

อาจารย์ ดร.นราเขต ยิ้มสุข
อาจารย์ประจำ คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อุไรวรรณ รุ่งไธญ
นักวิจัย สถาบันเสริมศึกษาและทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

บทความวิจัย

การเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคแบบพอเพียงของแรงงานต่างเจนนอรัชน ในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร

บทคัดย่อ

การเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคแบบพอเพียงของแรงงานต่างเจนนอรัชนในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของแรงงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมนวนครต่างเจนนอรัชน ปี เอ็กซ์ และวาย ต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบพอเพียง การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ด้วยการหาความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล ส่วนพฤติกรรมการบริโภคแบบพอเพียง ใช้ F-test ทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.70 ส่วนใหญ่เป็นเจนนอรัชนเอ็กซ์ ร้อยละ 43.00 รองลงมา ได้แก่ เจนนอรัชนวาย ร้อยละ 36.50 และเจนนอรัชนปี ร้อยละ 21.50 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 54.20 กิจกรรมยามว่างของเจนนอรัชนปีและเอ็กซ์ส่วนใหญ่ คือ ดูโทรทัศน์ อยู่บ้านนอนพักผ่อน ร้อยละ 80.23 และ 52.15 ตามลำดับ ส่วนเจนนอรัชนวายส่วนใหญ่มีกิจกรรมยามว่าง คือ ดูหนัง ฟังเพลง ร้อยละ 58.22

ระดับพฤติกรรมการบริโภคแบบพอเพียงของแรงงานในนิคมอุตสาหกรรมนวนครอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบ พบว่า ไม่ตามกระแส มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การรู้คุณค่าทรัพย์สินและจากผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า แรงงานในนิคมอุตสาหกรรมนวนครที่มีเจนนอรัชนแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคแบบพอเพียงแตกต่างกัน โดยที่เจนนอรัชนปีมีพฤติกรรมการบริโภคแบบพอเพียงมากกว่าเจนนอรัชนเอ็กซ์และวาย ดังนั้น ผู้ควบคุมนโยบายภาครัฐควรส่งเสริมให้มีการผลิต เนื้อหาที่บรรจุหลักเศรษฐกิจพอเพียงในรูปแบบที่หลากหลาย สามารถนำเสนอให้เข้าใจได้อย่างง่ายดาย และชวนให้ติดตามอย่างต่อเนื่อง ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ และสื่อโทรทัศน์ อีกทั้งฝ่ายทรัพยากรบุคคลขององค์การควรดำเนินการจัดกิจกรรม การรณรงค์ พร้อมทั้งการสร้างต้นแบบบุคลากรด้านการพอเพียงเพื่อเป็นปัจจัยกระตุ้นให้พนักงานปฏิบัติตาม

คำสำคัญ : พฤติกรรมการบริโภคแบบพอเพียง, แรงงาน, เจนนอรัชน, นิคมอุตสาหกรรมนวนคร

A comparison of Workers of Different Generations on Sufficient Consumption Behavior in Navanakorn Industrial Estate

Abstract

The objective of the research was to compare the differences between workers of Generations B, X and Y regarding sufficient consumption behaviors. Data was captured from questionnaire. And analyzed using statistical tools of percentage, mean, and standard deviation regarding sufficient consumption behavior while the hypothesis was tested by the F-test.

The findings on personal data showed that the majority of the sample were female (56.7%). Forty three percent were Generation X, meanwhile the rest were Generation Y and Generation B (36.5% and 21.5%, respectively). Most of them worked in the electronic industry (54.2%). The leisure activities of Generations B and X were watching television and resting at home (80.23% and 52.15 respectively). While those of most of the Generation Y (58.22%) were watching movies and listening to music.

The sufficient consumption behaviors of workers in Navanakorn Industrial Estate were at a moderate level. The investigation of each component of the sufficient consumption behavior reveals that non-fashionable style were at the highest average value, followed by appreciation of asset. The testing of the hypothesis reveals that workers with different generations had different patterns of sufficient consumption behaviors. Generation B particularly exercised more sufficient consumption behavior than Generation X and Generation Y. Therefore, public sector should be support the creative several contents about sufficient consumption behaviors thru social media and private sector (HR) should be create activities or campaign to motivating sufficient consumption behaviors of workers.

Keywords : Sufficient Consumption Behavior, Workers, Generations, Navanakorn Industrial Estate

บทนำ

กระแสโลกาภิวัตน์สร้างกระบวนการเปลี่ยนแปลงต่อระบบโลกทั้งระบบ โดยการเปลี่ยนแปลงในระบบดังกล่าวส่งผลทั้งต่อด้านบวกและด้านลบที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ของระบบสังคมโลกไว้ ดังนั้น การไร้พรมแดนที่เกิดขึ้น ทั้งในระบบข้อมูลข่าวสาร ความรู้ และการพัฒนาศักยภาพของคนนั้น โลกไร้พรมแดนจึงเป็นการที่ทำให้ทุกคนเกิดความตระหนักและมองถึงเป้าหมายการพัฒนาาร่วมกันทั้งในระดับโลก สังคม และระบบอื่นๆ ร่วมกัน บนพื้นฐานความซับซ้อนจะมีการออกแบบอย่างไรให้เกิดการพัฒนาขึ้นอย่างยั่งยืน (พิชัย วาศนาสง, 2549, น.11) เมื่อพิจารณาจากปรากฏการณ์สำคัญในการพัฒนาของโลกาภิวัตน์แล้ว มีฐานจากเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นพลังขับเคลื่อนสังคม ทำให้เกิดการไหลของข้อมูลข่าวสารจากพื้นที่หนึ่งไปยังพื้นที่หนึ่งด้วยความรวดเร็ว ด้วยพลังของข้อมูลข่าวสารเมื่อมองในมุมมิติเชิงเศรษฐกิจ นอกจากนี้ โลกาภิวัตน์ยังหมายถึงความสำคัญของระบบทุนนิยม การค้าเสรี การแบ่งงานกันทำในระดับสากล โลกาภิวัตน์นั้นยังเชื่อมโยงถึงวัฒนธรรมการบริโภคของผู้คนจากที่หนึ่งสู่ที่หนึ่งอีกด้วย ผ่านกระบวนการสำคัญการครอบโลกทางวัฒนธรรม เนื่องจากระบบสื่อสารไร้พรมแดนก่อให้เกิดระบบชุมชนโลกทุกเหตุการณ์สามารถเคลื่อนและสิ้นไหลอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดการครอบโลกทางวัฒนธรรม อิทธิพลของวัฒนธรรมและอำนาจของเศรษฐกิจจากประเทศที่พัฒนาแล้วได้ไหลป่าเข้าสู่ประเทศอื่นอย่างรุนแรง ก่อให้เกิดกระแสวัฒนธรรมโลก (Neo - Westernization) ครอบงำทางความคิด การมองโลก การแต่งกาย การบริโภคนิยม (อารีย์ นัยพินิจ, 2556)

กระแสโลกาภิวัตน์และวัฒนธรรมโลกที่เข้ามาในประเทศไทยส่งผลต่อวิถีชีวิตคนไทยทั้งระดับครอบครัว ชุมชน และประเทศ ทำให้ผู้คนมุ่งแสวงหาความสุขส่วนตัวมากกว่าการคำนึงถึงผลประโยชน์ของส่วนรวม สังคมเกิดภาวะต่างคนต่างอยู่ รูปแบบพฤติกรรมการบริโภคที่บ่งบอกตัวตนที่สูงขึ้นและเปลี่ยนแปลงไป ส่งผลประเด็นทางสังคมอื่นๆ

ตามมา เช่น พฤติกรรมการบริโภคเกินความจำเป็น การบ่งบอกสถานะทางสังคมผ่านรูปแบบการใช้ชีวิตหรือการใช้จ่ายเงินเพื่อแสวงหาความสุขเป็นหลัก เปลี่ยนจากการประหยัดอดออมและความรู้สึก “พอเพียง” ในการดำรงชีวิตและการเกิดความสมดุลในชีวิตที่เป็นพื้นฐานเศรษฐกิจแนวพุทธของไทยมาอย่างช้านาน

กระแสการบริโภคนิยมที่เข้ามามีบทบาทผ่านกระแสโลกาภิวัตน์นั้น มีปรากฏการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในสังคมไทยคือ การพัฒนากรอบคิดเศรษฐกิจพอเพียง “...ความพอเพียงนี้ ก็แปลว่าความพอประมาณและความมีเหตุผล” พระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มหิตลาธิเบศรรามาธิบดี จักรีนฤพดินทร สยามินทราธิราช บรมนาถบพิตร เรื่อง เศรษฐกิจพอเพียง วันศุกร์ที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2541 (กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.), 2551, น. 164) ช่างต้นแสดงว่า พฤติกรรมที่พอเพียงมีองค์ประกอบในขั้นพื้นฐานอย่างน้อยสองประการ ประการแรก ได้แก่ ความพอประมาณ กล่าวคือ บุคคลจักต้อง “รู้จักพอ” ซึ่งในที่นี้จะขอตีความอย่างแคบว่าหมายถึง ความพอในการบริโภค (ซึ่งจะมีนัยต่อไปถึงความพอในการถือครองทรัพย์สิน) อีกประการหนึ่งคือความมีเหตุผล กล่าวคือ บุคคลต้องตัดสินใจในทางเศรษฐกิจอย่างมีเหตุมีผล (สมชัย จิตสุชน, 2543, น.3) ดังนั้น การใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางในการดำรงชีวิต คือทางเลือกของคนและกลุ่มคนจำนวนหนึ่งในการดำเนินชีวิตและดำเนินกิจกรรมทางด้านเศรษฐกิจ เพื่อปรับตัวให้สามารถอยู่รอดในสภาพเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันได้อย่างมีความสุขตามอัตภาพ

