



คำสั่ง

ที่ 004/2564

เรื่อง แต่งตั้งกรรมการวิชาการ

การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการสื่อสาร การบริหารจัดการ และนวัตกรรมครั้งที่ 6
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ประจำปีการศึกษา 2564

ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.ศักดิ์ดา ปั่นเน่งเพชร	ประธานกรรมการ
ศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช	ที่ปรึกษา
รองศาสตราจารย์ ดร.กำจร หลุยยะพงศ์	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.จันทิมา เขียวแก้ว	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ ประจักษ์เนตร	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.สุทนต์ ศรีไสย์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขจิตขวัญ กิจวิสาละ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวิภา สิ้นสุวรรณ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา เอี่ยมกิจการ สบายใจ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณวีร์ บุญคุ้ม	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธนิภา ศรีไสย์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญชลี พิเชษฐพันธ์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริชัย อรรถอุดม	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรภัทร เร็มศรี	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มานา ปัจฉิมนันท์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภรัตน์ พงษ์สุราลัย	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร. สมเกียรติ เหลืองศักดิ์ชัย	กรรมการ
อาจารย์ ดร.จิรา กฤตยพงษ์	กรรมการ

อาจารย์ ดร.ภัทรา แต่งเที่ยง	กรรมการ
อาจารย์ ดร.พิชญ์พฐ์ ไวยโชติ	กรรมการ
อาจารย์ ดร.มานะ ตีร์ยาภิวัฒน์	กรรมการ
อาจารย์ ดร.ศุภชา เอี่ยมโอภาส	กรรมการ
อาจารย์ ดร.สุชี เผ่าบุญมี	กรรมการ
อาจารย์ ดร.โสภาค พาณิชพาพิบูล	กรรมการ
อาจารย์ ดร.ธิตีพัทธ์ ลีมีสัมฤทธิ์นิภา	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรัมพร สังข์ชัย	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์นฤมล สิงห์ประเสริฐ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัตนา เมฆนันท์ไพศิฐ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สรลักษณ์ พงษ์โพธิ์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัตติกาล เจนจัด	กรรมการ

ทั้งนี้ ให้คณะกรรมการมีบทบาทและหน้าที่ในการดำเนินการจัดการประชุมวิชาการให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน และมีคุณภาพในระดับชาติ รวมถึงหน้าที่ในการพิจารณาบทความและสรรหาผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาบทความ

สั่ง ณ วันที่ 20 ธันวาคม 2564



(ศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช)

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รายนามคณะกรรมการจัดงานประชุมวิชาการ

คณะกรรมการดำเนินงาน

ชื่อ - สกุล	หน่วยงาน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทนต์ ตรีไสย	ผู้อำนวยการศูนย์ศึกษาสื่อและ การสื่อสารอาเซียน (AMSAR) คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์ ดร.จิรา กฤตยพงษ์	กรรมการศูนย์ศึกษาสื่อและ การสื่อสารอาเซียน (AMSAR) คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิรเมน สังข์ชัย	กรรมการและเลขานุการศูนย์ศึกษาสื่อและ การสื่อสารอาเซียน (AMSAR) คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
นางสุดที่รัก สุริยะวงศ์	ผู้ช่วยเลขานุการศูนย์ศึกษาสื่อและ การสื่อสารอาเซียน (AMSAR) คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

ชื่อ - สกุล	มหาวิทยาลัย/สถาบัน
รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน	คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.กำจร หลุยยะพงศ์	คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
รองศาสตราจารย์ ดร.สุทนต์ ตรีไสย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ ประจักษ์เนตร	คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ชื่อ - สกุล	มหาวิทยาลัย/สถาบัน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวิภา สิ้นสุวรรณ	คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชจิตชวัลย์ กิจวิสาละ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา เอี่ยมกิจการ สบายใจ	คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริชัย อรรถอุดม	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรภัทร เร่มศรี	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ สกลนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณวีร์ บุญคุ้ม	คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
อาจารย์ ดร.ธิดิพัทธ์ ลิ้มสัมฤทธิ์นิภา	คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัย มหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัตติกาล เจนจัด	คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

ชื่อ - สกุล	มหาวิทยาลัย/สถาบัน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนา เมฆนนท์ไพศิฐ	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธินิภา ศรีไสย	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุจิตรา เปลียนรุ่ง	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มานา ปัจฉิมนันท์	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภารัตน์ พงษ์สุราลัย	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์ ดร.โสภาค พาณิชพาพิบูล	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์ ดร.สุธี เฝ้าบุญมี	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์ ดร.มานะ ตีร์ยาภิวัดน์	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์ ดร.พิชญ์พฐ์ ไวยโชติ	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์ ดร.ภัทรา แดงเที่ยง	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์นฤมล สิงห์ประเสริฐ	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรัมภ์ สัจฉัย	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รายนามผู้ดำเนินการประชุม

ชื่อ - สกุล	มหาวิทยาลัย/สถาบัน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนา เมฆนนท์ไพศิฐ์	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภารัตน์ พฤกษ์สุราลัย	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญชลี พิเชษฐพันธ์	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรลักษณ์ พงษ์โพธิ์	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ ร้อยตรี ดร.สมเกียรติ เหลืองศักดิ์ชัย	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย
อาจารย์ ดร.โสภชา เอี่ยมโอภาส	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย
อาจารย์ ดร.พิชญ์พฐ์ ไวยโชติ	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นฤมล สิงหประเสริฐ	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย

กองจัดการ

- ภาพินี ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา
- กุลภัทรา มนชา
- น้ำฝน สระดี
- สุดที่รัก สุริยวงค์

ปกหนังสือ

- ศุภักร หมดป้องกัน

ช

สารบัญ (ต่อ)

26. แนวทางการสร้างแบรนด์บุคคลของนักพยากรณ์ดวงชะตาไทยในยุคดิจิทัล
Personal Branding of Thai Fortune Tellers in the Digital Age 386
ปรารธนา พรหมพิทักษ์ และ ตระหนักจิต ยุตยรรยง
27. การศึกษาปัญหาของผู้ใช้บริการ Mobile Banking จากการใช้บริการแอปพลิเคชัน
GHB ALL ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล
Problems of Mobile Banking Users in Using GHB All Application
of the Government Housing Bank in Bangkok and the Vacinity 399
ธัญญ์วี เตมา และ สุทธาวรรณ ชาโต้
28. การทบทวนทฤษฎีการเป็นผู้นำแบบผู้รับใช้ : อิทธิพลของวัฒนธรรมและศาสนา
A Review of Servant Leadership Theories: An Influence of
Culture and Religion 419
สุวรรณย์ เขมาวพัฒน์
29. ความรู้ทางการเงิน แรงจูงใจทางการเงิน และทัศนคติทางการเงินส่งผลต่อพฤติกรรม
การวางแผนทางการเงินและการเลือกรูปแบบการออม และการลงทุนในสถานการณ์
วิกฤติโควิด-19 กรณีศึกษา : ลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคาร B จำกัด (มหาชน) เขตนครปฐม1
Financial Knowledge Financial Motivation and Financial Attitude Affecting to
Financial Behavior and Saving Pattern and Investment Pattern on the Situation
Covid-19 Crisis Case Study : Exclusive Customers of Bank B PLC., District
Nakhonpathom 1 434
ชาญธาดา กฤษเลิศกุล และ ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ
30. พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีและทัศนคติในการใช้งานที่ส่งผลต่อความสำเร็จด้านการเงิน
ของธุรกิจสตาร์ทอัพภาคการเกษตรในภาคใต้ ประเทศไทย
Technology Use Behavior, and Usage of Technology Attitudes Affecting the
Financial Success of Agricultural Start-ups in Southern Thailand 449
นवल แก้วสุวรรณ และ ศิริวรรณ ขจรกสิรัตน์

ความรู้ทางการเงิน แรงจูงใจทางการเงิน และทัศนคติทางการเงิน ส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผน
ทางการเงินและการเลือกรูปแบบการออมและการลงทุน ในสถานการณ์วิกฤติโควิด-19
กรณีศึกษา : ลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคาร B จำกัด (มหาชน) เขตนครปฐม1

Financial Knowledge Financial Motivation and Financial Attitude Affecting to Financial
Behavior and Saving Pattern and Investment Pattern on the Situation Covid-19 Crisis Case

Study : Exclusive Customers of Bank B PLC., District Nakhonpathom 1

ชาญธาดา กฤษเลิศกุล¹ และ ธนินทร์รัฐ รัตนพงษ์ภิญโญ²

¹นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

²อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

41บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาความรู้ทางการเงินที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟในสถานการณ์วิกฤติโควิด-19 (2) เพื่อศึกษาแรงจูงใจทางการเงินที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟในสถานการณ์วิกฤติโควิด-19 (3) เพื่อศึกษาทัศนคติทางการเงินที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟในสถานการณ์วิกฤติโควิด-19 และ(4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์กันระหว่างพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินกับรูปแบบการออมและการลงทุนของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟในสถานการณ์วิกฤติโควิด-19 รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟธนาคาร B จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนครปฐม เขต 1 จำนวน 300 คน (9 สาขา) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ และสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า (1) ความรู้ทางการเงินส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟในสถานการณ์วิกฤติโควิด-19 (2) แรงจูงใจทางการเงินส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟในสถานการณ์วิกฤติโควิด-19(3) ทัศนคติทางการเงินส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟในสถานการณ์วิกฤติโควิด-19 และ(4) พฤติกรรมการวางแผนทางการเงินมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออมและการลงทุนของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟในสถานการณ์วิกฤติโควิด-19

คำสำคัญ : ความรู้ทางการเงิน แรงจูงใจทางการเงิน ทัศนคติทางการเงิน พฤติกรรมการวางแผนทางการเงิน รูปแบบการออมและการลงทุน

Abstract

This Article aimed (1) To study the financial knowledge affecting to financial behavior of exclusive customers in the situation of Covid-19 crisis (2) To study the financial motivation affecting to financial behavior of exclusive customers in the situation of Covid-19 crisis (3) To study the financial attitude affecting to financial behavior of exclusive customers in the situation of Covid-19 crisis (4) To study the relationship between financial behavior and saving pattern and investment Pattern of exclusive customers in the situation of Covid-19 crisis. The quantitative research instrument was a questionnaire. The sample was exclusive customers total amount of 300 persons. (9 Branch). They were selected by simple random sampling. The data were then statistically analyzed by average, percentile and standard deviation. Then, the researcher analyzed the data by applying the multiple regression analysis, and Pearson Correlation.

The research results found that level of financial knowledge positive affecting to financial behavior of exclusive customers in the situation of Covid-19 crisis. The level of financial motivation positively affected the financial behavior of exclusive customers in the situation of Covid-19 crisis. The level of financial attitude positively affected the financial behavior of exclusive customers in the situation of Covid-19 crisis. Finally, financial behavior correlated with saving pattern and investment pattern of exclusive customers in the situation of Covid-19 crisis.

