

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการรู้เท่าทันสื่อเกี่ยวกับความรู้เรื่อง
ทางการเงินที่ส่งผลต่อการออมของกลุ่มวัยทำงานจังหวัดจันทบุรี

Confirmatory Factor Analysis for Media Literacy about Financial Literacy
that Affects Savings of Working Age Group in Chanthaburi Province

Received: July 11, 2024 / Received in revised form: November 27, 2024 / Accepted: December 4, 2024

ภารดี พึ่งสำราญ Paradee Phuengsamran

สุทธินันท์ โสติวิทย์ Suttinun Sotwitee

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี Rambhai Barni Rajabhat University

บทคัดย่อ

ว

วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการรู้เท่าทันสื่อเกี่ยวกับความรู้เรื่องทางการเงินที่ส่งผลต่อการออมของกลุ่มวัยทำงานจังหวัดจันทบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับประชากรกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 15-59 ปีของจังหวัดจันทบุรีจำนวน 420 ชุด ตามเกณฑ์จำนวนตัวแปรที่ศึกษาตามเงื่อนไข เพื่อกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีค่าดัชนี Chi-Square เท่ากับ 991.996 ค่า p-value เท่ากับ 0.00, ค่า chi-square/df เท่ากับ 1.60, GFI มีค่าเท่ากับ 0.90, RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.03, NFI มีค่าเท่ากับ 0.95, และ CFI มีค่าเท่ากับ 0.98 จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการรู้เท่าทันสื่อเกี่ยวกับความรู้เรื่องทางการเงินที่ส่งผลต่อการออมของกลุ่มวัยทำงานจังหวัดจันทบุรี เป็นการนำปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การรู้เท่าทันสื่อ ความรู้เรื่องทางการเงินและการออม มาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า แต่ละปัจจัยที่เกี่ยวข้องมีองค์ประกอบย่อยที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง 0.76 -0.98 ผ่านเกณฑ์การประเมินโดยด้านที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดใน 3 ลำดับแรก คือ การเข้าใจสื่อ มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.98 ลำดับที่สอง การจัดทำงานประมาณค่าใช้จ่ายและการลงทุนมีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.97 ลำดับที่สามคือการใช้สื่อให้เกิดประโยชน์มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.96 ตามลำดับ

คำสำคัญ: การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน, การรู้เท่าทันสื่อ, ความรู้เรื่องทางการเงิน, การออม

ภารดี พึ่งสำราญ (ปร.ด. (การสื่อสาร) มหาวิทยาลัยนครสวรรค์, 2565, E-mail: paradee.p@rbu.ac.th) ปัจจุบันดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี และสุทธินันท์ โสติวิทย์ (น.ศ. สาขาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง, มหาวิทยาลัยเกริก, 2552, E-mail: suttinun.s@rbu.ac.th) ปัจจุบันดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง [แบบจำลองสมการโครงสร้างการรู้เท่าทันสื่อเกี่ยวกับความรู้เรื่องทางการเงินที่ส่งผลต่อการออมของกลุ่มวัยทำงานจังหวัดจันทบุรี] ซึ่งได้รับงบประมาณสนับสนุนจากกองทุนวิจัย [มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี]

Abstract

This research aimed to analyze confirmatory factors for media literacy about financial literacy that affects savings of working age group in Chanthaburi province. This quantitative research collected data with 420 sets of questionnaires from working group population within age range of 15-59 years in Chanthaburi province, according to criteria concerning number of variable conditions that determine size of sample group. The research model was well consistent with empirical data in good level, with Chi-Square index of 991.996, p-value of 0.00, Chi-square/df of 1.60, GFI of 0.90, RMSEA of 0.03, NFI of 0.95, and CFI of 0.98. In confirmatory factor analysis for media literacy about financial literacy that affects savings of working age group in Chanthaburi province, related factors like media literacy and financial and saving literacy were analyzed. It was found that each factor contained sub-factors with factor loading between 0.76-0.98, which passed the evaluation criteria. The top three factors with the most factor loading included media understanding (factor loading of 0.98), followed by expense budgeting and investment (equal factor loading of 0.97), and utilization of media (factor loading of 0.96), respectively.

Keywords: Confirmatory Factor Analysis, Media literacy, Financial Literacy, Saving

บทนำ

สำหรับศตวรรษที่ 21 ความสามารถในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพในทุกรูปแบบสื่อ รวมถึงการเข้าถึง ทำความเข้าใจ วิเคราะห์ ประเมิน และมีส่วนร่วมด้วยภาพ คำพูด เสียงที่ทรงพลัง จนประกอบเป็นวัฒนธรรมการสื่อสารแบบร่วมสมัย ซึ่งทักษะความรู้ด้านสื่อจำเป็นสำหรับทั้งเด็กและผู้ใหญ่ในฐานะปัจเจกบุคคลพลเมืองของสังคม โดยเฉพาะวัยหนุ่มสาว วัยทำงานที่ต้องมีการพัฒนาทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณ ทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิต การตัดสินใจเลือกอย่างชาญฉลาด (Center for Media Literacy, 2024)

