ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายของนักกีฬาที่เข้าร่วมงานกีฬามหาวิทยาลัย ในงานราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์

Factors Influencing Decision Making on Spending Money of the Athletes Attending to the University Sports Events in Ubon Ratchathani Rajabhat Games

ธรรมรักษ์ ละอองนวล[1] หทัยรัตน์ ควรรู้ดี[2] ปิยกนิฏฐ์ โชติวนิช[2]
พรชัย วีระนันทาเวทย์[2] และวลัยพร สุขปลั่ง[2]

คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี[1]
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี[2]
E-mail: piyakanit.c@ubru.ac.th
Received: March 16, 2019; Revised: May 29, 2019; Accepted: May 30, 2019

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินของนักกีฬาที่เข้าร่วมงานกีฬามหาวิทยาลัยในงานราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์ ประชากรทั้งสิ้น 10,685 คน ตัวอย่าง จำนวน 385 คน ได้มาโดยสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นในส่วนของการตัดสินใจใช้จ่ายเงินเท่ากับ .88 อิทธิพลทางสังคม เท่ากับ .83 และอิทธิพลทางจิตวิทยา เท่ากับ .94 สถิติที่ใช้ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านสังคมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินของนักกีฬาในการแข่งขันกีฬางานราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์ คือ อิทธิพลส่วนบุคคล อิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิง อิทธิพลจากครอบครัว และอิทธิพลจากชั้นทางสังคม ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินของนักกีฬาในการแข่งขันกีฬางานราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์คือ ด้านการรับรู้ ด้านการเรียนรู้ ด้านบุคลิกภาพ ด้านทัศนคติ และด้านวิถีการดำเนินชีวิต

คำสำคัญ: การตัดสินใจในการใช้จ่ายเงิน ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านด้านจิตวิทยา

Abstract

The objective of the research was to study factors influencing decision making to spend money of the athletes attending to the university sports events in Ubon Ratchathani Rajabhat University games. The total number of populations was 10,685 participants. The samples were 385 participants randomized by simple random sampling. The research instrument was a questionnaire with the reliability in the decision making to spend money at .88, social influence at .83, and psychological influence at .94. The statistics used in data analysis were percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

The results showed that the social factors influencing the decision making to spend money of the athletes attending to the university sports events in Ubon Ratchathani Rajabhat Games were the influence from individuals, reference groups, families, and social classes. Psychological factors influencing the decision making to spend money of the athletes attending

the university sports events in Ubon Ratchathani Rajabhat Games were perception, learning, personality, attitudes, and lifestyles.

