

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย

Factors affecting saving behavior of Generation Y

วารางคณา จิตราภรณ์ Varangkana Chitraphan

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Faculty of Management Science, Suan Sunandha Rajabhat University

varangkana.ch@ssru.ac.th

Haripunchai Review 09/03/2023

Haripunchai Review 20/09/2023

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาถึงทัศนคติ หรือความเชื่อในการออมของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย 2. เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติ หรือความเชื่อในการออมของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายเมื่อจำแนกตามอายุ เพศและการศึกษา กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย รวมจำนวน 294 คน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ วิธีของเชฟเฟ

ผลการศึกษาพบว่า

1) กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่กำลังศึกษาอยู่เพียงอย่างเดียวและมีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน ขณะที่ภาพรวมกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายเพศหญิงจะมีทัศนคติ หรือความเชื่อในการออมมากกว่าเพศชาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายเพศหญิงจะมีทัศนคติ หรือความเชื่อที่ว่า การออมทำให้มีเงินไว้ใช้จ่ายในยามฉุกเฉินและถ้าออมเงินในวันนี้จะสบายในวันหน้าในระดับมากที่สุด

2) ขณะที่กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายเพศชายจะมีทัศนคติ หรือความเชื่อที่ว่า การออมทำให้มีเงินไว้ใช้จ่ายในยามฉุกเฉินมากที่สุด เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ทัศนคติ หรือความเชื่อในระดับมากที่สุดของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในทุกช่วงอายุมีทัศนคติ หรือความเชื่อที่ว่าถ้าออมเงินวันนี้จะสบายวันหน้า และการออมทำให้เงินไว้ใช้จ่ายในยามฉุกเฉินอยู่ในระดับมากที่สุด ขณะที่กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 20 ปี – 24 ปี กับช่วงอายุ 25 ปี – 29 ปี มีทัศนคติ ความเชื่อว่าการออมเงินเป็นการแสดงความรักต่อตัวเอง ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัย, พฤติกรรมการออม, เจนเนอเรชั่นวาย.

Abstract

The purpose of this research is to study the attitude or belief in saving of Generation Y group and to compare the attitude or belief in Generation Y's saving when classified by age, gender and education. The population groups used in this study are Generation Y, a total of 294 people. Data collection using questionnaires via Google Form. The statistics used for data analysis were by Sheffe.

The results showed that Most Generation Y groups are female, currently studying alone and having income not over 10,000 baht per month. While in the overall Generation Y females have more attitudes or beliefs in saving than males. In particular, the female Y generation will have an attitude or belief that saving makes money available for emergencies, and if saving today, we will be most comfortable tomorrow. While Generation Y males have an attitude or belief that Savings make the most money to spend in an emergency. When classified by age, it is found that the highest level of attitudes or beliefs of Generation Y in every age range have an attitude or belief that if you save money today, you will be comfortable tomorrow and that you will have money to save emergency spending was at the highest level. While Generation Y, aged between 20 - 24 years and 25 years - 29 years, have different attitudes or beliefs that saving money shows love for themselves differently with a statistical significance of 0.05

Keyword: Factors, Saving Behavior, Generation Y.

บทนำ

กลุ่มผู้บริโภครุ่นที่ทั่วโลกกำลังให้ความสำคัญมากที่สุด คือ กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) คนที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2523 - 2540 ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรวัยทำงานที่มีสัดส่วนสูงที่สุด ผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นกลุ่มประชากรที่มีรายได้สูง มีกำลังซื้อสูง และจะเป็นผู้กำหนดความเป็นไปของโลกในอีก 20 ปี ข้างหน้า นักเศรษฐศาสตร์มีการคาดการณ์ว่าคนกลุ่มนี้จะใช้จ่ายรวมกันเฉลี่ยราว 2 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี ที่สำคัญเอเชียเป็นทวีปที่มีประชากรกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย มากที่สุดด้วยจำนวนมากกว่า 1 พันล้านคน หรือราวร้อยละ 86 ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายทั่วโลกที่เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อมหาศาล (วีระ

ศักดิ์ สุทัศน์วิบูลย์, 2561) ในขณะเดียวกันจากการสำรวจครัวเรือนทั่วประเทศประมาณ 21.6 ล้านครัวเรือนของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่ามีครัวเรือนที่มีการออมเงิน 15.7 ล้านครัวเรือน หรือร้อยละ 72.9 และอีก 5.8 ล้านครัวเรือนหรือร้อยละ 27.1 ไม่มีเงินออม (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561 หน้า 109)

อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยีต่าง ๆ ในปัจจุบันส่งผลต่อทั้งพฤติกรรมในการใช้ชีวิตและค่าใช้จ่ายของประชากรทุกเพศ ทุกวัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชากรในกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ที่เติบโตมาจากยุคที่มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ให้ความสะดวก อาทิเช่น การสื่อสารโทรคมนาคม การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้วยเครื่องมือและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ที่สามารถดำเนินการได้ด้วยเพียงปลายนิ้วสัมผัส (Howe & Strauss, 2000) และเป็นวัยที่กำลังจะทยอยเข้าสู่ตลาดแรงงานและด้วยคุณลักษณะ ทักษะและพฤติกรรมที่แตกต่างไปจากเดิมอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม (Macky, Gardner, & Forsyth, 2008 หน้า 121) และการได้รับการดูแลจากผู้ปกครองอย่างใกล้ชิด จึงไม่ค่อยวางแผนในระยะยาวและไม่คำนึงถึงอนาคตมากนัก ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคอย่างปัจจุบันทันด่วน (Glass & training, 2007 หน้า 94) และยังส่งผลให้สถานการณ์ของประเทศในปัจจุบันเริ่มเข้าขั้นวิกฤตเมื่อเงินออมส่วนบุคคลมีอัตราการขยายตัวที่ลดลง ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสำรวจของศูนย์วิจัยประสบการณ์และข้อมูลลูกค้าธนาคารทหารไทยที่เปิดเผยผลการสำรวจออนไลน์กับคนไทยทั่วประเทศที่มีอายุระหว่าง 18-54 ปี จากฐานข้อมูลผู้ประกอบอาชีพ 35 ล้านคน พบว่า คนไทยร้อยละ 80 ประมาณ 28 ล้านคนมีเงินออมพอใช้ไม่ถึง 6 เดือน ติดโซเซียลมีเดีย ซื้อสินค้าผ่านออนไลน์แต่ไม่มีเงินออม เน้นใช้ก่อนออมที่หลัง ขณะที่กลุ่มที่มีเงินออมพอ สำหรับการใช้จ่ายตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไป มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 20 โดยปัญหาเงินออมไม่พอก่อเกิดขึ้นกับกลุ่มวัยเริ่มทำงาน หรือ กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) จนถึงกลุ่มคนทำงาน หรือกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) (ThaiPBS, 2561) <https://news.thaipbs.or.th/content/272923>

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงทัศนคติ หรือความเชื่อในการออมของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย เนื่องจากทัศนคติ หรือแนวความคิดที่นำไปสู่การออมเป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการออมส่วนบุคคล การมีทัศนคติที่ดีจะส่งผลต่อพฤติกรรมการออมและการปลูกฝังเรื่องของการออมจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญยิ่ง เพราะการมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการเงิน การลงทุน การออม ย่อมสามารถเตรียมรับการเปลี่ยนแปลงได้ดี และมีความได้เปรียบทางการเงินเป็นอย่างมาก (ศิริพร โสคำ

ภาและคณะ, 2559) ในขณะที่เมื่อวิเคราะห์ตามช่วงอายุแล้วพบว่าสัดส่วนการออมไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงอายุของผู้ออมในทุกระดับรายได้ (ปิยรัตน์ กฤษณามระ, พิชรา วลัยชัยปาณี, เมธิณี วณิกกุล, รัฐชัย ศีลาเจริญ, & นาถฤดี ศุภกิจจารักษ์, 2011)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงทัศนคติ ความเชื่อที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย
2. เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติ ความเชื่อในการออมของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย” นี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาด้านทัศนคติที่ส่งผลและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออม ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายและเพื่อเปรียบเทียบทัศนคติการออมของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายคนที่เกิดขึ้นช่วง พ.ศ. 2523 - 2540 เมื่อจำแนกตามช่วง อายุและการศึกษา โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้คือ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือ ประชากรกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายคนที่เกิดขึ้นช่วง พ.ศ. 2523 - 2540 ที่กำลังศึกษาอยู่เพียงอย่างเดียว หรือกำลังศึกษาอยู่และทำงานควบคู่กันไป หรือ จบการศึกษาแล้วและทำงานเพียงอย่างเดียว
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553) กล่าวว่า การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง กรณีที่ไม่ทราบจำนวน ประชากรที่แน่นอน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งจำแนกออกเป็น 2 ส่วน ดังต่อไปนี้คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุและสถานภาพการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม (กำลังศึกษาอยู่เพียงอย่างเดียว กำลังศึกษาอยู่และทำงานควบคู่กันไป จบการศึกษาแล้วและทำงานเพียงอย่างเดียว)