Keywords: Financial Knowledge; Financial Motivation; Financial Attitude; Financial Behavior; Saving pattern and investment pattern

บทนำ

ในสถานการณ์ปัจจุบันการอยู่รอดของการประกอบธุรกิจและการดำรงชีวิตนั้นมีความสำคัญมากขึ้น และประกอบกับการเกิดโรคระบาดโควิด-19 ที่ผ่านมา จึงทำให้เรื่องเศรษฐกิจนั้นเป็นสิ่งที่ต้องตระหนักและให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ส่งผลให้ธุรกิจและพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันนั้นมีการเปลี่ยนแปลงและต้องมีปรับตัวอย่างรวดเร็ว หลายธุรกิจก็ต้องหยุดชะงัก และปิดกิจการลง ความเสียหายที่เกิดความวิกฤติโรคระบาดโควิด-19 ครั้งนี้แผ่กระจายทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยด้วยที่ได้รับผลกระทบมากเช่นเดียวกัน หลายครั้งที่ภาครัฐออกมาตรการช่วยเหลือเยียวยา และบรรเทา เพื่อลดความรุนแรงที่เกิดขึ้นต่อเศรษฐกิจของประเทศในครั้งนี้อย่างน้อย รวมถึงนโยบายส่งเสริมและการประชาสัมพันธ์ให้ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารการจัดการการเงินของแต่ละบุคคล เน้นการสร้างระบบการเงินของครอบครัวมากขึ้น แต่ผลจากสำรวจหนี้สินครัวเรือนของไทยนั้นเพิ่มสูงขึ้นตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 42.70 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563) จะเห็นได้ว่าหนี้สินของครัวเรือนที่เพิ่มขึ้น มีสาเหตุที่ไม่สามารถควบคุมได้ และสาเหตุที่สามารถควบคุมได้ เพียงคนไทยต้องมีความรู้ ทักษะ และวินัยในการบริหารเงินที่เพียงพอ จึงนำไปสู่พฤติกรรมแผนทางการเงิน เพื่อชีวิตที่มีคุณภาพในยามเกษียณ โดยส่งต่อเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2563)

ปัจจัยสาเหตุที่ส่งผลต่อพฤติกรรมทางการเงิน ประกอบด้วย ความรู้ทางการเงิน แรงจูงใจทางการเงิน และทัศนคติทางการเงิน 1)ความรู้ทางการเงิน เป็นพื้นฐานที่สำคัญในการบริหารจัดการ การให้เกิดผลลัพธ์สูงสุด ตามหลักการขององค์กร OECD (The Organization for Economic Cooperation and Development) 2)แรงจูงใจทางการเงิน เป็นพลังแรงปรารถนาที่อยากจะประสบความสำเร็จในเป้าหมายทางตามแนวคิดการเงิน บุญรุ่ง จันทน์นาค (2554) 3)ทัศนคติทางการเงิน เป็นความคิดเห็นหรือความรู้สึกที่มีต่อแนวคิดหรือหลักการของการเงิน เกี่ยวข้องกับกรอบแนวคิดทักษะการเงินของFSA (Financial Services Authority, 2005) สิ่งเหล่านี้มีผลต่อพฤติกรรมวางแผนทางการเงิน โดยพฤติกรรมจะแสดงออกถึงสิ่งที่ให้ความสำคัญและตระหนักตามลำดับ ตามแนวคิดปิรามิดทางการเงิน (Financial Pyramid) อ้างอิงตาม ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) (2563) ซึ่งแต่ละบุคคลสามารถทำตามขั้นตอนการวางแผนทางการเงินได้อย่างสมดุล และธนาคารสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ หรือแลกเปลี่ยนความรู้ให้กับลูกค้าได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า การให้บริการได้แบบองค์รวม หรือบูรณาการ ธนาคารจึงไม่เพียงแต่เป็นธนาคารที่ให้บริการรายการทั่วไป แต่จะสามารถยกระดับการให้บริการ รวมถึงส่งผลทางอ้อมต่อเศรษฐกิจของประเทศ

ผู้วิจัยได้เห็นถึงความสำคัญของการวางแผนทางการเงิน ซึ่งจะเป็นรากฐานที่สำคัญของประเทศ โดยผู้วิจัยเลือกกลุ่มลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความพร้อมทางการเงินและมี

ความน่าสนใจ เพื่อที่จะใช้ในการหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการวางแผนทางการเงินเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ผู้วิจัยจึงนำลูกค้ำกลุ่มนี้มาศึกษาวิจัยเพื่อดูปัจจัยด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านความรู้ทางการเงิน แรงจูงใจทางการเงิน และทัศนคติทางการเงิน ที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงิน และพฤติกรรมการวางแผนการเงินมีความสัมพันธ์กับการเลือกผลิตภัณฑ์ของธนาคารที่จะให้บรรลุเป้าหมายทางการเงินของแต่ละบุคคลส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนและการเลือกรูปแบบการออมและการลงทุนในสถานการณ์วิกฤติโควิด-19ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน เพื่อเป็นประโยชน์อีกทางหนึ่งสำหรับพนักงานธนาคาร ในการแนะนำการวางแผนทางการเงินและผลิตภัณฑ์ของธนาคารที่สอดคล้องกับเป้าหมายทางการเงินของลูกค้ามากที่สุด รวมทั้งช่วยในการออกแบบการวางแผนให้คำปรึกษากลุ่มลูกค้า เพื่อตอบสนองแนวทางการวางแผนการเงินที่เปลี่ยนไปในภาวะปัจจุบัน อีกทั้งเป็นการช่วยสร้างมั่นคงให้กับประเทศในทางอ้อมได้อีกด้วย