ในช่วงวัยหรือยุคสมัยหรือเจนเนอเรชัน (Generation) หมายถึง กลุ่มคนที่มีอายุรุ่นราวคราวเดียวกัน โดยกลุ่มยุคสมัยหรือเจนเนอเรชันถูกมองว่ามีอิทธิพลที่สำคัญต่อพฤติกรรมการบริโภค สำหรับการแบ่งทั่วไปมีอยู่ 3 กลุ่ม ยุคสมัย ประกอบด้วย 1) เจนเนอเรชันบี ที่อยู่ในช่วงวัยแรงงาน และยังไม่เกษียณจากการทำงาน เกิดในปี พ.ศ. 2498-2507 เป็นผู้มีควมรักดีต่อองค์การของตนเองสูงกว่ากลุ่มอื่น หาก

กำลังทำงานอยู่ก็กำลังสะสมเงินเพื่อใช้ชีวิตในบ้านปลายอย่างมีความสุข สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตามใจปรารถนา หากเกษียณจากทำงานแล้วก็เป็นผู้บริโภคร่วมจะซื้อสินค้าตามความต้องการของตน มีทัศนคติที่ดีต่อการซื้อจับจ่ายใช้สอยสินค้าเพื่อตัวเองและบุคคลใกล้ชิด รู้คุณค่าของเงิน ตั้งใจทำงานและมุ่งมั่นเพื่อสร้างฐานะให้กับครอบครัว (เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล, 2551) 2) กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ คือแรงงานที่เกิดในปี พ.ศ. 2508-2522 ให้ความสำคัญกับเรื่องความสมดุลระหว่างงานกับครอบครัว (Work-life Balance) มีแนวคิดและการทำงานในลักษณะรู้ทุกอย่างทำทุกอย่างได้เพียงลำพัง ไม่พึ่งพาใคร มีความคิดเปิดกว้าง พร้อมรับฟังข้อติติง เพื่อการปรับปรุงและพัฒนาตนเอง การทำงานเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์เป็นกลุ่มที่มีความตั้งใจและความทะเยอทะยาน เพราะเกิดมาในยุคที่การแข่งขันสูง แต่รู้จักจัดสรรเวลาทำงานและเวลาพักผ่อนให้คล่องตัว ในด้านการใช้จ่าย มีความรอบคอบในการใช้จ่ายและมีการวางแผนทางการเงินเป็นอย่างดี เรียกว่าเป็นกลุ่มที่ใช้เงินเป็น อะไรที่ไม่จำเป็นจริงๆ ก็ไม่ซื้อ แต่อะไรที่จำเป็น ถึงจะแพงแค่ไหน ก็ควักตังค์จ่ายได้โดยไม่ลังเล (รัชฎา อธิสนธิสกุล และอ้อยอุมมา รุ่งเรือง, 2548) 3) กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย แรงงานที่เกิดในปี พ.ศ. 2523-2543 เป็นกลุ่มที่มีลักษณะที่แตกต่างจากกลุ่มอื่น ชั่ววาล ทัดศิวัช (2553) กล่าวถึง คนยุคสมัยนี้ว่า เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่แตกต่างกับยุคสมัยอื่นอย่างมาก ถือว่าเป็นผู้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจทั้งในแง่ผู้ผลิตและผู้บริโภค เจนเนอเรชั่นวายเติบโตมาในยุคของการเปลี่ยนแปลงอย่างมากของสภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง รวมทั้งเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า เป็นวัยที่เพิ่งเริ่มเข้าสู่วัยทำงาน มีลักษณะนิสัยชอบแสดงออก มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่ชอบอยู่ในกรอบและไม่ชอบเงื่อนไข เจนเนอเรชั่นวายเป็นคนทันสมัย ไม่ตกยุคและมักเบื่อง่าย เป็นกลุ่มคนที่ทันสมัย ทันเทคโนโลยี

จากสภาพการทำงานในโลกปัจจุบันที่มีความเครียดจากการทำงาน แรงงานจำนวนมากต้องทำงานล่วงเวลาเพื่อให้ได้ค่าแรงงานที่เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับแรงงานส่วนใหญ่

ในเขตอุตสาหกรรมเป็นผู้ที่ต้องย้ายถิ่นฐานมาจากต่างจังหวัดเพื่อเข้ามาทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม ทำให้เกิดความรู้สึกโดดเดี่ยวจากการห่างไกลจากครอบครัวของตน บังคับต่างๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลให้แรงงานมีรูปแบบการดำรงชีวิตในเมืองเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน สนทนา บางบ่อ (2552) กล่าวถึงวิถีชีวิตของแรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมว่า มีวิถีชีวิตของคนในสังคมเมืองที่หนีไม่พ้นเรื่องความบันเทิงที่พอให้ช่วยผ่อนคลาย และสถานที่ที่รวบรวมความบันเทิงราคาย่อมเยาสำหรับแรงงานคงหนีไม่พ้นห้างสรรพสินค้าที่เป็นแหล่งรวมความบันเทิง ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ที่เย็นสบาย หนังสืง ร้านอาหาร หรือเสื้อผ้าที่ทันสมัย แรงงานมีแนวโน้มที่ถูกรับชมโฆษณาชักจูงให้บริโภค ซึ่งเราเคยได้ยินว่าการบริโภคคือหนทางสู่การพักผ่อนหย่อนใจและการหาความสุข ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการบริโภคเกี่ยวข้องกับอารมณ์มากกว่าเหตุผล สอดคล้องกับ วนิดา โชคปลอด (2554) ได้ทำการศึกษาการก่อหนี้ของระบบของแรงงานโรงงานอุตสาหกรรมแห่งหนึ่งพบว่า พฤติกรรมในการไม่มีวินัยใช้เงิน การใช้จ่ายอย่างฟุ่มเฟือย และใช้จ่ายไปกับการเที่ยว ดื่มกิน รวมถึงการเสี่ยงโชคลุ้นรับรางวัลต่างๆ เป็นหนึ่งในพฤติกรรมสำคัญที่เกิดความไม่พอเพียงและก่อหนี้ นอกจากนี้ในงานวิจัยของ จุฑามาศ แก้วพิจิตร (2552) ที่ได้สำรวจพฤติกรรมการใช้จ่ายของแรงงานโรงงานอุตสาหกรรมแห่งหนึ่งพบว่า แรงงานส่วนใหญ่ (ร้อยละ 43) มีรายจ่ายมากกว่ารายรับ และมีวิธีการแก้ปัญหาโดยการกู้ยืมและวิธีการแก้ไขมากกว่า 1 วิธีการ เช่น จำนำ ใ้บัตรเครดิตกดเงินสดมาใช้ ดังนั้น จะเห็นได้ว่าจากงานวิจัยส่วนใหญ่ที่ได้ศึกษาแรงงานโรงงานอุตสาหกรรมส่วนใหญ่มีแนวโน้มในการบริโภคอย่างไม่พอเพียง พฤติกรรมร่วมคือพฤติกรรมการบริโภค โดยส่วนใหญ่เน้นพฤติกรรมการบริโภคที่แสดงออกคือการบริโภคนิยม ด้วยเหตุผลประการสำคัญคือการสะท้อนการพักผ่อน การมุ่งแสวงหาความสุขที่เกิดขึ้นเพื่อชดเชยจากการทำงาน

ภายใต้กระแสการบริโภคนิยมในปัจจุบันและภาวะหนี้สินของแรงงานส่งผลให้การบริโภคอย่างพอเพียงจะเป็น

แนวทางสำคัญของการอยู่รอด จึงเป็นที่น่าสนใจว่าแรงงานแต่ละกลุ่มเงินเนอเรชั่นนั้นมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคแบบพอเพียงมากน้อยเพียงใดและมีพฤติกรรมแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของเงินเนอเรชั่นต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคแบบพอเพียงของแรงงานในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร เพื่อเข้าใจในความแตกต่างของพฤติกรรมในแต่ละกลุ่มยุคสมัยต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคแบบพอเพียง โดยบริษัทที่สำคัญของนิคมอุตสาหกรรมนวนคร เนื่องจากเป็นบริษัทที่ประกอบกิจการทางด้านเขตอุตสาหกรรมแห่งแรกของประเทศไทย บริษัท นวนคร จำกัด เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2514 และเป็นหนึ่งในบริษัทที่ดำเนินการมาเป็นเวลายาวนานกว่า 41 ปี ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (The Stock Exchange of Thailand, SET) เป็นบริษัทมหาชน เมื่อปี 2545 มีบริษัทรวมกันอยู่ภายในโครงการมากกว่า 200 บริษัท ไม่ว่าจะเป็นญี่ปุ่น สิงคโปร์ ไต้หวัน สหรัฐอเมริกา และอื่นๆ โดยธุรกิจส่วนใหญ่ในเขตอุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ อุตสาหกรรมอาหาร และอุตสาหกรรมสนับสนุน และนวนครเป็นแหล่งรวมแรงงานฝีมือจำนวนมาก

ดังนั้น การศึกษานี้จึงเป็นเสมือนการศึกษานำร่อง (Pilot Study) นำมาสู่แนวทางการเข้าใจพฤติกรรมกรรมการบริโภคของแต่ละกลุ่มเงินเนอเรชั่น และพัฒนาสู่แนวทางการปรับพฤติกรรมกรรมการบริโภคแบบพอเพียง ขยายผลสู่เขตส่งเสริมอุตสาหกรรมอื่นๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของแรงงานในนิคมอุตสาหกรรมนวนครต่างเงินเนอเรชั่น ปี เอ็กซ์ และวัยต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคแบบพอเพียง

สมมติฐานของการวิจัย

เงินเนอเรชั่นที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคแบบพอเพียงแตกต่างกัน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. พฤติกรรมกรรมการบริโภคแบบพอเพียง

พฤติกรรมกรรมการบริโภคแบบพอเพียง หมายถึงพฤติกรรมการใช้จ่ายสินค้าและบริการตามความเหมาะสมกับศักยภาพของตนเอง ไม่ใช่จ่ายจนเกินตัว ผ่านการวางแผนและบริหารการใช้จ่ายอย่างรู้คุณค่า และคำนึงถึงคุณภาพและประโยชน์มากกว่าตราสินค้าเป็นสำคัญ (นราเขต ยิ้มสุข, 2557) พฤติกรรมกรรมการบริโภคแบบพอเพียง ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 5 องค์ประกอบดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 การรู้คุณค่าของทรัพย์สิน เป็นการใช้ประโยชน์จากสินค้าและบริการที่ตนเองเลือกซื้อให้ได้ประโยชน์สูงสุด และการดูแลรักษาเพื่อให้ใช้อย่างยาวนาน (สิระยา สัมมาวาจ, 2546 ; กิ่งอ้อ มะลินิล, 2552 ; ปริญญา พินุลสรารูธ, 2552)

องค์ประกอบที่ 2 การค้นหาข้อมูล หมายถึง การแสวงหารายละเอียดของสินค้าหรือบริการเพื่อนำมาประเมินทางเลือกก่อนตัดสินใจ (Schiffman and Kanuk, 2007 ; Solomon, 2007 ; Blackwell, Miniard, and Engel, 2006 ; ระวีวรรณ ธรณี และคณะ, 2551)

องค์ประกอบที่ 3 การเปรียบเทียบ เป็นการให้ความสำคัญกับการเทียบเคียงคุณลักษณะของสินค้า และความคุ้มค่าในการตัดสินใจซื้อ (ธงชัย สันติวงษ์, 2549 ; มัทนี วิเศษสุข, 2550 ; Blackwell, Miniard, and Engel, 2006)

องค์ประกอบที่ 4 การไม่ตามกระแส หมายถึง การเลือกซื้อสินค้าที่เหมาะสมกับตนเอง และไม่เลือกซื้อสินค้าตามกระแสนิยมของสังคม ลักษณะของพฤติกรรมไม่ตามกระแสเป็นการตัดสินใจบริโภคตามความเหมาะสมกับตนเอง ซึ่งต้อง

ซื้อเพราะเป็นความต้องการของตนเองอย่างแท้จริง มิใช่การเลือกซื้อสินค้าตามกระแสนิยมของสังคม (สมชัย จิตสุชน, 2542 ; นพพร จันทรนาชู, 2544 ; สิริยา สัมมาวาจ, 2546 ; ระวีวรรณ ธรณี และคณะ, 2551 ; สุดใจ จงวรกิจวัฒนา, 2551 ; พรชนก ทองลาด, 2553)

องค์ประกอบที่ 5 การบริโภคตามความจำเป็น หมายถึง การเลือกซื้อสินค้าหรือบริการโดยพิจารณาถึงความต้องการจริงในการใช้ประโยชน์และคุณค่าที่ได้รับ รวมถึงการเพิกเฉยต่อสิ่งที่ไม่จำเป็นหรือการเปลี่ยนสิ่งอื่นที่เหมาะสมมากกว่ามาทดแทนกัน (พระไพศาล วิสาโล, 2545 ; อภิชา ที่รักษ์, 2551 ; ระวีวรรณ ธรณี และคณะ, 2551 ; สุเมธ ตันติเวชกุล, 2552)

สรุปได้ว่า ความพอเพียงเป็นรูปแบบปรากฏการณ์ทางสังคม เพื่อสร้างกระบวนการเพื่อต่อต้านกระแสโลกาภิวัตน์ที่เข้ามา โดยการสร้างลักษณะร่วมคือ การนิยามในเรื่องของพิจารณาตามความเหมาะสมกับศักยภาพของตนเอง ไม่ใช่จ่ายจนเกินตัว อาจเป็นเพราะการพิจารณาความเหมาะสมของตนเองนั้นเป็นการประเมินศักยภาพและความพร้อมของตนเองที่จะสามารถมีการบริโภค ส่งผลต่อการวางแผนและบริหารการใช้จ่ายอย่างรู้คุณค่า การบริโภคต้องรู้จักมีการวางแผนการใช้จ่ายที่ให้ความสำคัญกับคุณค่าของสิ่งที่แลกเปลี่ยน การบริโภคที่ไร้การวางแผนจะนำไปสู่การสร้างภาระหนี้สินหรือการล้มละลาย ดังนั้น ความพอเพียงเป็นการคำนึงถึงคุณภาพและประโยชน์มากกว่าราคาสินค้าเป็นสำคัญ โดยตัดสินใจบริโภคโดยคำนึงถึงคุณภาพหรือประโยชน์

2. ลักษณะความแตกต่างของเจนเนอเรชั่น

เจนเนอเรชั่น หมายถึง กลุ่มคนทางสังคมที่มีรุ่นราวคราวเดียวกันผ่านประสบการณ์จากเหตุการณ์สำคัญและสภาพแวดล้อมคล้ายคลึงกัน ทำให้มีความคิด ความรู้สึก และการกระทำไปในทิศทางเดียวกัน เจนเนอเรชั่นนั้นเกี่ยวข้องกับเรื่องของอายุและวิวัฒนาการทางสังคมตามลำดับเวลา ซึ่งนักวิจัยชาวตะวันตกโดยเฉพาะจากประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นกลุ่มแรก ๆ ที่เริ่มให้ความสำคัญเกี่ยวกับแนวคิดเรื่อง

เจนเนอเรชั่น เพราะทำให้สามารถเข้าถึงการเปลี่ยนแปลงของสังคมได้ (Mannheim, 1952, pp. 286-287 อ้างถึงใน ทศนี ศรีกิตติศักดิ์, 2554, น. 12) หรืออาจกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า แนวคิดเกี่ยวกับเจนเนอเรชั่นเป็นสิ่งจำเป็นต่อพื้นฐานความเข้าใจโครงสร้างของสังคมที่มีทั้งความต่อเนื่องและการเปลี่ยนแปลง (Takatoshi, 2004, pp.85 อ้างถึงใน ทศนี ศรีกิตติศักดิ์, 2554, น. 12) ปัจจุบันแรงงานและผู้บริโภคถูกแบ่งแยกออกเป็น 3 เจนเนอเรชั่นสำคัญ เจนเนอเรชั่น บี เอ็กซ์ และ วาย ที่มีความแตกต่างกันอย่างมากทั้งในเรื่องเทคโนโลยี การดำเนินชีวิต และการทำงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.2.1 เจนเนอเรชั่นบี มีชื่อเรียกอื่น เช่น Baby Boomer หรือ Boomer Generation คือ คนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2489 - 2507 เกิดหลังช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 (Hass and Serow, 2002, pp.150) เป็นช่วงที่กระตุ้นให้มีการเกิดมาก ๆ เพื่อทดแทนคนที่เสียชีวิตในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 สาเหตุที่เรียกช่วงเจนเนอเรชั่นนี้ว่า เบบี้บูมเมอร์ สืบเนื่องมาจากช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้เกิดปรากฏการณ์การเกิดของเด็กเป็นจำนวนมาก อันมีสาเหตุมาจากการสูญเสียจำนวนประชากรในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ทำให้ต้องเร่งฟื้นฟูประเทศ และเพิ่มจำนวนประชากรอย่างเร่งด่วนเพื่อพัฒนาประเทศ นอกจากนี้ วิวัฒนาการเรื่องการคุมกำเนิดยังไม่แพร่หลาย จึงทำให้แต่ละครอบครัวจึงมีจำนวนบุตรมาก (เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล, 2552) อยู่ในเวลาที่สังคมไทยส่วนใหญ่ยังเป็นสังคมชนบท เน้นภาคเกษตรกรรม ประชากรไม่หนาแน่นมาก (โครงการสุขภาพคนไทย, 2559) และอยู่ในช่วงที่การเมืองของไทยไม่มีเสถียรภาพ ขาดความมั่นคง เกิดการปฏิวัติ รัฐประหาร มีอัตราการเกิดสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องจากยังไม่มีคุมกำเนิด ขาดการวางแผนครอบครัวและเทคโนโลยีใหม่ทางการแพทย์ (พัชรา โพธิ์ไพฑูริย์ และคณะ, 2559) จากงานวิจัยในซีกโลกตะวันตกยังพบว่า กลุ่มนี้มีคุณลักษณะหรือพฤติกรรมร่วมคือ ความมุ่งมั่นกับการทำงานหนัก และให้ความสำคัญกับผลงาน มีความเคารพและปฏิบัติตามกฎกติกา (Bell & Narz, 2007 อ้างถึงใน พัทธา

โพธิ์โพธิ์ และคณะ, 2559, น.114) กลุ่มเจนเนอเรชั่นบี นับเป็นผู้มีกำลังซื้อกลุ่มใหญ่ที่สุดของการท่องเที่ยวภายในประเทศ มีความคิดที่ว่าการท่องเที่ยวไม่ใช่ความฟุ่มเฟือย แต่เป็นความจำเป็น และยอมจ่ายเพื่อความหรูหรา คนกลุ่มนี้ต้องการมีปฏิสัมพันธ์ทางวัฒนธรรม ประสบการณ์ที่สนุกสนานกับคนในวัยเดียวกันภายใต้ผู้นำที่มีความสามารถ ความพึงพอใจของกลุ่มนี้สามารถวัดได้จากทางกิจกรรมที่ทำหายจิตใจ และหรือทางร่างกาย ไปจนถึงการนอนเฉยๆ ให้คนนอนในสปา คนรุ่นนี้ต้องการข้อมูลที่พร้อมสรรพสำหรับพวกเขา (Marconi, 2001)