ส่วนที่ 2 ทัศนคติ ความเชื่อที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการออมของคนกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้กูเกิ้ลฟอร์ม (Google Forms) ในการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามที่สมบูรณ์ครบทุกข้อกลับมาจำนวน 294 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ครบถ้วนแล้วผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของ แบบสอบถาม จากนั้นจึงนำแบบสอบถามซึ่งมีความถูกต้องสมบูรณ์มาลงรหัสตามวิธีการวิจัยทางสถิติและ ดำเนินการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โดยโปรแกรมสำเร็จรูป IBM SPSS (Statistics) 26 จากนั้นนำผลที่ได้ มาทำตารางวิเคราะห์ทางสถิติเพื่ออธิบายความหมายต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีดังต่อไปนี้คือ

1. ค่าร้อยละ (percentage) เพื่อแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) เพื่อวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง และกระจายของลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analytical Statistics)

2. สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Analysis Statistics) เป็นสถิติที่ใช้วิเคราะห์ถึงลักษณะของตัวแปรต้นที่มีผลต่อตัวแปรตามโดยใช้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและวิธีการวิเคราะห์

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ทศนคติ ความเชื่อที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย พบว่า “ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย” ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 20 ปี – 24 ปี ที่กำลังศึกษาอยู่เพียงอย่างเดียวและมีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน ซึ่งในภาพรวมกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายเพศหญิงจะมีทศนคติ ความเชื่อในการออมมากกว่าเพศชาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายเพศหญิงจะมีทศนคติ ความเชื่อที่ว่า การออมทำให้มีเงินไว้ใช้จ่ายในยามฉุกเฉินและถ้าออมเงินในวันนี้เราจะสบายในวันหน้า มากที่สุด ในขณะที่กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายเพศชายจะมีทศนคติ ความเชื่อที่ว่า การออมทำให้มีเงินไว้ใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน มากที่สุดเพียงอย่างเดียว

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เปรียบเทียบทศนคติ ความเชื่อในการออมของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ทศนคติ ความเชื่อในระดับมากที่สุดของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในทุกช่วงอายุมีทศนคติ หรือความเชื่อที่ว่าถ้าออมเงินวันนี้ท่านจะสบายวัน

