

ปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการจัดการการเงินของกลุ่มคน Generation Z ในจังหวัดเชียงใหม่

Determinants of Money Management Behavior among Generation Z in Chiangmai Province*

จिरายุ หาญตระกูล¹

Chirayu Hantrakul¹

Received: October 25, 2025

Revised: January 14, 2026

Accepted: February 9, 2026

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการจัดการการเงินของกลุ่มคน Generation Z ในจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ อายุ 19 - 22 ปี จำนวน 400 คน การศึกษาครั้งนี้เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 21 ปี และกำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการจัดการการเงินได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ การขัดเกลาทางสังคมของผู้ปกครอง (Parental Socialization: PS) และการควบคุมตนเอง (Self-Control: SC)

คำสำคัญ: พฤติกรรมการจัดการการเงิน เจเนอเรชัน Z การเงิน การขัดเกลาทางสังคม การควบคุมตนเอง

* โครงการวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 This research was financially supported by the Faculty of Business Administration, Maejo University, Fiscal Year 2025

¹ อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 50290 Lecturer in Faculty of Business Administration Maejo University Sansai Chiangmai 50290 Tel. 080-3249519 email: ajkai2111@gmail.com

Abstract

This study examines the factors affecting the financial management behavior of Generation Z in Chiang Mai Province. Participants were 400 Maejo University students in Chiang Mai, aged 19 - 22 years. Data were collected using 400 questionnaires and analyzed through Multiple Linear Regression. The results revealed that most of the participants were female, with an average age of 21 years, and were first-year students. At the 0.05 significance level, parental socialization (PS) and self-control (SC) were significant predictors of financial management behavior.

Keywords: Financial Management Behavior, Generation Z, Finance, Socialization, Self-Control

บทนำ

ในปัจจุบันประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ยุคของสังคมดิจิทัลที่เทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่หรือ Generation Z ซึ่งหมายถึงกลุ่มคนที่มีอายุอยู่ระหว่าง 16 - 30 ปี ที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต จึงมีรูปแบบการใช้ชีวิต การบริโภค และการจัดการทางการเงินที่แตกต่างจากคนรุ่นก่อนอย่างชัดเจน คนกลุ่มนี้เริ่มเข้าสู่วัยทำงาน มีรายได้เป็นของตนเอง และเริ่มมีบทบาทในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่พบในกลุ่มคน Generation Z (จากนี้ไปจะขอเรียกว่า กลุ่มคน Gen Z) คือ การขาดวินัยทางการเงินและขาดการวางแผนทางการเงินระยะยาว (Kumar, 2025) คนกลุ่มนี้มีสัดส่วนของผู้ที่มีเงินออมน้อยกว่าช่วงวัยอื่น ๆ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565) ขาดความรู้ด้านการลงทุน และมักใช้จ่ายตามกระแสของสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เงินเกินตัว หรือตกอยู่ในภาวะหนี้สินตั้งแต่อายุยังน้อย การเป็นหนี้ของคนกลุ่มนี้เพิ่มขึ้นในอัตราสูงกว่าคนในกลุ่มอื่น ๆ (ฉัตร ชุตินุสรกุล, 2566) ขณะเดียวกัน ความผันผวนของเศรษฐกิจและค่าครองชีพที่สูงขึ้นในปัจจุบันยังเป็นปัจจัยที่ทำให้การจัดการการเงินของคนรุ่นใหม่ซับซ้อนมากยิ่งขึ้น

จังหวัดเชียงใหม่ในฐานะเมืองท่องเที่ยวและศูนย์กลางทางการศึกษาของภาคเหนือ มีการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมล้านนาดั้งเดิมกับความทันสมัย เชียงใหม่เป็นเมืองที่มีค่าครองชีพต่ำกว่ากรุงเทพฯ แต่มีวัฒนธรรมการบริโภคแบบเมืองใหญ่ รวมถึงการเป็นศูนย์กลางของ Digital Nomad และ Startup ทำให้กลุ่มคน Gen Z ในเชียงใหม่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมการบริโภคที่หลากหลาย เกิดช่องว่างระหว่างรายได้และค่าใช้จ่าย ประกอบกับวัฒนธรรมการใช้ชีวิตและการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของเชียงใหม่กระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายในกิจกรรมการพักผ่อนและการท่องเที่ยวมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า พฤติกรรมการใช้จ่ายบัตรเครดิตของกลุ่มวัยทำงานตอนต้นมีลักษณะคล้ายคลึงกับคนกลุ่มอื่น ๆ และมีความกระตือรือร้นในการจัดการหนี้ค้างชำระบัตรเครดิตค่อนข้างต่ำ ซึ่งอาจจะนำไปสู่ปัญหาหนี้ครัวเรือนจากบัตรเครดิตสูงขึ้นในอนาคต (ณัฐพงศ์ มานาร์ตัน, 2563) การศึกษาพฤติกรรมทางการเงินของกลุ่มคน Gen Z จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนานโยบายและมาตรการส่งเสริมความรู้ทางการเงินที่เหมาะสมกับบริบทท้องถิ่น

ซึ่งแตกต่างจากกรุงเทพฯ หรือจังหวัดอื่น ๆ ผลการศึกษาค้างนี้จะเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับสถาบันการศึกษา สถาบันการเงิน และหน่วยงานภาครัฐในการออกแบบโปรแกรมการให้ความรู้ทางการเงินที่ตอบสนองต่อความต้องการและปัญหาเฉพาะของนักศึกษาและคนหนุ่มสาวในพื้นที่เพื่อสร้างความมั่นคงทางการเงินที่ยั่งยืนให้กับกำลังสำคัญของจังหวัดและประเทศในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