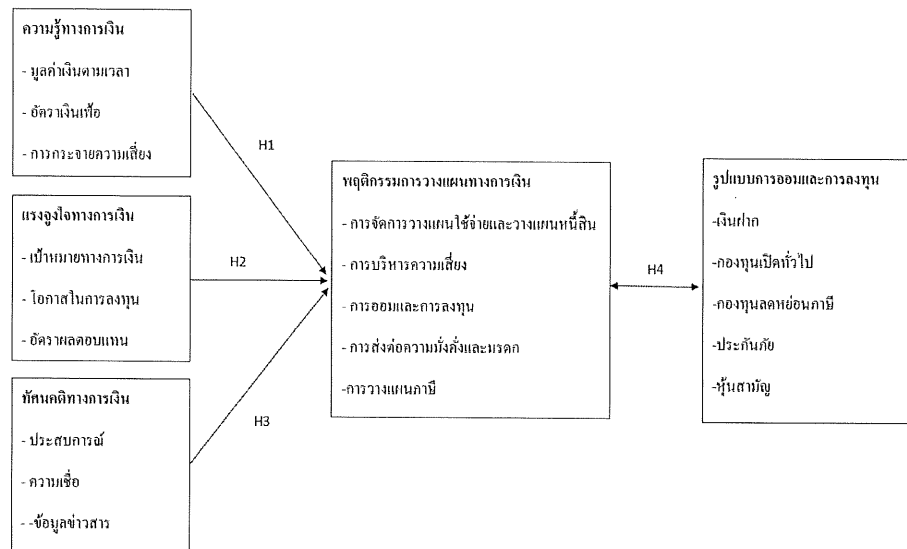
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ ในสถานการณ์วิกฤติโควิด19
2. เพื่อศึกษาความรู้ทางการเงิน แรงจูงใจทางการเงิน และทัศนคติทางการเงินที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ ในสถานการณ์วิกฤติโควิด-19
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์กันระหว่างพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินกับรูปแบบการออมและการลงทุนของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟในสถานการณ์วิกฤติโควิด-19

สมมติฐานการวิจัย

1. ความรู้ทางการเงินส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ ในสถานการณ์วิกฤติโควิด-19
2. แรงจูงใจทางการเงินส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ ในสถานการณ์วิกฤติโควิด-19
3. ทัศนคติทางการเงินส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ ในสถานการณ์วิกฤติโควิด-19
4. พฤติกรรมการวางแผนทางการเงินมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออมและการลงทุนของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ ในสถานการณ์วิกฤติโควิด-19

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ทางการเงิน

สฤณี อาชวานันทกุล (2552)กล่าวไว้ว่า ความรู้ทางการเงินเป็นชุดทักษะ หรือชุดความรู้ที่สามารถนำมาใช้ในการบริหารจัดการการเงินของตนเองให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยต้องอาศัย ข้อมูลครบถ้วนในการบริหาร และขั้นตอนในการวางแผนทางการเงินอีกด้วย สอดคล้องกับ ฝ่ายความรู้ทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย (2561) กล่าวว่า ความรู้ทางการเงินเป็นความรู้พื้นฐานของเศรษฐศาสตร์ มีองค์ประกอบ ได้แก่ ความรู้ดอกเบี้ย ความรู้อัตราเงินเฟ้อ เงินฝืด และความรู้ด้านความเสี่ยง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมทางการเงิน

แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการเงิน

James Rounds and Su (2014) กล่าวว่า กระบวนการการจูงใจเกิดจากความสนใจอยากที่จะศึกษา และเปรียบเทียบ โดยมีเป้าหมายของตนเองมาเกี่ยวข้อง โดยทั้งหมดนี้จะมีแรงจูงใจเป็นพลังผลักดัน และส่งผลต่อพฤติกรรม นอกจากนี้ Christopher D. Carroll (2001) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการออม เช่น รายได้ ความหวังหรือเป้าหมายในการลงทุน ความเสี่ยง อัตราผลตอบแทน เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้ก่อให้เกิดการออมเงินและการลงทุน

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติทางการเงิน

Krech D and R.S. (1948) กล่าวว่า ทัศนคติเกิดจาก ความต้องการของแต่ละบุคคล และจากการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ผ่านมา สอดคล้องกับแนวคิด Financial Services Authority (2005) กล่าวว่าองค์ประกอบทักษะการเงินด้านของทัศนคติทางการเงิน ได้แก่ ประสบการณ์สภาพแวดล้อม และลักษณะนิสัยของแต่ละบุคคล