การรู้เท่าทันสื่อเป็นทักษะสำหรับพลเมืองที่ช่วยสร้างความกระตือรือร้น ช่วยให้ประชาชนได้เข้าถึงข้อมูลใหม่ ๆ อย่างปลอดภัย โดยเข้าใจถึงความสำคัญของข่าว ถอดรหัสข้อความที่ได้รับ มีสิทธิในเสรีภาพในการแสดงออก และสามารถมีส่วนร่วมในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมได้ (Moeller, 2009) ปัจจุบัน ค.ศ. 2023 ยูเนสโก ยังคงส่งเสริมผู้คนให้พัฒนาความรู้ด้านสื่อและสารสนเทศ ส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้คนสามารถคิดอย่างมีวิจารณญาณและคล้อยตามอย่างชาญฉลาด เพราะการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (Media and Information Literacy) เป็นชุดความสามารถที่เกี่ยวข้องกันที่จะช่วยให้ผู้คนในสังคมลดอันตรายจากภูมิทัศน์ของข้อมูลดิจิทัล กล่าวได้ว่า Media literacy เป็นความสามารถที่ช่วยให้ผู้คนมีส่วนร่วมกับข้อมูลอย่างมีวิจารณญาณและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างชาญฉลาด ซึ่งทักษะความสามารถเหล่านี้เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและผู้สร้างสื่อพลเมืองทุกคน (UNESCO, 2023) เป็นปฏิสัมพันธ์ภายใต้ระบบต่าง ๆ อาทิ ระบบเศรษฐกิจ ปัญหาสำคัญของประเทศไทยขณะนี้คือ ประเทศไทยติดอันดับ 6 ของโลกในการเกิดภัยทางการเงิน โดยในปี พ.ศ. 2566 คดีที่มีการแจ้งความออนไลน์มากที่สุดคือ หลอกให้ซื้อขายสินค้าและบริการ รองลงมาคือ หลอกให้โอนเงินเพื่อทำงาน และหลอกให้กู้เงิน สาเหตุหลักมาจากการขาดการยับยั้งชั่งใจและการไตร่ตรองต่อข้อมูล แม้ว่าเทคโนโลยีจะช่วยอำนวยความสะดวกมากขึ้นก็ตาม (สมาคมธนาคารไทย, 2566)

ดังนั้น Financial Literacy ที่ให้ความสำคัญถึงความรู้เรื่องทางการเงินแบบรอบด้าน เป็นทักษะความรู้และความเข้าใจแก่ชุดข้อมูล เนื้อหา สารทางการเงินที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการออมหรือการตัดสินใจในบริบททางการเงิน ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญสำหรับสถานการณ์ปัญหาของชาวพลเมืองไทยภัยจากมิจฉาชีพการหลอกลวงธุรกรรมทางการเงิน ที่แอบอ้างชื่อสถาบันการเงินที่น่าเชื่อถือทำให้ชาวลักษณะดังกล่าว ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคข่าวสารออนไลน์เป็นอย่างมาก (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2566) มุมมองของการรู้เท่าทันสื่อ สถานการณ์ที่เกิดขึ้นสะท้อนให้เห็นว่าสังคมไทยต้องทำความเข้าใจว่า ระบบนิเวศของข้อมูลปัจจุบันสามารถแจกแจงองค์ประกอบได้ 3 ประการ คือ ประเภทของเนื้อหาปลอม แรงจูงใจของผู้สร้างเนื้อหา และ

วิธีการเผยแพร่เนื้อหา (Wardle, 2017) โดยกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ได้ดำเนินการเปิดพื้นที่เลือกจังหวัด จันทบุรี จัดเสวนาแลกเปลี่ยน เรียนรู้ และรับฟังข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ เป็นการสัญจรครั้งที่ 4 จากกิจกรรมเสวนา 5 ภูมิภาค วัตถุประสงค์ก็เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนมีทักษะในการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่ออย่างเหมาะสม (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2566) กิจกรรมที่เกิดขึ้น ต่อยอดการสร้างความร่วมมือจากภาคประชาชนของจังหวัดจันทบุรีเป็นพื้นที่พลเมืองที่ต้องสร้างเกาะกำบังร่วมกันไม่ให้ตกเป็นเหยื่อหรือภัย ข้างต้นผู้คนในสังคม พื้นที่ ต้องเริ่มตระหนักว่าเพียงแค่การอ่านออกเขียนได้ เป็นเพียงผู้ใช้สื่อเช่นในอดีตคงไม่เพียงพอสำหรับการใช้ชีวิตในปัจจุบัน ผู้คนจะใช้ชีวิตได้อย่างมีความสุขได้ควรมีทักษะชีวิตหลายด้านไม่ว่าจะเป็นทักษะความรู้รอบรู้ทางดิจิทัล (Digital Literacy) ทักษะความรู้เรื่องทางการเงิน (Financial Literacy) ทักษะความรู้ด้านข้อมูล (Information Literacy) ทักษะความรู้ทางด้านสื่อ (Media Literacy) ทุกทักษะที่กล่าวถึงเชื่อว่าเป็นทักษะที่ทำให้คนมีความอยู่ดีมีสุขทางการเงิน (Financial Well-Being) (ดลิตา อมรเหมานนท์ และแสงอรุณ อิศระมาลัย, 2562)

ด้วยเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมสังเคราะห์ตัวแปรที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาประกอบในการวิจัยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) การวิเคราะห์ทางสถิติส่วนหนึ่งของการวิเคราะห์สมการโครงสร้างการศึกษาครั้งนี้เป็นการตรวจสอบว่าองค์ประกอบที่พัฒนาขึ้นตามแนวคิดทฤษฎี เมื่อนำมาใช้ในบริบทที่ศึกษานั้นองค์ประกอบใดบ้างมีน้ำหนักหรือความสำคัญมากกว่ากันและภายในองค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบนั้น (ตัวแปรแฝง) ค่าน้ำหนักของตัวแปรสังเกตได้ตัวใดมีค่าน้ำหนักหรือความสำคัญมากกว่าอีกทั้งการศึกษาจะเป็นการยืนยันเครื่องมือที่สร้างขึ้นว่ามีความตรงในเชิงโครงสร้างจริงกล่าวอีกนัยคือตัวแปรแฝงแต่ละตัวแปรสามารถวัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ที่ผู้วิจัยได้สังเคราะห์หรือกำหนดขึ้นมาจริง ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจะสามารถนำข้อมูลไปใช้ในเชิงปฏิบัติโดยสามารถนำไปวางแผนจัดทำกิจกรรม โครงการเพื่อส่งเสริม สร้างความ

ตระหนักในการรู้เท่าทันสื่อต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความรู้เรื่องทางการเงินของผู้คนในสังคมต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการรู้เท่าทันสื่อเกี่ยวกับความรู้เรื่องทางการเงินที่ส่งผลต่อการออมของกลุ่มวัยทำงานจังหวัดจันทบุรี

