

เจนเนอเรชันและทักษะทางการเงินของประชากรในจังหวัดเชียงราย
GENERATIONS AND FINANCIAL LITERACY OF CHIANG RAI PEOPLE

พัชรา แยมเจริญ

อีเมล: patchara.gift@gmail.com

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ดร. เดชนันต์ บังกิโล อาจารย์ที่ปรึกษา

อีเมล: dej-anan@mfu.ac.th

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเจนเนอเรชันและทักษะทางการเงินของประชากรในจังหวัดเชียงราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดเชียงราย ได้แก่ เบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomers) อายุ 58-75 ปี เจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) อายุ 37-57 ปี และ เจนเนอเรชันวาย (Generation Y) อายุ 13-36 ปี จำนวน 399 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์ทักษะทางการเงิน พบว่า (1) ความรู้ทางการเงิน กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomers) ส่วนใหญ่มีสัดส่วนคะแนนความรู้ทางการเงินอยู่ในระดับสูงและระดับต่ำในสัดส่วนที่เท่ากัน (ร้อยละ 33.8) กลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) (ร้อยละ 82.7) และกลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) (ร้อยละ 74.5) ส่วนใหญ่มีสัดส่วนคะแนนความรู้ทางการเงินอยู่ในระดับสูง (2) พฤติกรรมทางการเงิน ทั้ง 3 กลุ่ม กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomers) (ร้อยละ 66.9) กลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) (ร้อยละ 85) และกลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) (ร้อยละ 84.2) ส่วนใหญ่มีสัดส่วนคะแนนพฤติกรรมทางการเงินอยู่ในระดับสูง (3) ทักษะคติทางการเงิน ทั้ง 3 กลุ่ม กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer) (ร้อยละ 49.6) กลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) (ร้อยละ 81.2) และกลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) (ร้อยละ 75.2) ส่วนใหญ่มีสัดส่วนคะแนนอยู่ในระดับสูง

คำสำคัญ: ทักษะทางการเงิน/ความรู้ทางการเงิน/พฤติกรรมทางการเงิน/ทัศนคติทางการเงิน/
เบบี้บูมเมอร์ /เจนเนอเรชันเอ็กซ์ /เจนเนอเรชันวาย

Abstracts

This research aims to study the relationship between generations and financial literacy of Chiang Rai people. Questionnaires were utilized to collect data from 399 samples including groups of Baby Boomers (Age between 58-75 years old), Generation X (Age between 37-57 years old) and Generation Y (Age between 13-36 years old) in Chiang Rai. The descriptive statistics applied in this research were percentage, frequency, mean, and standard deviation. The results showed that (1) Baby Boomers possessed equality at high and low scores of financial knowledge (33.8%), while the majority of Generation X (82.7%) and Generation Y (74.5%) displayed high scores of financial knowledge. (2) The majority of Baby Boomers (66.9%), Generation X (85%) and Generation Y (84.2%) depicted high scores of financial behavior. (3) The majority of Baby Boomers (49.6%), Generation X (81.2%) and Generation Y (75.2%) also had high scores on financial attitude.

Keywords: Financial Literacy/Financial Knowledge/Financial Behavior/Financial Attitude/
Baby Boomers/Generation X/Generation Y

บทนำ

ทักษะทางการเงินเป็นพื้นฐานที่สำคัญและจำเป็นในการดำรงชีวิตของประชาชน เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจการเงินในปัจจุบันรวมถึงสถานการณ์โลกมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดการแข่งขันการให้บริการทางการเงินเพิ่มมากขึ้น รวมถึงการมีพัฒนาการทางการเงินและความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีต่าง ๆ ส่งผลให้เกิดผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่มีความหลากหลายและซับซ้อนมากขึ้น ปัญหาที่ตามมาคือประชาชนได้รับข้อมูลหรือมีความรู้ความเข้าใจน้อยจากการใช้บริการทางการเงิน การเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์หรือบริการทางการเงิน เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของตนเอง ทำให้เกิดข้อได้เปรียบเสียเปรียบระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ และนำไปสู่ความเสียหายแก่ผู้ใช้บริการทางการเงินและระบบเศรษฐกิจการเงินในระยะยาวได้ ดังนั้นทักษะที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีวิตของทุกคนคือทักษะทางการเงิน (Financial Literacy) การมีทักษะทางการเงินไม่ได้หมายถึงการมีความรู้ด้านการเงินเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความสามารถในการนำความรู้ไปใช้เพื่อส่งผลต่อด้านพฤติกรรม ตลอดจนส่งเสริมด้านทัศนคติเพื่อสร้างความมั่นคงในชีวิต จากการสำรวจทักษะทางการเงินปี 2559 ของธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นการสำรวจตามแนวทางขององค์กร เพื่อความร่วมมือและพัฒนาทางเศรษฐกิจ (The Organization for Economic Co-Operation and Development) โดยร่วมมือกับสำนักงานสถิติแห่งชาติ ด้วยองค์ประกอบ

3 ด้าน คือ (1) ความรู้ทางการเงิน (2) พฤติกรรมทางการเงิน และ (3) ทักษะทางการเงิน พบว่าค่าเฉลี่ยด้านทักษะทางการเงินของคนไทยอยู่ที่ร้อยละ 61.0 โดยคนไทยอ่อนด้านความรู้ทางการเงินที่สุด (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2559) จากการศึกษาสภาพเศรษฐกิจและสังคมระดับครัวเรือนของจังหวัดเชียงรายในรายงานเชิงวิเคราะห์ เรื่อง รายได้และการกระจายรายได้ของครัวเรือน ปี 2558 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนของจังหวัดเชียงรายเท่ากับ 13,497 บาทต่อเดือน เมื่อวิเคราะห์อัตราร้อยละของค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคต่อรายได้ประจำของครัวเรือนในจังหวัดเชียงราย พบว่าค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค ร้อยละ 73.93 ของรายได้ประจำของครัวเรือน (สำนักงานแรงงานจังหวัดเชียงราย, 2560) ในปี 2558 จากครัวเรือนในจังหวัดเชียงรายจำนวน 364,184 ครัวเรือน พบว่าร้อยละ 38.9 เป็นครัวเรือนที่มีหนี้สิน โดยมีหนี้สินเฉลี่ย 73,124 บาทต่อครัวเรือน ซึ่งหนี้สินส่วนใหญ่ ร้อยละ 60.7 เป็นหนี้สินใช้ในครัวเรือน ได้แก่ ใช้ในการอุปโภค จากข้อมูลนี้ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของประชากรในจังหวัดเชียงราย ส่วนใหญ่มีความจำเป็นในการใช้จ่ายต่อการดำรงชีวิตในด้านต่าง ๆ จึงทำให้มีการจัดสรรทางการเงินไม่ดัดนัก ซึ่งสอดคล้องกับการสำรวจของธนาคารแห่งประเทศไทยที่ว่าประชากรยังมีทักษะทางการเงินไม่เข้มแข็งนัก ประกอบกับสภาพแวดล้อมต่าง ๆ เช่น การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และสถานะหนี้ครัวเรือนในระดับสูง (สำนักงานแรงงานจังหวัดเชียงราย, 2560)

จากการศึกษาข้อมูลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษา เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างเงินเนอเรชั่นและทักษะทางการเงินของประชากร ในจังหวัดเชียงราย เพื่อให้ทราบถึงระดับทักษะทางการเงินและองค์ประกอบด้านความรู้ทางการเงิน ด้านพฤติกรรมทางการเงิน และด้านทัศนคติทางการเงินในแต่ละช่วงเงินเนอเรชั่นของประชากรในจังหวัดเชียงราย เพื่อจะได้นำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์สามารถหาแนวทางแก้ไขปัญหาและส่งเสริมทักษะทางการเงินของแต่ละช่วงเงินเนอเรชั่นให้มีประสิทธิภาพและตรงตามความเหมาะสมกับแต่ละช่วงเงินเนอเรชั่นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างในแต่ละช่วงเงินเนอเรชั่นที่มีผลต่อความรู้ทางการเงินของประชากรในจังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างในแต่ละช่วงเงินเนอเรชั่นที่มีผลต่อพฤติกรรมทางการเงินของประชากรในจังหวัดเชียงราย
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างในช่วงเงินเนอเรชั่นที่มีผลต่อทัศนคติทางการเงินของประชากรในจังหวัดเชียงราย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทักษะทางการเงิน

ทักษะทางการเงินสามารถวัดได้จากตัวแปรหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่บ่งบอกว่าเป็นลักษณะของผู้มีทักษะทางการเงิน ซึ่งได้ถูกศึกษาและสะท้อนเป็นแผนภาพกรอบแนวคิดโดย Financial Services Authority (FSA) (2005) ประเทศสหราชอาณาจักร จากการศึกษาและสำรวจระดับทักษะทางการเงินของประชาชนในกลุ่มประเทศสหราชอาณาจักร โดยทำการสำรวจครั้งแรก ในปี ค.ศ. 2004 และ มีการรายงานผลสำรวจเมื่อ ปีค.ศ. 2006 ได้มีกำหนดกรอบแนวคิดทักษะทางการเงิน ซึ่งประกอบด้วย 3 ปัจจัย ที่จะส่งผลกระทบต่อทักษะทางการเงินของบุคคล ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจ ทักษะ (หรือหมายถึงความชำนาญ ความเชี่ยวชาญ) และทัศนคติและความเชื่อมั่น ทั้ง 3 ปัจจัยได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์และสภาพแวดล้อม และยังหมายความรวมถึง ลักษณะนิสัย ความเป็นตัวตนของแต่ละบุคคลด้วย ทักษะทางการเงินจึงสามารถสะท้อนและวัดได้จากพฤติกรรมของบุคคล

Atkinson and Messy (2012) แนวทางการประมวลผลสำรวจตามแบบขององค์กรเพื่อความร่วมมือและพัฒนาทางเศรษฐกิจ The Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) ซึ่งเป็นนิยามสากลนิยามหนึ่งและมีแนวทางการประมวลผลการวัดทักษะทางการเงินที่ยอมรับในหลายประเทศ โดยให้นิยามทักษะทางการเงิน (Financial Literacy) คือ การตระหนัก ความรู้ความเข้าใจ ความเชี่ยวชาญความชำนาญ ทัศนคติ ซึ่งสามารถแบ่งโครงสร้างการวัดทักษะทางการเงิน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ทางการเงิน คะแนนสูงสุด 8 คะแนน ด้านพฤติกรรมทางการเงิน คะแนนสูงสุด 9 คะแนน และด้านทัศนคติทางการเงิน คะแนนสูงสุด 5 คะแนน ทั้ง 3 ด้านรวมกันเป็นคะแนนทักษะทางการเงิน คะแนนเต็ม 22 คะแนน องค์กรประกอบของแต่ละด้านจะมีคำถามย่อยรายละเอียดตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 โครงสร้างทักษะทางการเงิน

ทักษะทางการเงิน (22 คะแนน)		
ความรู้ทางการเงิน (8 คะแนน)	พฤติกรรมทางการเงิน (9 คะแนน)	ทัศนคติทางการเงิน (5 คะแนน)
1. การหาร	1. ไตร่ตรองก่อนซื้อ	1. ฉันมีชีวิตอยู่เพื่อวันนี้และ
2. มูลค่าของเงินตามกาลเวลา	2. ชำระค่าใช้จ่ายตรงเวลา	ไม่คิดวางแผนสำหรับ
3. จำนวนดอกเบี้ยสินเชื่อ	3. ดูแลการเงินของตนเอง อย่างใกล้ชิด	อนาคต

ตารางที่ 1 โครงสร้างทักษะทางการเงิน

ทักษะทางการเงิน (22 คะแนน)		
ความรู้ทางการเงิน (8 คะแนน)	พฤติกรรมทางการเงิน (9 คะแนน)	ทัศนคติทางการเงิน (5 คะแนน)
4. จำนวนเงินต้นและดอกเบี้ยเงินฝาก	4. ตั้งเป้าหมายระยะยาว	2. ท่านมีความสุขในการใช้เงินมากกว่าเก็บออมเพื่ออนาคต
5. จำนวนดอกเบี้ยเงินฝากทบต้น	5. ตัดสินใจทางการเงินและจัดสรรเงินก่อนใช้	3. มีเงินต้องรีบใช้
6. ความเสี่ยงและผลตอบแทน	6. มีการออม	
7. นิยามเงินเพื่อ	7. เปรียบเทียบข้อมูลก่อนการซื้อ	
8. การกระจายความเสี่ยงในการลงทุน	8. ไม่กู้เงินเมื่อไม่พอใช้	

ที่มา Atkinson and Messy (2012)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเจนเนอเรชัน (อายุ)

Strauss and Howe (1991) เป็นผู้บุกเบิกการศึกษาเกี่ยวกับรุ่นของคนสหรัฐอเมริกาอย่างละเอียด รุ่น หมายถึง กลุ่มคนในสังคมที่เกิดในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน ได้รับความเลี้ยงดูในสภาพแวดล้อมที่คล้ายคลึงกัน และมีประสบการณ์ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมร่วมกันมีผลทำให้มีความสนใจ ความเชื่อ ทัศนคติ ความคิดเห็น ค่านิยม และโลกทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตครอบครัว บทบาทชาย หญิง สถาบันการเมือง ศาสนา วัฒนธรรม การดำเนินชีวิต และมุมมองในอนาคตแบบเดียวกัน รายละเอียดเฉพาะรุ่นส่วนใหญ่ยังคงมีชีวิตอยู่ในปัจจุบัน ส่วนระยะเวลาของแต่ละรุ่นจะใช้ช่วงเวลาของการศึกษาที่ส่วนใหญ่ใช้ สำหรับประชากรปัจจุบันประกอบด้วยคน 4 รุ่น คือ (1) Baby Boomers (2) Generation X (3) Generation Y และ(4) Generation Z

1. Baby Boomers หรือ The Boom Generation คือ คนที่เกิดในช่วงระหว่างปี ค.ศ. 1943-1960 หรือในช่วงปี พ.ศ. 2486-2503 (Howe & Strauss, 2007) ซึ่งเป็นช่วงที่มีอัตราการเกิดเพิ่มขึ้นเนื่องจากสงครามโลกครั้งที่ 2 สิ้นสุดลง ในปัจจุบันคนยุค Baby Boomer เริ่มเข้าสู่วัยชรา คุณลักษณะนิสัย ความเชื่อและคุณค่าหลักของคนรุ่น Baby Boomer คือ ทุ่มเทชีวิตให้กับการทำงานสู้งาน อดทนชอบงานที่มีความมั่นคง มีความภักดีต่อองค์กร สนใจและเชื่อมั่นในตนเองให้ความสำคัญกับการทำ

หน้าที่พลเมือง (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล (วปส.) และสำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ (สสส.) (2559)

2. Generation X คือ คนที่เกิดในช่วงระหว่างปี ค.ศ. 1961-1981 หรือในช่วงปี พ.ศ. 2504-2524 (Howe & Strauss, 2007) เป็นช่วงเศรษฐกิจของโลกเริ่มมั่งคั่ง มีอัตราการเกิดลดลงมาก เนื่องจากการใช้วิธีคุมกำเนิดอย่างกว้างขวาง และอัตราหย่าร้างเพิ่มสูงขึ้น มีวัฒนธรรมสมัยใหม่ เริ่มเฟื่องฟู โดยได้รับอิทธิพลจากตะวันตก สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล (วปส.) และสำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ (สสส.) (2559) กล่าวถึง คุณลักษณะนิสัย ความเชื่อและคุณค่าหลักของคนรุ่น Generation X ว่า ไม่ชอบความเป็นทางการให้ความสำคัญกับสมดุลชีวิต มีความคิดสร้างสรรค์ แต่งงานช้าลง อยากทำงานที่มีความอิสระ

3. Generation Y หรือ Millennial คือ คนที่เกิดในช่วงระหว่างปี ค.ศ. 1982-2005 หรือในช่วงปี พ.ศ. 2525-2548 (Howe & Strauss, 2007) เป็นยุคก้าวกระโดดทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ต สุขภาพคนไทย (2559) กล่าวถึง คุณลักษณะนิสัย ความเชื่อ และคุณค่าหลักของคนรุ่น Generation Y ว่า มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถทำหลายสิ่งได้ในเวลาเดียวกัน มีความสัมพันธ์ที่ดี และแน่นแฟ้นกับพ่อแม่คุ้นเคยกับเทคโนโลยีเป็นอย่างดี