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการวางแผนทางการเงิน

สุขใจ น้ำผุด (2551) กล่าวว่า นักลงทุนที่มีการวางแผนทางการเงินที่ดีจะต้องมีความเข้าใจเรื่องสังคม เศรษฐกิจ รวมถึงเครื่องมือที่ใช้ในการบริหารการเงินเป็นอย่างดี โดยจัดแบ่งเป็นขั้นตอนที่ชัดเจน ทั้งหมด 6 ลักษณะ ได้แก่ ความมั่นคงทางการเงิน การรู้จักใช้เงิน ใช้สำหรับเพื่อที่อยู่อาศัย ใช้สำหรับเพื่อความมั่นคงของชีวิตและทรัพย์สิน รูปแบบการลงทุนที่เหมาะสมกับตนเอง และการวางแผนเพื่อการเกษียณ สอดคล้องกับแนวคิด Financial Planning Pyramid ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) (2563) กล่าวถึงลำดับขั้นตอนและความสำคัญของการวางแผนทางการเงิน ประกอบด้วยขั้นตอน ได้แก่ การบริหารรายได้และค่าใช้จ่าย การจัดการความเสี่ยง การออมและการลงทุน การจัดการบริหารมรดกให้กับครอบครัว และการวางแผนทางภาษี

แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการออมและการลงทุน

ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน (2564) ให้ความหมายของการออม คือ การแบ่งส่วนออกจากรายได้ เพื่อเป้าหมายที่วางไว้ โดยมีปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณา ได้แก่ อัตราผลตอบแทน อัตราเงินเฟ้อ ระยะเวลาในการออม สภาพคล่อง ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ และภาษีหัก ณ ที่จ่าย

John C. Mowen and Minor (1998) การลงทุน หมายถึง การนำเงินหลังจากหักค่าใช้จ่ายแล้วนำมาบริหารให้เกิดการเพิ่มมูลค่ามากขึ้น แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ลงทุนเพื่อบริโภค ลงทุนเพื่อธุรกิจ และลงทุนในหลักทรัพย์

วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟของธนาคาร B จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม เขต 1 เพื่อศึกษาถึงความรู้ทางการเงิน แรงจูงใจทางการเงิน และทัศนคติทางการเงิน ส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินและการเลือกรูปแบบการออมและการลงทุน ในสถานการณ์วิกฤติโควิด-19 ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นและพัฒนาเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติบนเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยมีการกำหนดค่าระดับนัยสำคัญในการวิเคราะห์ครั้งนี้ไว้ที่ 0.05 จากนั้นนำข้อมูลที่ได้นำสรุปและอภิปรายผลการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟของธนาคาร B จำกัด (มหาชน) จังหวัด นครปฐม เขต 1 จำนวน 9 สาขา ประกอบด้วย สาขานครปฐม สาขานนทบุรี สาขาสยามแมคโคร นครปฐม สาขาเทสโก้โลตัสนครปฐม สาขาน้ำมหาวิทาลัยศิลปากร สาขากำแพงแสน สาขาเทสโก้ โลตัสกำแพงแสน สาขาบางเลน และสาขาคอนตัม จำนวน 300 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจากประชากรที่กำหนดไว้ ด้วยวิธี

วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling) โดยประชากรลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ ของธนาคาร B จำกัด (มหาชน) เขตนครปฐม 1 และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างตามขนาดที่ได้จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมด้วยสูตร Taro Yamane (1970, อ้างถึงใน ประสพชัย พสุนนท์ (2555) ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.95 และความคลาดเคลื่อน 0.05 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้มีจำนวนไม่น้อยกว่า 300 คน

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เป็นเครื่องมือในการเก็บ รวบรวมข้อมูลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ โดยเริ่มจากการทบทวนวรรณกรรม ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการวิจัยในด้านต่างๆ ตรวจสอบ ความถูกต้อง ความครบถ้วนและความครอบคลุมของเนื้อหาเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการ วิจัยของแบบสอบถาม ซึ่งใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยโดยอาจารย์ที่ปรึกษา และทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยได้รับการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามจากผู้ทรงคุณวุฒิในด้านการ บริหารธุรกิจ 3 ท่าน ทั้งด้านเนื้อหาและความเหมาะสมในการใช้ภาษาโดยการหาค่า IOC (Item-Objective Congruence Index) หลังจากการมีปรับปรุงและแก้เครื่องมือตามคำแนะนำแล้ว จึงนำ ข้อมูลไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้ คัดเลือกมาที่มีลักษณะใกล้เคียงกับลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ มีพื้นฐานมากจากคุณสมบัติที่เตรียมตัวที่จะเป็น ลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ หรือขั้นสถานะ P(Prepare) เลือกกลุ่มลูกค้าที่มีเงินฝากเฉลี่ย 2,500,000 – 2,999,999 บาทจากระบบของธนาคาร จำนวน 30 ชุด และนำค่ามาหาค่าความเชื่อมั่นจากวิธีหาค่า สัมประสิทธิ์ของครอนบาค(Cronbach's alpha coefficient) Cronbach (1974) ได้ค่าความเชื่อมั่น ของข้อคำถามอยู่ที่ 0.974

สรุปผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ

ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ใหญ่เป็นเพศชายที่มีช่วงอายุระหว่าง 33-41 ปี สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน

2. การวิเคราะห์ปัจจัยเศรษฐกิจและสังคมของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม ของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า มีช่วงรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 250,000 บาท มีเงินออม/การลงทุน 5,000,001 - 10,000,000 บาท อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว /อาชีพอิสระ /ค้าขาย ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีระยะเวลาในการทำงานมากกว่า 9 ปีขึ้นไป และไม่มีโรคประจำตัว

3. การวิเคราะห์ความรู้ทางการเงินของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ

ความรู้ทางการเงินของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้ทางการเงินในด้านการกระจายความเสี่ยงมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านอัตราเงินเฟ้อ และ ด้านมูลค่าเงินตามเวลา

4. การวิเคราะห์แรงจูงใจทางการเงินของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ

แรงจูงใจทางการเงินของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจทางการเงินในด้านเป้าหมายทางการเงินมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านอัตราผลตอบแทน และด้านโอกาสในการลงทุน

5. การวิเคราะห์ทัศนคติทางการเงินของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ

ทัศนคติทางการเงินของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติทางการเงินในด้านความเชื่อมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านประสบการณ์

6. การวิเคราะห์พฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ

พฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินด้านการจัดการวางแผนใช้จ่ายและหนี้สินมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การบริหารความเสี่ยง การวางแผนภาษี การออม และการลงทุน และการส่งต่อความมั่งคั่งและมรดก

7. การวิเคราะห์รูปแบบการออมและการลงทุนของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ

รูปแบบการออมและการลงทุนของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีรูปแบบการออมและการลงทุนในรูปแบบเงินฝากมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ รูปแบบประกันภัย รูปแบบกองทุนลดหย่อนภาษี รูปแบบกองทุนเปิดทั่วไป และรูปแบบหุ้นสามัญ

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ความรู้ทางการเงินที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้า
เอ็กซ์คลูซีฟ

ตัวแปร	พฤติกรรมการวางแผนทางการเงิน (Y)			t	p-value
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (a)	1.730	0.147		11.806	0.000
มูลค่าเงินตามเวลา (X ₁)	0.151	0.030	0.240	4.975	0.000
อัตราเงินเฟ้อ (X ₂)	0.222	0.031	0.333	7.083	0.000
การกระจายความเสี่ยง (X ₃)	0.212	0.031	0.326	6.881	0.000
F = 94.403 p-value = 0.000 Adjusted R Square = 0.484 Durbin-Watson = 1.617 Tolerance = 0.739 VIF = 1.352					

จากตารางที่ 1 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.730 + .151X_1^{**} + .222X_2^{**} + .212X_3^{**}$$

จากตารางผลการวิเคราะห์สามารถอธิบายได้ว่า ความรู้ทางการเงินด้านมูลค่าเงินตามเวลา อัตราเงินเฟ้อ และการกระจายความเสี่ยงสามารถอธิบายความผันแปรต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงิน ได้ร้อยละ 48.4 (Adjusted R Square = 0.484) สำหรับความรู้ทางการเงินด้านอัตราเงินเฟ้อมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินมากที่สุด โดยความรู้ทางการเงินด้านการกระจายความเสี่ยง และมูลค่าเงินตามเวลามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินรองลงมาตามลำดับ

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์แรงจูงใจทางการเงินที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้า
เอ็กซ์คลูซีฟ

ตัวแปร	พฤติกรรมการวางแผนทางการเงิน (Y)			t	p-value
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (a)	1.740	0.162		10.767	0.000
เป้าหมายทางการเงิน (X ₁)	0.235	0.033	0.350	7.131	0.000
โอกาสในการลงทุน (X ₂)	0.180	0.030	0.290	5.932	0.000
อัตราผลตอบแทน(X ₃)	0.167	0.034	0.233	4.959	0.000
F = 80.263 p-value = 0.000 Adjusted R Square = 0.443 Durbin-Watson = 1.722 Tolerance = 0.842 VIF = 1.188					

จากตารางที่ 2 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.740 + .235X_1^{**} + .180X_2^{**} + .167X_3^{**}$$

จากตารางผลการวิเคราะห์สามารถอธิบายได้ว่า แรงจูงใจทางการเงินด้านเป้าหมายทางการเงิน โอกาสในการลงทุน และ อัตราผลตอบแทนสามารถอธิบายความผันแปรต่อพฤติกรรมกรรมการวางแผนทางการเงิน ได้ร้อยละ 44.3 (Adjusted R Square = 0.443) สำหรับแรงจูงใจทางการเงินด้านเป้าหมายทางการเงินมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการวางแผนทางการเงินมากที่สุด โดยแรงจูงใจทางการเงินด้านโอกาสในการลงทุน และอัตราผลตอบแทนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการวางแผนทางการเงินรองลงมาตามลำดับ

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ทัศนคติทางการเงินที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้า เอ็กซ์คลูซีฟ

ตัวแปร	พฤติกรรมกรรมการวางแผนทางการเงิน (Y)			t	p-value
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (a)	1.501	0.189		17.065	0.000
ประสบการณ์ (X ₁)	0.197	0.034	0.282	2.310	0.000
ความเชื่อ (X ₂)	0.213	0.035	0.280	2.028	0.000
ข้อมูลข่าวสาร(X ₃)	0.229	0.033	0.332	2.554	0.000
F = 69.345 p-value = 0.000 Adjusted R Square = 0.407 Durbin-Watson = 1.741 Tolerance = 0.846 VIF = 1.182					

จากตารางที่ 3 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.501 + .197X_1^{**} + .213X_2^{**} + .229X_3^{**}$$

จากตารางผลการวิเคราะห์สามารถอธิบายได้ว่า ทัศนคติทางการเงินด้านประสบการณ์ ความเชื่อ และการข้อมูลข่าวสารสามารถอธิบายความผันแปรต่อพฤติกรรมกรรมการวางแผนทางการเงิน ได้ร้อยละ 40.7 (Adjusted R Square = 0.407) สำหรับทัศนคติทางการเงินด้านข้อมูลข่าวสารมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการวางแผนทางการเงินมากที่สุด โดยทัศนคติทางการเงินด้านความเชื่อและประสบการณ์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการวางแผนทางการเงินรองลงมาตามลำดับ

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินและรูปแบบการออม และการลงทุนของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ

ตัวแปร	การจัดการ วางแผนใช้ จ่ายและ หนี้สิน	การบริหาร ความเสี่ยง	การออมและ การลงทุน	การส่งต่อ ความมั่งคั่ง และมรดก	การ วางแผน ภาษี	พฤติกรรม การ วางแผน ทาง การเงิน
เงินฝาก	.400** .000	.308** .000	.318** .000	.342** .000	.267** .000	.472** .000
กองทุนเปิด ทั่วไป	.304** .000	.281** .000	.306** .000	.359** .000	.392** .000	.475** .000
กองทุน ลดหย่อนภาษี	.352** .000	.368** .000	.388** .000	.436** .000	.371** .000	.554** .000
ประกันภัย	.314** .000	.316** .000	.310** .000	.401** .000	.338** .000	.486** .000
หุ้นสามัญ	.384** .000	.354** .000	.365** .000	.403** .000	.357** .000	.538** .000
รูปแบบการ ออมและการ ลงทุน	.515** .000	.479** .000	.496** .000	.572** .000	.510** .000	.744** .000

จากตารางที่ 4 พบว่า พฤติกรรมการวางแผนทางการเงินมีความสัมพันธ์ทางบวกกับ รูปแบบการออมและการลงทุนในระดับปานกลาง ($r = .744$) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความสัมพันธ์ด้านการส่งต่อความมั่งคั่งและมรดกเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ ด้านการจัดการวางแผนใช้จ่ายและหนี้สิน ด้านการวางแผนภาษี ด้านการออมและการลงทุน และด้านการบริหารความเสี่ยงตามลำดับ

ส่วนรูปแบบการออมและการลงทุนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินในระดับปานกลาง ($r = .744$) เช่นเดียวกัน และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความสัมพันธ์กองทุนลดหย่อนภาษีเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ หุ้นสามัญ ประกันภัย กองทุนเปิดทั่วไป และเงินฝากตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัยเรื่องความรู้ทางการเงิน แรงจูงใจทางการเงิน และทัศนคติทางการเงิน ส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินและการเลือกรูปแบบการออม และการลงทุน ในสถานการณ์วิกฤติโควิด-19 กรณีศึกษา : ลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคาร B จำกัด (มหาชน) เขตนครปฐม1 มีประเด็นสำคัญที่ผู้วิจัยนำมาอภิปรายดังนี้

1. จากการวิเคราะห์ ความรู้ทางการเงินส่งผลในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินในช่วงเกิดวิกฤติโควิด-19 และผลโดยรวมของความรู้ทางการเงินของลูกค้าอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความรู้ทางการเงินเป็นข้อมูลพื้นฐาน เป็นไปด้วยหลักการคิด และวิเคราะห์ รวมถึงการนำไปประยุกต์ใช้กับพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินที่เหมาะสมและให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดกับตนเองมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของทรศนันท์ ตรีอิทธิพิศกุล (2562) ที่พบว่า องค์ประกอบที่สำคัญในการประสบความสำเร็จทางการเงินมากที่สุด นั่นคือ ความรู้ทางการเงิน

2. จากการวิเคราะห์ แรงจูงใจทางการเงินส่งผลในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินในช่วงเกิดวิกฤติโควิด-19 และผลโดยรวมของแรงจูงใจทางการเงินของลูกค้าอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ พลังแรงบันดาลใจ ความรู้สึกนึกคิด หรือความต้องการภายในถูกผลักดันมาให้แสดงออกมาในพฤติกรรม บุคคลที่มีความต้องการที่อยากจะประสบความสำเร็จทางการเงินมากเพียงใด บุคคลนั้นก็จะแสดงออกมาในพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินมากขึ้นเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของFisher and Montalto (2010) พบว่า แรงจูงใจมีส่วนอย่างมากที่จะเพิ่มโอกาสในการมีวินัยการออมมากขึ้น และยังเพิ่มการออมที่มีสม่ำเสมออีกด้วย แต่ขึ้นอยู่กับเป้าหมายและระยะเวลาที่แตกต่างกัน

3. จากการวิเคราะห์ทัศนคติทางการเงินส่งผลในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินในช่วงเกิดวิกฤติโควิด-19 และผลโดยรวมของทัศนคติทางการเงินของลูกค้าอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ องค์ประกอบของทัศนคติ นั้นประกอบด้วย การรับรู้ ประสบการณ์ ความเชื่อ รวมถึงสภาพแวดล้อม จึงก่อให้เกิดเป็นพฤติกรรม ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของงานวิจัยของพิชญา บุญศรี (2555) พบว่าทัศนคติทางการเงินในเชิงบวกส่งผลต่อการวางแผนทางการเงินในเชิงบวกเช่นเดียวกัน

4. จากการวิเคราะห์พฤติกรรมการวางแผนทางการเงินมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออมและการลงทุนของลูกค้า พบว่า พฤติกรรมการวางแผนทางการเงินมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออมและการลงทุนอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการวางแผนทางการเงินมีหลากหลายรูปแบบ และเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการวางแผน และมีขั้นตอนให้เหมาะสมกับสถานะของตนเองประกอบกับต้องเข้ากับสถานการณ์ในปัจจุบัน ซึ่งจะส่งผลทำให้การออมและการลงทุนมีรูปแบบที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับผลวิจัยของงานวิจัยของปิย