2.2.2 เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์มีชื่อเรียกอื่น เช่น Thirteenth, Baby Busters, Lost Generation และ Xers คือ คนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2508 - 2522 เติบโตได้ร่วมเงาอิทธิพลของเจนเนอเรชั่นบี (Casey Carlson & Deloitte & Touche Study, n.d.) เติบโตในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจครอบครัวและสังคมที่ไม่มีความมั่นคง กล่าวคือ เป็นช่วงที่บริษัทลดจำนวนพนักงาน ลดเงินเดือน คนตกงาน เติบโตเพียงลำพัง เนื่องจากพ่อแม่ต้องออกไปทำงาน หรืออยู่ในครอบครัวพ่อแม่เลี้ยงเดี่ยว เนื่องจากมีอัตราการหย่าร้างสูง (Tolbize, 2008) อยู่ในช่วงที่สังคมไทยได้รับการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอก การเปลี่ยนแปลงภายในคือ นโยบายของรัฐบาลที่มุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจ ตั้งแต่มีการเริ่มวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504) ประเทศไทยจึงได้เข้าสู่ภาคอุตสาหกรรม มีการค้าขายระหว่างประเทศเพิ่มมากขึ้น (ญาติา สามารถ, 2558) ความเปลี่ยนแปลงที่สำคัญหนึ่งของประเทศไทยในยุคที่เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ไทยเติบโต คือ การเริ่มได้รับอิทธิพลจากตะวันตก เช่น การมีระบบเคเบิลทีวีที่มีการเผยแพร่รายการจากต่างประเทศ การเข้ามาของร้านอาหารจานด่วน (Fast Food) และร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์เติบโตมาในวัฒนธรรมไทยที่เริ่มมีการเปิดรับต่างชาติมากขึ้น (โครงการสุขภาพคนไทย, 2559) ผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ต้องการให้เข้าถึงด้วยความซื่อสัตย์ และตรงไปตรงมา และคาดหวังกับคำสัญญาของการทำการ

ตลาด คนกลุ่มนี้มีกำลังซื้อและสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีเป็นอย่างดี เป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มชอบไปสังสรรค์ในกลุ่มตัวเอง เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ยังคงเดินทางด้วยเหตุผลทางธุรกิจและมีความต้องการเป็นเอกเทศเฉพาะ ดังนั้น จึงต้องมีกรอบแบบเดียว ที่วีจอบเนน เกมส์คอนโซล (สำหรับพักผ่อน) สัญญาณอินเตอร์เน็ตแบบไร้สายความเร็วสูงสำหรับการทำงานบนโน้ตบุ๊ก เครื่องเล่นดีวีดี ฟิตเนส และย่านธุรกิจที่เปิดตลอด 24 ชั่วโมง กาแฟสด อาหารเช้าเพื่อสุขภาพ คลับมีระดับ ผักบัวหรูหราที่ฉีดน้ำได้แรงๆ และผ้าปูที่นอนที่ทออย่างละเอียด (Marconi, 2001)

2.2.3 เจนเนอเรชั่นวาย เจนเนอเรชั่นวาย มีชื่อเรียกอื่น เช่น Millennial, Nexters, Echo Boomers, Net Generation, Digital Natives, Generation Me, Generation Next และ Millennium Generation คือ คนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523 - 2543 คนกลุ่มนี้เกิดและเติบโตในช่วงที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Nicholas, 2009) และการเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เติบโตมาพร้อมกับคอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ตซึ่งได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของพวกเขา ถูกเลี้ยงดูด้วยความดูแลเอาใจใส่และคุ้มครองเป็นอย่างดี อยู่ในยุคเศรษฐกิจผู้บริโภค (Casey Carlson & Deloitte & Touche Study, n.d.) เจนเนอเรชั่นนี้เกิดในช่วงที่ประเทศไทยยังคงพัฒนาอุตสาหกรรมต่างๆ อย่างต่อเนื่อง สังคมเริ่มเข้าสู่ยุคประชาธิปไตย เป็นช่วงที่มีการเปิดรับอารยธรรมและเทคโนโลยีจากต่างชาติทั้งจากตะวันตกและเอเชีย ผลกระทบจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมนั้น เริ่มปรากฏปัญหาสังคมต่างๆ เช่น โรคเอดส์ อาชญากรรม โสเภณี สิ่งแวดล้อม เป็นต้น ทำให้รัฐบาลตระหนักถึงวิธีการแก้ปัญหาของคนในประเทศ ด้วยการมุ่งเน้นการส่งเสริมด้านการศึกษา ส่งผลให้คนรุ่นหลังมีการศึกษาที่สูงขึ้น (ธรรมรัตน์ อยู่พรต, 2556) สิ่งที่สร้างความเปลี่ยนแปลงต่อประเทศไทยและคนเจนเนอเรชั่นวายอย่างมาก คือการเปิดบริการอินเทอร์เน็ต ในปี 2538 ทำให้รูปแบบการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิง (โครงการสุขภาพคนไทย, 2559) ทั้งนี้ เจนเนอเรชั่นวาย

ต้องการได้รับการยอมรับ มีพฤติกรรมติดเพื่อน รอบรู้และเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยีต่างๆ และต้องการความเป็นอิสระ (เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล, 2552) ผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายจะได้รับอิทธิพลจากพ่อแม่รุ่นเบบี้บูมเมอร์ตั้งแต่ตอนยังเป็นเด็กและยังคงยึดมั่นในแบรนด์นั้นๆ พวกเขาจะมีส่วนร่วมกับแบรนด์ผ่านทางบริษัทที่อยู่เบื้องหลังผลิตภัณฑ์ ซึ่งทำให้คนกลุ่มนี้มีการระลึกถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีนัยสำคัญ คนรุ่นนี้จะชอบแบรนด์ที่เป็นเอกลักษณ์รวมไปถึงเหมาะสมกับตนเองมาก เจนเนอเรชั่นวายมีพฤติกรรมการบริโภคคล้ายกับเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ เช่น การใช้ليبปีเป็นพื้นที่อเนกประสงค์ การเข้าถึงสัญญาณอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย (Marconi, 2001)

สรุปได้ว่า เจนเนอเรชั่นที่ต่างกันนำมาสู่รูปแบบการใช้ชีวิต (Life Style) ที่แตกต่างกันด้วย ทั้งนี้ กระแสโลกาภิวัตน์ส่งผลต่อความคิดและความเชื่อ เป็นสิ่งกำหนดรูปแบบการบริโภค สะท้อนการบริโภคบ่งบอกตัวตน (Self-referencing Consumerism)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรในการศึกษาคั้งนี้เป็นแรงงานในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จำนวน 54,491 คน (ข้อมูลจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม ณ วันที่ 1 พฤษภาคม 2558) จาก 3 เจนเนอเรชั่น ได้แก่ เจนเนอเรชั่นบี คือ แรงงานที่เกิดในปี พ.ศ. 2498 - 2507 (อายุระหว่าง 51 - 60 ปี) เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์คือ แรงงานที่เกิดในปี พ.ศ. 2508 - 2522 (อายุระหว่าง 36 - 50 ปี) และ เจนเนอเรชั่นวาย คือ แรงงานที่เกิดในปี พ.ศ. 2523 - 2543 (อายุระหว่าง 15 - 35 ปี) ใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางสำเร็จของ Krejcie and Morgan (1970) (อ้างถึงใน สมชาย วรกิจเกษมสกุล, 2554, น.175) ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลคั้งนี้คือ 400 คน

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ตามเจนเนอเรชั่นของแรงงานสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า เจนเนอเรชั่นบี มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 21 เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 42 และเจนเนอเรชั่นวาย มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 37 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างจากการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ

เจนเนอเรชั่น	สัดส่วน(%)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
1. เจนเนอเรชั่นบี	21.57	86
2. เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์	41.90	168
3. เจนเนอเรชั่นวาย	36.53	146
รวม	100.00	400

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามพฤติกรรมการบริโภคแบบพอเพียง เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 4 ระดับ จำนวน 20 ข้อ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.856

เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพียงครั้งเดียว (One-shot Case Study) ใช้วิธีการแจกแบบสอบถามแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ตามสัดส่วนจำนวนเงินต่อรายในตารางที่ 1 ให้แก่พนักงานที่ทำงานที่นิคมนวนครในกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ ได้แก่ อิเล็กทรอนิกส์ เคมีภัณฑ์หรือพลาสติก ยานยนต์ โลจิสติกส์ อาหารหรือวัตถุดิบ แม่พิมพ์ และสิ่งทอ

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบ F-test โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การแปลผล ค่าเฉลี่ยจากแบบสอบถาม ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 2.00 คะแนน ถือว่ามีพฤติกรรมการบริโภคแบบพอเพียงอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.01 - 3.00 คะแนน ถือว่าพฤติกรรมการบริโภคแบบพอเพียงอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.01 - 4.00 คะแนน ถือว่าพฤติกรรมการบริโภคแบบพอเพียงอยู่ในระดับมาก

ผลการศึกษา

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่า แรงงานในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.70 เพศชาย ร้อยละ 43.30 โดยเป็น เงินเนอเรชั่นเอ็กซ์ ร้อยละ 43.00 รองลงมา ได้แก่