การศึกษาค้างนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการจัดการการเงินของกลุ่มคน Gen Z ในจังหวัดเชียงใหม่

คำถามการวิจัย

ปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการจัดการการเงินของกลุ่มคน Gen Z ในจังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตการวิจัย

1) ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยค้างนี้มุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการจัดการการเงินของกลุ่ม Gen Z ได้แก่ ความรู้ทางการเงิน การขัดเกลาทางสังคมทางด้านการเงินจากผู้ปกครอง อิทธิพลจากเพื่อน และการควบคุมตนเอง โดยพฤติกรรมการจัดการการเงิน หมายถึง พฤติกรรมทางการเงินด้านการออม

2) ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากร คือ กลุ่มคน Gen Z ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 19 - 22 ปี กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 17,901 คน (สำนักบริหารและพัฒนามหาวิทยาลัย แม่โจ้, ม.ป.ป.) เนื่องจากมหาวิทยาลัยแม่โจ้เป็นสถาบันขนาดใหญ่ของภาคเหนือที่มีนักศึกษาหลากหลายภูมิภาค ซึ่งสามารถเป็นตัวแทนของ Gen Z ในเชียงใหม่ได้เป็นอย่างดี

กลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีการของ ทาโร่ ยามาเน่ โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งจะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างประมาณ 400 ตัวอย่าง

การทบทวนวรรณกรรม

การจัดการการเงินส่วนบุคคลเป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยให้บุคคลสามารถใช้จ่าย ออม และลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมหลายประการ เช่น การควบคุมตนเอง การขัดเกลาทางสังคม และทัศนคติทางการเงิน ทั้งนี้ การอธิบายพฤติกรรมดังกล่าวสามารถเชื่อมโยงกับแนวคิดที่เกี่ยวกับพฤติกรรม รวมถึงการควบคุมตนเอง ซึ่งล้วนชี้ให้เห็นว่า การจัดการการเงินที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องอาศัยทั้งความรู้ทางการเงินและความสามารถในการจัดการพฤติกรรมของตนเอง

1) แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมทางการเงิน (Financial Behavior)

พฤติกรรมทางการเงิน หมายถึง การกระทำหรือการตัดสินใจของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการเงิน การออม การใช้จ่าย การก่อหนี้ และการลงทุน (Hira, 2012; Xiao, 2008) ซึ่งสะท้อนถึงระดับวินัยทางการเงินและความสามารถในการบริหารทรัพยากรทางการเงินเพื่อบรรลุ

เป้าหมายชีวิต โดยพฤติกรรมกรรมการจัดการการเงินเป็นผลลัพธ์ของทั้งปัจจัยภายใน (Internal Factors) และปัจจัยภายนอก (External Factors) ปัจจัยภายในประกอบด้วยความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy) ทศนคติทางการเงิน (Financial Attitude) และบุคลิกภาพทางการเงิน (Financial Personality) ส่วนปัจจัยภายนอกประกอบด้วยอิทธิพลจากครอบครัว (Family Influence) อิทธิพลจากเพื่อนและสังคม (Peer & Social Influence) และสภาพเศรษฐกิจและสื่อ (Economic & Media Environment)

2) แนวคิดความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy)

ความรู้ทางการเงิน หมายถึง ความสามารถในการเข้าใจและใช้ข้อมูลทางการเงิน เพื่อการตัดสินใจอย่างมีเหตุผล (Organization for Economic Co-operation and Development [OECD], 2020) การมีความรู้ทางการเงินที่ดีช่วยให้บุคคลสามารถวางแผนการเงิน ลดหนี้สิน และเพิ่มการออม (Lusardi & Mitchell, 2023) ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อพฤติกรรมทางการเงินของบุคคล

3) ทฤษฎีการขัดเกลากายทางสังคม (Socialization Theory)

การขัดเกลากายทางสังคม หมายถึง พฤติกรรม ความคิด ค่านิยม และทัศนคติของบุคคล ที่ไม่ได้เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ แต่เกิดจากกระบวนการเรียนรู้และซึมซับจากสิ่งแวดล้อมทางสังคมรอบตัว ตั้งแต่ครอบครัว โรงเรียน เพื่อน สื่อมวลชน และสถาบันทางสังคมต่าง ๆ (Bandura, 1977; Moschis, 1987) โดยพฤติกรรมทางการเงินของบุคคลได้รับอิทธิพลจากตัวแทนการขัดเกลากาย (Agents of Financial Socialization) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน โรงเรียน (Gudmunson & Danes, 2011) การได้รับการขัดเกลากายทางสังคมด้านการเงินจากพ่อแม่ (Parental Socialization) และการได้รับอิทธิพลจากเพื่อน (Peer Influence) เป็นตัวแทนการขัดเกลากายทางสังคมอีกกลุ่มหนึ่งที่สามารถกำหนดพฤติกรรมทางการเงินของบุคคลได้

4) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior)

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนของ Ajzen (1991) เป็นกรอบแนวคิดทางจิตวิทยาที่นิยมใช้ในการอธิบายพฤติกรรมของบุคคล รวมถึงพฤติกรรมทางการเงิน โดยเชื่อว่า พฤติกรรมของบุคคลเกิดจากความตั้งใจ (Behavioral Intention) ซึ่งความตั้งใจนี้ได้รับอิทธิพลจาก 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่ ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior) บรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norms) และการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) การควบคุมตนเอง (Self-Control) เป็นตัวแปรจิตวิทยาที่ทำให้บุคคลมีความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมทางการเงินของตนเองได้

ในประเทศไทย งานวิจัยที่ศึกษาพฤติกรรมทางการเงินของกลุ่มคน Gen Z มีหลากหลาย แต่ส่วนใหญ่ทดสอบตัวแปรเพียงบางตัว เช่น ความรู้ทางการเงิน อิทธิพลจากเพื่อน แต่ยังไม่มีการบูรณาการร่วมกับตัวแปร การขัดเกลากายทางสังคมด้านการเงินจากผู้ปกครอง และการควบคุมตนเอง ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกใช้ชุดตัวแปรนี้เพื่อศึกษาพฤติกรรมทางการเงินของกลุ่มคน Gen Z ในจังหวัดเชียงใหม่

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในหลายงานวิจัยระบุว่า ความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy) ส่งผลต่อพฤติกรรมทางการเงิน เช่น งานวิจัยของ Wahyuni et al. (2025) พบว่า ความรู้ทางการเงินส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรม

การจัดการการเงินของกลุ่มคน Gen Z โดยเฉพาะในด้านการออมและการใช้จ่ายอย่างมีเหตุผล ผู้ที่มีความรู้ทางการเงินสูงจะมีแนวโน้มออมเงินและวางแผนการเงินได้ดีขึ้น งานวิจัยของ Hafizha and Arifin (2025) พบว่า ความรู้ทางการเงินมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการออมเงิน และการวางแผนทางการเงินของ Gen Z โดยความรู้ทางการเงินช่วยให้เยาวชนเข้าใจคุณค่าของเงินและเห็นความสำคัญของการออมเพื่ออนาคต งานวิจัยของ Aleño et al., (2025) พบว่า อิทธิพลทางสังคมและความรู้ทางการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการออมอย่างมีนัยสำคัญ โดยความรู้ทางการเงินเป็นตัวแปรที่สามารถทำนายพฤติกรรมการออมได้ดีที่สุด งานวิจัยของ Restiyani and Yadiati (2024) พบว่า ความรู้ทางการเงินส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการจัดการการเงินของกลุ่มคน Gen Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการขัดเกลาทางสังคมของผู้ปกครอง (Parental Financial Socialization) มีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมการจัดการการเงิน โดยเฉพาะในส่วนของ การออมเงิน ซึ่งถือเป็นพฤติกรรมทางการเงินเชิงบวกที่เกิดจากการเรียนรู้และแบบอย่างจากครอบครัว ได้แก่ งานวิจัยของ Hafizha and Arifin (2025) พบว่า การขัดเกลาทางสังคมทางการเงินจากผู้ปกครองมีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมการจัดการการเงิน โดยเฉพาะพฤติกรรมการออมเงินและการใช้เงินอย่างระมัดระวัง ในขณะที่งานวิจัยของ Aleño et al. (2025) พบว่า อิทธิพลทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการออม โดยเฉพาะการขัดเกลาจากผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมในระดับค่อนข้างสูง งานวิจัยของ Marheni et al., (2024) พบว่า การขัดเกลาทางสังคมจากผู้ปกครองส่งผลบวกและมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการออมโดยตรง และส่งผลผ่านความตั้งใจในการออมอีกด้วย และงานวิจัยของ Antoni et al. (2019) พบว่า การสอนเรื่องเงินและการติดตามพฤติกรรมการใช้เงินของลูกมีผลต่อพฤติกรรมทางการเงินของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งรวมถึงมิติการออมและการวางแผนการเงินด้วย

งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลจากเพื่อน (Peer Influence) เป็นอีกหนึ่งปัจจัยทางสังคมที่งานวิจัยพบว่า มีผลต่อพฤติกรรมการจัดการการเงิน โดยเฉพาะในส่วนของ การออมเงิน (Saving Behavior) งานวิจัยของ Hartono and Isbanah (2022) พบว่า อิทธิพลจากเพื่อนส่งผลต่อการออมโดยตรงและยังเป็นแรงผลักดันสำคัญต่อพฤติกรรมการออมของนักศึกษา งานวิจัยของ Marheni et al. (2024) พบว่า อิทธิพลจากเพื่อนส่งผลบวกและมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการออมโดยตรง และยังสัมพันธ์กับความตั้งใจในการออม ทำให้กลุ่มคน Gen Z ออมมากขึ้นเมื่ออยู่ในกลุ่มเพื่อนที่สนับสนุนการออมและมีวินัยทางการเงิน และงานวิจัยของ Malhotra and Baag (2023) พบว่า อิทธิพลจากเพื่อนมีผลสำคัญต่อพฤติกรรมทางการเงินของสมาชิกกลุ่ม โดยไม่เพียงแต่สัมพันธ์กับความรู้ทางการเงิน แต่ยังส่งผลโดยตรงและผ่านตัวแปรกลาง เช่น ทัศนคติทางการเงินไปสู่พฤติกรรมการเงินที่ดีขึ้น ซึ่งสนับสนุนแนวคิดที่ว่า เครือข่ายสังคมและแบบอย่างของเพื่อนสามารถเป็นปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการจัดการการเงินของบุคคลได้อย่างมีนัยสำคัญ

งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการควบคุมตนเอง (Self-Control) เป็นตัวแปรทางจิตวิทยาสำคัญที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมการจัดการการเงิน งานวิจัยของ Hafizha and Arifin (2025) พบว่า

การควบคุมตนเองเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการจัดการทางการเงินของกลุ่ม Gen Z โดยเฉพาะในด้านการออมเงินและการใช้จ่ายอย่างระมัดระวัง งานวิจัยของ Barrafrem et al. (2024) พบว่า บุคคลที่มีระดับการควบคุมตนเองสูงจะมีเงินออมสะสมมากกว่า แม้ว่าการควบคุมตนเองจะไม่ได้สัมพันธ์กับการเริ่มต้นฝากเงินครั้งแรกอย่างมีนัยสำคัญ แต่การควบคุมตนเองช่วยให้บุคคลควบคุมการใช้จ่ายระยะสั้น และคงพฤติกรรมออมได้ต่อเนื่องจนเกิดเงินออมสะสม และงานวิจัยของ Anjani and Darto (2023) พบว่า การควบคุมตนเองส่งผลบวกและมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการจัดการทางการเงินของกลุ่มคน Gen Z ทั้งนี้ พฤติกรรมการจัดการเงินของคนกลุ่มนี้ไม่ได้ขึ้นกับความรู้เพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นกับกลไกพฤติกรรมภายในหรือการควบคุมตนเองด้วย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลจากการทบทวนวรรณกรรมนำมาสู่การพัฒนากรอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อหาปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการจัดการการเงินของกลุ่มคน Gen Z มีรายละเอียดดังนี้

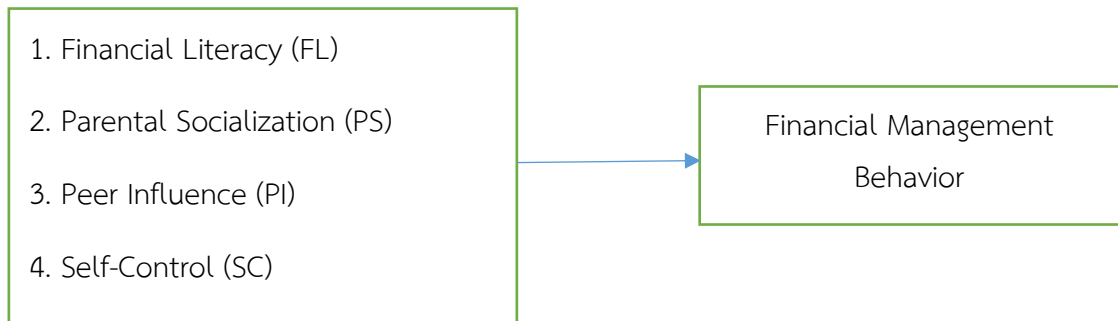


Figure 1 Conceptual Framework

Table 1 Summary of Variables in all Studies

Variable	No.	Symbol	Past Studies
Dependent Variable	1	Financial Management Behavior	FMB Hafizha and Arifin (2025), Wahyuni et al. (2025)
Independent Variables	1	Financial Literacy	FL Aleño et al. (2025), Hafizha and Arifin (2025), Restiyanti and Yadiati (2024), Wahyuni et al. (2025)
	2	Parental Socialization	PS Aleño et al. (2025), Antoni et al. (2019), Hafizha and Arifin (2025), Marheni et al. (2024)
	3	Peer Influence	PI Hartono and Isbanah (2022), Malhotra and Baag (2023), Marheni et al. (2024),

Variable	No.	Symbol	Past Studies
	4	Self-Control	SC
			Anjani and Darto (2023), Barrafrem et al. (2024), Hafizha and Arifin (2025)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากร คือ กลุ่มคน Gen Z ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 19 - 22 ปี กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 17,901 คน (สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้, ม.ป.ป.)

กลุ่มตัวอย่าง ได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีการของทอโรยามาเน่ โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งจะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างประมาณ 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และส่วนที่ 2 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจัดการการเงิน แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้มาตราส่วนแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ สำหรับการวัดความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านต่าง ๆ โดยมีเกณฑ์ดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนน แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับคะแนน 5 แทนระดับความคิดเห็น มากที่สุด

ระดับคะแนน 4 แทนระดับความคิดเห็น มาก

ระดับคะแนน 3 แทนระดับความคิดเห็น ปานกลาง

ระดับคะแนน 2 แทนระดับความคิดเห็น น้อย

ระดับคะแนน 1 แทนระดับความคิดเห็น น้อยที่สุด

การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย สามารถแปลความหมายของระดับคะแนนได้ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 คะแนน หมายถึง ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 คะแนน หมายถึง ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 คะแนน หมายถึง ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 คะแนน หมายถึง ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 คะแนน หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ของผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ผลการประเมินค่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.67 - 1.00 ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์การยอมรับ หลังจากนั้นได้ทดลองใช้แบบสอบถามกับ

กลุ่มตัวอย่างนำร่องจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ครอนบาค (Cronbach's Alpha) ได้ค่าเท่ากับ 0.84 ซึ่งอยู่ในระดับดี

การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

ก่อนการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบสมมติฐานเบื้องต้น ได้แก่ ความไม่สัมพันธ์กันของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Matrix) และค่า VIF (Variance Inflation Factor) ซึ่งจะต้องมีค่าไม่เกิน 5 จึงจะถือว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity และสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังต่อไปนี้

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ การหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2) สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม โดยใช้ Multiple Linear Regression Analysis

