อิทธิพลของพฤติกรรมบริโภคนิยม ทัศนคติทางการเงินที่ส่งผลต่อการมีวินัยทางการเงินของ Gen Z ระดับอุดมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก EEC ประเทศไทย : บทบาทในการแทรกของความรู้ทางการเงิน

The Influence of Consumerism and Financial Attitude on the Financial Discipline of Generation Z Undergraduate Students in Thailand's Eastern Economic Corridor (EEC): The Mediating Role of Financial Literacy

ภานุมาศ โดดเสนา[1*] และ จิราภา พึ่งบางกรวย[2]
Panumas Dodsena[1*] and Jirapa Phungbangkruay[2]

Article History
Receive: March 28, 2026
Revised: April 23, 2026
Accepted: April 24, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของพฤติกรรมบริโภคนิยม ทัศนคติทางการเงินและความรู้ทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อการมีวินัยทางการเงิน ของ Gen Z ระดับอุดมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก EEC ประเทศไทย และเพื่อศึกษาบทบาทในการเป็นตัวแปรแทรกของความรู้ทางการเงินระหว่างพฤติกรรมบริโภคนิยม และทัศนคติทางการเงินกับการมีวินัยทางการเงิน ของ Gen Z ระดับอุดมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก EEC ประเทศไทย คณะผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่รู้จำนวนประชากรจากค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 405 คน และทำการเก็บรวบรวมกลุ่มตัวอย่างจากนักศึกษา 3 สถาบัน ได้แก่ 1) มหาวิทยาลัยบูรพา 2) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือวิทยาเขตระยอง และ 3) มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยค่าความความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้สมการถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมบริโภคนิยมและทัศนคติทางการเงินมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมีวินัยทางการเงิน 2) ความรู้ทางการเงินมีอิทธิพลเชิงเชิงบวกต่อการมีวินัยทางการเงินของ Gen Z ระดับอุดมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก EEC ประเทศไทย และ 3) บทบาทในการเป็นตัวแปรแทรกพบว่าความรู้ทางการเงินมีบทบาทเป็นตัวแปรแทรกอย่างสมบูรณ์ (Full Mediation) ระหว่างพฤติกรรมบริโภคนิยมและการมีวินัยทางการเงิน และความรู้ทางการเงินมีบทบาทในการเป็นตัวแปรแทรกแค่เพียงบางส่วน (Partial Mediation) ระหว่างทัศนคติทางการเงินและการมีวินัยทางการเงินของ Gen Z ระดับอุดมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก EEC ประเทศไทย

คำสำคัญ : พฤติกรรมบริโภคนิยม; ทัศนคติทางการเงิน; ความรู้ทางการเงิน; การมีวินัยทางการเงิน; เจเนอเรชั่น Z

[1] นักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา, Master's Degree Student in Business, Faculty of Burapha Business School, Burapha University

[2] รองศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา, Associate Professor, Faculty of Burapha Business School, Burapha University

*Corresponding author E-mail: Panumas.d28@gmail.com

NPU JOURNAL

ABSTRACT

This research aims to study the influence of consumerism behavior, financial attitudes, and financial literacy on the financial discipline of Gen Z university students in the Eastern Economic Corridor (EEC), Thailand, and to study the roles of financial literacy as a mediator between consumerism behavior, financial attitudes, and financial discipline of Gen Z university students in the EEC. The researchers determined a sample size of 405 individuals using a 95% confidence level and collected data from students at three institutions: 1) Burapha University, 2) King Mongkut's University of Technology North Bangkok (Rayong Campus) and 3) Rajabhat Rajanagarindra University. A questionnaire was used as the data collection instrument. Statistical analyses included frequency, mean, standard deviation, and hypothesis testing using multiple regression analysis. The research findings revealed that: 1) Consumerism behavior and financial attitudes positively influence financial discipline; 2) financial literacy positively influences the financial discipline of Gen Z university students in the Eastern Economic Corridor (EEC), Thailand; and 3) The study found that financial literacy plays a full mediation role between consumerism behavior and financial discipline and a partial mediation role between financial attitudes and financial discipline of Gen Z university students in the EEC, Thailand.

Keywords : Consumption Behavior; Financial Attitudes; Financial Literacy; Financial Discipline; Generation Z

บทนำ

คนในเจเนอเรชั่น Z หมายถึงคนที่เกิดตั้งแต่ในช่วงปี 2540 ถึง 2555 หรือคนที่มีอายุ 17 - 29 ปี (Sihabunlee, 2025) ที่ในปัจจุบันมีจำนวนประชากรในกลุ่มนี้คิดเป็นร้อยละ 24 ของจำนวนประชากรทั้งหมด ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีขนาดค่อนข้างใหญ่ในประเทศและในปัจจุบัน กลายมาเป็นผู้บริโภคหลักในตลาดสินค้าประเภทต่าง ๆ โดยคนในเจเนอเรชั่นนี้จะเป็นเด็กรุ่นใหม่ที่ยังคงเรียนหนังสืออยู่ มีการเติบโตขึ้นมาพร้อมกับสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างมากมายในยุคดิจิทัล มีลักษณะที่ชอบเรียนรู้และสามารถรับรู้ทุกอย่างได้อย่างรวดเร็ว เป็นกลุ่มที่นิยมในการซื้อของออนไลน์มากที่สุดกลุ่มหนึ่ง โดยมี 4 ใน 5 ของชาว Gen Z ใช้สื่อออนไลน์เป็นประจำ จะชอบค้นหาข้อมูลและเปรียบเทียบสินค้าในอินเทอร์เน็ตและนิยมซื้อสินค้าผ่าน e-commerce มากกว่าผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ ไม่ยึดติดกับแบรนด์ โดยจะให้ความสำคัญกับตัวสินค้ามากกว่าชื่อเสียงของแบรนด์ มีทัศนคติชื่นชอบความบันเทิง มีอิสระทางความคิด และเน้นการใช้จ่ายเพื่อสร้างความสุขให้ตนเอง (Krungsri GURU, 2024) จากผลการสำรวจพบว่าเจนเนอเรชั่น Z เริ่มคิดหรือวางแผนการเก็บออมสำหรับยามชรา/วัยเกษียณเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 41.7 ในปี พ.ศ. 2561 กลายเป็นร้อยละ 59.6 ในปี พ.ศ. 2563 และคนกลุ่มนี้ได้สามารถทำการวางแผนการเก็บออมได้ตามแผนที่วางไว้เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 5.6 ในปี พ.ศ. 2561 กลายเป็นร้อยละ 6.4 ในปี พ.ศ. 2563 (Bank of Thailand, 2022) และจากการสำรวจของธนาคารแห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2568 พบว่าเจเนอเรชั่น Z มีคะแนนทัศนคติทางการเงินที่ดีขึ้นถึงร้อยละ 78.2 (Bank of Thailand, 2025) แสดงให้เห็นว่าเด็กเจเนอเรชั่น Z เริ่มมีความตระหนักและทำได้จริง ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้เพิ่มขึ้น

ถึงแม้ว่าเจเนอเรชั่น Z จะเริ่มมีความตื่นตัวเรื่องการออมเพื่อการเกษียณเพิ่มขึ้นก็ตาม แต่พบว่าคนกลุ่มนี้กลับมีความรู้ทางการเงินในขั้นพื้นฐานที่ยังเปราะบาง แม้ว่าคนในกลุ่มนี้จะเก่งในเรื่องเทคโนโลยีและสินทรัพย์ใหม่ เช่น Crypto หรือ หุ้นนอก เป็นต้น แต่จากผลสำรวจกลับพบว่า เจเนอเรชั่น Z มักตอบคำถามพื้นฐานเรื่องดอกเบี้ยทบต้นหรือความเสี่ยงได้ต่ำกว่ารุ่นอื่น ๆ (TIAA Institute & GFLEC, 2024) และในทางปฏิบัติกลับยังเผชิญความท้าทาย ด้านวินัยทางการเงิน

NPU JOURNAL

อย่างหนัก ข้อมูลจากเครดิตบูโร ณ 15 มิถุนายน 2563 ระบุว่า เจเนอเรชั่น Z มีหนี้สินมากถึง 2.5 หมื่นล้านบาท โดยเป็นหนี้เสีย (NPL) ถึง 1.2 พันล้านบาท และมีหนี้สินเฉลี่ยต่อคนอยู่ที่ประมาณ 171,520 บาท ส่วนใหญ่เป็นสินเชื่อรถยนต์ สินเชื่อส่วนบุคคล และสินเชื่อเช่าซื้อ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงไลฟ์สไตล์ที่เน้นความสะดวกสบายและการยอมรับทางสังคมที่มากเกินไป สอดคล้องกับรายงานของ UOB Thailand (2025) ที่กล่าวว่าแม้จะมีความกังวลเรื่องหนี้ครัวเรือนแต่เจเนอเรชั่น Z ไทยกว่าร้อยละ 72 ยอมรับว่าพวกเขาให้ความสำคัญกับการจ่ายเงินเพื่อซื้อความสุขในปัจจุบัน เช่น การท่องเที่ยวและการรับประทานอาหาร โดยมองว่าการจับจ่ายเงินเพื่อซื้อความสุขในปัจจุบันนั้น เป็นส่วนหนึ่งของการรักษาสุขภาพจิตของตนเอง โดยในรายงานยังระบุว่า เจเนอเรชั่น Z เริ่มใช้เครื่องมือทางการเงินประเภท "สินเชื่อดิจิทัล" (Digital Lending) และ “Buy Now, Pay Later” (BNPL) สูงขึ้น สินเชื่อดังกล่าวถึงแม้จะช่วยในเรื่องของสภาพคล่องได้ก็ตาม แต่ถ้าหากบุคคลผู้นั้นยังคงขาดวินัยทางการเงินอยู่ ก็อาจจะนำไปสู่การสะสมหนี้บริโภคได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย คณะผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าถ้าหากคนกลุ่มนี้ ขาดความสามารถในการชำระหนี้ จะส่งผลให้หนี้ครัวเรือนของไทยสูงขึ้นและส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพเศรษฐกิจในวงกว้างอีกด้วย

ปัจจุบันประเทศไทยกำลังจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุมีการคาดการณ์ว่าประเทศไทยจะเป็นประเทศกำลังพัฒนาประเทศแรกของโลกที่ก้าวเข้าสู่สังคมอายุแบบสมบูรณ์ (Aged Society) เนื่องจากอัตราการเกิดของคนไทยมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องโดยมีจำนวนการเกิด 6 แสนคนต่อปี ซึ่งหากสถานการณ์ยังเป็นเช่นนี้ต่อไป นอกจากจำนวนประชากรไทยโดยรวมจะเริ่มลดลงแล้ว ไทยจะขยับขึ้นเป็นสังคมสูงอายุแบบสุดยอด (Hyper Aged Society) ซึ่งมีสัดส่วนประชากรที่อายุมากกว่า 65 ปี ถึงร้อยละ 20 หรือมีประชากรอายุมากกว่า 60 ปีกว่าร้อยละ 30 ภายในปี พ.ศ. 2584 (National Economic and Social Development Council, 2024) จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจว่า ถ้าหากประชากรของประเทศส่วนใหญ่ที่จะเป็นผู้บริโภคหลักต่อไปคือ เจเนอเรชั่น Z ที่จะเปลี่ยนผ่านไปเป็นผู้สูงอายุในอนาคต อีกทั้งการที่บุคคลจะมีอายุที่ยืนยาวมากขึ้นเพื่อจะสามารถมีคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่เหมาะสมได้ การออมและการสร้างความมั่นคงจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องเริ่มตั้งแต่วัยเด็ก ดังนั้น ความมีวินัยทางการเงินจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควรจะต้องมีการปลูกฝังให้กับคนในกลุ่มนี้ แต่ในปัจจุบันจะเห็นว่าเจเนอเรชั่น Z มีพฤติกรรมเป็นหนี้ ไม่มีเงินออม ไม่ให้ความสำคัญทางด้านการเงิน อาจจะส่งผลให้ในอนาคตประเทศไทยจะไม่สามารถมีคุณภาพชีวิตในการเป็นอยู่ที่ดีได้ และในด้านหนึ่งก็จะมีผลกระทบกับความสามารถในการผลิตและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ความมั่นคง และเสถียรภาพของระบบเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย

เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor : EEC) อันประกอบไปด้วยจังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง เป็นจังหวัดที่อยู่ในเขตภาคตะวันออกที่ได้รับการกำหนดเพิ่มเติมตามพระราชกฤษฎีกาให้เป็นเขตเศรษฐกิจพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ตามมาตรา 6 แห่งพระราชบัญญัติเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก พ.ศ. 2561 โดยในพื้นที่นี้จะเป็นการลงทุนขนาดใหญ่ เพื่อยกระดับการพัฒนาประเทศไปสู่ยุค “ไทยแลนด์ 4.0” ได้มีการกำหนดพื้นที่เป้าหมายนำร่อง 3 จังหวัดในพื้นที่ภาคตะวันออก ได้แก่ ฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง อีกทั้งยังได้กำหนดอุตสาหกรรมเป้าหมายที่ได้รับการส่งเสริมเพื่อให้เกิดการลงทุนอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภคเพื่อเพิ่มศักยภาพรองรับการลงทุนและการพัฒนากิจกรรมทางเศรษฐกิจและการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในพื้นที่ รวมทั้งการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการจัดระบบการสะสมเทคโนโลยี เพื่ออนาคตที่ยั่งยืนของประเทศไทย (Hemayagorn, 2021) พื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกหรือ พื้นที่ EEC จึงเป็นพื้นที่ที่น่าสนใจเพราะเป็นศูนย์กลางการเติบโตทางเศรษฐกิจและนวัตกรรม มีการพัฒนา มีการลงทุนจากต่างประเทศ เป็นศูนย์กลางของเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้คนในพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับเด็กเจเนอเรชั่น Z ที่เติบโตมากับเทคโนโลยี รวมทั้งความหลากหลายทางวัฒนธรรมและสังคม ก่อให้เกิดความหลากหลายทางความคิดและมุมมองต่อเรื่องการเงิน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมทางการเงินของเจเนอเรชั่น Z

จากข้อมูลข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาพฤติกรรมบริโภคนิยม ทัศนคติทางการเงิน และความรู้ทางการเงินที่มีผลต่อการมีวินัยทางการเงินของผู้บริโภคในกลุ่มเจเนอเรชั่น Z ระดับอุดมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก EEC ประเทศไทย และบทบาทการแทรกของความรู้ทางการเงินระหว่างการมีพฤติกรรมบริโภคนิยม และทัศนคติทางการเงินจะมีผลต่อการมีวินัยทางการเงินหรือไม่ เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ มาจัดทำเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาและปรับปรุงแนวทางเสริมสร้างวินัยทางการเงินที่เหมาะสม เพื่อให้สามารถหลุดพ้นปัญหาจากหนี้สินครัวเรือน และช่วยลดปัญหาหนี้สินของประเทศไทยในภาพรวม การเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจด้านการเงินและสร้างวินัยทางการเงินจะช่วยยกระดับมาตรฐานการดำรงชีวิตให้สูงขึ้นและมีความมั่นคงในชีวิตส่งผลให้ประเทศไทยมีบุคคลากรที่มีคุณภาพ และเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของพฤติกรรมบริโภคนิยมและทัศนคติทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อการมีวินัยทางการเงินของ Gen Z ระดับอุดมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก EEC ประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความรู้ทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อการมีวินัยทางการเงิน ของ Gen Z ระดับอุดมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก EEC ประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาบทบาทในการเป็นตัวแปรแทรกของความรู้ทางการเงินระหว่างพฤติกรรมบริโภคนิยม และทัศนคติทางการเงินกับการมีวินัยทางการเงิน ของ Gen Z ระดับอุดมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก EEC ประเทศไทย

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พฤติกรรมบริโภคนิยม

พฤติกรรมบริโภคนิยมนั้น นักสังคมวิทยาชาวอังกฤษ Featherstone (1991) ได้กล่าวคำจำกัดความไว้ว่า ในสังคมทุนนิยมสมัยใหม่ การบริโภคนับเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีความสำคัญอย่างมากใน 3 ประเด็น ดังนี้

1. การบริโภคได้รับการผลักดันและสนับสนุนอย่างต่อเนื่องเพื่อให้กระบวนการผลิตสามารถดำเนินไปตามปกติ คือเมื่อมีการผลิตออกมาแล้วมีผู้ซื้อหรือผู้บริโภคซึ่งเป็นไปตามกลไกของตลาดและเป็นการจูงใจให้ผู้ผลิตมีการผลิตสินค้าที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการจ้างงานและเกิดการหมุนเวียนของเงินในระบบเศรษฐกิจของประเทศ
2. การบริโภคเป็นแหล่งที่มาของการจำแนกความแตกต่างด้านสถานภาพ (Status Differentiation) ของกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม เช่น กลุ่มผู้มีรายได้สูงจะบริโภคสินค้าบางยี่ห้อเพื่อแสดงฐานะทางเศรษฐกิจ ซึ่งผู้มีรายได้ปานกลางถึงต่ำอาจไม่สามารถที่จะบริโภคได้ การบริโภคจึงทำให้เห็นความแตกต่างของสถานภาพของคนในสังคม
3. การบริโภคเป็นแหล่งสำคัญของความบันเทิงและความใฝ่ฝันของสมาชิกในสังคมบางกลุ่ม เช่น กลุ่มผู้มีรายได้ต่ำพยายามที่จะบริโภคสินค้าชนิดหรือยี่ห้อเดียวกับผู้มีรายได้สูงเพื่อแสดงถึงการมีรสนิยมแบบผู้มีรายได้สูง

ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตประจำวัน การบริโภคสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีได้เข้ามาปรับรูปแบบการบริโภคที่เคยมีมาในอดีต และได้ก่อให้เกิดแนวโน้มใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคในสังคมเมือง โดยเฉพาะในกลุ่มคนเมืองที่มีลักษณะการดำเนินชีวิตที่รวดเร็วและซับซ้อนมากขึ้น การบริโภคนิยมในยุคนี้ไม่เพียงแต่สะท้อนถึงการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองทางกายภาพ แต่ยังสะท้อนถึงการแสดงออกถึงอัตลักษณ์และสถานะสังคมผ่านทางการเลือกบริโภค แม้ว่าการบริโภคนิยมจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจและสร้างโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมต่าง ๆ แต่ก็อาจนำไปสู่ผลกระทบเชิงลบ เช่น การบริโภคที่เกินความจำเป็น ปัญหาหนี้สินส่วนบุคคล และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Romsri, 2025) สอดคล้องกับ Somkraoh et al. (2025) ที่พบว่าผู้คนในสังคมบริโภคนิยมตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของสื่อและโฆษณาที่พยายามสร้าง