4. Generation Z คือ คนที่เกิดในช่วงระหว่างปี ค.ศ. 2006 หรือในช่วงปี พ.ศ. 2549 เป็นต้นไป เป็นกลุ่มที่คุ้นเคยกับเทคโนโลยีคมนาคมสื่อสารและบันเทิงสมัยใหม่ เช่น โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต เครื่องเล่นดีวีดี และเอ็มพีสาม (MP3) จิงนิมสื่อสารด้วยวิธีส่งข้อความทางอินเทอร์เน็ต หรือโทรศัพท์มือถือ (Instant Messaging, Text Messaging) มากกว่าเจอหน้าคุยกัน จึงได้รับฉายาว่า “พันธุ์ดิจิทัล” (Digital Natives)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Lusardi and Mitchell (2011) สัมภาษณ์ประชากรทุกช่วงอายุในสหรัฐอเมริกาอายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อทักษะทางการเงินของบุคคลในสหรัฐอเมริกา โดยสรุปงานวิจัยต่าง ๆ ให้ผลการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างทักษะทางการเงินกับอายุที่สอดคล้องกัน คือ ทักษะทางการเงินของประชากรจะต่ำสุดในวัยเด็กและวัยสูงอายุ พบว่า ทักษะทางการเงินอยู่ในเกณฑ์ต่ำเกี่ยวกับการหาดอกเบี้ยทบต้น เงินเฟ้อ และความเสี่ยงจากการลงทุน

ธนาคารแห่งประเทศไทย (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การวัดระดับทางการเงินกับการออมเพื่อการเกษียณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทักษะทางการเงินกับการออมเพื่อการเกษียณ จากการศึกษา พบว่า ทักษะทางการเงินของลูกค้ำมีความแตกต่างกันเนื่องมาจากปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีความแตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่าง มีปัญหาในด้านวินัยการออมและวินัยการใช้เงินขาดความเข้าใจด้านนโยบายการลงทุน และไม่เข้าใจความแตกต่างของสินทรัพย์แต่ละประเภท

ส่วนด้านที่พบว่าสำคัญและกลุ่มตัวอย่างนั้นมีความขาดแคลนเกี่ยวกับความรู้ทางการเงิน คือ ด้านทัศนคติทางการเงิน (FNA) ด้านพฤติกรรมทางการเงิน (FNB) และด้านความรู้ทางการเงิน (FNR) ถือเป็นทักษะทางการเงินด้านที่จำเป็นต่อการออมเพื่อการเกษียณ

ธนาคารแห่งประเทศไทย (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะทางการเงินของคนไทย โดยใช้แนวทางการสำรวจทักษะทางการเงินของ The Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD) ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มที่มีคะแนนทักษะทางการเงินต่ำกว่ากลุ่มอื่น ได้แก่ เยาวชน (อายุ 10–19 ปี) ผู้สูงอายุ (อายุ 80–99 ปี) ระดับการศึกษาต่ำ รายได้ครัวเรือนต่ำ และผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ เมื่อพิจารณาจากจุดอ่อนแต่ละองค์ประกอบพบว่า ด้านความรู้ทางการเงิน จุดอ่อนยังคงเป็นเรื่องการคำนวณดอกเบี้ยเงินฝากทบต้น และการกระจายความเสี่ยงในการลงทุน ด้านพฤติกรรมทางการเงิน จุดอ่อนที่ควรพัฒนาคือเรื่องการบริหารจัดการเงินอย่างใกล้ชิด เพื่อมิให้ขาดสภาพคล่อง การจัดสรรเงินเพื่อใช้จ่ายและเก็บออมอย่างเหมาะสม รวมถึงการศึกษาหาข้อมูลผลิตภัณฑ์และเปรียบเทียบก่อนซื้อ สำหรับด้านทัศนคติ พบว่า ทัศนคติที่คนไทยด้อยที่สุด คือ นิยมความสุขในการใช้เงินมากกว่าการออมเพื่ออนาคต

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) ด้วยวิธีการเลือกหน่วยตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) จำนวน 399 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นประชากรในจังหวัดเชียงราย จำนวน 399 คน แบ่งตามช่วงเจนเนอเรชั่น ได้แก่ Baby Boomers กลุ่มคนที่เกิดในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2486-2503 อายุ 58-75 ปี จำนวน 133 คน Generation X กลุ่มคนที่เกิดในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2504-2524 อายุ 37-57 ปี จำนวน 133 คน และ Generation Y กลุ่มคนที่เกิดในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2525-2548 อายุ 13-36 ปี จำนวน 133 คน

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

สถิติพื้นฐานการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) การหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จากการศึกษาพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามความสัมพันธ์ระหว่างเงินเนอเรชั่นและทักษะทางการเงินของประชากรในจังหวัดเชียงราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 245 คน หรือร้อยละ 61.40 และเพศชาย จำนวน 154 คน หรือร้อยละ 38.60

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่อายุ 58-75 ปี เกิดในช่วงปีพ.ศ.2486-2503 จำนวน 133 คน หรือร้อยละ 33.33 อายุ 37-57 ปี เกิดในช่วงปีพ.ศ.2506-2524 จำนวน 133 คน หรือร้อยละ 33.33 อายุ 13-36 ปี เกิดในช่วงปีพ.ศ.2525-2548 จำนวน 133 คน หรือร้อยละ 33.33

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 145 คน หรือร้อยละ 36.30 รองลงมาคือ สถานภาพสมรสจดทะเบียน จำนวน 139 คน หรือร้อยละ 34.80 สถานภาพสมรสไม่จดทะเบียน จำนวน 58 คน หรือร้อยละ 14.60 และสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย จำนวน 57 คน หรือร้อยละ 14.30

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาในจังหวัดเชียงราย จำนวน 399 คน หรือร้อยละ 100

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 118 คน หรือร้อยละ 29.60 รองลงมาคือ ระดับประถมศึกษา จำนวน 97 คน หรือร้อยละ 24.30 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 67 คน หรือร้อยละ 16.80 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น 37 คน หรือร้อยละ 9.30 ระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 27 คน หรือร้อยละ 6.80 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 24 คน หรือร้อยละ 6.00 ไม่ได้รับการศึกษา จำนวน 22 คน หรือร้อยละ 5.40 และระดับก่อนประถมศึกษา จำนวน 7 คน หรือร้อยละ 1.80

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานและลูกจ้างในบริษัท จำนวน 78 คน หรือร้อยละ 19.60 รองลงมาคือ ผู้รับจ้างทั่วไป/ผู้ใช้แรงงาน จำนวน 69 คน หรือร้อยละ 17.30 พ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 66 คน หรือร้อยละ 16.60 ข้าราชการและลูกจ้างหน่วยงานของรัฐ จำนวน 61 คน หรือร้อยละ 15.30 เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 48 คน หรือร้อยละ 12.00 อาชีพอื่น ๆ เช่น ข้าราชการบำนาญ เกษตรกร จำนวน 22 คน หรือร้อยละ 5.50 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 21 คน หรือร้อยละ 5.30 พนักงานและลูกจ้างในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 17 คน หรือร้อยละ 4.29 พนักงานและลูกจ้างสถาบันทางการเงิน จำนวน 15 คน หรือร้อยละ 3.80 และประกอบวิชาชีพเฉพาะ จำนวน 1 คน หรือร้อยละ 0.30

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ 1-10,000 บาท จำนวน 143 คน หรือร้อยละ 35.80 รองลงมาคือ มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 133 คน หรือร้อยละ 33.33 มีรายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 48 คน หรือร้อยละ 12.00 ไม่มีรายได้ประจำ จำนวน 45 คน หรือร้อยละ 11.30 มีรายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 17 คน หรือร้อยละ 4.27 มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 9 คน หรือร้อยละ 2.30 และมีรายได้ 40,001-50,000 บาท จำนวน 4 คน หรือร้อยละ 1.00

ส่วนที่ 2 ด้านความรู้ทางการเงินแต่ละช่วงเจนเนอเรชั่น ของประชากรในจังหวัดเชียงราย

ผลการวิเคราะห์ผู้ตอบแบบสอบถามด้านความรู้ทางการเงินเกี่ยวกับการหาร จำแนกตามช่วงเจนเนอเรชั่น พบว่า กลุ่ม Baby Boomers (อายุ 58-75 ปี) ส่วนใหญ่เลือกตอบ 200 บาท จำนวน 95 คน หรือร้อยละ 71.40 และไม่ทราบ จำนวน 38 คน หรือร้อยละ 28.60 กลุ่ม Generation X (อายุ 37-57 ปี) ส่วนใหญ่เลือกตอบ 200 บาท จำนวน 120 คน หรือร้อยละ 90.20 และไม่ทราบ จำนวน 13 คน หรือร้อยละ 9.80 และกลุ่ม Generation Y (อายุ 13-36 ปี) ส่วนใหญ่เลือกตอบ 200 บาท จำนวน 122 คน หรือร้อยละ 91.70 และไม่ทราบ จำนวน 11 คน หรือร้อยละ 8.30

