

การออมเพื่อซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มคนเจนวาย กรณีศึกษา : พนักงานที่
ทำงานด้านการเงินในอาคารธนาคารกสิกรไทย (สำนักงานใหญ่)
อาคารพหลโยธิน

GENERATION Y'S SAVINGS FOR HOUSE PURCHASING: A CASE
STUDY OF FINANCIAL WHITE-COLLAR EMPLOYEES IN KASIKORN
BANK HQ, PHAHOLYOTHIN BUILDING

คุณากร ทัดตินาพานิช, บุษรา โพวาทอง
ภาควิชาเคหการ, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Kunakorn Thattinapanit, Bussara Povathong
Department of Housing, Faculty of Architecture, Chulalongkorn University
architect_basbas@hotmail.com, sara_sripanich@yahoo.com

บทคัดย่อ

กลุ่มคนเจนวาย (Generation Y) เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ใหญ่ที่สุดของไทยในปัจจุบัน คิดเป็น 25% กลุ่มเจนวายส่วนใหญ่ยังไม่มีที่อยู่อาศัยเป็นของตัวเองแต่เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพด้านรายได้ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะสังคม เศรษฐกิจ แนวคิดเกี่ยวกับการซื้อที่อยู่อาศัย รวมถึงการวางแผนเงินออมเพื่อซื้อที่อยู่อาศัย รวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างคนเจนวายที่ยังไม่มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองและทำงานด้านการเงิน ในอาคารธนาคารกสิกรไทย (สำนักงานใหญ่) อาคารพหลโยธิน กรุงเทพมหานคร จำนวน 148 ตัวอย่าง

ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างมีช่วงอายุระหว่าง 22-39 ปี มีรายได้ประจำต่อเดือนส่วนใหญ่ 30,000 บาท รองลงมาคือ 30,000-50,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท ตามลำดับ นอกจากนี้ส่วนใหญ่มีรายได้เสริม 2) กลุ่มคนเจนวายที่ทำงานด้านการเงินมีแนวคิดที่จะซื้อถึงร้อยละ 79 โดยเห็นว่าที่อยู่อาศัยเป็นการออมประเภทหนึ่ง ส่วนใหญ่อ้อยละ 74 ต้องการซื้อเพื่ออยู่อาศัยเอง ที่เหลือคือซื้อเพื่อการลงทุนและเก็งกำไร ทั้งนี้ ผู้ที่ต้องการบ้านเดี่ยวมักเป็นผู้ที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 48) ขณะที่ผู้ที่ต้องการซื้อคอนโดคือผู้ที่ใช้รถไฟฟ้า (ร้อยละ 19) 3) กลุ่มคนเจนวายมีแผนจะซื้อภายใน 5 ปี โดยมีการออมเพื่อที่อยู่อาศัยก่อนซื้อ ร้อยละ 76 ในสัดส่วนน้อยกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 30 ของรายได้ต่อเดือน โดยการฝากธนาคารด้วยการออมดังกล่าวและหากรายได้เพิ่มน้อยกว่าร้อยละ 5-10 จะทำให้คนเจนวายอาจยังไม่สามารถซื้อที่อยู่อาศัยภายใน 5 ปีนี้ได้

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า คนเจนวายที่ทำงานด้านการเงินที่ยังไม่มีที่อยู่อาศัย ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยและเริ่มวางแผนการออมเงิน อย่างไรก็ตามหากต้องการซื้อที่อยู่อาศัยตามที่คาดหวังจะต้องมีการออมที่มากขึ้นหรือใช้ระยะเวลาในการออมที่นานขึ้น ผลการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อสถาบันการเงินและผู้ประกอบการที่จะออกผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของคนเจนวาย รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ข้อมูลวางแผนเพื่อส่งเสริมการออมเงินของกลุ่มคนเจนวายต่อไป

คำสำคัญ: การออมเพื่อที่อยู่อาศัย, กลุ่มเจนวาย, พนักงานที่ทำงานในองค์กรด้านการเงิน

Abstract

Generation Y is one of the largest consumer groups, accounted for 25% of consumer spending. While most of GEN Y still do not have homeownerships, they have a strong capability to earn more income to purchase housing in the future. The objectives of this study were to explore the financial planning for house purchasing, including the characteristics of Generation Y working in a financial organization. The data collection was conducted through questionnaires from 148 samples working in the financial department of Kasikorn Bank (Head Office), Phaholyothin building, Bangkok.

The study found that 1) the average age of the sample is between 22-39 years with the monthly income of 30,000 baht, followed by 30,000-50,000 baht and more than 50,000 baht. In addition, most have extra income apart from the monthly salary. 2) As much as 79 percent of the GEN Y samples have an idea of buying a house as a type of savings. 74% wants to buy for their own residence, while the rest thought of purchasing for investment and speculation. However, those who want a single house are usually those who travel by private car (48%), while those who want to buy a condominium are those using the BTS (19%). 3) The percentage of Generation Y people planning to buy a house within 5 years with housing savings before purchasing is 76 percent, less than or equal to 30 percent of monthly income, and if the additional income is less than 5-10 percent, people may not be able to buy housing in 5 years.

The research finding indicates that Generation Y who work in financial sector start to plan on savings for housing purchase. However, if they want to buy a house that they expect to have, more savings or longer-term savings is required. This study will give some benefits to entrepreneurs that will issue products that meet the needs of Generation Y, including relevant agencies that will use this information to plan to support the savings of Generation Y in the present and future.

keywords: *Financial Planning for Housing, Generation Y, Financial department employee*

บทนำ

ในปัจจุบันคนวัยทำงานประกอบไปด้วย คน 3 วัย (Generation) ที่เรียกว่ากลุ่มเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer), เจเนอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) และเจเนอเรชั่นวาย (Generation Y) (ดาร์วาร์ธน์ เชมเจอร์, 2552) ทั้งนี้ กลุ่มเจเนอเรชั่นวาย หรือเจนวาย (Generation Y) เป็นกลุ่มประชากรที่ใหญ่ที่สุดคิดเป็นประมาณ 1 ใน 3 ของประชากรโลกในปัจจุบัน และยังเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ใหญ่ที่สุดของไทยในรอบ 50 ปี (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์, 2557) กลุ่มเจนวาย ตามนิยามคือ ผู้ที่เกิดในปี 2521-2538 หรือมีอายุ 22-39 ปี ในปัจจุบัน (อุมารกณ์ ภัทรวาณิชย์, 2557) ลักษณะเด่นของกลุ่มนี้คือมีความคล่องตัวทางด้านเทคโนโลยีสูง ใช้เงินเก่ง ตัดสินใจบนข้อมูล เป็นผู้ฉลาดซื้อ ชอบความสะดวกรวดเร็ว ชอบความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ชอบเข้าสังคม (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์, 2557)