การพิทักษ์สิทธิ์กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้ได้รับรองการพิจารณาจริยธรรมจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน จากมหาวิทยาลัยแม่โจ้ เลขที่รับรอง MJUIRB No. HS015/68 ลงวันที่ 21 พฤษภาคม พ.ศ. 2568

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นกลุ่มคน Gen Z ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 19 - 22 ปี และกำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 74.75 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 และเพศทางเลือก จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 ส่วนใหญ่อายุ 21 ปี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมาอายุ 18 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 อายุ 19 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 และอายุ 20 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 ส่วนใหญ่ศึกษาในชั้นปีที่ 1 จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมาศึกษาในชั้นปีที่ 4 จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 ศึกษาในชั้นปีที่ 2 จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 และศึกษาในชั้นปีที่ 3 จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50

ส่วนที่ 2 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจัดการการเงิน

Table 2 Mean and Standard Deviation of Variables

	\bar{X}	S.D.	Result
Financial Literacy (FL)	3.51	0.67	High
Parental Socialization (PS)	3.91	0.74	High
Peer Influence (PI)	2.99	0.93	Moderate
Self-Control (SC)	3.47	0.63	High
Financial Management Behavior (Y)	3.76	1.04	High

จาก Table 2 จะเห็นได้ว่า ระดับความความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านความรู้ทางการเงิน ด้านการขัดเกลาทางสังคมของผู้ปกครอง ด้านการควบคุมตนเอง ด้านพฤติกรรมการจัดการการเงิน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.47 - 3.91 ส่วนด้านอิทธิพลจากเพื่อน ในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.99

ก่อนการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน ผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบสมมติฐานเบื้องต้น ได้แก่ ความไม่สัมพันธ์กันของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Matrix) และค่า VIF (Variance Inflation Factor) ซึ่งมีค่าไม่เกิน 5 แสดงว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity จากการตรวจสอบเบื้องต้นพบว่า ข้อมูลมีความเป็นปกติ ไม่มีปัญหา Multicollinearity และความเป็นอิสระของตัวแปรอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม ทำให้สามารถวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการถดถอยพหุคูณได้อย่างถูกต้องและสามารถแสดงผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน ดังนี้

Table 3 Pearson Correlation Matrix of Independent Variables

N=400	FL	PS	PI	SC
FL	1	0.520**	0.401**	0.598**
PS		1	0.218**	0.499**
PI			1	0.411**
SC				1

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จาก Table 3 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทุกคู่ไม่เกิน 0.80 จึงบ่งชี้ว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีค่าอยู่ระหว่าง 0.218 ถึง 0.598 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Table 4 Results of Multiple Regression Analysis for Financial Management Behavior

Variables	B	SE	Beta	t	p-value
Constant	0.501	0.291		1.722	0.086
FL	0.116	0.089	0.075	1.299	0.195
PS	0.174	0.073	0.124	2.373	0.018**
PI	-0.099	0.054	-0.089	-1.838	0.067
SC	0.712	0.095	0.431	7.526	0.000**

R=.524 R Square = .275 Adj. R Square = .268 Std. Error of the Estimate = .88730

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จาก Table 4 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณมีค่า .524 และกำลังสองของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณมีค่า .275 แสดงว่า ตัวแปรพยากรณ์ทั้งหมด 4 ตัว ร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมทางการเงินได้ร้อยละ 27.50 ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์มีค่า .88730

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของแบบปกติ พบว่า ตัวแปรพยากรณ์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 ตัว คือ การขัดเกลาทางสังคมของผู้ปกครอง (PS) และการควบคุมตนเอง (SC) ส่วนตัวแปรความรู้ทางการเงิน (FL) และอิทธิพลจากเพื่อน (PI) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ ดังนี้

$$Y = .501 + .174(PS) + .712(SC)$$

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมทางการเงินของกลุ่มคน Gen Z พบว่า การขัดเกลาทางสังคมของผู้ปกครอง (PS) การควบคุมตนเอง (SC) มีผลต่อพฤติกรรมทางการเงินของกลุ่มคนนี้

การขัดเกลาทางสังคมของผู้ปกครองมีผลต่อพฤติกรรมทางการเงินของกลุ่มคน Gen Z ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hafizha and Arifin (2025) ที่พบว่า การขัดเกลาทางการเงิน และการควบคุมตนเองส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมทางการเงินของกลุ่มคน Gen Z สอดคล้องกับงานวิจัยของ Aleño et al. (2025) ที่พบว่า พฤติกรรมการออมของเยาวชนไม่ได้เกิดจากปัจจัยด้านความรู้เพียงอย่างเดียว แต่ยังได้รับอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมทางสังคม โดยเฉพาะการสนับสนุนและการปลูกฝังจากครอบครัว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Marheni et al. (2024) ที่พบว่า การขัดเกลาทางสังคมจากผู้ปกครองส่งผลบวกและมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการออมโดยตรง และส่งผลผ่านความตั้งใจในการออมอีกด้วย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Antoni et al. (2019) ที่พบว่า การสอนเรื่องเงินและการติดตามพฤติกรรมการใช้เงินของลูกมีผลต่อพฤติกรรมทางการเงินของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งรวมถึงมิติการออมและการวางแผนการเงินด้วย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีการขัดเกลาทางสังคมที่กล่าวว่า พฤติกรรมและค่านิยมของบุคคลถูกสร้างผ่านกระบวนการขัดเกลาทางสังคมจากตัวแทนสำคัญ (Socialization Agents) โดยเฉพาะในช่วงต้นชีวิต ซึ่งครอบครัวและ

ผู้ปกครองเป็นตัวแทนหลักที่มีอิทธิพลอย่างมากและยาวนานที่สุดเพราะเป็นแหล่งเรียนรู้แรกและต่อเนื่องที่สุดของเด็ก เมื่อประยุกต์สู่มิติการเงินจะเห็นว่า พฤติกรรมการเงินของบุคคลไม่ได้เกิดขึ้นแบบฉับพลัน แต่ค่อย ๆ ก่อตัวตั้งแต่ช่วงวัยเด็ก พื้นฐานด้านความคิดและทัศนคติของผู้ปกครองด้านการเงิน การเรียนรู้ผ่านการสอนโดยตรงและการซึมซับโดยไม่รู้ตัว

การควบคุมตนเองมีผลต่อพฤติกรรมการจัดการการเงินของกลุ่มคน Gen Z ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hafizha and Arifin (2025) ที่พบว่า การควบคุมตนเองเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการจัดการทางการเงินของกลุ่มคน Gen Z โดยเฉพาะในด้านการออมเงินและการใช้จ่ายอย่างระมัดระวัง งานวิจัยของ Barrafrem et al. (2024) พบว่า การควบคุมตนเองส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อจำนวนเงินออมสุทธิ และงานวิจัยของ Anjani and Darto (2023) พบว่า การควบคุมตนเองส่งผลบวกและมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการจัดการการเงินของกลุ่มคน Gen Z ทั้งนี้ พฤติกรรมการจัดการการเงินของคนกลุ่มนี้ไม่ได้ขึ้นกับความรู้เพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นกับกลไกพฤติกรรมภายใน หรือการควบคุมตนเองด้วย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ที่กล่าวว่า พฤติกรรมของบุคคลเกิดจากความตั้งใจ และความตั้งใจจะเกิดขึ้นได้เมื่อบุคคลรับรู้ว่าคุณสมบัติพฤติกรรมนั้นได้ (Perceived Behavioral Control) กล่าวคือ การที่บุคคลเชื่อว่าตนสามารถควบคุมพฤติกรรมของตนเองให้เกิดขึ้นจริงได้ภายใต้ข้อจำกัดและแรงจูงใจต่าง ๆ ในบริบทการเงิน การควบคุมตนเองจึงเป็นกลไกภายในที่สะท้อนถึงความสามารถในการตัดสินใจและทำตามแผนการเงินที่ตั้งไว้ เช่น การคุมรายจ่าย การออมอย่างสม่ำเสมอ ทำให้ความตั้งใจแปรเป็นพฤติกรรมจริงได้มากขึ้น

ส่วนด้านความรู้ทางการเงิน ผลการศึกษาพบว่า ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการจัดการการเงินของกลุ่มคน Gen Z อย่างมีนัยสำคัญ โดยผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Aleño et al. (2025), Hafizha and Arifin (2025), Restiyanti and Yadiati (2024) และ Wahyuni et al. (2025) ที่พบว่า ความรู้ทางการเงินส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการเงินของบุคคล ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะช่องว่างระหว่างความรู้กับการปฏิบัติจริง เนื่องจากการอ้อมต่ออาศัยวินัยและการควบคุมตนเองมากกว่าความรู้เพียงอย่างเดียว นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังเป็นนักศึกษาที่มีรายได้จำกัด ทำให้แม้ตระหนักถึงความสำคัญของการออม แต่มีข้อจำกัดด้านสภาพคล่องจึงไม่สามารถออมได้ต่อเนื่อง ส่งผลให้ความรู้ทางการเงินไม่แสดงอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมการออมในโมเดลนี้

สำหรับอิทธิพลจากเพื่อน ผลการศึกษาพบว่า ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการจัดการการเงินของกลุ่มคน Gen Z อย่างมีนัยสำคัญ โดยผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hartono and Isbanah (2022); Malhotra and Baag (2023); Marheni et al. (2024) ที่พบว่า อิทธิพลจากเพื่อนส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการเงินของคนรุ่นใหม่ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากการออมเป็นพฤติกรรมที่ขึ้นกับแรงจูงใจส่วนบุคคลและบริบทครอบครัวมากกว่าแรงกดดันจากกลุ่มเพื่อน อีกทั้งอิทธิพลจากเพื่อนอาจมีทั้งด้านส่งเสริมและด้านบั่นทอนการออม เมื่อพิจารณารวมกันจึงทำให้ผลสุทธิไม่ปรากฏนัยสำคัญทางสถิติ

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการจัดการการเงินของกลุ่มคน Gen Z ในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า การขัดเกลาทางสังคมของผู้ปกครอง (PS) และการควบคุมตนเอง (SC)

เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการจัดการการเงินของนักศึกษา Gen Z ในจังหวัดเชียงใหม่อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะการควบคุมตนเองเป็นตัวทำนายที่มีอำนาจพยากรณ์สูงสุด ($Beta = .431$) สะท้อนว่า ในบริบทนักศึกษาที่เริ่มรับผิดชอบการเงินด้วยตนเอง ทักษะการยับยั้งชั่งใจและการทำตามแผน มีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมการเงินมากกว่าปัจจัยเชิงความรู้หรือแรงกดดันจากเพื่อน ขณะเดียวกันผลด้านการขัดเกลาทางสังคมของผู้ปกครอง (PS) มีนัยสำคัญ ซึ่งชี้ให้เห็นว่า กลุ่มคน Gen Z ในจังหวัดเชียงใหม่ยังได้รับอิทธิพลจากครอบครัวสูง ทั้งจากการปลูกฝังนิสัยการเงินและการพึ่งพาทรัพยากรจากที่บ้าน ซึ่งสอดคล้องกับบริบทสังคมไทยที่ครอบครัวยังคงเป็นตัวแทนการขัดเกลาทางการเงินหลัก อย่างไรก็ตาม โมเดลอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมได้เพียง 27.5% แสดงว่ายังมีปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องกับชีวิตและสภาพแวดล้อมของคนกลุ่มนี้ในเชียงใหม่ที่ไม่ได้รวมในโมเดล เช่น รูปแบบการใช้ชีวิต การใช้จ่าย พฤติกรรมการซื้อแบบฉับพลัน และอิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งควรถูกนำมาศึกษาเพิ่มเติมเพื่อเสริมการอธิบายของโมเดลในอนาคต

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

หน่วยงานภาครัฐ เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทยควรพัฒนานโยบายส่งเสริมวินัยด้านการเงินของเยาวชนรูปแบบให้ครอบครัวมีส่วนร่วม เช่น การจัดโครงการให้ความรู้และทักษะการเงินที่เชื่อมพ่อแม่-บุตร การสื่อสารสาธารณะ สื่อรณรงค์ที่กระตุ้นให้ครอบครัวพูดคุยเรื่องงบประมาณ การออมและการใช้เครดิตอย่างเหมาะสม รวมถึงการสนับสนุนหลักสูตรหรือกิจกรรมเชิงนโยบายที่ฝึกการควบคุมตนเองทางการเงิน เช่น การวางแผนรายเดือน การตั้งเป้าหมายออมระยะสั้น ระยะยาวเพื่อยกระดับพฤติกรรมการจัดการการเงินของกลุ่มคน Gen Z อย่างยั่งยืนในภาพรวมของประเทศและระดับพื้นที่

สถาบันการเงินและองค์กรเอกชนสามารถร่วมมือกับสถาบันการศึกษา ในการจัดกิจกรรมหรือค่ายเยาวชนด้าน “การออมและการลงทุนอย่างปลอดภัย” เพื่อพัฒนาทักษะการจัดการการเงินในระยะยาว

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1) ด้านครอบครัว

ผู้ปกครองควรสอนและเป็นแบบอย่างที่ดีในการบริหารรายได้และการออมเพื่อให้บุตรหลานเรียนรู้ผ่านการสังเกตและเลียนแบบ ซึ่งเป็นกระบวนการขัดเกลาทางสังคมที่มีประสิทธิภาพ

ผู้ปกครองควรเปิดโอกาสให้บุตรหลานได้ฝึกบริหารเงินด้วยตนเอง เช่น การให้ค่าขนมแบบรายสัปดาห์ พร้อมแนะนำให้บันทึกรายรับรายจ่ายเพื่อสร้างวินัยและการควบคุมตนเองทางการเงิน

2) ด้านสถาบันการศึกษา

มหาวิทยาลัยและสถานศึกษาควรจัดกิจกรรมเสริมทักษะทางการเงินที่เน้นการลงมือทำมากกว่าความรู้เชิงทฤษฎี เช่น การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อทำงานงบประมาณจริง คลินิกการเงินนักศึกษา

มหาวิทยาลัยควรจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการควบคุมตนเองทางการเงิน เช่น การแข่งขันวางแผนรายจ่าย การจำลองสถานการณ์การใช้จ่าย หรือโครงการออมเพื่อเป้าหมายรายเดือนเพื่อให้นักศึกษาได้ฝึกวินัยทางการเงินอย่างต่อเนื่อง

3) ด้านนักศึกษา

นักศึกษาควรพัฒนาทักษะการควบคุมตนเองด้านการเงินในชีวิตประจำวัน เช่น การจัดทำงบประมาณรายสัปดาห์/รายเดือน การกำหนดวงเงินใช้ได้ต่อวัน การเลื่อนการตัดสินใจซื้อสิ่งของที่ไม่จำเป็น และการตั้งเป้าหมายการออมที่จับต้องได้เพื่อเพิ่มความสม่ำเสมอของการออมและลดการใช้จ่ายฉับพลัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1) งานวิจัยในอนาคตควรขยายตัวแปรให้ครอบคลุมมิติพฤติกรรมและบริบทของกลุ่มคน Gen Z ในจังหวัดเชียงใหม่ให้มากขึ้น เช่น รูปแบบการใช้ชีวิต วัฒนธรรมการบริโภคเมืองท่องเที่ยว พฤติกรรมซื้อฉับพลัน (Impulsivity) อิทธิพลจากโซเชียลมีเดีย และอินฟลูเอนเซอร์