ผู้ตอบแบบสอบถามด้านความรู้ทางการเงินเกี่ยวกับมูลค่าของเงินตามกาลเวลา จำแนกตามช่วงเจนเนอเรชั่น พบว่า กลุ่ม Baby Boomers (อายุ 58-75 ปี) ส่วนใหญ่เลือกตอบน้อยกว่า จำนวน 61 คน หรือร้อยละ 45.90 รองลงมาคือ ไม่ทราบ จำนวน 49 คน หรือร้อยละ 36.80 ขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้าที่ซื้อ จำนวน 12 คน หรือร้อยละ 9.00 มากกว่า จำนวน 6 คน หรือร้อยละ 4.50 และเท่ากัน จำนวน 5 คน หรือร้อยละ 3.80 กลุ่ม Generation X (อายุ 37-57 ปี) ส่วนใหญ่เลือกตอบน้อยกว่า จำนวน 67 คน หรือร้อยละ 50.40 รองลงมาคือ ขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้าที่ซื้อ จำนวน 51 คน หรือร้อยละ 38.30 มากกว่า จำนวน 8 คน หรือร้อยละ 6.00 เท่ากัน จำนวน 4 คน หรือร้อยละ 3.00 และไม่ทราบ จำนวน 3 คน หรือร้อยละ 2.30 และกลุ่ม Generation Y (อายุ 13-36 ปี) ส่วนใหญ่เลือกตอบน้อยกว่า จำนวน 54 คน หรือร้อยละ 40.60 รองลงมาคือ ขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้าที่ซื้อ จำนวน 45 คน หรือร้อยละ 33.80 ไม่ทราบ จำนวน 16 คน หรือร้อยละ 12.00 มากกว่า จำนวน 14 คน หรือร้อยละ 10.60 และเท่ากัน จำนวน 4 คน หรือร้อยละ 3.00

ผู้ตอบแบบสอบถามด้านความรู้ทางการเงินเกี่ยวกับคำนวณดอกเบี้ยเงินเชื่อ จำแนกตามช่วงเจนเนอเรชั่น พบว่า กลุ่ม Baby Boomers (อายุ 58-75 ปี) ส่วนใหญ่เลือกตอบจ่ายดอกเบี้ย 20 บาท จำนวน 69 คน หรือร้อยละ 51.90 และไม่ทราบ จำนวน 64 คน หรือร้อยละ 48.10 กลุ่ม Generation X (อายุ 37-57 ปี) ส่วนใหญ่เลือกตอบจ่ายดอกเบี้ย 20 บาท จำนวน 98 คน หรือร้อยละ 73.70 และไม่ทราบ จำนวน 35 คน หรือร้อยละ 26.30 และกลุ่ม Generation Y (อายุ 13-36 ปี) เลือกตอบจ่ายดอกเบี้ย 20 บาท จำนวน 96 คน หรือร้อยละ 72.20 และไม่ทราบ จำนวน 37 คน หรือร้อยละ 27.80

ผู้ตอบแบบสอบถามด้านความรู้ทางการเงินเกี่ยวกับคำนวณเงินต้นและดอกเบี้ยเงินฝาก
จำแนกตามช่วงเจนเนอเรชั่น พบว่า กลุ่ม Baby Boomers (อายุ 58-75 ปี) ส่วนใหญ่เลือกตอบ
ไม่ทราบ จำนวน 102 คน หรือร้อยละ 76.70 และมียอดเงินในบัญชี 102 บาท จำนวน 31 คน หรือ
ร้อยละ 23.30 กลุ่ม Generation X (อายุ 37-57 ปี) ส่วนใหญ่เลือกตอบว่าจะมียอดเงินในบัญชี 102 บาท
จำนวน 88 คน หรือร้อยละ 66.20 และไม่ทราบ จำนวน 45 คน หรือร้อยละ 33.80 และกลุ่ม
Generation Y (อายุ 13-36 ปี) เลือกตอบว่าจะมียอดเงินในบัญชี 102 บาท จำนวน 81 คน หรือร้อยละ
60.90 และไม่ทราบ จำนวน 52 คน หรือร้อยละ 39.10

ผู้ตอบแบบสอบถามด้านความรู้ทางการเงินเกี่ยวกับคำนวณดอกเบี้ยเงินฝากทบต้น จำแนก
ตามช่วงเจนเนอเรชั่น พบว่า กลุ่ม Baby Boomers (อายุ 58-75 ปี) ส่วนใหญ่เลือกตอบไม่ทราบ
จำนวน 86 คน หรือร้อยละ 64.70 รองลงมาคือ มียอดเงินในบัญชี 110 บาท จำนวน 27 คน หรือร้อยละ
20.30 มียอดเงินในบัญชีมากกว่า 110 บาท จำนวน 16 คน หรือร้อยละ 12.00 และมียอดเงินในบัญชี
น้อยกว่า 110 บาท จำนวน 4 คน หรือร้อยละ 3.00 กลุ่ม Generation X (อายุ 37-57 ปี) ส่วนใหญ่
เลือกตอบมียอดเงินในบัญชี มากกว่า 110 บาท จำนวน 70 คน หรือร้อยละ 52.60 รองลงมาคือ
มียอดเงินในบัญชี 110 บาท จำนวน 49 คน หรือร้อยละ 36.80 ไม่ทราบ จำนวน 10 คน หรือ
ร้อยละ 7.50 มียอดเงินในบัญชีน้อยกว่า 110 บาท จำนวน 3 คน หรือร้อยละ 2.30 และข้อมูลไม่เพียงพอ
ที่จะตอบคำถาม จำนวน 1 คน หรือร้อยละ 0.80 และกลุ่ม Generation Y (อายุ 13-36 ปี) ส่วนใหญ่
เลือกตอบมียอดเงินในบัญชี มากกว่า 110 บาท จำนวน 57 คน หรือร้อยละ 42.90 รองลงมาคือ
มียอดเงินในบัญชี 110 บาท จำนวน 43 คน หรือร้อยละ 32.30 ไม่ทราบ จำนวน 10 คน หรือ
ร้อยละ 7.50 ข้อมูลไม่เพียงพอที่จะตอบคำถาม จำนวน 6 คน หรือร้อยละ 4.50 และมียอดเงิน
ในบัญชีน้อยกว่า 110 บาท จำนวน 3 คน หรือร้อยละ 2.30

ผู้ตอบแบบสอบถามด้านความรู้ทางการเงินเกี่ยวกับความเสี่ยงและผลตอบแทนจำแนกตาม
ช่วงเจนเนอเรชั่น พบว่า กลุ่ม Baby Boomers (อายุ 58-75 ปี) ส่วนใหญ่เลือกตอบ ไม่ทราบ จำนวน
71 คน หรือร้อยละ 53.40 รองลงมาคือ จริง จำนวน 50 คน หรือร้อยละ 37.60 และเท็จ จำนวน
12 คน หรือร้อยละ 9.00 กลุ่ม Generation X (อายุ 37-57 ปี) ส่วนใหญ่เลือกตอบ จริง จำนวน 91 คน
หรือร้อยละ 68.40 รองลงมาเลือกตอบ ไม่ทราบ จำนวน 25 คน หรือร้อยละ 18.80 และเท็จ จำนวน
17 คน หรือร้อยละ 12.80 และกลุ่ม Generation Y (อายุ 13-36 ปี) ส่วนใหญ่เลือกตอบ จริง จำนวน
89 คน หรือร้อยละ 67.00 รองลงมาคือ ไม่ทราบ จำนวน 26 คน หรือร้อยละ 19.50 และเท็จ จำนวน
18 คน หรือร้อยละ 13.50

ผู้ตอบแบบสอบถามด้านความรู้ทางการเงิน เกี่ยวกับนิยามเงินเฟ้อ จำแนกตามช่วงเจนเนอเรชั่น
พบว่า กลุ่ม Baby Boomers (อายุ 58-75 ปี) ส่วนใหญ่เลือกตอบ จริง จำนวน 78 คน หรือ

ร้อยละ 58.60 รองลงมาคือ ไม่ทราบ จำนวน 45 คน หรือร้อยละ 33.80 และเท็จ จำนวน 10 คน หรือร้อยละ 7.60 กลุ่ม Generation X (อายุ 37-57 ปี) ส่วนใหญ่เลือกตอบ จริง จำนวน 128 คน หรือร้อยละ 96.20 รองลงมาคือ ไม่ทราบ จำนวน 3 คน หรือร้อยละ 2.30 และเท็จ จำนวน 2 คน หรือร้อยละ 1.50 และกลุ่ม Generation Y (อายุ 13-36 ปี) ส่วนใหญ่เลือกตอบ จริง จำนวน 115 คน หรือร้อยละ 86.50 รองลงมาคือ ไม่ทราบ จำนวน 11 คน หรือร้อยละ 8.30 และเท็จ จำนวน 7 คน หรือร้อยละ 5.20