จากงานวิจัยเรื่อง Gen Y and Housing กล่าวถึงคนเจนวายว่า เป็นกลุ่มคนที่มีความต้องการที่อยู่อาศัย และคิดว่าการซื้อที่อยู่อาศัยเป็นการออม หรือการลงทุนระยะยาวรูปแบบหนึ่ง (M.Leanne Lachmen and Deborah L. Brett, 2015) ทั้งนี้ในงานวิจัยดังกล่าวยังพบว่าปัจจุบันกลุ่มคนเจนวายส่วนใหญ่เป็นผู้เช่ามากถึง 50% รองลงมาคือ อาศัยบ้านของตัวเอง 26% จากงานวิจัยดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า เจนวายส่วนใหญ่ในปัจจุบันยังเป็นผู้เช่า และยังไม่มีการซื้อที่อยู่อาศัยเป็นของตัวเองแต่มีแนวคิดที่จะเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในอนาคต นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่กล่าวว่า คนรุ่นใหม่ที่ทำงานในเมือง จะมีรายได้เพิ่มขึ้นหนึ่งเท่าตัวในทุกๆ 5 ปี รวมถึงงานวิจัยที่แสดงถึงอายุที่น้อยลงของเจ้าของบ้าน ซึ่งแสดงถึงกำลังและความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยที่มากขึ้นในอนาคต (มานพ พงศทัต, 2558) อย่างไรก็ตาม การซื้อที่อยู่อาศัยจำเป็นต้องมีการวางแผนทางการเงิน เนื่องจากที่อยู่อาศัยมีราคาสูง ทั้งนี้ จากการศึกษาของ พิจิตรา ก่อเกิดติงาม (2558) พบว่ากลุ่มบัณฑิตใหม่จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยซึ่งถือเป็นกลุ่มคนเจนวาย (อายุเฉลี่ย 23 ปี) 65% มีแนวคิดในการซื้อที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง และมีถึง 54% ที่เริ่มวางแผนทางการเงินเพื่อที่อยู่อาศัยด้วยวิธีการออมเงินผ่านธนาคาร นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มผู้เช่าเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนการออมเพื่อที่อยู่อาศัยมากที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มที่อาศัยกับครอบครัว จากข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มคนเจนวายแม้เพิ่งจบการศึกษายังเริ่มคิดเรื่องการซื้อที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง แต่โอกาสและความสามารถในการซื้ออาจจะมีไม่มากนักเนื่องจากระดับรายได้และเงินออมซึ่งยังมีจำกัดตามระยะเวลาที่ทำงานที่ค่อนข้างน้อย คือไม่เกิน 5 ปี

นอกจากกลุ่มคนเจนวายที่เพิ่งจบการศึกษา ยังมีกลุ่มคนเจนวายที่อยู่ในวัยทำงานซึ่งมีรายได้และมีระยะเวลาสำหรับการวางแผนทางการเงินในระยะหนึ่งแล้วและถือว่าเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ศึกษากลุ่มเจนวายในวัยทำงานยังมีอยู่ค่อนข้างน้อยและโดยเฉพาะกลุ่มคนที่ยังไม่มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง ผู้วิจัยจึงมีคำถามที่สำคัญคือ หากกลุ่มนี้เป็นวัยทำงานและมีรายได้จะมีแนวคิดในการซื้อที่อยู่อาศัยหรือไม่อย่างไร และต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในรูปแบบใด รวมถึงมีการวางแผนทางการเงินเพื่อซื้อที่อยู่อาศัยหรือไม่อย่างไร ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกศึกษากลุ่มตัวอย่างคนเจนวายที่ทำงานประจำในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการเงินในอาคารธนาคารกสิกรไทย (สำนักงานใหญ่) อาคารพหลโยธิน เนื่องจากเป็นองค์กรชั้นนำในด้านการเงินของประเทศอันดับ 1 ใน 5 เป็นสถาบันการเงินขนาดใหญ่ที่มีความน่าเชื่อถือ และเป็นองค์กรที่คนอยากร่วมงานด้วยเป็นอันดับ 1 เมื่อเทียบกับกลุ่มสถาบันการเงิน (เวิร์คเวนเจอร์, 2560) ซึ่งการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนทางการเงินสำหรับผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ รวมถึงสถาบันการเงินที่จะส่งเสริมการวางแผนการเงินเพื่อที่อยู่อาศัยของกลุ่มคนเจนวายในวัยทำงานต่อไป

วัตถุประสงค์ในงานวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาลักษณะสังคมและเศรษฐกิจของคนเจนวายที่ทำงานในองค์กรด้านการเงิน
- 2) เพื่อศึกษาแนวคิดและวัตถุประสงค์ในการซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มเจนวายที่ทำงานด้านการเงิน
- 3) เพื่อวิเคราะห์ลักษณะการออมเงินในการซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มคนเจนวายดังกล่าว

การทบทวนวรรณกรรม

1 แนวคิดเกี่ยวกับคนเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y)

ประชากรกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) ซึ่งเป็นผู้ที่เกิดในปี พ.ศ. 2521-2538 มีอายุระหว่าง 22-39 ปี (ณ ปี 2560) เป็นประชากรแรงงานที่มีความสำคัญในปัจจุบันและในอนาคต ส่วนใหญ่เป็นลูกจ้างบริษัทเอกชน และมีชั่วโมงการทำงานมากที่สุด คือเฉลี่ย 43.66 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (อุมาภรณ์ ภัทรวาณิชย์, 2557) และในปัจจุบันกลุ่มเจนเอเรชั่นวายถือเป็นกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มที่ใหญ่ที่สุดของโลกหรือประมาณหนึ่งในสามของประชากรโลก เป็นจำนวน 2.4 พันล้านคน หรือคิดเป็น 32% ไม่เพียงแต่เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ใหญ่ที่สุด แต่เจนเอเรชั่นวายในไทยยังมีรายได้สูงแม้อายุยังน้อย และมีอัตราการใช้จ่ายที่สูงเมื่อเทียบกับรายได้ (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์, 2557) และมีลักษณะนิสัยที่ต่างจากกลุ่มคนในรุ่นก่อนหน้า โดยมีลักษณะของความเป็นปัจเจกบุคคลสูง รักความเป็นอิสระ ชอบความสะดวกสบาย มีการศึกษาสูง มีความรู้และความเชี่ยวชาญด้านการใช้เทคโนโลยี (B. Valentine Dawn, L.Powers Thomas, 2013) ในด้านการใช้ชีวิต พบว่า คนกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับครอบครัวน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มเจนเอเรชั่นอื่นๆ ในด้านการทำงานของคนกลุ่มนี้ พบว่า ให้คุณค่ากับความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวกับงานมากกว่ากลุ่มเจนเอเรชั่นอื่นๆ และจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า คนกลุ่มนี้มีแนวโน้มเปลี่ยนงานมากกว่าคนเจนเอเรชั่นอื่นๆ ด้วย การสร้างความเข้าใจและปรับตัวต่อการบริหารจัดการขององค์กรที่มีพนักงานกลุ่มประชากรเจนเอเรชั่น ด้านความพึงพอใจในชีวิตสมรสของคนเจนเอเรชั่นวาย พบว่า คนกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับการครองชีพมากกว่าการแต่งงานเล็กน้อย ซึ่งปัจจุบันแนวโน้มของอัตราการครองชีพมีเพิ่มขึ้น และคนแต่งงานช้าลง (แต่งงานเมื่ออายุมาก) ส่งผลให้คนรุ่นนี้มีบุตรน้อยลง (อุมาภรณ์ ภัทรวาณิชย์, 2557)

2 แนวคิดเกี่ยวกับคนเจนวายกับที่อยู่อาศัย

จากการศึกษาในเรื่อง Gen Y and Housing (M.Leanne Lachmen and Deborah L. Brett, 2015) พบว่า กลุ่มคนเจนวายมีความคาดหวังว่าจะมีบ้านไว้ครอบครองสักวันหนึ่ง โดยมีแนวคิดว่าจะซื้อบ้านเพื่อการอยู่อาศัยและการลงทุนในอนาคต และกลุ่มคนเจนวายที่รักในความเป็นอิสระจึงต้องการมีที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว เนื่องจากต้องการความเป็นส่วนตัว และกลุ่มคนเจนวายยังสามารถคาดเดาค่าใช้จ่ายต่อเดือนได้ จึงทำให้เจนวาย เป็นตัวแทนของกลุ่มผู้เช่าที่อยู่อาศัย (Rental Housing) และการซื้อบ้านหลังแรก

นอกจากนี้ในด้านที่อยู่อาศัยในปัจจุบันของคนเจนวาย พบว่า 50% เป็นผู้เช่าที่อยู่อาศัยและพึงพอใจมากกับการเป็นผู้เช่า ส่วน 26% เป็นกลุ่มที่มีที่อยู่อาศัยของตนเอง และ 21% อยู่กับบิดามารดา สัดส่วนการเป็นเจ้าของบ้านของคนเจนวาย พบว่า ในกลุ่มที่เป็นเจ้าของบ้านมากที่สุดมีอายุระหว่าง 31-36 ปี (47%) รองลงมาคือ 25-30 ปี (25%) ด้านการเงิน พบว่าคนเจนวายมีสัดส่วนการออมและไม่ออม ในสัดส่วนที่เท่าๆ กัน และหากต้องการซื้อบ้าน คนเจนวายมีแหล่งที่มาของเงินคือ ส่วนใหญ่มาจากเงินเก็บ (85%) รองลงมาคือ เงินสนับสนุนจากคนในครอบครัว (17%)

จากการทบทวนวรรณกรรมในเรื่องเจนวายกับที่อยู่อาศัย พบว่า คนเจนวายในปัจจุบันมีแนวคิดเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย และมีการวางแผนที่จะซื้อที่อยู่อาศัย โดยกลุ่มคนดังกล่าวสามารถคาดเดารายจ่ายต่อเดือนได้ ทำให้ง่ายต่อการวางแผนการเงินเพื่อที่อยู่อาศัยให้ตรงตามความต้องการในอนาคต ซึ่งการวางแผนทางการเงินเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ และการวางแผนดังกล่าวจะสำเร็จได้ต้องมีแผนการออม

3 แนวคิดเกี่ยวกับการออมเพื่อที่อยู่อาศัย

การออม (Saving) หมายถึง การกันรายได้ส่วนหนึ่งไว้สำหรับเก็บเพื่อใช้จ่ายในอนาคต โดยไม่ได้นำเงินรายได้ส่วนนี้ไปใช้จ่ายในการบริโภค และรายได้ที่ออมไว้ส่วนนี้ต้อง สามารถสร้างผลประโยชน์ให้เพิ่มพูนขึ้นได้ เช่น ฝากธนาคาร ซื้อหลักทรัพย์ต่างๆ รายได้ที่จะสะสมไว้ส่วนนี้จึงเรียกว่า การเก็บสะสม (ภราดร ปรีดาศักดิ์, 2549) การตัดสินใจที่จะออมเงินนั้นแต่ละบุคคลมีเหตุผลที่แตกต่างกันไป เช่น เพื่อไว้ใช้จ่ายเกษียณ เพื่อไว้ใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน เพื่อไว้ใช้จ่ายสำหรับการศึกษา เพื่อไว้ใช้จ่ายในการซื้อที่อยู่อาศัย เพื่อซื้อเครื่องใช้ในการประกอบอาชีพ เพื่อไว้ใช้จ่ายสำหรับทำหลักประกัน เช่น ประกันชีวิต ประกันสุขภาพ ประกันอุบัติเหตุ ฯลฯ (ธัญชนก ปะวะละ, 2551)

