

# การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของกลุ่ม คนที่เพิ่งเริ่มต้นการทำงาน ในกรุงเทพมหานคร

## Factors Influencing Decision Making on Personal Financial Planning of First Jobbers Residing in Bangkok

เอก ชูณหัชชาชัย

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด  
กรุงเทพฯ ประเทศไทย

Ake choonhachatrachai

Faculty of Business and Technology, Stamford International  
University, Bangkok, Thailand

E-mail: Ake.choonhachatrachai@stamford.edu

Received: October 20, 2020; Revised: November 19, 2020; Accepted: November 27, 2020

### บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจ ทักษะ และคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล ของกลุ่มเริ่มต้นการทำงาน (First Jobber) โดยสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่สุ่มแบบเจาะจงจำนวน 400 คน ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และเคยมีประสบการณ์เลือกวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล และสัมภาษณ์ผู้บริหารแบบเจาะจงบริษัทประกันชีวิต 2 คน และประธานสโมสรที่ปรึกษาทางการเงิน 1 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเป็นแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้างสำหรับผู้บริหาร ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามนำไปวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจด้วยวิธีสกัดองค์ประกอบหลัก และหมุนแกนองค์ประกอบนั้นด้วยวิธีแวนเดอร์เวท รวมถึงใช้เทคนิควิเคราะห์ข้อมูลแบบถดถอยพหุคูณ เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของกลุ่มเริ่มต้นการทำงานที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลสูงสุดคือ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ (Beta = .480) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ (Beta = .378) และปัจจัยด้านทัศนคติ (Beta = .317) ตามลำดับ

**คำสำคัญ :** แรงจูงใจ ทักษะ คุณภาพการให้บริการ การตัดสินใจ แผนทางการเงินส่วนบุคคล

### ABSTRACT

The research objectives were to study the influence of motivation, attitude, and quality of service factors on the decision by First Jobbers to do personal financial planning. The First Jobbers were 20-30 years of age. A purposive sampling method was used to select a group of 400 First Jobbers, 20-30 years of age, residing in Bangkok, and who had experience

in making a personal financial plan. Also, 2 top managers of Thai Life Insurance Public Company Limited and the president of the Financial Club (FA Club). The research instruments were a questionnaire for the First Jobbers, and semi-structured interviews for the executives. Descriptive statistics were used to analyze the data: exploratory factor analysis by Principal Component Analysis and the Varimax axis rotation method. Multiple regression analysis techniques were used to determine the correlation coefficient of factors influencing the decision to do the personal financial plan of the First Jobbers. The results of the study showed that the factors which influenced the decision to do the personal financial planning most were motivation (Beta = .480), followed by quality of service (Beta = .378) and attitude (Beta = .317) respectively.

**KEYWORDS:** motivation, attitude, service quality, decision making, personal financial plan

### ที่มาและความสำคัญ

สังคมไทยประกอบไปด้วยคนที่มีระดับการศึกษาที่สูงขึ้น ส่งผลให้การดำรงชีวิตมีความแตกต่างไปจากเดิมและเมื่อได้ศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยสภาวะแวดล้อม อาทิเช่น ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านการเมือง ตลอดจนรูปแบบในการดำเนินธุรกิจต่าง ๆ ในปัจจุบัน จะเห็นได้ว่ากิจกรรมการใช้ชีวิตประจำวันจะต้องมีส่วนเกี่ยวข้องกับการเงิน ไม่ว่าจะเป็นการประกอบอาชีพ เพื่อให้มีรายรับหรือรายได้จากการทำงาน ให้เพียงพอต่อภาระรายจ่ายในชีวิตประจำวัน ทั้งของส่วนตัว ครอบครัว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในชีวิต

สถานการณ์ในปัจจุบัน ค่าใช้จ่ายมีแนวโน้มสูงขึ้น และรายได้มีแนวโน้มที่ไม่เพิ่มขึ้น ยิ่งไปกว่านั้นยังมีแนวโน้มที่จะลดลงอีกด้วย ผู้คนมีอายุที่ยืนยาวมากขึ้นจากวิวัฒนาการทางการแพทย์ที่ก้าวหน้า ดังนั้นทุกคนจึงจะต้องพบปัญหาที่ตามมาว่า จะต้องทำอย่างไรจึงจะมีสภาพคล่องทางการเงินที่ดี มีค่ารักษาพยาบาลหรือสวัสดิการที่เพียงพอ มีเงินเก็บสะสมหรือเงินออม เพื่อให้สามารถใช้จ่ายได้ในอนาคตหรือในช่วงเกษียณอายุ และจำนวนเงินเก็บก็ต้องสอดคล้องกันและเพียงพอกับอัตราเงินเฟ้อที่เพิ่มสูงขึ้นด้วย การมีเงินทุนสำหรับการศึกษาของบุตรหลาน ตลอดจนปัญหาด้านการมีทรัพย์สินเพื่อเป็นการส่งต่อมรดกที่เพียงพอและการชำระ

ภาษีมรดกที่เกิดขึ้น หากคนสามารถบรรลุเป้าหมายต่าง ๆ ได้ จะส่งผลให้เกิดความสงบสุขทางด้านจิตใจในการดำเนินชีวิตทั้งในปัจจุบันและอนาคต

ตามที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นว่า เหตุผลในเรื่องระดับการศึกษาที่สูงขึ้นของคนไทยก็ถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนได้ตระหนักรู้ถึงความสำคัญในการบริหารจัดการความมั่นคงทางการเงินเพื่อรองรับความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นอย่างไม่คาดหมาย การวางแผนการเงินส่วนบุคคล จึงถือได้ว่าเป็นกระบวนการทางด้านการประเมินสถานภาพทางการเงินและความเป็นอยู่ของคุณแต่ละคน มีการพัฒนาปรับปรุงด้านการหารายได้ การควบคุมรายจ่าย และการลงทุน ด้วยการเรียนรู้และการทำความเข้าใจถึงปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ รวมถึงกระบวนการทางด้านการตัดสินใจทางการเงินของคุณคนนั้น ๆ ทั้งนี้การวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลจะมีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเงิน ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นต่อชีวิตของคนเราที่จะต้องมีการหาเงินเพื่อการเลี้ยงชีพ พร้อมทั้งต้องมีการเรียนรู้ทางด้านวิธีการออมเงิน การใช้จ่าย และการลงทุน มีการจัดการและบริหารเพื่อให้สามารถบรรลุตามเป้าหมายทางการเงินและเป้าหมายในชีวิตที่ได้มีการกำหนดไว้ โดยมุ่งเน้นผลลัพธ์คือ การมีชีวิตความเป็นอยู่ และการใช้ชีวิตที่ดีขึ้นอย่างเป็นลำดับขั้นตอน

(สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2552)

ผู้คนส่วนใหญ่ในประเทศไทย โดยเฉพาะกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายตอนปลายที่ถือว่าอยู่ในช่วงวัยเริ่มต้นการทำงาน ยังมีความเข้าใจไม่ถูกต้องหรือการเข้าใจที่คลาดเคลื่อนเรื่องการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล ที่อาจมีแนวคิดว่าการวางแผนการเงินเป็นเรื่องคนที่ไม่มีเงินทองหรือทรัพย์สิน การวางแผนทางการเงินจะทำให้ร่ำรวยเพิ่มขึ้นเท่านั้น ดังนั้นเมื่อตนเองมีฐานะทางการเงินที่ดีอยู่แล้ว การวางแผนทางการเงินจึงเป็นเรื่องที่ไม่สำคัญสำหรับชีวิต หรืออีกแนวคิดหนึ่งคือการวางแผนทางการเงินเป็นเรื่องของคนมีเงินเท่านั้น ผู้ที่ไม่มีทรัพย์สินหรือเงินที่มากพอจะไม่สามารถวางแผนทางการเงินได้ หรือการวางแผนทางการเงินนั้นเป็นเรื่องที่ยุ่งยาก มีความซับซ้อน ทำให้ไม่อยากจะวางแผนทางการเงิน จากแนวคิดดังกล่าวจะพบได้ว่าปัญหาต่าง ๆ เกิดจากความไม่เข้าใจของการวางแผนทางการเงินที่แท้จริง จนอาจทำให้เกิดความประมาทในการดำเนินชีวิต หรือความกลัวในการสร้างความมั่นคงมั่งคั่งทางการเงิน (ธรรมรัตน์ อยู่พรต, 2556)