เงินเนอเรชั่นวาย ร้อยละ 36.50 และเงินเนอเรชั่นบี ร้อยละ 21.50 ตามลำดับ ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 55.20 รองลงมา สถานภาพสมรส ร้อยละ 38.20 และสถานภาพหย่าหรือแยกกันอยู่ ร้อยละ 6.50 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 54.20 รองลงมา อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์หรือพลาสติก ร้อยละ 14.60 อุตสาหกรรมยานยนต์ ร้อยละ 13.60 อุตสาหกรรมโลจิสติกส์ ร้อยละ 8.10 อุตสาหกรรมอาหารหรือวัตถุดิบ ร้อยละ 7.10 อุตสาหกรรมแม่พิมพ์ ร้อยละ 1.50 และอุตสาหกรรมสิ่งทอ ร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีตำแหน่งปฏิบัติการ ร้อยละ 77.40 รองลงมา ตำแหน่งหัวหน้า ร้อยละ 22.60 มีรายได้ต่อเดือนสูงสุด เท่ากับ 100,000 บาทต่อเดือน และรายได้ต่อเดือนต่ำสุด เท่ากับ 7,000 บาท โดยมีค่าเฉลี่ยรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ เท่ากับ 18,044 บาท ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงานสูงสุด เท่ากับ 35 ปี และมีประสบการณ์การทำงานต่ำสุด เท่ากับ 1 ปี โดยมีค่าเฉลี่ยประสบการณ์การทำงานเฉลี่ยประมาณ 11 ปี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแหล่งรายได้จากงานประจำเพียงอย่างเดียว ร้อยละ 91.90 รองลงมา มีแหล่งรายได้จากงานประจำและรายได้เสริมอื่นๆ ร้อยละ 8.10 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีสถานภาพทางเศรษฐกิจรายได้พอดีกับรายจ่าย ร้อยละ 49.60 รองลงมา สถานภาพทางเศรษฐกิจมีเงินเหลือเก็บ ร้อยละ 28.90 สถานภาพทางเศรษฐกิจมีหนี้สินที่สามารถจัดการได้ ร้อยละ 14.20 และสถานภาพทางเศรษฐกิจมีหนี้สินที่ยากต่อการจัดการ ร้อยละ 7.30 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีภูมิลำเนาภาคอีสาน ร้อยละ 33.40 รองลงมา ภาคกลาง ร้อยละ 21.60 กรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 14.10 ภาคใต้ ร้อยละ 13.40 ภาคเหนือ ร้อยละ 12.30 และภาคตะวันออก ร้อยละ 5.10 ตามลำดับ ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการอยู่อาศัยแบบตนเองเป็นผู้เสียค่าใช้จ่ายทั้งหมด ร้อยละ 60.90 รองลงมา มีค่าใช้จ่ายในการอยู่อาศัยแบบอยู่ร่วมกับผู้อื่นโดยแบ่งภาระ

ค่าใช้จ่าย ร้อยละ 24.10 มีค่าใช้จ่ายในการอยู่อาศัยแบบอยู่กับครอบครัว ญาติ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ร้อยละ 9.60 มีค่าใช้จ่ายในการอยู่อาศัยแบบอยู่กับเพื่อน คนรู้จัก โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ร้อยละ 3.00 และมีค่าใช้จ่ายในการอยู่อาศัยแบบบ้านหรือห้องพักรีสตูดิการ์ ร้อยละ 2.30 ตามลำดับ

กิจกรรมยามว่างของกลุ่มตัวอย่างใหญ่ 3 อันดับแรก สำหรับกลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชั่นนี้ มีกิจกรรมยามว่าง คือ ดูโทรทัศน์ อยู่บ้านนอนพักผ่อน ร้อยละ 80.23 รองลงมา คือ Shopping เดินทาง ร้อยละ 37.21 และอ่านหนังสือ ร้อยละ 33.72 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ มีกิจกรรมยามว่าง คือ ดูโทรทัศน์ อยู่บ้านนอนพักผ่อน ร้อยละ 52.15 รองลงมา คือ เล่นเกม เล่นอินเทอร์เน็ต เล่นโทรศัพท์มือถือ คุยโทรศัพท์ Social Network ร้อยละ 30.65 และ ดูหนัง ฟังเพลง ร้อยละ 29.03 และกลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชั่นวาย มีกิจกรรมยามว่าง คือ ดูหนัง ฟังเพลง ร้อยละ 58.22 รองลงมา คือ ดูโทรทัศน์ อยู่บ้านนอนพักผ่อน ร้อยละ 52.74 และ เล่นเกม เล่นอินเทอร์เน็ต เล่นโทรศัพท์มือถือ คุยโทรศัพท์ Social Network ร้อยละ 38.36

2. พฤติกรรมการบริโภคแบบพอเพียงของแรงงานในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับพฤติกรรมการบริโภคแบบพอเพียงของแรงงานในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
การรู้คุณค่าของทรัพย์สิน	2.97	.539	ปานกลาง
การค้นหาข้อมูล	2.92	.530	ปานกลาง
การเปรียบเทียบ	2.93	.488	ปานกลาง
ไม่ตามกระแส	3.03	.534	มาก
การบริโภคตามความจำเป็น	2.96	.579	ปานกลาง
ภาพรวม	2.96	.437	ปานกลาง

จากผลการศึกษาพบว่า ระดับพฤติกรรมการบริโภคแบบพอเพียงของแรงงานในนิคมอุตสาหกรรมนวนครของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคแบบพอเพียงอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.96 เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการบริโภคแบบพอเพียง ไม่ตามกระแส มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 3.03 รองลงมา คือ การรู้คุณค่าทรัพย์สิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 การบริโภคตามความจำเป็น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 การเปรียบเทียบ 2.93 และการค้นหาข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 ตามลำดับ

3. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การทดสอบสมมติฐาน แรงงานในนิคมอุตสาหกรรมนวนครที่มีเงินเดือนแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการบริโภคแบบพอเพียงแตกต่างกัน

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการบริโภคแบบพอเพียงของแรงงานในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จำแนกตามเงินเดือน

แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Squares	ค่า F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2	6.956	3.478	19.901	.000
ภายในกลุ่ม	397	69.384	.175		
รวม	399	76.34			

จากตารางที่ 3 มีค่า F เท่ากับ 19.901 และค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 กล่าวคือ เงินเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการบริโภคแบบพอเพียงแตกต่างกัน จากนั้นจึงทำการทดสอบหาความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบ LSD (Least Significant Difference) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบเชิงพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการบริโภคแบบพอเพียงเป็นรายคู่ จำแนกตามเงินเดือน

เงินเดือน (ค่าเฉลี่ย)	เงินเดือนปี ($\bar{X} = 3.21$)	เงินเดือนเอ็กซ์ ($\bar{X} = 2.93$)	เงินเดือนวาย ($\bar{X} = 2.86$)
เงินเดือนปี ($\bar{X} = 3.21$)	-	.280*	.349*
เงินเดือนเอ็กซ์ ($\bar{X} = 2.93$)	-	-	068
เงินเดือนวาย ($\bar{X} = 2.86$)	-	-	-

* หมายถึง คู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมกรรมการบริโภคแบบพอเพียงของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเจนเนอเรชันแล้ว พบคู่ที่มีค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมกรรมการบริโภคแบบพอเพียง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังต่อไปนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีเจนเนอเรชันบี มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมกรรมการบริโภคแบบพอเพียง ($\bar{X} = 3.21$) มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเจนเนอเรชันเอ็กซ์ ($\bar{X} = 2.93$)

กลุ่มตัวอย่างที่มีเจนเนอเรชันบี มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมกรรมการบริโภคแบบพอเพียง ($\bar{X} = 3.21$) มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเจนเนอเรชันวาย ($\bar{X} = 2.86$)

โดยสรุปแล้ว เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยพฤติกรรมกรรมการบริโภคแบบพอเพียง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเจนเนอเรชันบี มีพฤติกรรมกรรมการบริโภคแบบพอเพียงสูงที่สุด

การอภิปรายผลการวิจัย

ในนิคมอุตสาหกรรมนวนครมีเจนเนอเรชันครบทั้ง 3 เจนเนอเรชัน คือ บี เอ็กซ์ และวาย โดยพบว่ามีความแตกต่างของแรงงานเจนเนอเรชันบีกับเจนเนอเรชันเอ็กซ์และวาย ต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคแบบพอเพียง พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยเจนเนอเรชันบีมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคแบบพอเพียงโดยรวมมากกว่าเจนเนอเรชันเอ็กซ์และวาย ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากเงื่อนไขของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองที่หล่อหลอมประสบการณ์ร่วมกันในช่วงชีวิตที่ผ่านมา ที่เจนเนอเรชันบีมีความแตกต่างกันจากเจนเนอเรชันเอ็กซ์และวาย ส่งผลให้กลุ่มแรงงานเจนเนอเรชันบี มีพฤติกรรมในการบริโภคอย่างพอเพียงแตกต่างกันออกไป หากเราพิจารณาสภาพแวดล้อมปัจจุบัน (Current Conditions) และประสบการณ์กลุ่มร่วมกัน (Cohort Experience) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของแต่ละเจนเนอเรชันตามแนวคิดของ Smith and Clurman (1997) จะพบว่า เจนเนอเรชันบี เกิดในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สองและอยู่ในช่วงที่การเมืองของไทยขาดความมั่นคง เกิดการปฏิวัติ รัฐประหาร บ่อยครั้ง