ผู้ตอบแบบสอบถามด้านความรู้ทางการเงินเกี่ยวกับการกระจายความเสี่ยงในการลงทุน จำแนกตามช่วงเจนเนอเรชั่น พบว่า กลุ่ม Baby Boomers (อายุ 58-75 ปี) ส่วนใหญ่เลือกตอบ จริง จำนวน 63 คน หรือร้อยละ 47.40 รองลงมาคือ ไม่ทราบ จำนวน 52 คน หรือร้อยละ 39.10 และเท็จ จำนวน 18 คน หรือร้อยละ 13.50 กลุ่ม Generation X (อายุ 37-57 ปี) ส่วนใหญ่เลือกตอบ จริง จำนวน 109 คน หรือร้อยละ 82.00 รองลงมาคือ ไม่ทราบ จำนวน 16 คน หรือร้อยละ 12.00 และเท็จ จำนวน 8 คน หรือร้อยละ 6.00 และกลุ่ม Generation Y (อายุ 13-36 ปี) ส่วนใหญ่เลือกตอบ จริง จำนวน 88 คน หรือร้อยละ 66.20 รองลงมาคือ ไม่ทราบ จำนวน 24 คน หรือร้อยละ 18.00 และเท็จ จำนวน 21 คน หรือร้อยละ 15.80

ผลการวิเคราะห์จากการกำหนดเกณฑ์คะแนนด้านความรู้ทางการเงิน คะแนนเต็ม 8 คะแนน จำแนกตามช่วงเจนเนอเรชั่น พบว่า กลุ่ม Generation X มีความรู้ทางการเงินอยู่ในระดับสูง จำนวน 110 คน หรือร้อยละ 82.70 และกลุ่ม Generation Y มีความรู้ทางการเงินอยู่ในระดับสูง จำนวน 99 คน หรือร้อยละ 74.50 และกลุ่ม Baby Boomers มีความรู้ทางการเงินอยู่ในระดับสูงและระดับต่ำในสัดส่วนที่เท่ากัน จำนวน 45 คนหรือร้อยละ 33.80

ส่วนที่ 3 ด้านพฤติกรรมทางการเงินแต่ละช่วงเจนเนอเรชั่น ของประชากรในจังหวัดเชียงราย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านพฤติกรรมทางการเงิน ในระดับความเห็นด้วยอย่างมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.32 และจากการประเมินในรายหัวข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความคิดเห็นด้านพฤติกรรมทางการเงิน ในระดับความเห็นด้วยอย่างมาก โดยหัวข้อ การไต่ตรงก่อนซื้อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.44 รองลงมาคือ ดูแลการเงินอย่างใกล้ชิด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ชำระค่าใช้จ่ายตรงเวลา และตั้งเป้าหมายการเงินในระยะยาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามด้านพฤติกรรมทางการเงินเกี่ยวกับการตัดสินใจทางการเงินและการจัดสรรเงินก่อนใช้ จำแนกตามช่วงเจนเนอเรชั่น พบว่า กลุ่ม Baby Boomers (อายุ 58-75 ปี) อันดับแรกส่วนใหญ่เลือกตัดสินใจทางการเงินด้วยตนเอง จำนวน 74 คน หรือร้อยละ 55.60 รองลงมาคือ ตนเองและสมาชิกครอบครัวคนอื่น ๆ จำนวน 19 คน หรือร้อยละ 14.30 คู่สมรส/แฟน

จำนวน 13 คน หรือร้อยละ 9.80 สมาชิกครอบครัวคนอื่น ๆ จำนวน 12 คน หรือร้อยละ 9.00 ตนเอง และคู่สมรส/แฟน จำนวน 11 คน หรือร้อยละ 8.30 และไม่มี จำนวน 4 คน หรือร้อยละ 3.00 กลุ่ม Generation X (อายุ 37-57 ปี) ส่วนใหญ่เลือกตัดสินใจทางการเงินด้วยตนเอง จำนวน 74 คน หรือ ร้อยละ 55.60 รองลงมาคือ ตนเองและคู่สมรส/แฟน จำนวน 23 คน หรือร้อยละ 17.30 คู่สมรส/แฟน จำนวน 13 คน หรือร้อยละ 9.80 สมาชิกครอบครัวคนอื่น ๆ จำนวน 12 คน หรือ ร้อยละ 9.00 ตนเอง และสมาชิกครอบครัวคนอื่น ๆ จำนวน 11 คน หรือร้อยละ 8.30 และกลุ่ม Generation Y (อายุ 13-36 ปี) ส่วนใหญ่เลือกตัดสินใจทางการเงินด้วยตนเอง จำนวน 74 คน หรือร้อยละ 55.60 รองลงมาคือ ตนเองและคู่สมรส/แฟน จำนวน 17 คน หรือร้อยละ 12.80 ตนเองและสมาชิกครอบครัวคนอื่น ๆ จำนวน 16 คน หรือร้อยละ 12.00 สมาชิกครอบครัวคนอื่น ๆ จำนวน 14 คน หรือร้อยละ 10.50 คู่สมรส/แฟน จำนวน 11 คน หรือร้อยละ 8.30 และบุคคลอื่นนอกครอบครัว จำนวน 1 คน หรือ ร้อยละ 0.80

ผู้ตอบแบบสอบถามด้านพฤติกรรมทางการเงินเกี่ยวกับการออม จำแนกตามช่วงเจนเนอเรชั่น พบว่า กลุ่ม Baby Boomers (อายุ 58-75 ปี) อันดับแรกส่วนใหญ่เก็บไว้ในบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ บัญชีเดียวกับบัญชีสำหรับใช้จ่าย จำนวน 66 คน หรือร้อยละ 35.70 รองลงมาคือ ฝากไว้ในสหกรณ์/ เล่นแชร์/กองทุนหมู่บ้าน จำนวน 41 คน หรือร้อยละ 22.10 และทำไม่ได้ออมอย่างจริงจัง จำนวน 35 คน หรือร้อยละ 18.90 กลุ่ม Generation X (อายุ 37-57 ปี) อันดับแรก ส่วนใหญ่เก็บไว้ในบัญชี เงินฝากออมทรัพย์บัญชีเดียวกับบัญชีสำหรับใช้จ่าย จำนวน 64 คน หรือร้อยละ 27.50 รองลงมาคือ เก็บเงินสด จำนวน 51 คน หรือร้อยละ 21.90 และเก็บไว้ในบัญชีฝากประจำ จำนวน 30 คน หรือ ร้อยละ 12.90 และกลุ่ม Generation Y (อายุ 13-36 ปี) อันดับแรก ส่วนใหญ่เก็บเงินสด จำนวน 57 คน หรือร้อยละ 25.70 รองลงมาคือ เก็บไว้ในบัญชีเงินฝากออมทรัพย์บัญชีเดียวกับบัญชีสำหรับใช้ จ่าย จำนวน 54 คน หรือร้อยละ 24.20 เก็บไว้ในบัญชีฝากประจำ จำนวน 39 คน หรือร้อยละ 17.60 ทำไม่ได้ออมอย่างจริงจัง จำนวน 25 คน หรือร้อยละ 11.30 ฝากไว้ในสหกรณ์/เล่นแชร์/กองทุน หมู่บ้าน จำนวน 18 คน หรือร้อยละ 8.10 แบ่งไว้ให้สมาชิกครอบครัวเก็บไว้ส่วนหนึ่ง จำนวน 10 คน หรือร้อยละ 4.50 ออมในผลิตภัณฑ์การเงินอื่น เช่น หุ้น จำนวน 10 คน หรือร้อยละ 4.50 และออม ในรูปแบบอสังหาริมทรัพย์ จำนวน 9 คน หรือร้อยละ 4.10

ผู้ตอบแบบสอบถามด้านพฤติกรรมทางการเงินเกี่ยวกับการเปรียบเทียบข้อมูลก่อนการตัดสินใจ จำแนกตามช่วงเจนเนอเรชั่น พบว่า กลุ่ม Baby Boomers (อายุ 58-75 ปี) ส่วนใหญ่ไม่สนใจ การเปรียบเทียบการใช้บริการทางการเงิน จำนวน 59 คน หรือร้อยละ 44.40 รองลงมาคือ เปรียบเทียบข้อมูลหลายแห่งก่อนการตัดสินใจใช้บริการทางการเงิน จำนวน 45 คน หรือ ร้อยละ 33.80 และเปรียบเทียบข้อมูลเพียงรายเดียวก่อนการตัดสินใจ จำนวน 29 คน หรือร้อยละ 21.80