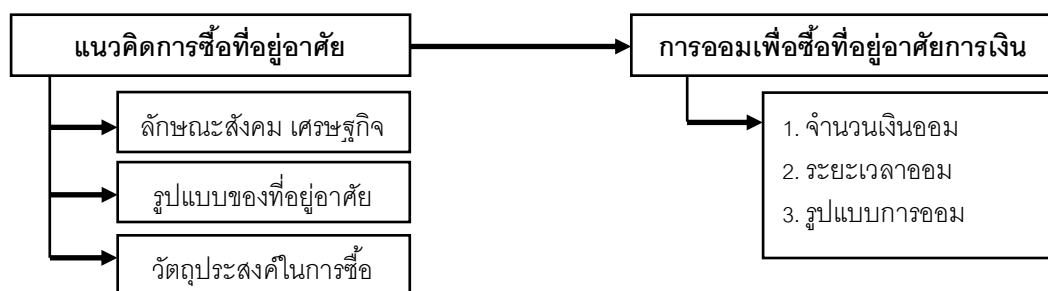
ผู้ที่ต้องการที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่คงจะไม่มีเงินสดทั้งหมดในการปลูกหรือซื้อ ซึ่งอาจจะต้องอาศัยเงินออมส่วนหนึ่งที่เก็บออมมานานมาเป็นเงินดาวน์ และส่วนที่เหลืออาจจะเป็นรูปการผ่อนส่งหรือเช่าซื้อ ด้วยรูปแบบดังกล่าวนี้เอง เป็นวิธี

หนึ่งของการระดมเงินทุน (Mobilizing Fund) ให้เกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจ ทั้งนี้วิธีการระดมทุนที่มีประสิทธิภาพสูงจะเป็นการระดมเงินจากเงินออมโดยการชำระผ่อนส่งค่าเช่าซื้อจัดได้ว่าเป็นการออมบังคับ (Forced Saving) ซึ่งเป็นกระบวนการระดมทุนที่ให้ผลต่อเศรษฐกิจและให้ความพอใจแก่ผู้ออมด้วย (เบญจวรรณ มณีฉาย, 2530) และจากการบริหารการเงินส่วนบุคคล ได้แบ่งขั้นตอนการออมออกเป็น 4 ขั้นตอน (รัชนีกร วงศ์จันทร์, 2559) คือ วิธีการออม, แหล่งที่มาของเงินออม, จำนวนเงินออม และ ระยะเวลาการออม

วิธีดำเนินงานวิจัย

1 กรอบแนวคิดในงานวิจัย

ผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ แนวคิดเกี่ยวกับการซื้อที่อยู่อาศัย ซึ่งประกอบด้วย ลักษณะสังคม เศรษฐกิจ รูปแบบของที่อยู่อาศัย วัตถุประสงค์ในการซื้อ และการวางแผนทางการเงินเพื่อที่อยู่อาศัย ประกอบด้วย การออมเพื่อที่อยู่อาศัย ความสามารถในการซื้อที่อยู่อาศัย ดังภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดประชากร คือ พนักงานที่ทำงานในอาคารธนาคารกสิกรไทย (สำนักงานใหญ่) อาคารพหลโยธิน ทั้งหมด 1,679 คน ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 323 คน ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามจำนวน 336 ชุด และได้วิเคราะห์เบื้องต้นพบว่ากลุ่มที่ซื้อที่อยู่อาศัยที่เป็น Generation Y จำนวน 106 คน และกลุ่มอื่นๆ จำนวน 158 คน ผู้วิจัยจึงได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ซื้อที่อยู่อาศัยและเป็นกลุ่ม Generation Y คือผู้ที่อายุ 22-39 ปี จำนวน 148 คน กำหนดความน่าเชื่อถือที่ 95% ค่าความคาดเคลื่อน .05 โดยคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Taro Yamane (ณรงค์ โพธิ์พฤกษ์นันท์, 2551)

3 การรวบรวมข้อมูล

แบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ ข้อมูลทุติยภูมิ โดยการศึกษาจากแนวคิด ข้อมูลเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลปฐมภูมิ โดยการแจกแบบสอบถาม คัดเลือกได้กลุ่มตัวอย่าง 148 ชุด ทั้งนี้เก็บข้อมูลระหว่างเดือนกันยายน-ธันวาคม 2560 โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

4 การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมทางสถิติ (SPSS) เชิงพรรณนา ความถี่ ร้อยละ และการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ระหว่างวัตถุประสงค์ในการซื้อที่อยู่อาศัย กับการออมเพื่อที่อยู่อาศัย และวัตถุประสงค์ในการซื้อที่อยู่อาศัยกับช่วงอายุ

ผลการศึกษา

ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการศึกษาเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1 ลักษณะด้านสังคมและเศรษฐกิจ

จากการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นกลุ่มเจนวายที่ทำงานด้านการเงินพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงสถานภาพโสด ร้อยละ 84 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 67 มีการเดินทางไปทำงานโดยใช้ระบบรถไฟฟ้ามากถึงร้อยละ 46 รองลงมาคือ รถยนต์ส่วนตัวและรถเมล์ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 35 มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 33 ขณะที่ภูมิลำเนาในปริมณฑลโดยเฉพาะจังหวัดนนทบุรี ร้อยละ 44 และร้อยละ 26 ส่วนใหญ่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กลุ่มคนที่ทำงานด้านการเงินมีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนส่วนใหญ่ไม่เกิน 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 67 รองลงมาคือ 30,000 -50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23 อย่างไรก็ตาม คนเจนวายมีอาชีพเสริมมากกว่าร้อยละ 50 ลักษณะอาชีพเสริมคือ ลงทุนหุ้น/กองทุน/ทองคำรวมถึงการขายของออนไลน์ ดังตาราง 1

ตาราง 1 ลักษณะด้านสังคม และเศรษฐกิจของกลุ่มเจนวาย

ด้านสังคม		จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ	หญิง	90	61
	ชาย	58	39
	รวม	148	100
2. ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี	99	67
	สูงกว่าปริญญาตรี	49	33
	รวม	148	100
3. การเดินทางไปทำงาน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	รถไฟฟ้า BTS/MRT/AIRPORT LINK	68	46
	รถยนต์ส่วนตัว	53	36
	รถเมล์	52	35
	อื่นๆ	33	22
4. ภูมิลำเนา	กรุงเทพฯ	49	33
	ปริมณฑล	61	41
	ต่างจังหวัด	38	26
	รวม	148	100
ด้านเศรษฐกิจ		จำนวน	ร้อยละ
5. รายได้ส่วนตัวต่อเดือน	ไม่เกิน 30,000 บาท	99	67
	30,001-50,000 บาท	34	23
	50,000 บาทขึ้นไป	15	10
	รวม	148	100
6. อาชีพเสริม	มี	86	58
	ไม่มี	62	42
	รวม	148	100
7. ลักษณะอาชีพเสริม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	ลงทุนหุ้น/กองทุน/ทองคำ	21	14
	ธุรกิจออนไลน์	12	8
	อื่นๆ	10	7