ภาพลักษณ์และตัวตนของสินค้า/อาหารในจินตภาพของผู้บริโภคอย่างเข้มข้น ส่งผลให้เกิดวัฒนธรรมการบริโภคเชิงสัญญะ (Symbolic consumption) ซึ่งผู้บริโภคมักถูกดึงดูดให้เสพติดสัญญะเหล่านี้โดยไม่ตระหนักถึงคุณค่าที่แท้จริงของการบริโภค สะท้อนให้เห็นความเป็นเกินจริงของการบริโภคปัจจัยสี่ในชีวิตประจำวัน ในการวิจัยครั้งนี้จึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคนิยมกับความรู้ทางการเงิน และการมีวินัยทางการเงินของของ Gen Z ระดับอุดมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก EEC ประเทศไทย

ทัศนคติทางการเงิน

ทัศนคติทางการเงิน หมายถึง สภาวะทางจิตใจที่สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ และความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของ หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ซึ่งอาจแสดงออกในรูปแบบของพฤติกรรม ความรู้สึก หรือการแสดงออกทางวาจา ทั้งในเชิงบวก เชิงลบ หรือเป็นกลาง ทัศนคติเกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางออมของแต่ละบุคคล ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้การตีความ และการตอบสนองต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ ในสภาพแวดล้อม (Kritlertkul, 2021) จากการทบทวนวรรณกรรม พบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติทางการเงินต่อความรู้ทางการเงินและการมีวินัยทางการเงิน โดยงานวิจัยของ Sangchuang & Dheera-aumpon (2021) พบว่าความรู้ด้านการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับทัศนคติทางการเงิน และทัศนคติทางการเงิน มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่ออย่างมีนัยสำคัญกับการวางแผนทางการเงินเพื่อวัยเกษียณกลุ่ม 25 - 30 ปีและ 31 - 45 ปี สอดคล้องกับ Mekonnen (2023) ที่พบว่าทัศนคติมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความรู้ทางการเงินและความรู้ความรู้ทางการเงินส่งผลดีต่อการจัดการการเงินส่วนบุคคลของพนักงาน ส่งผลให้มีการออมที่หลากหลายมากขึ้น มีการใช้จ่ายที่เหมาะสม มีการลงทุนที่ดีขึ้นและมีการจัดการเงินที่ดี และงานวิจัยของ Pojsupap et al. (2025) พบว่าบุคคลที่มีทัศนคติทางการเงินในเชิงบวกมักจะมีความรู้ทางการเงินในระดับที่สูง บุคคลที่มีทักษะทางการเงินสูงจะเข้าใจแนวคิดทางการเงินพื้นฐานเช่น การวิเคราะห์ผลตอบแทน ผลกระทบความเสี่ยงภาวะผันผวนทางเศรษฐกิจ และประโยชน์ของการออมเงินเพื่ออนาคตหากพวกเขาเกษียณอายุ จึงเป็นหลักฐานที่ทำให้สรุปได้ ทัศนคติมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความรู้ทางการเงินและการมีวินัยทางการเงิน

ความรู้ทางการเงิน

ความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy) หมายถึง การตระหนัก ความรู้ความเข้าใจ ความเชี่ยวชาญความชำนาญ ทัศนคติ และพฤติกรรม ส่งผลให้บุคคลเกิดการตัดสินใจทางการเงินที่ดีและช่วยให้บุคคลมีสุขภาพทางการเงินที่ดี ประกอบด้วย ทัศนคติ ความรู้ที่เกี่ยวข้อง และพฤติกรรม โดยที่พฤติกรรม ประกอบด้วย การตัดสินใจทางการเงินด้วยตนเอง การเปรียบเทียบข้อมูลผลิตภัณฑ์ การบริหารจัด การเงินเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาเงินไม่พอใช้ และการจัดสรรเงินก่อนใช้ ความรู้ทางการเงินประกอบด้วย 1) ความรู้เกี่ยวกับดอกเบี้ยสินเชื่อ ดอกเบี้ยเงินฝากและดอกเบี้ยทบต้น 2) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาวะเงินเฟ้อ และ 3) ความรู้เกี่ยวกับมูลค่าเงินตามเวลา (Bank of Thailand, 2024) โดยในงานวิจัยของ Kritlertkul (2021) พบว่าความรู้ทางการเงินมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับการวางแผนทางการเงินเพื่อการเกษียณอายุราชการ โดยกล่าวว่าความรู้เกี่ยวกับการเงินนั้นมีส่วนเกี่ยวข้องกับการวางแผนทางการเงินทางตรง โดยถ้ามีความรู้เกี่ยวกับการเงินในระดับที่สูง การวางแผนทางการเงินหรือการออมเงินนั้นก็จะมีทิศทางเชิงบวกเช่นเดียวกัน ดังนั้น อัตราดอกเบี้ย อัตราเงินเฟ้อ มูลค่าเงินตามเวลา รวมถึงความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การเงินต่าง ๆ จะมาช่วยในการประกอบการตัดสินใจในการวางแผนทางการเงิน สอดคล้องกับงานกับงานวิจัยของ Pongphanich (2023) ที่พบว่า ความรู้ทางการเงิน ด้านมูลค่าเงินตามเวลา ด้านอัตราเงินเฟ้อ และด้านการกระจายความเสี่ยง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับพฤติกรรมการวางแผนทางการเงิน โดยรวมโดยกล่าวว่าความรู้เบื้องต้นเรื่องการเงินประกอบด้วยความรู้และทักษะทางการเงินหลายด้านรวมกัน ซึ่งจะช่วยให้แต่ละบุคคลสามารถบริหารจัดการทั้งเงินและหนี้สินอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังไปสอดคล้องงานวิจัยของ Carlesso (2023) ที่ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของความรู้ทางการเงินในการตัดสินใจลงทุน และการบริหารความเสี่ยง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มคน

Gen Z ที่ให้ความสนใจในการลงทุนสินทรัพย์ ที่มีความเสี่ยงสูงเพิ่มมากขึ้น เช่น หุ้น และสินทรัพย์ดิจิตอล อย่างไรก็ตาม งานวิจัยพบว่ายังมีกลุ่มประชากรหลายกลุ่มที่ยังมีช่องว่างของความรู้ทางการเงิน โดยเฉพาะในกลุ่มวัยทำงานตอนต้น (First Jobber) และผู้ที่ไม่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเงินโดยตรง ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดพฤติกรรมทางการเงินที่ไม่เหมาะสม เช่น การก่อหนี้เกินตัว การไม่มีเงินออมเพื่อการเกษียณ หรือการลงทุนโดยขาดความเข้าใจเกี่ยวกับความเสี่ยงที่แท้จริง และในการทบทวนวรรณกรรมเรื่องปัจจัยที่มีบทบาทในการแทรกระหว่างทัศนคติทางการเงินและพฤติกรรมทางการเงินพบว่า ในงานวิจัยของ Anand et al. (2021) ได้ทำการศึกษา เรื่องความรู้ทางการเงินในฐานะตัวกลางของสุขภาพทางการเงินส่วนบุคคล ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 โดยผลการศึกษาพบว่า ความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy) ทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่าน ระหว่าง "ทัศนคติทางการเงิน" และ "พฤติกรรมทางการเงิน" และยังส่งผ่านอิทธิพลไปสู่ตัวแปรตามคือสุขภาพทางการเงินที่ดี อีกด้วย เนื่องจากพฤติกรรม การออมและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเงินของมนุษย์เป็นพฤติกรรมที่มีความซับซ้อน และมีความต่อเนื่องกัน ความสัมพันธ์ของตัวแปรดังกล่าวจึงไม่ใช่ความสัมพันธ์อย่างง่ายหรือความสัมพันธ์ทางตรงเท่านั้น (Direct Effect) อีกทั้งเพื่อเป็นการขยายผลการศึกษาในอดีตและทำความเข้าใจให้ถูกต้อง คณะผู้วิจัยจึงเน้นการศึกษาอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) เป็นหลักโดยในการวิจัยครั้งนี้จะทำการศึกษาบทบาทการแทรกของความรู้ทางการเงินต่อการมีวินัยทางการเงินของของ Gen Z ระดับอุดมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก EEC ประเทศไทย