ดังนั้นในปัจจุบันกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายหรือผู้ที่เพิ่งเริ่มต้นทำงาน ถือได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนประชากรมากที่สุด และมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจการพัฒนาประเทศ พวกเขาเหล่านี้จะต้องก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยในอนาคต และด้วยวิวัฒนาการทางการแพทย์สามารถทำให้ประชากรมีอายุยืนยาวขึ้น ส่งผลให้พวกเขาจะมีช่วงเวลาของอายุในวัยหลังเกษียณยาวนานขึ้น และอาจมีการใช้เงินในการดำรงชีวิตที่มากขึ้นตามไปด้วย เพื่อเป็นการรักษาระดับคุณภาพในการดำรงชีวิตอย่างมีประสิทธิภาพ การวางแผนการเงินส่วนบุคคลจึงถือเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างมากต่อกลุ่มคนในวัยทำงานอย่างกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย ที่ในปัจจุบันส่วนใหญ่มีพฤติกรรมด้านการใช้จ่ายที่เกินตัว มีหนี้สินในสัดส่วนที่สูงมากเมื่อเทียบกับรายได้ อีกทั้งยังขาดความรู้ทางด้าน การวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลอย่างถูกต้อง จนอาจทำให้เกิดผลเสียต่อตนเอง การดำเนินชีวิตทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงผลกระทบที่อาจ

เกิดขึ้นกับบุคคลรอบตัวในสังคม หรือผลกระทบจากการเติบโตทางเศรษฐกิจและการพัฒนาประเทศ

### วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจ ทักษะ และคุณภาพการให้บริการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของกลุ่มคนที่เพิ่งเริ่มต้นการทำงาน (First Jobber) ในกรุงเทพมหานคร

### สมมติฐานการวิจัย

ตัวแปรด้านแรงจูงใจ ทักษะ และคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของกลุ่มเริ่มต้นการทำงานที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี อยู่ในกรุงเทพมหานคร

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### 1. การศึกษาเชิงปริมาณ(Quantitative Research) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้วิจัยได้เลือกประชากรที่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 20-30 ปี ที่เคยตัดสินใจเลือกวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล ซึ่งจำนวนประชากรไม่ทราบแน่นอน ทำให้การศึกษาครั้งนี้กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ด้วยสมมติฐานว่าข้อมูลมีการกระจายตัวแบบปกติ ผู้วิจัยได้เลือกแนวทางการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของคอคแรน (Cochran, 1953) โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 คน

#### ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาอิทธิพลของตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ทั้งหมด 3 ตัวแปร ประกอบไปด้วย 1) แรงจูงใจ (Motivation) (Abraham H. Maslow, 1947) 2) ทักษะ (Attitude) (Schiffman Kanuk, 1994) และ 3) คุณภาพและการให้บริการ (Service quality) (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988) ต่อตัวแปรตาม (Dependent Variables) จำนวน 1 ตัวแปร คือ การตัดสินใจเลือกวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล

ของกลุ่มคนที่เพิ่งเริ่มต้นการทำงาน (First Jobber) ใน กรุงเทพมหานคร (Kotler & Keller, 2006)

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) จากแนวคิด ทฤษฎี บทความ และ เอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยด้านต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ทัศนคติ และคุณภาพการ

ให้บริการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของกลุ่มคนที่เริ่มต้นชีวิตการทำงาน ในกรุงเทพมหานคร

ก่อนกระบวนการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน ผู้วิจัยได้มีการทดลองใช้แบบสอบถาม (Pretest) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ซึ่งจากผลการทดสอบพบว่า ค่าความเชื่อมั่นของ Cronbach's Alpha มีค่าเท่ากับ .986 ซึ่งมีค่ามากกว่า .7 (Cronbach, L.J., 1951) ดังแสดงในตารางที่ 1

Cronbach's Alpha	N of Items
.986	16

### ตารางที่ 1 – ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาโดยใช้สูตรครอนบาคก่อนเก็บแบบสอบถาม (อยู่ข้างบน)

จากผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม แสดงให้เห็นว่าสามารถยอมรับในการนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงได้ และหลังจากนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริงแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามอีกครั้ง ผลการวิเคราะห์พบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.990 ซึ่งเป็นการยืนยันได้ว่าแบบสอบถามในการทำวิจัยครั้งนี้มีความเหมาะสมและสามารถนำมาใช้ในการจัดทำแบบสอบถามได้จริง

### สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ได้ใช้กระบวนการประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และการวิเคราะห์ทางสถิติ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถาม ของกลุ่มคนที่เพิ่งเริ่มต้นการทำงาน (First Jobber) กรณีการศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ชุด ได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และ ประสบการณ์ในการทำงาน ซึ่งใช้ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency)

2. การวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรที่อยู่รวมกลุ่ม หรือลดจำนวนอยู่ในกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กัน จึงเกิดการสกัดองค์ประกอบแบบ Principle Component Analysis (PCA) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์หองค์ประกอบร่วม (Common Factor Analysis) แล้วใช้การหมุนแกนองค์ประกอบ (Factor Rotation) โดยใช้วิธีการหมุนแกนแบบตั้งฉาก (Verimax)

3. การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression) เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นที่มีจำนวนมากกว่า 1 ตัว และตัวแปรตามเพียง 1 ตัวเท่านั้น (Joseph, William, Barry & Rolph, 2010) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานในงานวิจัย

### 2. การศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

#### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์รวม 2 คน ประกอบด้วย

ผู้บริหารจาก บริษัทไทยประกัน ชีวิต จำกัด (มหาชน) ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายขายงานนครหลวง 36 และ ผู้บริหารสโมสรที่ปรึกษาการเงิน (FA Club) ตำแหน่ง ประธานสโมสร 1 คน ซึ่งบุคคลทั้ง 3 เป็นผู้บริหารที่มีประสบการณ์ในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล และเคยมีประสบการณ์ในการสื่อสารพูดคุยกับกลุ่มคนที่ถือเป็นผู้เริ่มต้นชีวิตการทำงาน (First Jobber) มามากกว่า 10 ปี ทำให้ทราบถึงพฤติกรรม ลักษณะการเปลี่ยนแปลง หรือ เหตุผลในการตัดสินใจเลือกวางแผนการเงินส่วนบุคคล ของกลุ่มบุคคลประเภทดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

### เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างชุดคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ประกอบด้วยชุดคำถามปลายปิดและปลายเปิดที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ ทศนคติ คุณภาพการให้บริการ และการตัดสินใจเลือกวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของกลุ่มคนที่เริ่มต้นชีวิตการทำงาน (First Jobber) ในกรุงเทพมหานคร โดยแนวคำถามมาจากการทบทวนวรรณกรรมและแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้เลือกแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) มีการวางแผนการสัมภาษณ์แบบเป็นขั้นตอน มีคำถามสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างแบบหลวม (Loosely structure) เพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์มีอิสระในการให้ข้อมูล สามารถอธิบาย และให้ความคิดเห็นของตนเองได้อย่างเต็มที่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการวิเคราะห์หาเหตุใน

การอ้างอิงความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับการทดสอบสมมติฐานในการวิจัย

### ผลการวิจัย

#### การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบเชิงสำรวจพบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy: KMO) เท่ากับ 0.961 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 และมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรต่าง ๆ นั้นมีความสัมพันธ์อย่างดีเยี่ยม (Rangsungron, 2011) ในส่วนของ Bartlett's Test of Sphericity เพื่อทดสอบสมมติฐานพบค่า Chi-Square ที่ใช้ในการทดสอบมีค่าเท่ากับ 12460.118 และมีนัยสำคัญทางสถิติ (Significant) ที่ระดับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าเมตริกซ์สหสัมพันธ์ด้านตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันเป็นอย่างดี จึงสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบตามวัตถุประสงค์การวิจัยครั้งนี้ได้ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Joreskog & Sorbom, 1989) อีกทั้งเมื่อพิจารณาพบว่า ค่า Eigen Value สามารถอธิบายค่าปัจจัยร่วมได้มากถึง 80.17% (Total Variance Explained) (Joseph, William, Barry & Rolph, 2010) โดยจากผลการศึกษาพบว่าทุกปัจจัย ที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) นั้น สามารถยืนยันได้จากความสอดคล้องของการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิดในงานวิจัยครั้งนี้

ตารางที่ 2 ค่าการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ

Factors	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Motivation	.462	.025	.480	8.769	.000*
Service quality	.347	.018	.378	6.820	.000*
Attitude	.289	.039	.317	6.151	.000*
R = .865	R <sup>2</sup> = .778	R <sup>2</sup> adj = .763			