จากการศึกษาการอยู่อาศัยในปัจจุบัน พบว่า กลุ่มเจนวายที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร/ปริมณฑล ส่วนใหญ่ อาศัยอยู่บ้านของตัวเอง (46%) ซึ่งเป็นบ้านของบิดามารดา ส่วนกลุ่มที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดส่วนใหญ่อาศัยโดยการเช่าอพาร์ทเมนต์อยู่ (34%) ที่เหลือเป็นที่พักประเภทอื่นๆ (10%)

2 แนวคิดและวัตถุประสงค์ในการซื้อที่อยู่อาศัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงแนวคิดและวัตถุประสงค์ในการซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มเจนวาย ซึ่งเป็นคนเจนวายที่ทำงานด้านการเงินเกี่ยวกับการออมเพื่อที่อยู่อาศัย โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการซื้อที่อยู่อาศัย

จากการศึกษาพบว่า สัดส่วนกลุ่มเจนวายที่เห็นว่าการซื้อที่อยู่อาศัยเป็นการออมต่อกลุ่มที่ไม่เห็นว่าเป็นการออม คือ 79:21 เหตุผลที่เป็นการออมเพราะ เป็นสินค้าที่ราคาสูงขึ้นทุกวัน ร้อยละ 53 อย่างไรก็ตาม มีกลุ่มที่เห็นว่าเป็นการสร้างหนี้ระยะยาวร้อยละ 16 ส่วนสาเหตุที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อในปัจจุบันคือ มีภาระทางการเงินด้านอื่น ร้อยละ 35 อย่างไรก็ตาม แม้เห็นว่าเป็นการซื้อที่อยู่อาศัยเป็นการออมแต่สาเหตุที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อในปัจจุบันคือ ยังมีภาระด้านการเงินเรื่องอื่นและยังไม่มีความพร้อมต้องซื้อ ร้อยละ 35 และ 30 ตามลำดับ ดังตาราง 2

ตาราง 2 แนวคิดด้านการซื้อที่อยู่อาศัย

แนวคิดการซื้อที่อยู่อาศัย		จำนวน	ร้อยละ
1. การซื้อที่อยู่อาศัยเป็นการออม			
เห็นด้วยว่าการซื้อที่อยู่อาศัยเป็นการออม		117	79
เหตุผลที่เป็นการออม	เป็นสินค้าที่ราคาสูงขึ้นทุกวัน	79	53
	เป็นหลักประกันของชีวิตและครอบครัว	38	26
ไม่เห็นด้วยว่าการซื้อที่อยู่อาศัยเป็นการออม		31	21
เหตุผลที่ไม่เป็นการออม	เป็นการสร้างหนี้ระยะยาว	24	16
	อื่นๆ	7	5
2. สาเหตุที่ยังไม่ซื้อในปัจจุบัน	มีภาระทางการเงินด้านอื่น	52	35
	ยังไม่มีความพร้อมที่ต้องซื้อ	45	30
	ยังไม่มีโครงการที่ถุกใจ	19	13
	อื่นๆ	32	22
	รวม	148	100

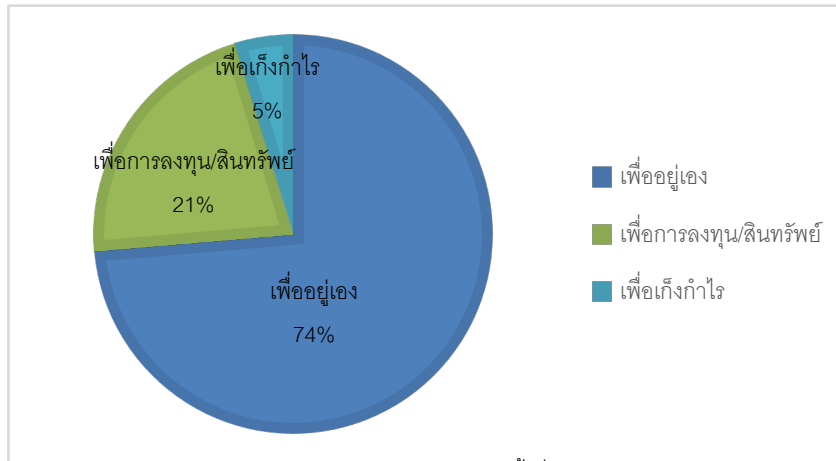
ถึงแม้ว่ากลุ่มเจนวายจะยังไม่ซื้อในปัจจุบัน แต่จากการศึกษาพบว่า หากต้องการซื้อจะส่วนใหญ่มีแผนจะซื้อที่อยู่อาศัยภายใน 5 ปีนับจากปัจจุบัน (พ.ศ.2560) ร้อยละ 62 รองลงมาคือ ซื้อเมื่อ 5 ปีขึ้นไปนับจากปัจจุบัน (พ.ศ.2560) และประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจคือ บ้านเดี่ยว ร้อยละ 44 ดังตาราง 3

ตาราง 3 ระยะเวลาและประเภทที่อยู่อาศัยที่คาดว่าจะซื้อ

ระยะเวลาที่คาดว่าจะซื้อและประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ		จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลาที่คาดว่าจะซื้อ	ภายใน 5 ปี	92	62
	5 ปีขึ้นไป	56	38
	รวม	148	100
ประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจ	บ้านเดี่ยว	65	44
	คอนโดมิเนียม	18	12
	ทาวน์เฮาส์/บ้านแฝด	10	7
	อื่นๆ	55	37
	รวม	148	100

2.2 วัตถุประสงค์ในการซื้อที่อยู่อาศัย¹

จากการศึกษาวัตถุประสงค์ในการซื้อที่อยู่อาศัยของคนเจนวายที่ทำงานด้านการเงิน พบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อที่อยู่อาศัยเพื่ออยู่เอง คิดเป็นร้อยละ 74 รองลงมาคือ เพื่อการลงทุน/เพื่อเป็นสินทรัพย์ ร้อยละ 21 และเพื่อเก็งกำไร ร้อยละ 5 ดังภาพ 2