มีอัตราการเกิดที่สูงขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากยังไม่มีมาตรการคุมกำเนิด การวางแผนครอบครัว หรือเทคโนโลยีใหม่ทางการแพทย์ (พัชรา โพธิ์ไพฑูรย์ และคณะ, 2559) ส่งผลให้ครอบครัวของเจนเนอเรชันบีเป็นครอบครัวขยาย การอบรมเลี้ยงดูในช่วงชีวิตในวัยเด็ก ผู้ปกครองอาจไม่ได้ให้ความสนใจมากนัก ซึ่งเป็นผลมาจากจำนวนบุตรและภาวะทางเศรษฐกิจ สังคมในช่วงก่อนและระหว่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับที่ 1 โดยรวมแล้วเจนเนอเรชันบี สภาพสังคมมีปัจจัยที่กำหนดจากสภาพแวดล้อมทางสังคม (Social Determinant) ระบอบการสะสมทุนยุคหลังฟอर्डมุ่งไปสู่ลัทธิสุข-บริโภคนิยม (Hedonistic Consumerism) แต่ตลาดยังวางกรอบการแลกเปลี่ยนภายใต้สิ่งสร้างทางสถาบันเชิงสังคม (Socio Institutional Constructs) ซึ่งประกอบอยู่ในความสัมพันธ์ทางอำนาจ (Elliott, 2000) ซึ่งเป็นส่วนผสมระหว่างบริบทที่เฟื่องฟูกับการบริโภคที่เหลื่อมล้ำของคนกลุ่มต่างๆ ปัจจัยเชิงโครงสร้างทั้งสภาพประชากรที่เน้นนโยบายการเพิ่มประชากร และปัจจัยทางวัฒนธรรมนำไปสู่สถานการณ์การบริโภคที่อยู่ในระดับเกินกว่าความจำเป็นขั้นพื้นฐานสูงมาก การบริโภคอยู่บนเงื่อนไขของความต้องการที่ถูกเร่งเร้า และถูกผูกขาดโดยกลุ่มผู้ที่มีมั่งคั่งที่สุดในระดับประเทศและระหว่างประเทศ (วรดุลย์ ตูลารักษ์, 2551) ดังนั้น เจนเนอเรชันบีจึงต้องเรียนรู้การใช้ชีวิตด้วยตนเองเป็นหลัก ทำงานหนัก เพื่อที่จะมีรายได้ที่พอเพียงเหมาะสมต่อการบริโภค ซึ่งคุณลักษณะดังกล่าวจากผลการวิจัยพบที่ประชากรในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร โดยงานวิจัยในซีกโลกตะวันตกพบว่า คนกลุ่มนี้มีความมุ่งมั่นกับการทำงานหนักและให้ความสำคัญกับผลงาน มีความเคารพและปฏิบัติตามกฎกติกา (Bell & Narz, 2007) คนรุ่นนี้จึงเป็นคนที่รู้คุณค่าของเงิน ขยันขันแข็งในการทำงาน มุมานะ เพื่อสร้างฐานะให้กับครอบครัว

ขณะที่เจนเนอเรชันเอ็กซ์นั้นเกิดในช่วงที่ประเทศไทยมีการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง การผลิตเพื่อทดแทนสินค้านำเข้าเริ่มอิมตัว ไทยยังเริ่มหามาตรการใหม่ๆ ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจมากขึ้นด้วย โดยมีการวางแผน

พัฒนาเศรษฐกิจตั้งแต่ปี พ.ศ. 2504 ในขณะเดียวกันก็มีความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีทำให้การติดต่อสื่อสารสะดวกมากขึ้น นอกจากนั้นยังเกิดเครื่องมือเครื่องใช้ที่อำนวยความสะดวกมากมาย ซึ่งช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตของแต่ละบุคคล การวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจทำให้ประเทศไทยกลายเป็นระบบเศรษฐกิจแบบเปิดที่มีการติดต่อค้าขายกับต่างประเทศมากขึ้น พึ่งพาเศรษฐกิจโลกหรือที่เรียกว่ายุคโลกาภิวัตน์ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมและวัฒนธรรมของไทย สำหรับเงินเนอเธอร์แลนด์ที่กำลังเข้าสู่ตลาดแรงงานและจะกลายเป็นประชากรหลักในอนาคต คนกลุ่มนี้เกิดในช่วงที่ไทยเริ่มเข้าสู่ยุคประชาธิปไตย มีการพัฒนาสู่อุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่องและเปิดรับอารยธรรมต่างชาติทั้งตะวันตกและเอเชีย ซึ่งมีส่วนทำให้เกิดปัญหาทางสังคม เช่น โรคเอดส์ อาชญากรรม โสเภณี สิ่งแวดล้อม เป็นต้น (ธรรมรัตน์ อยู่พรต, 2556) ทำให้รัฐบาลเร่งส่งเสริมการศึกษาเพื่อเป็นทางออกหนึ่งในการแก้ปัญหา ทำให้คนรุ่นหลังมีการศึกษาที่สูงขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นช่วงที่มีการสื่อสารโทรคมนาคมที่คล่องตัว สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้ตลอดเวลา มีเครื่องมืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่อำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ กล้องดิจิทัล อินเทอร์เน็ต บัตรเครดิต ฯลฯ แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นช่วงที่เกิดวิกฤตการณ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นภาวะเศรษฐกิจฟองสบู่ที่ส่งผลต่อธุรกิจต่างๆ และภัยธรรมชาติที่รุนแรงและคาดไม่ถึง (พัชรา โพธิ์ไพฑูรย์ และคณะ, 2559) ดังนั้น จะเห็นได้ว่าเงื่อนไขการก่อเกิดพฤติกรรมการบริโภคแบบพอเพียงของเงินเนอเธอร์แลนด์นั้นมีความแตกต่างกับเงินเนอเธอร์แลนด์และเงินเนอเธอร์แลนด์ที่มีพฤติกรรมการบริโภคฟุ่มเฟือยมากกว่า จากอิทธิพลกระแสโลกาภิวัตน์ ทำให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง ไม่คุ้มค่า และปริมาณของเสียเพิ่มขึ้น เป็นปัจจัยเสี่ยงที่ทำให้การพัฒนาไม่ยั่งยืน กระแสบริโภคนิยมทำให้มีการใช้ทรัพยากรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการบริโภคจนเกินขีดความสามารถในการฟื้นตัวและรองรับของ

ระบบนิเวศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2553)

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่าเงินเนอเธอร์แลนด์นี้มีพฤติกรรมการบริโภคแบบพอเพียงมากกว่าเงินเนอเธอร์แลนด์อื่นในทุกด้าน และมากกว่าเงินเนอเธอร์แลนด์เกือบทุกด้านยกเว้นด้านการบริโภคตามความจำเป็น ผู้วิจัยมีความเห็นว่าเงินเนอเธอร์แลนด์นี้อาจมีความต้องการในการใช้สินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการในช่วงวัยใกล้เกษียณอายุจากการทำงานเพื่อการผ่อนคลายเป็นหรือพักผ่อนของตนเองจากช่วงเวลาที่ทำมาอย่างยาวนานหลายสิบปี จากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มแรงงานในเงินเนอเธอร์แลนด์มีของแรงงานนิตมอุตสาหกรรมนวนครเน้นกิจกรรมยามว่างคือรูปแบบการพักผ่อนเป็นหลัก ในขณะที่ปัจจุบันนักการตลาดในหลายๆ ประเทศ พุ่งเป้าเน้นทำการตลาดกับกลุ่มเงินเนอเธอร์แลนด์นี้ เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีขนาดใหญ่ มีกำลังซื้อ มีศักยภาพในการบริโภคสินค้า อีกทั้งเป็นผู้บริโภคที่มีทัศนคติที่ดีต่อการซื้อจ่ายใช้สอยสินค้าเพื่อตัวเองและบุคคลใกล้ชิด ผู้บริโภคกลุ่มนี้หากกำลังทำงานอยู่ก็กำลังสะสมเงินเพื่อใช้ชีวิตในวันบั้นปลายอย่างมีความสุข สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตามใจปรารถนา หากเลิกทำงานแล้วก็เป็นผู้บริโภคที่พร้อมจะซื้อสินค้าตามความต้องการของตน (เรวดี วงษ์วัฒน์, 2557, น.12) ทั้งนี้พบว่าในกลุ่มเงินเนอเธอร์แลนด์เช่นเอ็กซ์และวัยนั้น แรงงานนิตมอุตสาหกรรมนวนครเน้นกิจกรรมในการพักผ่อน คือ การเล่น Social Network กิจกรรมพักผ่อนหย่อนใจอื่นๆ เป็นลำดับ มีความสัมพันธ์กับการบริโภคที่เกิดขึ้น

ในปัจจุบันเราจะเห็นได้ชัดเจนว่าแรงงานทั้งสองเงินเนอเธอร์แลนด์มีวิถีชีวิตส่วนใหญ่เป็นไปในแนวทางเดียวกัน มีความเชื่อในเรื่องการทำงานอย่างเต็มที่ เพื่อให้ได้เงินจำนวนมากสำหรับการใช้ชีวิตและซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและสะท้อนความมีตัวตนของตนเองในสังคม นอกจากนั้น การที่แรงงานในปัจจุบันมีค่าแรงขั้นต่ำมากกว่าคนเงินเนอเธอร์แลนด์ในช่วงเริ่มต้นการทำงานระยะแรกอย่างมาส่งผลให้คุณภาพชีวิตและความสามารถในการบริโภคและก่อ

หนังสือยังมีเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยในต่างประเทศของ Marconi (2001) ที่พบว่า เจนเนอเรชันวายมีพฤติกรรมการบริโภคคล้ายกับเจนเนอเรชันเอ็กซ์ซึ่งใกล้เคียงกับกลุ่มคนที่สูงที่สุด พวกเขามีความต้องการคล้ายกัน ภายใต้ทิศทางที่มีการพัฒนาของกระแสโลกาภิวัตน์เข้ามาอย่างต่อเนื่องในสองเจนเนอเรชันดังกล่าว ซึ่งสื่อและภาวะการณัฐของสื่อมีผลสำคัญต่อพฤติกรรมการบริโภคร่วมด้วย ดังสะท้อนได้จากพฤติกรรมของแรงงานในนิคมอุตสาหกรรมนวนครที่ทั้งสองเจนเนอเรชันมุ่งเน้นการเสพสื่อข่าวสารและเทคโนโลยีพร้อมทั้ง Social Media

อย่างไรก็ตาม เจนเนอเรชันเอ็กซ์มีพฤติกรรมการบริโภคแบบพอเพียงในด้านการรู้คุณค่าของทรัพย์สิน และด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่าเจนเนอเรชันวายอย่างมีนัยสำคัญ ผู้วิจัยมองว่าเจนเนอเรชันเอ็กซ์เป็นกลุ่มยุคสมัยที่ต้องการใช้ประโยชน์จากสินค้าหรือบริการนั้นให้เกิดประโยชน์มากที่สุดและการดูแลรักษาเพื่อให้ใช้อย่างยาวนาน อาจเป็นเพราะด้วยอายุในขณะทำวิจัยคือ อายุระหว่าง 36 - 50 ปี ถือว่าเป็นช่วงอายุวัยกลางคนที่มีครอบครัว มักเน้นการใช้สินค้าที่ความคุ้มค่า ยั่งยืนมากกว่ากลุ่มคนเจนเนอเรชันวายซึ่งอยู่ในช่วงวัยหนุ่มสาวที่มีการใช้จ่ายเพื่อความสบายใจของตนเอง สอดคล้องกับที่ Smith and Clurman (1997) ให้ความเห็นว่า ช่วงชีวิต (Life Stage) เป็นจังหวะที่ผู้บริโภคได้เดินทางมาถึง และมีความสำคัญต่อพฤติกรรมการแสดงออกของคนที่มียุคสมัยที่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับการค้นหาข้อมูลที่แรงงานกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์พยายามแสวงหารายละเอียดของสินค้าหรือบริการ เพื่อให้ได้ความแน่ชัดของเกณฑ์และทางเลือกในการตัดสินใจก่อนที่จะทำการบริโภคในสินค้าหรือบริการนั้น ขณะที่กลุ่มแรงงานเจนเนอเรชันวายอาจให้ความสำคัญต่อการหาข้อมูลที่น้อยกว่า และเป็นไปได้ว่าสินค้าหรือบริการที่แรงงานกลุ่มนี้ซื้อหรือใช้อาจมีราคาหรือมีความซับซ้อนที่น้อยกว่ามาก

ดังนั้น แล้วผู้วิจัยจึงเห็นถึงประเด็นสำคัญคือ เจนเนอเรชันมิลเลนเนียลค่อนข้างสูงต่อพฤติกรรมการบริโภคของบุคคล

ทั้งในด้านการทำงานและการเป็นผู้บริโภค การทำความเข้าใจเรื่องความชอบและไม่ชอบของแต่ละเจนเนอเรชันสะท้อนถึงพฤติกรรมการพอเพียง เช่นเดียวกับการดึงดูด ใจผู้บริโภค ทั้งนี้ ในการศึกษาสำคัญคือการเชื่อมโยงให้เห็นแนวทางต่อโดยเป็นความแตกต่างและความต้องการระหว่างเจนเนอเรชันของผู้บริโภคและผู้เกี่ยวข้อง ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวในกลุ่มแรงงานในระบบจะเป็นตัวสะท้อนที่สำคัญในการพัฒนาเรื่องแนวคิดเรื่องการออม การพัฒนารูปแบบพฤติกรรมการพอเพียงในกลุ่มดังกล่าวต่อไป

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการวิจัยพบปรากฏการณ์สำคัญทางสังคมคือปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิต สภาพแวดล้อมทางกายภาพ และสภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อค่านิยมตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของแรงงานในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร ดังนั้น ในการเสริมสร้างและปลูกฝังค่านิยมและพฤติกรรมตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในแรงงานแต่ละเจนเนอเรชันในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จึงควรดำเนินการใน 3 ระดับ

1. *ระดับบุคคล* : พฤติกรรมความพอเพียงในแต่ละวัย ทั้งในกลุ่มเจนเนอเรชันบี เอ็กซ์ และวาย มีความแตกต่างกัน แต่ทั้งหมดมาจากกระบวนการปัจจัยทางสังคมเป็นกระบวนการกำหนด ดังสอดคล้องกับผลการศึกษาที่กล่าวถึงกระบวนการก่อให้เกิดประสบการณ์ร่วม (Cohort Experience) ที่เกิดขึ้นกับแต่ละช่วงวัยและส่งผลออกมาถึงพฤติกรรม ดังนั้น กระบวนการสำคัญในการสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมผ่านการให้ความรู้ จึงเป็นกระบวนการที่สำคัญในแต่ละกลุ่มต่างมีการรับสื่อที่สำคัญมากน้อยต่างกันไป การเปิดรับสื่อออนไลน์ (Social Media) ส่งผลต่อพฤติกรรมสำคัญและตัวแบบอย่างมาก ดังนั้น แนวทางสำคัญคือ สื่อที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง โดยที่

ผู้ควบคุมนโยบายภาครัฐควรส่งเสริมให้มีการผลิตเนื้อหาที่บรรจุหลักเศรษฐกิจพอเพียงในรูปแบบที่หลากหลาย สามารถนำเสนอให้เข้าใจได้อย่างง่ายดาย และชวนให้ติดตามอย่างต่อเนื่องผ่านช่องทางหลัก ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ และสื่อโทรทัศน์ ควรทำการวิจัยเพื่อค้นหารูปแบบของเนื้อหาที่นำเสนอเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง ไม่ว่าจะเป็นสารคดี ละคร และอื่น ๆ ผ่านสื่อต่างๆ จะสร้างประสิทธิผลต่อการทำความเข้าใจและสามารถดึงดูดความสนใจให้ติดตามอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ หน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในการนำมาสู่การปฏิบัติคือ กรมประชาสัมพันธ์ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ กระทรวงวัฒนธรรม และกระทรวงศึกษาธิการ ที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างสื่อเพื่อการพัฒนาคนไทยให้เข้าสู่กระบวนการประเทศไทย 4.0 ผ่านฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและความเป็นไทย

2. *ระดับองค์กร* : สำหรับการพัฒนาในการส่งเสริมพฤติกรรมพอเพียงนั้น ในระดับองค์กรหรือโรงงาน สำหรับนิคมอุตสาหกรรมนวนครนั้น ปัจจัยหลักสำคัญที่ใกล้ชิดกับแรงงานในแต่ละเจนเนอเรชันมากที่สุดและส่งผลกระทบต่อส่งเสริมพร้อมทั้งการปรับพฤติกรรม “ความพอเพียง” คือ ฝ่ายทรัพยากรบุคคลที่ดำเนินการได้หลายแนวทางด้วยกัน ทั้งรูปแบบกิจกรรม การรณรงค์ พร้อมทั้งการสร้างต้นแบบบุคลากรด้านการพอเพียงเพื่อเป็นปัจจัยกระตุ้นตัวแบบ ดังตัวอย่าง เช่น ผู้นำหรือผู้ก่อตั้งองค์กรแสดงพฤติกรรมเป็นแบบอย่าง (Role Model) ในรูปแบบพฤติกรรมพอเพียง ก่อให้เกิดการส่งเสริมให้พนักงานแสดงพฤติกรรมเช่นเดียวกันกับผู้นำ และใช้การขัดเกลาทางสังคมในองค์กร (Socialization) ก่อให้เกิดเป็นรูปแบบพฤติกรรมร่วม และพัฒนาจนเกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร และสร้างกระบวนการเปลี่ยนผ่าน (Transformation) ความพอเพียงออกมาเป็นคุณลักษณะร่วมของบุคลากรในองค์กร และนำมาสู่การปฏิบัติการในองค์กรในทุกมิติทั้งการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ การฝึกอบรมพัฒนา การประเมินผลการปฏิบัติงาน การสร้างแบบอย่างจากพนักงานและผู้บริหารดีเด่น เรื่องเล่าและตำนานภายใน

องค์กร เพลงประจำหน่วยงาน คำขวัญ หรือค่านิยมขององค์กร และการประกวดหรือการแข่งขันในองค์กร เป็นต้น

3. *ระดับมหภาค (ระดับประเทศ)* : ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในทิศทางตรงกันข้าม นั่นหมายถึงประเทศไทยโดยหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ควรส่งเสริมและรณรงค์ให้ประชาชนในประเทศไทย รวมถึงการประกอบธุรกิจของภาคเอกชนได้รับความรู้ และทำความเข้าใจกับหลักการปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอย่างเข้มข้น เพื่อป้องกันปัญหาเศรษฐกิจ จากทั้งภายในและจากต่างประเทศ เนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจดังกล่าวอาจเกิดขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ในกระแสเศรษฐกิจโลกาภิวัตน์ที่ให้ความสำคัญกับเรื่องของการเงินและการลงทุน เพราะเมื่อเกิดปัญหาจากเศรษฐกิจกระแสโลกาภิวัตน์ จะทำให้ประชาชนและผู้ประกอบการภาคเอกชนสามารถดำรงชีวิตอย่างมีภูมิคุ้มกัน และทำธุรกิจต่อไปได้ด้วยความไม่ประมาท เพราะมีฐานรากที่มั่นคงที่ยึดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นภูมิคุ้มกันที่ดีที่สุด อีกทั้งประชาชนและผู้ประกอบการภาคเอกชนควรดำรงชีวิต และทำธุรกิจด้วยความมีเหตุผล มีความพอประมาณ ควบคู่กับการใช้ความรู้และคุณธรรม แนวทางดังกล่าวอาจนำมาสู่การพัฒนาเป็นนโยบายสำคัญในนิคมอุตสาหกรรมต้นแบบ เพื่อก่อให้เกิดการขยายผลระดับประเทศ พร้อมทั้งสร้างให้เกิดภูมิคุ้มกันที่แท้จริงให้แก่ประเทศ **A**