Keywords: Decision Making to Spend Money, Social Factors, Psychological Factors

บทนำ

แม้ว่าเศรษฐกิจไทยในภาพรวมสามารถเจริญเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง แต่ก็ยังต้องเผชิญกับความท้าทายด้านเศรษฐกิจและสังคมจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ ซึ่งเหตุแห่งความท้าทายดังกล่าวส่วนหนึ่งเกิดจากความเปราะบางด้านการเงินของภาคครัวเรือน สภาพสังคมที่เข้าสู่สังคมสูงวัย และปัญหาความเหลื่อมล้ำ โดยในปัจจุบันพบว่าประชาชนยังขาดทักษะการบริหารเงิน และวินัยทางการเงิน สะท้อนได้จากหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง และพฤติกรรมการเป็นหนี้ของคนไทยที่เป็นหนี้เร็วขึ้นตั้งแต่อายุยังน้อย และมีแนวโน้มที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตรงเวลา ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพทางเศรษฐกิจในระยะยาว ธนาคารแห่งประเทศไทย ตระหนักถึงความสำคัญของการส่งเสริมให้ประชาชนมีภูมิคุ้มกันทางการเงิน ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญ ในการลดความรุนแรงของปัญหาดังกล่าวข้างต้น ดังนั้น ธนาคารแห่งประเทศไทยจึงได้ดำเนินการสำรวจทักษะทางการเงินของประชาชนทั่วประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทราบถึงพัฒนาการระดับทักษะทางการเงิน และนำผลสำรวจดังกล่าว มาประกอบการกำหนดนโยบายการส่งเสริมความรู้ทางการเงินและการเข้าถึงบริการทางการเงินของธนาคารแห่งประเทศไทย ตลอดจนเป็นข้อมูลสนับสนุนแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบายต่อไป ทักษะทางการเงินที่ดีเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญในการส่งเสริมให้เศรษฐกิจมีเสถียรภาพ สามารถขยายตัวได้ อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ตลอดจนผ่านพ้นความท้าทายต่าง ๆ ได้อย่างมั่นคง ไม่ว่าจะเป็นความเปราะบางทางการเงินของภาคครัวเรือน การเข้าสู่สังคมสูงวัยและปัญหาความเหลื่อมล้ำทางการเงิน อย่างไรก็ตาม จากสภาวการณ์ปัจจุบัน ที่คนไทยเป็นหนี้เร็วขึ้นและมีแนวโน้มที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตรงเวลาสะท้อนให้เห็นจุดอ่อนในการขาดทักษะ บริหารจัดการเงิน ซึ่งเป็นอุปสรรคในการพัฒนาเศรษฐกิจให้เติบโตไปข้างหน้าได้อย่างยั่งยืน ภาพรวมผลการสำรวจปี 2559 พบว่าค่าเฉลี่ยด้าน ทักษะทางการเงินของคนไทยอยู่ที่ร้อยละ 61.0 โดย คนไทยอ่อนด้านความรู้ทางการเงินที่สุด จากคะแนน ทักษะทางการเงิน 3 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย ด้านความรู้ ร้อยละ 48.6 พฤติกรรมร้อยละ 62.2 และทัศนคติ ร้อยละ 76.0 สำหรับพัฒนาการภาพรวมทักษะทาง การเงินของคนไทยปี 2559 มีแนวโน้มดีขึ้นจากปี 2556 ยกเว้นด้านพฤติกรรมทางการเงินซึ่งปรับตัวลดลงจากหลายหัวข้อ เช่น การไม่ตั้งเป้าหมายระยะยาว ขาดการดูแล บริหารเงินของตนเองอย่างใกล้ชิด ไม่ชำระค่าใช้จ่ายตรง ตามเวลาเรียกเก็บ และขาดการไตร่ตรองอย่างถี่ถ้วนก่อน การเลือกซื้อ สำหรับกลุ่มที่มีคะแนนทักษะทางการเงินต่ำกว่ากลุ่มอื่น ได้แก่ เยาวชน (อายุ 10–19 ปี) ผู้สูงอายุ (อายุ 80-99 ปี) ระดับการศึกษาต่ำ รายได้ครัวเรือนต่ำ และผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ นอกจากนั้น หากพิจารณา ทักษะทางการเงินตามภาค พบว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคกลางเป็นภาคที่มีคะแนนเฉลี่ยทักษะทางการเงินต่ำที่สุด ในขณะที่กรุงเทพฯ ปริมณฑล และภาคใต้มีคะแนนเฉลี่ยทักษะทางการเงินสูงที่สุด

วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย “เจนเนอเรชั่น *Z*”: เกิดปี 2544 เป็นต้นไป ปัญหาคือความรู้ทางการเงินพื้นฐานยังไม่ดีนัก ไม่เห็นความสำคัญของการตั้งเป้าหมายทางการเงินระยะยาว เน้นเพียงสามารถใช้เงินที่ได้มาให้เพียงพอต่อค่าใช้จ่าย ยังไม่เห็นความสำคัญของการเก็บออม และไม่ได้เก็บออมในวิธีที่เหมาะสม อีกทั้งขาดทักษะในการเปรียบเทียบข้อมูลก่อนซื้อและไม่ทราบแหล่งข้อมูลที่เหมาะสมในการศึกษาหาข้อมูล แนวทางการส่งเสริมทักษะทางการเงิน ได้แก่ ส่งเสริมความรู้ทางการเงินพื้นฐาน เช่น ผลกระทบจากเงินเฟ้อ ความเสี่ยงและผลตอบแทน ปลูกฝังพฤติกรรมทางการเงินที่เหมาะสม เช่น การประหยัด การออมเงินก่อนใช้ให้เป็นนิสัย ใช้จ่ายเท่าที่จำเป็น ส่งเสริมให้ศึกษาหาข้อมูลจากแหล่งที่เหมาะสมเพื่อเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ก่อนตัดสินใจซื้อ ช่องทางในการดำเนินการคือ