หน้าและการออมทำให้ท่านมีเงินไว้ใช้จ่ายในยามฉุกเฉินอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 35 ปี – 37 ปี มีทัศนคติ หรือความเชื่อในความตระหนักและมีทัศนคติเชิงบวกต่อการออมและมีความเชื่อว่าการออมเงินเป็นการแสดงความรักต่อตัวเอง อยู่ในระดับมากที่สุด ในขณะที่ กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 20 ปี – 24 ปี กับช่วงอายุ 25 ปี – 29 ปี มีทัศนคติ หรือความเชื่อว่าการออมเงินเป็นการแสดงความรักต่อตัวเอง ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นอกจากนั้น กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายเกือบทุกช่วงอายุมีทัศนคติ หรือความเชื่อมีเงินออมวันนี้จะเป็นหลักประกันให้กับตัวท่านเองในวันข้างหน้าได้ การออมเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับค่าใช้จ่ายในกรณีฉุกเฉิน อาทิเช่น ค่ารักษาพยาบาล การออมที่ดีต้องมีการวางแผนและปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ การออมเป็นการวางแผนอย่างหนึ่งซึ่งช่วยให้ท่านสามารถบรรลุสิ่งที่ต้องการได้ การออมเป็นการลงทุนเพื่อหาผลประโยชน์ในอนาคตและคนที่ออมเงินได้คือ คนที่มีนิสัยประหยัดและมีธำรงอยู่ ในระดับมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามการศึกษา พบว่า ทุกกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายมีทัศนคติ หรือความเชื่อว่าการออมเงินวันนี้ท่านจะสบายวันหน้า รวมไปถึงมีทัศนคติ หรือมีความเชื่อและปฏิบัติตามนโยบายของภาครัฐที่ส่งเสริมให้ท่านแบ่งรายได้เพื่อใช้จ่าย 3 ส่วนและเก็บออม 1 ส่วน การออมเป็นความรอบคอบและความไม่ประมาท ทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้นและการออมทำให้ท่านมีเงินไว้ใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน อยู่ในระดับมากที่สุด ในขณะที่ กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่กำลังศึกษาอยู่เพียงอย่างเดียวมีทัศนคติ หรือความเชื่อในการออมในภาพรวม การออมเป็นการเพิ่มความมั่นคงให้กับตัวท่านเองได้และการออมเป็นการวางแผนอย่างหนึ่งซึ่งช่วยให้ท่านสามารถบรรลุสิ่งที่ต้องการได้ อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่กำลังศึกษาเพียงอย่างเดียว รวมไปถึงกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่กำลังศึกษาอยู่และทำงานควบคู่กัน มีทัศนคติ หรือความเชื่อว่าการออมเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับค่าใช้จ่ายในกรณีฉุกเฉิน อาทิเช่น ค่ารักษาพยาบาลและการออมที่ดีต้องมีการวางแผนและปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอและการออมเป็นการลงทุนเพื่อหาผลประโยชน์ในอนาคต อยู่ในระดับมากที่สุด นอกจากนั้น กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่กำลังศึกษาเพียงอย่างเดียว รวมไปถึงกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่จบการศึกษาแล้วและทำงานเพียงอย่างเดียว มีทัศนคติ หรือความเชื่อว่ามีเงินออมวันนี้จะเป็นหลักประกันให้กับตัวท่านเองในวันข้างหน้าได้ อยู่ในระดับมากที่สุดและกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่จบการศึกษาแล้วและทำงานเพียงอย่างเดียว มีทัศนคติ หรือความเชื่อในความตระหนักและมีทัศนคติเชิงบวกต่อการออม อยู่ในระดับมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของทัศนคติ หรือความเชื่อ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยทุกกลุ่มเจนเนอเรชันวัย มีทัศนคติ หรือความเชื่อว่าการออมที่ดีต้องมีการวางแผน และปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ อยู่ในระดับมากที่สุด ในขณะที่ เกือบทุกกลุ่มเจนเนอเรชันวัยมีทัศนคติ หรือความเชื่อว่าการออมเป็นการเพิ่มความมั่งคั่งให้กับตัวท่านเองได้ การออมเป็นการวางแผนอย่างหนึ่งซึ่งช่วยให้ท่านสามารถบรรลุสิ่งที่ต้องการได้ การออมทำให้ท่านมีเงินไว้ใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน การออมเป็นการลงทุนเพื่อหาผลประโยชน์ในอนาคต คนที่ออมเงินได้คือ คนที่มีนิสัยประหยัดและมัธยัสถ์ อยู่ในระดับมากที่สุด การออมเงินเป็นการแสดงความรักต่อตัวเอง มีเงินออมวันนี้จะเป็นหลักประกันให้กับตัวท่านเองในวันข้างหน้าได้ การออมเงินกับสถาบันการเงินทำให้มีวินัยในการใช้จ่าย ก่อให้เกิดรายได้และเป็นเงินออมช่วยซ่อมเสริมเศรษฐกิจต้นและส่งผลถึงความมั่นคงของประเทศ อยู่ในระดับมาก ส่วนกลุ่มเจนเนอเรชันวัยที่มีรายได้ 10,001 บาท – 20,000 บาทต่อเดือน และ 20,001 บาท – 30,000 บาทต่อเดือน มีทัศนคติ หรือความเชื่อในการออมในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด กลุ่มเจนเนอเรชันวัยที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน และ 10,001 บาท – 20,000 บาท มีทัศนคติ หรือความเชื่อว่าการออมเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับค่าใช้จ่ายในกรณีฉุกเฉิน อาทิเช่น ค่ารักษาพยาบาล อยู่ในระดับมากที่สุด ในขณะที่กลุ่มเจนเนอเรชันวัยที่มีรายได้ 20,001 บาท – 30,000 บาทต่อเดือน และ 30,001 บาท – 40,000 บาทต่อเดือน มีทัศนคติ หรือความเชื่อในความตระหนัก และมีทัศนคติเชิงบวกต่อการออม อยู่ในระดับมากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

อภิปรายผลวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เปรียบเทียบทัศนคติ ความเชื่อในการออมของกลุ่มเจนเนอเรชันวัยโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ทัศนคติ หรือความเชื่อในภาพรวมกลุ่มเจนเนอเรชันวัยจะมีทัศนคติ หรือความเชื่อที่ว่า การออมทำให้มีเงินไว้ใช้จ่ายในยามฉุกเฉินและถ้าออมเงินในวันนี้เราจะสบายในวันหน้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (สุภารัตน์ พิมลรัตนกานต์, 2560) ที่พบว่า การออมคือสิ่งที่จำเป็นเพราะนอกจากเป็นการเพิ่มความมั่งคั่งให้กับตัวเองแล้วยังทำให้รู้จักการวางแผนใช้เงินไม่ใช้จ่ายฟุ่มเฟือยที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมของการออมของกลุ่มเจนเนอเรชันวัยและยังสอดคล้องกับการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องการเงิน ภายใต้โครงการนำร่องให้ความรู้ทางการเงินกับกลุ่มเจนเนอเรชันวัยที่เพิ่งทำงาน ของธนาคารเพื่อการพัฒนาเอเชียร่วมกับธนาคารแห่งประเทศไทยที่พบว่า กลุ่มเจนเนอเรชันวัยทราบว่าการออมเป็นสิ่งจำเป็น และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ (จันทะสุก

ลาดสะอาด et al., 2018) ที่พบว่า พฤติกรรมการออมส่วนบุคคลได้รับอิทธิพลโดยตรงจากปัจจัยทัศนคติที่นำไปสู่การออม นั้นหมายความว่า กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายมีทัศนคติเชิงบวกต่อการออม

อภิปรายผลวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เปรียบเทียบทัศนคติ ความเชื่อในการออมของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ทัศนคติ หรือความเชื่อของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 20 ปี – 24 ปี กับช่วงอายุ 25 ปี – 29 ปี มีทัศนคติ หรือความเชื่อว่าการออมเงินเป็นการแสดงความรักต่อตัวเองที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ (ธนกิจ บุญลือ & เฉลิมพร เย็นเยือก, 2018) ที่พบว่าสถานะโสดที่ส่วนใหญ่จะไม่มีแผนทางการเงิน เนื่องจากไม่มีการรับผิดชอบ หรือคิดหน้าคิดหลังใช้ชีวิตอยู่คนเดียวไม่ต้องเผื่อเงินเก็บไว้ใช้ในอนาคตนานัก มีการใช้จ่ายอย่างสุรุ่ยสุร่าย ในยุคที่มีสินค้า หรือบริการที่ล่อตา ล่อใจ ในยุคปัจจุบัน เมื่อจำแนกตามการศึกษา พบว่า ทุกกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายมีทัศนคติ หรือความเชื่อว่าการออมเงินวันนี้ท่านจะสบายวันหน้า รวมไปถึงมีทัศนคติ หรือมีความเชื่อและปฏิบัติตามนโยบายของภาครัฐที่ส่งเสริมให้ท่านแบ่งรายได้เพื่อใช้จ่าย 3 ส่วนและเก็บออม 1 ส่วน การออมเป็นความรอบคอบและความไม่ประมาท ทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้นและการออมทำให้ท่านมีเงินไว้ใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ (ธนกิจ บุญลือ & เฉลิมพร เย็นเยือก, 2018) ที่พบว่า ระดับการศึกษา ปวส. ปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญา เอก มีความพึงพอใจในการออมเงินอยู่ในระดับมาก แต่พบว่าระดับการศึกษา ต่ำกว่ามัธยมศึกษามีความพึงพอใจในการออมเงินน้อยที่สุด เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ปัจจุบันระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา ซึ่งวุฒิการศึกษานี้จะมีความสามารถในการทำงานอยู่ในระดับสูงยาก ทำให้รายได้ที่เข้ามาต่อเดือนอาจไม่เพียงพอต่อการเก็บไว้เป็นเงินออม อีกทั้งยังไม่มีความรู้เพียงพอที่จะทำให้เงินที่มีสามารถออกเงยได้ในอนาคต เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของทัศนคติ หรือความเชื่อ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยทุกกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย มีทัศนคติ หรือความเชื่อว่าการออมที่ดีต้องมีการวางแผนและปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ อยู่ในระดับมากที่สุด ในขณะที่ เกือบทุกกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายมีทัศนคติ หรือความเชื่อว่าการออมเป็นการเพิ่มความมั่นคงให้กับตัวท่านเองได้ การออมเป็นการวางแผนอย่างหนึ่งที่จะช่วยให้ท่านสามารถบรรลุสิ่งที่ต้องการได้ การออมทำให้ท่านมีเงินไว้ใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน การออมเป็นการลงทุนเพื่อหาผลประโยชน์ในอนาคต คนที่ออมเงินได้คือ คนที่มีนิสัยประหยัดและมียั้งยืนอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ (วิไลลักษณ์ เสรีตระกูล, 2557) ที่พบว่า เพศ