ภาพ 2 วัตถุประสงค์ในการซื้อที่อยู่อาศัย

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่าคนเจนวายส่วนใหญ่สนใจซื้อที่อยู่อาศัยเพื่อใช้อยู่อาศัยมากกว่าการลงทุนหรือการเก็งกำไร และเมื่อนำข้อมูลกลุ่มคนที่ซื้อเพื่อการอยู่อาศัยมาวิเคราะห์ร่วมกับรูปแบบที่อยู่อาศัยและการเดินทาง พบว่า

- 1) คนเจนวายส่วนใหญ่สนใจซื้อบ้านเดี่ยว (ร้อยละ 44) รองลงมาคือ คอนโดมิเนียม (ร้อยละ 12) ราคาประมาณ 2-5 ล้านบาท
- 2) กลุ่มที่เดินทางไปทำงานโดยรถยนต์ส่วนตัว ส่วนใหญ่ต้องการที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว (ร้อยละ 48) ส่วนกลุ่มคนที่เดินทางไปทำงานโดยรถไฟฟ้า ส่วนใหญ่ต้องการที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม (ร้อยละ 19)

3 การวางแผนทางการเงินเพื่อซื้อที่อยู่อาศัย

ในการซื้อที่อยู่อาศัยได้ตามเป้าหมายที่ต้องการผู้ซื้อจำเป็นต้องมีการวางแผนทางการเงินโดยเฉพาะ จำเป็นต้องมีการออมเงินรวมถึงจะต้องพิจารณาความสามารถในการซื้อ (Affordability) จากการศึกษาพบว่าคนเจนวายที่มีวัตถุประสงค์การซื้อที่อยู่อาศัยที่ต่างกันมีสัดส่วนจำนวนเงินออมต่างกันและมีแหล่งที่มาของรายได้ต่างกัน อย่างไรก็ตามคนกลุ่มนี้มีการออมเงินผ่านการฝากสถาบันการเงิน ดังนี้

3.1 การออมเพื่อที่อยู่อาศัย

การออมเพื่อที่อยู่อาศัยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนคือ วิธีการออม แหล่งที่มาของเงินออม จำนวนเงินออม และระยะเวลาของเงินออม (รัชนีกร วงศ์จันทร์, 2559) แต่ในงานวิจัยนี้ ศึกษากลุ่มเจนวายที่ยังไม่ซื้อที่อยู่อาศัย จำนวน 148 ตัวอย่าง ยังไม่ทราบระยะเวลาในการออมที่แน่นอน จึงได้กำหนดขั้นตอนในการออมออกเป็น 3 ขั้นตอน และได้ผลการศึกษาดังตาราง 4

ขั้นที่ 1 วิธีการออม ในวิธีการออม ซึ่งกลุ่มเจนวายที่ซื้อที่อยู่อาศัยทุกวัตถุประสงค์ ส่วนใหญ่มีการออมโดยฝากธนาคาร (ออมทรัพย์)

ขั้นที่ 2 แหล่งที่มาของเงินออม กลุ่มเจนวายที่ซื้อที่อยู่อาศัยเพื่ออยู่เอง มีแหล่งที่มาของเงินออมมาจาก เงินออมส่วนตัว และเงินโบนัส กลุ่มที่ซื้อเพื่อการลงทุน มีแหล่งที่มาจาก เงินออมและเงินมรดก กลุ่มที่ซื้อเพื่อเก็งกำไร มีแหล่งที่มาของเงินมาจาก การลงทุนหุ้น/พันธบัตร/ทองคำ และเงินสมทบจากครอบครัว

¹ วัตถุประสงค์ในการซื้อที่อยู่อาศัย แบ่งออกเป็น 3 แบบ คือ 1. เพื่ออยู่อาศัย (หมายถึง ซื้อเพื่ออยู่อาศัยจริง) 2. เพื่อการลงทุน/เป็นสินทรัพย์ (หมายถึง ซื้อเพื่อลงทุน ยอมโอนกรรมสิทธิ์เป็นของตนเอง โดยอาจปล่อยเช่าต่อหรือรอมูลค่าเพิ่มในอนาคต) 3. เพื่อเก็งกำไร (หมายถึง ต้องการขายต่อและไม่ยอมโอนกรรมสิทธิ์เป็นของตนเอง โดยถือไว้ในระยะเวลานั้นๆ เช่น การขายใบจอง)

ขั้นที่ 3 จำนวนเงินออม กลุ่มเงินรายทุกวัตถุประสงค์ มีจำนวนเงินออมเพื่อที่อยู่อาศัย จำนวนเงิน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทต่อเดือน ทั้งนี้ หากคนจนรายที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท จะมีการออมเงินน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30% ของรายได้ต่อเดือน

ตาราง 4 วัตถุประสงค์การซื้อที่อยู่อาศัยกับการออม

วัตถุประสงค์ในการซื้อที่อยู่อาศัย	ร้อยละ	การออมเพื่อที่อยู่อาศัย					
		วิธีการออม	ร้อยละ	แหล่งที่มาของเงิน	ร้อยละ	จำนวนเงินออม	ร้อยละ
เพื่ออยู่เอง	74	ฝากธนาคาร (ออมทรัพย์)	57	เงินออมส่วนตัว และเงินโบนัส	76	<= 10,000 บาท / เดือน	91
เพื่อการลงทุน/ เป็นสินทรัพย์	21	ฝากธนาคาร (ออมทรัพย์)	61	เงินออมส่วนตัว และเงินมรดก	70	<= 10,000 บาท / เดือน	85
เพื่อเก็งกำไร	5	ฝากธนาคาร (ออมทรัพย์)	83	ลงทุนหุ้น/พันธบัตร และจากครอบครัว	50	<= 10,000 บาท / เดือน	100