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ

การรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) ได้มีนักวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศได้นิยามความหมายไว้ได้ใกล้เคียงกันยูเนสโก (UNESCO, 2023) ได้กำหนดว่า การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (Media and Information Literacy) ครอบคลุมไปถึงความสามารถของบุคคลในการตีความและการตัดสินใจในฐานะผู้รับสาร ตลอดจนเป็นผู้ที่มีความชำนาญในการสร้างและผลิตเนื้อหา เป็นการกำหนดขอบเขต “การรู้เท่าทันสื่อ” ที่มุ่งเน้นให้ผู้รับสารหรือบุคคลมีความเข้าใจในการทำหน้าที่ของสื่อและการใช้ประโยชน์จากสื่ออย่างมีวิจารณญาณ

สำหรับในประเทศไทย พรทิพย์ เย็นจะบก (2552) กล่าวว่า การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง การอ่านสื่อให้ออกเพื่อพัฒนาทักษะในการเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์สื่อ การตีความเนื้อหาของสื่อ การประเมินค่า และเข้าใจผลกระทบของสื่อ รวมถึงความสามารถใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ได้ ซึ่งเป็นกระบวนการในการพัฒนาศักยภาพทางความคิดเพื่อป้องกันตนเองจากผลกระทบในด้านลบจากสื่อ โดยการรู้เท่าทันสื่อจะต้องมีการนำไปปรับใช้ใน 4 รูปแบบ คือ เข้าถึง (Access) วิเคราะห์ (Analyze) ประเมิน (Evaluate) และ สร้างสรรค์ (Create) และทั้ง 4 รูปแบบนี้สามารถใช้ได้กับสื่อทุกประเภท (อุษา บิ๊กกินส์, 2555) อย่างไรก็ตาม โจนส์ (Jones, 2018) นำเสนอว่า การรู้เท่าทันสื่อเป็นเครื่องมือที่จะช่วยสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้รับสาร ทำให้เกิดความตระหนักว่าเนื้อหาจากสื่อมีอิทธิพลต่อผู้รับสารอย่างไร การรู้เท่าทันสื่อจะช่วยให้ผู้รับสารไม่ถูกรวบงำจากสื่อหรือผู้ผลิตเนื้อหาสารที่คาดหวังต่อความเชื่อ ความคล้อยตามจากการนำเสนอ นั้น ๆ เช่น การหลอกให้หลงเชื่อจากข้อความโฆษณาที่หลอกหลวง การรู้เท่าทันสื่อจะช่วยเสริมสร้างความสามารถในการเลือกรับสื่อและใช้ประโยชน์จากสื่อได้อย่างเหมาะสม

ด้านการวัดผลลัพธ์ของการรู้เท่าทันสื่อ ประการสำคัญคือการกำหนดขอบเขตการวัดผล ด้วยความหมายของการรู้เท่าทันสื่อในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ได้รับการเปลี่ยนแปลงภายใต้อิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม เทคโนโลยี และสังคม จากการทบทวนวรรณกรรม การรู้เท่าทันสื่อ มีผู้ให้คำนิยามที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับใครเป็นผู้กำหนดและเพื่อวัตถุประสงค์อะไร (Ptaszek, 2019) นอกจากนี้แนวคิดเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อแล้ว ยังมีคำศัพท์ที่สื่อความหมายเทียบเท่าได้หลากหลายคำด้วย อาทิ การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (Media And Information Literacy) การรู้เท่าทันดิจิทัล (Digital Literacy) การรู้เท่าทันดิจิทัลและสื่อ (Digital and Media Literacy) การรู้เท่าทันสื่อใหม่ (New Media Literacy)ความสามารถด้านดิจิทัล (Digital Competencies) การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy Education) และอื่น ๆ (Rosenbaum, 2007) ข้อสังเกตพบว่ายังขาดความเป็นเอกฉันท์ในหมู่นักวิจัยในเรื่องความรู้ด้านสื่อ ทำให้ยากต่อการตัดสินว่าความรู้ด้านสื่อหมายถึงอะไรใน

ทำนองเดียวกันตามที่ Bulger (2012) กล่าวไว้ ความคลุมเครือของคำจำกัดความนี้เป็นความท้าทายในการระบุมิติที่วัดได้สำหรับการรู้เท่าทันสื่อ นักวิจัยหลายท่านจึงเน้นย้ำว่าการวัดความรู้ด้านสื่อในปัจจุบันถือเป็นความท้าทายอย่างล้นหลาม (Arke & Primack, 2009; Martens, 2010; Schilder, Lockee & Saxon, 2016) เพราะเป็นเวลานานมาแล้วที่ประสิทธิผลของกิจกรรม สถานะการณ์ เหตุการณ์ที่ศึกษาถูกวัดมากกว่าผลลัพธ์ของการรู้เท่าทันสื่อ (Literat, 2014; Schilder, Lockee & Saxon, 2016)

การศึกษาในครั้งนี้ การทบทวนวรรณกรรม พบว่าการวัดผลลัพธ์ของการรู้เท่าทันสื่อเกี่ยวข้องกับการนำไปใช้ของกรอบความรู้การรู้เท่าทันสื่อ ที่สามารถพบแบบจำลองต่าง ๆ ด้วยองค์ประกอบที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับวิธีการนิยาม ที่แต่ละนักวิจัยได้ระบุแยกแยะองค์ประกอบสำคัญหรือทักษะหลักของการรู้เท่าทันสื่อ ได้แตกต่างกัน ดังนี้ ตารางที่ 1