การวิเคราะห์ข้อมูลการแจกแจงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พร้อมทั้งการแปลผลของ

แบบสอบถามในแต่ละปัจจัย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (ตามตารางที่ 3)

**ตารางที่ 3 – ค่าการวิเคราะห์ข้อมูล การแจกแจงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน**

Factors	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
Motivation	4.88	0.324	มากที่สุด
Attitude	4.75	0.362	มากที่สุด
Service Quality	4.77	0.345	มากที่สุด
Decision	4.78	0.330	มากที่สุด

จากผลการวิเคราะห์แจกแจงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละปัจจัย ตามตารางที่ 3 พบว่าทุกปัจจัยมีการรายงานระดับอิทธิพลของตัวแปรที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด

### การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression)

จากการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณในครั้งนี้นี้มีการรายงานค่า  $R^2$  เท่ากับ 0.778 สามารถอธิบายได้ว่า ตัวแปรต้นในงานวิจัยครั้งนี้ ซึ่งประกอบไปด้วย แรงจูงใจ ทัศนคติ และคุณภาพการให้บริการ สามารถอธิบายตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล ได้มากถึง 77.8% \* $p < .05$

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่าตัวแปรต้นทั้ง 3 ตัว ส่งอิทธิพลในเชิงบวกต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งพิจารณาได้จากค่า Beta ที่มีค่าเป็นบวกทั้งหมด สำหรับการวิเคราะห์และพิจารณาในแต่ละตัวแปร พบว่าตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของกลุ่มคนที่เริ่มต้นชีวิตการทำงานในกรุงเทพมหานครมากที่สุด คือ ด้านแรงจูงใจ (Motivation) ซึ่งมีค่า Beta เท่ากับ 0.480 ( $p < .05$ ) อันดับที่สองคือ ด้านคุณภาพการให้บริการ (Service quality) ซึ่งมีค่า Beta เท่ากับ .378 ( $p < .05$ ) และอันดับที่สาม คือ ด้านทัศนคติ (Attitude) ซึ่งมีค่า Beta เท่ากับ .317 ( $p < .05$ )

### สรุปผลการวิจัย

#### ข้อมูลด้านประชากร

1. **ด้านเพศ** พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 และเป็นเพศหญิง จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2

2. **ด้านสถานภาพ** กลุ่มตัวอย่างอยู่ในสถานภาพสมรส จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมา คือ สถานภาพโสด จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 และน้อยที่สุด คือ สถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

3. **ด้านระดับการศึกษา** พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.2 รองลงมา คือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 และน้อยที่สุดคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ ปัจจัยด้านอาชีพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0 รองลงมา คือ เจ้าของธุรกิจ จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 ข้าราชการ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ ทนายความ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 และอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง น้อยที่สุดคือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

4. **ด้านรายได้** พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 รองลงมา คือ มีรายได้

มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 รายได้ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 และรายได้ระหว่าง 40,001 - 50,000 บาท มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 ตามลำดับ โดยในการวิจัยในครั้งนี้ไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท

5. ด้านประสบการณ์ในการทำงาน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานระหว่าง 3 - 5 ปี จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 รองลงมา คือ มีประสบการณ์ในการทำงานระหว่าง 2-3 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 มีประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี ขึ้นไปจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และมีประสบการณ์ในการทำงานระหว่าง 1-2 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 ตามลำดับ โดยในการวิจัยในครั้งนี้ไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า 1 ปี

*ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1* พบว่าตัวแปรด้านแรงจูงใจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของกลุ่มคนที่เริ่มต้นชีวิตการทำงาน (First Jobber) ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร (Beta = 0.480,  $p < .05$ ) สอดคล้องกับแนวคิด และทฤษฎีอ้างอิงของอับบราฮัม เอช มาสโลว์ (Abraham H. Maslow, 1947) ที่กล่าวว่าความต้องการของมนุษย์ คือ แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการกระทำของมนุษย์ เพื่อให้สามารถบรรลุตามความต้องการ หรือเป้าหมายได้ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ พสขพันธ์ บุญช่วย และธีระวัฒน์ จันทิก (2562) พบว่ากลุ่มคนวัยหนุ่มสาวมีการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ ส่วนหนึ่งมาจากปัจจัยทางด้านแรงจูงใจที่เป็นจุดเริ่มต้นในการกระตุ้น จนเกิดกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าต่อไป เนื่องจากแรงจูงใจที่มีในตัวของแต่ละบุคคลจะสะท้อนถึงความมุ่งมั่น และทุ่มเท เพื่อให้ได้สิ่งหนึ่งสิ่งใดมาเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยแรงจูงใจนั้นอาจเป็นแรงจูงใจที่มาจากตนเองครอบครัว หรือบุคคลที่มีอิทธิพลก็ได้

*ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2* พบว่าปัจจัยด้านทัศนคติมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของกลุ่มคนที่เริ่มต้นชีวิตการ

ทำงาน (First Jobber) ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร (Beta = 0.317,  $p < .05$ ) สอดคล้องกับแนวคิด และทฤษฎีอ้างอิงของ ชิฟแมน และคานุก (Schiffman and Kanuk, 1994) ที่กล่าวว่าความคิดหรือทัศนคติของบุคคลหนึ่ง จะเกิดขึ้นได้จากส่วนของความเข้าใจ ส่วนของความรู้สึก และ ส่วนของพฤติกรรม เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ศุภิกา นิรติศัย (2561) พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตมีการตัดสินใจในการเรียนรู้ในหลักสูตรการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษอย่างกระตือรือร้น เนื่องมาจากการมีทัศนคติที่ดีต่อการเรียนรู้นั้น การมีมุมมอง หรือแนวคิดที่ว่าภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่มีความสำคัญอย่างมากในการทำงานทั้งในปัจจุบันและอนาคต เป็นการแสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญ การตระหนักถึงสิ่งที่มีความจำเป็นต่อชีวิตหลังจากเรียนจบการศึกษา ซึ่งสามารถนำไปสู่ความรู้สึกที่ดีต่อการเรียนภาษาอังกฤษตามไปด้วย โดยอาจเกิดความรักต่อการเรียนรู้เพิ่มเติม จนนำไปสู่พฤติกรรมที่ทำการเรียนรู้ และพัฒนาที่เพิ่มสูงขึ้น จนสามารถพูด อ่าน หรือเขียนภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี และสามารถนำไปใช้ในการทำงานจริงได้หลังจากจบการศึกษา

*ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3* พบว่าปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของกลุ่มคนที่เริ่มต้นชีวิตการทำงาน (First Jobber) ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร (Beta = 0.378,  $p < .05$ ) สอดคล้องกับแนวคิด และทฤษฎีอ้างอิงของพาราสุรามาน ซีแธมล์ และเบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988) ที่กล่าวว่ากำหนดคุณภาพการให้บริการที่ดี จะต้องมียอดประกอบ คือ ลักษณะทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความมั่นใจได้ และการเข้าถึงจิตใจของผู้ให้บริการ เช่นเดียวกับงานวิจัยของกมล สการะเศรณี และอภิวรรณ ภิรมเมือง (2560) พบว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครจะมีการวัดระดับคุณภาพการให้บริการเพื่อใช้เป็นหลักในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ โดยมีการคำนึงถึง ด้านภาพลักษณ์ของแอปพลิเคชัน รูปแบบการใช้ที่เข้าถึงได้ง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน บริการได้

รวดเร็ว สะดวกต่อการเดินทางจากสถานที่ที่ห่างไกล จากบริเวณที่มีการนิยมสัญจร และหากการบริการใน ครั้งแรกได้รับความพึงพอใจแล้ว จะส่งผลต่อการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการในครั้งต่อไปด้วย แต่ในทาง กลับกันหากการบริการในครั้งใดครั้งหนึ่ง ทำให้เกิด ความรู้สึกในคุณภาพการให้บริการที่ต่ำกว่าการ คาดหวัง ก็ส่งผลต่อกระบวนการในการตัดสินใจได้ ด้วยเช่นกัน

### ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

การสร้างแรงจูงใจที่ชัดเจนให้กับกลุ่มลูกค้า ที่เป็นกลุ่มคนที่เริ่มต้นชีวิตการทำงานหรือในภาษาอังกฤษเรียกว่า First Jobber ในกรุงเทพมหานครที่มีความสนใจวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ จากตัวแทนประกันชีวิตและที่ปรึกษาทางการเงิน ดังนั้นการนำเสนอที่สามารถอธิบาย เพื่อสร้างความ เข้าใจถึงจุดมุ่งหมาย หรือเป้าหมายที่แท้จริงนั้นจะช่วย

ให้ลูกค้ากลุ่มนี้สามารถเข้าใจและรู้สึกจับต้องผลลัพธ์ ในการวางแผนการเงินได้ ซึ่งจะทำให้พวกเขาสามารถ เข้าใจได้อย่างเห็นภาพว่าสิ่งที่มีความสำคัญที่สุดใน ชีวิตคืออะไรบ้าง โดยมีการให้คำแนะนำในการ จัดลำดับความสำคัญด้านแรงจูงใจที่แท้จริง ทั้งด้าน ความต้องการทางด้านกายภาพ ความต้องการด้าน ความปลอดภัยหรือความมั่นคง ความต้องการด้านการ มีส่วนร่วมและความรักในสังคม ด้านความต้องการ ด้านความเคารพยกย่อง และด้านความต้องการด้าน ความสำเร็จในชีวิต เพื่อให้เกิดความตระหนักถึง เป้าหมายที่ต้องการในชีวิตอย่างมีระบบ และเป็นแบบ แผนที่ชัดเจนมากขึ้น พร้อมทั้งการสร้าง ความ น่าเชื่อถือ หรือการไว้วางใจในคุณภาพการให้บริการ จากนั้นจึงจะสามารถปรับทัศนคติ หรือแนวคิดที่เป็น ระบบ รวมถึงการให้ความสำคัญของ การวางแผนทาง การเงินส่วนบุคคล ของกลุ่มคนระยะเริ่มต้นการทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### เอกสารอ้างอิง

- ธรรมรัตน์ อยู่พรต. (2556). ค่านิยมในการทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของเงิน เนอเรชั่นต่าง ๆ. วารสารบริหารธุรกิจ, 36(138),40-62.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2558). ความเที่ยงตรงของแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์. วารสาร สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปีที่ 18, ฉบับเดือนมกราคม-ธันวาคม 2558.
- สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2552). การวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล และการลงทุนในทางเลือกอื่น. กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- Alderfer, C.P., (1969). *An Empirical Test of a New Theory of Human Needs*. Organizational Behavior and Human Performance.
- Allport, G. W. (1968). *The person in psychology: Selected essays*. Boston, MA: Beacon.
- Altfest, L. J. (2007). *Personal financial planning*. Boston, MA: McGraw-Hill Irwin
- Assael H. 1995. *Consumer Behavior and Marketing Action*. (5<sup>th</sup> ed.). Ohio: South Western.
- Barnard, C. I. (1938). *The functions of the executive*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bateson, John E.G. (1985). *Perceived Control and the Service Encounter*. In Czepiel, John A.: Solomon.
- Bovee, C. L. (1993). *Management*. New York: McGraw-Hill.
- Bovee, C.L., Houston, M.J., & Thill, J.V. 1995. *Marketing*. (2<sup>nd</sup> ed.). London: McGraw-Hill.
- Cherington, D.J. (1989). *Organization Behavior*. Boston: Allyn and Bacon.
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons. Inc.



