3
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการลงทุน.....	7
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ.....	15
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	20
2.4 ข้อมูลการลงทุนในหลักทรัพย์ในประเทศไทย.....	25
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.6 กรอบแนวคิดวิจัย.....	34
3. ระเบียบวิจัย.....	36
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	36
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล.....	39
3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	45
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการลงทุน.....	49
4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7Ps).....	50
4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	56
4.5 ทดสอบสมมติฐาน.....	59
5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	100
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	100
5.2 อภิปรายผล.....	102
5.3 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งนี้.....	104
5.4 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป.....	104
บรรณานุกรม.....	105
ภาคผนวก.....	107

ญ

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ประวัติผู้เขียน..... 117

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 พื้นที่ในการเก็บแบบสอบถามและจำนวนตัวอย่างในแต่ละเขต.....	38
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	45
4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	46
4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ.....	46
4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	47
4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	47
4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	48
4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์การลงทุน ในหลักทรัพย์.....	48
4.8 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของวัตถุประสงค์ในการซื้อขาย หลักทรัพย์.....	49
4.9 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเภทหลักทรัพย์ที่สนใจ ลงทุน.....	49
4.10 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปริมาณเงินที่ใช้ลงทุน	50
4.11 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดโดยรวมและรายด้าน.....	51
4.12 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์.....	51
4.13 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด ด้านราคา.....	52

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.14 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	53
4.15 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด.....	53
4.16 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคคล.....	54
4.17 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกายภาพและการนำเสนอ.....	54
4.18 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ.....	55
4.19 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร การรับรู้ถึงปัญหา.....	56
4.20 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร การค้นหาข้อมูล.....	56
4.21 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร การประเมินทางเลือก.....	57
4.22 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร การตัดสินใจซื้อ.....	58

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.23 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร พฤติกรรมหลังการซื้อ.....	58
4.24 ตารางผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกเพศ.....	59
4.25 ตารางผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ.....	60
4.26 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ถึงปัญหา จำแนกตาม อายุ.....	62
4.27 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาข้อมูล จำแนกตามอายุ...	62
4.28 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินทางเลือก จำแนกตาม อายุ.....	63
4.29 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามอายุ.....	64
4.30 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ จำแนกตาม อายุ.....	64
4.31 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านภาพรวม จำแนกตามอายุ.....	65
4.32 ตารางผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ.....	66

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.33 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ถึงปัญหา จำแนกตาม สถานภาพ.....	67
4.34 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาข้อมูล จำแนกตาม สถานภาพ.....	68
4.35 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินทางเลือก จำแนกตาม สถานภาพ.....	69
4.36 ตารางผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา.....	70
4.37 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ถึงปัญหา จำแนกตามระดับ การศึกษา.....	71
4.38 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร การค้นหาข้อมูล จำแนกตามระดับ การศึกษา.....	72
4.39 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินทางเลือก จำแนกตาม ระดับการศึกษา.....	72

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.40 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	73
4.41 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	74
4.42 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา	75
4.43 ตารางผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ.....	76
4.44 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ถึงปัญหา จำแนกตามอาชีพ	77
4.45 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาข้อมูล จำแนกตามอาชีพ	78
4.46 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินทางเลือก จำแนกตามอาชีพ.....	79
4.47 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามอาชีพ	80
4.48 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ จำแนกตามอาชีพ.....	81

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.49 ตารางผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้.....	82
4.50 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ถึงปัญหา จำแนกตามรายได้	83
4.51 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาข้อมูล จำแนกตามรายได้	85
4.52 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินทางเลือก จำแนกตาม รายได้.....	86
4.53 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามรายได้	87
4.54 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการพฤติกรรมหลังการซื้อ จำแนก ตามรายได้.....	89
4.55 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านภาพรวม จำแนกตามรายได้.....	90
4.56 ตารางผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ลงทุน.....	91
4.57 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ถึงปัญหา จำแนกตาม ประสบการณ์ลงทุน.....	93

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.58 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาข้อมูล จำแนกตามประสบการณ์ลงทุน.....	93
4.59 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินทางเลือก จำแนกตามประสบการณ์ลงทุน.....	94
4.60 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ลงทุน ด้านการตัดสินใจซื้อ.....	95
4.61 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ลงทุน ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ.....	96
4.62 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ลงทุน ด้านภาพรวม.....	97
4.63 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการลงทุนกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	98
4.64 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	99

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงสัดส่วนและจำนวนประชากรของประเทศไทยตาม Generation.....	2
2.1 โมเดล 5 ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	20
2.2 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	35

บทที่ 1

บทนำ

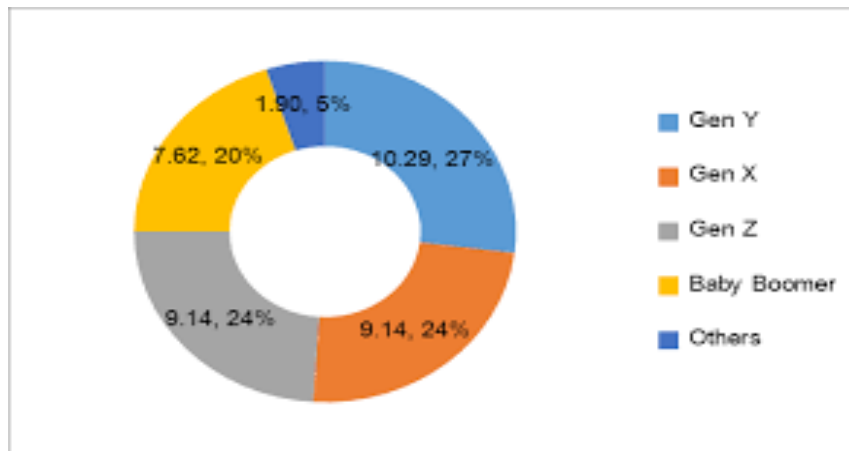
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สังคมในปัจจุบันการลงทุนในหลักทรัพย์ได้รับความสนใจและเป็นที่ยอมรับอย่างมากทั้งในวัยเกษียณ วัยทำงานและวัยเรียนที่มีเงินออมและประสงค์จะบริหารเงินออมของตนให้มีความมั่นคง และมีอิสรภาพทางการเงินในระยะยาวแทนการฝากเงินไว้กับธนาคารพาณิชย์หรือสถาบันการเงินต่างๆเพื่อรับผลตอบแทนในรูปของดอกเบี้ยเงินฝากที่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง เป็นเพียงการรักษาเงินให้มียุทธค่าเท่าเดิมเท่านั้น

การลงทุนในหลักทรัพย์จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้ที่จะบริหารเงินออม โดยเฉพาะผู้ที่ต้องการความหลากหลายในการลงทุนมีแนวโน้มการเติบโตที่ดีได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนในรูปแบบต่างๆในอัตราที่สูงกว่าและหลากหลายรูปแบบกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการฝากเงินในธนาคารพาณิชย์ เช่น ผลตอบแทนผลตอบแทนจากเงินปันผลหรือกำไรจากการซื้อขายหลักทรัพย์ เป็นต้น นักลงทุนบุคคลออกเป็น 2 ประเภทคือ นักลงทุน (Investor) และนักเก็งกำไร (Speculator) ซึ่งแต่ละประเภทก็จะมีการลงทุนที่แตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ของตนเอง โดยมีการให้คำจำกัดความง่ายๆ ของนักลงทุน คือ ผู้ที่ซื้อหลักทรัพย์เก็บไว้นานเพียงพอที่จะได้รับเงินปันผลที่บริษัทจะจ่ายให้ซึ่งปกติ ปีละครั้ง บางบริษัทปีละ 2 ครั้ง บางบริษัทและบางปีอาจมีเงินปันผลพิเศษ แลเป็นปีละ 3-4 ครั้ง ผลตอบแทนที่นักลงทุนได้รับวัดกันในรูป เงินปันผล (Dividend Yield) นักลงทุนจะซื้อขายหลักทรัพย์โดยวิเคราะห์ตามหลักการลงทุนพื้นฐาน (Fundamental Analysis) ซึ่งว่ากัน ไปตามทฤษฎี การวิเคราะห์แบบนี้ จะดูเฉพาะเจาะจงไปที่ตัวหลักทรัพย์บริษัทว่าเป็นอย่างไร เมื่อนักลงทุนต้องการเงินปันผล เป็นการตอบแทนจากเงินที่ลงไป นักลงทุน ต้องเลือกซื้อหลักทรัพย์ของบริษัทที่จ่ายเงินปันผลสูงๆ เป็นเกณฑ์ ส่วนนักเก็งกำไร จำกัดความง่ายๆ คือผู้ที่ซื้อหลักทรัพย์มาแล้วขายหลักทรัพย์ออกไปบ่อย ๆ เพื่อหวังผลกำไรจากการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ซึ่งบางครั้งก็ขาดทุน ส่วนผลตอบแทนที่นักเก็งกำไรได้รับวัดกันในรูป กำไรส่วนทุน (Capital Gain)

การลงทุนย่อมมีความเสี่ยง ผู้ลงทุนควรศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนอย่างละเอียด จะช่วยให้ผู้ลงทุนสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงจากการลงทุนให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมและได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนตามที่คาดหวังได้

ปัจจุบันเรากำลังก้าวเข้าสู่สังคมของคน Generation Y อย่างเต็มรูปแบบ โดยผู้บริโภครุ่นนี้จะมีอายุระหว่าง 23 – 40 ปี (ในช่วงปี พ.ศ. 2523-2540) เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ชาวมิลเลนเนียล (Millennials) มีสัดส่วนคิดเป็น 30% หรือประมาณ 1 ใน 3 ของประเทศ เป็นกลุ่มที่มีรายได้ค่อนข้างสูงแม้อายุน้อย และมีอัตราการใช้จ่ายต่อรายได้สูงที่สุดเมื่อเทียบกับประชากรในกลุ่ม Generation ก่อนหน้าในช่วงวัยเดียวกันนอกจากนี้ยังมีเครือข่ายสังคมออนไลน์ใช้แสดงตัวตนที่แตกต่างมีความคล่องตัวในการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ มีการตัดสินใจก่อนซื้อสินค้าโดยอาศัยแหล่งข้อมูลออนไลน์มาเปรียบเทียบ เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา รู้จักการบริหารเงินแม้อายุน้อย เพราะมีความต้องการสร้างความมั่นคงให้กับตนเองโดยเร็วที่สุด (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2561)



ภาพที่ 1.1 แสดงสัดส่วนและจำนวนประชากรของประเทศไทยตาม Generation

นอกจากนี้ ด้วยนิสัยของคน Generation Y ที่กล้าได้กล้าเสีย ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ จึงเหมาะที่จะลองผิดลองถูกในเรื่องการลงทุน โดยศึกษาหาความรู้เรื่องการออม การลงทุนให้มากเข้าใจ และสามารถนำเงินออมส่วนใหญ่ 70-80% ลงทุนในสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงสูง เช่น หุ้น กองทุนรวมหุ้น เพื่อผลตอบแทนที่ออกเงย แต่ก็ควรกันเงินประมาณ 20-30% ของเงินออม เก็บไว้ในรูปแบบที่มีความปลอดภัย เช่น เงินฝาก ตราสารหนี้ หุ้นกู้ เพื่อความมั่นคงในอนาคตด้วย

จากความสำคัญข้างต้นผู้วิจัยจึงได้ศึกษาถึง “กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร” เพื่อที่จะทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลและความรู้ความเข้าใจของคนรุ่นใหม่ที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยผู้วิจัยได้นำองค์ความรู้กรอบแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ที่ศึกษามาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความสัมพันธ์กันและเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่มีความสนใจลงทุนในหลักทรัพย์ต่อไป

1.2 คำถามงานวิจัย

คำถามในการวิจัย ได้กำหนดไว้ดังนี้

1.2.1 ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร หรือไม่

1.2.2 ปัจจัยด้านการลงทุนมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร หรือไม่

1.2.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7Ps) มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร หรือไม่

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

1.3.1 เพื่อศึกษาอิทธิพลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการลงทุนกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด(7Ps) ที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4 สมมติฐานของการวิจัย

จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานการวิจัยเพื่อใช้เป็นกรอบในการดำเนินงานดังนี้

1.4.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

1.4.2 ปัจจัยด้านการลงทุนกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่สัมพันธ์กัน

1.4.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่สัมพันธ์กัน

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านประชากรศาสตร์ โดยกลุ่มที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักลงทุน Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.5.2 ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย ประสบการณ์ลงทุน

ปัจจัยด้านการลงทุน ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการซื้อขายหลักทรัพย์ ระยะเวลาที่ถือครองหลักทรัพย์ ปริมาณเงินที่ใช้ลงทุน ที่มาของเงินทุน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและบริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้านกระบวนการ

ตัวแปรตาม คือ กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของนักลงทุน Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ การรับรู้ถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมหลังการซื้อ

1.5.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ผู้วิจัยกำหนดระยะเวลาในการศึกษา เริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2563 ถึง ธันวาคม 2563

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในการศึกษาเรื่อง “กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร” สามารถนำข้อมูลที่ได้อจากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้ดังนี้

1.6.1 ผลการศึกษาสามารถนำมาปรับกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของคนรุ่นใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.6.2 สามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนทางการเงินและการลงทุน การตัดสินใจเพื่อปรับใช้ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักลงทุน Generation Y

1.6.3 สามารถนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลในการตอบสนองความต้องการของนักลงทุนรุ่นใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะไว้ดังนี้

นักลงทุน เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของตลาดหลักทรัพย์โดยผู้ลงทุนอาจเป็นประชาชนทั่วไปหรือนิติบุคคลทั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์โดยหวังผลตอบแทนในรูปกำไรจากการซื้อขาย(ผู้ลงทุนระยะสั้น) หรือดอกเบี้ยและเงินปันผล(ผู้ลงทุนระยะยาว (ก.ล.ต., 2545 : 6)

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการซื้อขายหลักทรัพย์อย่างไรก็ตามตัวตลาดหลักทรัพย์เองไม่ได้ทำหน้าที่ซื้อขายหลักทรัพย์โดยตรง แต่จะควบคุมดูแลให้การซื้อขายหลักทรัพย์ดำเนินไปอย่างมีระเบียบคล่องตัว โปร่งใสและยุติธรรม เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้ลงทุนและส่งเสริมให้เกิดการระดมเงินออมจากประชาชนไปลงทุนในกิจการต่าง ๆ ที่เป็น ประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวม โดยเริ่มเปิดการซื้อขายหลักทรัพย์เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2518 (ก.ล.ต., 2545: 4)

หลักทรัพย์ หลักทรัพย์ที่ออกโดยบริษัทมหาชนจำกัดที่จดทะเบียนของตนให้มี การซื้อขายกันในตลาดหลักทรัพย์โดยทั้งหลักทรัพย์จดทะเบียนและบริษัทจดทะเบียนผู้ออก หลักทรัพย์นั้นจะต้องมีคุณสมบัติตรงตามที่ตลาดหลักทรัพย์กำหนด และเป็นไปตามข้อตกลงการ จดทะเบียน หลักทรัพย์ (ก.ล.ต., 2545: 4)

การลงทุน (Investments) การที่เราเอาทรัพย์สินที่มีอยู่ ซึ่งโดยทั่วไปจะ หมายถึงเงินสด ไปดำเนินการในทางที่ก่อให้เกิดประโยชน์ เพื่อให้ได้ผลตอบแทนกลับคืนมาในอนาคต โดยเราเชื่อว่าเงินสดหรือผลตอบแทนส่วนเพิ่มที่จะได้รับกลับคืนมานั้น จะสามารถชดเชยระยะเวลา อัตราเงินเฟ้อ และความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการลงทุนได้อย่างคุ้มค่า

การจัดจำหน่ายหลักทรัพย์ การรับหลักทรัพย์ทั้งหมดหรือบางส่วนจากบริษัทหรือเจ้าของหลักทรัพย์ไปเสนอขายต่อประชาชน โดยได้รับค่าธรรมเนียมหรือค่าตอบแทนอื่นทั้งนี้ไม่ว่าจะมีเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดหรือไม่ก็ตาม

Generation Y คนที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2523-2540 คน Gen-Y ชอบคิดนอกกรอบ พวกเขามีความมั่นใจในตัวเองสูง ดังนั้นไม่น่าแปลกใจที่คนกลุ่มนี้ จะมีความสามารถในการใช้นวัตกรรมใหม่ๆ โดยเฉพาะเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ คนกลุ่มนี้ล้วนมีความรู้และทักษะที่จำเป็นต่อการทำงานในโลกยุคไร้พรมแดนเช่นในปัจจุบัน

ส่วนประสมทางการตลาด องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาดที่ผลักดันให้บรรลุเป้าหมาย เพื่อตอบสนองความต้องการต่อผู้ลงทุน ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและบริการ การส่งเสริมการตลาด

กระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุน คุณลักษณะสาเหตุหรือองค์ประกอบต่างๆ ที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์

หลักทรัพย์ในความต้องการของตลาด สินทรัพย์ที่มีสภาพคล่องสูง สามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้อย่างรวดเร็ว โดยนำไปขายในตลาดได้ทันทีและแปรเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ราคาที่อยู่ในตลาดหุ้นขณะนั้นๆเช่น หุ้น พันธบัตรรัฐบาล ตั๋วเงินคลัง ตั๋วแลกเงิน ในรับฝากธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาใช้สนับสนุนการวิจัยครั้งนี้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการลงทุน
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
- 2.4 ข้อมูลการลงทุนในหลักทรัพย์ในประเทศไทย
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการลงทุน

การลงทุน เป็นกระบวนการที่นำลงทุนนำเงินที่ชะลอจากการใช้จ่ายในวันนี้ไปลงทุน ไม่ว่าจะเป็นการซื้อหลักทรัพย์ หรือตราสารทางการเงินประเภทต่างๆ เช่น ตราสารทุน ตราสารหนี้ หรือวิธีการอื่นๆ โดยมุ่งหวังเพื่อให้ได้รับกระแสเงินสดจากการลงทุนนั้น และมุ่งหวังให้หลักทรัพย์ หรือตราสารทางการเงินที่ได้ลงทุนไปมีมูลค่าสูงขึ้น แนวคิดในการลงทุนคือ การทำความเข้าใจเรื่อง อัตราผลตอบแทน และความเสี่ยง ซึ่งเป็นเครื่องมือในการคำนวณพื้นฐานที่ผู้ลงทุนใช้ในการวิเคราะห์การลงทุน (สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2558)

การลงทุน คือ การที่เราใช้จ่ายเงินสดรูปแบบหนึ่งในปัจจุบัน โดยมุ่งหวังจะได้รับผลตอบแทนจากการใช้จ่ายนั้นในอนาคต ซึ่งนักลงทุนเชื่อว่าเงินสดหรือผลตอบแทนส่วนเพิ่มที่จะได้รับคืนนั้น จะสามารถชดเชยระยะเวลา อัตราเงินเฟ้อ และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างคุ้มค่า (ที่มา : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, เข้าถึงเมื่อ 8 สิงหาคม 2563, เข้าถึงได้จาก www.tsi-thailand.org/)

การลงทุน คือ การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์หมายถึงการซื้อหลักทรัพย์ที่ได้มีการวิเคราะห์อย่างเหมาะสมและเป็นหลักทรัพย์ที่ผู้ลงทุนมีความพอใจในอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้โดยคำนึงถึงความเสี่ยงที่คาดว่าจะเกิดขึ้นตลอดช่วงเวลาการลงทุนนั้นแล้ว ซึ่งหลักทรัพย์ที่ลงทุนต้องเป็นหลักทรัพย์ของธุรกิจที่มีการซื้อขายเป็นสินทรัพย์(Asset) ในรูป ของหลักทรัพย์(Securities) ได้แก่หุ้นสามัญ หุ้นบุริมสิทธิหุ้นกู้พันธบัตรชนิดต่าง (เบญจวรรณ ไชยยันต์, 2539, หน้า 25)

การลงทุน คือ การลงทุนในหลักทรัพย์หมายถึงการซื้อหลักทรัพย์ที่ได้มีการวิเคราะห์อย่างเหมาะสมและเป็นหลักทรัพย์ที่ผู้ลงทุนมีความพอใจในอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้ทั้งนี้ได้คำนึงถึงความเสี่ยงที่คาดว่าจะเกิดขึ้นตลอดช่วงเวลาการลงทุนนั้นแล้ว (เพชรจุมทรัพย์, 2544, หน้า 2)

Kotler (2000, p. 176-178) กล่าวว่า การตัดสินใจของผู้บริโภคเกิดจากปัจจัยภายใน คือ แรงจูงใจ การรับรู้และการเรียนรู้บุคลิกภาพและทัศนคติซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงความต้องการ และตระหนักว่ามีสินค้าให้เลือกมากมาย กิจกรรมที่มีผู้บริโภคเข้ามาเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับข้อมูลที่มีอยู่หรือข้อมูลที่ฝ่ายผู้ผลิตให้มาและสุดท้ายคือการประเมินค่าของทางเลือกเหล่านั้น

การลงทุน คือ การกัณเงินไว้จำนวนหนึ่งในช่วงระยะเวลาหนึ่งเพื่อก่อให้เกิดกระแสเงินสดรับในอนาคตซึ่งจะชดเชยให้แก่ผู้กัณเงิน โดยกระแสเงินสดรับนี้ควรคุ้มค่างับอัตราเงินเฟ้อ และคุ้มค่างับความไม่แน่นอนที่จะเกิดขึ้นกับกระแสเงินสดรับในอนาคต (จิรัตน์ สังข์แก้ว, 2544, หน้า 7)
การลงทุนแบ่งเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ 3 ประเภท ดังนี้

1. การลงทุนเพื่อการบริโภค (Consumer Investment)

การลงทุนของผู้บริโภคเป็นเรื่องเกี่ยวกับการซื้อสินค้าประเภทถาวร(Durable Goods) เช่น รถยนต์ เครื่องดูดฝุ่น เครื่องซักผ้า ตู้เย็น โทรทัศน์ เป็นต้น การลงทุนในลักษณะนี้ไม่ได้หวังกำไรเป็นรูปแบบตัวเงิน แต่นักลงทุนหวังความพอใจในการใช้ทรัพย์สินเหล่านั้น การซื้อบ้านเป็นที่อยู่อาศัยถือได้ว่าเป็นการลงทุนอย่างหนึ่งของผู้บริโภคที่เรียกว่า การลงทุนอสังหาริมทรัพย์ เงินที่จ่ายซื้อที่ได้มาจากการออมการซื้อบ้านเป็นที่อยู่อาศัยนอกจะให้ความพอใจแก่เจ้าของบ้านแล้วในกรณีที่อุปสงค์มากกว่าอุปทาน มูลค่าบ้านที่ซื้อไว้อาจสูงขึ้น หากขายจะได้กำไรซึ่งถือว่าเป็นเพียงผลตอบแทน

2. การลงทุนในธุรกิจ (Business or Economic Investment)

การลงทุนในความหมายเชิงธุรกิจหมายถึงการซื้อสินทรัพย์เพื่อประกอบธุรกิจ หารายได้โดยหวังว่าอย่างน้อยที่สุดรายได้ที่ได้นี้จะเพียงพอที่จะชดเชยกับความเสี่ยงในการลงทุน มีข้อสังเกตว่าเป้าหมายในการลงทุนของธุรกิจ คือ กำไร ซึ่งกำไรจะเป็นตัวดึงดูดให้นักลงทุนนำเงินมาลงทุนการลงทุน ตามความหมายนี้กล่าวโดยสรุปได้ว่าเป็นการนำเงินออม หรือเงินที่สะสมไว้ หรือเงินกู้ยืมจากธนาคารพาณิชย์ มาลงทุนเพื่อสร้างหรือจัดหาสินค้าประเภททุนซึ่งประกอบไปด้วยเครื่องจักรอุปกรณ์และสินทรัพย์ประเภทอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ ลงทุน ในที่ดินโรงงานอาคารสิ่งปลูกสร้างเพื่อนำไปใช้ในประโยชน์ผลิตสินค้า ตามความต้องการของผู้บริโภคธุรกิจที่ลงทุนในสินทรัพย์เหล่านี้มุ่งหวังกำไรจากการลงทุนเป็นผลตอบแทน

3. การลงทุนในทรัพย์สิน (Financial or Securities Investment)

การลงทุนตามความหมายของการเงินหรือการลงทุนในทรัพย์สินเป็นการซื้อสินทรัพย์ (Asset) ในรูปของหลักทรัพย์ (Securities) เช่น พันธบัตร หุ้นกู้หรือหุ้นทุน การลงทุนลักษณะนี้เป็นการลงทุนทางอ้อมซึ่งแตกต่างจากการลงทุนของธุรกิจ ผู้มีเงินออมเมื่อไม่ต้องการที่จะประกอบธุรกิจเอง เนื่องจากความเสี่ยงหรือผู้ออมเงินเองยังมีเงินไม่เพียงพอ นักลงทุนอาจนำเงินที่ออมได้จะมากหรือน้อยก็ต้องไปซื้อหลักทรัพย์ที่เขาพอใจจะลงทุน นอกจากนี้ นักลงทุนอาจได้ผลตอบแทนอีกลักษณะหนึ่ง คือ กำไรจากการขายหลักทรัพย์ (Capital Gain) หรือ ขาดทุนจากหลักทรัพย์ (Capital Loss) อัตราผลตอบแทนที่ได้จากการลงทุนเรียกว่า Yield ซึ่งไม่ได้หมายถึงอัตราดอกเบี้ยหรือเงินปันผลที่ได้รับเพียงอย่างเดียวแต่ได้คำนึงถึงกำไรจากการขายหลักทรัพย์ หรือ ขาดทุนจากการขายหลักทรัพย์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น Yield ที่นักลงทุนได้รับจากการลงทุนมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความเสี่ยง ของหลักทรัพย์ที่ลงทุนนั้นๆ