ตารางที่ 1 องค์ประกอบสำคัญหรือทักษะหลักของการรู้เท่าทันสื่อ

องค์ประกอบ	3	4	5	6
องค์ประกอบ	องค์ประกอบ	องค์ประกอบ	องค์ประกอบ	องค์ประกอบ
การเข้าถึง, เข้าใจ, สร้างสรรค์ (Buckingham, 2005)	เทคโนโลยี, ความรู้, ความเข้าใจ, จริยธรรม, การบูรณาการ (Calvani et al., 2008)	เทคโนโลยี, ความรู้, ความเข้าใจ, จริยธรรม, การบูรณาการ (Calvani et al., 2008)	การจำกัด,วัตถุประสงค์, มุมมอง,เทคนิค,การประเมิน (Arke & Primack, 2009)	การวิเคราะห์,การประเมิน,การจัดกลุ่ม, การชักนำ,การนิรนัย, สังเคราะห์,สิ่งที่เป็นนามธรรม (Potter, 2014)
การเข้าถึง, การประเมินผล, การสร้าง (UNESCO, 2013)	การใช้, ความเข้าใจเชิงวิพากษ์,การสื่อสาร (Celot, 2009)	การใช้, ความเข้าใจเชิงวิพากษ์,การสื่อสาร (Celot, 2009)	การรับรู้ของสื่อ, การเข้าถึงสื่อ, ความตระหนักรู้ทางจริยธรรม,การประเมินสื่อ,การผลิตสื่อ (Hallaq, 2016)	การวิเคราะห์,การประเมิน,การจัดกลุ่ม, การชักนำ,การนิรนัย, สังเคราะห์,สิ่งที่เป็นนามธรรม (Potter, 2014)
การใช้, ความเข้าใจเชิงวิพากษ์,การสื่อสาร (Celot, 2009)	การใช้, ความเข้าใจเชิงวิพากษ์,การสื่อสาร (Celot, 2009)	การใช้, ความเข้าใจเชิงวิพากษ์,การสื่อสาร (Celot, 2009)	การเปิดรับสื่อ,การวิเคราะห์สื่อ, การเข้าใจสื่อ,การประเมินค่า,การใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.), 2560)	การวิเคราะห์,การประเมิน,การจัดกลุ่ม, การชักนำ,การนิรนัย, สังเคราะห์,สิ่งที่เป็นนามธรรม (Potter, 2014)

ที่มา: พัฒนาปรับปรุงจากองค์ประกอบหลัก/ทักษะหลักของการรู้เท่าทันสื่อในมุมมองของนักวิจัยต่าง ๆ (Ptaszek,2019)

จากตารางข้างต้นหากพิจารณาเปรียบเทียบจะพบประเด็น ๆ ใหญ่ที่มีความคล้ายคลึงตรงที่องค์ประกอบที่สำคัญของการรู้เท่าทันสื่อประกอบด้วยการคิดอย่างมีวิจารณญาณเกี่ยวกับข้อความ ข้อมูล และการประเมินผล โดยทักษะเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับการสร้างผลสื่อมีผลต่อกัน อย่างไรก็ตามเป็นการทำงานทางสังคม ที่ระบุถึงความสามารถการกระทำในการสื่อสารของแต่ละบุคคลและการมีส่วนร่วมในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารอย่างมีจริยธรรม

นอกจากนี้ สำหรับมิติการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในภูมิทัศน์ของสื่อใหม่ก็ได้มุ่งเน้นไปที่ทักษะการผลิต Jenkins (2009) เน้นย้ำถึงการส่งเสริมวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมในสื่อดิจิทัล ขณะที่ Hobbs (2010) เสนอการเพิ่มการไตร่ตรองและการดำเนินการเข้ากับความสมารถหลักของการรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัล เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถและสนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิตในหมู่ผู้ใช้งาน จากกรอบความรู้องค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อข้างต้น ผู้วิจัยได้รวบรวมและนำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy)

ความรู้เบื้องต้นเรื่องการเงิน ประกอบด้วยความรู้ และทักษะทางการเงินหลายด้านรวมกัน ความรู้ ข้อมูลข่าวสารเหล่านี้จะช่วยให้แต่ละบุคคล สามารถบริหารจัดการทั้งเงินและหนี้สินอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งองค์ประกอบหลักของความรู้เรื่องทางการเงิน ได้แก่ การจัดทำงบประมาณการใช้จ่าย การลงทุน การกู้ยืม เรื่องภาษี การบริหารการเงินส่วนบุคคล (ธนาคารไทยพาณิชย์, 2565)

ปัจจุบันคำว่า Financial Literacy ที่ใช้อยู่มีการแทนด้วยคำที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นทักษะทางการเงิน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2559; วิศวกรรม ศิริวรรณ, 2557) หรือความรู้เรื่องทางการเงิน (สฤณี อาชวานันทกุล, 2550) และทักษะความรู้ทางการเงิน (ดลิตา อมรเหมานนท์ และแสงอรุณ อิศระมาลัย, 2562) Financial Literacy ของบุคคลจะเกิดขึ้นได้จะต้องประกอบไปด้วยความรู้ทางการเงิน (Financial Knowledge) ทศคติทางการเงิน (Financial Attitude) และพฤติกรรมทางการเงิน (Financial Behavior) อย่างไรก็ตามที่ดี ต้องยอมรับว่า Financial Knowledge และ Financial Literacy มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกัน เพราะเป้าหมายสูงสุดการที่จะทำ

ให้บุคคลมีความรู้ทางการเงิน (Financial Knowledge) ก็เพื่อยกระดับให้บุคคลมีทักษะความรู้ทางการเงินนั่นเอง (Financial Literacy) (Silgoner, Greimel-Fuhrmann & Weber, 2015; ดลิตา อมรเหมานนท์ และแสงอรุณ อิศระมาลัย, 2562)

ความรู้ทางการเงินจึงได้รับการยอมรับระดับโลกว่าเป็นทักษะชีวิตหลักในศตวรรษที่ 21 เป็นประการหนึ่งสำคัญสำหรับการเสริมสร้างศักยภาพของบุคคลและเพื่อสนับสนุนความเป็นอยู่ทางการเงินของบุคคลและสังคม โดยการสำรวจความรู้ทางการเงินสำหรับผู้ใหญ่เน้นย้ำถึงความจำเป็นอย่างต่อเนื่องในการเสริมสร้างความรู้ทางการเงินเพื่อรองรับความอยู่ดีมีสุขทางการเงินของบุคคลและครัวเรือน การพัฒนาดังกล่าวได้แก่ ประสบการณ์ของการระบาดใหญ่ของโควิด-19 แรงกดดันด้านค่าครองชีพที่เพิ่มขึ้นอันเนื่องมาจากการหยุดชะงักที่เกี่ยวข้องกับโรคระบาด การรุกรานยูเครนของรัสเซีย และบริบทปัจจุบันของอัตราเงินเฟ้อที่สูงและการเพิ่มขึ้นขึ้นของอัตราดอกเบี้ย

นอกจากนี้ การแพร่กระจายของบริการทางการเงินดิจิทัล ในยุคที่ผู้ใช้และผู้สร้างสื่อมีปฏิสัมพันธ์ภายใต้ระบบต่าง ๆ โดยเฉพาะระบบเศรษฐกิจ ตอกย้ำถึงความจำเป็นในการจัดเตรียมบุคคลให้มีความรู้และทักษะเพียงพอสำหรับการรู้เท่าทันสื่อเพื่อลดความเสี่ยงอันตรายจากการใช้สื่อเครื่องมือสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการอย่างปลอดภัย เพราะอุปสรรคจากความซับซ้อนการฉ้อโกง หลอกลวงทางการเงินนั้น ได้เน้นย้ำถึงความจำเป็นในการเสริมสร้างความเข้มแข็งทักษะความรู้ทางการเงินในหมู่ผู้ใหญ่ผู้ทำงานเพื่อช่วยให้พวกเขาตัดสินใจทางการเงินได้ดี (Organization for Economics Co-Operation and Development, 2024) ร่วมกับการใช้สื่อเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างชาญฉลาด ซึ่งทักษะความสามารถเหล่านี้เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับพลเมืองทุกคน (UNESCO, 2023)

ความเข้าใจถึงโลกรอบตัวเรา การเปลี่ยนแปลงของระบบการสื่อสารภายใต้ปฏิสัมพันธ์ที่หลากหลายการรู้เท่าทันสื่อคงเป็นหนึ่งในเหตุผลที่อยู่เบื้องหลังสำหรับบุคคลในการไตร่ตรอง มีวิจารณญาณต่อเนื้อหาข้อมูลข่าวสารสำหรับบุคคลในการแสวงหาความรู้และทักษะที่จะเพิ่มความยืดหยุ่นทาง

การเงินและความเป็นอยู่ที่ดี (Organization for Economics Co-Operation and Development, 2020)

ทำนองเดียวกันกับการศึกษาของ Lusardi & Mitchell (2023) อธิบายว่า ความรู้ทางการเงินเป็นทักษะสำคัญในการตัดสินใจอย่างชาญฉลาด ผู้คนต้องเข้าใจโลกรอบตัวเรา การรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นเครื่องมือที่จะช่วยสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้บริโภค ทำให้เกิดความตระหนักว่าเนื้อหาจากสื่อมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอย่างไร การรู้เท่าทันสื่อจะช่วยให้ผู้บริโภคไม่ถูกรอบงำจากสื่อหรือผู้ผลิตเนื้อหาที่คาดหวังต่อความเชื่อ ความคล้อยตามจากการนำเสนออื่น ๆ เช่น การหลอกลวงให้หลงเชื่อจากข้อความโฆษณาที่หลอกลวง การรู้เท่าทันสื่อจะช่วยเสริมสร้างความสามารถในการเลือกรับสื่อและใช้ประโยชน์จากสื่อได้อย่างเหมาะสม (Jones, 2018) สาเหตุที่เนื่องด้วยทางเลือกของผู้รับสารบริการธุรกรรมทางการเงินที่คนรุ่นใหม่กำลังเผชิญอยู่นั้นมันมีความท้าทายมากกว่าคนรุ่นก่อนเป็นอย่างมาก อาทิ ข้อมูลบริการและผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่มีการเข้าถึง ซับซ้อนมากยิ่งขึ้น และแพร่กระจายได้อย่างกว้างขวางจากความเป็นโลกาภิวัตน์และเทคโนโลยีดิจิทัล นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบด้วยว่า ความรู้ทางการเงิน เชื่อมโยงกับรูปแบบการกู้ยืม การออม และค่าใช้จ่าย (Lusardi, 2015)

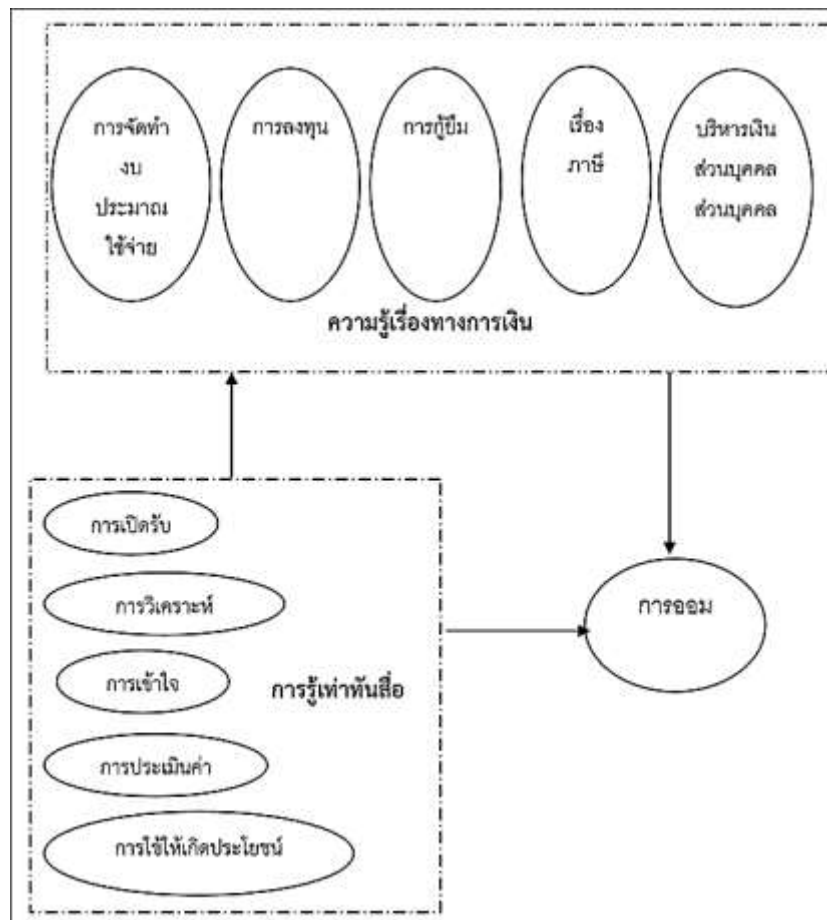
จากข้างต้นพิจารณาได้ว่า การรู้เท่าทันสื่อและความรู้ทางการเงินเป็นทักษะได้รับการยอมรับระดับโลกว่าเป็นทักษะชีวิตหลักสำหรับการใช้ชีวิตในศตวรรษที่ 21 เนื่องด้วยเป็นทักษะสำหรับการเสริมสร้างศักยภาพของบุคคลสนับสนุนความอยู่ดีมีสุขทั้งระดับบุคคลและสังคมทั้งหมดก็เพื่อช่วยให้บุคคลเหล่านั้นสามารถคัดกรองข้อมูลข่าวสาร ผ่านการไตร่ตรองอย่างมีวิจารณญาณสามารถตัดสินใจทางการเงินได้ดี (Organization for Economics Co-Operation and Development, 2024) อาจกล่าวได้ว่า ทั้งสองทักษะเป็นความสามารถที่ขาดไม่ได้สำหรับพลเมืองทุกคน การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องนำมาสังเคราะห์เป็นตัวแปรและกำหนดเป็นกรอบในการวิจัยตามภาพที่ 1 ขององค์ประกอบความรู้เรื่องทางการเงิน

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการออม

ธนาคารแห่งประเทศไทย (2565) ได้ให้นิยามของการออมว่า การออม เป็นการแบ่งรายได้ส่วนหนึ่งเก็บสะสมไว้สำหรับวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น เพื่อไว้ใช้ในอนาคต เพื่อเวลาฉุกเฉิน เพื่อใช้ในสิ่งที่อยากได้หรืออยากทำ ซึ่งการออมส่วนใหญ่มักอยู่ในรูปแบบที่มีความเสี่ยงต่อการสูญเสียเงินต้นต่ำ และได้รับผลตอบแทนไม่สูงนักเมื่อเทียบกับการลงทุน เช่น การฝากออมทรัพย์ การฝากประจำ การซื้อสลากออมทรัพย์ โดยสัดส่วนที่เหมาะสมในการออม ควรออมเงินประมาณ 1 ใน 4 ของรายได้แต่ละเดือน อย่างไรก็ตามอัตราส่วนนี้สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม ขึ้นอยู่กับรายได้ปัจจุบันและแผนทางการเงินที่วางไว้ เช่น หากเรามีแผนที่จะใช้เงินก้อนใหญ่ในระยะเวลาอันใกล้ อาจจำเป็นต้องออมเงินมากกว่า 1 ใน 4 เพื่อให้เราถึงเป้าหมายทางการเงินเร็วขึ้น แต่ถ้าเรามีรายได้น้อยและหนี้สินเยอะ ก็อาจลดการออมลง เพื่อนำเงินจำนวนนี้ไปทยอยผ่อนชำระหนี้สินที่มีให้หมดก่อน แล้วค่อยออมเพิ่มขึ้นเป็นต้น โดยได้กำหนดวัตถุประสงค์หลักในการออมแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) ออมเผื่อกรณีฉุกเฉินเพื่อเก็บไว้ใช้ในกรณีเจ็บป่วย หรือมีเหตุให้ต้องใช้เงินก้อนอย่างเร่งด่วน โดยควรแยกเก็บไว้ในบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ 2) ออมเพื่อวัยเกษียณเป็นการออมระยะยาว เพื่อใช้จ่ายเมื่อพ้นวัยทำงาน และมีเพียงพอสำหรับการดูแลสุขภาพ ทำกิจกรรมเพื่อความสุข และลดภาระของลูกหลาน 3) ออมเพื่อเติมฝันเป็นการออมระยะสั้นถึงปานกลาง 1-5 ปี เพื่อนำไปใช้จ่ายในสิ่งที่ต้องการ เช่น ท่องเที่ยว ซื้อของที่อยากได้ หรือบริจาคเพื่อสังคม 4) ออมเพื่อการลงทุนเป็นการออมระยะสั้นถึงปานกลาง 1-5 ปี เพื่อนำไปใช้จ่ายในสิ่งที่ต้องการ เช่น ซื้อพันธบัตร กองทุนรวม หุ้น เป็นต้น ซึ่งควรเลือกการลงทุนที่เหมาะสมภายใต้ความเสี่ยงที่ยอมรับได้โดยการออมทรัพย์ในครัวเรือนจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ อันเป็นข้อเท็จจริงที่บอกเป็นนัยว่าวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจอาจมีอิทธิพลต่อการออมของครัวเรือน (Satsios, N., et al., 2020) อย่างไรก็ตาม การศึกษาของ Rha, Montalto & Hanna (2006) ยังอ้างว่าแนวโน้มของการออมจะสูงสำหรับผู้ที่มีความมุ่งมั่นในการเกษียณอายุ ทำนองเดียวกันกับเคนส์ (Keynes, 1936) ที่ได้แสดงทัศนะให้เห็นอย่างเด่นชัดถึงความสัมพันธ์ระหว่างการออมกับรายได้ โดย

อธิบายผ่านทางความโน้มเอียงในการบริโภค (Propensity to Consume) ว่า การเพิ่มขึ้นของระดับรายได้พึงใช้จ่ายจะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นในการบริโภค ขณะเดียวกันรายได้ส่วนที่เหลือจากค่าใช้จ่ายในการบริโภค ซึ่งก็คือ การออมจะเพิ่มขึ้นตามไปด้วยเช่นกัน ดังนั้น การออมของครัวเรือนจึงจะขึ้นอยู่กับรายได้พึงใช้จ่ายที่แท้จริงในปัจจุบัน