2) ควรใช้การวิจัยแบบผสมผสานหรือเชิงคุณภาพเพื่ออธิบายกลไกเชิงลึกว่า เหตุใดความรู้ทางการเงินและอิทธิพลจากเพื่อนจึงไม่มีผลต่อพฤติกรรมออมในบริบทนักศึกษาไทย และงานวิจัยในอนาคตควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังสถาบันอุดมศึกษาอื่น ๆ หรือกลุ่มประชากรวัยทำงานตอนต้น เพื่อเพิ่มความครอบคลุมและเสริมความสามารถในการอธิบายผลการศึกษาให้มีความทั่วไปมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ฉัตรี ชุติสุนทรากุล. (2566, 30 พฤศจิกายน). หลุมพรางสู่การเป็นหนี้ ที่คน Gen Z ควรระวัง! ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. SET. <https://www.set.or.th/th/education-research/education/happymoney/knowledge/article/104-tsi-beware-of-debt-trap-for-gen-z>
- ณัฐพงศ์ มานาร์ตัน. (2563). การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตที่ค้างชำระและวิธีการจัดการหนี้ค้างชำระของบัตรเครดิตของผู้บริโภควัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ [การค้นคว้าแบบอิสระ, เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่]. Chiang Mai University Digital Collections. <https://cmudc.library.cmu.ac.th/frontend/Info/item/dc:143737>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2565). รายงานผลการสำรวจทักษะทางการเงินของคนไทย ปี 2565. ธนาคารแห่งประเทศไทย. <https://www.bot.or.th/content/dam/bot/image/research-and-publications/2565ThaiFLsurvey.pdf>
- สำนักบริหารและพัฒนาระบบราชการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้. (ม.ป.ป.). ข้อมูลจำนวนนักศึกษาปัจจุบัน (แยกคณะ). <http://www.education.mju.ac.th/Stat/StudentCurrent-Faculty.aspx>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Aleño, S. M., Basañes, K. H., Riego de Dios, F. A., & Bacatan, J. (2025). Social influence and financial literacy as predictors of savings behavior among junior high school students. *European Journal of Economic and Financial Research*, 8(8). 1-23 <https://doi.org/10.46827/ejefr.v8i8.1910>

- Anjani, C., & Darto, D. (2023). Financial literacy, income and self-control on financial management behavior of Generation Z. *Baskara: Journal of Business and Entrepreneurship*, 5(2), 152–164. <https://doi.org/10.54268/baskara.v5i2.16363>
- Antoni, ZL., Rootman, C., & Struwig, F. (2019). The influence of parental financial socialisation techniques on student financial behaviour. *International Journal of Economics and Finance Studies*, 11(2), 72–88. <https://doi.org/10.34109/ijefs.201911205>
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Prentice Hall.
- Barrafrem, K., Tinghög, G., & Västfjäll, D. (2024). Behavioral and contextual determinants of different stages of saving behavior. *Frontiers in Behavioral Economics*, 3, 1-11. <https://doi.org/10.3389/frbhe.2024.1381080>
- Gudmunson, C. G., & Danes, S. M. (2011). Family financial socialization: Theory and critical review. *Journal of Family and Economic Issues*, 32(4), 644–667. <https://doi.org/10.1007/s10834-011-9275-y>
- Hafizha, A. I., & Arifin, Z. (2025). What drives Generation Z's financial behaviors? The influence of financial literacy, financial socialization, and self-control. *Journal of Enterprise and Development (JED)*, 7(1), 138–149. <https://doi.org/10.20414/jed.v7i1.12892>
- Hartono, U., & Isbanah, Y. (2022). Students' saving behaviour: What are the motives that influence them to save?. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan (JEBIK)*, 11(3), 363–382. <https://doi.org/10.26418/jebik.v11i3.56561>
- Hira, T. K. (2012). Promoting sustainable financial behaviour: Implications for education and research. *International Journal of Consumer Studies*, 36(5), 502–507. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2012.01115.x>
- Kumar, T. (2025). A behavioural study on spending vs saving habits of generation Z: An empirical analysis of financial decision-making patterns. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 6(6), 8874–8875. <https://ijrpr.com/uploads/V6ISSUE6/IJRPR48813.pdf>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2023). The importance of financial literacy: Opening a new field. *Journal of Economic Perspectives*, 37(4), 137–154. <https://doi.org/10.1257/jep.37.4.137>

- Malhotra, N., & Baag, P. K. (2023). Impact of financial literacy and peer influence on financial behavior of the members of the self-help groups: A PLS SEM-based study. *IIMS Journal of Management Science*, 14(1), 123–147. <https://doi.org/10.1177/0976030X221128711>
- Marheni, D. K., Ramadani, A. G., & Kelvin, K. (2024). Factors affecting saving behavior of Generation Z in Batam city. *New Applied Studies in Management, Economics & Accounting (NASMEA)*, 7(2), 44–59. <https://doi.org/10.22034/NASMEA.2024.183191>
- Moschis, G. P. (1987). *Consumer socialization: A life-cycle perspective*. Lexington Books.
- Organization for Economic Co-operation and Development [OECD]. (2020). *OECD/INFE 2020 international survey of adult financial literacy*. OECD. https://www.oecd.org/en/publications/2020/06/oecd-infe-2020-international-survey-of-adult-financial-literacy_bbad9b27.html
- Restiyani, W., & Yadiati, W. (2024). The influence of financial literacy and locus of control towards financial management behavior among Gen Z as online lenders. *Journal of Accounting Auditing and Business*, 7(1), 86–98. <https://doi.org/10.24198/jaab.v7i1.52480>
- Wahyuni, H., Erwantiningsih, E., & Pudyaningsih, A. R. (2025). Analysis financial management behavior through financial literacy: Gen Z's preferences fintech, FoMO, love of money. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 13(1), 102–114. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v13i1.15526>
- Xiao, J. J. (2008). Applying behavior theories to financial behavior. In J. J. Xiao (Ed.), *Handbook of consumer finance research* (pp. 69–81). Springer. https://doi.org/10.1007/978-0-387-75734-6_5