กลุ่ม Generation X (อายุ 37-57 ปี) ส่วนใหญ่เปรียบเทียบข้อมูลหลายแห่งก่อนการตัดสินใจใช้บริการทางการเงิน จำนวน 83 คน หรือร้อยละ 62.40 รองลงมาคือ ไม่สนใจการเปรียบเทียบการใช้บริการทางการเงิน จำนวน 26 คน หรือร้อยละ 19.50 และเปรียบเทียบข้อมูลเพียงรายเดียวก่อนการตัดสินใจ จำนวน 24 คน หรือร้อยละ 18.10 และ กลุ่ม Generation Y (อายุ 13-36 ปี) ส่วนใหญ่เปรียบเทียบข้อมูลหลายแห่งก่อนการตัดสินใจใช้บริการทางการเงิน จำนวน 106 คน หรือร้อยละ 79.70 รองลงมาคือ ไม่สนใจการเปรียบเทียบการใช้บริการทางการเงิน จำนวน 17 คน หรือร้อยละ 12.80 และเปรียบเทียบข้อมูลเพียงรายเดียวก่อนการตัดสินใจ จำนวน 10 คน หรือร้อยละ 7.50

ผู้ตอบแบบสอบถามด้านพฤติกรรมทางการเงินเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์และการบริการทางการเงิน จำแนกตามช่วงเจนเนอเรชั่น กลุ่ม Baby Boomers (อายุ 58-75 ปี) อันดับแรกส่วนใหญ่เป็นพนักงานสาขา จำนวน 58 คน หรือร้อยละ 27.40 รองลงมาคือ โฆษณาทางโทรทัศน์ จำนวน 43 คน หรือร้อยละ 20.30 และเพื่อน/ญาติที่ไม่ได้ทำงานในสถาบันทางการเงิน จำนวน 27 คน กลุ่ม Generation X (อายุ 37-57 ปี) อันดับแรกส่วนใหญ่เป็นพนักงานสาขา จำนวน 66 คน หรือร้อยละ 24.00 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต จำนวน 61 คน หรือร้อยละ 22.10 และโฆษณาทางโทรทัศน์ จำนวน 45 คน หรือร้อยละ 16.40 และกลุ่ม Generation Y (อายุ 13-36 ปี) อันดับแรกส่วนใหญ่มาจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 103 คน หรือร้อยละ 28.80 รองลงมาคือ พนักงานสาขา จำนวน 54 คน หรือร้อยละ 15.10 และโฆษณาทางโทรทัศน์ จำนวน 48 คน หรือร้อยละ 13.40

ผู้ตอบแบบสอบถามด้านพฤติกรรมทางการเงินเกี่ยวกับการประสบปัญหาเงินไม่พอจ่าย จำแนกตามช่วงเจนเนอเรชั่น พบว่า กลุ่ม Baby Boomers (อายุ 58-75 ปี) ส่วนใหญ่เคยประสบปัญหาการเงินไม่พอจ่าย จำนวน 93 คน หรือร้อยละ 69.90 และไม่เคยประสบปัญหาการเงินไม่พอจ่าย จำนวน 40 คน หรือร้อยละ 30.10 กลุ่ม Generation X (อายุ 37-57 ปี) ส่วนใหญ่เคยประสบปัญหาการเงินไม่พอจ่าย จำนวน 111 คน หรือร้อยละ 83.50 และไม่เคยประสบปัญหาการเงินไม่พอจ่าย จำนวน 22 คน หรือร้อยละ 16.50 และกลุ่ม Generation Y (อายุ 13-36 ปี) ส่วนใหญ่เคยประสบปัญหาการเงินไม่พอจ่าย จำนวน 104 คน หรือร้อยละ 78.20 และไม่เคยประสบปัญหาการเงินไม่พอจ่าย จำนวน 29 คน หรือร้อยละ 21.80

ผู้ตอบแบบสอบถามด้านพฤติกรรมทางการเงิน เมื่อประสบปัญหาเงินไม่พอจ่าย จำแนกตามช่วงเจนเนอเรชั่น พบว่า กลุ่ม Baby Boomers (อายุ 58-75 ปี) อันดับแรก ส่วนใหญ่เลือกถอนเงินจากบัญชีออกมาใช้ จำนวน 41 คน หรือร้อยละ 23.0 รองลงมาคือ ขอยืมเงินจากครอบครัวหรือเพื่อน จำนวน 29 คน หรือร้อยละ 16.30 และตัดลดรายจ่ายใช้เงินน้อยลง และกู้ยืมจากสหกรณ์หรือกลุ่มออมทรัพย์ จำนวน 27 คน หรือร้อยละ 15.10 เท่ากัน กลุ่ม Generation X (อายุ 37-57 ปี) อันดับแรก

ส่วนใหญ่เลือกถอนเงินจากบัญชีออกมาใช้ จำนวน 64 คน หรือร้อยละ 24.10 รองลงมาคือ ตัดลดรายจ่ายใช้เงินน้อยลง จำนวน 58 คน หรือร้อยละ 21.80 และขอยืมเงินจากครอบครัวหรือเพื่อน จำนวน 28 คน หรือร้อยละ 10.50 และกลุ่ม Generation Y (อายุ 13-36 ปี) อันดับแรก ส่วนใหญ่เลือกถอนเงินจากบัญชีออกมาใช้ จำนวน 61 คน หรือร้อยละ 25.10 รองลงมาคือ ขอยืมเงินจากครอบครัวหรือเพื่อน จำนวน 46 คน หรือร้อยละ 18.90 ตัดลดรายจ่ายใช้เงินน้อยลง จำนวน 44 คน หรือร้อยละ 18.10 และใช้บัตรเครดิตหรือบัตรกดเงินสด จำนวน 27 คน หรือร้อยละ 11.10

ผลการวิเคราะห์จากการกำหนดเกณฑ์คะแนนด้านพฤติกรรมทางการเงิน คะแนนเต็ม 9 คะแนน จำแนกตามช่วงเจนเนอเรชั่น พบว่า กลุ่ม Generation X มีพฤติกรรมทางการเงินอยู่ในระดับสูง จำนวน 113 คน หรือร้อยละ 85 รองลงมา กลุ่ม Generation Y มีพฤติกรรมทางการเงินอยู่ในระดับสูง จำนวน 112 คน หรือร้อยละ 84.2 อย่างไรก็ตาม กลุ่ม Baby Boomers มีพฤติกรรมทางการเงินอยู่ในระดับสูง จำนวน 89 คน หรือร้อยละ 66.9

ส่วนที่ 4 ด้านทัศนคติทางการเงินแต่ละช่วงเจนเนอเรชั่น ของประชากรในจังหวัดเชียงราย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านทัศนคติทางการเงิน ไม่เห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.53 และจากการประเมินในรายหัวข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านทัศนคติทางการเงิน ไม่เห็นด้วย โดยหัวข้อ มีเงินต้องรีบใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 รองลงมาคือ ฉันมีชีวิตอยู่เพื่อวันนี้และไม่คิดวางแผนอนาคต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 และท่านมีความสุขในการใช้เงินมากกว่าเก็บออมเพื่ออนาคต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 เมื่อจำแนกตามช่วงเจนเนอเรชั่น พบว่า กลุ่ม Baby Boomers ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าฉันมีความสุขในวันนี้และไม่คิดวางแผนอนาคต จำนวน 58 คน หรือร้อยละ 43.6 รองลงมาคือเห็นด้วยว่ามีความสุขในการใช้เงินมากกว่าเก็บออมเพื่ออนาคต จำนวน 57 คน หรือร้อยละ 42.9 และไม่เห็นด้วยว่ามีเงินต้องรีบใช้ จำนวน 50 คน หรือร้อยละ 37.6 กลุ่ม Generation X ส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยกับหัวข้อฉันมีความสุขในวันนี้และไม่คิดวางแผนอนาคต จำนวน 74 คน หรือร้อยละ 55.6 รองลงมาคือ ไม่เห็นด้วยกับหัวข้อมีความสุขในการใช้เงินมากกว่าเก็บออมเพื่ออนาคต จำนวน 66 คน หรือร้อยละ 49.6 และไม่เห็นด้วยว่ามีเงินต้องรีบใช้ จำนวน 63 คน หรือร้อยละ 47.4 และกลุ่ม Generation Y ส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยในหัวข้อมีเงินต้องรีบใช้ จำนวน 61 คน หรือร้อยละ 45.9 รองลงมาคือ ไม่เห็นด้วยกับหัวข้อมีความสุขในการใช้เงินมากกว่าเก็บออมเพื่ออนาคต จำนวน 57 คน หรือร้อยละ 42.9 และไม่เห็นด้วยกับหัวข้อฉันมีความสุขในวันนี้และไม่คิดวางแผนอนาคต จำนวน 54 คน หรือร้อยละ 40.6