จุดมุ่งหมายในการลงทุน (เพชรี ชุมทรัพย์, 2540)

จุดมุ่งหมายของการลงทุนของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไปตามความต้องการวัตถุประสงค์

1. ความปลอดภัยของเงินลงทุน (Security of Principal) ความปลอดภัยของเงินลงทุน นอกจากจะหมายถึงการรักษาเงินลงทุนเริ่มแรกให้คงไว้แล้วถ้ามองให้ไกลอีกนิด ยังหมายรวมถึงการป้องกันความเสี่ยงซึ่งเกิดจากอำนาจซื้อลดลงอันเป็นผลจากภาวะเงินเฟ้ออีกด้วยจากความหมายดังกล่าวการลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีเวลากำหนดคืนเงินต้นจำนวนแน่นอน ซึ่งได้แก่ พันธบัตรรัฐบาล หุ้นกู้และหุ้นบุริมสิทธิที่มีกำหนดเวลาไถ่ถอนของบริษัทที่มั่นคงก็อยู่ใน

ความหมายนี้นอกจากนี้การลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัทที่มีฐานะมั่นคงและกำลังขยายตัวก็อยู่ในความหมายนี้เช่นกัน และสภาพแวดล้อม ซึ่งแบ่งจุดมุ่งหมายได้ดังนี้

2. เสถียรภาพของรายได้ (Stability of Income) นักลงทุนมักลงทุนในหลักทรัพย์ที่ได้รายได้สม่ำเสมอ เช่น ดอกเบี้ยหรือเงินปันผล เนื่องจากรายได้ที่สม่ำเสมอทำให้นักลงทุนสามารถวางแผนการใช้จ่ายเงินได้ นอกจากนี้ดอกเบี้ยหรือเงินปันผลที่ได้รับเป็นประจำย่อมมีค่ามากกว่าดอกเบี้ยหรือเงินปันผลที่เขาสัญญาว่าจะให้ในอนาคต ซึ่งยังไม่แน่นอนว่าจะได้รับหรือไม่

3. ความงอกเงยของเงินลงทุน (capital growth) ตามกฎทั่วไปแล้วผู้ลงทุนมักจะตั้งจุดมุ่งหมายที่จะจัดการให้เงินลงทุนของเขาเพิ่มพูนขึ้น ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าความงอกเงยของเงินลงทุนที่จะเกิดขึ้นจากการลงทุนในหุ้นของบริษัทที่กำลังขยายตัว (growth stock) เท่านั้น แต่รวมถึงการนำรายได้ที่ได้รับไปลงทุนใหม่ก่อให้เกิดความงอกเงยของเงินลงทุนด้วย ผู้ลงทุนส่วนมากจะเพิ่มมูลค่าของเงินลงทุนของเขาโดยการนำดอกเบี้ยและเงินปันผลที่ได้รับไปลงทุนใหม่ ความงอกเงยของเงินลงทุนนี้ให้ประโยชน์แก่ผู้ลงทุนในด้านการเพื่อปรับฐานะผู้ลงทุนในระยะยาวให้ดีขึ้น รักษาอำนาจซื้อให้คงไว้และให้การจัดการคล่องตัวดีขึ้น

4. ความคล่องตัวในการซื้อขาย (marketability) หลักทรัพย์ที่สามารถซื้อหรือขายได้ง่ายและรวดเร็ว ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับ ราคา ขนาดของตลาดหลักทรัพย์ที่หุ้นนั้น จดทะเบียน ขนาดของบริษัทผู้ออกหลักทรัพย์ จำนวนผู้ถือหุ้น และความสนใจที่ประชาชนทั่วไปมีต่อหุ้น หุ้นที่มีราคาสูงมักจะขายได้ยากกว่าหุ้นที่มีราคาต่ำกว่า หุ้นของบริษัทใหญ่จำหน่ายได้ยากกว่าหุ้นของบริษัทเล็ก ทั้งนี้เนื่องจากบริษัทใหญ่มีหุ้นออกจำหน่ายจำนวนมาก ทำให้การซื้อขายดำเนินติดต่อกันตลอดเวลาด้วยเหตุนี้หุ้นของบริษัทใหญ่จึงมีความคล่องตัวมากกว่า

5. ความสามารถในการเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ทันที (liquidity) เมื่อหลักทรัพย์ที่จะลงทุนมี liquidity สูงความสามารถในการหากำไร (profitability) ก็ย่อมลดลง ผู้ลงทุนที่ต้องการลงทุนในหลักทรัพย์ที่มี liquidity หรือหลักทรัพย์ที่ใกล้เคียงกับเงินสด โอกาสลงทุนที่น่าดึงดูดใจมาถึงเขาจะได้มีเงินพร้อมที่จะลงทุนได้ทันทีการจัดการสำหรับเงินลงทุนส่วนนี้ ผู้ลงทุนอาจจะแบ่งสรรปันส่วนจากเงินลงทุนเพื่อการนี้โดยเฉพาะหรืออาจใช้เงินปันผลหรือดอกเบี้ยที่ได้รับมาเพื่อซื้อหุ้นใหม่ได้

6. การกระจายเงินลงทุน (Diversification) วัตถุประสงค์ คือ ต้องการกระจายความเสี่ยง และการกระจายความเสี่ยงลงทุนในหลักทรัพย์ทำได้ 4 วิธีคือ (1) ลงทุนผสมระหว่างหลักทรัพย์ที่มีหลักประกันในเงินลงทุน และมีรายได้จากการลงทุนแน่นอนกับหลักทรัพย์ที่มีรายได้และราคาเปลี่ยนแปลงขึ้นลงตามภาวะธุรกิจ (2) ลงทุนในหลักทรัพย์หลายๆ อย่างปนกันไป (3) ลงทุนใน

หลักทรัพย์ของธุรกิจที่มีความแตกต่างทางภูมิศาสตร์เพื่อลดความเสี่ยงเรื่องน้ำท่วมหรือภัยธรรมชาติ เป็นต้น (4) ลงทุนในหลักทรัพย์ของธุรกิจที่มีลักษณะการผลิตที่ต่างกันแบบ Vertical หรือ Horizontal ถ้าเป็นแบบ Vertical หมายถึงการลงทุนในธุรกิจต่างๆ ตั้งแต่วัตถุดิบ ไปจนถึงสินค้าสำเร็จรูปถ้าเป็นแบบ Horizontal เป็นการลงทุนในกิจการที่ประกอบธุรกิจในลักษณะเดียวกัน

7. ความพอใจในด้านภาษี (favorable tax status) ฐานะการจ่ายภาษีของผู้ลงทุนเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ผู้บริหารลงทุนต้องให้ความสนใจ ปัญหาคือว่าจะทำอย่างไรจึงจะรักษารายได้และกำไรจากการขายหลักทรัพย์ (capital gain) ให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ การจ่ายภาษีในอัตราก้าวหน้าจากเงินได้พึงประเมินทำให้ยากแก่การรักษาจำนวนรายได้ได้นั้นไว้ ผู้ลงทุนอาจเลี่ยงการเสียภาษีเงินได้จากเงินได้พึงประเมินดังกล่าวโดยทำการลงทุนในพันธบัตรที่ได้รับยกเว้นภาษี

ทางเลือกในการลงทุน ทางเลือกในการลงทุนนั้นมีอยู่ด้วยกันหลายทาง ในที่นี้จะขอแบ่งเป็นทางเลือกใหญ่ๆ 2 ทางด้วยกัน คือการลงทุนทางตรง (Direct Investment) กับการลงทุนทางอ้อม (Indirect Investment)

1. การลงทุนทางตรง (Direct Investment) การลงทุนที่บุคคลหรือเจ้าของเงินลงทุนต้องทำการตัดสินใจลงทุนเองข้อมูลและคำแนะนำที่เขาได้จากบุคคลภายนอกนั้นเป็นเพียงแนวทางประกอบการตัดสินใจแต่การตัดสินใจครั้งสุดท้ายเจ้าของทุนจะเป็นผู้ตัดสินใจเอง ทางเลือกของการลงทุนตรงนั้นแบ่งได้ 3 ลักษณะคือ

1) Fixed Principal Investment คือการลงทุนในทรัพย์สินที่รู้มูลค่าของเงินลงทุนที่จะได้รับคืน ณ วันสิ้นสุดสัญญาและผลประโยชน์ที่จะได้รับระหว่างช่วงเวลาลงทุนดังกล่าวเป็นการตอบแทนทรัพย์สินเหล่านี้ได้แก่ ตัวเงินคลังตราสารพาณิชย์ (Commercial Paper) พันธบัตร รัฐบาล และพันธบัตรธุรกิจหรือหุ้นกู้ เป็นต้น

2) Variable Principal Securities คือการลงทุนในหลักทรัพย์ที่ไม่ทราบมูลค่าที่จะได้รับคืนในอนาคตแน่นอน เนื่องจากหลักทรัพย์เหล่านี้ไม่มีอายุครบกำหนดแน่นอน ซึ่งได้แก่ หุ้นบุริมสิทธิหุ้นสามัญ หลักทรัพย์ที่แปลงสภาพได้และใบสำคัญแสดงสิทธิซื้อหุ้นทุน (Warrant) เป็นต้น

3) Non Security Investment คือ การลงทุนในทรัพย์สินต่าง ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวข้างต้น เช่น การลงทุนที่ดินและอาคารการรับจ้างองการซื้อสินค้าต่าง ๆ การลงทุนในธุรกิจที่เปิดกิจการใหม่หรือธุรกิจที่กำลังขยายกิจการแต่ยังไม่ได้ออกหลักทรัพย์ขายให้ประชาชนทั่วไป

2. การลงทุนทางอ้อม (Indirect Investment) การลงทุนที่มีสถาบันอื่นกระทำแทนเจ้าของเงินออม และตัดสินใจลงทุนแทนเจ้าของเงินด้วย เจ้าของเงินทุนไม่สามารถควบคุม การลงทุนของสถาบันเหล่านี้ได้ กระทำได้ก็เพียงแต่ก่อนลงทุนต้องศึกษาถึงจุดมุ่งหมายในการ ลงทุนของสถาบันเหล่านี้การลงทุนในลักษณะนี้ได้แก่การลงทุนในกองทุนต่าง ๆ เช่น กองทุน บำนาญ (Pension Fund) ซึ่งกองทุนบำนาญนี้จะไปลงทุนในพันธบัตรธุรกิจ พันธบัตรรัฐบาลและ การรองรับจำนองกองทุนที่บริหารโดยกองทุนรวม เช่น กองทุนสินกัญญา 1 กองทุนสินกัญญา 2 ฯลฯ ผู้ลงทุนอาจทำประกันชีวิตไว้กับบริษัทประกัน ค่าเบี้ยประกันที่ผู้ประกันจ่ายบางส่วนจะถูกนำไปลงทุนอีกต่อหนึ่งในรูปของพันธบัตรรัฐบาล พันธบัตรธุรกิจ หุ้นกู้การรับจำนองและลงทุน ในอสังหาริมทรัพย์นอกจากนี้ผู้ลงทุนอาจลงทุนในบริษัทลงทุน (Investment Company) เป็นต้น

ขั้นตอนการลงทุน แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนด้วยกัน คือ นโยบายการลงทุน การวิเคราะห์การลงทุนหรือการวิเคราะห์หลักทรัพย์การประเมินมูลค่าเงินลงทุนหรือหลักทรัพย์และการสร้างกลุ่มหลักทรัพย์ลงทุน (พัชรวิฑูมทรัพย์, 2540, หน้า 10)

นโยบายการลงทุนจะบอกให้รู้ถึงขอบเขตในการตัดสินใจ เหตุใดการลงทุนจึงต้องมีการตัดสินใจลงทุน และลงทุนในหลักทรัพย์ใดจึงจะสอดคล้องกับเป้าหมายของการลงทุนของผู้ลงทุนที่ได้วางไว้ นโยบายการลงทุนแบ่งเป็น 5 ขั้นตอนด้วยกัน คือ

1) กำหนดจำนวนเงินที่จะลงทุนเป็น สิ่งแรกที่ผู้ลงทุนต้องกระทำเพื่อให้รู้ถึงขีดความสามารถในการลงทุนของผู้ลงทุน เช่น ผู้ลงทุนมีเงินที่จะลงทุน 100,000 บาท หรือ 1 ล้านบาท เป็นต้น

2) กำหนดเป้าหมายในการลงทุนที่แน่นอน เพื่อจะได้เลือกกลุ่มหลักทรัพย์ลงทุนที่เหมาะสม จุดมุ่งหมายในการลงทุนของบุคคลธรรมดาอาจมีเพียงอย่างเดียวและแต่ละคนอาจแตกต่างกัน ส่วนจุดมุ่งหมายในการลงทุนของสถาบันดังกล่าวอาจกว้างกว่า ทั้งนี้สถาบันประกอบด้วยบุคคลหลายฝ่ายผู้ลงทุนบางท่านอาจต้องการมีรายได้สม่ำเสมอ

3) กำหนดหลักทรัพย์ลงทุนที่เหมาะสมกับเป้าหมายการลงทุนที่ได้วางไว้ เช่น ผู้ลงทุนที่ต้องการรายได้สม่ำเสมออาจเลือกลงทุนในพันธบัตรรัฐบาล พันธบัตรธุรกิจ หรือฝากเงินไว้ กับธนาคาร ส่วนผู้ที่ต้องการกำไรจากการขายหุ้นอาจเลือกลงทุนในหุ้นสามัญและหลักทรัพย์อื่นๆ ของบริษัท

4) พิจารณาคุณสมบัติของหลักทรัพย์ลงทุนในข้อ 3 ว่าหลักทรัพย์ที่เป็นไปตามเป้าหมายมีหลักทรัพย์ของบริษัทใดบ้างที่ควรลงทุน โดยพิจารณาจากข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหลักทรัพย์เหล่านี้ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงความรู้สึของผู้ลงทุนและความพอใจของผู้ลงทุนด้วย

5) จัดสรรเงินที่มีอยู่ตามข้อ 1 มาลงทุนในหลักทรัพย์ของธุรกิจต่างๆ ที่ได้เลือกไว้แล้ว ปฏิบัติตามข้อ 4 ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงข้อจำกัดของเงินลงทุนที่เกิดขึ้นเป็นต้นว่าผู้ลงทุนที่มีเป้าหมายการลงทุนว่าต้องการรายได้สม่ำเสมออาจมุ่งความสนใจที่จะลงทุนเฉพาะพันธบัตรธุรกิจที่มีคุณภาพสูงเท่านั้นก็ได้

2. การวิเคราะห์การลงทุน (Investment Analysis) เริ่มต้นจากการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจโดยทั่วไปในขณะนั้นและภาวะเศรษฐกิจที่คาดว่าจะเป็นในอนาคต เพื่อคุณภาพของตลาดหลักทรัพย์ชนิดต่าง ๆ ว่าการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นหรือคาดว่าจะเกิดขึ้นจะมีผลต่อราคาของพันธบัตรรัฐบาล พันธบัตร หุ้นกู้และหุ้นทุนอย่างไร การพยากรณ์ภาวะเศรษฐกิจในอนาคตนั้นได้จากรายได้ประชาชาติ(GNP) การผลิตของอุตสาหกรรม ดัชนีราคาของผู้บริโภค อัตราดอกเบี้ยการเริ่มต้นของโครงการก่อสร้างที่อยู่อาศัยและยอดขายของรถยนต์ภายหลังจากที่ผู้ลงทุน ได้วิเคราะห์ถึงภาวะเศรษฐกิจแล้วผู้ลงทุนจะทำการคัดเลือกอุตสาหกรรมที่น่าสนใจในช่วง 2-3 ปี ข้างหน้าเพื่อศึกษาและลงทุนต่อไป

3. การประเมินมูลค่าเงินลงทุน (Investment Valuation) แนวความคิดในเรื่องมูลค่ามีหลายอย่างด้วยกัน ณ ที่นี้เราจะมุ่งสนใจคำว่า มูลค่าเงินลงทุน (Investment Value) ซึ่งเป็นมูลค่าปัจจุบัน ของผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุนนั้นในอนาคต ในกรณีหุ้นสามัญ ผลประโยชน์เหล่านี้คือเงินสดปันผลที่ได้รับระหว่างช่วงลงทุนบวกกับราคาหุ้นที่คาดว่าจะขายได้ ส่วนกรณี พันธบัตรผลประโยชน์ในอนาคตก็คือ ดอกเบี้ยที่ได้รับระหว่างช่วงลงทุนและมูลค่าพันธบัตรเมื่อครบกำหนดไถ่ถอน แต่ถ้าผู้ลงทุนขายพันธบัตรนี้ก่อนที่จะครบกำหนดแล้ว ต้องใช้ราคาตลาดที่คาดว่าจะขายได้ ณ เวลานั้นๆ แทน

4. การสร้างกลุ่มสินทรัพย์ลงทุน (Portfolio Construction) มีขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1) กำหนดการกระจายเงินลงทุนไปสู่หลักทรัพย์ต่างๆ ให้เหมาะสม ทั้งนี้เพื่อจะได้ลดความเสี่ยงของกลุ่มสินทรัพย์ลงทุน การกระจายเงินลงทุนอาจทำได้โดยวิธีลงทุนใน หลักทรัพย์ของอุตสาหกรรมหลายๆ ชนิด

2) จังหวะในการลงทุน แบ่งออกเป็น 2 ตอน ตอนแรกเป็นการจัดสรรเงินที่จะลงทุนไปในหลักทรัพย์ที่เลือกไว้แล้ว ตามที่ปรากฏในตอนสุดท้ายของนโยบายการลงทุนแน่นอนที่สุด การ

ตัดสินใจว่าจะลงทุนในหลักทรัพย์ของบริษัทใด จำนวนใด ย่อมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจที่หลักทรัพย์นั้นๆ มีต่อผู้ลงทุน ตอนที่ 2 คือ ส่งเสริมให้เกิดการตัดสินใจเลือกสินทรัพย์นั้นๆ ลงทุนใน กลุ่มสินทรัพย์ลงทุน สมมุติว่าผู้ลงทุนตั้งใจว่าจะลงทุนในหุ้นสามัญจำนวน 2 ล้านบาท ถ้าเลือก ลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัท ก จำกัด ทั้งจำนวนในเวลาเดียวกันอาจทำให้ราคาหุ้นสามัญของบริษัท ก จำกัด ขึ้นอย่างรวดเร็ว เพื่อหลีกเลี่ยงเรื่องนี้ผู้ลงทุนอาจไม่ลงทุนครั้งเดียวด้วยเงินจำนวน มากเขาอาจใช้วิธีเฉลี่ยการลงทุนเป็นระยะๆ ซึ่งอาจใช้เวลา 2 – 3 เดือน ทั้งนี้เพื่อให้ราคาค่อย ๆ ขยับตัวสูงขึ้นอย่างช้าๆ

3) การเลือกหลักทรัพย์ที่จะลงทุนในกลุ่มสินทรัพย์ลงทุน ในขั้นนี้เป็นการ ตัดสินใจเกี่ยวกับการเลือกหลักทรัพย์ที่จัดหาเพิ่มเติมเข้ากลุ่มสินทรัพย์ลงทุน หรือเลือกหลักทรัพย์ที่ควร จำหน่ายออกจากกลุ่มสินทรัพย์ลงทุน เรื่องนี้จะเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจว่าจำนวนเงินที่ซื้อขาย หลักทรัพย์ในแต่ละครั้ง มีปริมาณหลักทรัพย์และค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการซื้อหลักทรัพย์แต่ละครั้งด้วย ค่าใช้จ่ายเหล่านี้ได้แก่ค่านายหน้าตัวแทนซื้อขายหลักทรัพย์ภาษี และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในตลาด หากซื้อขายแต่ละครั้งเป็นจำนวนมาก การตัดสินใจเลือกหลักทรัพย์ลงทุนในกลุ่มสินทรัพย์ลงทุนในขั้นนี้ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของหลักทรัพย์ลงทุนต่าง ๆ

4) การติดตามผลที่ได้เป็นขั้นสุดท้ายของขั้นตอนการลงทุนตอนต้น ๆ ของบทนี้ ได้กล่าวเน้นถึงลักษณะของการลงทุนที่ติดต่อกันคือเริ่มจากนโยบายการลงทุน การวิเคราะห์การลงทุน การประเมินมูลค่าเงินลงทุน และการสร้างกลุ่มสินทรัพย์ลงทุน การลงทุนในหลักทรัพย์ ใ้ว่าจะทำเพียงครั้งเดียวแต่จะมีการลงทุนติดต่อกันไปเรื่อยๆ การตัดสินใจลงทุนต่อเนื่องกันไป ต้องขึ้นอยู่กับบางสิ่งบางอย่างโดยเฉพาะ และความมีเหตุผลในการสร้างกลุ่มสินทรัพย์ลงทุนในลักษณะนั้นๆ ของผู้ลงทุน โดยประเมินค่าของหลักทรัพย์ต่างๆ ที่อยู่ในประเภทเดียวกัน แล้วนำมา ประเมินรวมกันเป็นมูลค่ารวมของกลุ่มหลักทรัพย์ลงทุนอีกครั้ง

วัตถุประสงค์ในการลงทุน (Investment Objectives) (e-learning 2010)

1. การเพิ่มค่าของเงินลงทุน (Capital Appreciation) นักลงทุนต้องการให้หลักทรัพย์หรือทรัพย์สินที่ตนลงทุนไว้ มีมูลค่าเพิ่มพูนขึ้นตลอดช่วงเวลาที่ลงทุน โดยการเพิ่มค่านั้นจะมาจากกำไร (Capital Gain) จากการลงทุนเป็นสำคัญ หลักทรัพย์ที่ลงทุนจึงมักมีความเสี่ยงสูง แต่ก็มีอัตราผลตอบแทนที่คาดสูงมาก หลักทรัพย์เหล่านี้มักไม่จ่ายเงินปันผลเพราะต้องเก็บเงินทุนไว้ใน

ลงทุนเพื่อขยายกิจการ ส่วนหลักทรัพย์เหล่านี้ ได้แก่ หุ้นทุนของกิจการที่ก่อตั้งใหม่และเริ่มดำเนินการ (Start Up) หรือกิจการขนาดเล็กที่กำลังจะขยายตัว

2. รายได้ประจำ (Current Income) นักลงทุนที่ต้องการได้รับรายได้เป็นประจำจากการลงทุนในหลักทรัพย์หรือทรัพย์สินที่ตนลงทุนไว้ ฉะนั้นหลักทรัพย์หรือทรัพย์สินที่ลงทุนจึง ได้แก่ หุ้นทุนของบริษัทขนาดใหญ่ที่มีฐานะทางการเงินมั่นคงมีกำไรในการประกอบการสามารถจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นอย่างสม่ำเสมอหรือตราสารหนี้ ได้แก่ หุ้นกู้ ตั๋วเงิน พันธบัตรที่มีดอกเบี้ยที่ตราไว้ ผู้ที่เกษียณอายุงานแล้วต้องการลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยงต่ำและให้รายได้ประจำมักนิยมใช้กลยุทธ์การลงทุนประเภทนี้

3. การปกป้องเงินทุน (Capital Protection) นักลงทุนต้องการให้เงินลงทุนของตนมีความมั่นคงไม่ลดหรือเสียหายไปอันเป็นผลสืบเนื่องมาจากขาดทุนหลักทรัพย์หรือทรัพย์สินที่ลงทุนจึงมีความเสี่ยงต่ำระยะเวลาทุนค่อนข้างสั้น เพราะจะทำให้สามารถคาดการณ์เหตุการณ์ได้ดีกว่า เช่น การลงทุนในตั๋วเงินคลัง ตั๋วสัญญาใช้เงินของสถาบันการเงิน เงินฝากและบัตรเงินฝากธนาคาร

4. ผลตอบแทนรวม (Total Return) นักลงทุนประสงค์ให้ความเสี่ยงและผลตอบแทนในการลงทุนมีความเหมาะสม กล่าวคือ ไม่นิยมเอียงไปเป้าหมายใดเป้าหมายหนึ่งโดยเฉพาะ แต่เป็นการผสมผสานระหว่าง 3 เป้าหมายข้างต้น เพื่อผลตอบแทนที่ดีกว่าในทุกสถานการณ์ลงทุน ไม่ว่าจะในช่วงตลาดหุ้นร้อนแรง (Bullish Market) หรือซบเซา (Bearish Market) วัตถุประสงค์ในการลงทุนเหล่านี้ จะต้องนำมาพิจารณาให้สอดคล้องกับแนวคิดของนักลงทุนในเรื่องการยอมรับความเสี่ยงและผลตอบแทนตลอดจนช่วงเวลาที่ต้องสอดคล้องกับแผนการลงทุนของลูกค้านักลงทุน

จึงสรุปได้ว่า การลงทุนเป็นการกันเงินไว้ในช่วงเวลานึงเพื่อก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มซึ่งวัตถุประสงค์ในการลงทุนของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไป โดยปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดวัตถุประสงค์ของนักลงทุน ได้แก่ อายุ สถานภาพ สุขภาพ นิัยส่วนตัว ความจำเป็น ความสมัครใจ และเป้าหมายในการลงทุนของนักลงทุน

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ

การตัดสินใจ (Maslow, 1970) กล่าวว่า กระบวนการในการตัดสินใจ เลือกลงทางใดทางหนึ่ง จากหลายๆ ช่องทาง หรือพิจารณาอย่างดีแล้วเป็นช่องทางที่นำไปสู่เป้าหมายขององค์กรและบรรลุวัตถุประสงค์ การตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญ และมีความเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการเกือบทุก

ขั้นตอนไม่ว่าจะเป็นการวางแผนองค์กร การจัดคนเข้าทำงาน การติดต่อประสานงาน และการควบคุมการบริหารงาน การตัดสินใจได้มีการศึกษาอย่างต่อเนื่องช้านาน

ชอล และคัมมิงส์ (Shull & Comings, 1970) กล่าวว่า การตัดสินใจกระบวนการของมนุษย์ที่ได้จากการรับรู้ปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม แต่ละคนจะมีความเชื่อและค่านิยมที่แฝงอยู่ รวมทั้งทางเลือก ซึ่งพฤติกรรมของบุคคลหนึ่งได้เลือกเพื่อที่จะนำไปสู่สิ่งที่ตนปรารถนา

Kotler Philip (1997:172) (อ้างถึงในธิดาลือชาพัฒนาพร, 2554 : 151) แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคนั้น เป็นการศึกษาเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการบริโภคโดยมีจุดเริ่มต้น จาก การที่เกดถึงกระตุ้น (Stimulus) ทั้งภายใน (ตัวเรา) และภายนอก (สิ่งเร้าต่างๆ คนรอบข้าง เป็นต้น) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นนั้นจะเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ เป็นปริศนาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision)

สมพงษ์ เกษมสิน (2517) กล่าวว่า การตัดสินใจคือการเลือกทางเลือกปฏิบัติซึ่งมีหลายทางเป็น แนวทางไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ Friedman's Consumption Function (1994, p. 9) นิยามความหมายของการตัดสินใจ คือความสามารถในการทำงานหรือการบริหารงาน นอกจากบุคคลจะต้องมีความรู้ความสามารถใน งานที่ปฏิบัติแล้วสิ่งสำคัญประการหนึ่งของผู้ปฏิบัติงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหัวหน้างานหรือผู้บริหารก็คือ การตัดสินใจ (Decision Making) การตัดสินใจเปรียบเสมือนหัวใจของการปฏิบัติงานและบริหารงาน

ถวัลย์ วรรณพุดพิงษ์ (2530) กล่าวว่า การตัดสินใจหมายถึงกระบวนการเลือกหนทางปฏิบัติ อย่างใดอย่างหนึ่งจากบรรดาทางเลือกต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการโดยอาศัยหลักเกณฑ์ บางประการการตัดสินใจมีองค์ประกอบได้แก่

1) การตัดสินใจต้องมีทางเลือกและทางเลือกที่จะกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งได้นั้น ต้องมีมากกว่าหนึ่งทางเลือกจึงต้องทำการตัดสินใจ

2) การตัดสินใจต้องมีจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างที่ ต้องการบรรลุและเราเองยังไม่แน่ใจว่าหนทางเลือกต่างๆที่จะทำได้นั้นทางเลือกใดที่ จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้ดีกว่ากัน

3) การตัดสินใจเป็นเรื่องของกระบวนการการใช้ความคิดหรือใช้หลักเหตุผลเป็นเกณฑ์ในการประเมินทางเลือกหลักเกณฑ์ที่นำมาใช้ในการประเมินทางเลือกที่สำคัญคือความสามารถของทางเลือก ในการสนองตอบต่อวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, (2541) อ่างใน กัลยรัตน์ โดสุขศรี, (2552) กล่าวว่า กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริหารมักจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่างๆของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค

วิเชียร วิทย์อุดม (2556, หน้า 13-3) กล่าวว่า การตัดสินใจของมนุษย์โดยทั่วไปจะเกิดจากการเรียนรู้และการรับรู้ในสิ่งต่างๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมนั้นๆ กระบวนการเรียนรู้และการรับรู้มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเนื่องจากการเรียนรู้และการรับรู้จะก่อให้เกิดการสั่งสมและประสบการณ์ ดังนี้

1. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่แน่นอน (Decision making certainty) ผู้ทำการตัดสินใจจะทำการตัดสินใจโดยใช้พื้นฐานในผลลัพธ์ที่คาดหวังไว้ โดยผู้ทำการตัดสินใจจะทราบว่าผลลัพธ์การตัดสินใจจะเป็นอย่างไรจากนั้นจะทำการเลือกวิธีการตัดสินใจในการแก้ไขปัญหาซึ่งมีหลายแนวทาง

2. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์เสี่ยง (Decision making under risk) ผู้ทำการตัดสินใจสามารถคาดคะเนถึงความเป็นไปในเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในแต่ละเหตุการณ์ว่าจะเป็นอย่างไ

3. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน (Decision making under uncertainty) เป็นการตัดสินใจที่ผู้ตัดสินใจไม่สามารถคาดการณ์ผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นได้ อีกทั้งไม่ทราบถึงผลลัพธ์ของแต่ละทางเลือก

นภวรรณ คณานุกรณ์ (2556, หน้า 283-284) กล่าวว่า ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจ ในการตัดสินใจในแต่ละระดับจะมีการเก็บรวบรวม ข้อมูลมากขึ้นแตกต่างกันไป ซึ่งสามารถแบ่งระดับการตัดสินใจของผู้บริโภคได้ดังนี้

1. การตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลรอบด้าน (Extensive problem solving) เป็นระดับการตัดสินใจที่ผู้บริโภคต้องการข้อมูลเป็นจำนวนมากในการตัดสินใจ เนื่องจากไม่เคยซื้อสินค้านั้นมาก่อน

2. การตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลจำกัด (Limited problem solving) เป็นระดับการตัดสินใจในสถานการณ์ที่ไม่คุ้นเคย จึงต้องมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ

3. การตัดสินใจบนพื้นฐานความเคยชิน (Routinized response behavior) เป็นระดับการตัดสินใจที่ผู้บริโภคมีข้อมูลและประสบการณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดีแล้ว การตัดสินใจซื้อในลักษณะนี้ผู้บริโภคมีการใช้ข้อมูลที่ตนเองมีอยู่เพื่อประเมินการตัดสินใจซื้อสินค้าในครั้งต่อไปโดยการใช้ประสบการณ์เก่ามาใช้ซึ่งมักเป็นสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันทั่วไป

กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Buyer decision process) ประกอบด้วยกัน 5 ขั้นตอน

1. การรับรู้ปัญหา (Problem recognition) หรือการรับรู้ถึงความต้องการ (Need recognition) เกิดขึ้นเมื่อบุคคลรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างสิ่งที่มีอยู่และสิ่งที่เขาต้องการซึ่งอาจเกิดขึ้นเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้นจากภายในและภายนอก รวมถึงความต้องการทางร่างกายและความต้องการด้านจิตวิทยา ซึ่งเมื่อเกิดขึ้นถึงระดับหนึ่งจะกลายเป็นสิ่งกระตุ้น บุคคลจะเรียนรู้ถึงวิธีที่จะจัดการกับสิ่งกระตุ้นจากประสบการณ์ในอดีต ทำให้เขารู้ว่าจะตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นที่เกิดขึ้นอย่างไร

2. การค้นหาข้อมูล (Information search) เมื่อบุคคลได้รับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการแล้ว เขาจะค้นหาวิธีที่จะทำให้ความต้องการที่เกิดขึ้นได้รับความพอใจ การค้นหาอาจจะกระทำโดยสัญชาตญาณอย่างรวดเร็ว หรืออาจจะต้องมีการใช้ความพยายามและการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งจะค้นหาข้อมูลได้มากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ดังนี้ จำนวนของข้อมูลที่หาได้ความพอใจที่ได้รับจากการค้นหาข้อมูล และผลที่เกิดขึ้นในภายหลัง ซึ่งผู้บริโภคสามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ 2 ทาง คือ

1) การค้นหาข้อมูลภายใน (Internal search) โดยบททวนความทรงจำในอดีตเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้าที่ตนเองเคยซื้อ

2) การค้นหาข้อมูลภายนอก (External search) สามารถค้นหาได้จากแหล่งต่างๆ ได้แก่ แหล่งบุคคล แหล่งการค้า หรือแหล่งข้อมูลที่จัดโดยนักการตลาด

ในการค้นหาข้อมูลผู้บริโภคจะทราบถึงตราสินค้าและคุณลักษณะของสินค้าทั้งหมดที่มีอยู่ในตลาด ซึ่งพบว่าผู้บริโภคจะให้ความสนใจเฉพาะสินค้าที่มีลักษณะตรงตามความต้องการของตน โดยจะทำการเปรียบเทียบระหว่างตราสินค้าต่างๆ ที่เป็นทางเลือก และตัดสินใจเลือกซื้อเพียงตราสินค้าเดียว

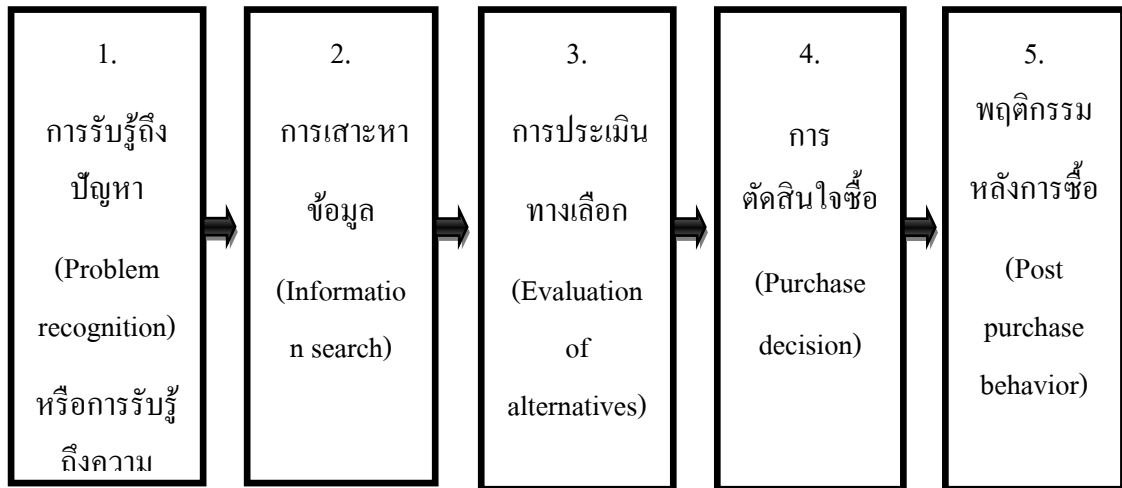
3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of alternative) วิธีการที่ผู้บริโภคใช้ข้อมูลที่มีนำมาประเมินตราผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในกลุ่มตราผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ต้องการเลือก โดยที่ผู้บริโภคไม่ใช้กระบวนการประเมินง่ายๆ เพียงกระบวนการเดียวในสถานการณ์การซื้อทุกสถานการณ์ ผู้บริโภคจะประเมินทางเลือกการซื้อจากลักษณะส่วนตัวของผู้บริโภคและสถานการณ์ซื้อในทุกสถานการณ์ โดยการประเมินทางเลือกจากการเลือกซื้อในลักษณะส่วนตัวและแต่ละสถานการณ์ที่แตกต่าง บางครั้งผู้บริโภคก็จะพิจารณาอย่างรอบและมีเหตุผล หรือผู้บริโภคอาจจะไม่ประเมินทางเลือกหรือมีการประเมินแต่ค่อนข้างน้อยเนื่องจากการกระตุ้นและเป็นไปตามสัญชาตญาณ และอาจจะมีการตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง ตามเพื่อน หรือได้รับคำแนะนำจากคนอื่นหรือ พนักงานขายแนะนำเกี่ยวกับการซื้อ

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) ผู้บริโภคจะจัดลำดับความตราผลิตภัณฑ์ต่างๆ และสร้างความตั้งใจซื้อขึ้น โดยปกติผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจ ตราที่ชอบมากที่สุด ต่อมาก็จะใช้ความตั้งใจซื้อ (Intention) และการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้นอาจจะถูกกั้นกลางด้วยทัศนคติของผู้อื่นและปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ทัศนคติของผู้อื่น อาจมีผลต่อการตัดสินใจปัจจัยทางสถานการณ์ที่คาดไม่ถึง (Unexpected situation factors) ก็เป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจเช่นกัน โดยที่ผู้บริโภคอาจจะมีความตั้งใจซื้อโดยมีปัจจัยมาจาก รายได้ที่คาดว่าจะได้รับ ราคา และประโยชน์ที่จะได้รับจากสินค้านั้น สิ่งเหล่านี้จะมีการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post purchase behavior) งานของนักการตลาดนั้นอาจจะไม่ได้สิ้นสุดลงเพียงแค่การซื้อสินค้าแล้ว แต่หลังจากการซื้อสินค้านั้นแล้วอาจจะมีผลพอใจหรือไม่พอใจกับผลิตภัณฑ์ๆ และทำให้เกิดพฤติกรรมหลังการซื้อ เป็นสิ่งนักการตลาดจะต้องให้ความสำคัญสิ่งที่จะนำมาพิจารณาว่าผู้บริโภคจะพอใจหรือไม่พอใจในการซื้อคือ จะต้องมาพิจารณาจากความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ถึงผลการปฏิบัติงานของสินค้า ถ้าสินค้าปฏิบัติงานได้ต่ำกว่าความคาดหวัง ผู้บริโภคจะรู้สึกผิดหวัง ถ้าสินค้าที่ปฏิบัติงานเป็นไปตามที่ผู้บริโภครอคอยก็จะเกิดความพอใจ ถ้าสินค้าปฏิบัติงานได้สูงกว่าความคาดหวังจะรู้สึกถึงความประทับใจ

จะเห็นได้ว่ากระบวนการในการซื้อเริ่มต้นค่อนข้างยาวนานกว่าการซื้อจริงที่จะเกิดขึ้น และต่อเนื่องไปจนถึงหลังการซื้อ นักการตลาดจึงสนใจกระบวนการซื้อมากกว่าที่จะสนใจที่จะตัดสินใจซื้อเพียงอย่างเดียว

(วารุณี ตันติวงศ์วานิช และคณะ, 2552 อ้างถึงใน Kotler, 2002)



ภาพที่ 2.1 โมเดล 5 ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Five-stage model of the consumer buying process) (Kotler and Keller. 2009, อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552)

จึงสรุปได้ว่า การตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพควรเป็นการตัดสินใจที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงสร้างสรรค์ต่อตนเองและส่วนรวม เป็นการตัดสินใจที่สามารถปฏิบัติได้จริงและต้องระวังสาเหตุที่ทำให้เกิดการตัดสินใจผิดพลาดด้วย การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นกระบวนการหรือขั้นตอนที่เป็นการศึกษาถึงเหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งๆ ซึ่งจะมีวิธีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการนั้นๆอย่างไร และใช้หลักเกณฑ์ใดเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกตราสินค้าที่ดีที่สุด ดังนั้น ก่อนที่ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจเพื่อให้ตนเองได้รับสินค้าหรือบริการที่ดีที่สุด

2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด

คอตเลอร์ และอาร์มสตรอง (Kotler & Armstrong, 2005) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นตัวแปรหลักที่ใช้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า หรือกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ที่เป็นตัวแปรในการควบคุมทางการตลาดในการตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552, Kotler , 2003) ส่วนประสมทางการตลาด หมายความว่า ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ เช่น ผลิตภัณฑ์ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนอง ความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย

ผลิตภัณฑ์ คือ สิ่งที่เสนอขายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนั้น ถ้าสินค้ามี คุณสมบัติที่น่าสนใจ ตรงความต้องการของลูกค้ามากเท่าไร ผู้บริโภคก็จะเกิดการตอบรับมากขึ้น เท่านั้น

ลักษณะทางกายภาพ ผู้ซื้อพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณสมบัติประโยชน์จากบริการเพื่อลด ความเสี่ยงและสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อ ในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการ ติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์ และราคา สิ่งเหล่านี้ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อ สามารถตัดสินใจซื้อได้รวดเร็วขึ้น เครื่องมืออุปกรณ์ อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัยมี ประสิทธิภาพ มีการใช้บริการที่รวดเร็ว

เสรี วงษ์มณฑา (2542 ,น 11) กล่าวว่า การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า กลุ่มเป้าหมายได้ ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะมองเห็นว่าคุ้มค่า รวมถึงมีการจัดจำหน่าย กระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อ เพื่อให้ความสะดวกแก่ ลูกค้าด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรม

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2549) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด เป็นการรวบรวมการ ตัดสินใจทางการตลาดทั้งหมด ซึ่งนักการตลาดจะต้องตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งมุ่งเน้นเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจของผู้บริโภค

วิเชียร วงศ์นิชชากุล (2552) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด เป็นการบริหาร การตลาดที่เป็นหัวใจหลักในการดำเนินงานของธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ เพื่อให้กิจการอยู่รอดต้องอาศัยการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสม เพื่อเป็น เครื่องมือในการวางตลาดผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าต้องการในตลาดที่เลือกไว้ได้

บูมส์ และบิทเนอร์ (Booms & Bitner, 1981) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps คือ เป็นเครื่องมือกลยุทธ์ทางการตลาด มีองค์ประกอบ 4 อย่าง (Marketing Mix) หรือ 4Ps และเมื่อ ได้นำมาใช้กับงานบริการได้ขยายเป็น 7Ps องค์ประกอบทั้ง 7 ในส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สิ่งที่สามารถสนองความจำเป็นรวมทั้งความต้องการของ มนุษย์ได้ คือ ผู้ขายจะต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ นั้นๆ โดยทั่วไป แล้วผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจสามารถ จับต้องได้และ

ผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถจับต้องไม่ได้ คือ ผลิตภัณฑ์สามารถ เป็นได้ทั้งสินค้าและบริการ โดยทั่วไป การผลิต ผลิตภัณฑ์ต้องมีการพิจารณาคุณภาพสินค้า ลักษณะการออกแบบ ขนาด การรับประกัน เป็นต้น ซึ่งสามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้

2. ด้านราคา (Price) เมื่อธุรกิจได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมา รวมทั้งหาช่องทางการจัดจำหน่ายและวิธีการแจกจ่ายตัวสินค้าได้แล้ว สิ่งสำคัญที่ธุรกิจจะต้องดำเนินการต่อไป คือ การกำหนดราคาที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปเสนอขายก่อนที่จะกำหนดราคาสินค้า ธุรกิจต้องมีเป้าหมายว่าจะตั้งราคาเพื่อต้องการกำไร หรือเพื่อขยายส่วนถือครองตลาด (Market Share) หรือเพื่อเป้าหมายอย่างอื่น อีกทั้งต้องมีการใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคาที่จะทำให้เกิดการยอมรับจากตลาด เป้าหมายและสู้กับคู่แข่งได้ในการแข่งขันในตลาด กลยุทธ์ราคาเป็นเครื่องมือที่คู่แข่งนำมาใช้ได้ ผลรวดเร็วกว่าปัจจัยอื่นๆ เช่น การลดราคา หรืออาจตั้งราคาสินค้าให้สูงสำหรับสินค้าที่มีลักษณะพิเศษในตัวของมันเอง เพื่อแสดงภาพพจน์ที่ดี อาจใช้ผลทางจิตวิทยามาช่วยเสริมการตั้งราคา การตั้งราคาสินค้าอาจมีนโยบายการให้สินเชื่อหรือนโยบายการให้ส่วนลดเงินสดส่วนลดการค้า หรือส่วนลดปริมาณ ฯลฯ นอกจากนั้นธุรกิจจะต้องคำนึงถึงกฎข้อบังคับทางกฎหมายที่จะมีผลกระทบต่อราคาด้วย ราคามูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา เขาจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้กำหนด

กลยุทธ์การตลาดด้านราคาต้องคำนึงถึงประเด็นต่างๆ ดังนี้

2.1 คุณค่าที่รับรู้ ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคานั้น ผลิตภัณฑ์นั้น

2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 การแข่งขัน

2.4 ปัจจัยอื่นๆ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบไปด้วย สถาบันและกิจกรรมที่ใช้เคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาด ประกอบด้วย การขนส่ง คลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายความว่า เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และ/หรือกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาดในระบบช่องทางจัดจำหน่ายประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค และผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

3.2 การกระจายตัวสินค้า หรือการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด หมายถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค การกระจายตัวสินค้าที่สำคัญ คือ การขนส่ง (Transportation) การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ (Storage) การคลังสินค้า (Warehousing)

4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการติดต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมาย การส่งเสริมการตลาดเป็นวิธีการที่จะบอกให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด เพื่อบอกให้ลูกค้าทราบว่าผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายในตลาดพยายามชักชวนให้ลูกค้าซื้อและเพื่อเตือนความทรงจำกับตัวผู้บริโภค

การส่งเสริมการตลาดจะต้องมีการศึกษาถึงกระบวนการติดต่อสื่อสาร (Communication Process) เพื่อเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับกับผู้ส่ง การส่งเสริมการตลาดมีเครื่องมือสำคัญที่จะใช้อยู่ 4 ชนิดด้วยกัน ที่เรียกว่าส่วนผสมของการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) ได้แก่

4.1 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นการเสนอขายสินค้าแบบเผชิญหน้ากัน (Face-to-Face) พนักงานขายต้องเข้าพบปะกับผู้ซื้อโดยตรงเพื่อเสนอขายสินค้า การส่งเสริมการตลาดโดยวิธีนี้เป็นวิธีที่ดีที่สุด แต่เสียค่าใช้จ่ายสูง

4.2 การโฆษณา (Advertising) หมายถึงรูปแบบของการจ่ายเงินเพื่อการส่งเสริมการตลาด โดยมีได้อาศัยตัวบุคคลในการนำเสนอหรือช่วยในการขาย แต่เป็นการใช้สื่อโฆษณาประเภทต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต สื่อโฆษณาเหล่านี้จะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคเป็นกลุ่มใหญ่ เหมาะสำหรับสินค้าที่ต้องการกระจายตลาดกว้าง

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึงกิจกรรมที่ทำหน้าที่ช่วยพนักงานขายและการโฆษณาในการขายสินค้า การส่งเสริมการขายเป็นการกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในตัวสินค้า การส่งเสริมการขายจัดทำในรูปของการแสดงสินค้า การแจกของตัวอย่าง แจกคู่มือ ของแถม การใช้แถมเพื่อแลกสินค้าการชิงโชคแจกรางวัลต่างๆ ฯลฯ

4.4 การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) ในปัจจุบันธุรกิจมักสนใจภาพพจน์ของกิจการ ธุรกิจได้ใช้เงินจำนวนมากเพื่อสร้างชื่อเสียงและภาพพจน์ของกิจการ ปัจจุบันองค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ไม่ได้เน้นที่การแสวงหากำไร (Maximize Profit) เพียงอย่างเดียว ต้องเน้นที่วัตถุประสงค์ของการให้บริการแก่สังคมด้วย (Social Objective) เพราะความอยู่รอดขององค์กรธุรกิจจะขึ้นอยู่กับ การยอมรับของกลุ่มผู้บริโภคในสังคม ถ้าหากกลุ่มผู้บริโภคต่อต้านหรือมีความคิดว่าองค์กรธุรกิจแสวงหาผลประโยชน์ให้กับตนมากจนไม่คำนึงถึงสังคม หรือผู้บริโภค เช่น การผลิตสินค้าแล้ว

ปล่อยน้ำเสียน้ำ หรือทำให้อากาศเป็นพิษ ก่อให้เกิดผลเสียแก่ส่วนรวม โดยมีได้หาวิธีแก้ไข จะสร้างภาพพจน์ที่ไม่ดีขององค์กรธุรกิจหรือตัวอย่างของ บริษัท บุญรอดบริเวอรี่ จำกัด เป็นกิจการขายเบียร์ ซึ่งมีส่วนในการเสนอสิ่งที่เป็นพิษภัยต่อประชาชน จึงพยายามทำป้ายโฆษณาเพื่อเสริมสร้างภาพพจน์ ด้วยการเสนอเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติและอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย เป็นการชดเชย เบี่ยงเบนความรู้สึกรู้สึกต่อต้านของสังคม หากกลุ่มผู้บริโภคไม่พอใจและไม่ต้องการซื้อสินค้าและบริการของผู้ผลิตย่อมเป็นสาเหตุที่จะจำกัดการเจริญเติบโตของธุรกิจได้

4.5 กระบวนการ (Process) เป็นการสร้างสรรค์และการส่งมอบส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยกระบวนการที่วางแผนมาเป็นอย่างดี กลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับการบริการ คือ เวลาและประสิทธิภาพในการบริการ ดังนั้นกระบวนการบริการที่ดีจึงควรมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการส่งมอบรวมถึงต้องง่ายต่อการปฏิบัติการ เพื่อที่พนักงานจะได้ไม่เกิดความสับสน ทำงานได้อย่างถูกต้องและมีแบบแผนเดียวกันและงานที่ได้ต้องมีประสิทธิภาพและคุณภาพ

4.6 การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) หมายถึง กิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อกระตุ้นให้ช่องทางการขายและพนักงานสามารถ ขายหรือให้บริการได้มากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าทำการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการเร็วขึ้นหรือมากขึ้นในช่วงที่ทำโปรโมชั่น เช่น การแลกซื้อและรับสิทธิพิเศษต่างๆ หรือจัดรายการซื้อ 1 แถม 1 เป็นต้น