รายการอ้างอิง

- กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.). (2551). พระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มหิตลาธิเบศร รามาธิบดี จักรีนฤพดินทร สยามินทราธิราช บรมนาถบพิตร พระราชทานแก่คณะบุคคลต่างๆ ที่เข้าเฝ้าฯทูลละอองธุลีพระบาท ถวายชัยมงคล เนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา ณ ศาลาดุสิดาลัย สวนจิตรลดา พระราชวังดุสิต วันศุกร์ที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2541 ใน พระบรมราโชวาทและกระแสพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช. กรุงเทพมหานคร: ไร่ไทยเพรส.
- กิ่งอ้อ มะลิณิล. (2552). ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการประหยัดตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น. (ปริญญาานิพนธ์มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาวิชาวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์.
- โครงการสุขภาพคนไทย. (2559). เจเนอเรชันในประเทศไทย. *สุขภาพคนไทย 2559*. นครปฐม : สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- จุฑามาศ แก้วพิจิตร. (2552). ภาวะหนี้สิน ระดับความเครียด ความสุข และบทบาทของนักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในโรงงานอุตสาหกรรม. *วารสารพัฒนบริหารศาสตร์*, 49 (3), 251-274.
- จิรประภา อัครบวร. (2553). ทักษะคนของคน 3 generation กับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในมิติ 3R : กรณีศึกษาขององค์กรภาครัฐ องค์การรัฐวิสาหกิจและธุรกิจเอกชน. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์.
- ญาดา สามารถ. (2558). รูปแบบภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวาย. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, สาขาบริหารธุรกิจ.
- เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล. (2552). การรับรู้คุณลักษณะของเจเนอเรชันวายและแรงจูงใจในการทำงาน : มุมมองระหว่างเจเนอเรชันต่างๆ ในองค์กร. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 31 (121), 1 - 25.
- เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล. (2551). เจเนอเรชันวายกับความท้าทายใหม่ในการบริหารทรัพยากรบุคคล. *จุฬาลงกรณ์วารสาร*, 20 (80), 32-52.
- ทัศนีย์ ศรีกิตติศักดิ์. (2554). เจเนอเรชันในองค์กร บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ และปัจจัยจูงใจในการทำงาน : กรณีศึกษาพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง. งานวิจัยส่วนบุคคลของหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2549). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ : ประชุมช่าง.
- ธรรมรัตน์ อยู่พรต. (2556). ค่านิยมในการทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของเจเนอเรชันต่างๆ. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 36 (138), 40-62
- นราเขต ยิ้มสุข. (2557). การพัฒนาพฤติกรรมกรบริโภคอย่างพอเพียงของผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชันวาย. (วิทยานิพนธ์ดุชนิพนธ์). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.

- นพพร จันทรนำชู. (2544). สังคมบริโภคนิยม : ปัญหา ทฤษฎีและทางออก, *วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์*, 19 (1), 18-26.
- ปริญานุษ พิบูลสรารุช. (2552). แบบร่างสร้างคนคุณภาพ...แบบพอเพียง. ใน จงกลณี สายะบุตร (บรรณาธิการ), *การบริหารทรัพยากรบุคคลตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง*. กรุงเทพฯ : สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย.
- พรชนก ทองลาด. (2553). แนวคิดทางการวิจัยพฤติกรรมกรรมการบริหารการเงินตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของผู้ประกอบการ. ลำปาง : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- พระไพศาล วิสาโล. (2545). *เส้นโค้งแห่งความสุข สดับทุกข์บริโภคนิยม*. กรุงเทพฯ : พิมพ์ดี.
- พิชัย วาสนาส่ง. (2549). *โลกาภิวัตน์ : หมุนตามโลก สารพันสาระที่ควรรู้ เพื่อทันกระแสโลก*. กรุงเทพฯ : ปาเจรา.
- พัชรา โพธิ์โพธิ์ และคณะ. (2559) ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรในเรื่องค่านิยมในการทำงานที่มีผลต่อทัศนคติในการทำงานของเจนเนอเรชั่นต่างๆ ในองค์กร, *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 38 (147), 107-137.
- มัทนี วิเศษสุข. (2550). *การศึกษาพฤติกรรมบริโภคตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. (ภาคนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม.
- ระวีวรรณ ธรณี และคณะ. (2551). *ชีวิตที่พอเพียงในมุมมองของนักศึกษาภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, คณะศิลปศาสตร์.
- เรวดี วงษ์วัฒน์. (2557). *รูปแบบการดำเนินชีวิตของเจนเนอเรชั่นบีในจังหวัดนครสวรรค์*. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รัชฎา อธิสนธิสกุล และ อ้อยอูมา รุ่งเรือง. (2548). *การสร้างความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) เพื่อการประยุกต์ใช้ในที่ทำงาน*. สารนิพนธ์วิทยาสตรบัณฑิต (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์กร). โครงการบัณฑิตศึกษาด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์, สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์.
- วรคุณย์ ตูลารักษ์. (2551). Hedonistic Consumerism - สุข-บริโภคนิยม บริโภคนิยมแนวความสุข : หัวใจของระบบทุนนิยมหลังสมัยใหม่. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2559, จากเว็บไซต์ : <http://v1.midnightuniv.org/midnighttext/0009999837.html>.
- วนิดา ไชยพลอด. (2554). *การเป็นหนี้ของระบบของพนักงาน : กรณีศึกษา นิคมสวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ศรีราชา จังหวัดชลบุรี*. (งานนิพนธ์). คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ สาขาวิชาการบริหารงานยุติธรรมและสังคม, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สมชาย วรภิเษมสกุล. (2554). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. อุดรธานี : อักษรศิลป์การพิมพ์.
- สนธยา บางป้อ. (2552). *วิถีชีวิตและภาระหนี้สินของสาวโรงงาน กรณีศึกษา บริษัท วาไทยอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน)*. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ. บัณฑิตวิทยาลัย สาขาพัฒนาสังคม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมชัย จิตสุชน. (2543). *พฤติกรรมที่ไม่พอเพียงกับผลกระทบทางเศรษฐกิจ*. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- สุดใจ จงวรจิวัฒน์. (2551). *รายได้และความไม่มั่งคั่งในการใช้จ่ายของครัวเรือนเกษตรกรกับความพอเพียงทางเศรษฐกิจ*. กรุงเทพฯ : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร, สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- สุเมธ ตันติเวชกุล. (2552). *ต้องเข้าใจ...ต้องศรัทธาและกล้าทำ*. ใน จงกลณี สายะบุตร (บรรณาธิการ), *การบริหารทรัพยากรบุคคลตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง*. กรุงเทพฯ : สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย.
- สิระยา สัมมาวาจ. (2546). บริโภคนิยม : วัฒนธรรมสากลในยุคโลกาภิวัตน์, *วารสารสุโขทัยธรรมาธิราช*, 16 (1) , 80-90.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2553). *ทิศทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11*. กรุงเทพฯ : เอกสารประกอบการประชุมประจำปี 2553 ของ สศช.

- อภิชา ที่รักษ์. (2551). *ทางรอดในภาวะเศรษฐกิจถดถอยโดยใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง*. กรุงเทพฯ : ดอกหญ้าวิชาการ.
- อารีย์ นัยพินิจ และคณะ. (2557). การปรับตัวภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ Adjustment under Globalization. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา*, 7 (1), 3 - 6.
- Bell, N.S., & Narz, M. (2007). "Meeting the challenges of age diversity in the workplace", *The CPA Journal*, 77 (2), pp.56 - 60.
- Blackwell, R., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2006). *Consumer behavior* (10th ed). Mason, OH : Thomson/South-Western.
- Casey Carlson & Deloitte & Touche Study. "Overcoming Generational Gap in the Workplace." *United Nations Joint Staff Pension Fund* : 1 - 13.
- Elliott, John E. (2000). *Adam Smiths Conceptualization of Power, Market And Politics*. Review of Social Economy.
- HAAS III,W.H., & Serow,W.J. (2002). "The Baby Boom, Amenity Retirement Migration, and Retirement Communities : Will the Golden Age of Retirement Continue?" *Research on Aging*, 24 (1), 150 - 164.
- Little, A. W. & Green, A. (2009). Successful globalisation, education and sustainable development. *International Journal of Educational Development*, 29 (2), 166 - 174.
- Marconi, J. (2001). *Future marketing : Targeting seniors, boomers, and generations X and Y*. Chicago, IL : NTC Contemporary Publishing Group Inc.
- Nissanke, M. & Thorbecke, E. (2006). Channels and policy debate in the globalization- inequality-poverty nexus. *World Development*, 34 (8), 1338 - 1360.
- Schiffman, Leon G., Kanuk, Leslie Lazar. (2007). *Consumer behavior*. (9th ed). Upper Saddle River, NJ : Pearson/ Prentice Hall.
- Smith, J.W. & Clurman, A. (1997). *Rocking the Ages : The Yankelovich Report on Generational Marketing*. New York : Harper Business.
- Solomon, Michael R. (2007). *Consumer Behavior : Buying, Having, and Being*. (7th ed). Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall.
- Tolbize, A (2008). "Generation differences in the workplace." *Research and Training Center on Community Living*.