3.2 ความสามารถในการซื้อที่อยู่อาศัย

ผู้วิจัยวิเคราะห์ความสามารถในการจ่ายโดยพิจารณาจากข้อมูลระยะเวลาที่จะซื้อที่อยู่อาศัย รูปแบบที่อยู่อาศัยที่ต้องการ และรายได้ปัจจุบัน ทั้งนี้จากการศึกษาเบื้องต้นพบว่า คนจนรายส่วนใหญ่มีแผนจะซื้อที่อยู่อาศัยในอีกภายใน 5 ปีข้างหน้า โดยที่อยู่อาศัยที่ต้องการคือ บ้านเดี่ยว และรายได้ส่วนตัวในปัจจุบันประมาณ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท/เดือน ในการวิเคราะห์ได้ตั้งสมมติฐานเรื่องการเพิ่มขึ้นของรายได้ โดยจากการศึกษาเรื่อง สถิติตค่าตอบแทนของบริษัท ไทย ปี 2560 พบว่า มีการปรับขึ้นของเงินเดือนโดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.3% ต่อปี ซึ่งเท่ากับปี 2559 และคาดว่าแนวโน้มในปี 2561 ก็ยังคงเท่าเดิม โดยการปรับขึ้นของเงินเดือนที่มากที่สุดจะอยู่ที่ประมาณ 10% ต่อปี (ภาณุวัฒน์ เบญจระมาน, 2560) ผู้วิจัยจึงได้ตั้งสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการซื้อโดยการประมาณรายได้ในช่วง 3-7 ปีข้างหน้า เพื่อเทียบกับกำลังซื้อที่อยู่อาศัยว่าคนจนรายมีกำลังซื้อที่อยู่อาศัยแบบใด โดยคิดจากฐานเงินเดือนที่ 30,000 บาท ณ ปัจจุบัน (ปี 2560) ดังตาราง 5

ตาราง 5 สมมติฐานการเพิ่มขึ้นของรายได้และวงเงินกู้ที่สามารถกู้ได้

ปี	อัตราเพิ่มขึ้นของเงินเดือน	เงินเดือน	วงเงินกู้สูงสุด	จำนวนเงินผ่อนต่องวดสูงสุด	ราคาที่อยู่อาศัยที่คาดว่าจะซื้อได้
2560	0%	30,000	2,721,900	19,500	2,449,710
2563	5%	34,729	3,140,700	22,500	2,826,630 - 2,952,180
	10%	36,300	3,280,200	23,500	
2564	5%	36,465	3,308,200	23,700	2,977,380 - 3,253,680
	10%	39,930	3,615,200	25,900	
2565	5%	38,288	3,461,700	24,800	3,115,530 - 3,580,380
	10%	43,923	3,978,200	28,500	
2566	5%	40,202	3,643,200	26,100	3,278,880 - 3,944,700
	10%	48,315	4,383,000	31,400	
2567	5%	42,212	3,824,600	27,400	3,442,140 - 4,334,130
	10%	53,146	4,815,700	34,500	

หมายเหตุ : คิดการเพิ่มขึ้นของเงินเดือน 5% และ 10% ต่อปีของเงินเดือนปี 2560, ระยะเวลาผ่อนชำระ 30 ปี, LTV 90%

MRR 6.75% (ที่มา : ธนาคารอาคารสงเคราะห์ 22 พ.ค. 2560)

จากตาราง จะสังเกตได้ว่าในอัตราดอกเบี้ยของรายได้ 5% และ 10% โดยคิดจากฐานเงินเดือน 30,000 บาท ณ ปี 2560 ในระยะเวลา 3-5 ปีข้างหน้า (ปี 2563-2565) ซึ่งหากขณะนั้นมีรายได้ประมาณ 35,000-38,000 บาท ในกรณีรายได้เพิ่ม 5% หรือประมาณ 36,000-44,000 บาท ในกรณีรายได้เพิ่ม 10% คนเจนวายจะสามารถซื้อที่อยู่อาศัยได้ประมาณ 2,800,000-3,500,000 บาท ซึ่งรูปแบบที่อยู่อาศัยที่สามารถซื้อได้มีทั้งคอนโดมิเนียมและบ้านเดี่ยว ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งและขนาด อย่างไรก็ตาม ปัจจัยสำคัญคือการเพิ่มขึ้นของรายได้และราคาที่อยู่อาศัย หากรายได้เพิ่มขึ้นน้อยกว่าร้อยละ 5 และราคาที่อยู่อาศัยเพิ่มมากกว่าร้อยละ 10 (มากกว่าการเพิ่มของระดับรายได้ที่ 10%) คนเจนวายก็อาจจะไม่สามารถจ่ายเพื่อที่อยู่อาศัยได้ จำเป็นต้องหารายได้เสริมหรือเพิ่มจำนวนเงินออม

อภิปรายผลและสรุปผลการศึกษา

จากการศึกษา ได้อภิปรายผลการศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

(1) จากผลการศึกษา Gen Y ส่วนใหญ่มีแนวคิดในการซื้อที่อยู่อาศัย และคิดว่าการซื้อที่อยู่อาศัยเป็นการออมหรือการลงทุนระยะยาว รูปแบบหนึ่ง (79%) ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ M.Leanne Lachmen and Deborah L. Brett (2015) ที่พบว่า กลุ่มคน Gen Y คาดหวังว่าจะมีบ้านไว้ครอบครอง และความเห็นต่อการซื้อบ้านคือ การออมและการลงทุนระยะยาว รูปแบบหนึ่ง รวมถึง Gen Y ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อที่อยู่อาศัย เพื่ออยู่เอง มากถึง 74%

(2) จากผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า Gen Y มีความต้องการบ้านเดี่ยวลำดับแรก รองลงมาคือ คอนโดมิเนียม อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาด้านความสามารถในการจ่ายแล้ว พบว่า จากสัดส่วนการออมของ Gen Y ในปัจจุบัน ซึ่งน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30% ของรายได้ต่อเดือน ทำให้ไม่มีความสามารถในการซื้อที่อยู่อาศัยดังกล่าว ซึ่งหากจะซื้อที่อยู่อาศัยได้ ตามที่ต้องการต้องมีการออมที่มากขึ้น หรือใช้ระยะเวลาในการออมที่นานขึ้น ทั้งนี้งานวิจัยของ ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (2557) ระบุว่า คน Gen Y ชอบใช้ชีวิตในเมือง เมื่อเทียบกับแนวคิดเกี่ยวกับเจนวายที่ชอบใช้ชีวิตในเมือง ทำให้คอนโดมิเนียมอาจเป็นที่อยู่อาศัยทดแทนบ้านเดี่ยวได้ เพื่อตอบโจทย์การใช้ชีวิตในเมืองของเจนวาย