ระดับการศึกษาของบิดา ฐานะทางการเงินของครอบครัว เงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง ทักษะคติที่ชอบใช้ บัณฑิตและ การชอบข้อปึงไม่มีผลต่อพฤติกรรม การออมของนักศึกษา

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่จากการสังเคราะห์งานวิจัย เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การออมของ กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย” ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำองค์ความรู้จากงานวิจัยครั้งนี้ไปพัฒนารูปแบบการออม โดยใช้โมเดล ” องค์ประกอบปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง “ ได้ตั้งแผนภาพ ต่อไปนี้



ที่มา : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กองโลจิสติกส์, องค์ประกอบปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://dol.dip.go.th/th/category/2017-11-22-04-32-19/2022-04-07-13-55-08> [วันที่ 28 มีนาคม 2566].

เศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วยคุณลักษณะ 3 ประการ และเงื่อนไข 2 ประการ หรือที่เรียกว่า 3 ห่วง 2 เงื่อนไข คือ

ความพอประมาณ หมายถึง ความพอดีต่อความจำเป็น และเหมาะสมกับฐานะของตนเอง สังคม สิ่งแวดล้อม รวมทั้งวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น ไม่มากเกินไป ไม่น้อยเกินไป และต้องไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น

ความมีเหตุผล หมายถึง การตัดสินใจดำเนินการเรื่องต่าง ๆ อย่างมีเหตุผลตามหลักวิชาการ หลักกฎหมาย หลักศีลธรรมจรรยา และวัฒนธรรมที่ดีงาม โดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้น ๆ อย่างรอบรู้และรอบคอบ

ระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี หมายถึง การเตรียมตัวให้พร้อมรับต่อผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม เพื่อให้สามารถปรับตัวและรับมือได้อย่างทันที่

เงื่อนไขสำคัญที่จะทำให้การตัดสินใจ และการกระทำเป็นไปพอเพียง จะต้องอาศัยทั้งคุณธรรม และความรู้ ดังนี้

เงื่อนไขคุณธรรม ที่จะต้องสร้างเสริมให้เป็นพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ ประกอบด้วย ด้านจิตใจ คือการตระหนักในคุณธรรม รู้ผิดชอบชั่วดี ซื่อสัตย์สุจริต ใช้สติปัญญาอย่างถูกต้องและเหมาะสมในการดำเนินชีวิต และด้านการกระทำ คือมีความขยันหมั่นเพียร อดทน ไม่โลภ ไม่ตระหนี่ รู้จักแบ่งปัน และรับผิดชอบในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคม

เงื่อนไขความรู้ ประกอบด้วย การฝึกตนให้มีความรอบรู้เกี่ยวกับวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน มีความรอบคอบ และความระมัดระวังที่จะนำความรู้ต่าง ๆ เหล่านั้นมาพิจารณาให้เชื่อมโยงกัน เพื่อประกอบการวางแผน และในขั้นปฏิบัติ

การนำเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ ต้องคำนึงถึง 4 มิติ ดังนี้

ด้านเศรษฐกิจ

ลดรายจ่าย / เพิ่มรายได้ / ใช้ชีวิตอย่างพอควร / คิดและวางแผนอย่างรอบคอบ / มีภูมิคุ้มกัน / ไม่เสี่ยงเกินไป / การเฟื่องทางเลือกสำรอง