บ่มเพาะพฤติกรรมผ่านหลักสูตรการเรียนการสอนในสถานศึกษาโดยเน้นให้เด็กได้ลงมือปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอจนกลายเป็นนิสัย เช่น ส่งเสริมให้ออมเงินทุกวันแม้จะเป็นเงินจำนวนเล็กน้อย กระตุ้นการคงพฤติกรรมและสร้างทัศนคติที่ดี ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook YouTube และ Line ในลักษณะของคลิปที่ตลกขบขันหรือคลิปที่มีดนตรีเข้ามาเกี่ยวข้อง ประยุกต์ใช้ Mobile Application ที่มีฟังก์ชันเสริมในการสะสมคะแนนแลกรับของรางวัล (Mobile App Reward) เช่น สะสมเงิน ออมเพื่อแลกรับของรางวัล สำหรับ “เจนเนอเรชัน Y”: เกิดปี 2524–2543 ปัญหาที่พบคือ ยังไม่มีเป้าหมายทางการเงินในระยะยาว และขาดการบริหารจัดการเงินที่ดี เช่น จัดสรรเงินก่อนใช้ออมเงินในวิธีที่เหมาะสม หรือ ไม่กู้เงินเมื่อเงินไม่พอใช้ รวมถึง ยังขาดการไตร่ตรองอย่างถี่ถ้วนก่อนซื้อสินค้า ใช้จ่ายเกินตัว อย่างไรก็ดี มักพยายามเปรียบเทียบ ข้อมูลก่อนการซื้อ แต่แหล่งข้อมูลที่ศึกษาอาจยังไม่เหมาะสม แนวทางการส่งเสริมทักษะทางการเงิน เนื้อหา ช่วงวัยเรียน เน้นส่งเสริมความรู้และปลูกฝังวินัยทางการเงินพื้นฐาน เช่น ออมเงินก่อนใช้ ออมเงินอย่างสม่ำเสมอ และใช้จ่ายเท่าที่จำเป็น มุ่งให้เห็นความสำคัญของการตั้งเป้าหมายทางการเงินและบริหารจัดการเงินเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ช่วงวัยทำงาน สร้างวินัยการเงินและทักษะในการบริหารเงิน/จัดการหนี้ เช่น จัดสรรเงินก่อนใช้ ใช้จ่ายเท่าที่จำเป็น ไม่ก่อหนี้สินจนเกินตัว แนะนำแหล่งข้อมูลที่เหมาะสมให้คนกลุ่มนี้ศึกษาเพื่อทำความเข้าใจและเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมการตั้งเป้าหมายระยะยาว ออมเงินในผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่เหมาะสม ช่องทาง ช่วงวัยเรียน ส่งเสริมทักษะทางการเงินผ่านหลักสูตรการเรียนการสอนในสถานศึกษาโดยการปฏิบัติจริงในระยะเวลา ที่มากเพียงพอต่อการคงพฤติกรรมให้ยั่งยืน เจนเนอเรชั่น Y โดยภาพรวม (ทั้งวัยเรียนและวัยทำงาน) สื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในรูปแบบภาพ Infographic คำคม หรือคลิป VDO พัฒนา Application เรียนรู้การเงินผ่านการเล่นเกมส์ หรือ Application ช่วยอำนวยความสะดวกในการจัดการเงิน/ทำบัญชี (ฝ่ายส่งเสริมความรู้ทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย 2560)

ศูนย์วิเคราะห์วิจัย Customer Insights by TMB Analytics โดย นริศ สถาผลเดชา ผู้บริหาร TMB Analytics และ นันทพร ตั้งเจริญศิริ หัวหน้าทีม Customer Experience & Insights ให้รายละเอียดถึงผลการศึกษาพฤติกรรมการทางการเงินของคนไทยร่วมกัน โดยทำการสำรวจผ่านออนไลน์จากคนไทยทั่วประเทศ ในกลุ่มอายุ 18-45 ปี จำนวน 1,000 คน พบว่า มีคนไทยจำนวนร้อยละ 34 เท่านั้น ที่คิดว่าเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินหรือตกงานกะทันหันแล้วจะสามารถอยู่ได้มากกว่า 6 เดือน ขณะที่อีกร้อยละ 66 เชื่อว่าจะไม่สามารถอยู่ได้เกิน 6 เดือน ที่สำคัญมีกว่า 1 ใน 5 หรือ ร้อยละ 21 ที่คิดว่าจะสามารถอยู่ได้เพียงแค่ 0-1 เดือนเท่านั้น ผลศึกษาเรื่องนี้สะท้อนอะไรหลาย ๆ อย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ชีวิต รวมไปถึงวิธีคิดต่าง ๆ ในการใช้ชีวิตประจำวัน และทำให้คนไทยส่วนใหญ่มีเงินออมไม่พอใช้ โดยเฉพาะการใช้ชีวิตที่เน้นโชว์ไลฟ์สไตล์กินเที่ยว เพื่อแชร์เรื่องราวต่าง ๆ ลงโซเชียลมีเดียเพิ่มขึ้น แถมยังมีค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นทั้งหวย เหล้า บุหรี่ในสัดส่วนสูง ซึ่งค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือนอาจจะสูงกว่าค่าใช้จ่ายที่จำเป็น ไม่ว่าจะเป็นค่าใช้จ่ายทางการศึกษา ค่าประกัน รวมไปถึงค่าเดินทาง จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของคนไทย คือ เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทำให้การดำเนินชีวิตเปลี่ยนไป และไลฟ์สไตล์คนไทยที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในรูปแบบของ “เห่อกินเที่ยว-โซเชียลมาก่อน-ออมทีหลัง” การที่เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วพบว่าคนไทยมีพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียมากเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก โดยคนไทยใช้เฟสบุ๊คเป็นอันดับ 8 ของโลก (49 ล้านคน) ใช้อินสตาแกรมมากเป็นอันดับที่ 14 ของโลก (13.6 ล้านคน) และใช้ทวีตเตอร์ 12 ล้านคน และยังเติบโตต่อเนื่อง จากการสำรวจพบว่าคนไทยโพสในโซเชียลมีเดียภาพมากที่สุดในช่วงวันเสาร์และอาทิตย์ ซึ่งเป็นเวลาที่สามารถกิน-ช้อป-เที่ยว ได้อย่างเต็มที่ การใช้โซเชียลมีเดียที่เพิ่มขึ้นหนุนพฤติกรรมการใช้จ่ายที่สูงขึ้นเพื่อให้ไลฟ์สไตล์ดูดี พบว่าในปี 2547-2560 มีจำนวน Keyword Search คำว่า “รีวิวร้านอาหาร” “Michelin Guide” เพิ่มขึ้นร้อยละ 34 คำว่า “รีวิวที่เที่ยว” “เที่ยวญี่ปุ่น” “เที่ยวทะเล” เพิ่มขึ้นร้อยละ 14