(3) จากการศึกษาพบว่า Gen Y ส่วนใหญ่มีการลงมือออมเพื่อที่อยู่อาศัย โดยมีแผนจะซื้อในอีกภายใน 5 ปี ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการเริ่มลงมือออมและความตั้งใจที่จะมีที่อยู่อาศัย ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของ เครดิตบูโร (National Credit Bureau) ระบุว่า คนเจนวายมีอัตราการซื้อสิ่งหรือทรัพย์สินสูงขึ้นจริง พวกเขาซื้อเพราะเป็นหนึ่งในแผนการของชีวิตที่จะสร้างอนาคต สร้างครอบครัว มีที่อยู่อาศัยเป็นของตัวเอง รวมถึงกลุ่มคนเจนวายมีการเปิดบัญชีเงินฝากเพื่อซื้อที่อยู่อาศัยที่สูงขึ้นในทุกปี และในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (2555-2560) มีการเปิดบัญชีเพิ่มขึ้นถึง 120% จากผลการศึกษาดังกล่าว ชี้ให้เห็นว่า Gen Y เริ่มหันมาให้ความสนใจกับที่อยู่อาศัยมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาแสดงให้เห็นว่าคนเจนวายที่ทำงานด้านการเงินถือเป็นกลุ่มคนที่มีศักยภาพกลุ่มหนึ่ง และน่าจะเป็นผู้มีความรู้ด้านการเงินในเบื้องต้น ซึ่งผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มนี้มีการออมเพื่อที่อยู่อาศัยสัดส่วนน้อยกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 30 รวมถึงมีเป้าหมายในการซื้อที่อยู่อาศัยเพื่อการอยู่อาศัยเองมากกว่าการลงทุนหรือเก็งกำไร เพราะมองเห็นว่าการซื้อที่อยู่อาศัยเป็นการออมรูปแบบหนึ่ง แต่เนื่องจากกลุ่มคนเจนวายยังมีเงินเดือนที่ไม่สูงมากและมีความต้องการที่อยู่อาศัยภายใน 5 ปีข้างหน้า ซึ่งราคาที่อยู่อาศัยอาจจะเพิ่มสูงขึ้นไปอีกจนเกินกว่าการเพิ่มขึ้นของระดับรายได้ ดังนั้นหากสถาบันการเงินมีการส่งเสริมการออมและสร้างวินัยทางการเงินให้กับคนกลุ่มนี้โดยการออกผลิตภัณฑ์ที่ช่วยส่งเสริมการออมเพื่อที่อยู่อาศัยก็จะช่วยให้คนเจนวายมีโอกาสมีที่อยู่อาศัยเป็นของตัวเองภายใน 3-5 ปีข้างหน้า รวมถึงอาจจะช่วยลดโอกาสจากการเกิดหนี้เสียจากคนกลุ่มนี้ เนื่องจากได้มีการสร้างวินัยการออมมาในระยะหนึ่งแล้ว

บรรณานุกรม

เชษฐพล มานิตย์. “มนุษย์เงินเดือนกู้ซื้อบ้านได้มากแค่ไหน.” สืบค้น 22 มีนาคม 2561.

<https://www.ddproperty.com>.

- ณรงค์ โพธิ์ฤกษ์พานันท์. *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เอ็กซ์เปอร์เน็ท, 2551.
- ดารารัตน์ เข็มจระ. “ความท้าทายใหม่ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์.” สืบค้น 2 มีนาคม 2561.
<http://gotoknow.org/blog/dararakh7/274004>.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. “*การกำหนดอัตรา Loan to Value*.” สืบค้น 6 เมษายน 2561.
https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/DocLib_/article17_11_10.pdf.
- ธนาคารอาคารสงเคราะห์. “*เครื่องคำนวณสินเชื่อที่อยู่อาศัย*.” สืบค้น 6 เมษายน 2561.
<https://www.ghbank.co.th/loan/information-advice/calculator>.
- ธัญชนก ปะวะละ. “*การออมของครัวเรือนในภาคชนบทของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*.” วิทยานิพนธ์ปริญญา
 มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2551.
- นันทน์รี ช่างชัยพิสุทธิ. “*การวางแผนการออมของมนุษย์เงินเดือน กรณีศึกษา : บริษัทจำหน่ายคอมพิวเตอร์ A*.”
 สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2552.
- เบญจวรรณ มณีฉาย. *การเงินเคหการ*. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการที่อยู่อาศัยและการตั้งถิ่นฐานมนุษย์ การเคหะแห่งชาติ,
 2530.
- พิจิตรา ก้องกิตติงาม. “*การวางแผนทางการเงินเพื่อที่อยู่อาศัยของบัณฑิตจบใหม่จากจุฬาลงกรณ์*.” วิทยานิพนธ์
 ปริญญาโทพัฒนศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2558.
- ภราดร ปรีดาศักดิ์. *หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549.
- ภาณุวัฒน์ เบญจระมาน. “*สถิติค่าตอบแทนของบริษัทไทย ปี 2560*.” สืบค้น 23 มีนาคม 2561.
<http://www.forbesthailand.com/news-detail.php?did=2126>.
- มานพ พงศทัต. *ระบบสินเชื่อที่อยู่อาศัยนโยบายการออมก่อนซื้อ*. กรุงเทพฯ: สมาคมสินเชื่อที่อยู่อาศัย, 2543.
- รัชณีกร วงศ์จันทร์. *การบริหารการเงินส่วนบุคคล*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2559.
- เวิร์คเวนเจอร์. “*เผยผลสำรวจ 50 องค์กรที่คนอยากร่วมงานด้วยมากที่สุด*” สืบค้น 5 สิงหาคม 2560.
<http://www.cheetahmarketing.in.th/2017/06/22/top-50-companies-that-millennial-want-to-work-for>.
- ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์. “*กลยุทธ์มัดใจผู้บริโภค Gen Y*.” สืบค้น 3 ตุลาคม 2560.
https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/130/dzi68owq5l/8372_20141112161337.pdf.
- สุพพตา ปิยะเกตุ. *การเงินส่วนบุคคล*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ (สสช.). *การออมภาคครัวเรือนของไทย ไตรมาสที่ 4 ปี 2559*. กรุงเทพฯ:สำนักงานสถิติ
 แห่งชาติ, 2559.
- อุมาภรณ์ ภัทรวาณิชย์. *คุณภาพชีวิตต่างวัยของผู้มีงานทำ*. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม
 มหาวิทยาลัยมหิดล, 2557.
- Valentine, Dawn B. and Powers, Thomas B. “Generation Y Values and Lifestyle Segments.” *Journal
 of Consumer Marketing* 30, 7(2013): 597-606.
- Lachmen, M.Leanne and Brett, Deborah L. “*Gen Y and Housing: What They Want and Where They Want It*.”
 Accessed October 3, 2017. <https://uli.org/wp-content/uploads/ULI-Documents/Gen-Y-and-Housing.pdf>.