5. ด้านบุคคล (People) หมายถึง พนักงานผู้ให้บริการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการผลิตและบริการ ซึ่งต้องผ่านการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) และการจูงใจพนักงานเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้เหนือคู่แข่ง ดังนั้นเพื่อคุณภาพในการบริการองค์กรจึงจำเป็นต้องมีการอบรมพนักงาน มีการสนับสนุนที่จำเป็น ในการมอบหมายอำนาจและหน้าที่ความรับผิดชอบ เพื่อสร้างพนักงานให้มีความรู้ความสามารถ ความน่าเชื่อถือ มีทัศนคติที่ดีมีความรับผิดชอบ มีประสิทธิภาพในการสื่อสารกับลูกค้า มีความสามารถ ในการแก้ปัญหาต่างๆ รวมถึงมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

6. ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) เป็นแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวมทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกระบวนการออกแบบการส่งมอบบริการให้ลูกค้าถ้า การออกแบบทำได้ดี การส่งมอบบริการก็จะมีประสิทธิภาพถูกต้องตรงเวลามีคุณภาพสม่ำเสมอ กิจกรรมการส่งมอบเป็นการให้บริการแก่ลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าหรือบริการของธุรกิจสิ่งที่จะทำให้ ลูกค้าเกิดความพึงพอใจคือการที่ธุรกิจจะต้องออกแบบกระบวนการที่เกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าหรือ บริการให้ลูกค้าเกิดความสะดวกสบายในการซื้อมากที่สุด ซึ่งปัจจุบันกระบวนการบริการลูกค้าเกิด ความสะดวกสบายและความรวดเร็วในการใช้บริการ ดังนั้นการนำระบบสารสนเทศมาใช้ใน กระบวนการให้บริการไม่เพียงพอทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและยังสามารถสร้างความได้เปรียบ ทางการแข่งขันอีกด้วย

จึงสรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการเป็นตัวแปรทางการตลาดที่สามารถ ควบคุมได้ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการประกอบธุรกิจ สามารถนำมาใช้กำหนดทิศทางของธุรกิจได้ ประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และบริการ ส่งเสริมการตลาด บุคคล การ นำเสนอและกระบวนการ ดังนั้นธุรกิจจะต้องพิจารณาส่วนประสมการตลาดบริการในมุมมองของ ธุรกิจและมุมมองของลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดจน กระทั่งเกิดการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ (Kotler, 2003, อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552)

2.4 ข้อมูลการลงทุนในหลักทรัพย์ในประเทศไทย

ประวัติความเป็นมาของตลาดหลักทรัพย์

ตลาดทุนไทยยุคใหม่มีจุดเริ่มต้นจากการประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504 - 2509) เพื่อรองรับการเติบโตและส่งเสริมความมั่นคงทางเศรษฐกิจและ พัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ต่อมาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2510 - 2514) ได้เสนอให้มีการจัดตั้ง ตลาดหลักทรัพย์ที่มีระบบระเบียบขึ้นเป็นครั้งแรก โดยเน้นให้มี บทบาทสำคัญในการเป็นแหล่งระดมเงินทุน เพื่อสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของ ประเทศ

พัฒนาการของตลาดทุนของไทยในยุคใหม่นั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ยุค เริ่มจาก "ตลาด หุ่นกรุงเทพ"(Bangkok Stock Exchange) ซึ่งเป็นองค์กรเอกชน และต่อมาเป็น "ตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย" ภายใต้ชื่อภาษาอังกฤษว่า "The Securities Exchange of Thailand" การจัดตั้งตลาด ทุนของไทยเริ่มขึ้นในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2505 ในรูปห้างหุ้นส่วนจำกัด โดย ในปีต่อมาได้จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัดและเปลี่ยนชื่อเป็น "ตลาดหุ้นกรุงเทพ" (Bangkok Stock Exchange) ถึงแม้ว่า

จะมีพื้นฐานในการจัดตั้งที่ดีการซื้อขายหุ้นในตลาดหุ้นกรุงเทพ ก็ไม่ได้รับความ สนใจมากนัก มูลค่า การซื้อขายมีเพียง 160 ล้านบาทใน ปีพ.ศ. 2511 และ 114 ล้านบาทในปีพ.ศ. 2512 การซื้อขายมีปริมาณ ลดลงเป็น 46 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2513 และลดลงเหลือ 28 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2514 การซื้อขายหุ้นก็มึ มูลค่าถึง 87 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2515 แต่การซื้อขายหุ้นก็ยังคงไม่เป็นที่ สนใจ โดยมูลค่าการซื้อขายหุ้น ที่ต่ำสุดมีเพียง 26 ล้านบาทเท่านั้น และในที่สุดตลาดหุ้นกรุงเทพก็ต้อง ปิดกิจการลง

ถึงแม้ว่าตลาดหุ้นกรุงเทพจะไม่ประสบความสำเร็จ แต่แนวความคิดเกี่ยวกับการจัดตั้ง ตลาดหลักทรัพย์ที่มีระบบระเบียบและได้รับการสนับสนุนอย่างเป็นทางการนั้นได้รับความสนใจจาก ประชาชนเป็นอย่างมาก ดังนั้นแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2510 - 2514) จึงได้เสนอแผนการจัดตั้งตลาดทุนดังกล่าวขึ้นเป็นครั้งแรก โดยให้มีเครื่องมืออำนวยความสะดวกและ มาตรการสำหรับการซื้อขายหลักทรัพย์ที่เหมาะสมในปี พ.ศ. 2512 รัฐบาลได้ทำการ ว่าจ้าง ศาสตราจารย์ซิดนีย์ เอ็ม รอปบิ้นส์ ศาสตราจารย์ประจำภาควิชาการเงิน จากมหาวิทยาลัย โคโลัมเบีย สหรัฐอเมริกา เพื่อมาท การศึกษาช่องทางการพัฒนาตลาดทุนไทยในเวลาต่อมา

ในปี พ.ศ. 2515 รัฐบาลได้เข้ามามีบทบาทโดยการแก้ไข "ประกาศคณะปฏิวัติ ที่ 58 เกี่ยวกับ การควบคุมธุรกิจ การค้า ที่มีผลกระทบต่อความปลอดภัยและความเป็นอยู่ของประชาชน" การแก้ไข ดังกล่าวส่งผลให้รัฐบาลสามารถกำกับดูแล การดำเนินงานของบริษัทเงินทุนและหลักทรัพย์ ซึ่งทำให้ การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีระเบียบและยุติธรรม หลังจาก นั้นในปี พ.ศ. 2517 ได้มีการ ประกาศใช้ พระราชบัญญัติตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พ.ศ. 2517 โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อจะจัด ให้มีแหล่ง กลางสำหรับการซื้อขายหลักทรัพย์ เพื่อส่งเสริมการออมทรัพย์และการระดมเงินทุนใน ประเทศ ตามมาด้วยการแก้ไขบทบัญญัติเกี่ยวกับรายได้เพื่อให้สามารถนำเงินออมมาลงทุนในตลาด ทุนได้ ในปี พ.ศ. 2518 รูปแบบทางกฎหมายต่างๆ ได้รับการปรับแก้จนลงตัว และในวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2518 ตลาดหลักทรัพย์แห่ง ประเทศไทย (ชื่อภาษาอังกฤษในขณะนั้นคือ The Securities Exchange of Thailand) ได้เปิดทำการซื้อขายขึ้นอย่างเป็นทางการครั้งแรกและได้ทำการเปลี่ยนชื่อภาษาอังกฤษ เป็น "The Stock Exchange of Thailand" (SET) เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2534 (ตลาด หลักทรัพย์แห่ง ประเทศไทย, ม.ป.ป.)

กระบวนการพัฒนาตลาดหลักทรัพย์ได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบันภายใต้ กรอบหน้าที่ที่มีการวางไว้อย่างเป็นระบบ แต่ที่ปฏิเสธมิได้ว่าการดำเนินงานต่างๆอาจต้องประสบกับ ภาวะอุปสรรคต่างๆอันมาจากผลการดำเนินงานของสถาบันที่เกี่ยวข้อง จากสภาพแวดล้อมทาง เศรษฐกิจ การเมือง และภาคต่างประเทศ ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาประเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้เช่นกัน

สำหรับการศึกษาในส่วนนี้จะนำเสนอถึงบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การศึกษาพัฒนาการของตลาดตั้งแต่เปิดตลาดถึงปัจจุบัน (ตรงกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ฉบับที่ 3 เป็นต้นมา) เหตุการณ์ที่มีความสำคัญต่อตลาด ตลาดหลักทรัพย์กับการพัฒนาเศรษฐกิจ ทิศทางอันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและแนะนำ

บทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วัตถุประสงค์ที่สำคัญในการจัดตั้งตลาดก็เพื่อให้เป็นศูนย์กลางการซื้อขายหลักทรัพย์ที่มีประสิทธิภาพทั้งในด้านดำเนินงาน (Operation Efficiency) และด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร (Information Efficiency) มีความยุติธรรมและมีความเป็นมาตรฐานสากล อันจะเป็นการส่งเสริมให้เกิดการออมและระดมทุนภายในประเทศอันจะเป็นรากฐานที่สำคัญในการพัฒนาประเทศและนับว่าเป็นแนวทางหนึ่งในการดำเนินเป้าหมายทางเศรษฐกิจ โดยบทบาทหลักๆของตลาดหลักทรัพย์ได้แก่

1. การส่งเสริมการออมและการระดมทุน สำหรับบทบาทในด้านนี้เป็นการพิจารณาว่าตลาดหลักทรัพย์เป็นแหล่งที่ก่อให้เกิดการออกหลักทรัพย์ใหม่มาสู่สาธารณชน ทำให้ผู้มีความต้องการเงินทุนและผู้ที่ต้องการลงทุนได้มาทำการซื้อขายกัน ทั้งนี้หลักทรัพย์ที่มีอยู่ในตลาดทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพก็เป็นตัววัดพัฒนาการได้อย่างหนึ่ง ซึ่งตราสารที่มีการระดมทุนนั้นมีระยะเวลายาวนานกว่า 1 ปี เงินทุนที่มีการระดมได้ก็จะนำไปสู่การลงทุนในภาคธุรกิจ เกิดการจ้างงานที่มากขึ้น ในแง่ของผู้ลงทุนก็สามารถใช้การซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์เป็นช่องทางหนึ่งในการลงทุน ซึ่งในการลงทุนนั้นจะให้ผลตอบแทนในรูปแบบเงินมูลค่าหุ้นและเงินปันผลที่จะได้จากหลักทรัพย์เหล่านั้น หน้าที่ในข้อแรกนี้อาจพิจารณาในมุมมองของการที่ตลาดหลักทรัพย์ที่มีการออกหลักทรัพย์ใหม่เป็นตลาดแรกในการระดมทุน (Primary Market)

2. การสร้างสภาพคล่อง เป็นผลดีอีกประการในการเกิดตลาดหลักทรัพย์ เพราะหากการระดมทุนกระทำเพียงในตลาดแรกเพียงอย่างเดียวโดยไม่มีตลาดรอง (Secondary Market) ในการรองรับ การซื้อขายหลักทรัพย์เหล่านั้นก็จะมีการซื้อขายแลกเปลี่ยนได้อย่างยากลำบาก ซึ่งตรงจุดนี้จะไม่ส่งผลดีในลักษณะที่บริษัทจะออกหลักทรัพย์แล้ว หากผู้ซื้อได้ยากเพราะไม่มีความมั่นใจว่าหลักทรัพย์เหล่านั้นจะมีมูลค่าที่สูงขึ้นหรือลดลง และอาจไม่สามารถทำการเปลี่ยนมือได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นการมีตลาดรองช่วยทำให้เกิดสภาพคล่องในการซื้อขายเปลี่ยนมือในหลักทรัพย์และทำให้ผู้ต้องการระดมทุนกับผู้ต้องการลงทุนสามารถทำตามวัตถุประสงค์ที่แต่ละฝ่ายต้องการได้ง่ายขึ้น

3. การเป็นตัวช่วยในการปรับโครงสร้างทางธุรกิจ ในประเด็นนี้อาจเป็นลักษณะทางการเงินที่มีความสำคัญต่อภาคธุรกิจ นั่นคือ มูลค่าของกิจการจะมีค่ามากที่สุดหากกิจการมีการเลือกใช้โครงสร้างทางการเงินอย่างเหมาะสม ซึ่งโครงสร้างทางการเงินในที่นี้หมายถึงสถานะความเป็นหนี้สินต่อความเป็นเจ้าของที่อาจวัดโดยอัตราส่วนระหว่าง หนี้สินต่อส่วนผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio) ซึ่งในการจัดหาเงินทุนโดยใช้หนี้สินนั้นก็เป็นเรื่องเกี่ยวกับระบบสถาบันการเงินในส่วนของธนาคารพาณิชย์ที่ทำการปล่อยสินเชื่อให้กับภาคธุรกิจหรืออาจเป็นตราสารหนี้ที่บริษัทออกสู่สาธารณชน ในขณะที่ส่วนของผู้ถือหุ้นในแง่การระดมเงินทุนจากการออกหุ้นทุนก็เป็นบทบาททางตรงที่ตลาดหลักทรัพย์เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง นอกจากนี้การที่บริษัทสามารถที่จะระดมทุนได้เป็นระยะๆตามแผนการขยายตัวทางธุรกิจและสภาพหรือช่องทางการลงทุนที่เหมาะสม ตลอดจนผู้ระดมทุนสามารถจะเลือกใช้ตราสารได้อย่างเหมาะสมเพื่อให้ธุรกิจมีการเจริญเติบโตและมีความมั่นคง ก็ย่อมเป็นผลดีต่อการพัฒนาประเทศ ซึ่งเป็นบทบาทหลักประการหนึ่งของตลาดที่มีต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจ

4. เป็นแหล่งกลางในการซื้อขายแลกเปลี่ยนหลักทรัพย์อย่างมีระเบียบ ในการดำเนินงานของตลาดฯนั้นความเป็นระเบียบของการซื้อขายตลอดจนความยุติธรรมในการซื้อขายหรือการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้เกิดความเท่าเทียมกันให้แก่สมาชิกที่อยู่ในตลาด โดยที่การซื้อขายที่เกิดขึ้นในตลาดหลักทรัพย์เป็นไปตามอุปสงค์และอุปทานของตลาดในช่วงระยะเวลาหนึ่งๆ ซึ่งการเป็นแหล่งกลางในการซื้อขายตลาดก็จำเป็นต้องมีระบบที่เป็นมาตรฐานในการรับและชำระราคา และต้องมีระบบป้องกันความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินงานและมีระบบตรวจสอบการกระทำอันมิชอบได้รวดเร็วและถูกต้อง

5. การสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของกิจการ เป็นข้อดีอีกประการในการเกิดตลาดฯเพราะการลงทุนในหุ้นสามัญนั้นให้ผลที่ตามมาคือการร่วมเป็นเจ้าของกิจการร่วมกับผู้ถือหุ้นรายอื่นตามสัดส่วนของหุ้นที่มีอยู่ การมีตลาดทำให้ผู้ลงทุนสามารถที่จะเลือกการลงทุนในอุตสาหกรรมต่างๆที่ได้ตามเป้าหมายที่ต้องการ เป็นการสนับสนุนให้คนร่วมเป็นเจ้าของกิจการในประเทศ อันจะเป็นการส่งผลดีต่อการขยายตัวในทางเศรษฐกิจในระยะยาว

6. ให้ความคุ้มครองผลประโยชน์แก่บุคคลที่เกี่ยวข้องในตลาด การให้ความคุ้มครองนั้นเป็นการให้ความคุ้มครองในด้านการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ตามความจำเป็นและความเหมาะสม ราคาที่เกิดขึ้นในการซื้อขายจึงเป็นราคาที่เป็นธรรม และตลาดยังคงต้องมีการสอดส่องดูแลการกระทำอันก่อให้เกิดผลเสียต่อตลาดและผู้ลงทุนต่างๆ เช่น ในกรณีการสร้างราคาอันเป็น

เท็จหรือการปั่นหุ้น การใช้ประโยชน์ในทางที่ผิดจากข้อมูลวงใน เป็นต้น และการมีระบบสัญญาณเตือนภัยที่เหมาะสม

7. การสร้างข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์ต่อระบบภาคเศรษฐกิจ การที่กิจการจะเข้ามาเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จำเป็นต้องทำตามกฎระเบียบต่างๆ ที่ตลาดฯ ได้กำหนด รวมถึงการส่งข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท รายงานทางการเงิน และข้อมูลอื่นๆ ตามที่ตลาดฯ กำหนดให้ส่งตามเวลาที่กำหนด ซึ่งข้อมูลส่วนนี้หากเป็นกิจการที่ไม่ได้อยู่ในตลาดหลักทรัพย์การเข้าถึงก็จะทำได้ยากกว่า และข้อมูลข่าวสารเหล่านี้ก็สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจการลงทุนสำหรับผู้ลงทุน และสามารถทำให้บุคคลทั่วไปสามารถตรวจสอบสถานภาพของกิจการ ความถูกต้องโปร่งใสในการดำเนินงานของผู้บริหารกิจการได้

8. ขยายฐานภาษีให้กับภาครัฐบาล ข้อนี้เป็นผลมาจากการที่ข้อมูลที่ไหลเวียนอยู่ในตลาดเป็นข้อมูลที่มีคุณภาพและถูกกลั่นกรองมาในระดับหนึ่งและมีการตรวจสอบจากหลายๆ ฝ่าย จึงทำให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกิจการมีความถูกต้อง ซึ่งสามารถทำให้รัฐสามารถจัดเก็บภาษีได้อย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วย และการทำธุรกรรมบางอย่างทำให้เกิดผลรายได้ที่ทำให้รัฐสามารถใช้เป็นฐานภาษีได้ ซึ่งก็เป็นบทบาทที่มีความสำคัญอีกประการของตลาดหลักทรัพย์

9. การเป็นดัชนีชี้การพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศ เป็นที่ทราบกันอย่างกว้างขวางว่าการกล่าวถึงความเจริญทางเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ การพัฒนาในด้านเงินทุน โดยเฉพาะตลาดหลักทรัพย์จะเป็นดัชนีชี้วัดความเจริญเติบโตและการขยายตัวของเศรษฐกิจที่มีความสำคัญอีกดัชนีหนึ่ง นอกจากนี้หากพิจารณาว่าการที่ตลาดฯ มีความเจริญเติบโตอาจเป็นสัญญาณบางประการที่ชี้ว่าภาคธุรกิจมีความเติบโตด้วย

ความสำคัญของการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นทางเลือกหนึ่งของการลงทุนที่ได้รับความสนใจจากผู้ที่มีเงินออม เพราะมีโอกาสได้รับผลตอบแทนที่สูงกว่าการลงทุนประเภทอื่นๆ นอกจากนี้การที่ตลาดหลักทรัพย์มีบริษัทที่จดทะเบียนที่หลากหลาย ตลาดหลักทรัพย์จึงเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับผู้ที่ต้องการความหลากหลายในการลงทุนทั้งประเภทสินค้าและผลตอบแทนเพราะมีสินค้าหรือตราสารเพื่อการลงทุนหลายประเภทซึ่งออกโดยบริษัทจดทะเบียนที่ประกอบธุรกิจหลายประเภทและหลายอุตสาหกรรมให้เลือกลงทุนตามความต้องการก่อนตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

ผู้ลงทุนควรศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสภาพเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานเป็นลำดับแรกแล้ว

จึงพิจารณาสภาพอุตสาหกรรม โดยรวบรวมข้อมูลทางเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมมาวิเคราะห์ แต่ละส่วนเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจลงทุนในแต่ละอุตสาหกรรม นอกจากนี้ผู้ลงทุนในหลักทรัพย์จำเป็นต้องพิจารณา นโยบายทางการเงิน นโยบายการคลังของรัฐบาลและประเทศอื่นๆที่ส่งผลต่อการไหลเวียนของเงินทุน ในการวิเคราะห์อุตสาหกรรม ผู้วิเคราะห์จะต้องพิจารณาถึงวัฏจักร ธุรกิจว่าอยู่ในระยะใด วงจรการขยายตัวของอุตสาหกรรมและโครงสร้างการแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้นควบคู่กันไป จากนั้นวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของบริษัท ทัศนคติของผู้บริหาร กลยุทธ์ของบริษัท เป็นวิธีการหนึ่งที่ผู้ลงทุนสามารถนำไปใช้ตัดสินใจเลือกลงทุน

นอกจากนี้จังหวะการเข้าซื้อเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากราคาหลักทรัพย์ในแต่ละปี ความผันผวน หากสามารถเข้าไปในลงทุนในช่วงที่ราคาหลักทรัพย์ปรับตัวลงมาก นักลงทุนจะสามารถซื้อหลักทรัพย์ได้ในราคาถูกลงอย่างไรก็ตามประชาชนที่เข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการลงทุนและไม่ได้ศึกษาปัจจัยต่างๆทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ที่แท้จริงและนิยมซื้อตามคำบอกเล่า นักลงทุนรายย่อยจึงตกเป็นเครื่องมือของกลุ่มคนกลุ่มหนึ่ง ที่ทำราคาหลักทรัพย์ให้สูงเกินความเป็นจริงอย่างรวดเร็วอย่างผิดสังเกต การเผยแพร่ความรู้ให้นักลงทุนตลอดจนแจ้งข่าวที่รวดเร็ว ถูกต้องมากขึ้นเป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจของนักลงทุน เช่น การประกาศจ่ายปันผล การแตกหุ้น การเพิ่มทุน และการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารของธุรกิจ เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้ลงทุนยังต้องทราบถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ อาทิเช่น โรคระบาด ความขัดแย้งระหว่างประเทศ การชุมนุมประท้วงทาง การเมืองภายในประเทศ ซึ่งข่าวเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงราคาหลักทรัพย์ และมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของตลาดหลักทรัพย์ไทยมีระดับความผันผวนอย่างมาก

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทางผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลได้ดังนี้

2.5.1 อธิวัฒน์ โดสันติกุล (2556) ศึกษาเรื่องแนวโน้มและพฤติกรรมการลงทุน ของนักลงทุนชาวไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลวิจัยพบว่า นักลงทุนที่มีอายุและอาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ในด้านจำนวนครั้งที่ลงทุนโดยเฉลี่ย (ครั้ง/ปี) และด้านมูลค่าการลงทุนโดยเฉลี่ย (บาท/ครั้ง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นักลงทุนที่สถานภาพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันในด้านมูลค่าการลงทุน โดยเฉลี่ย (บาท/ครั้ง)

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 บุคลิกภาพด้านกล้าเสี่ยง (ชอบผจญภัย) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านระยะเวลาถือครองสินทรัพย์เฉลี่ยโดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำทิศทางตรงกันข้าม บุคลิกภาพด้านความเชื่อมั่นในตนเอง ด้านรอบคอบระมัดระวังและด้านการใช้เหตุผลในการตัดสินใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนชาวไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนครั้งที่ลงทุนโดยเฉลี่ย (ครั้ง/ปี) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำทิศทางเดียวกัน บุคลิกภาพด้านการใช้เหตุผลในการตัดสินใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านมูลค่าการลงทุนโดยเฉลี่ย (บาท/ ครั้ง) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำทิศทางเดียวกัน ปัจจัยภายในด้านความมั่งคั่ง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครด้านจำนวนครั้งที่ลงทุนโดยเฉลี่ย (ครั้ง/ปี) และด้านมูลค่าการลงทุนโดยเฉลี่ย (บาท/ ครั้ง) ปัจจัยภายในด้านความเสี่ยง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครด้านมูลค่าการลงทุนโดยเฉลี่ย (บาท/ ครั้ง) ส่วนปัจจัยภายในด้านสภาพคล่อง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครด้านมูลค่าการลงทุนโดยเฉลี่ย (บาท/ ครั้ง) ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกันตามลำดับ ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครด้านจำนวนครั้งที่ลงทุนโดยเฉลี่ย (ครั้ง/ปี) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำทิศทางเดียวกัน และปัจจัยภายนอกด้านการเมือง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาในการถือครองหลักทรัพย์เฉลี่ย มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม พฤติกรรมการลงทุนด้านจำนวนครั้งที่ลงทุนเฉลี่ย (ครั้ง/ปี) มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการลงทุนในอนาคต โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำทิศทางเดียวกัน

2.5.2 จิระศักดิ์ เหล่าศิริไพศาล (2557) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้านักลงทุนหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม บัวหลวง จำกัด ในกรุงเทพมหานครในการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ผลวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 40-49 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-50,000 บาท อาชีพพนักงานองค์กรเอกชน ในส่วนของพฤติกรรมการลงทุนพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ลงทุนในตลาดหุ้นและกองทุนรวมมากที่สุด โดยทราบข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนจากเจ้าหน้าที่ของสถาบันการเงิน ส่วนใหญ่เป็นนักลงทุนประเภทยอมรับความเสี่ยงได้บ้างวัตถุประสงค์ของการลงทุนเพื่อผลประโยชน์ทางภาษี ช่วงเวลาของการลงทุนไม่แน่นอน เหตุผลที่เลือกลงทุนกับบริษัท

หลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม บัวหลวง จำกัด เพราะบริษัทมีความน่าเชื่อถือและมีความมั่นคง จำนวนเงินที่นำมาลงทุนไม่เกิน 100,000 บาท ระยะเวลาถือหน่วยลงทุนมากกว่า 5 ปี ลงทุนจำนวน 2-5 กองทุน และจะติดตามผลดำเนินงานของกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพจากมูลค่าทรัพย์สินสุทธิทางอินเทอร์เน็ต โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้จัดอันดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอันดับหนึ่ง คือ ปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสาร ผลประโยชน์ด้านภาษี รองลงมา คือ ปัจจัยด้านสภาวะแวดล้อม ความมั่นคงของสถาบันการเงิน และปัจจัยด้านการสื่อสาร คือ คำแนะนำจากพนักงานขายหน่วยลงทุน ตามลำดับ