รัตน์ กฤษณามระ และคณะ (2554) พบว่า พฤติกรรมการวางแผนทางการเงินและรูปแบบการออมมีความสัมพันธ์กัน โดยมีการเรียงความสำคัญก่อนและหลัง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

ผลจากการวิจัย พบว่าความรู้ทางการเงิน แรงจูงใจทางการเงิน และทัศนคติทางการเงินส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้าในสถานการณ์วิกฤติโควิด-19 โดยปัจจัยด้านทัศนคติทางการเงินส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้ามากที่สุด ดังนั้นพนักงานธนาคารซึ่งเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องการวางแผนการเงินของลูกค้า ควรให้ความตระหนักและความสำคัญในด้านที่เกี่ยวกับความคิดความรู้สึกมากขึ้น เช่น การรับรู้ข่าวสารที่เป็นข้อเท็จจริงและทันต่อเหตุการณ์ เป็นข้อมูลที่เชื่อถือได้ที่ถูกวิเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญ หรือแหล่งข้อมูลจากบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือ การถอดบทเรียนจากสถานการณ์วิกฤติที่เกิดขึ้น เป็นต้น การให้ข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์ให้กับลูกค้า พร้อมทั้งสามารถประเมิน วิเคราะห์ และวางแผนเบื้องต้นให้กับลูกค้าตรงตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ในการวางแผนทางการเงินของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเลือกผลิตภัณฑ์ของธนาคารให้ตรงกับความต้องการ หรือเป้าหมายทางการเงินของลูกค้ามากที่สุด และธนาคารจะเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสนับสนุนการออมและการลงทุนให้เป็นไปตามทิศทางการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศในระยะยาว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ศึกษาตัวแปรที่ส่งผลต่อการวางแผนทางการเงิน ได้แก่ ความรู้ทางการเงิน แรงจูงใจทางการเงิน และทัศนคติทางการเงิน ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรศึกษาถึงปัจจัยอื่นๆที่อาจส่งผลเพิ่มเติม เช่น นโยบายของรัฐบาล สิทธิประโยชน์ทางภาษี กฎหมาย การเมือง เป็นต้น และในครั้งต่อไปควรใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษาเพิ่มเติมในเชิงลึก เพื่อทราบถึงเหตุผลเชิงลึกของแต่ละบุคคล ซึ่งจะทำให้ทราบถึงปัจจัยสิ่งที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินที่แท้จริง และจะนำไปสู่การวางแผนทางการเงินที่มีประสิทธิภาพ

รายการอ้างอิง

- Christopher D. Carroll. (2001). Theory of the consumption function. JOURNAL OF ECONOMIC PERSPECTIVES, 15(3 summer 2001), 23-45.
- FinancialServicesAuthority. (2005). Measuring financial capacity: an exploratory study. International Journal of Consumer Studies, 42, 2-15.

- Fisher, P. J., & Montalto, C. P. (2010). Effect of saving motives and horizon on saving behaviors. Ph.D.dissertation, The Ohio State University,
- James Rounds, & Su, R. (2014). The Nature and Power of Interests. เข้าถึงเมื่อ 10 มกราคม 2564. เข้าถึงได้จาก https://www.researchgate.net/publication/261358519_The_Nature_and_Power_of_Interests
- John C. Mowen, & Minor, M. (1998). Consumer Behavior. USA: Prentice-Hall.
- Krech D, & R.S., C. (1948). Theory and Problems of Social Psychology. USA.: McGraw-Hill.
- ทรงศนันท์ ตรีอิทธิฤทธิกุล. (2562). ทักษะการเงินของประชากรไทย. การศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง,
- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). (2563). 5 ขั้นตอนวางแผนการเงินอย่างไรให้เห็นผลในอนาคต. เข้าถึงเมื่อ 20 ธันวาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <https://www.krungsri.com/th/planyourmoney/must-stories/life-plan/5-steps-plan-your-money>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). รายงานนโยบายการเงิน มีนาคม 2563. กรุงเทพมหานคร: ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- ปพิชญา บุญศรี. (2555). พฤติกรรมการออม และปัจจัยที่ส่งผลต่อการออม และรูปแบบการออมของครัวเรือนในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,
- ประสพชัย พสุนนท์. (2555). การวิจัยตลาด. กรุงเทพมหานคร: ท้อป.
- ปิยรัตน์ ฤกษ์งามระ และคณะ. (2554). พฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการออมของผู้ออมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์, ปีที่ 33(129), 93-119.
- ฝ่ายความรู้ทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). รายงานผลการสำรวจทักษะการเงินของคนไทย ปี 2561. เข้าถึงเมื่อ 10 มกราคม. เข้าถึงได้จาก <http://doh.hpc.go.th/data/HL/ThaiFinancialSkillSurvey2559.pdf>
- ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน. (2564). การออม. เข้าถึงเมื่อ 10 กันยายน 2564. เข้าถึงได้จาก <https://www.1213.or.th/th/moneymgt/save/Pages/save.aspx>
- สฤณี อาชวานันทกุล. (2552). ภูมิทัศน์เศรษฐกิจโลกใหม่และการปรับตัวของคนไทย. กรุงเทพมหานคร: openbooks.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563). รายงานภาวะสังคมไทยไตรมาส 1 ปี 2563. เข้าถึงเมื่อ 1 มิถุนายน 2563. เข้าถึงได้จาก https://www.nesdc.go.th/ewt_w3c/ewt_news.php?nid=10260&filename=
สุขใจ น้ำพุต. (2551). กลยุทธ์การบริหารการเงินบุคคล. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือธรรมศาสตร์