

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัวของกลุ่มคน Generation Y ช่วงหลังเกิด
สถานการณ์โควิด 19 : กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต

Factors Affecting Decision of Over-indebtedness among Generation Y after
COVID-19 Situation : A Case study of Phuket Province

ไชยวัฒน์ วัฒนะธีระภาพวงศ์ Chaiwat Watthanathiraphapwong¹

กุลวดี ลิ้มอุสันโน Kulwadee Lim-U-Sanno²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการก่อนนี้เกินตัว พฤติกรรมด้านการบริโภค ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยวิกฤตจาก Covid 19 ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัวของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดภูเก็ตช่วงหลังเกิดสถานการณ์โควิด 19 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 399 คน และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาด้วย ค่าร้อยละ(Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์เชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว พบว่า 1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน การตัดสินใจก่อนนี้เกินตัวแตกต่างกัน 2) พฤติกรรมการก่อนนี้เกินตัวแตกต่างกัน การตัดสินใจก่อนนี้เกินตัวแตกต่างกัน 3) พฤติกรรมด้านการบริโภคส่งผลต่อการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว 4) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว จำนวน 3 ด้านจาก 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด และ 5) ปัจจัยวิกฤตจาก Covid 19 ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว

คำสำคัญ การตัดสินใจก่อนนี้, Generation Y, สถานการณ์โควิด 19

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail : wc.chaiwat@gmail.com

²รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ E-mail : kulwadee.l@psu.ac.th

Abstract

Research on Factors Affecting Decision of Over-indebtedness among Generation Y after COVID-19 Situation : A Case study of Phuket Province, The purpose of this study was to study Individual factors, Behavior of Over-indebtedness, Consumption habits, Marketing mix factors and COVID-19 factors affecting the over-indebtedness behavior of Generation Y in Phuket province after COVID-19 situation, The researcher used primary data gathering questionnaire from Generation Y populations 399 persons in Phuket province. Descriptive data analysis using percentage, frequency distribution, mean and standard deviation and inferential analysis by One-way ANOVA and Multiple Regression Analysis.

The study found Generation Y in Phuket province who responded to questions were mostly female populations 248 persons, graduated with a bachelor's degree, occupation are private company/hotel staff career that were single, most of them have planned monthly expenses and never defaulted on their debt payments, had an income of 15,000 – 30,000 bath per month and have various debts of 5,001 - 10,000 baht per month and have 1-3 credit cards or debit cards. For the analysis of factor affecting decision of over-indebtedness, it was found that 1) Individual factors are different. The decisions to over-indebtedness are different. 2) Behavior of over-indebtedness are different. The decisions to over-indebtedness are different. 3) Consumption habits affecting decision of over-indebtedness 4) Marketing mix factors affecting decision of over-indebtedness in 3 aspect, product, distribution channel and marketing promotion, and 5) COVID-19 situation affecting decision of over-indebtedness

Keyword : Decision of Over-indebtedness, Generation Y, COVID-19 Situation

บทนำ

ประเทศไทยกำลังเผชิญกับปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมด้านต่าง ๆ เช่น หนี้สินในภาคครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยเฉพาะสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจและประชาชนในวงกว้างนับตั้งแต่ปี 2563 ส่งผลให้รายได้ประชาชนลดลง ขาดสภาพคล่องทางการเงินและอาจนำไปสู่การกู้ยืมเงินจนกลายเป็นปัญหาหนี้สินตามมาได้ ซึ่งปัญหาหนี้ครัวเรือนสูงก่อตัวมาเป็นเวลาระยะหนึ่งแล้ว และถูกซ้ำเติมให้มีความรุนแรงขึ้นด้วยวิกฤตโควิด-19 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2564)

จากรายงานผลการสำรวจทักษะทางการเงินของ Bank of Thailand ในปี 2561 พบว่าคนไทยส่วนใหญ่มีการก่อก่อนหน้านี้มากขึ้น โดยคาดว่าภายใน 10 ปี สัดส่วนจำนวนคนไทยจะมีเพิ่มขึ้นในทุกปี (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561) ซึ่งการก่อก่อนของประชากรไทยนั้นมีความแตกต่างกันตามความรู้ทางการเงินของแต่ละ Generation โดย “Generation Y” (Gen Y) คือกลุ่มคนที่อยู่ในยุคที่โลกกำลังเข้าสู่ยุคสารสนเทศ ผวนวกกับอิทธิพลของเทคโนโลยีดิจิทัล และเมื่ออัตราการเกิดของประชากรเริ่มชะลอตัวลง ทำให้กลุ่ม Gen Y กลายเป็นกลุ่มคนที่มีแนวโน้มว่าจะมีขนาดใหญ่กว่า Generation อื่น ๆ มีกำลังซื้อสูง เป็นกลุ่มคนวัยทำงาน และมักจะมีทัศนคติที่ว่าเมื่อล้มก็ยังมีโอกาสลุกขึ้นได้ทันท่วงทีจึงทำให้มีความคิดที่จะรีบเป็นหนี้ ส่วนหนึ่งมาจากเมื่อมีงานทำที่มีรายได้มั่นคงก็จะหันมา ก่อหนี้ มีทั้งกู้เงินซื้อบ้านเพื่อความมั่นคงระยะยาว กู้เงินเรียนต่อเพื่อสร้างอนาคต และการกู้เงินเพื่อซื้อรถหรืออุปกรณ์เพื่อประกอบอาชีพ (ลักษณะนารา พิสิฐพิพัฒนา, 2561)

จังหวัดภูเก็ต เป็นจังหวัดที่เป็นเป้าหมายของการเดินทางจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีเต็มไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย ทำให้เศรษฐกิจของจังหวัดภูเก็ตถูกขับเคลื่อนด้วยภาคการท่องเที่ยวเป็นหลัก แต่เมื่อในปี 2563 เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลให้มีการจำกัดการเดินทางและมีการปิดประเทศ จังหวัดภูเก็ตได้รับผลกระทบเป็นอย่างมากจากการขาดรายได้หลักจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ และชาวไทย อันเนื่องมาจากมาตรการป้องกันโรคโควิด-19 ทำให้ภาคธุรกิจได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก ส่งผลไปยังพนักงาน ลูกจ้าง แรงงาน(สำนักงานคลังจังหวัดภูเก็ต, 2564) ซึ่งพนักงานที่เป็นแรงงานส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มคน Gen Y คือช่วงอายุ 21-40 ปี โดยผลจากการสำรวจของ ธนาคารแห่งประเทศไทย ประเด็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเงินของ กลุ่มคน Gen Y พบว่า ขาดการบริหารจัดการเงินที่ดี รวมถึงขาดการพิจารณาไตร่ตรองอย่างถี่ถ้วนก่อนซื้อสินค้า และยังมีค่าใช้จ่ายที่เกินตัว และถ้าคน Gen Y ขาดการวางแผนการบริโภคที่ดีนั้น อาจส่งผลก่อก่อนได้(ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564)

ดังนั้นจากปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงเกิดข้อสงสัยว่าท่ามกลางความเจริญทางด้านเทคโนโลยี และแหล่งเงินทุนที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย กลุ่มคน Gen Y ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าข้างต้นได้ง่ายจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของคนกลุ่มนี้ โดยเป็นการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มคน Gen Y ในจังหวัดภูเก็ต เนื่องจากในจังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีภาคธุรกิจต่างๆจำนวนมาก มีแหล่งท่องเที่ยว มีห้างสรรพสินค้า แหล่งอำนวยความสะดวกมากมายรวมถึงการใช้ชีวิตที่อิสระของคน Gen Y จึงนับเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายในหลายๆด้าน การศึกษากลุ่มตัวอย่างนี้จะสะท้อนถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจก่อก่อนหนี้เกินตัวของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดภูเก็ต

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจก่อก่อนหนี้เกินตัวของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดภูเก็ตช่วงหลังเกิดสถานการณ์โควิด 19

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้เข้าใจถึงการตัดสินใจ และปัจจัยที่มีผลต่อการก่อหนี้เกินตัวของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อเป็นแนวทางให้กลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดภูเก็ต มีการปรับตัวหรือตัดสินใจเลือกซื้อ การก่อหนี้ และการใช้จ่ายที่เหมาะสมเพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีและมีความสุขยิ่งขึ้น
3. เพื่อให้สถาบันการเงินสามารถนำข้อมูลปัจจัยการเลือกสินเชื่อต่างๆ ของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดภูเก็ต ไปใช้ในแนวทางการดำเนินงานได้

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ประชากรในกลุ่ม Generation Y ส่วนใหญ่นับได้ว่าเป็นรุ่นลูกของกลุ่ม Baby Boomers ซึ่งเกิดในระหว่างช่วงปี ค.ศ. 1946 - 1964 และนับได้ว่าเป็นน้องของ Generation X ซึ่งเกิดในระหว่างช่วงปี ค.ศ. 1965 - 1981 โดยการแบ่งกลุ่มประชากรตามช่วงวัยหรืออายุนั้น เป็นเกณฑ์การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคที่นักวิชาการอเมริกันนิยมใช้แต่การใช้เกณฑ์นี้ได้แพร่หลายไปยังนักวิชาการและนักการตลาดทั่วโลก รวมถึงในประเทศไทยเองด้วย (พลู เดชะรินทร์, 2551)

ประเภทของหนี้สิน แบ่งเป็น 2 ประเภท

1. หนี้ในระบบ หมายถึง หนี้ที่มีสัญญาและมีการคิดอัตราดอกเบี้ยที่ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนดไว้ ซึ่งแบ่งได้ 3 กลุ่มตามประเภทของเจ้าหนี้ยังนี้ 1) สถาบันการเงินที่เป็นธนาคาร 2) สถาบันการเงินที่มีใช้ธนาคาร 3) บุคคลธรรมดา
2. หนี้นอกระบบ หมายถึง เจ้าหนี้ยืมใช้สถาบันการเงินปล่อยหนี้เงินกู้ที่มีการคิดอัตราดอกเบี้ยเกินกว่าที่กฎหมายกำหนดไว้ (เกินร้อยละ 15 ต่อปีหรือร้อยละ 1.25 ต่อเดือน) โดยเจ้าหนี้ยืมนอกระบบบางรายอาจใช้วิธีในการติดตามทวงหนี้โดยการกดดันลูกหนี้หรือให้ลูกหนี้ได้รับความอับอาย เกิดความกลัว ข่มขู่อาจถึงขั้นประทุษร้ายต่อร่างกายและทรัพย์สิน (ชูชาติ คงครองธรรม, 2555)

ทฤษฎีการบริโภคในวัฏจักรชีวิต (Life-Cycle Theory of Consumption) ตามแนวคิดของ Franco Modigliani, Albert Ando และ Richard Brumberg เชื่อว่าการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในงวดเวลาหนึ่งขึ้นอยู่กับการประมาณการรายได้ตลอดช่วงชีวิตทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต ภายใต้ขีดจำกัดของรายได้ นั้นหมายถึงระดับการบริโภคของครัวเรือนมิได้ ขึ้นอยู่กับรายได้ในปัจจุบันเท่านั้น แต่ส่งผลถึงรายได้ในอนาคตด้วย ดังนั้นบุคคลจึงจำเป็นต้องก่อหนี้เพื่อมาบริโภค แต่ต่อมาในช่วงกลางของชีวิตจึงจะเริ่มที่จะมีรายได้เหลือจ่ายจนสามารถชดใช้หนี้เดิมได้และมีเงินเก็บสะสมไว้สำหรับช่วงปลายของชีวิต ซึ่งเงินสะสมส่วนนี้ก็คือส่วนของเงินออมนั่นเอง (จารุวรรณ กองแก้ว, 2556)

การก่อกำเนิดหนี้เป็นคำจำกัดความที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในหลักการ แต่ในความเป็นจริงแล้วเป็นเรื่องยากมากที่จะสามารถระบุคร่าวๆได้ว่ามีหนี้เกิดขึ้นในสถานการณ์เช่นนี้ ดังนั้นการศึกษาล่าสุดของการก่อกำเนิดหนี้มีแนวโน้มที่จะบรรจบกันในชุดตัวชี้วัดเหล่านี้ที่พบบ่อย ซึ่งตัวบ่งชี้ที่ดีที่สุดของการก่อกำเนิดหนี้ BIS, (2010) และ Keese, (2009) กล่าวถึงตัวบ่งชี้ที่สะท้อนถึง 4 ด้านของการก่อกำเนิดหนี้ : การชำระคืนสูงเมื่อเทียบกับรายได้ อยู่ในการค้างชำระการใช้เครดิตอย่างหนัก และการหาภาระหนี้ ดังตารางที่ 2.1 Giovanni D'Alessio and Stefano Iezzi, 2013 อ้างถึงในลักษณะนารา พิสิฐพัฒนา, 2561

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการ หรือ พฤติกรรมการตัดสินใจ ซื้อ ใช้ และประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต (ฉัตรพรเสมอใจ, 2550)

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) คือ กลุ่มของเครื่องมือที่สำคัญในการดำเนินการตลาด เป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย โดยมีส่วนประสมทางการตลาดเป็นตัวกลางของข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อที่มีศักยภาพเพื่อชักจูงความคิดและพฤติกรรมการซื้อ โดยส่วนประสมทางการตลาดจะประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด (สุจิตราบรรณจิตรและยุทธกร ฤทธิ์ไธสง, 2565)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บุญยภุช สุภาพจน์ (2561) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการก่อกำเนิดหนี้ส่วนบุคคล (Personal Loan) ที่ไม่มีหลักประกัน ของกลุ่มวันเริ่มทำงาน (First jobbers) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า เพศชายมีพฤติกรรมการก่อกำเนิดหนี้สูงกว่าเพศหญิง การศึกษาที่สูงขึ้นส่งผลให้มีโอกาสในการก่อกำเนิดหนี้สูงขึ้น อาชีพข้าราชการและรัฐวิสาหกิจมีพฤติกรรมการก่อกำเนิดหนี้สูงกว่าอาชีพอื่น การสนับสนุนทางการเงินของครอบครัวอย่างไม่พอเพียงทำให้เกิดโอกาสในการก่อกำเนิดหนี้ของกลุ่มตัวอย่างเพิ่มมากขึ้น การซื้อสินค้าเทคโนโลยีเพื่อการทำงานเป็นปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจก่อกำเนิดหนี้ส่วนบุคคลที่ไม่มีหลักประกันมากที่สุด

ลักษณะนารา พิสิฐพัฒนา (2561) ทำการศึกษาเรื่อง การควบคุมตนเองและพฤติกรรมการก่อกำเนิดหนี้ของของกลุ่มคน Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า การควบคุมตนเองมีความสัมพันธ์และส่งผลต่อการก่อกำเนิดหนี้ตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และในกลุ่มที่มีการก่อกำเนิดหนี้หนี้ นั้น มีปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการก่อกำเนิดหนี้

เกวรินทร์ ฤกษ์ดำเนินกิจ (2561) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการก่อกำเนิดหนี้ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ของบุคลากรเทศบาลเมืองบ้านบึง จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการก่อกำเนิดหนี้ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ของบุคลากรเทศบาลเมืองบ้านบึง จังหวัดชลบุรี ได้แก่ 1.ปัจจัยด้านรายได้ 2.ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้จ่าย 3.ปัจจัยวิกฤตจาก COVID-19

กนกกานต์ ด้านสว่างกุล (2564) ทำการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการก่อกำเนิดของงานผล การศึกษาพบว่า ปัจจัยประชากรของกลุ่มคนเริ่มต้นทำงานที่มี เพศ อายุ สถานภาพสมรส และอาชีพแตกต่างกัน ทำให้การก่อกำเนิดแตกต่างกัน และปัจจัยประชากรของกลุ่มคนเริ่มต้นทำงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ แตกต่างกัน ทำให้การก่อกำเนิดไม่แตกต่างกัน ส่วนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและทัศนคติในการเป็นหนี้ มีผลต่อการ ก่อกำเนิดของกลุ่มคนเริ่มต้นทำงาน

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจก่อหนี้เกินตัวของกลุ่มคน Generation Y ช่วงหลังเกิดสถานการณ์โควิด 19 : กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ศึกษาด้วยวิธีเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรทั้งหมดที่อยู่ในจังหวัดภูเก็ต ที่อยู่ในกลุ่ม Generation Y เลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรความคาดเคลื่อน มาตรฐานของ Taro Yamane คำนวณ ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 399 ราย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ในส่วนของ แบบสอบถามสามารถแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการก่อ หนี้เกินตัว ส่วนที่ 3 พฤติกรรมด้านการบริโภค และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ส่วนที่ 4 ปัจจัยวิกฤต จาก Covid 19 ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจก่อหนี้เกินตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม และนำมา วิเคราะห์ข้อมูล 2 แบบดังนี้ 1.การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา โดยอธิบายในรูปแบบ อัตราร้อยละ การแจกแจง ความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ t- test F-test และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

รายงานผลการวิจัย

1.ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อหนี้เกินตัว ของ กลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 1 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่า t (t-test) ต่อการตัดสินใจก่อหนี้เกินตัว จำแนกตามเพศ

	ชาย (n = 151)		หญิง (n =248)		t	Sig
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
การตัดสินใจก่อหนี้เกินตัว	3.76	0.56	3.76	0.65	-0.143	0.886

พบว่า การตัดสินใจก่อหนี้เกินตัวไม่ขึ้นอยู่กับเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ เพศชายและเพศหญิงมีการตัดสินใจก่อหนี้เกินตัวที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 การทดสอบค่า F (F-test) ของการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านอื่น

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระดับการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	0.512	2	0.256	0.669	0.513
	ภายในกลุ่ม	151.630	396	0.383		
	รวม	152.142	398			
อาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	2.484	3	0.828	2.186	0.089
	ภายในกลุ่ม	149.658	395	0.379		
	รวม	152.142	398			
สถานภาพการสมรส	ระหว่างกลุ่ม	2.332	2	1.166	3.082	0.047*
	ภายในกลุ่ม	149.810	396	0.378		
	รวม	152.142	398			

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

พบว่า สถานภาพการสมรสที่ต่างกัน มีการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัวที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ สถานภาพการสมรสมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระหว่างคู่ (LSD) เกี่ยวกับการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพการสมรส

ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพการสมรส	โสด	สมรส	หย่าร้าง / หม้าย / สมรสแยกกันอยู่
\bar{X}	3.81	3.65	3.63
โสด	3.81	0.015*	0.548
สมรส	3.65	-	0.946
หย่าร้าง / หม้าย / สมรสแยกกันอยู่	3.63	-	-

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีระดับการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัวมากกว่าสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่า t (t-test) ต่อการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว จำแนกตามการมีบุตรหรือมีผู้ที่อยู่ในการอุปการะดูแลของท่าน

	มี (n = 118)		ไม่มี (n = 281)		t	Sig
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
การตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว	3.64	0.57	3.81	0.63	-2.592	0.010*

พบว่า การตัดสินใจก่อนนี้เกินตัวขึ้นอยู่กับการมีบุตรหรือมีผู้ที่อยู่ในการอุปการะดูแล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ การมีบุตรหรือมีผู้ที่อยู่ในการอุปการะดูแลและการไม่มีบุตรหรือไม่มีผู้ที่อยู่ในการอุปการะดูแล มีการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัวที่แตกต่างกัน

2.ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการก่อนนี้เกินตัวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว ของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 4 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่า t (t-test) ต่อการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว จำแนกการวางแผนค่าใช้จ่ายรายเดือน

	มีการวางแผน (n = 341)		ไม่มีการวางแผน (n = 58)		t	Sig
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
การตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว	3.74	0.60	3.86	0.72	-1.526	0.128

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

พบว่า การตัดสินใจก่อนนี้เกินตัวไม่ขึ้นอยู่กับการวางแผนค่าใช้จ่ายรายเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ มีการวางแผนและไม่มีการวางแผนค่าใช้จ่ายรายเดือน มีการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัวที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 การทดสอบค่า F (F-test) ของการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว จำแนกตามพฤติกรรมการก่อนนี้เกินตัวด้านอื่น

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ระหว่างกลุ่ม	5.345	4	1.336	3.587	0.007*
	ภายในกลุ่ม	146.797	394	0.373		
	รวม	152.142	398			
มีภาระผ่อนหนี้สินต่าง ๆ ต่อเดือน	ระหว่างกลุ่ม	1.083	5	0.217	0.563	0.728
	ภายในกลุ่ม	151.060	393	0.384		
	รวม	152.142	398			
ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมาเคยผิมนัดชำระหนี้ นานที่สุดกี่เดือน	ระหว่างกลุ่ม	2.138	3	0.713	1.877	0.133
	ภายในกลุ่ม	150.004	395	0.380		
	รวม	152.142	398			
จำนวนบัตรเครดิตและ บัตรกดเงินสดที่มีอยู่	ระหว่างกลุ่ม	0.427	2	0.213	0.557	0.573
	ภายในกลุ่ม	151.715	396	0.383		
	รวม	152.142	398			

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัวที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD ดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระหว่างคู่ (LSD) เกี่ยวกับการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว จำแนกตามพฤติกรรมการก่อนนี้เกินตัว ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พฤติกรรมการก่อนนี้เกินตัว	ต่ำกว่า	15,000-	30,001-	45,001-	มากกว่า	
ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	15,000	30,000	45,000	50,000	50,001	
	\bar{X}	4.03	3.86	3.77	3.55	3.63
ต่ำกว่า 15,000	4.03	-	0.398	0.206	0.025*	0.062
15,000-30,000	3.86		-	0.243	0.002*	0.026*
30,001-45,000	3.77			-	0.023*	0.163
45,001-50,000	3.55				-	0.533
มากกว่า 50,001	3.63					-

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีระดับการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัวมากกว่ารายได้ 45,001-50,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,000-30,000 บาท มีระดับการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัวมากกว่ารายได้ 45,001-50,000 บาท และมากกว่าผู้มีรายได้ มากกว่า 50,001 บาท และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001-45,000 บาท มีระดับการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัวมากกว่ารายได้ 45,001-50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านการบริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว ของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 6 แสดงค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation)

ตัวแปร	ค่าสถิติ	การตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว
พฤติกรรมด้านการบริโภค	Pearson Correlation (r)	0.099*
	Sig. (2-tailed)	0.047*
	N	399

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

พบว่า พฤติกรรมด้านการบริโภคมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัวในลักษณะไปในทิศทางเดียวกันทั้งหมดในระดับนัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 7 การทดสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างพฤติกรรมด้านการบริโภคกับการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว

ตัวแบบ (Model)		df	SS	MS	F	Sig.
1	Regression	1	1.501	1.501	3.956	0.047*
	Residual	397	150.641	0.379		
	total	398	152.142			

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

พบว่า พฤติกรรมด้านการบริโภค มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถนำไปสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้

ตารางที่ 8 แสดงถึงพฤติกรรมด้านการบริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว

ตัวแปร	B	S.E.	Beta	t	Sig.
(Constant)	3.418	0.175		19.517	0.000*
พฤติกรรมด้านการบริโภค	0.095	0.048	0.099	1.989	0.047*

R = 0.099 R Square = 0.010 Adjusted R Square = 0.007 S.E. = 0.616

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

พบว่า พฤติกรรมด้านการบริโภคส่งผลต่อการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัวของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 9 แสดงค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation)

ตัวแปร	ค่าสถิติ	การตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว
ด้านผลิตภัณฑ์	Pearson Correlation (<i>r</i>)	0.292**
	Sig. (2-tailed)	0.000*
	N	399
ด้านราคา	Pearson Correlation (<i>r</i>)	0.315**
	Sig. (2-tailed)	0.000*
	N	399
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	Pearson Correlation (<i>r</i>)	0.376**
	Sig. (2-tailed)	0.000*
	N	399
ด้านการส่งเสริมการตลาด	Pearson Correlation (<i>r</i>)	0.305**
	Sig. (2-tailed)	0.000*
	N	399

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัวในลักษณะไปในทิศทางเดียวกันทั้งหมด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และทั้ง 4 ด้านมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัวในระดับน้อย

ตารางที่ 10 การทดสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว

ตัวแบบ (Model)		df	SS	MS	F	Sig.
1	Regression	4	27.356	6.839	21.594	0.000*
	Residual	394	124.786	0.317		
	total	398	152.142			

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถนำไปสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้

ตารางที่ 11 แสดงถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว

ตัวแปร	B	S.E.	Beta	t	Sig.
(Constant)	1.881	0.215		8.733	0.000*
ด้านผลิตภัณฑ์	0.106	0.054	0.109	1.975	0.049*
ด้านราคา	0.083	0.050	0.097	1.655	0.099
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.187	0.051	0.218	3.669	0.000*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.100	0.047	0.117	2.144	0.033*

R = 0.424 R Square = 0.180 Adjusted R Square = 0.171 S.E. = 0.563

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 11 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลต่อการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัวมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านราคานี้ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว

5.ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยวิกฤตจาก Covid 19 ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว ของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 12 แสดงค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation)

ตัวแปร	ค่าสถิติ	การตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว
ปัจจัยวิกฤตจาก Covid 19	Pearson Correlation (r)	0.329*
	Sig. (2-tailed)	0.000*
	N	399

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

พบว่า ปัจจัยวิกฤตจาก Covid 19 มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัวในลักษณะไปในทิศทางเดียวกันทั้งหมดในระดับน้อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 13 การทดสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างปัจจัยวิกฤตจาก Covid 19 กับการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว

ตัวแบบ (Model)		df	SS	MS	F	Sig.
1	Regression	1	16.516	16.516	48.345	0.000*
	Residual	397	135.626	0.342		
	total	398	152.142			

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 13 พบว่า ปัจจัยวิกฤตจาก Covid 19 มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถนำไปสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้

ตารางที่ 14 แสดงถึงปัจจัยวิกฤตจาก Covid 19 ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว

ตัวแปร	B	S.E.	Beta	t	Sig.
(Constant)	2.864	0.132		21.653	0.000*
พฤติกรรมด้านการบริโภค	0.248	0.036	0.329	6.953	0.000

R = 0.329 R Square = 0.109 Adjusted R Square = 0.106 S.E. = 0.584

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 14 พบว่า ปัจจัยวิกฤตจาก Covid 19 ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปและอภิปรายผล

วัตถุประสงค์งานวิจัยนี้ เพื่อศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัวของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดภูเก็ตช่วงหลังเกิดสถานการณ์โควิด 19 จากผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยและพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัวของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดภูเก็ตช่วงหลังเกิดสถานการณ์โควิด 19 มี 5 ปัจจัยดังนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว คือ สถานภาพการสมรส และการมีบุตรหรือมีผู้ที่อยู่ในการอุปการะดูแล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกกานต์ ด้านสว่างกุล (2564) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการก่อหนี้ของคนเริ่มต้นทำงาน พบว่า ลักษณะของกลุ่มคนเริ่มต้นทำงานที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ทำให้ก่อหนี้ต่างกัน และมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลักษณะนารา พิสิฐพิพัฒนา (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การควบคุมตนเอง (Self-Control) และพฤติกรรมการก่อหนี้เกินตัว (Over-Indebtedness) ของกลุ่มคน Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การมีบุตรหรือผู้ที่อยู่ในการอุปการะ

เลี้ยงดูแตกต่างกัน ส่งผลต่อการก่อหนี้เกินตัวต่างกัน อันเนื่องมาจากกลุ่มคนที่ไม่มีบุตรหรือผู้ที่อยู่ในอุปการะเลี้ยง จะมีแนวโน้มที่จะก่อหนี้เกินตัว

2. พฤติกรรมการก่อหนี้เกินตัวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อหนี้เกินตัว คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนการวางแผนค่าใช้จ่ายรายเดือน การมีภาระผ่อนหนี้สินต่าง ๆ ต่อเดือน ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมาท่านเคยผิมนัดชำระหนี้หนานที่สุดกี่เดือน และปัจจุบันจำนวนบัตรเครดิตและบัตรกดเงินสดที่มีอยู่ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อหนี้เกินตัว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลักษณะนารา พิสิฐพิพัฒนา (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การควบคุมตนเอง (Self-Control) และพฤติกรรมการก่อหนี้เกินตัว (Over-Indebtedness) ของกลุ่มคน Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ต่ำนั้นมีการก่อหนี้เกินตัวมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้สูงกว่า เพราะค่าครองชีพในกรุงเทพฯค่อนข้างสูง

3. พฤติกรรมด้านการบริโภคส่งผลต่อการตัดสินใจก่อหนี้เกินตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรางคณา บัวล้อม (2558) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมที่มีผลต่อการก่อหนี้ของพนักงานธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า พฤติกรรมที่มีผลต่อการก่อหนี้ในด้านปัจจัยพื้นฐาน คือ พฤติกรรมการใช้จ่ายเกี่ยวกับการบริโภค/อุปโภคมากที่สุด

4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อหนี้เกินตัว คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านราคา ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อหนี้เกินตัว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปุญญกฤษ สุภาพจน์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการก่อหนี้สินเชื่อบุคคล (Personal Loan) ที่ไม่มีหลักประกัน ของกลุ่มวัยเริ่มทำงาน (First jobbers) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการก่อหนี้สินเชื่อบุคคล คือ ปัจจัยด้านด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด

5. ปัจจัยวิกฤตจาก Covid 19 ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อหนี้เกินตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกวรินทร์ ฤกษ์ดำเนินกิจ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการก่อหนี้ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ของบุคลากรเทศบาลเมืองบ้านบึง จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยวิกฤตจาก COVID-19 ส่งผลต่อลักษณะการก่อหนี้ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 โดยมีตัวแปรอิสระที่มีผลมากที่สุดคือ ผลกระทบในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ส่งผลให้มีการก่อหนี้ในระบบ เนื่องจากมาตรการช่วยเหลือของทางรัฐบาลที่มีการปล่อยสินเชื่อให้แก่ประชาชนได้ง่ายขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. กลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดภูเก็ต ถือเป็น Generation ที่มีสัดส่วนมากที่สุดในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งจากผลการศึกษาของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดภูเก็ต ให้ความสำคัญกับการก่อหนี้เพื่อความต้องการพื้นฐานมากที่สุด รองลงมาคือเพื่อการลงทุนหรือประกอบธุรกิจ รวมไปถึงสถาบันการเงินที่มีความ

นำเชื่อถือที่มีการให้บริการสินเชื่อผ่านระบบออนไลน์และมีการตลาดที่น่าสนใจ จะดึงดูดให้กลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดภูเก็ตนี้ตัดสินใจก่อนนี้เพิ่มขึ้น

2.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อนนี้เกินตัว จากการวิจัยพบว่ารายได้ต่ำจะมีการก่อนนี้เกินตัวมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้สูงกว่า อันเนื่องจากค่าครองชีพของคนในจังหวัดภูเก็ตค่อนข้างสูง ซึ่งหากจะแก้ไขการก่อนนี้ที่เกินตัวนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีมาตรการควบคุมเพื่อเป็นมาตรการดูแลควบคุมไม่ให้ก่อนนี้มากเกินไป เนื่องจากกลุ่มคน Generation Y ควบคุมตนเองเป็นเรื่องที่ยาก จึงควรให้รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมามีบทบาทในการป้องกันและควบคุมการก่อนนี้เกินตัว

3.รัฐบาลและสถาบันการเงิน ควรมีนโยบายหรือมาตรการช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบจากวิกฤตโควิด 19 โดยการปล่อยสินเชื่อให้แก่ผู้ที่ได้รับผลกระทบเพื่อเพิ่มสภาพคล่อง ทั้งนี้ต้องสอดคล้องกับความสามารถในการชำระหนี้ รวมถึงการออกโครงการต่างๆ เพื่อช่วยเหลือในการแก้หนี้ให้กับผู้ที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตโควิด 19

4.ธนาคารหรือสถาบันการเงิน ควรวางนโยบายหรือข้อกำหนดในการปล่อยสินเชื่อแก่ผู้บริโภค Generation Y โดยคำนึงถึงความสามารถในการผ่อนชำระหนี้ของกลุ่มคน Generation Y แต่ต้องควรมีนโยบายรองรับเพื่อป้องกันไม่ให้ก่อนนี้เกินตัว