- Cronbach, L.J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16 (3), 297-334.
- Douglas, C.M. (2007). *Design and Analysis of Experiments*. (6<sup>th</sup> ed.). New York: John Willey & Sons Inc.
- Dubrin, A. J., & Ireland, R. D. (1993). *Management and organization*. (2<sup>nd</sup> ed.). Ohio: South Western Publishing Company.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Ghobadian, A., Speller, S. & Jones, M. (1994). Service quality: Concepts and models. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 11: 43-66.
- Gibson, L. J., Ivancevich, J. M. and Donnelly, J. H. (1997). *Organizations, Behavior Structure Processes*. (9<sup>th</sup> ed.). United States: The McGraw-Hill Companies.
- Greenberg, J., & Baron, R. A. (1997). *Behavior in organizations*. (6<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle River, NJ.: Prentice Hall.
- Gronroos, G. T. (1990). *Service management and marketing*. Massachusetts: Lexington Books.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B.J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Hallman and Rosenbloom. (2000). *Personal Finance Planning*. (6<sup>th</sup> ed.). New York: McGraw-Hill.
- Hilgard, Ernest R. (1962). *Introduction to Psychology*. New York: Harcourt Brance and World Inc.
- Jones. (1984). Socialization tactics, self-efficacy, and newcomers' adjustments to organizations. *Academy of Management Journal*, 28, 467-474.
- Joreskog, K.G., & Sorbom, D. (1989). *LISREL 7: A guide to the program and applications 2nd ed*. Chicago: SPSS.
- Joseph H.F., William B.C., Barry, B.J., & Rolph, A.E. (2010). *Multivariate data analysis (7th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kast, F. E., & Rosenzweig, J. E. (1979). *Organization and management: A system and contingency approach*. Tokyo: McGraw-Hill.
- Katz, Daniel. (1960). "The Functional Approach to Study of Attitude". Public Opinion Quarterly.
- Kenicki, Angelo and Williams, Brian K. (2006). *Management: A Practical Introduction (2nd ed.)*. New York: McGraw-Hill / Irwin
- Kotler, P. (2000). *Marketing management: Analyzing consumer marketing and Buyer behavior (The Millennium)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2006). *Marketing management*. (12<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.

- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing management*. (14<sup>th</sup> ed.). Kendallville: Pearson/Prentice Hall.
- Krech, David, and Crutchfield, Richard S. (1948). *Theory and problem of Social Psychology*. McGraw, London
- Laily, Mohd & Sabri. (2010). Effects of financial wellness on the relationship between financial problem and workplace productivity. *World Applied Sciences Journal*, 10(8), 871-878.
- Lawrence J. Gitman, David S. Morrison, Michael D. Joehnk. (2007). *Personal Financial Planning*, Australia: Thomson.
- Locke, Edwin A. (1968). *Organizational Behavior and Human Performance*. Chicago: Rand McNally
- Maslow, A. (1943). *A theory of human motivation*. *Psychological Review* 50. New York: McGraw-Hill.
- McClelland, David C. (1961). *The Achieving Society*. New York: D. Van Nostrand Company Inc. McGraw-Hill. Herzberg,
- Frederick and others. (1959). *The Motivation to Work*. New York: John Wiley and Sons.
- Parasuraman, A., Berry, L.L., & Zeithaml, V.A. (1985). A concept model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing*, page 49, (Fall), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of retailing*, 64, 12-40.
- Pfiffner, John M. and Robert V. Presthus. (1960). *Public Administration*. (4<sup>th</sup> ed). New York: The Ronald Press Company.
- Pinder, C. C. (1984). *Work motivation; Theory, issues, and applications*. Glenview: Foresman and Company.
- Rangsunghoen, G. (2011). *Factor analysis by SPSS and AMOS for Research*. Bangkok: Se-Education. (in Thai).
- Rokeach, Milton. 1970. San Francisco: Jossey Basso, Inc.
- Schermerhorn, J. R. (2002). *Management*. (7th ed.). New York: John Wiley & Sons, Inc. Schermerhorn
- Schiffman, Leon G.; & Kanuk, Leslie Lazar. (2007). *Consumer Behavior*. (9<sup>th</sup> ed). Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice – Hall.
- Schneider, B., & White, S. S. (2004). *Service quality: Research perspectives*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Solomon, Michael R. (2013). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (8th ed.). NJ: Prentice-Hall.
- Vickie Bajtelsmit. (2006). *Personal Finance*, Colorado State University, John Wiley & Sons, Inc.
- Vroom, H Victor. (1964). *Work and Motivation*. New York: Wiley and Sons Inc.
- Vroom, V. H. (1970). *Work and Motivation*. New York: John Wiley & son.

- Walters. (1978). *Adaptive Management of Renewable Resources*. New York: Mc Graw-Hill.
- Wehrich, Heinz and Koontz, Harold, (1993). *Management: A Global Perspective*. (10<sup>th</sup> ed). McGraw-Hill, New York.
- Weiten, W. (1997). *Psychology of education. The United States of America*: Vonoffman.
- Williams, A. (2002). *Understanding the Hospitality Consumer*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality and value: A mean-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52: 2 - 22.
- Zimbardo and Weber. (1997). *Psychology (2nd ed.)*. New York: Longman Publishers.