2.5.3 วิญญู ดิษเจริญ (2551) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของนักลงทุนในการเลือกลงทุนในหลักทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่ ผลวิจัยพบว่า มี 2 วัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักลงทุนในการเลือกลงทุนในหลักทรัพย์ และ (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่นักลงทุนใช้พิจารณาในการเลือกลงทุนในหลักทรัพย์ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ โดยมีสอบถามจาก กลุ่มตัวอย่างนักลงทุนที่ทำการลงทุนในหลักทรัพย์กับห้องค้าหลักทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 300 ตัวอย่าง โดยทำการเลือกมาจากห้องค้าหลักทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 10 ห้องค้าๆละ 30 รายการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาและการเรียงลำดับความสำคัญ ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักลงทุนในการเลือกลงทุนในหลักทรัพย์พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่เป็นนักลงทุนเก็งกำไรวันต่อวัน มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญในการลงทุนคือเพื่อต้องการเก็งกำไร มีแหล่งเงินทุนที่นำมาลงทุนในหลักทรัพย์คือเงินออม นิยมใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในการลงทุน เพียง 1 บริษัท ทำการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 1-20 ครั้ง มีปริมาณการซื้อขายหลักทรัพย์แต่ละวันโดยเฉลี่ยน้อยกว่า 50,000 บาท ลงทุนในหุ้นสามัญ โดยมีระยะเวลาในการ ลงทุนน้อยกว่า 1 เดือน นิยมลงทุนในหลักทรัพย์กลุ่มพลังงาน โดยผลตอบแทนที่ได้รับคือกำไรจากส่วนต่างของราคา ซึ่งแหล่งข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการลงทุนในหลักทรัพย์คือการแนะนำจากเจ้าหน้าที่การตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ ผลการศึกษาปัจจัยที่นักลงทุนใช้พิจารณาในการเลือกลงทุนในหลักทรัพย์โดยทำการแบ่ง ปัจจัยที่นักลงทุนใช้พิจารณาเป็น 2 ปัจจัยด้วยกัน คือ ปัจจัยพื้นฐานที่นักลงทุนใช้พิจารณาในการลงทุน และปัจจัยภายนอกที่นักลงทุนใช้พิจารณาในการลงทุน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักลงทุน ในหลักทรัพย์ส่วนใหญ่จะพิจารณาปัจจัยพื้นฐานในการตัดสินใจเลือกลงทุนในหลักทรัพย์ที่มี ความสำคัญที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความคล่องตัวในการซื้อขายหลักทรัพย์ ผลการดำเนินงานของบริษัท และกำไรจากหลักทรัพย์

2.5.4 ชิตพัทธ์ วรารัตน์นิธิกุล (2549) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ช่วงปี พ.ศ.2549 ผลการศึกษา สรุปได้ว่า นักลงทุนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอิสระ/เจ้าของธุรกิจ มีรายได้ตั้งแต่ 50001 บาทขึ้นไปต่อเดือน และมีประสบการณ์ในการลงทุนในห้องค้า 2-5 ปี โดยมีจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองจำนวน 2-5 หลักทรัพย์ มีมูลค่าหลักทรัพย์ที่ถือครองมากกว่า 100,000 บาท เลือกลงทุนในอุตสาหกรรมสิ่งทอ ธุรกิจเงินทุน และอุตสาหกรรมเครื่องประดับ นักลงทุนมีวัตถุประสงค์ในการลงทุนเพื่อจ่ายเงินปันผล รองลงมาเป็น การลงทุนเพื่อการเก็งกำไร โดยมีรูปแบบการลงทุนให้ตนเองและใช้วิธีการลงทุนผ่านระบบออนไลน์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ของนักลงทุนในห้องค้าตลาด หลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ในช่วงปี พ.ศ. 2549 พบว่า นักลงทุนทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์โดยเน้นปัจจัยการวิเคราะห์แบบ มูลฐานเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็น ปัจจัยการวิเคราะห์ทางเทคนิค ปัจจัยการวิเคราะห์ด้านความมั่นคงปลอดภัยของเงินทุน และปัจจัยการวิเคราะห์ด้านผลตอบแทนการลงทุน

2.5.5 อรรถการ ไส้ไทย (2556) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้น IPO ในการศึกษาครั้งนี้เลือกศึกษานักลงทุนที่เคยลงทุนในหุ้น IPO โดยเครื่องมือที่ใช้ในครั้ง นี้คือการใช้แบบสอบถามและนามาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อการวิเคราะห์เชิงสถิติ SPSS โดยการหาร้อยละและการทดสอบความแปรปรวน (ANOVA) ผลการศึกษพบว่า การศึกษารายได้มูลค่าการลงทุนของกลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดย การศึกษามีความสัมพันธ์กับปัจจัยดังนี้ ปัจจัยการวิเคราะห์งบการเงินของบริษัทและธุรกิจ ในเครื่อง ทั้งในอดีตและปัจจุบัน ปัจจัยทางด้าน Earnings per Share (EPS) ในอดีตปัจจัยสภาพการตลาดและการ แข่งขันระดับการศึกษาเมื่อสูงขึ้นจะมีการพิจารณาปัจจัยเหล่านี้มากขึ้นรายได้มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยดังนี้ปัจจัยสภาพการตลาดและการแข่งขันปัจจัยด้านนโยบายของรัฐบาลให้การสนับสนุนหรือ เป็นอุปสรรคปัจจัยด้านศึกษาและวิเคราะห์การดำเนินงานของบริษัทประเภทของหลักทรัพย์โดย วิเคราะห์เชิงคุณภาพปัจจัยด้านประสิทธิภาพการบริหารงานปัจจัยด้านส่วนแบ่งการตลาดของบริษัท เมื่อระดับรายได้สูงขึ้นจะมีการพิจารณาปัจจัยเหล่านี้ลดลงมูลค่าการลงทุนมีความสัมพันธ์กับปัจจัย ด้านนโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาลเช่น นโยบายการเงินและนโยบายการคลังนักลงทุนที่ลงทุนเป็น จำนวนเงินที่มากขึ้นจะพิจารณาปัจจัยนี้มากขึ้น ส่วนด้านปัจจัยที่นักลงทุนพิจารณา ก่อนตัดสินใจ ลงทุนในหุ้น IPO ของกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พิจารณาปัจจัยการวิเคราะห์งบ

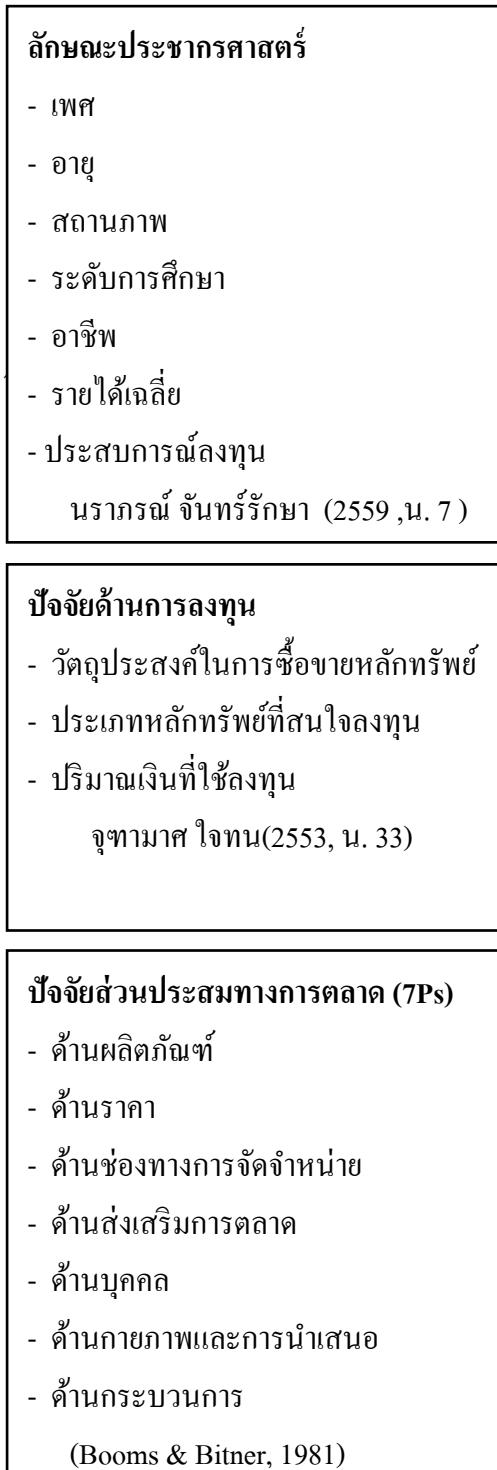
การเงินของบริษัทและธุรกิจในเรื่องทั้งในอดีตและปัจจุบัน รองลงมาปัจจัยแนวโน้มอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมและปัจจัยการวิเคราะห์ภาวะและวงจรอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริษัท

2.5.6. สมบุญ คงสอน (2552) ได้ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในกองทุนรวม LTF ของพนักงาน บมจ.เกียรตินาคิน สำนักงานใหญ่ ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์หลักในการลงทุนมากที่สุดในเรื่องสิทธิประโยชน์ทางภาษี รองลงมาในเรื่องเพื่อเป็นเงินออมในอนาคต โดยกลุ่มตัวอย่างรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกองทุนรวมมากที่สุดจากหนังสือพิมพ์ แผ่นพับและโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของพนักงาน บมจ.เกียรตินาคิน สำนักงานใหญ่ในระดับสำคัญมาก โดยพิจารณาเป็นรายชื่อ ในด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับบริษัทที่มีชื่อเสียงและมีความน่าเชื่อถือในการบริหาร ในระดับมากที่สุด ในด้านราคา กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการให้ผลตอบแทนเป็นที่น่าพอใจในระดับมากที่สุด และในด้านการจัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการจัดจำหน่ายผ่านตู้ ATM ของธนาคารในระดับสำคัญปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐานการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ สถานภาพ การสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม LTF ของพนักงาน บมจ.เกียรตินาคิน สำนักงานใหญ่ ไม่แตกต่างกันและพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ และระดับการศึกษา แตกต่างกันมีพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม LTF แตกต่างกัน

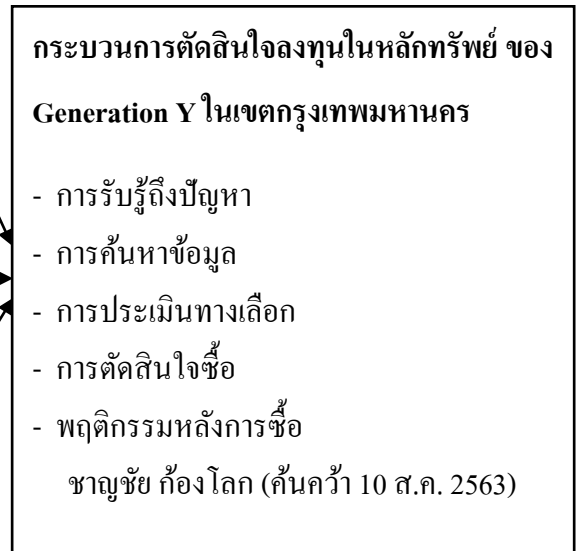
2.6 กรอบแนวคิดวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษา ความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรศาสตร์ การลงทุน และส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร มีกรอบแนวความคิดในการวิจัยสามารถแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ได้ดังนี้

ตัวแปรอิสระ



ตัวแปรตาม



H1
H2
H3

ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา: จากการทบทวนวรรณกรรม

บทที่ 3

ระเบียบวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่มีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ในบทนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
- 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและตัวอย่างไว้ดังนี้

3.1.1 ประชากร

ประชากรเป้าหมายที่ใช้ศึกษานี้ คือ นักลงทุน Generation Y ที่มีประสบการณ์การลงทุนในหลักทรัพย์ในความต้องการตลาดและอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.1.2 การกำหนดขนาดตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ นักลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่เคยลงทุนในหลักทรัพย์

โดยผู้วิจัยจะกำหนดขนาดตัวอย่างตามวิธีของ Cochran (1953)

$$n = \frac{p(1-p)(z)^2}{e^2}$$

เมื่อ

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

p = ค่าความน่าจะเป็นที่ต้องการสุ่มจากประชากรทั้งหมด (กำหนดค่า $50\% = 0.50$)

z = ค่าระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ 95% (ค่า $= 1.96$)

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่เกิดขึ้นได้ $5\% = 0.05$

ในการศึกษานี้ ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่า $z = 1.96$ (นราศรี ไววานิช และชูศักดิ์ อุดมศรี, 2545, หน้า 102)

$$n = \frac{0.50(1-0.50)(1.96)^2}{1.96^2}$$

$$n = 384.16 \text{ หรือเท่ากับ } 385 \text{ ตัวอย่าง}$$

ทั้งนี้ เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของการวิจัยหรือข้อมูลมีการกระจายสูง ผู้วิจัยจึงเก็บขนาดตัวอย่างเท่ากับ 400

3.1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีการจับฉลากเพื่อสุ่มเลือก 1 เขต เป็นตัวแทนจากแต่ละกลุ่มของเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งกลุ่มได้ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย เขตพระนคร เขตดุสิต เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตสัมพันธวงศ์ เขตดินแดง เขตห้วยขวาง เขตพญาไท เขตราชเทวี และเขตวังทองหลาง
2. กลุ่มกรุงเทพใต้ ประกอบด้วย เขตปทุมวัน เขตบางรัก เขตสาทร เขตบางคอแหลม เขตยานนาวา เขตคลองเตย เขตวัฒนา เขตพระโขนง เขตสวนหลวง และเขตบางนา
3. กลุ่มกรุงเทพเหนือ ประกอบด้วย เขตจตุจักร เขตบางซื่อ เขตลาดพร้าว เขตหลักสี่ เขตดอนเมือง เขตสายไหม และเขตบางเขน
4. กลุ่มกรุงเทพตะวันออก ประกอบด้วย เขตบางกะปิ เขตสะพานสูง เขตบึงกุ่ม เขตคันนายาว เขตลาดกระบัง เขตมีนบุรี เขตหนองจอก เขตคลองสามวา และเขตประเวศ

5. กลุ่มกรุงธนเหนือ ประกอบด้วย เขตธนบุรี เขตคลองสาน เขตจอมทอง เขตบางกอกใหญ่ เขตบางกอกน้อย เขตบางพลัด เขตตลิ่งชัน และเขตทวีวัฒนา

6. กลุ่มกรุงธนใต้ ประกอบด้วย เขตภาษีเจริญ เขตบางแค เขตหนองแขม เขตบางขุนเทียน เขตบางบอน เขตราษฎร์บูรณะ และเขตทุ่งครุ (“ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร”, 2559) ผลการจับสลากเพื่อสุ่มเลือกตัวแทนของกลุ่มแต่ละกลุ่มเขตการปกครองได้ 5 เขต ดังนี้

- | | |
|---------------------------|-------------------|
| 1. กลุ่มกรุงเทพมหานครกลาง | คือ เขตคูสิต |
| 2. กลุ่มกรุงเทพใต้ | คือ เขตสาทร |
| 3. กลุ่มกรุงเทพเหนือ | คือ เขตจตุจักร |
| 4. กลุ่มกรุงเทพตะวันออก | คือ เขตคันนายาว |
| 5. กลุ่มกรุงธนเหนือ | คือ เขตบางกอกน้อย |
| 6. กลุ่มกรุงธนใต้ | คือ เขตบางแค |

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน (Proportional Sampling) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างจากเขตที่เป็นตัวแทนของกลุ่มที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 โดยใช้เกณฑ์ประชากรทั้งหมดที่จะทำการสุ่มตัวอย่างคือ 400 คน ซึ่งได้สัดส่วนของจำนวนตัวอย่างแต่ละเขตจากการคำนวณ ดังนี้

เขต	จำนวนประชากร Generation Y (คน)	จำนวน (ชุด)
1. เขตคูสิต	18,742	$(18,742 \times 400) \div 159,827 = 46.9$
2. เขตสาทร	18,154	$(18,154 \times 400) \div 159,827 = 45.4$
3. เขตจตุจักร	41,876	$(41,876 \times 400) \div 159,827 = 104.8$
4. เขตคันนายาว	22,725	$(22,725 \times 400) \div 159,827 = 56.8$
5. เขตบางกอกน้อย	25,354	$(25,354 \times 400) \div 159,827 = 63.4$
6. เขตบางแค	32,976	$(32,976 \times 400) \div 159,827 = 82.5$
รวม	159,827	400

ตารางที่ 3.1: พื้นที่ในการเก็บแบบสอบถามและจำนวนตัวอย่างในแต่ละเขต

ที่มา : สถิติกรุงเทพมหานคร – ศูนย์สารสนเทศกรุงเทพมหานคร(2562) จำนวนประชากรในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2562 จำแนกตามอายุและเขต เข้าถึงเมื่อวันที่ 9 กันยายน 2563

เข้าถึง ได้จาก https://stat.bora.dopa.go.th/new_stat/webPage/statByYear.php

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า โดยศึกษารายละเอียดที่เกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถาม ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา มีการจัดลำดับเนื้อหาของแบบสอบถามให้ครอบคลุม กับข้อมูลที่ต้องการ แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามลักษณะซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน และประสบการณ์การลงทุนในหลักทรัพย์ ซึ่งเป็นลักษณะคำถามปลายปิด ซึ่งเป็นลักษณะ คำถามแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวเท่านั้น

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการลงทุน ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการ ซื้อขายหลักทรัพย์ ระยะเวลาที่ถือครองหลักทรัพย์ ปริมาณเงินที่ใช้ลงทุน ที่มาของเงินทุน เป็น แบบสอบถามปลายปิด ใช้มาตราส่วนประเมินค่าคะแนน (Rating Scale) ตามแบบของ Likert Scale มีทางเลือกตอบได้ 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

- ระดับ 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด
- ระดับ 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก
- ระดับ 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง
- ระดับ 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย
- ระดับ 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7Ps) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและบริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ เป็นแบบสอบถามปลายปิด ใช้มาตราส่วนประเมินค่าคะแนน (Rating Scale) ตามแบบของ Likert Scale มีทางเลือกตอบได้ 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

- ระดับ 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด
- ระดับ 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก

ระดับ 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจลงทุน ในหลักทรัพย์ของนักลงทุน ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ เป็นแบบสอบถามปลายปิด ใช้มาตราส่วนประเมินค่าคะแนน (Rating Scale) ตามแบบของ Likert Scale มีทางเลือกตอบได้ 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก

ระดับ 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการลงทุน เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนะเกี่ยวกับการลงทุนในหลักทรัพย์ เพื่อให้ตอบสนองความพึงพอใจสูงสุด

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

3.3.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ Google Form ที่ได้นำไปกระจายให้กับกลุ่มตัวอย่างตามสื่อสังคมออนไลน์ช่องทางต่าง ๆ เช่น Facebook Line Twitter รวมถึงข้อมูลจากแบบสอบถามฉบับพิมพ์ที่ได้เก็บรวบรวมจากกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด ซึ่งใช้วิธีแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยให้ผู้ที่เคยลงทุนในหลักทรัพย์ เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม

3.3.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ผู้วิจัยได้มีการทบทวนวรรณกรรม บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ที่ได้มีผู้ศึกษาไว้แล้ว เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบงานวิจัย การจัดทำแบบสอบถาม รวมถึงวิธีการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูล และใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ระดับ 0.05 เป็นเกณฑ์ในการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานในการวิจัย โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.4.1 การวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างดังนี้

3.4.1.1 หาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ตัวแปรปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย และประสบการณ์ลงทุน

3.4.1.2 หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ตัวแปรปัจจัยด้านการลงทุน ส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้การคำนวณค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และนำมาจัดระดับ โดยการใช้เกณฑ์การแบ่งช่วงเท่า ๆ กัน มีลักษณะคำถามเป็นแบบ Likert's Scale มี 5 ระดับ ใช้ระดับในการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบของ Likert's scale มีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5 คะแนน หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก

3 คะแนน หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย

1 คะแนน หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

$$\text{สูตรคำนวณ} \quad \frac{(\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด})}{(\text{ค่าสูงสุด})}$$

$$= \frac{(5-1)}{5} = 0.80$$

นำคะแนนเฉลี่ยที่ได้มาจัดระดับความสำคัญเป็น 5 ระดับดังนี้ คือ

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ระดับมากมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

3.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานดังนี้

3.4.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ คือ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และใน ส่วนกรณี ถ้ามี 3 กลุ่มตัวแปรเชิงกลุ่มหรือเชิงคุณภาพขึ้นไปจะวัดความแปรปรวนของค่าเฉลี่ย (Analysis of Variance) ด้วยค่าสถิติ F-test เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยแบบรายคู่ (Multiple comparison) ด้วยวิธี Least Significance Difference (LSD)

3.4.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านการลงทุนกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่สัมพันธ์กัน โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวแปร ที่อิสระต่อกัน หรือหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะมีค่าระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$ ความหมายของ r คือ

1) ค่า r เป็นลบ แสดงว่า ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน

2) ค่า r เป็นบวก แสดงว่า ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

3) ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันมาก

4) ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกันและมีความสัมพันธ์กันมาก

5) ถ้า $r = 0$ แสดงว่า ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ไม่มีมีความสัมพันธ์กัน

6) ถ้า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์กันน้อย สำหรับเกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กำหนด ดังนี้

ถ้าค่า r มีค่ามากกว่า 0.91 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก

ถ้าค่า r มีค่ามากกว่า 0.71 – 0.90 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูง

ถ้าค่า r มีค่ามากกว่า 0.31 – 0.70 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

ถ้าค่า r มีค่ามากกว่า 0.01 – 0.30 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

ถ้าค่า r มีค่าเท่ากับ 0 แสดงว่า ไม่มีมีความสัมพันธ์กัน

(“ชูศรี วงศ์รัตนะ”, 2544 อ้างถึงใน พิรุณรัตน์ เลาหกุล, 2560)

3.4.2.3 สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่สัมพันธ์กัน โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวแปรที่อิสระต่อกัน หรือหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะมีค่าระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$ ความหมายของ r คือ

1) ค่า r เป็นลบ แสดงว่า ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน

2) ค่า r เป็นบวก แสดงว่า ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

3) ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันมาก

4) ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกันและมีความสัมพันธ์กันมาก

5) ถ้า $r = 0$ แสดงว่า ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ไม่มีมีความสัมพันธ์กัน

- 6) ถ้า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์กันน้อย สำหรับเกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กำหนด ดังนี้
- | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|
| ถ้าค่า r มีค่ามากกว่า 0.91 | แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก |
| ถ้าค่า r มีค่ามากกว่า 0.71 – 0.90 | แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูง |
| ถ้าค่า r มีค่ามากกว่า 0.31 – 0.70 | แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง |
| ถ้าค่า r มีค่ามากกว่า 0.01 – 0.30 | แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ |
| ถ้าค่า r มีค่าเท่ากับ 0 | แสดงว่า ไม่มีมีความสัมพันธ์กัน |

(“ชูศรี วงศ์รัตนะ”, 2544 อ้างถึงใน พิรุณรัตน์ เลาหกุล, 2560)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาเชิงสำรวจรวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม (Questionnaire) กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่ลงทุนในหลักทรัพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นบุคคลที่มีอายุ 23-40 ปีบริบูรณ์ จำนวน 400 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 100 ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยผลการวิเคราะห์สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการลงทุน

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7Ps)

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 5 ทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

แสดงผลการศึกษาข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์ลงทุนในหลักทรัพย์ โดยมีผลการศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	84	21.0
หญิง	316	79.0
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เพศหญิงจำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 79.0 และเพศชายจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
23 – 26 ปี	128	32.0
27 – 30 ปี	108	27.0
31 – 36 ปี	88	22.0
37 – 40 ปี	76	19.0
รวม	400	100

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 23-26 ปี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 อายุ 27-30 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 อายุ 31-36 ปี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 อายุ 37-40 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
โสด	356	89.0
สมรส	32	8.0
หย่า	8	2.0
หม้าย	4	1.0
รวม	400	100

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม สถานภาพโสดมากที่สุด จำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 89.0 สถานภาพสมรส จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 สถานภาพหย่า จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และหม้าย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	48	12.0
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	260	65.0
ปริญญาโทหรือเทียบเท่า	88	22.0
สูงกว่าปริญญาโท	4	1.0
รวม	400	100

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 การศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 และระดับการศึกษาปริญญาเอก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นิสิต/นักศึกษา	76	19.0
ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	64	16.0
รัฐวิสาหกิจ	40	10.0
พนักงานบริษัทเอกชน	160	40.0
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	60	15.0
รวม	400	100

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 นิสิต/นักศึกษา จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	60	15.0
10,001 - 20,000 บาท	76	19.0
20,001 - 30,000 บาท	132	33.0
30,001 - 40,000 บาท	48	12.0
40,001 - 50,000 บาท	44	11.0
มากกว่า 50,001 บาท	40	10.0
รวม	400	100

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 รายได้ 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวนคน 60 คิดเป็นร้อยละ 15.0 รายได้ 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 รายได้ 40,001 - 50,000 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และรายได้มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์การลงทุนในหลักทรัพย์

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	204	51.0
1 - 5 ปี	140	35.0
มากกว่า 5 ปี	56	14.0
รวม	400	100

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีประสบการณ์ น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 ประสบการณ์ 1 - 5 ปี จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 ประสบการณ์มากกว่า 5 ปี จำนวน 56 คน ร้อยละ 14.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการลงทุน

แสดงผลการศึกษาด้านข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการลงทุน ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการซื้อขายหลักทรัพย์ ประเภทหลักทรัพย์ที่สนใจลงทุน ปริมาณเงินที่ใช้ลงทุน โดยมีผลการศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 4.8 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของวัตถุประสงค์ในการซื้อขายหลักทรัพย์

วัตถุประสงค์ในการซื้อขายหลักทรัพย์	\bar{x}	S.D	ระดับ
1. เพื่อการเก็งกำไรหาผลตอบแทนที่คาดหวัง	4.33	.801	มากที่สุด
2. เพื่อได้รับเงินปันผลสม่ำเสมอ	4.33	.801	มากที่สุด
3. เพื่อกระจายเงินการลงทุนในทรัพย์สิน	4.33	1.031	มากที่สุด
4. เพื่อศึกษาการเรียนรู้การลงทุนในหลักทรัพย์	3.70	.975	มาก
รวม	4.17	.602	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า วัตถุประสงค์ในการซื้อขายหลักทรัพย์ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ เพื่อการเก็งกำไรหาผลตอบแทนที่คาดหวัง เพื่อได้รับเงินปันผลสม่ำเสมอ และเพื่อกระจายเงินการลงทุนในทรัพย์สิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด เท่ากันทั้งสามวัตถุประสงค์ รองลงมาคือ เพื่อศึกษาการเรียนรู้การลงทุนในหลักทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเภทหลักทรัพย์ที่สนใจลงทุน

ประเภทหลักทรัพย์ที่สนใจลงทุน	\bar{x}	S.D	ระดับ
1. พันธบัตร	3.64	1.016	มาก
2. หุ้นกู้	4.33	1.031	มากที่สุด
3. ตราสารทุนกองทุนรวมตราสารทุน	4.32	.824	มากที่สุด
4. หุ้น อนุพันธ์	4.30	.831	มากที่สุด
รวม	4.14	.615	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ประเภทหลักทรัพย์ที่สนใจลงทุน ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ หุ้นกู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ตราสารทุนกองทุนรวมตราสารทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 อยู่ในระดับมากที่สุด หุ้น อนุพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 อยู่ในระดับมากที่สุด และพันธบัตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปริมาณเงินที่ใช้ลงทุน

ปริมาณเงินที่ใช้ลงทุน	\bar{x}	S.D	ระดับ
1. 1% - 20 % ของทรัพย์สิน	4.36	.807	มากที่สุด
2. 20% - 40% ของทรัพย์สิน	4.33	.801	มากที่สุด
3. 40% - 60 % ของทรัพย์สิน	3.11	1.095	ปานกลาง
4. 60% - 80% ของทรัพย์สิน	3.06	1.104	ปานกลาง
รวม	3.71	.520	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ปริมาณเงินที่ใช้ลงทุน ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ 1% - 20 % ของทรัพย์สิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ 20% - 40% ของทรัพย์สิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด 40% - 60 % ของทรัพย์สิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 อยู่ในระดับปานกลาง และ 60% - 80% ของทรัพย์สิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7Ps)

แสดงผลการศึกษาด้านข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้านกระบวนการ

ตารางที่ 4.11 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมและรายด้าน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{x}	S.D	ระดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.33	.745	มากที่สุด
2. ด้านราคา	3.67	.896	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.31	.739	มากที่สุด
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	4.16	.918	มาก
5. ด้านบุคคล	4.32	.620	มากที่สุด
6. ด้านกายภาพและการนำเสนอ	3.92	.595	มาก
7. ด้านกระบวนการ	4.33	.610	มากที่สุด
รวม	4.15	.414	มาก

จากตารางที่ 4.11 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยที่สูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด เท่ากันสองอันดับ รองลงมา ด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.32 อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.31 อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.16 อยู่ในระดับมาก ด้านกายภาพและการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 อยู่ในระดับมาก และด้านราคามีค่าเฉลี่ย 3.67 อยู่ในระดับมากตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{x}	S.D	ระดับ
1. หลักทรัพย์มีตัวเลือกในการลงทุนที่หลากหลาย	4.33	.801	มากที่สุด
2. บทวิเคราะห์ที่แม่นยำและน่าเชื่อถือ	4.33	.801	มากที่สุด

ตารางที่ 4.12 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{x}	S.D	ระดับ
3. มีบริการหลังการทำธุรกรรม เช่น ใบบินยัน เอาเงินเข้าหลักทรัพย์ ใบบินยันในการซื้อขาย หลักทรัพย์	4.33	1.031	มากที่สุด
รวม	4.33	.745	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด คือ หลักทรัพย์มีตัวเลือกในการลงทุนที่หลากหลาย บทวิเคราะห์ที่แม่นยำและน่าเชื่อถือ และมีบริการหลังการทำธุรกรรม เช่น ใบบินยันเอาเงินเข้าหลักทรัพย์ ใบบินยันในการซื้อขายหลักทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 4.13 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา

ด้านราคา	\bar{x}	S.D	ระดับ
1. ค่าธรรมเนียมถูกกว่าการสั่งซื้อผ่าน โบรกเกอร์	3.70	.975	มาก
2. มีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับ จริง	3.64	1.016	มาก
รวม	3.67	.896	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด คือ ค่าธรรมเนียมถูกกว่าการสั่งซื้อผ่านโบรกเกอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ มีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับจริง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	\bar{x}	S.D	ระดับ
1. ซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต	4.33	1.031	มากที่สุด
2. ฝากเจ้าหน้าที่การตลาด(นายหน้า) ดูแลซื้อขายให้	4.33	1.019	มากที่สุด
3. สามารถชำระค่าหน่วยลงทุนได้สะดวก เช่น ชำระผ่าน เคาน์เตอร์ ธนาคาร Mobile Banking Internet Banking	4.28	1.034	มากที่สุด
รวม	4.31	.739	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยที่สูงสุดคือ ซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด ฝากเจ้าหน้าที่การตลาด (นายหน้า) ดูแลซื้อขายให้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน รองลงมาคือ สามารถชำระค่าหน่วยลงทุนได้สะดวก เช่น ชำระผ่าน เคาน์เตอร์ ธนาคาร Mobile Banking Internet Banking มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านส่งเสริมการตลาด

ด้านส่งเสริมการตลาด	\bar{x}	S.D	ระดับ
1. มีสิทธิพิเศษสำหรับผู้ถือพอร์ตการลงทุนตัว ที่ซื้อ	4.34	.971	มากที่สุด
2. มีการส่งเสริมให้ความรู้แก่นักลงทุน เช่น การ สอนลงทุน การวางแผนทางการเงิน	4.34	.971	มากที่สุด
3. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต วิทยุ	3.79	1.162	มาก
รวม	4.16	.918	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด คือ มีสิทธิพิเศษสำหรับผู้ถือพอร์ตการลงทุนตัวที่ซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 อยู่ในระดับมากที่สุด มีการส่งเสริมให้ความรู้แก่นักลงทุน เช่น การสอนลงทุน การวางแผนทางการเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน รองลงมาคือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต วิทยุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคคล

ด้านบุคคล	\bar{x}	S.D	ระดับ
1. ผู้แนะนำการลงทุนที่มีความรู้ ความสามารถ	4.32	.824	มากที่สุด
2. ผู้แนะนำการลงทุนในด้านการแนะนำผลิตภัณฑ์เอาใจใส่และให้คำปรึกษาอย่างดี	4.30	.831	มากที่สุด
3. ผู้แนะนำมีความกระตือรือร้นในการให้บริการด้วยความรวดเร็วถูกต้องแม่นยำ	4.36	.807	มากที่สุด
รวม	4.32	.620	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคคลในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด คือ ผู้แนะนำมีความกระตือรือร้นในการให้บริการด้วยความรวดเร็วถูกต้องแม่นยำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือผู้แนะนำการลงทุนที่มีความรู้ ความสามารถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 อยู่ในระดับมากที่สุด และผู้แนะนำการลงทุนในด้านการแนะนำผลิตภัณฑ์เอาใจใส่และให้คำปรึกษาอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกายภาพและการนำเสนอ

ด้านกายภาพและการนำเสนอ	\bar{x}	S.D	ระดับ
1. แอปพลิเคชันหลักทรัพย์ที่ท่านใช้บริการมีความทันสมัยใช้งานง่าย	4.33	.801	มากที่สุด
2. รูปแบบเว็บไซต์ของหลักทรัพย์ที่ท่านใช้บริการอยู่มีความทันสมัยใช้งานง่าย	3.11	1.095	ปานกลาง
3. ช่องทางในการติดต่อหลากหลาย	4.32	.831	มากที่สุด
รวม	3.92	.595	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกายภาพและการนำเสนอ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด คือ แอปพลิเคชันหลักทรัพย์ที่ท่านใช้บริการมีความทันสมัยใช้งานง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือช่องทางในการติดต่อหลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 อยู่ในระดับมากที่สุด และรูปแบบเว็บไซต์ของหลักทรัพย์ที่ท่านใช้บริการอยู่มีความทันสมัยใช้งานง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	\bar{x}	S.D	ระดับ
1. ขั้นตอนในการสั่งซื้อขายไม่สลับซ้อนและสะดวกรวดเร็ว	4.30	.831	มากที่สุด
2. โปรโมชันต่างๆ เช่น เปิดบัญชีรับสิทธิพิเศษสะสมยอดซื้อขายแลกของรางวัล	4.36	.807	มากที่สุด
3. มีระบบการป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล	4.33	.801	มากที่สุด
รวม	4.33	.610	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด คือ

โปรโมชันต่างๆ เช่น เปิดบัญชีรับสิทธิพิเศษสะสมยอดซื้อขายแลกของรางวัล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือมีระบบการป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด และขั้นตอนในการสั่งซื้อขายไม่สลับซับซ้อนและสะดวกรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

แสดงผลการศึกษาด้านข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.19 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

การรับรู้ถึงปัญหา	\bar{x}	S.D	ระดับ
1. ข่าวลือ	3.11	1.095	มากที่สุด
2. สภาพคล่องทางเศรษฐกิจ	4.33	.801	มากที่สุด
3. อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ	4.33	.801	มากที่สุด
รวม	3.92	.707	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.19 พบว่า กระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านการรับรู้ถึงปัญหา ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด คือ สภาพคล่องทางเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน รองลงมา ข่าวลือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

การค้นหาข้อมูล	\bar{x}	S.D	ระดับ
1. การสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์	4.33	1.031	มากที่สุด
2. บทวิเคราะห์การลงทุนในอินเทอร์เน็ต	3.70	.975	มาก
รวม	4.01	.662	มาก

จากตารางที่ 4.20 พบว่า กระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านการค้นหาข้อมูล ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด คือ การสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา บทวิเคราะห์การลงทุนในอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

การประเมินทางเลือก	\bar{x}	S.D	ระดับ
1. ความต้องการผลตอบแทนที่มากกว่าการฝากเงินไว้กับธนาคาร	3.64	1.016	มาก
2. ความน่าเชื่อถือของบริษัทจัดการในหลักทรัพย์	4.33	1.031	มากที่สุด
3. ผลกำไรของบริษัท	4.32	.824	มากที่สุด
4. อัตราดอกเบี้ย	4.30	.831	มากที่สุด
รวม	4.14	.615	มาก

จากตารางที่ 4.21 พบว่า กระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านการประเมินทางเลือก ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือของบริษัทจัดการในหลักทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ผลกำไรของบริษัท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 อยู่ในระดับมาก อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 อยู่ในระดับมากที่สุด และความต้องการผลตอบแทนที่มากกว่าการฝากเงินไว้กับธนาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจซื้อ	\bar{x}	S.D	ระดับ
1. อินเทอร์เน็ต/โทรทัศน์/วิทยุ	4.33	1.031	มากที่สุด
2. เจ้าหน้าที่การตลาด(โบรกเกอร์)	4.32	.824	มากที่สุด
3. นักวิเคราะห์/บทวิเคราะห์	4.30	.831	มากที่สุด
4. ตนเอง	4.36	.807	มากที่สุด
5. ครอบครัว	4.33	.801	ปานกลาง
รวม	4.32	.595	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.22 พบว่า กระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านการตัดสินใจซื้อ ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด คือ ตนเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา อินเทอร์เน็ต/โทรทัศน์/วิทยุ และครอบครัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมาก เจ้าหน้าที่การตลาด(โบรกเกอร์) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 อยู่ในระดับมากที่สุด นักวิเคราะห์/บทวิเคราะห์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมหลังการซื้อ	\bar{x}	S.D	ระดับ
1. เป็นโอกาสเพิ่มรายได้	3.11	1.095	ปานกลาง
2. รู้ทันข่าวสารต่างๆมากขึ้น	3.06	1.104	ปานกลาง
3. ให้ความสนุก ความบันเทิง	3.70	.975	มาก
4. เป็นส่วนหนึ่งของการเข้าสังคม	3.64	1.016	มาก
5. เป็นโอกาสสร้างชื่อเสียงให้ตนเองในการลงทุน	4.33	1.031	มากที่สุด
รวม	3.56	.492	มาก

จากตารางที่ 4.23 พบว่า กระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยที่สูงสุด คือ เป็นโอกาสสร้างชื่อเสียงให้ตนเองในการลงทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาให้ความสนุก ความบันเทิง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 อยู่ในระดับมาก เป็นส่วนหนึ่งของการเข้าสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 อยู่ในระดับมาก รู้ทันข่าวสารต่างๆมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 อยู่ในระดับปานกลาง และเป็นโอกาสเพิ่มรายได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

1.1 เพศที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_0 : เพศที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 ตารางผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกเพศ

กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์	ชาย		หญิง		T-test	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D			
1. การรับรู้ถึงปัญหา	4.42	0.679	3.78	0.653	7.908	.91	ไม่แตกต่าง
2. การค้นหาข้อมูล	4.52	0.502	3.87	0.633	9.850	.00	แตกต่าง
3. การประเมินทางเลือก	4.27	0.735	4.11	0.575	1.847	.00	แตกต่าง
4. การตัดสินใจซื้อ	4.37	0.549	4.31	0.607	0.751	.49	แตกต่าง
5. พฤติกรรมหลังการซื้อ	4.10	0.301	3.42	0.431	16.609	.00	ไม่แตกต่าง
รวม	4.34	0.419	3.90	0.458	7.881	.56	ไม่แตกต่าง

*sig. < 0.05

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ พบว่า พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างของเพศ กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกเพศ โดยใช้ Independent Sample t-test ในการทดสอบ ในภาพรวม มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.56 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การรับรู้ถึงปัญหา มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.91 การค้นหาข้อมูล มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.00 การประเมินทางเลือก มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.00 การตัดสินใจซื้อ มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.49 พฤติกรรมหลังการซื้อ มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.00 คือ ยอมรับ H_0 หมายความว่า เพศที่ต่างกันมีกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

1.2 อายุที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_0 : อายุที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 ตารางผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. การรับรู้ถึงปัญหา	ระหว่างกลุ่ม	18.64	3	6.21	13.57	.00	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	181.22	396	.45			
	รวม	199.87	399				
2. การค้นหาข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	32.42	3	10.80	30.04	.00	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	142.48	396	.36			
	รวม	174.91	399				

ตารางที่ 4.25 ตารางผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ (ต่อ)

กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
3. การประเมินทางเลือก	ระหว่างกลุ่ม	6.93	3	2.31	6.34	.00	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	144.11	396	.36			
	รวม	151.04	399				
4. การตัดสินใจซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	4.64	3	1.54	4.47	.04	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	136.96	396	.34			
	รวม	141.60	399				
5. พฤติกรรมหลังซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	27.95	3	9.31	53.53	.00	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	68.92	396	.17			
	รวม	96.87	399				
รวม	ระหว่างกลุ่ม	12.45	3	4.15	20.34	.00	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	80.81	396	.20			
	รวม	93.27	399				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ One-Way Anova ในการทดสอบ พบว่า ในภาพรวม มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.00 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การรับรู้ถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมหลังซื้อ มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.00 คือ ยอมรับ H_1 หมายความว่า อายุที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ตามตามตารางที่ 4.26 - 4.31

ตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ถึงปัญหา จำแนกตามอายุ

ด้านการรับรู้ถึงปัญหา	\bar{x}	อายุ			
		23 – 26 ปี	27 – 30 ปี	31 – 36 ปี	37 – 40 ปี
		3.83	3.80	3.81	4.36
23 – 26 ปี	3.83	-	.03	.02	-.54*
27 – 30 ปี	3.80	-	-	-	-.57*
31 – 36 ปี	3.81	-	-	-	-.55*
37 – 40 ปี	4.36	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.26 พบว่า การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ แตกต่างกัน ด้านการรับรู้ปัญหา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 23 – 26 ปี มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการรับรู้ถึงปัญหาน้อยกว่า อายุ 37 – 40 ปี และผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 27 – 30 ปีและ อายุ 31 – 36 ปี มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการรับรู้ถึงปัญหาน้อยกว่า อายุ 37 – 40 ปี

ตารางที่ 4.27 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาข้อมูล จำแนกตามอายุ

ด้านการค้นหาข้อมูล	\bar{x}	อายุ			
		23 – 26 ปี	27 – 30 ปี	31 – 36 ปี	37 – 40 ปี
		4.07	3.83	3.70	4.52
23 – 26 ปี	4.07	-	.24*	.37*	-.45*
27 – 30 ปี	3.83	-	-	.13	-.69*
31 – 36 ปี	3.70	-	-	-	-.82*
37 – 40 ปี	4.52	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.27 พบว่า การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ แตกต่างกัน ด้านการค้นหาข้อมูล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 23 – 26 ปี มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่า อายุ 27 – 30 ปีและอายุ 31 – 36 ปี แต่มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการค้นหาข้อมูลน้อยกว่า อายุ 37 – 40 ปี และผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 27 – 30 ปีและอายุ 31 – 36 ปี มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการค้นหาข้อมูลน้อยกว่า อายุ 37 – 40 ปี

ตารางที่ 4.28 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินทางเลือก จำแนกตามอายุ

ด้านการประเมิน ทางเลือก	\bar{x}	อายุ			
		23 – 26 ปี	27 – 30 ปี	31 – 36 ปี	37 – 40 ปี
		4.23	4.05	3.97	4.32
23 – 26 ปี	4.23	-	.18*	.26*	-.09
27 – 30 ปี	4.05	-	-	.08	-.27*
31 – 36 ปี	3.97	-	-	-	-.35*
37 – 40 ปี	4.32	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.28 พบว่า การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ แตกต่างกัน ด้านการประเมินทางเลือก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 23 – 26 ปี มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า อายุ 27 – 30 ปีและ อายุ 31 – 36 ปี ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 27 – 30 ปี มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการประเมินทางเลือก

น้อยกว่า อายุ 37 – 40 ปี และผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 31 – 36 ปี มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการประเมินทางเลือกน้อยกว่า อายุ 37 – 40 ปี

ตารางที่ 4.29 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามอายุ

ด้านการตัดสินใจซื้อ	\bar{x}	อายุ			
		23 – 26 ปี	27 – 30 ปี	31 – 36 ปี	37 – 40 ปี
		4.33	4.42	4.13	4.38
23 – 26 ปี	4.33	-	-.09	.20*	-.05
27 – 30 ปี	4.42	-	-	.29*	.04
31 – 36 ปี	4.13	-	-	-	-.25*
37 – 40 ปี	4.38	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.29 พบว่า การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ แตกต่างกัน ด้านการตัดสินใจซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 23 – 26 ปี มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการตัดสินใจซื้อมากกว่า อายุ 31 – 36 ปี ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 27 – 30 ปี มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการตัดสินใจซื้อมากกว่า อายุ 31 - 36 ปี และผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 31 – 36 ปี มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการตัดสินใจซื้อน้อยกว่า อายุ 37 – 40 ปี

ตารางที่ 4.30 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ จำแนกตามอายุ

ด้านพฤติกรรมหลัง การซื้อ	\bar{x}	อายุ			
		23 – 26 ปี	27 – 30 ปี	31 – 36 ปี	37 – 40 ปี
		3.45	3.34	3.54	4.09
23 – 26 ปี	3.45	-	.11*	-.09	-.64*
27 – 30 ปี	3.34	-	-	-.20*	-.75*
31 – 36 ปี	3.54	-	-	-	-.55*
37 – 40 ปี	4.09	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.30 พบว่า การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ แตกต่างกัน ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 23 – 26 ปี มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ มากกว่า อายุ 27 – 30 ปี แต่มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ น้อยกว่า อายุ 37 – 40 ปี ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 27 – 30 ปี มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ น้อยกว่า อายุ 31 – 36 ปี อายุ 37 – 40 ปี และผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 31 – 36 ปี มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ น้อยกว่า อายุ 37 – 40 ปี

ตารางที่ 4.31 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านภาพรวม จำแนกตามอายุ

ด้านภาพรวม	\bar{x}	อายุ			
		23 – 26 ปี	27 – 30 ปี	31 – 36 ปี	37 – 40 ปี
		3.98	3.89	3.83	4.34
23 – 26 ปี	3.98	-	.09	.15*	-.35*
27 – 30 ปี	3.89	-	-	.06	-.45*
31 – 36 ปี	3.83	-	-	-	-.51*
37 – 40 ปี	4.34	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.31 พบว่า การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ แตกต่างกัน ด้านภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 23 – 26 ปี มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านภาพรวมมากกว่า อายุ 31 – 36 ปี และมีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์น้อยกว่า อายุ 37 – 40 ปี และผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร อายุ 27 – 30 ปีและ อายุ 31 – 36 ปี มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านภาพรวมน้อยกว่า อายุ 37 – 40 ปี

1.3 สถานภาพที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_0 : สถานภาพที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 ตารางผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ

กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. การรับรู้ถึงปัญหา	ระหว่างกลุ่ม	9.46	3	3.15	6.56	.00	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	190.40	396	.48			
	รวม	199.87	399				
2. การค้นหาข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	4.95	3	1.65	3.84	.01	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	169.95	396	.42			
	รวม	174.91	399				

กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
3. การประเมินทางเลือก	ระหว่างกลุ่ม	4.57	3	1.52	4.12	.00	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	146.47	396	.37			
	รวม	151.04	399				
4. การตัดสินใจซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	1.32	3	0.44	1.24	.29	ไม่แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	140.28	396	.35			
	รวม	141.60	399				
5. พฤติกรรมหลังการซื้อขาย	ระหว่างกลุ่ม	1.74	3	0.58	2.41	.06	ไม่แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	95.12	396	.24			
	รวม	96.87	399				
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.95	3	0.31	1.35	.25	ไม่แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	92.32	396	.23			
	รวม	93.27	399				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ One-Way Anova ในการทดสอบ พบว่า ในภาพรวม มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.25 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การตัดสินใจซื้อ มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.29 พฤติกรรมหลังซื้อ มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.06 การค้นหาข้อมูล มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.01 การรับรู้ถึงปัญหามีและการประเมินผลทางเลือก ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.00 คือ ยอมรับ H_0 หมายความว่า สถานภาพที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.33 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ถึงปัญหา จำแนกตามสถานภาพ

ด้านการรับรู้ถึงปัญหา	\bar{x}	สถานภาพ			
		โสด	สมรส	หย่า	หม้าย
		3.90	3.83	4.66	5.00
โสด	3.90	-	.07	-.76*	-1.10*
สมรส	3.83	-	-	-.83*	-1.17*
หย่า	4.66	-	-	-	-.33
หม้าย	5.00	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.33 พบว่า การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ แตกต่างกัน ด้านการรับรู้ถึงปัญหา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพ โสด มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการรับรู้ถึงปัญหาน้อยกว่าสถานภาพหย่าและหม้าย และผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร สถานภาพสมรส มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการรับรู้ถึงปัญหาน้อยกว่า สถานภาพหย่าและหม้าย

ตารางที่ 4.34 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาข้อมูล จำแนกตามสถานภาพ

ด้านการค้นหา	\bar{x}	สถานภาพ			
		โสด	สมรส	หย่า	หม้าย
ข้อมูล		4.01	3.87	4.25	5.00
โสด	4.01	-	.14	-.24	-.99*
สมรส	3.87	-	-	-.38	-1.13*
หย่า	4.25	-	-	-	-.75
หม้าย	5.00	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.34 พบว่า การตัดสินใจลงทุน ใน หลักทรัพย์ Generation Y ใน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ แตกต่างกัน ด้านการค้นหาข้อมูล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพโสด มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการค้นหาข้อมูลน้อยกว่า สถานภาพหม้าย และผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพสมรส มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่า สถานภาพหม้าย

ตารางที่ 4.35 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินทางเลือก จำแนกตามสถานภาพ

ด้านการประเมิน ทางเลือก	\bar{x}	สถานภาพ			
		โสด	สมรส	หย่า	หม้าย
		4.15	4.28	3.50	3.75
โสด	4.15	-	-.13	.65*	.40
สมรส	4.28	-	-	.78*	.53
หย่า	3.50	-	-	-	-.25
หม้าย	3.75	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.35 พบว่า การตัดสินใจลงทุน ใน หลักทรัพย์ Generation Y ใน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ แตกต่างกัน ด้านการประเมินทางเลือก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพ โสด มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการประเมินทางเลือกน้อยกว่า สถานภาพ สมรส และผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพ โสด มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่าสถานภาพ หม้าย