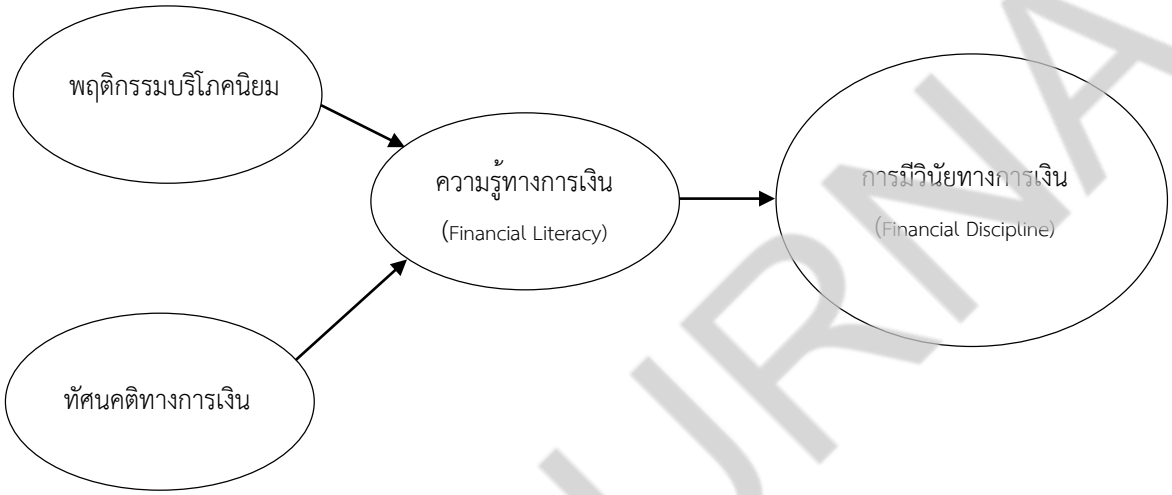
วินัยทางการเงิน

วินัยทางการเงิน ประกอบไปด้วย วินัยในการหาเงิน คือความมานะ อดทน ขยันหมั่นเพียร ตั้งใจในการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต วินัยในการเก็บเงิน คือเก็บก่อนใช้ มีการออม และวินัยในการใช้เงิน คือการใช้เงินอย่างมีสติ ไม่ซื้อของด้วยอารมณ์หรือซื้อตามคำโฆษณา (Podjanee, 2007) การมีวินัยทางการเงินส่วนบุคคลอย่างเหมาะสมจะช่วยให้สามารถจัดการกับการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ คนส่วนใหญ่คุ้นเคยกับการใช้เงินก่อนที่จะหาเงินได้ เนื่องจากพ่อแม่ผู้ปกครองให้เงินใช้ตั้งแต่ยังเป็นเด็ก จึงเกิดทัศนคติที่มีความสุขจากการ ใช้เงินทั้งที่ยังหาเงินไม่ได้ ต่อมาเมื่อบุคคลหาเงินเองจากการทำงาน จึงเกิดปัญหาทางการเงินขึ้น เนื่องจากมีทัศนคติทางการเงินว่าการหาเงินได้มากขึ้นจะสามารถสร้างความสุขความสบายในชีวิตได้มากขึ้น แต่กลายเป็นว่าเงินที่หาได้เพิ่มขึ้น กลับไม่เคยเพียงพอกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเลย เพราะปัญหาใหญ่ที่ทำให้หลายคนไม่บรรลุเป้าหมายทางการเงินของตนเอง มีสาเหตุมาจากความไม่มีวินัยทางการเงิน ที่สำคัญคือไม่รู้จักการควบคุมจิตใจของตนเองในการใช้จ่ายไม่รู้จักระงับความต้องการหรืออารมณ์อยากได้ของตนเอง เมื่อเห็นผู้อื่นมีก็อยากมีบ้าง เมื่อเห็นของที่ดีมีคุณภาพหรือของที่แสดงถึงฐานะก็อยากได้บ้าง หักห้ามใจตนเองไว้ไม่อยู่ ทำให้ใช้จ่ายเกินตัวรักษาวินัยไว้ไม่อยู่ส่วนการมีไม่มีวินัยทางการเงิน คือการไม่รู้จากบริหารจัดการและควบคุมค่าใช้จ่ายของตนเองให้เหมาะสมกับเงินที่หามาได้ หรือไม่ตรงตามงบรายได้ รายจ่ายที่วางแผนไว้ การใช้เงินโดยไม่มีเป้าหมายทางการเงินอย่างเหมาะสม การไม่รู้จักทางเลือกในการรักษาและเพิ่มมูลค่าเงิน อาจทำให้บุคคลต้องทำงานหนักไปตลอดชีวิต เพียงเพื่อให้มีเงินใช้จ่ายเฉพาะหน้า การสร้างวินัยทางการเงินสามารถปฏิบัติได้ ดังนี้ 1) วางแผนทางการเงิน เป็นการจัดทำงบประมาณ เพื่อให้ทราบว่าในแต่ละเดือนจะมีรายได้ - รายจ่าย จำนวนเท่าใดและเมื่อใดในแต่ละเดือน เพื่อให้สามารถจัดการกับเงินที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยใช้วิธีทำบัญชีงบประมาณรายได้ - รายจ่ายเป็นรายเดือนล่วงหน้าเป็นปีในงบประมาณนั้นมีการสำรองเงินเก็บไว้ออมและการลงทุน 2) ต้องสามารถควบคุมจิตใจของตนเองในการใช้จ่าย ไม่ใช้จ่ายฟุ่มเฟือยเกินความจำเป็นความจำเป็นหรือฐานะ และรายได้ต้องความคุมการใช้จ่ายให้อยู่ในงบประมาณที่กำหนดไว้ 3) ใช้หลัก Pay Yourself First คือ การออมก่อนใช้จ่ายทีหลัง โดยหักเงินลงทุนจากบัญชีเงินเดือนเป็นเงินออมด้วยจำนวนที่แน่นอนทุกเดือน เช่น หากได้รับเงินเดือน 15,000 บาท ควรเก็บเงินไว้ 3,750 บาท หรือ หักประมาณร้อยละ 15 - 25 ของรายได้ 4) ถ้าต้องจ่ายพยายามเสียค่าใช้จ่ายในน้อยที่สุด แต่ให้ได้ประโยชน์มากที่สุด โดยการสำรวจค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นอย่างสม่ำเสมอทุกเดือน เพื่อหาทางประหยัดงบประมาณให้ได้มากที่สุด ไม่ซื้อของที่ไม่จำเป็น เพียงเพราะเห็นว่าราคาถูกทั้งที่ยังไม่มีความจำเป็นต้องใช้ 5) ควรหลีกเลี่ยงการเป็นหนี้โดยไม่จำเป็น แต่ละบุคคลควรมีบัตรเครดิตจำนวนน้อยแค่พอใช้ และควรปิดบัญชีบัตรเครดิตที่ไม่ได้ใช้แล้ว หากมีจำนวนบัตรเครดิต แนวโน้มในการ

ก่อหนี้จะมีมากขึ้น และหากเกิดหนี้แล้วควรวางแผนการชำระหนี้ทุกรายการตามใบแจ้งหนี้จากสถาบันเจ้าหนี้ภายในระยะเวลากำหนด (Sirirat & Supachai, 2010)

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมเส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของพฤติกรรมบริโภคนิยม ทัศนคติทางการเงินที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการมีวินัยทางการเงินของ Gen Z ระดับอุดมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก EEC ประเทศไทย : บทบาทการแทรกของความรู้ทางการเงิน นำมาสู่กรอบแนวคิดของการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาบทบาทในการแทรกของตัวแปรแทรก (Mediator) คณะผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานตามกรอบแนวทางในการวิเคราะห์บทบาทของตัวแปรแทรกของ Baron & Kenny (1986) ดังนี้

1. พฤติกรรมบริโภคนิยมและทัศนคติทางการเงินมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมีวินัยทางการเงิน
2. ความรู้ทางการเงินมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมีวินัยทางการเงิน
3. พฤติกรรมบริโภคนิยม ทัศนคติทางการเงินและความรู้ทางการเงินมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมีวินัยทางการเงิน

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรระดับอุดมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก EEC ประเทศไทย ประกอบด้วยพื้นที่จังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง และจังหวัดฉะเชิงเทรา (National Statistical Office, 2023)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ มหาวิทยาลัยที่เป็นกลุ่มเป้าหมายโดยอาศัยหลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) จะใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) การสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการจับสลาก (Lottery) (Koul, 1984) เลือก 1 มหาวิทยาลัยในแต่ละจังหวัด 1) มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี จำนวนนักศึกษา 27,428 คน (Burapha University, 2024) 2) มหาวิทยาลัยเทคโนโลโยลีพระจอมเกล้าพระนครเหนือวิทยาเขตระยอง จังหวัดระยอง จำนวนนักศึกษา 4,351 คน (King Mongkut's University of Technology North Bangkok (Rayong Campus), 2024) 3) มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวนนักศึกษา 4,678 คน (Rajabhat Rajanagarindra University, 2024) รวมมีจำนวน 36,457 คน ผู้วิจัยใช้วิธีกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากร ตามแนวคิดของ Yamane