ผลการวิเคราะห์จากการกำหนดเกณฑ์คะแนนด้านทัศนคติทางการเงิน คะแนนเต็ม 5 คะแนน จำแนกตามช่วงเจนเนอเรชั่น พบว่า กลุ่ม Generation X มีทัศนคติทางการเงินอยู่ในระดับสูง จำนวน 108 คน หรือร้อยละ 81.2 รองลงมาคือ กลุ่ม Generation Y มีทัศนคติทางการเงินอยู่ในระดับสูง

จำนวน 100 คน หรือร้อยละ 75.2 กลุ่ม Baby Boomers มีทัศนคติทางการเงินอยู่ในระดับสูง จำนวน 66 คน หรือร้อยละ 49.6

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างเจนเนอเรชันและทักษะทางการเงินของประชากรในจังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้ศึกษาความแตกต่างของแต่ละช่วงเจนเนอเรชันที่มีผลต่อความรู้ทางการเงิน พฤติกรรมทางการเงิน ทัศนคติทางการเงิน รวมถึงศึกษาแต่ละองค์ประกอบของทักษะทางการเงินที่เป็นจุดอ่อนของประชากรในจังหวัดเชียงราย

1. ด้านความรู้ทางการเงิน จากการศึกษาครั้งนี้เกี่ยวกับความรู้ทางการเงินแต่ละช่วงเจนเนอเรชันของประชากรในจังหวัดเชียงราย พบว่า กลุ่ม Generation X อายุ 37-57 ปี ส่วนใหญ่มีคะแนนเฉลี่ย 6.19 หรือร้อยละ 77.38 รองลงมาคือ กลุ่ม Generation Y อายุ 13-36 ปี ส่วนใหญ่มีคะแนนเฉลี่ย 5.6 หรือร้อยละ 70.00 และกลุ่ม Baby Boomers อายุ 58-75 ปี ส่วนใหญ่มีคะแนนเฉลี่ย 3.54 หรือร้อยละ 44.25 ผลการวิเคราะห์ทำให้ทราบว่า กลุ่ม Baby Boomers ที่มีอายุ 58-75 ปี มีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุดเนื่องจากมีอายุมาก เข้าสู่วัยชราหรือวัยสูงอายุ ถึงแม้จะมีประสบการณ์มากกว่า แต่กลุ่ม Baby Boomers อยู่ในยุคที่ได้รับการศึกษาภาคบังคับมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับช่วงเจนเนอเรชันอื่น เพราะการศึกษาระดับสูงสุดเพียงชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ส่วนใหญ่ไม่ได้ประกอบอาชีพ เช่น พ่อบ้าน แม่บ้าน และมีรายได้ต่อเดือนต่ำ จะส่งผลให้คะแนนความรู้ทางการเงินต่ำไปด้วย เมื่อพิจารณาในแต่ละองค์ประกอบของความรู้ทางการเงิน หัวข้อที่เป็นจุดอ่อนของประชากรในจังหวัดเชียงราย ได้แก่ (1) การคำนวณดอกเบี้ยเงินฝากทบต้น (2) การคำนวณดอกเบี้ยเงินฝาก และ (3) ความเสี่ยงและผลตอบแทน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lusardi and Mitchell (2011) พบว่าอายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อทักษะทางการเงินของบุคคลในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยสรุปงานวิจัยต่าง ๆ ให้ผลการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างทักษะทางการเงินกับอายุที่สอดคล้องกัน คือ ทักษะทางการเงินของประชากรจะต่ำสุดในวัยเด็กและวัยสูงอายุ ซึ่งมีทักษะทางการเงินอยู่ในเกณฑ์ต่ำเกี่ยวกับการหาดอกเบี้ยทบต้นเงินเพื่อ และความเสี่ยงจากการลงทุน

2. พฤติกรรมทางการเงิน จากการศึกษาครั้งนี้เกี่ยวกับพฤติกรรมทางการเงินแต่ละช่วงเจนเนอเรชันของประชากรในจังหวัดเชียงราย พบว่า กลุ่ม Generation Y ส่วนใหญ่มีคะแนนเฉลี่ย 7.03 หรือร้อยละ 78.11 รองลงมาคือ กลุ่ม Generation X ส่วนใหญ่มีคะแนนเฉลี่ย 6.88 หรือร้อยละ 76.44 และกลุ่ม Baby Boomers ส่วนใหญ่มีคะแนนเฉลี่ย 6.29 หรือร้อยละ 69.89 ทั้ง 3 กลุ่ม เมื่อเปรียบเทียบคะแนนตามเกณฑ์อยู่ในเกณฑ์คะแนนสูง อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาในแต่ละองค์ประกอบของพฤติกรรมทางการเงิน หัวข้อที่เป็นจุดอ่อนของประชากรในจังหวัดเชียงรายที่พบ คือ ทั้ง 3 กลุ่ม

มีปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการการเงิน ไม่มีการจัดสรรเงินก่อนใช้ และเก็บไว้ในบัญชีออมทรัพย์บัญชีเดียวกับบัญชีสำหรับใช้จ่าย ทำให้ประสบปัญหาการเงินไม่พอจ่าย ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนาคารแห่งประเทศไทย (2558) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจุดอ่อนทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านทัศนคติทางการเงิน (FNA) ด้านพฤติกรรมทางการเงิน (FNB) และด้านความรู้ทางการเงิน (FNR) เป็นทักษะทางการเงินด้านที่จำเป็นต่อการออมเพื่อการเกษียณ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างมีปัญหาในด้านวินัยการออมและวินัยการใช้จ่าย ขาดความเข้าใจด้านนโยบายการลงทุน และไม่เข้าใจความแตกต่างของสินทรัพย์แต่ละประเภท หรือขาดความรู้ในการลงทุน ถ้าระดับทักษะทางการเงินที่สูงขึ้นจะช่วยเพิ่มโอกาสในการออมเพื่อวัยเกษียณของกลุ่มตัวอย่างมากขึ้น

3. ทัศนคติทางการเงิน จากการศึกษาครั้งนี้เกี่ยวกับทัศนคติทางการเงินแต่ละช่วงเจนเนอเรชั่นของประชากรในจังหวัดเชียงราย พบว่า กลุ่ม Generation X ส่วนใหญ่มีคะแนนเฉลี่ย 3.76 หรือร้อยละ 75.20 รองลงมาคือ กลุ่ม Generation Y ส่วนใหญ่มีคะแนนเฉลี่ย 3.75 หรือร้อยละ 75.00 และกลุ่ม Baby Boomers ส่วนใหญ่มีคะแนนเฉลี่ย 3.09 หรือร้อยละ 61.80 ซึ่งทั้ง 3 กลุ่มเมื่อเปรียบเทียบกับคะแนนตามเกณฑ์อยู่ในระดับสูง อย่างไรก็ตามกลุ่ม Baby Boomers มีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการออมน้อยที่สุด เมื่อพิจารณาในแต่ละองค์ประกอบของทัศนคติทางการเงิน กลุ่ม Baby Boomers ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็น เห็นด้วยในองค์ประกอบ ฉันมีชีวิตอยู่ในวันนี้และไม่คิดวางแผนอนาคตและมีความสุขในการเงินเงินมากกว่าเก็บออมเพื่ออนาคต ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนาคารแห่งประเทศไทย (2559) ที่กล่าวว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีคะแนนทักษะทางการเงินต่ำกว่ากลุ่มอื่น ได้แก่ เยาวชน (อายุ 10-19 ปี) ผู้สูงอายุ (อายุ 80-99 ปี) ระดับการศึกษาต่ำ รายได้ครัวเรือนต่ำ และผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ เมื่อพิจารณาจากจุดอ่อนแต่ละองค์ประกอบ พบว่าด้านความรู้ทางการเงิน จุดอ่อนยังคงเป็นเรื่องการคำนวณดอกเบี้ยเงินฝากทบต้น และการกระจายความเสี่ยงในการลงทุน ด้านพฤติกรรมทางการเงิน จุดอ่อนที่ควรพัฒนาคือเรื่องการบริหารจัดการเงินอย่างใกล้ชิดเพื่อมิให้ขาดสภาพคล่อง การจัดสรรเงิน เพื่อใช้จ่ายและเก็บออมอย่างเหมาะสม รวมถึงการศึกษาหาข้อมูลผลิตภัณฑ์และเปรียบเทียบก่อนซื้อ สำหรับด้านทัศนคติ พบว่าทัศนคติที่คนไทยด้อยที่สุด คือ นิยมมีความสุขในการใช้เงินมากกว่าการออมเพื่ออนาคต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางสำหรับหน่วยงานหรือสถาบันทางการเงิน ควรมีการศึกษาและให้ความสำคัญกับวิวัฒนาการทางการเงินและความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่มีความหลากหลายและซับซ้อนมากขึ้น เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลหรือมีความรู้ความเข้าใจในการเลือกใช้บริการทางการเงินเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการ ดังนั้นควรให้ความสำคัญในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