1.4 ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_0 : ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.36 ตารางผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. การรับรู้ถึงปัญหา	ระหว่างกลุ่ม	23.95	3	7.98	17.97	.00	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	175.91	396	.44			
	รวม	199.87	399				
2. การค้นหาข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	11.81	3	3.93	9.56	.00	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	163.09	396	.41			
	รวม	174.91	399				
3. การประเมินทางเลือก	ระหว่างกลุ่ม	11.50	3	3.83	10.88	.00	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	139.54	396	.35			
	รวม	151.04	399				
4. การตัดสินใจซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	13.52	3	4.50	13.93	.00	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	128.08	396	.32			
	รวม	141.60	399				
5. พฤติกรรมหลังการซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	8.91	3	2.97	13.38	.00	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	87.95	396	.22			
	รวม	96.87	399				
รวม	ระหว่างกลุ่ม	12.45	3	4.11	20.15	.00	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	80.91	396	.20			
	รวม	93.27	399				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ One-Way Anova ในการทดสอบ พบว่า ในภาพรวม มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.00 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การรับรู้ถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมหลังซื้อ ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.00 คือ ยอมรับ H_1 หมายความว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ถึงปัญหา จำแนกตามระดับการศึกษา

การรับรู้ถึงปัญหา	\bar{x}	ระดับการศึกษา			
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	สูงกว่าปริญญาโท
		3.88	3.77	4.37	3.66
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.88	-	.11	-.49*	.22
ปริญญาตรี	3.77	-	-	-.60*	.11
ปริญญาโท	4.37	-	-	-	.71*
สูงกว่าปริญญาโท	3.66	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.37 พบว่า การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา แตกต่างกัน ด้านการรับรู้ถึงปัญหา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการรับรู้ถึงปัญหาน้อยกว่า การศึกษาปริญญาโทหรือเทียบเท่า ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการรับรู้ถึงปัญหาน้อยกว่า การศึกษาปริญญาโท และผู้ลงทุน

Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีการศึกษาปริญญาโทหรือเทียบเท่า มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการรับรู้ถึงปัญหามากกว่า การศึกษาสูงกว่าปริญญาโท

ตารางที่ 4.38 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร การค้นหาข้อมูล จำแนกตามระดับการศึกษา

การค้นหาข้อมูล	\bar{x}	ระดับการศึกษา			
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	สูงกว่าปริญญาโท
		3.70	3.97	4.29	4.00
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.70	-	-.27*	-.59*	-.30
ปริญญาตรี	3.97	-	-	-.32*	-.03
ปริญญาโท	4.29	-	-	-	.29
สูงกว่าปริญญาโท	4.00	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.38 พบว่า การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา แตกต่างกัน การค้นหาข้อมูล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ การค้นหาข้อมูลน้อยกว่า การศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและปริญญาโท ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ การค้นหาข้อมูลน้อยกว่า การศึกษาปริญญาโทหรือเทียบเท่า

ตารางที่ 4.39 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินทางเลือก จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านการประเมิน ทาง เลือก	\bar{x}	ระดับการศึกษา			
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	สูงกว่าปริญญาโท
		3.89	4.09	4.44	4.00
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.89	-	-.20*	-.55*	-.11
ปริญญาตรี	4.09	-	-	-.35*	.09
ปริญญาโท	4.44	-	-	-	.44
สูงกว่าปริญญาโท	4.00	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.39 พบว่า การตัดสินใจลงทุน ในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา แตกต่างกัน ด้านการประเมินทางเลือก แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการประเมินทางเลือกน้อยกว่า การศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและปริญญาโทหรือเทียบเท่า และผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการประเมินทางเลือกน้อยกว่า การศึกษาปริญญาโทหรือเทียบเท่า

ตารางที่ 4.40 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านการตัดสินใจ ซื้อ	\bar{x}	ระดับการศึกษา			
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	สูงกว่าปริญญาโท
		4.23	4.22	4.67	4.40
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.23	-	.01	-.44*	-.17
ปริญญาตรี	4.22	-	-	-.45*	-.18
ปริญญาโท	4.67	-	-	-	.27
สูงกว่าปริญญาโท	4.40	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.40 พบว่า การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา แตกต่างกัน ด้านการตัดสินใจซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีการศึกษาน้อยกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการตัดสินใจซื้อน้อยกว่า การศึกษาปริญญาโทหรือเทียบเท่า ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการตัดสินใจซื้อน้อยกว่าการศึกษาปริญญาโทหรือเทียบเท่า

ตารางที่ 4.41 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	\bar{x}	ระดับการศึกษา			
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	สูงกว่าปริญญาโท
		3.31	3.53	3.80	3.20
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.31	-	-.22*	-.49*	.11
ปริญญาตรี	3.53	-	-	-.27*	.33
ปริญญาโท	3.80	-	-	-	.60*
สูงกว่าปริญญาโท	3.20	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.41 พบว่า การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา แตกต่างกัน ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีการศึกษาน้อยกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อน้อยกว่า การศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและปริญญาโท ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีการศึกษาปริญญา

ตรีหรือเทียบเท่า มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อน้อยกว่า การศึกษาปริญญาโท และลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีการศึกษาปริญญาโท การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อมากกว่า การศึกษาสูงกว่าปริญญาโท

ตารางที่ 4.42 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านภาพรวม	\bar{x}	ระดับการศึกษา			
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	สูงกว่าปริญญาโท
		3.80	3.92	4.31	3.85
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.80	-	-.12	-.51*	-.05
ปริญญาตรี	3.92	-	-	-.40*	.07
ปริญญาโท	4.31	-	-	-	.46*
สูงกว่าปริญญาโท	3.85	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.42 พบว่า การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา แตกต่างกัน ด้านภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านภาพรวมน้อยกว่า ปริญญาโทหรือเทียบเท่า ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านภาพรวมน้อยกว่า การศึกษาปริญญาโทหรือเทียบเท่า และผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีการศึกษาปริญญาโท มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านภาพรวมมากกว่า สูงกว่าปริญญาโท

1.5 อาชีพที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_0 : อาชีพที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.43 ตารางผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. การรับรู้ถึงปัญหา	ระหว่างกลุ่ม	41.77	4	10.44	26.09	.00	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	158.09	395	.40			
	รวม	199.87	399				
2. การค้นหาข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	32.29	4	8.07	22.35	.00	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	142.61	395	.36			
	รวม	174.91	399				
3. การประเมินทางเลือก	ระหว่างกลุ่ม	8.53	4	2.13	5.91	.00	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	142.50	395	.36			
	รวม	151.04	399				
4. การตัดสินใจซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	9.80	4	2.45	7.34	.00	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	131.80	395	.33			
	รวม	141.60	399				
5. พฤติกรรมหลังการซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	26.19	4	6.54	36.59	.00	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	70.67	395	.17			
	รวม	96.87	399				

กระบวนการตัดสินใจ ลงทุนในหลักทรัพย์	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
รวม	ระหว่างกลุ่ม	15.89	4	3.97	20.28	.00	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	77.37	395	.19			
	รวม	93.27	399				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.43 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกอาชีพ โดยใช้สถิติ One-Way Anova ในการทดสอบ พบว่า ในภาพรวม มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.00 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การรับรู้ถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมหลังซื้อ ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.00 คือ ยอมรับ H_1 หมายความว่า อาชีพที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.44 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายกลุ่มกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ถึงปัญหา จำแนกตามอาชีพ

ด้านการรับรู้ถึง ปัญหา	\bar{x}	อาชีพ				
		นิสิต/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐ	รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว/ เจ้าของ
		3.96	3.58	3.80	3.80	4.64
นิสิต/นักศึกษา	3.96	-	.38*	.16	.16	-.68*
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ	3.58	-	-	-.22	-.22	-1.06*
รัฐวิสาหกิจ	3.80	-	-	-	-	-.84*
พนักงานเอกชน	3.80	-	-	-	-	-.84
ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของ	4.64	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.44 พบว่า การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพแตกต่างกัน ด้านการรับรู้ถึงปัญหา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการรับรู้ถึงปัญหามากกว่า อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐและมีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการรับรู้ถึงปัญหาน้อยกว่า ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐ มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการรับรู้ถึงปัญหาน้อยกว่า อาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ และผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการรับรู้ถึงปัญหาน้อยกว่า อาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ

ตารางที่ 4.45 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาข้อมูล จำแนกตามอาชีพ

ด้านการค้นหา ข้อมูล	\bar{x}	อาชีพ				
		นิสิต/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐ	รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว/ เจ้าของ
		4.02	4.21	4.05	3.72	4.53
นิสิต/นักศึกษา	4.02	-	-.19	-.02	.30*	-.51*
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ	4.21	-	-	.17	.49*	-.32*
รัฐวิสาหกิจ	4.05	-	-	-	-	-.48*
พนักงานเอกชน	3.72	-	-	-	-	-.81*
ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของ	4.53	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.45 พบว่า การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพแตกต่างกัน ด้านการค้นหาข้อมูล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่

0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่า อาชีพพนักงานเอกชน มีการค้นหาข้อมูลน้อยกว่า ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร อาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ ที่มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่า อาชีพพนักงานเอกชน มีการค้นหาข้อมูลน้อยกว่า ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ และผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจและพนักงานเอกชน มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการค้นหาข้อมูลน้อยกว่า อาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ

ตารางที่ 4.46 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินทางเลือก จำแนกตามอาชีพ

ด้านการประเมิน ทางเลือก	\bar{x}	อาชีพ				
		นิสิต/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐ	รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว/ เจ้าของ
		4.32	4.18	4.05	4.00	4.33
นิสิต/นักศึกษา	4.32	-	.14	.27*	.32*	.01
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ	4.18	-	-		.18*	-.15
รัฐวิสาหกิจ	4.05	-	-	-	.05	-.28
พนักงานเอกชน	4.00	-	-	-	-	-.33*
ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของ	4.33	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.46 พบว่า การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพแตกต่างกัน ด้านการประเมินทางเลือก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด

(LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า อาชีพรัฐวิสาหกิจและพนักงานเอกชน ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า พนักงานเอกชน และผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพพนักงานเอกชน มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการประเมินทางเลือกน้อยกว่า ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ

ตารางที่ 4.47 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายกลุ่มกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามอาชีพ

ด้านการตัดสินใจซื้อ	\bar{x}	อาชีพ				
		นิสิต/นักศึกษา	ข้าราชการ/พนักงานรัฐ	รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของ
		4.55	4.10	4.26	4.26	4.49
นิสิต/นักศึกษา	4.55	-	.45*	-	.29*	.06
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ	4.10	-	-	-.16	-.17	-.39*
รัฐวิสาหกิจ	4.26	-	-	-	-.01	-.23*
พนักงานเอกชน	4.26	-	-	-	-	-
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของ	4.49	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.47 พบว่า การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพแตกต่างกัน ด้านการตัดสินใจซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่มด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา มีการตัดสินใจลงทุนใน

หลักทรัพย์ ด้านการตัดสินใจซื้อซึ่งมากกว่า อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐและพนักงานเอกชน ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐ มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการตัดสินใจซื้อซึ่งน้อยกว่า อาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ และผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ/พนักงานเอกชน มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการตัดสินใจซื้อซึ่งน้อยกว่า อาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของ

ตารางที่ 4.48 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายกลุ่มกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ จำแนกตามอาชีพ

ด้านพฤติกรรม หลังการซื้อ	\bar{x}	อาชีพ				
		นิสิต/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐ	รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว/ เจ้าของ
		4.05	3.93	3.96	3.83	4.43
นิสิต/นักศึกษา	4.05	-	.12	.09	.22*	-.38*
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ	3.93	-	-	-.03	.10	-.50*
รัฐวิสาหกิจ	3.96	-	-	-	-	-.47*
พนักงานเอกชน	3.83	-	-	-	-	-.60*
ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของ	4.43	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.48 พบว่า การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพแตกต่างกัน ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อซึ่งมากกว่า พนักงานเอกชน และการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อซึ่งน้อยกว่า ธุรกิจส่วนตัว ผู้ลงทุน Generation Y ใน

กรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐ มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อน้อยกว่า อาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของ และผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจและพนักงานเอกชน การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อน้อยกว่า อาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ

1.6 รายได้ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_0 : รายได้ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.49 ตารางผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้

กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. การรับรู้ถึงปัญหา	ระหว่างกลุ่ม	37.78	5	7.55	18.37	.00	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	162.08	394	.41			
	รวม	199.87	399				
2. การค้นหาข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	61.06	5	12.21	42.26	.00	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	113.84	394	.28			
	รวม	174.91	399				
3. การประเมินทางเลือก	ระหว่างกลุ่ม	36.07	5	7.21	24.72	.00	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	114.97	394	.29			
	รวม	151.04	399				

		4.02	3.63	3.69	4.00	4.27	4.60
ต่ำกว่า	4.02	-	.39*	.33*	.02	-.25	-.58
10,000 บาท							
10,001-	3.63	-	-	-.06	-.37*	-.64*	-.97
20,000 บาท							
20,001-	3.69	-	-	-	-.31	-.58*	-.91
30,000 บาท							
30,001-	4.00	-	-	-	-	-.27	-.60*
40,000 บาท							
40,001-	4.27	-	-	-	-	-	-.33*
50,000 บาท							
50,001 บาท	4.60	-	-	-	-	-	-
ขึ้นไป							

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.50 พบว่า การตัดสินใจลงทุน ใน หลักทรัพย์ Generation Y ใน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ แตกต่างกัน ด้านการรับรู้ถึงปัญหา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีการตัดสินใจลงทุนใน หลักทรัพย์ ด้านการรับรู้ถึงปัญหามากกว่า รายได้ 10,001-20,000 บาทและรายได้ 20,001-30,000 บาท ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีการตัดสินใจ ลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการรับรู้ถึงปัญหาน้อยกว่า รายได้ 30,001-40,000 บาทและรายได้ 40,001- 50,000 บาท ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีการ ตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการรับรู้ถึงปัญหาน้อยกว่า รายได้ 40,001-50,000 บาท และลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท รายได้ 40,001-50,000 บาท มีการ ตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการรับรู้ถึงปัญหาน้อยกว่า รายได้ 50,001 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 4.51 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาข้อมูล จำแนกตามรายได้

ด้านการค้นหาข้อมูล	\bar{x}	รายได้					
		ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป
		3.93	4.23	3.53	4.20	4.36	4.70
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.93	-	-.30*	.40	-.27*	-.43	-.77
10,001-20,000 บาท	4.23	-	-	.70*	.03	-.13	-.47*
20,001-30,000 บาท	3.53	-	-	-	-.67*	-.83*	-1.17*
30,001-40,000 บาท	4.20	-	-	-	-	-.16	-.50*
40,001-50,000 บาท	4.36	-	-	-	-	-	-.34*
50,001 บาทขึ้นไป	4.70	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.51 พบว่า การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ แตกต่างกัน ด้านการค้นหาข้อมูล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการค้นหาข้อมูลน้อยกว่า รายได้ 10,001-20,000 บาทและรายได้30,001-40,000 บาท ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้10,001-20,000 บาท มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่า รายได้20,001-30,000 บาท มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการค้นหาข้อมูลน้อยกว่ารายได้ 50,001 บาทขึ้นไป ผู้ลงทุน Generation Y ใน

กรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการค้นหาข้อมูลน้อยกว่า รายได้ 30,001-40,000 บาท รายได้ 40,001-50,000 บาท รายได้ 50,001 บาทขึ้นไป และลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท รายได้ 40,001-50,000 บาท มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการค้นหาข้อมูลน้อยกว่า รายได้ 50,001 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 4.52 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินทางเลือก จำแนกตามรายได้

ด้านการประเมินทางเลือก	\bar{x}	รายได้					
		ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป
		4.40	4.13	3.78	4.64	4.38	4.15
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.40	-	.27*	.62*	-.24*	.01	.25
10,001-20,000 บาท	4.13	-	-	.35*	-.51*	-.25*	-.02
20,001-30,000 บาท	3.78	-	-	-	-.86*	-.60*	-.37*
30,001-40,000 บาท	4.64	-	-	-	-	.26*	.49*
40,001-50,000 บาท	4.38	-	-	-	-	-	.23*
50,001 บาทขึ้นไป	4.15	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.52 พบว่า การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ แตกต่างกัน ด้านการประเมินทางเลือก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด

(LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า รายได้ 10,001-20,000 บาทและ รายได้20,001-30,000 บาท มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการประเมินทางเลือกน้อยกว่า รายได้30,001-40,000 บาท ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้10,001-20,000 บาท มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า รายได้20,001-30,000 บาท มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการประเมินทางเลือกน้อยกว่ารายได้30,001-40,000 บาท รายได้40,001-50,000 บาท ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้20,001-30,000 บาท มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการประเมินทางเลือกน้อยกว่า รายได้30,001-40,000 บาท รายได้40,001-50,000 บาท รายได้50,001 บาทขึ้นไป ผู้ลงทุน Generation Y ใน กรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้30,001-40,000 บาท มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า รายได้40,001-50,000 บาท รายได้ 50,001 บาทขึ้นไป และผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้40,001-50,000 บาท มีการตัดสินใจลงทุนใน หลักทรัพย์ ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า รายได้ 50,001 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 4.53 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามรายได้

ด้านการตัดสินใจซื้อ	\bar{x}	รายได้					
		ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป
		4.69	4.06	4.16	4.65	4.30	4.44
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.69	-	.63*	.53*	.04	.39	.25

ตารางที่ 4.53 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามรายได้ (ต่อ)

ด้านการ	\bar{x}	รายได้				
		ต่ำกว่า 10,001	10,001-20,001	20,001-30,001	30,001-40,001	40,001-50,001

ตัดสินใจซื้อ		10,000	20,000	30,000	40,000	50,000	บาทขึ้นไป
		บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	
		4.69	4.06	4.16	4.65	4.30	4.44
10,001-20,000 บาท	4.06	-	-	-1.10	-.59*	-.24*	-.38*
20,001-30,000 บาท	4.16	-	-	-	-.49*	-.14	-.28*
30,001-40,000 บาท	4.65	-	-	-	-	.35*	.21
40,001-50,000 บาท	4.30	-	-	-	-	-	-.14
50,001 บาทขึ้นไป	4.44	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.53 พบว่า การตัดสินใจลงทุน ในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ แตกต่างกัน ด้านการตัดสินใจซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการตัดสินใจซื้อ มากกว่า รายได้ 10,001-20,000 บาทและรายได้ 20,001-30,000 บาท ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการตัดสินใจซื้อ น้อยกว่า รายได้ 30,001-40,000 บาท รายได้ 40,001-50,000 บาท และรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการตัดสินใจซื้อ น้อยกว่า รายได้ 30,001-40,000 บาท และรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการตัดสินใจซื้อ มากกว่า รายได้ 40,001-50,000 บาท

ตารางที่ 4.54 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการพฤติกรรมหลังการซื้อ จำแนกตามรายได้

ด้านการ พฤติกรรม หลังการซื้อ	\bar{x}	รายได้					
		ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001- 50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป
		3.33	3.58	3.23	3.81	4.16	4.04
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.33	-	-.25	.10	-.48*	-.83*	-.71*
10,001-20,000 บาท	3.58	-	-	.35	-.23*	-.58*	-.46*
20,001-30,000 บาท	3.23	-	-	-	-.58*	-.93*	-.81*
30,001-40,000 บาท	3.81	-	-	-	-	-.35*	-.23*
40,001-50,000 บาท	4.16	-	-	-	-	-	.12
50,001 บาท ขึ้นไป	4.04	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.54 พบว่า การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ แตกต่างกัน ด้านการพฤติกรรมหลังการซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการพฤติกรรมหลังการซื้อน้อยกว่า 30,001-40,000 บาท รายได้ 40,001-50,000 บาท และรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการพฤติกรรมหลังการซื้อน้อยกว่า รายได้ 30,001-40,000 บาท รายได้ 40,001-50,000 บาท และรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป ผู้ลงทุน

Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการพฤติกรรมหลังการซื้อน้อยกว่า รายได้ 30,001-40,000 บาท รายได้ 40,001-50,000 บาท และรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการพฤติกรรมหลังการซื้อน้อยกว่า รายได้ 40,001-50,000 บาท และรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 4.55 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายกลุ่มกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านภาพรวม จำแนกตามรายได้

ด้านภาพรวม	\bar{x}	รายได้					
		ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป
		4.07	3.93	3.68	4.26	4.29	4.38
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.07	-	.14*	.39*	-.19*	-.22*	-.31*
10,001-20,000 บาท	3.93	-	-	.25*	-.33*	-.36*	-.45*
20,001-30,000 บาท	3.68	-	-	-	-.58*	-.61*	-.70*
30,001-40,000 บาท	4.26	-	-	-	-	-.03	-.12
40,001-50,000 บาท	4.29	-	-	-	-	-	-.09
50,001 บาทขึ้นไป	4.38	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.55 พบว่า การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ แตกต่างกัน ด้านภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่มด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน

Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านภาพรวมมากกว่า รายได้ 10,001-20,000 บาท รายได้ 20,001-30,000 บาท และมีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านภาพรวมน้อยกว่า รายได้ 30,001-40,000 บาท รายได้ 40,001-50,000 บาท และรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านภาพรวมมากกว่า รายได้ 20,001-30,000 บาท และมีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านภาพรวมน้อยกว่า รายได้ 30,001-40,000 บาท รายได้ 40,001-50,000 บาท และรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านภาพรวมน้อยกว่า รายได้ 30,001-40,000 บาท รายได้ 40,001-50,000 บาท และรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป

1.7 ประสิทธิภาพการลงทุนที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร หรือไม่แตกต่างกัน

H_0 : ประสิทธิภาพการลงทุนที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ประสิทธิภาพการลงทุนที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.56 ตารางผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสิทธิภาพการลงทุน

กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. การรับรู้ถึงปัญหา	ระหว่างกลุ่ม	41.18	2	20.59	51.51**	.00	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	158.68	397	.40			
	รวม	199.87	399				

2. การค้นหาข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	32.68	2	16.34	45.62**	.00	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	142.22	397	.35			
	รวม	174.91	399				
3. การประเมินทางเลือก	ระหว่างกลุ่ม	3.34	2	1.67	4.49**	.01	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	147.70	397	.37			
	รวม	151.04	399				
4. การตัดสินใจซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	3.98	2	1.99	5.75**	.00	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	137.61	397	.34			
	รวม	141.60	399				
5. พฤติกรรมหลังการซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	21.54	2	10.77	56.78**	.00	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	75.32	397	.19			
	รวม	96.87	399				
รวม	ระหว่างกลุ่ม	15.13	2	7.56	38.46**	.00	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	78.13	397	.19			
	รวม	93.27	399				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.56 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกประสบการณ์ลงทุน โดยใช้สถิติ One-Way Anova ในการทดสอบ พบว่า ในภาพรวม มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.00 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การรับรู้ถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมหลังซื้อ ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.00 มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญ 0.05 คือยอมรับ H_1 หมายความว่า ประสบการณ์ลงทุนที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.57 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ถึงปัญหา จำแนกตามประสบการณ์ลงทุน

ประสบการณ์ลงทุนในหลักทรัพย์				
ด้านการรับรู้	\bar{x}	น้อยกว่า 1 ปี	1 – 5 ปี	มากกว่า 5 ปี
ถึงปัญหา		3.76	3.83	4.71
น้อยกว่า 1 ปี	3.76	-	-.07	-.95*
1 – 5 ปี	3.83	-	-	-.88*
มากกว่า 5 ปี	4.71	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.57 พบว่า การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ลงทุน แตกต่างกัน ด้านการรับรู้ปัญหา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร มีประสบการณ์ลงทุนในหลักทรัพย์ น้อยกว่า 1 ปี มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ด้านการรับรู้ปัญหาน้อยกว่า ประสบการณ์ลงทุนมากกว่า 5 ปี และผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีประสบการณ์ลงทุนในหลักทรัพย์ 1 – 5 ปี มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการรับรู้ปัญหาน้อยกว่า มากกว่า 5 ปี

ตารางที่ 4.58 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาข้อมูล จำแนกตามประสบการณ์ลงทุน

ประสบการณ์ลงทุนในหลักทรัพย์				
ด้านการค้นหาข้อมูล	\bar{x}	น้อยกว่า 1 ปี	1 – 5 ปี	มากกว่า 5 ปี
		4.05	3.71	4.60
น้อยกว่า 1 ปี	4.05	-	.34*	-.55*

1 – 5 ปี	3.71	-	-	- .89*
มากกว่า 5 ปี	4.60	-	-	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.58 พบว่า การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ลงทุน แตกต่างกัน ด้านการค้นหาข้อมูล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีประสบการณ์ลงทุนในหลักทรัพย์ น้อยกว่า 1 ปี มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่า 1 – 5 ปี และมีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการค้นหาข้อมูลน้อยกว่ามากกว่า 5 ปี ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร มีประสบการณ์ลงทุนในหลักทรัพย์ 1 – 5 ปี มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการค้นหาข้อมูลน้อยกว่า ประสบการณ์ลงทุนมากกว่า 5 ปี

ตารางที่ 4.59 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินทางเลือก จำแนกตามประสบการณ์ลงทุน

ด้านการประเมิน ทางเลือก	\bar{x}	ประสบการณ์ลงทุนในหลักทรัพย์		
		น้อยกว่า 1 ปี	1 – 5 ปี	มากกว่า 5 ปี
		4.17	4.04	4.32
น้อยกว่า 1 ปี	4.17	-	.13	-.15*

ตารางที่ 4.59 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินทางเลือก จำแนกตามประสบการณ์ลงทุน (ต่อ)