ปัญหาหลัก ๆ ที่ทำให้คนไทยมีเงินไม่พอสำหรับการออมเพื่ออนาคต ส่วนใหญ่จะมาจากพฤติกรรมในการใช้จ่ายโดยเฉพาะค่านิยม “เห่อกินเที่ยว-โซเชียลมาก่อน-ออมทีหลัง” ตามการพัฒนาของเทคโนโลยีและโซเชียล

มีเดียที่ทำให้คนมักนิยมลงรูปโชว์ไลฟ์สไตล์ของตัวเองผ่านโซเชียลมีเดีย หรือนิยมช้อปปิ้งแม้บางครั้งไม่ความจำเป็นต้องใช้ แต่ต้องตามกระแสโซเชียล ทำให้มีค่าใช้จ่ายสูงขึ้น จนต้องนำเงินในอนาคตมาใช้ หรือใช้บัตรเครดิตแม้จะต้องเสียดอกเบี้ยก็ตาม ซึ่งพบว่าคนไทยมากกว่า 50% ที่ไม่มีความสามารถในการชำระหนี้บัตรเครดิตได้เต็มจำนวนในแต่ละเดือน ที่สำคัญยังพบว่าคนไทยมีค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นในแต่ละเดือนสูงถึง 1 ใน 4 ของจำนวนรายได้ โดยเฉพาะคนที่มีเงินออมไม่พอจะเสียค่าเหล้า บุหรี่ ในแต่ละเดือนสูงกว่าคนที่มีเงินออมมากพอ แต่ไม่ว่าจะเป็นคนที่มีเงินออมหรือไม่มี จะมีค่าใช้จ่ายสำหรับการซื้อหวยในระดับที่ใกล้เคียงกัน เพราะมีความเชื่อในเรื่องของการเสี่ยงโชค โดยร้อยละ 54 ที่ซื้อหวยคิดว่าถ้าถูกมาอย่างไรก็คุ้ม และร้อยละ 56 มีความเชื่อว่ามีสิทธิ์รวยจากการถูกหวย และหากลงรายละเอียดในเรื่องการใช้จ่ายจะพบว่า ในกลุ่มของคนที่มีเงินออมไม่พอนั้น เสียค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ทั้งกินอาหารนอกบ้าน เหล้า บุหรี่ และค่าหวยในแต่ละเดือนสูงกว่าค่าใช้จ่ายจำเป็นอย่างการศึกษา ค่าประกัน หรือค่าเดินทางด้วยซ้ำ โดยเฉพาะค่าเหล้า บุหรี่ และหวยที่สูงมากกว่าคนที่มีเงินออมถึง 2 เท่า” (2560)

งานวิจัยที่ผ่านมาได้ทำการศึกษาปัจจัยด้านสังคมและด้านจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินของผู้บริโภค โดยการศึกษาของปราณี เอี่ยมลออภักดี (2551) อธิบายถึงอิทธิพลทางสังคมที่มีต่อการตัดสินใจในการบริโภค ประกอบไปด้วย อิทธิพลส่วนบุคคล กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว ชนชั้นทางสังคม วัฒนธรรม และวัฒนธรรมย่อย นอกจากนี้รณชัย ตันตระกูล (2553) ได้อธิบายว่าปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคมักเกี่ยวข้องกับการจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ ค่านิยมและความเชื่อ ทัศนคติ และวิถีการดำรงชีวิต ในการศึกษาของพูนผล อินทรสกุล (2550) เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษา พบว่าปัจจัยด้านบุคลิกภาพแนวคิดของตนเองมีอิทธิพลในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมมีอิทธิพลอยู่ในระดับน้อย ส่วนงานของพัชรี สารวิโรจน์ (2553) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของนักศึกษา พบว่าอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินมากที่สุด รองลงมาคือค่านิยมในแฟชั่น ค่าใช้จ่ายส่วนตัวต่อเดือน ค่านิยมในการดำรงชีวิตแบบเรียบง่ายและประหยัด คณะที่เรียน และการอบรมเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตย

จากสถานการณ์ข้างต้นจึงได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของนักกีฬาที่เข้าร่วมงานกีฬามหาวิทยาลัยในงานราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์ การจัดกีฬามหาวิทยาลัยครั้งที่ 46 มีนักกีฬาจำนวนมากเข้าร่วมงานในจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อเข้าใจถึงปัจจัยทางสังคมและปัจจัยด้านจิตวิทยาในกลุ่มนักศึกษาที่เป็นนักกีฬาเพื่อให้ได้องค์ความรู้ในกลุ่มเฉพาะ ซึ่งยังไม่มีผลการศึกษาในลักษณะนี้มาก่อน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาระดับปัจจัยด้านสังคมและด้านจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินของนักกีฬาในการแข่งขันกีฬางานราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์

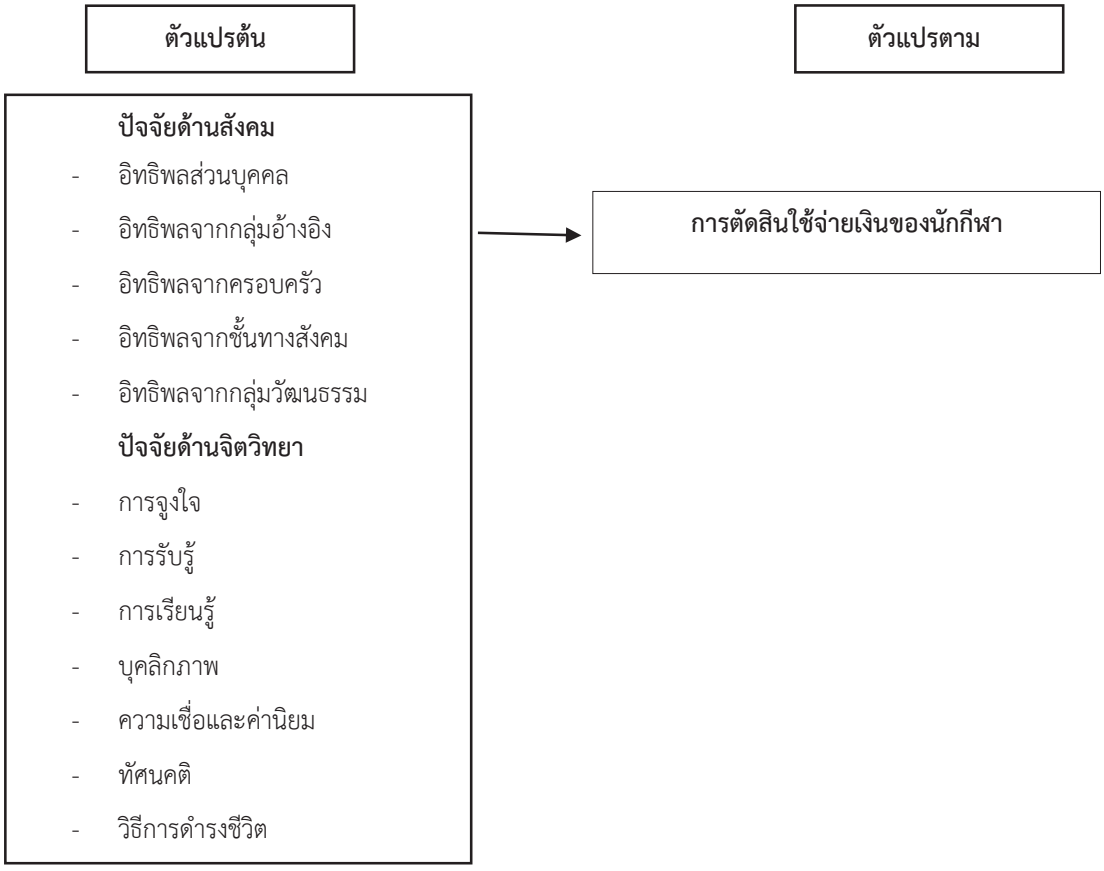
วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักกีฬาที่เข้าร่วมในการแข่งขันกีฬางานราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์ ทั้งสิ้น 10,685 คน (มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี 2562) ขนาดตัวอย่างใช้การเปิดตารางยามาเน่ ที่ระดับความคลาดเคลื่อน .05 ได้ตัวอย่าง จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวมรวมข้อมูลในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี และใช้มาตราส่วนประมาณค่าของ Likert 5 ระดับ การพัฒนาคุณภาพเครื่องมือด้วยการตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหา และการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น ในส่วนของการตัดสินใจใช้จ่ายเงิน เท่ากับ .88 อิทธิพลทางสังคม เท่ากับ .83 และอิทธิพลทางจิตวิทยา เท่ากับ .94 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ

พรรณนา ซึ่งเป็นการหาค่าสถิติพื้นฐานเพื่อแสดงการกระจายของคำตอบหรือความคิดเห็นและอธิบายลักษณะของข้อมูลในเบื้องต้นโดยใช้การหาความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Multiple Linear Regression ด้วยวิธี Enter โดยได้ทดสอบ Multicollinearity ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมใช้จ่ายของนักกีฬากับปัจจัยด้านสังคมและด้านจิตวิทยา พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวแปร มีค่า Tolerance > .02 และมีค่า VIF แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน นั่นคือตัวแปรมีความเป็นอิสระต่อกัน สามารถนำไปใช้ทดสอบสมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุได้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินของนักกีฬาที่เข้าร่วมงานกีฬามหาวิทยาลัยในงานราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์ โดยมีตัวแปรต้น คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยด้านจิตวิทยา ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจใช้จ่ายเงินของนักกีฬา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม แสดงได้ดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	226	58.70
หญิง	159	41.30
รวม	**385**	**100.00**
2. อายุ		
ต่ำกว่า 18 ปี	4	1.00
18 – 20 ปี	276	72.70
21 – 30 ปี	100	26.00
ตั้งแต่ 31 ปีขึ้นไป	5	1.30
รวม	**385**	**100.00**
3. ชั้นปี		
ชั้นปีที่ 1	84	21.80
ชั้นปีที่ 2	97	25.20
ชั้นปีที่ 3	134	34.80
ชั้นปีที่ 4	57	14.80
ตั้งแต่ชั้นปีที่ 4 ขึ้นไป	13	3.40
รวม	**385**	**100.00**
4. รายได้		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	113	29.35
5,000 – 10,000	199	51.68
ตั้งแต่ 10,001 บาทขึ้นไป	73	18.96
รวม	**385**	**100.00**
5. เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าจังหวัดอุบลราชธานี (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
เป็นสินค้าและบริการที่ต้องการ	139	36.10
ซื้อเป็นของฝาก	218	56.60
ซื้อตามเพื่อน	155	40.30
มีราคาที่น่าสนใจ	81	21.00
6. ค่าใช้จ่ายส่วนตัวที่ใช้ในการมาแข่งขันกีฬา		
ต่ำกว่า 1,000 บาท	95	24.67
1,000 – 3,500 บาท	153	39.74
3,501 – 7,000 บาท	123	31.95
ตั้งแต่ 7,001 บาทขึ้นไป	14	3.63
รวม	**385**	**100.00**

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุของปัจจัยด้านสังคมที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายเงินของนักกีฬาในการแข่งขันกีฬางานราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์ โดยวิธี Enter แสดงในตารางที่ 2 และการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุของปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายเงินของนักกีฬาในการแข่งขันกีฬางานราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์ โดยวิธี Enter แสดงในตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 2 ตารางการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุของปัจจัยด้านสังคมที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายเงินของนักกีฬาในการแข่งขัน

ตัวแปร	Coefficients	Std. Error	t
ค่าคงที่	.559	.115	4.865**
อิทธิพลส่วนบุคคล	.221	.050	4.454**
อิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิง	.342	.047	7.198**
อิทธิพลจากครอบครัว	.153	.038	3.994**
อิทธิพลจากชั้นทางสังคม	.112	.046	2.445*
อิทธิพลจากกลุ่มวัฒนธรรม	.078	.043	1.805
R^2 = 0.642, F = 135.843, Sig. = 0.000			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านอิทธิพลส่วนบุคคล อิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิง อิทธิพลจากครอบครัวและอิทธิพลจากชั้นทางสังคม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมใช้จ่ายของนักกีฬา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ และมีค่า R^2 = 0.642 อธิบายได้ว่า ตัวแปรอิสระ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยทั้ง 4 ด้านมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามซึ่งได้แก่พฤติกรรมใช้จ่ายของนักกีฬา ร้อยละ 64.2 ส่วนอีกร้อยละ 35.8 จะเป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในตัวแบบ

เมื่อทำการการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุ โดยวิธี Enter พบว่า ปัจจัยด้านอิทธิพลส่วนบุคคล อิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิง อิทธิพลจากครอบครัว และอิทธิพลจากชั้นทางสังคม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมใช้จ่ายของนักกีฬา โดยมีตัวแบบดังสมการต่อไปนี้

พฤติกรรมใช้จ่ายของนักกีฬา = .559 + .221 (อิทธิพลส่วนบุคคล) +.342 (อิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิง) +.153 (อิทธิพลจากครอบครัว) +.112 (อิทธิพลจากชั้นทางสังคม)

ตารางที่ 3 ตารางการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุของปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายเงินของนักกีฬาในการแข่งขันกีฬางานราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์ โดยวิธี Enter

ตัวแปร	Coefficients	Std. Error	t
ค่าคงที่	.278	.107	2.597*
การจูงใจ	.012	.041	.282
การรับรู้	.172	.050	3.470**
การเรียนรู้	.197	.059	3.321**
บุคลิกภาพ	.135	.045	2.976*
ความเชื่อและค่านิยม	.026	.048	.548
ทัศนคติ	.133	.045	2.931*
วิถีการดำรงชีวิต	.325	.047	6.948**
R^2 = 0.741, F = 153.733, Sig. = 0.000			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ ทัศนคติ และวิถีการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมใช้จ่ายของนักกีฬา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 และ .01 ตามลำดับ และมีค่า R^2 = 0.741 อธิบายได้ว่า ตัวแปรอิสระ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยทั้ง 5 ด้านมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามซึ่งได้แก่พฤติกรรมใช้จ่ายของนักกีฬา ร้อยละ 74.1 ส่วนอีกร้อยละ 25.9 จะเป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในตัวแบบ

เมื่อทำการการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุ โดยวิธี Enter พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ ทัศนคติและวิถีการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมใช้จ่ายของนักกีฬา โดยมีตัวแบบดังสมการต่อไปนี้

พฤติกรรมใช้จ่ายของนักกีฬา = .278 + .172 (ด้านการรับรู้) +.197 (ด้านการเรียนรู้)
+.135 (ด้านบุคลิกภาพ) +.133 (ด้านทัศนคติ)
+ .325 (ด้านวิถีการดำเนินชีวิต)

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยด้านสังคมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินของนักกีฬาในการแข่งขันกีฬางานราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์ คือ อิทธิพลส่วนบุคคล อิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิง อิทธิพลจากครอบครัว อิทธิพลจากชั้นทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ และค่าการพยากรณ์ .642 ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินของนักกีฬาในการแข่งขันกีฬางานราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์ คือ ด้านการรับรู้ ด้านการเรียนรู้ ด้านบุคลิกภาพ ด้านทัศนคติ ด้านวิถีการดำเนินชีวิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ และค่าการพยากรณ์ .741

อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยด้านสังคมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินของนักกีฬาในการแข่งขันกีฬางานราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์คือ อิทธิพลส่วนบุคคล อิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิง อิทธิพลจากครอบครัว อิทธิพลจากชั้นทางสังคม ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินของนักกีฬาในการแข่งขันกีฬางานราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์คือ ด้านการรับรู้ ด้านการเรียนรู้ ด้านบุคลิกภาพ ด้านทัศนคติ ด้านวิถีการดำเนินชีวิต ในขณะที่ชนันรัตน์ จิตรสุนทรวงศ์ (2560) ได้ศึกษาพบว่าปัจจัยจิตวิทยาด้านการเรียนรู้และด้านทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินในภาพรวม การศึกษาของภัทรพร กิจชัยนุกูล (2556) พบว่าปัจจัยด้านอิทธิพลบุคคลไม่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายใด ๆ ด้านกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในหมวดค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล ด้านครอบครัวมีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายหมวดเวชภัณฑ์และค่าตรวจรักษาพยาบาล และหมวดค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับอุปโภคบริโภค ด้านชั้นทางสังคมมีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายหมวดเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์และยาสูบ ด้านกลุ่มวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายหมวดอาหารและเครื่องดื่ม