เอกสารอ้างอิง

กนกกานต์ ด่านสว่างกุล. (2564) *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการก่อนนี้ของคนเริ่มต้นทำงาน*. มหาวิทยาลัย

รามคำแหง คณะบริหารธุรกิจ. สืบค้นจาก

<https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/mlw12/6114961084.pdf>

เกวรินทร์ ฤกษ์ดำเนินกิจ. (2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อการก่อนนี้ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ของ*

บุคลากรเทศบาลเมืองบ้านบึง จังหวัดชลบุรี. สืบค้นจาก

<https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/vlt15-1/6114993638.pdf>

จารุวรรณ กองแก้ว. (2556). *รูปแบบการออมและการลงทุนของพนักงานภาคเอกชนในเขตเทศบาล*

จังหวัดอุดรธานี. มหาวิทยาลัยขอนแก่น คณะวิทยาการจัดการ. สืบค้นจาก

http://mslib.kku.ac.th/elib/multim/books/Economic2556/JARUWUN%20KONGKAEW/06_ch2.pdf

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในงานแสดงสินค้าของประชากร*

ในกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ สืบค้นจาก

<http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1223/1/tanut.sukw.pdf>

- ชูชาติ คงครองธรรม. (2555). *หนี้ในระบบกับความเป็นธรรมทางสังคม*. สืบค้นเมื่อ 8 ตุลาคม 2565
จาก <http://www.cusri.chula.ac.th/backup/download/cluster6.pdf>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564). *รายงานผลการสำรวจทักษะทางการเงินของไทยปี 2561* สืบค้น
เมื่อ 2 ตุลาคม 2565, จาก [https://www.bot.or.th/content/dam/bot/image/
research-and-publications/2561ThaiFLsurvey.pdf](https://www.bot.or.th/content/dam/bot/image/research-and-publications/2561ThaiFLsurvey.pdf)
- บุญยฤกษ์ สุภาพจน์. (2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการก่อหนี้สินส่วนบุคคล (Personal Loan) ที่
ไม่มีหลักประกัน ของกลุ่มวันเริ่มทำงาน (First jobbers) ในเขตกรุงเทพมหานคร*.
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์. สืบค้นจาก
https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:149254
- พสุ เดชะรินทร์. (2551). *แนวความคิดเกี่ยวกับ Generation Y*. สืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2565, จาก
[http://www.saradd.com/index.php?option=com_content&view=article&id=235
:why-generation-generation-y-gen-y-&catid=25:the-project&Itemid=72](http://www.saradd.com/index.php?option=com_content&view=article&id=235:why-generation-generation-y-gen-y-&catid=25:the-project&Itemid=72)
- ลักษณะนารา พิสิฐพิพัฒนา. (2561) *การควบคุมตนเอง (Self-Control) และพฤติกรรมการก่อหนี้เกิน
ตัว (Over-Indebtedness) ของกลุ่มคน Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร*.
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์. สืบค้นจาก
https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:149262
- สำนักงานสถิติแห่งชาติกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2564). *สรุปผลที่สำคัญ การสำรวจ
ภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2564*. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2565, จาก
http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/%e0%b8%94%e0%b9%89%e0%b8%b2%e0%b8%99%e0%b8%aa%e0%b8%b1%e0%b8%87%e0%b8%84%e0%b8%a1/%e0%b8%aa%e0%b8%b2%e0%b8%82%e0%b8%b2%e0%b8%a3%e0%b8%b2%e0%b8%a2%e0%b9%84%e0%b8%94%e0%b9%89/%e0%b9%80%e0%b8%a8%e0%b8%a3%e0%b8%a9%e0%b8%90%e0%b8%81%e0%b8%b4%e0%b8%88%e0%b8%aa%e0%b8%b1%e0%b8%87%e0%b8%84%e0%b8%a1%e0%b8%84%e0%b8%a3%e0%b8%b1%e0%b8%a7%e0%b9%80%e0%b8%a3%e0%b8%b7%e0%b8%ad%e0%b8%99/64/Pocket%29book_12_64.pdf

สำนักงานคลังจังหวัดภูเก็ต. (2564). รายงานประมาณการเศรษฐกิจจังหวัดภูเก็ต ปี 2564 สืบค้นเมื่อ

3 ตุลาคม 2565, จาก

https://www.cgd.go.th/cs/pkt/pkt/%E0%B8%9C%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9B%E0%B8%8F%E0%B8%B4%E0%B8%9A%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%87%E0%B8%B2%E0%B8%99.html?page_locale=th_TH

สุจิตรา บรรณจิตรและยุทธกร ฤทธิไธสง. (2565). การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดสำหรับ

ผู้บริโภคของร้านค้าปลีก ในจังหวัดนครราชสีมา. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

สืบค้นจาก

<https://so08.tcithaijo.org/index.php/jmsnrru/article/download/191/273/1170>