ประสบการณ์ลงทุนในหลักทรัพย์

ด้านการประเมิน ทางเลือก	\bar{x}	น้อยกว่า 1 ปี	1 – 5 ปี	มากกว่า 5 ปี
		4.17	4.04	4.32
1 – 5 ปี	4.04	-	-	-0.28*
มากกว่า 5 ปี	4.32	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.59 พบว่า การตัดสินใจลงทุน ในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ลงทุน แตกต่างกัน ด้านการประเมินทางเลือก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีประสบการณ์ลงทุนในหลักทรัพย์ น้อยกว่า 1 ปี มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านประเมินทางเลือกน้อยกว่า ประสบการณ์ลงทุนมากกว่า 5 ปี ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีประสบการณ์ลงทุนในหลักทรัพย์ 1 – 5 ปี มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านประเมินทางเลือกน้อยกว่า ประสบการณ์ลงทุนมากกว่า 5 ปี

ตารางที่ 4.60 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ลงทุน ด้านการตัดสินใจซื้อ

ประสบการณ์ลงทุนในหลักทรัพย์				
ด้านการตัดสินใจซื้อ	\bar{x}	น้อยกว่า 1 ปี	1 – 5 ปี	มากกว่า 5 ปี
		4.33	4.22	4.54

น้อยกว่า 1 ปี	4.33	-	.11	-.21*
1 – 5 ปี	4.22	-	-	-.32*
มากกว่า 5 ปี	4.54	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.60 พบว่า การตัดสินใจลงทุน ในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทการลงทุน แตกต่างกัน ด้านการตัดสินใจซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีประสบการณ์ลงทุนในหลักทรัพย์ น้อยกว่า 1 ปี มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการตัดสินใจซื้อน้อยกว่า ประเภทการลงทุนมากกว่า 5 ปี และผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีประสบการณ์ลงทุนในหลักทรัพย์ 1 – 5 ปี มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านการตัดสินใจซื้อน้อยกว่า ประสบการณ์ลงทุนมากกว่า 5 ปี

ตารางที่ 4.61 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ลงทุน ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ

ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	\bar{x}	ประสบการณ์ลงทุนในหลักทรัพย์		
		น้อยกว่า 1 ปี	1 – 5 ปี	มากกว่า 5 ปี
การซื้อ		3.46	3.48	4.14
น้อยกว่า 1 ปี	3.46	-	.02	-.68*
1 – 5 ปี	3.48	-	-	-.66*
มากกว่า 5 ปี	4.14	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.61 พบว่า การตัดสินใจลงทุน ในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทการลงทุน แตกต่างกัน ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีประสบการณ์ลงทุนในหลักทรัพย์

น้อยกว่า 1 ปี มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อน้อยกว่า ประสิทธิภาพลงทุนมากกว่า 5 ปี และผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีประสิทธิภาพลงทุนในหลักทรัพย์ 1 – 5 ปี มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อน้อยกว่า ประสิทธิภาพลงทุนมากกว่า 5 ปี

ตารางที่ 4.62 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสิทธิภาพลงทุน ด้านภาพรวม

ด้านภาพรวม	\bar{x}	ประสิทธิภาพลงทุนในหลักทรัพย์		
		น้อยกว่า 1 ปี	1 – 5 ปี	มากกว่า 5 ปี
		3.95	3.86	4.46
น้อยกว่า 1 ปี	3.95	-	.10*	-.51*
1 – 5 ปี	3.86	-	-	-.60*
มากกว่า 5 ปี	4.46	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.62 พบว่า การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสิทธิภาพลงทุน แตกต่างกัน ด้านภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ได้แก่ ผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีประสิทธิภาพลงทุนในหลักทรัพย์น้อยกว่า 1 ปี มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านภาพรวมมากกว่า ประสิทธิภาพลงทุน 1 – 5 ปี และมีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านภาพรวมน้อยกว่า ประสิทธิภาพลงทุนมากกว่า 5 ปี และผู้ลงทุน Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ที่มีประสิทธิภาพลงทุนในหลักทรัพย์ 1 – 5 ปี มีการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ด้านภาพรวมน้อยกว่า ประสิทธิภาพลงทุน มากกว่า 5 ปี

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการลงทุนกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่สัมพันธ์กัน

H_0 : ปัจจัยด้านการลงทุน ไม่มีสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : ปัจจัยด้านการลงทุน มีสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.63 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการลงทุนกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยการลงทุน	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. วัตถุประสงค์ในการซื้อขายหลักทรัพย์	.87**	.00	สูง
2. ประเภทหลักทรัพย์ที่สนใจลงทุน	.80**	.00	สูง
3. ปริมาณเงินที่ใช้ลงทุน	.61**	.00	ปานกลาง
รวม	.97**	.00	สูงมาก

*Sig. < 0.05

**Sig. < 0.01

จากตารางที่ 4.63 พบว่า ปัจจัยการลงทุนกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก ($r = .97$)

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่สัมพันธ์กัน

H_0 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ไม่มีสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.64 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
---------------------------	---	------	-------------------

1. ด้านผลิตภัณฑ์	.76**	.00	สูง
2. ด้านราคา	.47**	.00	ปานกลาง
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.26**	.00	ต่ำ
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	-.04**	.42	ไม่มีความสัมพันธ์
5. ด้านบุคคล	.81**	.00	สูง
6. ด้านกายภาพและการนำเสนอ	.69**	.00	ปานกลาง
7. ด้านกระบวนการ	.76**	.00	สูง
รวม	.87**	.00	สูง

*Sig. < 0.05

**Sig. < 0.01

จากตารางที่ 4.64 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 โดยมีความสัมพันธ์กันระดับสูง ($r = .87$) ยกเว้น ปัจจัยการส่งเสริมการตลาดด้านการตลาดไม่มีความสัมพันธ์

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในปัจจุบันการลงทุนในหลักทรัพย์ต่างๆมีความหลากหลาย และทางเลือกมากขึ้น และยังมีผู้สนใจลงทุนในวัยต่างๆอย่างกว้างขวาง รวมถึงในหมู่ของคนรุ่นใหม่คือ Generation Y งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยเรื่อง กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของนักลงทุน Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ลงทุนในหลักทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร และสามารถนำไปปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้สนใจ เรื่องกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของนักลงทุน Generation Y ผู้วิจัยนำเสนอ สรุป อภิปรายผลและ ข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลนำมาสรุปผลงานวิจัยได้ดังนี้

5.1.1. ผลวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 23-26 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ที่ 20,001-30,000 บาท ประสบการณ์ลงทุนในหลักทรัพย์น้อยกว่า 1 ปี

5.1.2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการลงทุนพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการซื้อขายหลักทรัพย์ ประเภทหลักทรัพย์ที่สนใจลงทุน ปริมาณเงินที่ใช้ลงทุน ตามลำดับ สามารถพิจารณาเป็นรายด้านได้ดังนี้

5.1.2.1 วัตถุประสงค์ในการซื้อขายหลักทรัพย์ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ เพื่อการเก็งกำไรหาผลตอบแทนที่คาดหวัง เพื่อได้รับเงินปันผลสม่ำเสมอ และเพื่อกระจายเงินการลงทุนในทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ใน

ระดับมากที่สุด เท่ากันทั้งสามวัตถุประสงค์ รองลงมาคือ เพื่อศึกษาการเรียนรู้การลงทุนในหลักทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ตามลำดับ

5.1.2.2 ประเภทหลักทรัพย์ที่สนใจลงทุน ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ หุ้นกู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ตราสารทุนกองทุนรวมตราสารทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 อยู่ในระดับมากที่สุด หุ้น อนุพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 อยู่ในระดับมากที่สุด และพันธบัตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

5.1.2.3 ปริมาณเงินที่ใช้ลงทุน ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ 1% - 20% ของทรัพย์สิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ 20% - 40% ของทรัพย์สิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด 40% - 60% ของทรัพย์สิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 อยู่ในระดับปานกลาง และ 60% - 80% ของทรัพย์สิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

5.1.3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

ผลการศึกษาด้านข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้านกระบวนการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด เท่ากันสองอันดับ รองลงมา ด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.32 อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.31 อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.16 อยู่ในระดับมาก ด้านกายภาพและการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 อยู่ในระดับมาก และด้านราคามีค่าเฉลี่ย 3.67 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

จากการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยนำมาสรุปได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน พบว่า เพศและสถานภาพ ที่ต่างกันมีกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่

แตกต่างกัน แต่อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย และประสบการณ์การลงทุนที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการลงทุนกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่สัมพันธ์กัน พบว่า ปัจจัยการลงทุน ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการซื้อขายหลักทรัพย์ ประเภทหลักทรัพย์ที่สนใจลงทุน และปริมาณเงินที่ใช้ลงทุนมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01

สมมุติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่สัมพันธ์กัน พบว่า ปัจจัยการลงทุน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01

5.2.อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลนำมาสรุปผลงานวิจัยได้ดังนี้

5.2.1.ผลวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 23-26 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ที่ 20,001-30,000 บาท ประสบการณ์ลงทุนในหลักทรัพย์น้อยกว่า 1 ปี หมายความว่านักลงทุนจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงวัยเริ่มต้นทำงาน มีความรู้พื้นฐานปริญญาตรี ยังไม่มีครอบครัวและยังไม่มีฐานะที่มั่นคง ประสบการณ์ลงทุนน้อย มีแนวโน้มทำให้การศึกษากระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ในครั้งนี้ มีผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุน Generation Y

5.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการลงทุนพบว่า วัตถุประสงค์ในการซื้อขายหลักทรัพย์ เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ เพื่อการเก็งกำไรหาผลตอบแทนที่คาดหวัง เพื่อได้รับเงินปันผลสม่ำเสมอ และเพื่อกระจายเงินการลงทุนในทรัพย์ อยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากันทั้งสามวัตถุประสงค์ รองลงมาคือ เพื่อศึกษาการเรียนรู้การลงทุนในหลักทรัพย์ หมายความว่า วัตถุประสงค์ในการซื้อขายมีผลต่อ กระบวนการตัดสินใจของนักลงทุนใน Generation Y ใน

เขตกรุงเทพมหานคร เป็นอย่างมากในระดับที่เท่ากัน เนื่องจากเป็นปัจจัยขึ้นพื้นฐานในการลงทุนของผู้ของลงทุนในหลักทรัพย์ อยู่แล้ว เนื่องจากต้องการทั้งเกร็งกำไรหาผลตอบแทนเพื่อได้รับเงินปันผลสม่ำเสมอ และเพื่อกระจายเงินการลงทุนในทรัพย์สิน สำหรับเพื่อศึกษาการเรียนรู้การลงทุนในหลักทรัพย์เป็นสิ่งรองลงมาซึ่งไม่มีผลต่อกระบวนการณ์ตัดสินใจของนักลงทุนใน Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานครมากเท่าที่ควร

5.2.2.1 ผลการวิเคราะห์ประเภทหลักทรัพย์ที่สนใจลงทุน ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ หุ้นกู้ ตราสารทุนกองทุนรวมตราสารทุน หุ้น อนุพันธ์ระดับมากที่สุด และพันธบัตร อยู่ในระดับมาก ตามลำดับแสดงถึง ประเภทหลักทรัพย์มีผลต่อกระบวนการณ์ตัดสินใจของนักลงทุนใน Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็น Generation ที่สามารถรับความเสี่ยงได้ค่อนข้างสูงถึงสูงมาก ประเภทที่ Generation นี้เลือก จึงเป็นหลักทรัพย์ที่ลงทุนในหุ้นกู้ ตราสารทุนกองทุนรวมตราสารทุน หุ้น อนุพันธ์ระดับมากที่สุดและพันธบัตร อยู่ในระดับมากรองลงมา ทำให้ประเภทหลักทรัพย์ที่สนใจลงทุนมีผลต่อกระบวนการณ์ตัดสินใจของนักลงทุน Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

5.2.2.2 ปริมาณเงินที่ใช้ลงทุน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ 1% - 20 % ของทรัพย์สินอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ 20% - 40% ของทรัพย์สิน อยู่ในระดับมากที่สุด 40% - 60 % ของทรัพย์สิน อยู่ในระดับปานกลาง และ 60% - 80% ของทรัพย์สินอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ แสดงถึง ปริมาณเงินที่ใช้ลงทุนมีผลต่อกระบวนการณ์ตัดสินใจของนักลงทุน Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากนักลงทุนจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงวัยเริ่มต้นทำงาน รายได้ยังไม่สูงมากนัก ยังไม่มีครอบครัวและยังไม่มีฐานะที่มั่นคงอยู่ในระยะสะสมปริมาณเงินลงทุนจึงเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อกระบวนการณ์ตัดสินใจ

5.2.3 ผลการศึกษาด้านข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้านกระบวนการณ์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านกระบวนการณ์ และด้านบุคคล อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านราคามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านกระบวนการณ์ และด้านบุคคล มีผลต่อกระ

กระบวนการตัดสินใจของนักลงทุน Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร หากได้รับข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ที่ตรงใจ และกระบวนการที่ง่ายไม่ยุ่งยาก มีโปรโมชั่นดึงดูดใจ รวมถึงปลอดภัยต่อผู้ลงทุน รวมถึงบุคคลให้ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์การลงทุนที่ดี น่าสนใจ จะทำให้มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด รองลงมาจะเป็นด้านการส่งเสริมการตลาดถ้ายังไม่ตรงตามความต้องการของนักลงทุน อาจจะมีผลต่อการตัดสินใจน้อย ช่องทางการลงทุน,ด้านกายภาพ การนำเสนอ ที่ปัจจุบันมีค่อนข้างหลากหลายช่องทางทำให้สามารถเลือกใช้ได้ตามความต้องการและสะดวกอาจจะมีผลต่อการตัดสินใจน้อย ด้านราคา ที่ไม่ใช่ปัจจัยหลักหากการลงทุนนั้นๆมีผลตอบแทนคุ้มค่าเมื่อเทียบกับราคาค่าธรรมเนียมต่างๆที่ต้องจ่าย จึงมีผลต่อการตัดสินใจน้อย

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งนี้

จากผลการวิจัยครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างเป็น นักลงทุนใน Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานครอาจจะเป็นเพียงนักลงทุนที่ยังมีประสบการณ์การลงทุนน้อย อายุน้อย และยังไม่มียุทธศาสตร์การเงินการลงทุนที่มากพอ การนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ในกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ทางการเงิน อาจจะไม่ครอบคลุมในด้านต่างๆ หากต้องการใช้ข้อมูลผลวิเคราะห์เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ทางการเงินและการลงทุนให้เหมาะกับ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร นั้นอาจจะต้องเป็นข้อมูลที่เข้าถึงง่าย เข้าใจง่ายและทันสมัย เพราะด้านกายภาพและการนำเสนออยู่ในระดับมากรองลงมาจาก ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านกระบวนการ และด้านบุคคลที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจมากที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

- 1.ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจของนักลงทุน Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งในการวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มเติมขยายขอบเขตกลุ่มตัวอย่างให้กว้างขึ้นไปยังนักลงทุนใน Generation ต่างๆให้ครอบคลุม
- 2.ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนเช่น ความเสี่ยง, กลยุทธ์การลงทุน อัตราผลตอบแทน เป็นต้น ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักลงทุน
- 3.อาจเพิ่มเติมขอบเขตหลักทรัพย์การลงทุนที่นำมาวิเคราะห์ ไม่ใช่แค่หลักทรัพย์แค่ในประเทศไทย อาจเพิ่มเติมรวมถึงการลงทุนในหลักทรัพย์ต่างประเทศด้วย

บรรณานุกรม

การค้นคว้าอิสระ

ภาษาไทย

จิรัชศักดิ์ จอมมงคล(2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารอนุพันธ์ของนักลงทุน
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

จิตดาวุฒิ รัตตกุล (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจ
ซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

จุฑามาศ ไททน (2555). กลยุทธ์การซื้อขายหลักทรัพย์นักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่ง
ประเทศไทย ในช่วงปี 2554 มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ชุตินา เจริญจิตร(2548). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของนักลงทุนทั่วไปในกรุงเทพมหานคร หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ

รุ่งตะวัน แซ่พัว (2560) . การศึกษาพฤติกรรมการออมและการลงทุนของ Generation X ในเขต
กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)

วารุณี พรรณณาผลากุล. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกลงทุนในกองทุนรวม
ของนักลงทุนในกรุงเทพ จังหวัดเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คณะการบริหารธุรกิจ.

สมพงษ์ เกษมสิน. (2517). สารานุกรมการบริหาร. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช

อรรถเดช เทพชัยชนะวงศ์ (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในหน่วยลงทุน ประเภท
กองทุนต่างประเทศของกลุ่มคนทำงานในเขต กรุงเทพและปริมณฑล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

หนังสือ

เพชร ชุมทรัพย์. (2540). หลักการลงทุน. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

ภาษาต่างประเทศ

- Booms, Bernard H., and Mary J. Bitner. 1981. *Marketing Strategies and Organization : Structures for Service Firms. In Marketing of Services, James H. Donnelly and William R. George (eds), Chicago: American Marketing Association.*
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques. New York : John Wiley & Sons. Inc*
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management : Analysis Planning, Implementation And Control. New Jersey : Prentice – Hall.*
- Maslow, Abraham. 1970. *Motivation and Personality. New York : Harper and Row Publishers.*
- Phetchannews. July, 2012. “เจเนอเรชันและความต่าง “Gen-X Gen-Y Gen-C ”. เข้าถึงได้จาก: <https://phetchannews.wordpress.com/2012/07/25/%E0%B9%80%E0%B8%88%E0%B9%80%E0%B8%99%E0%B8%AD%E0%B9%80%E0%B8%A3%E0%B8%8A%E0%B8%B1%E0%B9%88%E0%B8%99%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%95%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%87/>
- Gebhardt, W., Lee, C.M., and Swaminathan, B. (2001). *Toward an implied cost of capital. Journal of Accounting Research, 39(1), 135-176.*

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ. (2562). สถิติกรุงเทพมหานคร 2562 สถิติด้านสังคม หมวดประชากร จำนวนประชากรในกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2562 จำแนกตามอายุและเขต. สืบค้น 9 กันยายน 2563, จาก <http://www.bangkok.go.th/pipd/page/sub/16647/สถิติกรุงเทพมหานคร-2562>
- กองสารสนเทศภูมิศาสตร์ สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล กรุงเทพมหานคร. (2559). การแบ่งกลุ่มเขตพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2559. สืบค้น 9 กันยายน 2563, จาก http://203.155.220.230/m.info/bkkstat/stat_2559_thai.pdf

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง กระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ของ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานครประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการลงทุน
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
- ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจลงทุน
- ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามในทุกส่วนและทุกข้อ โดยคำตอบของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย ผู้วิจัยขอรับรองว่าคำตอบของท่านจะเป็นความลับ ไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อตัวท่าน และจะใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาเท่านั้น ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งที่ท่านให้ความร่วมมือในกาตอบแบบสอบถามนี้

นางสาวพิมพ์พิกา รังสฤษดิ์ปกรณ
นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงตามสภาพความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ

1. 23 - 26 ปี

2. 27 - 30 ปี

3. 31 - 36 ปี

4. 37 - 40 ปี

3. สถานภาพ

1. โสด

2. สมรส

3. หย่า

4. หม้าย

4. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

2. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

3. ปริญญาโทหรือเทียบเท่า

4. สูงกว่าปริญญาโท

5. อาชีพ

1. นิสิต/นักศึกษา

2. ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ

3. รัฐวิสาหกิจ

4. พนักงานบริษัทเอกชน

5. ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ

6. อื่นๆ(โปรดระบุ).....

6. รายได้ต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 10,000 บาท

2. 10,001 - 20,000 บาท

3. 20,001 - 30,000 บาท

4. 30,001 - 40,000 บาท

5. 40,001 - 50,000 บาท

6. 50,001 บาทขึ้นไป

7. ประสบการณ์การลงทุนในหลักทรัพย์

1. น้อยกว่า 1 ปี

2. 1 - 5 ปี

3. มากกว่า 5 ปี

8. ท่านอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. เขตคูสิต | <input type="checkbox"/> 2. เขตสาทร |
| <input type="checkbox"/> 3. เขตจตุจักร | <input type="checkbox"/> 4. เขตคันนายาว |
| <input type="checkbox"/> 5. เขตบางกอกน้อย | <input type="checkbox"/> 6. เขตบางแค |

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการลงทุน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านคิดว่าเป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการลงทุนตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ปัจจัยด้านการลงทุน	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
วัตถุประสงค์ในการซื้อขายหลักทรัพย์					
1. เพื่อการเก็งกำไร หาผลตอบแทนที่คาดหวัง					
2. เพื่อได้รับเงินปันผลสม่ำเสมอ					
3. เพื่อกระจายเงินการลงทุนในทรัพย์สิน					
4. เพื่อศึกษาการเรียนรู้การลงทุนในหลักทรัพย์					
ประเภทหลักทรัพย์ที่สนใจลงทุน					
1. พันธบัตร					
2. หุ้นกู้					
3. ตราสารทุนกองทุนรวมตราสาร					

ปัจจัยด้านการลงทุน	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ทุน					
4. หุ่น อนุพันธ์					
ปริมาณเงินที่ใช้ลงทุน					
1. 1% - 20 % ของทรัพย์สิน					
2. 20% - 40% ของทรัพย์สิน					
3. 40%-60% ของทรัพย์สิน					
4. 60% - 80% ของทรัพย์สิน					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านคิดว่าเป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. หลักทรัพย์มีตัวเลือกในการลงทุนที่หลากหลาย					
2. บทวิเคราะห์ที่แม่นยำและ					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
น่าเชื่อถือ					
3. มีบริการหลังการทำธุรกรรม เช่น ไปยื่นยื่นเอาเงินเข้าหลักทรัพย์ ไปยื่นยื่นในการซื้อขายหลักทรัพย์					
ด้านราคา					
1. ค่าธรรมเนียมถูกกว่าการสั่งซื้อ ขายผ่าน โบรกเกอร์					
2. มีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับ ประโยชน์ที่ได้รับจริง					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1. ซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต					
2. ฝากเจ้าหน้าที่การตลาด (นายหน้า) ดูแลซื้อขายให้					
3. สามารถชำระค่าหน่วยลงทุนได้ สะดวก เช่น ชำระผ่าน เคาน์เตอร์ ธนาคาร Mobile Banking Internet Banking เป็นต้น					
ด้านส่งเสริมการตลาด					
1. มีสิทธิพิเศษสำหรับผู้ถือพอร์ต การลงทุนตัวที่ซื้อ					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
2. มีการส่งเสริมให้ความรู้แก่นักลงทุน เช่น การสอนลงทุน การวางแผน ทางการเงิน เป็นต้น					
3. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต วิทยุ เป็นต้น					
ด้านบุคคล					
1. ผู้แนะนำการลงทุนที่มีความรู้ ความสามารถ					
2. ผู้แนะนำการลงทุนในด้านการ แนะนำผลิตภัณฑ์เอาใจใส่และให้ คำปรึกษาเป็นอย่างดี					
3. ผู้แนะนำมีความกระตือรือร้นใน การให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ					
ด้านกายภาพและการนำเสนอ					
1. แอปพลิเคชันหลักทรัพย์ที่ท่านใช้ บริการมีความทันสมัยใช้งานง่าย					
2. รูปแบบเว็บไซต์ของหลักทรัพย์ที่ ท่านใช้บริการอยู่มีความทันสมัยใช้ ง่าย					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
3. ช่องทางในการติดต่อหลากหลาย					
ด้านกระบวนการ					
1. ขั้นตอนในการสั่งซื้อขายไม่สลับ ซ้อนและสะดวกรวดเร็ว					
2. โปรโมชันต่างๆ เช่น เปิดบัญชีรับ สิทธิพิเศษสะสมยอดซื้อขายแลก ของรางวัล					
3. มีระบบการป้องกันความปลอดภัย ของข้อมูล					

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจลงทุน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านคิดว่าเป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้าน
กระบวนการตัดสินใจลงทุน ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจ ลงทุน	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
การรับรู้ถึงปัญหา					
1. ข่าวลือ					

ปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจ ลงทุน	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
2. สภาพคล่องทางเศรษฐกิจ					
3. อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ					
การค้นหาข้อมูล					
1. การสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์					
2. บทวิเคราะห์การลงทุนในอินเทอร์เน็ต					
การประเมินทางเลือก					
1. ความต้องการผลตอบแทนที่มากกว่าการฝากเงินไว้กับธนาคาร					
2. ความน่าเชื่อถือของบริษัทจัดการในหลักทรัพย์					
3. ผลกำไรของบริษัท					
4. อัตราดอกเบี้ย					
การตัดสินใจซื้อ					
1. อินเทอร์เน็ต/โทรทัศน์/วิทยุ					
2. เจ้าหน้าที่การตลาด (โบรกเกอร์)					

ปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจ ลงทุน	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
3. นักวิเคราะห์/บทวิเคราะห์					
4. ตนเอง					
5. ครอบครัว					
พฤติกรรมหลังการซื้อ					
1. เป็นโอกาสเพิ่มรายได้					
2. รู้ทันข่าวสารต่างๆมากขึ้น					
3. ให้ความสนุก ความบันเทิง					
4. เป็นส่วนหนึ่งของการเข้าสังคม					
5. เป็นโอกาสสร้างชื่อเสียงให้ ตนเองในการลงทุน					

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะ (ถ้ามี)

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นามสกุล

นางสาวพิมพ์ภา รังสฤษฎ์ปกรณ์

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี หลักสูตรหลักสูตรบริหารธุรกิจ
บัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ธนบุรี ปีการศึกษา 2557

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

เจ้าหน้าที่การตลาด ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด
(มหาชน)