นอกจากนี้การศึกษาของพัชรี สารวิโรจน์ (2553) พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของนักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ได้แก่ อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน ค่านิยมในแฟชั่น ค่าใช้จ่ายส่วนตัวต่อเดือน คณะที่เรียน การอบรมเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตย และค่านิยมในการดำรงชีวิตแบบเรียบง่ายและประหยัด โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของนักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาได้ร้อยละ 32.1 ส่วนการศึกษาของอภิชญา จิ๋วพัฒนกุล วรางคณา อดิศรประเสริฐ และศุภิณญา ญาณสมบูรณ์ (2554) พบว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรมในเรื่องความมีระเบียบวินัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้สูงอายุในด้านค่าใช้จ่ายเพื่อการดำรงชีวิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบว่า ปัจจัยภายนอกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้สูงอายุในด้านค่าใช้จ่ายเพื่อการดำรงชีวิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พฤติกรรมการออมของผู้สูงอายุในด้านมูลค่าการออมในรูปสินทรัพย์ถาวรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายในด้านค่าใช้จ่ายเพื่อการดำรงชีวิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพฤติกรรมการออมของผู้สูงอายุในด้านมูลค่าการออมในรูปสินทรัพย์ทางการเงินในระบบและนอกระบบมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายทั้งในด้านค่าใช้จ่ายเพื่อการดำรงชีวิตและค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง/พักผ่อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากผลการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเห็นถึงความสอดคล้องและความแตกต่างกันของปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของตัวอย่างที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งมีบริบทที่แตกต่างกัน ดังนั้นการกำหนดตัวแปรต้นของพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของประชากร เพื่อให้เกิดผลลัทธ์ที่ต้องการควรทำการศึกษาในแต่ละสภาพแวดล้อมซึ่งอาจได้ผลที่แตกต่างกันออกไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการที่การตัดสินใจใช้จ่ายเงินของนักกีฬาได้รับอิทธิพลจากลุ่มอ้างอิง ซึ่งเป็นการซื้อสินค้าตามแบบดารานักกีฬาที่ชื่นชอบ หรือกลุ่มเพื่อนร่วมอาชีพเดียวกัน ดังนั้นหากต้องการปรับพฤติกรรมด้านการใช้จ่ายของนักกีฬาโดยคำนึงถึงปัจจัยด้านสังคม จึงสามารถทำได้โดยการใช้กลุ่มอ้างอิงเป็นต้นแบบให้เกิดพฤติกรรมที่คาดหวังได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. จากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มนักศึกษาที่เป็นนักกีฬาที่เข้าร่วมในการแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัย การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยจะทำให้ได้ข้อค้นพบที่กว้างมากขึ้น อันจะนำไปสู่ความเข้าใจถึงสภาพและปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อหาแนวทางในการส่งเสริมให้เกิดการตัดสินใจใช้จ่ายที่ดีต่อไป

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ทำให้ได้ข้อมูลตามกรอบแนวคิดในการวัดตัวแปรเป็นไปตามแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การวิจัยครั้งต่อไปควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่กับการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อทำให้ได้ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ซึ่งจะทำให้เห็นสภาพและปัญหาของการตัดสินใจใช้จ่ายเงินของนักศึกษาได้มากกว่าการใช้แบบสอบถามปลายปิด

เอกสารอ้างอิง

ชนันรัตน์ จิตรสุนทรวงศ์. **การตัดสินใจใช้จ่ายเงินของชาวเมียนมาที่เข้ามาทำงานในเขตจอมทอง จังหวัดกรุงเทพมหานคร.** การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม, 2560.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. **รายงานผลการสำรวจทักษะทางการเงินของไทยปี 2559,** กรุงเทพ: ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560.

แบรนด์ บัฟเฟ่ท์. **สุขภาพการเงินคนไทยป่วยขั้นวิกฤต แถมเปย์ค่าหวย เหล้า บุหรี่ มากกว่าใช้จ่ายเพื่อการศึกษา.** (ออนไลน์) 2560 อ้างเมื่อ (31 มกราคม 2562). จาก https://www.brandbuffet.in.th/2018/06/tmb-consumer-insight-financial-and-saving-thai-behavior/

ปราณี เอี่ยมลออภักดี. **การบริหารการตลาด.** กรุงเทพฯ: ธนาเพรส, 2551.

พัชรี สารวิโรจน์. **พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของนักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2553.

พูนผล อินทรสกุล. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษา โครงการเงินกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ระดับอาชีวศึกษาของนักศึกษาวิทยาลัยเทคนิคพะเยา.** การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 2550.

ภัทรพร กิจชัยนุกูล. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายของประชาชนในกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2556.

รณชัย ตันตระกูล. **การบริหารจัดการการตลาด.** กรุงเทพฯ: ซีเคแอนด์เอสโฟโต้สนูดิโอ, 2553.

อภิชญา จิ๋วพัฒนกุล วรางคณา อดิศรประเสริฐ และศุภิณญา ญาณสมบูรณ์. “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมและการใช้จ่ายของผู้สูงอายุ,” **วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์).** 3, 6 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2554): 178-194.