1. การประยุกต์ใช้ผลการวิจัยมาสร้างกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร Integrated Marketing Communication (IMC) เพื่อเป็นการพัฒนาแผนงานการสื่อสารการตลาด (Promotion ใน 4P's) ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยหัวใจหลักของการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร Integrated Marketing Communication (IMC) เพื่อกระตุ้นพฤติกรรมผู้บริโภคในการสร้างการรับรู้ จดจำและเป็นกระบวนการสื่อสารเพื่อจูงใจในระยะยาวและต่อเนื่อง มีการใช้ติดต่อสื่อสารหลายรูปแบบที่เหมาะสมกับผู้บริโภคหรือเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคเปิดรับ (Exposure) รายละเอียดดังนี้

1.1 การส่งเสริมการตลาดด้วยพนักงาน (Personal Selling) เป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เกี่ยวกับทางการเงิน ดังนั้นพนักงานจึงต้องให้ความสำคัญและต้องมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี (Product Knowledge) สามารถอธิบายและให้คำแนะนำให้ผู้บริโภคเข้าใจและเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มได้ เช่น กลุ่ม Baby Boomers อายุ 58-75ปี จะเป็นกลุ่มลูกค้าผู้สูงวัย ที่มีพื้นฐานความรู้ความเข้าใจน้อย ดังนั้นพนักงานต้องให้ความสำคัญและสามารถอธิบายให้ข้อมูลที่ละเอียดถูกต้องครบถ้วนมากขึ้น

1.2 การโฆษณา (Advertising) ซึ่งเป็นสื่อทางการตลาดที่พบได้บ่อย ๆ และสามารถเข้าถึงหรือสร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภคได้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น โดยมีวิธีการโฆษณาแบบออนไลน์และการโฆษณาแบบออฟไลน์ การโฆษณาแบบออนไลน์ คือ การโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์หรือสื่อสังคม (Social Media) ต่าง ๆ เช่น Facebook Youtube Instagram Line หรือบนเว็บไซต์ต่าง ๆ เป็นต้น เนื่องจากยุคปัจจุบันที่มีการให้ความสำคัญทางด้านเทคโนโลยีของกลุ่ม Generation X และ Generation Y สื่อออนไลน์จึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมากขึ้น การโฆษณาแบบออฟไลน์ คือการโฆษณาด้วยช่องทาง เช่น Billboard โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ คลื่นวิทยุ โบรชัวร์ และนิตยสาร เป็นต้น จากการศึกษาวิจัย พบว่า สื่อแบบออฟไลน์ที่ยังได้รับความสนใจ คือ สื่อโทรทัศน์ ดังนั้นการให้ข้อมูลข่าวสารยังสามารถใช้สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อในการรับรู้และเข้าถึงผู้บริโภคได้ ผู้บริโภคยังเห็นความสำคัญ การโฆษณาผ่านช่องทางอื่น ๆ สามารถใช้ลดลงได้ เพื่อเป็นการประหยัดต้นทุนเกี่ยวกับด้านโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์

2. หลักกระบวนการจัดการมีความสำคัญ คือ การกำหนดโครงสร้างองค์กรเพื่อให้องค์กรสามารถทำงานที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์กันอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยใช้กระบวนการต่าง ๆ ในการสนับสนุนการดำเนินงาน เพื่อให้ประสบความสำเร็จตามที่วางแผนไว้ประกอบด้วย

ตารางที่ 2 กระบวนการจัดการ (Process of Management)

กระบวนการจัดการ (Process of Management)	กลยุทธ์ที่แนะนำ
1. การวางแผน (Planning)	มีการวางแผนกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่จะดำเนินงาน เช่น ต้องการส่งเสริมทักษะทางการเงินให้ประชากรในจังหวัด เชียงรายแต่ละช่วงเจนเนอร์เรชั่น
2. การจัดองค์กร (Organizing)	จัดการ โครงสร้างและแบ่งงานตามบทบาทหน้าที่ เกี่ยวกับการ บริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management- HRM)
3. การนำ (Leading)	สามารถจูงใจให้พนักงานสามารถทำงานให้บรรลุเป้าหมาย เพื่อให้การทำงานที่ได้รับมอบหมายประสบความสำเร็จ เช่น จูงใจด้วยสวัสดิการ โบนัส เลื่อนตำแหน่ง เป็นต้น
4. การควบคุม (controlling)	การวัดผล เปรียบเทียบและแก้ไข เพื่อประเมินผลการปฏิบัติงาน ของพนักงาน เพื่อเปรียบเทียบการทำงานและถ้ามีข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นจะดำเนินการแก้ไขเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลมากที่สุด

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการ เก็บรวบรวมข้อมูล หากงานวิจัยครั้งต่อไปต้องการข้อมูลในเชิงลึกเกี่ยวกับความคิดเห็นมากขึ้น ควรทำการสัมภาษณ์เพื่อการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพร่วมด้วย
2. งานวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตและข้อจำกัดอยู่ เกี่ยวกับเรื่องคำถามในการเก็บแบบสำรวจ โดยมีจำนวนข้อมากไป และบางข้อมีรูปแบบเชิงการคำนวณที่สืบเนื่องมาจากโครงสร้างการวัดทักษะทางการเงิน จึงทำให้การเก็บสำรวจเป็นไปค่อนข้างยากและต้องใช้ทรัพยากรสูง ควรพิจารณาคำถาม ให้รวบรัดและครอบคลุม

รายการอ้างอิง

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2558). *การวัดระดับทางการเงินกับการออมเพื่อการเกษียณ*. สืบค้นเมื่อ 21 พฤศจิกายน 2561, จาก https://www.bot.or.th/Thai/Segmentation/Student/setthata/DocLib_Settha_Paper_2558/FI_Doc_Prize1_2558.pdf
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2559). *รายงานผลการสำรวจทักษะทางการเงินของไทย ปี 2559*. สืบค้นเมื่อ 24 พฤศจิกายน 2561, จาก <https://www.1213.or.th/th/aboutfcc/knownfcc/Documents/ThaiFLsurvey59.pdf>.
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล (วปส.) และสำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ (สสส.). (2559). *สุขภาพคนไทย: ตายดี วิธีที่เลือกได้*. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.สำนักงานแรงงานจังหวัดเชียงราย. (2560). *รายงานสถานการณ์แรงงานจังหวัดเชียงราย ปี 2560 (มกราคม-ธันวาคม)*. สืบค้นเมื่อ 6 พฤษภาคม 2562, จาก <http://chiangrai.mol.go.th/sites/chiangrai.mol.go.th/files/2560.pdf>.
- Atkinson, A. & Messy, F. (2012). *Measuring financial literacy: Results of the OECD/international network on financial education (INFE) pilot study*. Retrieved November 21, 2018, from https://www.oecd-ilibrary.org/finance-and-investment/measuring-financial-literacy_5k9csfs90fr4-en.
- Financial Service Authority. (2005). *Measuring financial capability: An exploratory study*. Personal Finance Research, University of Bristol. Retrieved December 20, 2018, from http://www.pfrc.bris.ac.uk/publications/completed_research/Reports/Fincap_June05.pdf
- Howe, N. & Strauss, W. (2007). *The next 20 years: How customer and workforce attitudes will evolve*. brighton, Massachusetts, U.S.: Harvard Business Review.
- Lusardi, A. & Mitchell, O. S. (2011). *Financial literacy around the world: An overview*. US: University of Pennsylvania.
- Strauss, W. & Howe, N. (1991). *Generations: The history of America's future, 1584 to 2069*. New York: William Morrow and Company.