(1967) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่จะต้องเก็บ จำนวน 385 ชุด แต่เนื่องจากคณะผู้วิจัยจะต้องทำการกำหนดโควตาของแต่ละจังหวัด จึงทำการเพิ่มจำนวนของกลุ่มตัวอย่างเพื่อเป็นการสำรองข้อมูลที่อาจจะไม่ถูกต้องหรือเป็นข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ จึงทำการเก็บข้อมูลเพิ่มขึ้นเป็น 405 คน คณะผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ทำการแบ่งกลุ่มตามสัดส่วนของจำนวนนักศึกษาในแต่ละมหาวิทยาลัย ดังนี้ 1) มหาวิทยาลัยบูรพา จำนวนนักศึกษา 27,428 คน คิดเป็นร้อยละ 75.23 คิดเป็นจำนวน 135 คน 2) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือวิทยาเขตระยอง จำนวนนักศึกษา 4,351 คน คิดเป็นร้อยละ 11.94 คิดเป็นจำนวน 135 คน และ 3) มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จำนวนนักศึกษา 4,678 คน คิดเป็นร้อยละ 12.83 คิดเป็นจำนวน 135 คน รวมเป็น 405 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามพัฒนาขึ้นจากการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ ประกอบด้วย พฤติกรรมบริโภคนิยม 3 ข้อ ทัศนคติทางการเงิน 3 ข้อ ความรู้ทางการเงิน 3 ข้อ และวินัยทางการเงิน 3 ข้อ กำหนดให้ลักษณะแบบสอบถามโดยใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale ให้คะแนนตามระดับความคิดเห็น 5 ระดับ 5 = ระดับความคิดเห็นมากที่สุด 4 = ระดับความคิดเห็นมาก 3 = ระดับความคิดเห็นปานกลาง 2 = ระดับความคิดเห็นน้อย และ 1 = ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด และเครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้น ผ่านการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงพินิจ (Face Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน โดยพิจารณาจากค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC = Index of item Objective Congruence) ถ้าหาค่าดัชนีความสอดคล้องที่คำนวณได้มีค่ามากกว่า 0.5 ขึ้นไป จะถือว่าแบบสอบถามชุดนั้น มีความเที่ยงตรงใช้ได้ หลังจากที่ได้คำนวณหาค่าดัชนีแล้วพบว่า ค่าดัชนีรายข้อของแบบสอบถามนี้มีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.66 - 1 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ใช้ได้ในการดำเนินการ สร้างเครื่องมือเพื่อทดลองใช้ โดยผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญในการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตามที่กำหนดไว้ หลังจากนั้นคณะผู้วิจัยจึงได้นำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pretest) กับกลุ่มที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย เพื่อหาคุณภาพเครื่องมือ โดยหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) แบบ Cronbach' s Alpha ซึ่งแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นที่ดี ควรจะมีค่าความเชื่อมั่นเกินกว่า 0.70 จึงจะถือว่าใช้ได้ และหากค่าความเชื่อมั่นยิ่งเข้าใกล้ 1.00 แสดงว่าแบบสอบถามนั้นมีค่าความเชื่อมั่นสูง (Nunnally, 1978) โดยเมื่อทำการวิเคราะห์ค่า Cronbarch's Alpha ของงานวิจัยชิ้นนี้ พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของพฤติกรรมบริโภคนิยม (CB) ทัศนคติทางการเงิน (ATT) ความรู้ทางการเงิน (FA) และการมีวินัยทางการเงิน (FDB) มีค่าเท่ากับ 0.94 , 0.92 , 0.94 และ 0.95 ตามลำดับ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ตามกลุ่มตัวอย่างคือ1) มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี จำนวน 135 ชุด 2) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือวิทยาเขตระยอง จังหวัดระยอง จำนวน 135 ชุด 3) มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 135 ชุด รวมทั้งสิ้น จำนวน 405 ชุด โดยทำการแจกแบบสอบถามด้วยวิธีการพิมพ์ QR Code ออกมาใส่กระดาษ และนำไปแจกให้กับผู้ตอบแบบสอบถามสแกนเพื่อเข้าสู่แบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) ที่ได้จัดเตรียมไว้ โดยกลุ่มตัวอย่างจะใช้ระยะเวลาในการตอบแบบสอบถามประมาณ 10 - 15 นาที ช่วงเวลาในการเก็บข้อมูล คือ ระหว่างวันที่ 1 กันยายน พ.ศ. 2568 ถึง 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2568 หลังจากทำการเก็บข้อมูลเสร็จสิ้น พบว่าได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์กลับมา จำนวน 405 ชุด โดยผลพบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี จำนวน 135 คน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือวิทยาเขตระยอง จังหวัดระยอง จำนวน 135 คน มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 135 คน โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้รวมเฉลี่ยต่ำกว่า 15,000 บาท และรายจ่ายรวมเฉลี่ยน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

NPU JOURNAL

การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้วิธีการทางสถิติ ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณนั้น ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจจะถูกนำไปวิเคราะห์และประมวลผลด้วยเครื่องมือทางสถิติ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คณะผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis : MRA) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติด้วยการประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ SPSS (Statistical Package For the Social Science) ชนิดของสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์งานวิจัย ดังนี้

1. ความถี่และร้อยละ (Frequency and Percentage) โดยการสรุปข้อมูลของกลุ่มประชากรที่ได้จากแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

2. การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) โดยใช้ในการอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้าน 1) พฤติกรรมบริโภคนิยม 2) ทัศนคติทางการเงิน 3) ความรู้ทางการเงิน และ 4) การมีวินัยทางการเงิน โดยนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย และการทดสอบบทบาทในการแทรกของตัวแปรแทรก (Baron & Kenny, 1986)

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของพฤติกรรมบริโภคนิยมและทัศนคติทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อการมีวินัยทางการเงินของ Gen Z ระดับอุดมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก EEC ประเทศไทย โดยวัดผลระดับการรับรู้พฤติกรรมบริโภคนิยม ทัศนคติทางการเงิน ความรู้ทางการเงินและการมีวินัยทางการเงิน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับการรับรู้ของปัจจัยในกรอบแนวความคิด

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
พฤติกรรมบริโภคนิยม	2.94	0.89	ปานกลาง
ทัศนคติทางการเงิน	2.98	1.04	ปานกลาง
ความรู้ทางการเงิน	2.71	0.86	ปานกลาง
การมีวินัยทางการเงิน	2.62	0.91	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่าผลการวิจัยระดับการรับรู้ในปัจจัยพฤติกรรมบริโภคนิยม ทัศนคติทางการเงิน ความรู้ทางการเงินและพฤติกรรมการมีวินัยทางการเงินทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.62 - 2.98 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.86 - 1.04 ถึงแม้ระดับการรับรู้ของปัจจัยในกรอบแนวความคิดจะอยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่าง Gen Z มีพื้นฐานทางการเงินในระดับที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตเบื้องต้น แต่ยังขาดความเชี่ยวชาญหรือความเคร่งครัดที่ชัดเจน (Stability) ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของ TIAA Institute & GFLEC (2024) ที่ระบุว่า Gen Z เป็นวัยที่กำลังเรียนรู้และทดลองใช้เครื่องมือทางการเงินใหม่ ๆ ทำให้ระดับการรับรู้ยังไม่ไม่ปรากฏทิศทางที่โน้มเอียงไปสู่ระดับสูงขีดสุดอย่างมีนัยสำคัญ รายละเอียดดังตารางที่ 1

ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมบริโภคนิยม ทัศนคติทางการเงิน ความรู้ทางการเงินและการมีวินัยทางการเงินก่อนที่จะทำการทดสอบสมมติฐานนั้น คณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อตกลงเบื้องต้นในการใช้สมการถดถอยเชิงพหุคูณก่อน (Multiple Regression Assumption Testing) ได้แก่ 1) ความสัมพันธ์เชิงเส้นของตัวแปร (Linearity) 2) การแจกแจงแบบปกติของข้อมูล (Normality) 3) ความเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย (Homoscedasticity) (Hair et al., 2010) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ข้อมูลทั้งหมดเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้น นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยยังได้วิเคราะห์ภาวะ

NPU JOURNAL

ร่วมเส้นตรงเชิงพหุ (Multicollinearity) ของตัวแปรอีกด้วย โดยพิจารณาจากค่า Variance Inflation Factor (VIF.) ถ้าหากตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัยนี้ไม่มีภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุ จะต้องมีค่า VIF.<10 (Hair et., 2010) เมื่อทำการวิเคราะห์แล้วพบว่ามีค่า VIF. อยู่ระหว่าง 1.00 - 2.276 ซึ่งต่ำกว่า 10 จึงเป็นหลักฐานที่แสดงให้เห็นว่า ในงานวิจัยนี้ไม่เกิดภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุ

การทดสอบสมมติฐานเรื่องบทบาทในการแทรก: สำหรับการทดสอบสมมติฐานเรื่องบทบาทในการแทรกนั้น คณะผู้วิจัยจะทำการทดสอบโดยใช้แนวทางของ Baron & Kenny (1986) โดยนำเสนอผลการทดสอบแบ่งออกเป็น 3 สมการ โดยสมการที่ 1 จะแสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางตรงระหว่างพฤติกรรมบริโภคนิยมและทัศนคติทางการเงินกับการมีวินัยทางการเงิน (ดังแสดงในตารางที่ 2) สมการที่ 2 จะแสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางตรงระหว่างความรู้ทางการเงินกับการมีวินัยทางการเงิน (ดังแสดงในตารางที่ 3) และสมการที่ 3 ซึ่งเป็นสมการสุดท้ายจะทำการทดสอบ โดยนำตัวแปรต้น ได้แก่ พฤติกรรมบริโภคนิยมกับทัศนคติทางการเงิน และนำตัวแปรแทรก ได้แก่ ความรู้ทางการเงินมาทำการทดสอบ โดยนำตัวแปรแทรกมาเป็นตัวแปรต้นร่วม กล่าวคือ นำพฤติกรรมบริโภคนิยม ทัศนคติทางการเงิน และความรู้ทางการเงินมาเป็นตัวแปรต้น โดยสมการที่ 3 จะนำเสนอผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น 3 ตัว ได้แก่ พฤติกรรมบริโภคนิยม ทัศนคติทางการเงินและความรู้ทางการเงินที่มีผลต่อการมีวินัยทางการเงิน (ดังแสดงในตารางที่ 4) โดยถ้าหากความรู้ทางการเงินมีบทบาทในการแทรกระหว่างพฤติกรรมบริโภคนิยม ทัศนคติทางการเงินและ การมีวินัยทางการเงินอย่างสมบูรณ์ (Full Mediation) ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรต้นในสมการที่ 3 นั้น พฤติกรรมบริโภคนิยมและทัศนคติทางการเงินจะต้องไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการมีวินัยทางการเงิน แต่ถ้าหากพฤติกรรมบริโภคนิยมและทัศนคติทางการเงินยังคงมีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ แต่มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ลดลง นั่นหมายความว่ามีบทบาทในการแทรกระหว่างความสัมพันธ์แค่เพียงบางส่วนเท่านั้น (Partial Mediation) (Baron & Kenny, 1986)

สมการที่ 1 พฤติกรรมบริโภคนิยมและทัศนคติทางการเงินมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมีวินัยทางการเงิน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมการที่ 1

ตัวแปร	β	t	Sig	VIF
(ค่าคงที่)		6.67*	.00*	
พฤติกรรมบริโภคนิยม	- 0.19	-2.95*	.00*	2.28
ทัศนคติทางการเงิน	0.31	5.63*	.00*	2.28
R^2 = 0.27 Adj R^2 = 0.27 F = 74.27				

หมายเหตุ : ตัวแปรตาม ได้แก่ การมีวินัยทางการเงิน *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00

จากตารางที่ 2 ผลการวิจัยสมการที่ 1 พบว่า พฤติกรรมบริโภคนิยม (β = - 0.19, t = -2.95, Sig = .00) มีอิทธิพลเชิงลบต่อการมีวินัยทางการเงิน และทัศนคติทางการเงิน (β = 0.31, t = 5.63, Sig = .00) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมีวินัยทางการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลในสมการที่ 1 พฤติกรรมบริโภคนิยมและทัศนคติทางการเงินมีอิทธิพลเชิงบวกต่อวินัยทางการเงินพบว่า พฤติกรรมบริโภคนิยมมีอิทธิพลเชิงลบต่อการมีวินัยทางการเงิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sangchuang & Dheera-aumpon (2021) ที่ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นหนี้นอกระบบของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าพฤติกรรมการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือย การมีพฤติกรรมชอบสังสรรค์ดื่มสุราและอบายมุข รวมถึงการมีพฤติกรรมไม่เก็บออมเงิน มีแนวโน้มในการก่อหนี้เงินกู้นอกระบบ ซึ่งเป็นสาเหตุของการก่อหนี้ รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yentool (2021) พบว่ากลุ่มลูกค้า Generation Z ในเขตปทุมวัน ปัจจัยด้านเพศ อายุ และรายได้มีผลต่อยอดขายของสินค้าฟุ่มเฟือย คณะผู้วิจัยเห็นว่า กลุ่ม Gen Z เติบโตมากับระบบเศรษฐกิจดิจิทัล โซเชียลมีเดียในปัจจุบันถูกออกแบบมาเพื่อกระตุ้นการซื้อขั้นตอนการกู้ยืมที่ไม่ยุ่งยาก การเห็นไลฟ์สไตล์ของเพื่อนหรืออินฟลูเอนเซอร์ใน Instagram/TikTok ทำให้สร้างบรรทัดฐาน

NPU JOURNAL

การใช้ชีวิตว่าชีวิตปกติต้องดูดี เพื่อให้รู้สึกว่ายังเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ส่งผลให้กลุ่ม Gen Z ได้รับอิทธิพลจากการบริโภคนิยม เป็นการบริโภคในชีวิตประจำวันเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ เป็นการสร้างการตอบสนองความต้องการ และความจำเป็นของชีวิต

ทัศนคติทางการเงินมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมีวินัยทางการเงิน สอดคล้องกับกับงานวิจัยของ Maneeprom (2021) ที่พบว่าทัศนคติทางการเงินมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับการวางแผนทางการเงินเพื่อการเกษียณอายุราชการ และยังสอดคล้องกับงานของ Muangma & Nunthaphad (2023) ที่พบว่าทัศนคติทางการเงินมีอิทธิพลต่อการวางแผนการเงิน เพื่อวัยเกษียณ สามารถแปลความหมายได้ว่า ทัศนคติทางการเงินที่ดีย่อมมีแนวคิดด้านการออมการใช้เงินที่ดีขึ้น ส่งผลให้มีวินัยทางการเงินที่ดี ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับผู้ที่ต้องการจะวางแผนทางการเงิน ก็จะช่วยเพิ่มโอกาสในการออมเพื่อการเกษียณได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความรู้ทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อการมีวินัยทางการเงิน ของ Gen Z ระดับอุดมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก EEC ประเทศไทย เป็นสมการที่ 2 จะแสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางตรงระหว่างความรู้ทางการเงินกับการมีวินัยทางการเงิน ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สมการที่ 2

ตัวแปร	β	t	Sig	VIF
ค่าคงที่		4.02*	.00	
ความรู้ทางการเงิน	0.83	26.03*	.00	1.00
R^2 = 0.63 Adj R^2 = 0.63 F = 677.39				

หมายเหตุ : ตัวแปรตาม ได้แก่ การมีวินัยทางการเงิน *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00

จากตารางที่ 3 พบว่าผลการวิจัยสมการที่ 2 พบว่าความรู้ทางการเงิน (β = 0.83, t = 26.03, Sig = .00) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมีวินัยทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลในสมมติฐานที่ 2 ความรู้ทางการเงินส่งผลต่อการมีวินัยทางการเงิน โดยผลการวิจัยพบว่า ความรู้ทางการเงินส่งผลต่อการมีวินัยทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pongphanich (2023) ที่พบว่าความรู้ทางการเงินมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินโดยรวม และยังสอดคล้องกับงานของ Maneeprom (2021) ที่พบว่า ความรู้ทางการเงินมีความสัมพันธ์กับการวางแผนทางการเงินในระดับสูงในทิศทางเดียวกัน สามารสรุปได้ว่าการมีความรู้ทางการเงินจะส่งผลต่อการมีวินัยทางการเงินที่ดีขึ้น การส่งเสริมให้ Gen Z มีความรู้ทางการเงินจะส่งผลต่อการมีวินัยทางการเงิน ผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจทางการเงินมาก จะมีการตัดสินใจที่ดีในเรื่องการออมหรืออาจกล่าวได้ว่าผู้ที่มีความรู้ทางการเงินที่ดีจะมีพฤติกรรมทางการเงินที่ดี เป็นผู้ที่มีการวางแผนเตรียมพร้อมในเรื่องของการเงินและถ้าส่งเสริม Gen Z ให้มีความรู้ทางการเงินที่ถูกต้อง จะส่งผลให้ Gen Z พฤติกรรมทางการเงินที่ดีขึ้นและจะช่วยยกระดับมาตรฐานการดำรงชีวิตให้สูงขึ้นและมีความมั่นคงในชีวิตส่งผลให้ประเทศไทยมีบุคคลากรที่มีคุณภาพและเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศไทยต่อไป

3. เพื่อศึกษาบทบาทในการเป็นตัวแปรแทรกของความรู้ทางการเงินระหว่างพฤติกรรมบริโภคนิยม และทัศนคติทางการเงินกับการมีวินัยทางการเงิน ของ Gen Z ระดับอุดมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก EEC ประเทศไทย เป็นสมการที่ 3 ซึ่งเป็นสมการสุดท้ายจะทำการทดสอบโดยนำตัวแปรต้น ได้แก่ พฤติกรรมบริโภคนิยมกับทัศนคติทางการเงินและนำตัวแปรแทรก ได้แก่ ความรู้ทางการเงินมาทำการทดสอบ โดยนำตัวแปรแทรกมาเป็นตัวแปรต้นร่วม กล่าวคือนำพฤติกรรมบริโภคนิยม ทัศนคติทางการเงิน และความรู้ทางการเงินมาเป็นตัวแปรต้น โดยสมการที่ 3 จะนำเสนอผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น 3 ตัว ได้แก่ พฤติกรรมบริโภคนิยม ทัศนคติทางการเงินและความรู้ทางการเงินที่มีผลต่อการมีวินัยทางการเงิน ดังตารางที่ 4

NPU JOURNAL

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์สมการที่ 3

ตัวแปร	β	t	Sig	VIF
(ค่าคงที่)		0.29	.77	
พฤติกรรมบริโภคนิยม	0.04	0.74	.46	2.41
ทัศนคติทางการเงิน	0.12	2.91*	.00	2.42
ความรู้ทางการเงิน	0.77	20.00*	.00	1.49
R^2 = 0.64 Adj R^2 = 0.64 F = 232.52				

หมายเหตุ : ตัวแปรตาม ได้แก่ การมีวินัยทางการเงิน *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00

จากตารางที่ 4 ผลการศึกษาสมการที่ 3 พบว่า ทัศนคติทางการเงิน (β = 0.12, t = 2.91, Sig = .00) และความรู้ทางการเงิน (β = 0.77, t = 20.00, Sig = .00)) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมีวินัยทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00

โดยแนวทางในการวิเคราะห์ตัวแปรแทรก (Mediator) ของ Baron & Kenny (1986) นั้นได้ให้แนวทางไว้ว่า ถ้าหากตัวแปรแทรกตัวนั้น มีบทบาทในการเป็นตัวแปรแทรกอย่างสมบูรณ์ ผลการวิเคราะห์ในสมการที่ 3 ในตารางที่ 4 ตัวแปรต้นที่เป็นตัวแปรหลักในการศึกษา ซึ่งในงานวิจัยนี้ ได้แก่ พฤติกรรมบริโภคนิยมและทัศนคติทางการเงิน จะต้องไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อตัวแปรตามเมื่อใช้เป็นตัวแปรทำนายคู่กันกับตัวแปรแทรก ซึ่งตัวแปรแทรกในงานวิจัยชิ้นนี้ได้แก่ ความรู้ทางการเงิน แต่จากผลการศึกษาในสมการที่ 3 พบว่า ทัศนคติทางการเงินยังคงมีผลต่อการมีวินัยทางการเงิน เพียงแต่อิทธิพลของความสัมพันธ์มีค่าลดลงจาก 0.31 เป็น 0.12 นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า พฤติกรรมบริโภคนิยมไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อตัวแปรตามเมื่อใช้เป็นตัวแปรทำนายคู่กันกับตัวแปรแทรก