ด้านสังคม

ช่วยเหลือเกื้อกูล / รู้รักสามัคคี / สร้างความเข้มแข็งให้ครอบครัวและชุมชน

ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

รู้จักใช้และจัดการอย่างฉลาดและรอบคอบ / เลือกใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างรู้ค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด / ฟื้นฟูทรัพยากรเพื่อให้เกิดความยั่งยืนสูงสุด

ด้านวัฒนธรรม

รักและเห็นคุณค่าในความเป็นไทย เอกลักษณ์ไทย / เห็นประโยชน์และคุณค่าของภูมิปัญญาไทย ภูมิปัญญาท้องถิ่น / รู้จักแยกแยะและเลือกรับวัฒนธรรมอื่น ๆ

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้ผู้สนใจสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ดังนี้คือ องค์กรของรัฐ เอกชน หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึง ครอบครัว เพื่อน ควรแสวงหาเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เข้าถึงกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายเพื่อเพิ่มทัศนคติทั้งในเชิงบวกและทัศนคติเชิงลบเกี่ยวกับการเป็นหนี้ในการสร้างแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการออมอย่างจริงจังให้กับกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย และศึกษาวิจัยเชิงลึกเกี่ยวกับการเข้าถึงเทคโนโลยีของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออม เพื่อเพิ่มช่องทางในการสร้างทัศนคติการออมให้กับกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย

References

- ธนกิจ บุญลือ, & เฉลิมพร เย็นเยือก. (2018). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการออมเงินของประชาชนในจังหวัดปทุมธานี. Paper presented at the Rangsit Graduate Research Conference: RGRC.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพมหานคร : วี. อินเทอร์เน็ตพริ้นท์.
- วิไลลักษณ์ เสรีตระกูล. (2557). ปัจจัยในการทำนายพฤติกรรมการออมของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. สุทธิปริทัศน์, 85.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2548). การวิจัยตลาด: ฉบับมาตรฐาน. กรุงเทพมหานคร: Diamond in Business World.
- สุภารัตน์พิมลรัตนกานต์, น. จ., อีระวัฒน์จันทิก,. (2560). ปัจจัยแรงจูงใจการออม สภาพแวดล้อมในการออมและทัศนคติการออมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมของนักศึกษาวิทยาลัยโลจิสติกส์

และชีพ พลายเสน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, : 8.

- Glass, A. J. I., & training, c. (2007). *Understanding generational differences for competitive success*. 39(2), 98-103.
- Gursoy, D., Maier, T. A., & Chi, C. G. J. I. J. o. H. M. (2008). *Generational differences: An examination of work values and generational gaps in the hospitality workforce*. 27 (3), 448-458.
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials rising: The next great generation*: Vintage.
- Lancaster, L. C., & Stillman, D. (2011). The “M Factor-How the Millennial Generation is Rocking the Workpcae”. In: SAGE Publications Sage India: New Delhi, India.
- Macky, K., Gardner, D., & Forsyth, S. J. J. o. M. P. (2008). *Generational differences at work: Introduction and overview*. 23(8), 857-861.
- MoneyHUB. (2016). *10 ทักษะที่ดีในการออมเงิน ออมแล้วชีวิตรุ่ง !* Retrieved from <https://moneyhub.in.th/article/why-you-have-to-save-money/>
- MoneyHUB. (2017). *จับตาการออมของคน Gen Y ปัญหาน่าห่วงของคนยุคใหม่*. Retrieved from <https://moneyhub.in.th/article/gen-y-saving-money-problem/>
- Phuanpoh, Y. J. V. E.-J., Silpakorn University. (2014). *การให้ความหมายรูปแบบและกระบวนการออมของนักศึกษาในระดับมหาบัณฑิต สาขาการประกอบการ. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร*. 7(2), 251-266.
- Reisenwitz, T. H., & Iyer, R. J. M. m. j. (2009). *Differences in Generation X and Generation Y: Implications For The Organization And Marketers*. 19(2).
- Rondeau, A. (1992). *Organizations: Behavior, Structure, Processes*. In: JSTOR.
- ThaiPBS. (2561). *ผลสำรวจพบ Gen Y - Gen X มีเงินออมพอใช้ไม่ถึง 6 เดือน*. Retrieved from <https://news.thaipbs.or.th/content/272923>