จึงสรุปได้ว่า ตัวแปรความรู้ทางการเงินมีบทบาทในการเป็นตัวแปรแทรกอย่างสมบูรณ์ (Full Mediation) ระหว่างพฤติกรรมบริโภคนิยมและการมีวินัยทางการเงิน และความรู้ทางการเงินมีบทบาทในการเป็นตัวแปรแทรกแค่เพียงบางส่วน (Partial Mediation) ระหว่างทัศนคติทางการเงินและการมีวินัยทางการเงิน

ผลในสมมติฐานที่ 3 ผลการศึกษาบทบาทในการแทรกของความรู้ทางการเงินมีบทบาทในการเป็นตัวแทรกระหว่างปัจจัยพฤติกรรมบริโภคนิยมและทัศนคติทางการเงินกับการมีวินัยทางการเงินของ Generation Z ระดับอุดมศึกษาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก EEC ประเทศไทย อย่างสมบูรณ์

โดยผลการวิจัยพบว่าตัวแปรความรู้ทางการเงินมีบทบาทในการเป็นตัวแปรแทรกอย่างสมบูรณ์ (Full Mediation) ระหว่างพฤติกรรมบริโภคนิยมและการมีวินัยทางการเงิน และความรู้ทางการเงินมีบทบาทในการเป็นตัวแปรแทรกแค่เพียงบางส่วน (Partial Mediation) ระหว่างทัศนคติทางการเงินและการมีวินัยทางการเงิน

ตัวแปรความรู้ทางการเงินมีบทบาทในการเป็นตัวแปรแทรกอย่างสมบูรณ์ (Full Mediation) ระหว่างพฤติกรรมบริโภคนิยมและการมีวินัยทางการเงิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sakulwattana (2022) ที่ทำการศึกษาศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการก่อหนี้กรณีศึกษาของกลุ่มพนักงานวัยเริ่มทำงานของบริษัทเอกชน พบว่ากลุ่มพนักงาน Generation Z จะไม่สามารถออมเงินเพื่ออนาคต เป็นเพราะรายได้ไม่เพียงพอและยังไม่เข้าใจเกี่ยวกับการออม จากผลการศึกษาในงานวิจัยนี้ จึงสรุปได้ว่าการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเด็ก Gen Z ในกระแสบริโภคนิยมไปสู่การเป็นผู้ที่มีระเบียบวินัยทางการเงินอย่างแท้จริงนั้นจำเป็นต้องมีความรู้ทางการเงิน เพราะความรู้เป็นเข็มทิศนำทางลำดับแรกที่ทำให้มองเห็นโครงสร้างที่แท้จริงของระบบเศรษฐกิจ จนสามารถวิเคราะห์ได้ว่าการใช้จ่ายตามอารมณ์ชั่ววูบส่งผลกระทบต่อความมั่นคั่งในระยะยาว ความเข้าใจที่ถูกต้องจะช่วยลดความต้องการที่เกิดจากสิ่งเร้าภายนอกและเปลี่ยนผ่านเข้าสู่การสร้างวินัยทางการเงินที่ยั่งยืน ซึ่งไม่ได้

NPU JOURNAL

เกิดจากการบังคับตัวเองให้ประหยัด แต่เกิดจากความตระหนักรู้ถึงความคุ้มค่าและความมั่นคงของชีวิตในอนาคตอย่างมีหลักการ

ส่วนการศึกษาบทบาทในการแทรกของตัวแปรตัวที่สอง ได้แก่ ทัศนคติทางการเงิน ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรความรู้ทางการเงินมีบทบาทในการเป็นตัวแปรแทรกแค่เพียงบางส่วน (Partial Mediation) ระหว่างทัศนคติทางการเงินและการมีวินัยทางการเงิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kabbuasri (2024) โดยผลการวิจัยพบว่า แนวคิด FIRE (ความเชื่อเกี่ยวกับการมีอิสรภาพทางการเงิน) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจวางแผนทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ปัจจัยด้านความรู้ทางการเงิน ไม่พบอิทธิพลที่มีนัยสำคัญโดยตรงกับการตัดสินใจวางแผนทางการเงิน นั่นหมายความว่า ความรู้อาจยังไม่ใช่ปัจจัยหลักในการทำให้เกิดพฤติกรรมทางการเงิน ซึ่งในการสร้างรากฐานของความมั่งคั่ง อาจจะไม่ได้เริ่มต้นที่การมีความรู้ทางเงินเท่าใดนัก แต่อาจจะเริ่มต้นจากการปลูกฝังทัศนคติเชิงบวกต่อการออม และเชื่อมั่นว่าการออมนะเป็นการสำรองเงินไว้เพื่ออนาคตคือการสร้างความมั่นคงให้ชีวิต แรงผลักดันนี้จะแปรเปลี่ยนเป็นวินัยทางการเงินโดยอัตโนมัติ ทำให้เราสามารถควบคุมการใช้จ่ายและยับยั้งชั่งใจต่อสิ่งเร้าได้ด้วยตัวเอง เพราะต่อให้มีความรู้มากแค่ไหน แต่ถ้าหากขาดทัศนคติที่ถูกต้องและวินัยในการลงมือทำ การสร้างเงินเก็บก็ย่อมไม่สามารถที่จะเกิดขึ้นได้ ในขณะที่คนที่มีทัศนคติที่ดี แม้จะเริ่มจากความรู้ที่เป็นศูนย์ เขาก็จะค่อย ๆ สะสมเงินได้สำเร็จผ่านความสม่ำเสมอ จนนำไปสู่พื้นฐานชีวิตที่ดีกว่าในระยะยาว

สรุปผลการวิจัย

1. พฤติกรรมบริโภคนิยมมีอิทธิพลเชิงลบต่อการมีวินัยทางการเงิน และทัศนคติทางการเงินมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมีวินัยทางการเงินของ Gen Z ระดับอุดมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก EEC ประเทศไทย

2. ความรู้ทางการเงินมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมีวินัยทางการเงิน ของ Gen Z ระดับอุดมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก EEC ประเทศไทย

3. ตัวแปรความรู้ทางการเงินมีบทบาทในการเป็นตัวแปรแทรกอย่างสมบูรณ์ (Full Mediation) ระหว่างพฤติกรรมบริโภคนิยมและการมีวินัยทางการเงิน และความรู้ทางการเงินมีบทบาทในการเป็นตัวแปรแทรกแค่เพียงบางส่วน (Partial Mediation) ระหว่างทัศนคติทางการเงินและการมีวินัยทางการเงิน ของ Gen Z ระดับอุดมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก EEC ประเทศไทย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ในเชิงวิชาการ พบว่าการศึกษาในครั้งนี้สามารถเพิ่มเติมองค์ความรู้ทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมบริโภคนิยม ทัศนคติทางการเงิน ความรู้ทางการเงิน และพฤติกรรมการมีวินัยทางการเงิน ซึ่งผลจากการวิจัยนี้ จะชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลของพฤติกรรมบริโภคนิยมและทัศนคติทางการเงินที่ส่งผลต่อความรู้ทางการเงิน และการมีวินัยทางการเงิน เป็นการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมศาสตร์ในเขตเศรษฐกิจเฉพาะ ซึ่งอาจมีผลลัพธ์ที่แตกต่างจาก Gen Z ในกรุงเทพฯ หรือภูมิภาคอื่น ช่วยให้นักวิชาการเข้าใจอิทธิพลของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (Macro-environment) ที่มีต่อวินัยทางการเงินระดับบุคคล ซึ่งผู้ที่สนใจจะศึกษาสามารถนำองค์ความรู้นี้ไปใช้ประโยชน์ในเชิงวิชาการได้ และการศึกษาบทบาทการเป็นตัวแปรแทรก (Mediator) ของความรู้ทางการเงิน เป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่ว่า พฤติกรรมบริโภคนิยม ทัศนคติทางการเงินที่ดีนั้นเพียงพอหรือไม่สำหรับการสร้างวินัยทางการเงิน หรือจำเป็นต้องมี "ความรู้" เข้ามาเป็นสะพานเชื่อม (Mediator) เพื่อเปลี่ยนจากความคิดให้กลายเป็นการกระทำ ซึ่งผลจากการวิจัยนี้สามารถเพิ่มเติมองค์ความรู้ทางวิชาการเพื่อให้ผู้ที่สนใจนำไปศึกษาเพิ่มเติม หรือต่อยอดงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมได้

2. ในเชิงบริหารจัดการ การศึกษาเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมบริโภคนิยม ทัศนคติทางการเงิน ความรู้ทางการเงินและพฤติกรรมการมีวินัยทางการเงิน ของ Gen Z ระดับอุดมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก EEC ประเทศไทย ทำให้มีแนวทางในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชากร Gen Z ซึ่งเป็นฟันเฟืองหลักในการขับเคลื่อน

NPU JOURNAL

เศรษฐกิจ ในพื้นที่ EEC ให้ยั่งยืน ผู้บริหารสถาบันการศึกษา ผู้กำหนดนโยบายในเขต EEC หรือสถาบันทางการเงินได้แนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ส่งเสริมสุขภาวะทางการเงิน โดยการใช้ความรู้ทางการเงินเป็นเครื่องมือเชิงรุกเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบริโภคนิยม และสร้างภูมิคุ้มกันทางการเงินให้กับคนรุ่นใหม่ที่จะเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมในอนาคต รวมถึงเพิ่มพูนความรู้ทางการเงินที่เหมาะสม ตรงจุด ปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมทางการเงิน ให้สอดคล้องกับความสามารถและความต้องการของตนเอง เพื่อส่งเสริมให้เกิดการวางแผนทางการเงินที่ดีและสามารถบริหารจัดการเงินส่วนบุคคลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้บริหารสถาบันการศึกษา ผู้กำหนดนโยบายในเขต EEC สถาบันทางการเงิน หรือธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ควรกำหนดกลยุทธ์หรือนโยบายให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการมีวินัยทางการเงินให้กับคนรุ่นใหม่ที่จะเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมในอนาคต เพื่อส่งเสริมให้เกิดการวางแผนทางการเงินที่ดีและสามารถบริหารจัดการเงินส่วนบุคคลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ควรมีการติดตามผลของ พฤติกรรมบริโภคนิยมและทัศนคติทางการเงินที่ส่งผลต่อความรู้ทางการเงินอย่างต่อเนื่อง หากเด็กรุ่นใหม่มีพฤติกรรมและทัศนคติทางการเงินที่เปลี่ยนแปลงไป จะได้ศึกษาและนำมาปรับปรุงวิธีการวิจัยให้มีคุณภาพและแม่นยำมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการมีวินัยทางการเงิน โดยใช้ตัวแปรอื่นที่คาดว่าเป็นปัจจัยที่จะเป็นไปได้เพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและเป็นประโยชน์ สามารถนำมาปรับปรุงเพื่อให้เกิดการวางแผนทางการเงินให้ดียิ่งขึ้น

2. เพื่อยืนยันผลการศึกษาให้ชัดเจนมากขึ้น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างกลุ่มอื่น และทำการศึกษาในจังหวัดอื่น ให้ทั่วทุกภูมิภาค โดยการเก็บข้อมูลให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการมีวินัยทางการเงิน และนำข้อมูลที่ได้ไปวางแผนพัฒนาการมีวินัยทางการเงินต่อไปในอนาคต

ข้อจำกัดการวิจัย

1. การวิจัยนี้มีข้อจำกัดเรื่องการเก็บข้อมูล โดยเก็บเฉพาะ 3 สถาบัน 1) มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี 2) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือวิทยาเขตระยอง จังหวัดระยอง 3) มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งอาจจะไม่ได้สะท้อนลักษณะของกลุ่มเจเนอเรชั่น Z ในเขตระเบียงเศรษฐกิจมากเท่าที่ควรจึงควรมีการวิจัยเพิ่มเติมในบริบทที่กว้างขึ้นเพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์ในเชิงพื้นที่

2. ระยะเวลาการเก็บข้อมูลของงานวิจัย เป็นแค่เพียงในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น อาจจะไม่สะท้อนความคิดในเรื่องของวินัยทางการเงินของกลุ่มเจเนอเรชั่น Z ในระยะยาว

References

Anand, S., Mishra, K., Verma, V. & Taruna, T. (2021). Financial literacy as a mediator of personal financial health during COVID-19: A structural equation modelling approach [version 2; peer review: 2 approved]. *Emerald Open Research, 2*(59), *1*-20. https://doi.org/10.35241/emeraldopenres.13735.2

Bank of Thailand. (2022). *The 2022 Thai Financial Literacy Survey.* https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/ articles- and- publications/ bot- magazine- issues/ Phrasiam- 67- 2/ 2567- info- financial-skill.html

NPU JOURNAL

Bank of Thailand. (2024). *Report on the Financial Literacy Survey of Thailand 2020-2022*. https://www.bot.or.th/th/home.html

Bank of Thailand. (2025). *Report on the Financial Literacy Survey of Thai Households 2024-2025.* https://www.bot.or.th/en/our-roles/financial-consumer-protection.html

Baron, R. M. & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic and statistical considerations. *Journal of Personality & Social Psychology, 51*(6), 1173-1182. https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0022-3514.51.6.1173

Burapha University. (2024). *Total number of students, Burapha University*. https://reg.buu.ac.th/document/CurrStu/CurrALL31052565_3_2564.pdf

Carlesso, G. (2023). Analysis of financial independence and retire early strategies. *Journal of Personal Finance Strategies, 15*(2), 84-102. https://doi.org/10.1016/j.jpfs.2023.02.004

Featherstone, M. (1991). *Consumer Culture and Postmodernism*. Sage Publications.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Prentice Hall.

Hemayagorn, J. (2021). *Special economic promotion zones*. https://eeco.or.th/th

Kabbuasri, N. (2024). *Factors influencing financial independence and early retirement planning among Generation Z aged 13-28 in Bangkok Metropolitan Area*. https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2024/TU_2024_6602110030_20327_30528.pdf

King Mongkut's University of Technology North Bangkok (Rayong Campus). (2024). *Student statistics, academic year 2024*. https://acdserv.kmutnb.ac.th/student_statistics

Koul, L. (1984). *Methodology of Educational Research*. Vikas Publishing House.

Kritlertkul, C. (2021). Financial knowledge financial motivation and financial attitude affecting to financial behavior and saving pattern and investment pattern in the situation covid-19 crisis case study: Exclusive customers of bank B PLC., district nakhonpathom 1. *Silpakorn University e-Journal, 41*(6), 73-88. https://sure.su.ac.th/xmlui/handle/123456789/27019

Krungsri GURU. (2024). *6 Things to Know When Entering the Gen Z Market*. https://www.krungsri.com/th/plearn-plearn/6-techneques-to-approach-gen-z

Maneeprom, K. (2021). *How financial literacy affects retirement financial planning by military officials working in the Directorate of Personnel.* https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/ 2021/TU_2021_6303010034_15569_19994.pdf

Mekonnen, S. (2023). The effect of financial literacy on personal financial management practices: In the case of employees of Ethiopian Civil Service University. *International Journal of Financial Management, 13*(1), 41-52. http://publishingindia.com/ijfm/30/32044/2023/

Muangma, S. & Nunthaphad, P. (2023). *Financial motivation, financial attitudes and reference group affecting financial planning for retirement: A case study of early working age, status building age and nearly retiring age*. Procedia of Multidisciplinary Research, *1*(5), 49-62. https://so09.tci-thaijo.org/index.php/PMR/article/view/2287/1199

NPU JOURNAL

National Economic and Social Development Council. (2024). *The 2024 Survey of The Older Persons in Thailand.* https://www.nso.go.th/nsoweb/storage/survey_detail/2025/20241209145003_27188.pdf

National Statistical Office. (2023). *Special Economic Zone*. https://catalogapi.nso.go.th

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. McGraw-Hill.

Podjanee, K. (2007). *Poor, stressed, save money.* Nationbook.

Pojsupap, T., Srisai, K., Tiemudomlerk, T. & Saelee, C. (2025). The Roles of Financial Knowledge and Financial Attitude in Saving Behavior of Bangkok's Private Company Employees. *Research and Development Journal Loei Rajabhat University, 20*(71), 46-57. https://share.google/sgBRw3uvuvqO4QNk4

Pongphanich, T. (2023). The relationship between financial literacy and financial planning behavior of commercial bank customers in Thailand. *Journal of Accountancy and Management, 16*(2), 34-45. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/mbs/article/view/264909

Rajabhat Rajanagarindra University. (2024). *Student statistics, academic year 2024*. http://academic.rru.ac.th/student-statistic/

Romsri, S. (2025). Consumerism and the transformation of urban lifestyles in the digital age. *Journal of Kwan Phayao, 2*(2), 24-35. https://so11.tci-thaijo.org/index.php/jkp/article/view/1891

Sakulwattana, M. (2022). *Factors influencing debt of first jobbers workingin private companies*. https://hdl.handle.net/20.500.14740/54427

Sangchuang, P. & Dheera-aumpon, S. (2021). Factors Affecting the Informal Debt of People in Bangkok and Vicinity. *SSRU Journal of Public Administration, 4*(2), 59-69. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/SSRUJPD/article/view/252921

Sihabunlee, J. (2025). *Generation Beta.* https://hdl.handle.net/20.500.14156/2007004

Sirirat, S. & Supachai, S. (2010). *Manage your money to become incredibly wealthy*. SE-EDUCATION.

Somkraoh, K. Panpradit, A., Chatwanno, P., Panasree, S. & Kwansen P. (2025). The application model of mindfulness in the life quality development of four factors of consumption in a consumerist society. *Journal of Science Development, 8*(11), 21-32. https://so07.tci-thaijo.org/index.php/JSSD/article/view/9586/6018

TIAA Institute & GFLEC. (2024). The 2024 TIAA Institute-GFLEC Personal Finance Index: Gen Z's financial literacy and its implications. *New York TIAA Institute*. https;//www.tiaa.org/public/institute/about personal-finance-index

UOB Thailand. (2025). *ASEAN Consumer Sentiment Study 2025: Examining Spending Patterns and Household Debt Trends in Thailand*. https://www.uobgroup.com/uobgroup/default.page

Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). Harper and Row.

Yentool, L. (2021). *Consumer behavior towards luxury products of gen z in the Pathumwan area of Bangkok.* https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Lalynnita.Yen.pdf

NPU JOURNAL