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยต้องการหาความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์การรู้เท่าทันสื่อเกี่ยวกับความรู้เรื่องทางการเงินที่ส่งผลต่อการออมของกลุ่มวัยทำงานจังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยจึงได้สร้างกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีซึ่งเป็นแบบจำลองแสดงโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมด โดยอาศัยทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่จะทำการวิจัยทั้งหมดมาสร้างเป็นกรอบความคิดเชิงทฤษฎีที่จะทำการวิจัยเพื่อทดสอบตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบความคิดเชิงทฤษฎี

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้คือ คือ จำนวนประชากรวัยทำงานอายุระหว่าง 15-59 ปีจากฐานข้อมูลสถิติประชากรทางทะเบียนราษฎร แยกจำนวนประชากรรายอายุจำแนกตามเพศ ในจังหวัดจันทบุรี พ.ศ 2565 ข้อมูล ณ วันที่ 14 มิ.ย. พ.ศ. 2565 ซึ่งมีจำนวนประชากรอายุระหว่าง 15 -59 ปี

จำนวน 199,870 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565) ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้อ้างอิงการให้คำนิยาม ประชากรวัยทำงาน หมายถึง ผู้ที่มีอายุ 15 - 59 ปี จากข้อมูลและทรัพยากรของสำนักงานสถิติแห่งชาติของจำนวนประชากรวัยแรงงานจากการสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2567)และการดำเนินการวิจัย ดังกล่าว ได้ผ่านการรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

รื้อโปรแกรมเลขที่ใบรับรอง IRB-39/2566 ที่ผู้วิจัยเคารพสิทธิและศักดิ์ศรีในความเป็นมนุษย์ ไม่มีการล่วงละเมิดสิทธิ สวัสดิภาพ และไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ตัวอย่างการวิจัย แสดงความยินยอมสำหรับผู้ที่อายุตั้งแต่ 12 ปีแต่ไม่ถึง 18 ปี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ผู้วิจัยใช้เกณฑ์จำนวนตัวแปรที่ศึกษาแนวคิดของ Hair, J. et al. (2010) คือ อัตราส่วนระหว่างกลุ่มตัวอย่างต่อจำนวนพารามิเตอร์หรือตัวแปรเพื่อให้มีความเหมาะสมในการวัดควรเป็นอย่างน้อย 10-20 ตัวอย่างต่อ 1 พารามิเตอร์ การวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตได้ 42 ตัวแปร ผู้วิจัยจึงได้คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 420 คน(42x10) ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็น จำนวน 420 คน

โดยผู้วิจัยใช้ทั้งการสุ่มตัวอย่างและเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ

1. การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ใช้วิธีวิธีเทียบบัญญัติไตรยางศ์ มาคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการกำหนด 420 คน จากสัดส่วนใน 10 อำเภอ
2. ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) แจกแบบสอบถามให้ได้ตามจำนวนที่ต้องการในแต่ละอำเภอที่อยู่ของประชากร ตามช่วงเวลาที่เหมาะสม โดยไม่มีหลักเกณฑ์แต่สามารถให้ข้อมูลได้

ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ตัวแปรจากการทบทวนวรรณกรรม แล้วนำมากำหนดเป็นกรอบการศึกษาแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เกี่ยวข้อง ตามภาพที่ 1 ซึ่งจำแนกตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา คือ ตัวแปรแฝง (Latent Variable) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ 1) การรู้เท่าทันสื่อ (ML) 2) ความรู้เรื่องทางการเงิน (FL) และ 3) การออม (OB)

โดยจำแนกเป็นตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variable) ขององค์ประกอบความรู้เท่าทันสื่อดังนี้

การเปิดรับสื่อ (ME) ได้แก่ การส่งผลต่ออารมณ์ความรู้สึก (ME1) การแยกความคิดและอารมณ์ออกจากกัน (ME2) ความสามารถส่งต่อความคิดว่าอะไรเป็นจริง อะไรเป็นเท็จ (ME3) ความสามารถส่งต่อความคิดว่าอะไรเป็นจริง อะไรเป็นข้อคิดเห็น (ME4)

การวิเคราะห์สื่อ (AM) ได้แก่ สามารถวิเคราะห์แยกแยะการนำเสนอว่าเป็นสื่อประเภทใด (AM1) สามารถวิเคราะห์ แยกแยะสื่อว่ามีวัตถุประสงค์อะไร (AM2) สามารถวิเคราะห์ แยกแยะการนำเสนอของสื่อว่าต้องการจะสื่ออะไร (AM3) สามารถพิจารณาการมี การใช้เทคนิค วิธีการโน้มน้าวชักจูงใจ (AM4)

การเข้าใจสื่อ (UM) ได้แก่ ความสามารถเข้าใจเนื้อหาสาระ (UM1) ความสามารถตีความเนื้อหาสาระ (UM2) ประสพการณ์ ส่งต่อการทำความเข้าใจในสิ่งที่สื่อแนะนำ (UM3) พื้นฐานการศึกษา ส่งต่อการทำความเข้าใจในสิ่งที่สื่อแนะนำ (UM4)

การประเมินค่า (EV) ได้แก่ ความสามารถประเมินค่าคุณภาพของเนื้อหาสาระ (EvM1) ความสามารถประเมินค่าการใช้เทคนิคการนำเสนอ (EvM2) ความสามารถประเมินค่าความเสี่ยงต่อสิ่งที่สื่อแนะนำว่ามีคุณภาพและคุณค่า (EvM3) สื่อมีอิทธิพลต่อความคิด ค่านิยม และการกระทำของท่าน (EvM4) การใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ (US) ได้แก่ นำมาใช้ประโยชน์ต่อตนเอง (UsM1) นำไปส่งต่อใช้ประโยชน์ต่อครอบครัว (UsM2) ความสามารถคิด วิเคราะห์ เลือกรับสื่อเป็น (UsM3) การแบ่งปันข้อคิดเห็น ข้อวิพากษ์วิจารณ์ การนำเสนอของสื่ออย่างสร้างสรรค์ มีความรับผิดชอบและจริยธรรม (UsM4)

ตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variable) ขององค์ประกอบความรู้เรื่องทางการเงิน ดังนี้

การจัดทำงบประมาณค่าใช้จ่าย (BU) ได้แก่ ความรู้เรื่องการจัดทำงบประมาณค่าใช้จ่ายส่วนตน (Bu1) การจัดสัดส่วนเงินแบ่งจ่ายชำระหนี้ ออมเงินและลงทุน (Bu2) ความรู้เรื่องการทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายในครัวเรือน (Bu2)

การลงทุน (IN) ได้แก่ ความรู้ด้านการลงทุนทางการเงิน (In1) การเรียนรู้เรื่องการลงทุน จะช่วยให้ท่านสามารถบริหารจัดการเงิน (In2) การเรียนรู้เรื่องการลงทุนทางการเงิน จะนำไปสู่การวางแผนก่อนวัยเกษียณ (In3)

การกู้ยืม (LO) ได้แก่ ความรู้ด้านการกู้ยืมเงิน (Lo1) ความรู้เรื่องดอกเบี้ยเงินกู้ต่าง ๆ (Lo2) ความรู้ด้านข้อตกลงในการกู้ยืมระยะเวลาการจ่ายหนี้คืน (Lo3)

เรื่องภาษี (TA) ได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจเรื่องภาษี (Ta1) ความรู้ ความเข้าใจในการยื่นแบบภาษีภายใต้กรอบกฎหมาย (Ta2) ความรู้เรื่องสิทธิการลดหย่อนภาษี (Ta3)

การบริหารการเงินส่วนบุคคล (PF) ได้แก่ ความรู้ในการวางแผนและจัดการเงินให้มีความมั่นคง (PF1) การรู้จักจัดหารายได้มีเงินเข้าและใช้จ่ายเงินออกอย่างถูกต้อง (PF2) ความรู้ในการบริหารการเงินส่วนบุคคล เตรียมความพร้อมต่อความเสี่ยง (PF3) การวางแผนการเงินในแต่ละช่วงชีวิต (PF4)

ตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variable) ขององค์ประกอบการออม ได้แก่ การออมกรณีเจ็บป่วย (Obsa1) กรณีมีเหตุใช้เงินก่อนเร่งด่วน (Obsa2) การออมเพื่อเติมฝัน (Obsa3) การออมเพื่อวัยเกษียณ (Obsa4) การออมเพื่อดูแลสุขภาพ (Obsa5) และการออมเพื่อการลงทุน (Obsa6)

เครื่องมือและการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามซึ่งเป็นข้อคำถามเกี่ยวกับองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อเกี่ยวกับความรู้เรื่องทางการเงินที่ส่งผลต่อการออมของกลุ่มวัยทำงานจังหวัดจันทบุรี ประเภทมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ แบ่งเป็น 5 ด้านตามองค์ประกอบ จำนวน 42 ข้อ

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยผู้วิจัยทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามตรวจสอบความสอดคล้องของข้อความในเครื่องมือที่สร้างไว้ว่ามีความสอดคล้องกับการนิยามตัวแปรที่ต้องการวัดหรือไม่ กับผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อหาค่า IOC: Index of item objective congruence) ซึ่งมีความมากกว่า 0.5 หลังจากนั้นทำการทดลองใช้ (Pretest) กับกลุ่มที่มีคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด จำนวน 30 คนทดสอบหาค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้สูตรของครอนบาค (Cronbach) เพื่อคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (Alpha – Coefficient) ปรากฏว่าได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าเท่ากับ 0.85 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.700 แสดงว่าคำถามในแบบสอบถามสามารถวัดค่าตัวแปรในการวิจัยอยู่ในระดับที่เชื่อถือได้สูงพอที่จะยอมรับได้ ผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามดังกล่าวไปใช้เก็บข้อมูลจริง (Cronbach,1990)

นอกจากนี้ยังวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกรายข้อโดยการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (Corrected Item-Total Correlation) ร่วมกับการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบวัดด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบาค (Cronbach's α - Coefficient) โดยพิจารณาตัดหรือปรับปรุงข้อคำถามที่มีค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวมต่ำกว่า 0.30 (Aiken & Groth-Mamat, 2003)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์สมการโครงสร้างตรวจสอบความเหมาะสมของเมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ทดสอบการเป็นเมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity Matrix) ด้วยการทดสอบบาร์เลตต์ (Bartlett's Test of Sphericity) เพื่อทดสอบว่าตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ ถ้าผล Bartlett's Test ต่ำกว่า 0.05 แสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันเพียงพอที่จะช่วยให้ได้ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ และวิเคราะห์ค่าดัชนี KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) เป็นการวิเคราะห์ตัวแปรว่าเหมาะสมเพียงพอหรือไม่ที่จะนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบ

การตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์และเกณฑ์การพิจารณาตัดสินใจ โดยการประเมินความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit: GOF) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ของโมเดลการวัด โดยเริ่มจาก 1) พิจารณาจากดัชนี 2กลุ่มได้แก่ กลุ่มที่ 1เป็นการตรวจสอบ Absolute fit indices พิจารณาจากดัชนี χ^2/df , RMR, RMSEA กลุ่มที่ 2เป็นการตรวจสอบ Incremental fit indices พิจารณาจากดัชนี NFI, และ CFI 2) ใช้เกณฑ์การพิจารณาตัดสินใจที่ยอมรับได้ซึ่งใช้เกณฑ์ในการพิจารณาดัชนีตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลตามขนาดตัวอย่างคือ ($N > 250$, number of observed variables 30) กล่าวคือ Goodness of fit statistics: Chi-square () Significant p-values expected ($p = 0.00$) (Hair, J. et al, 2014 :584), $df < 2.0$ (Schumacker and Lomax, 2010), $GFI \geq 0.90$, $RMSEA < 0.05$, $NFI \geq 0.90$, (Diamantopoulos & Siguaw, 2000), $CFI \geq 0.90$ (Steiger, 2007) ค่าที่ยอมรับได้ว่ามีความสอดคล้อง

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

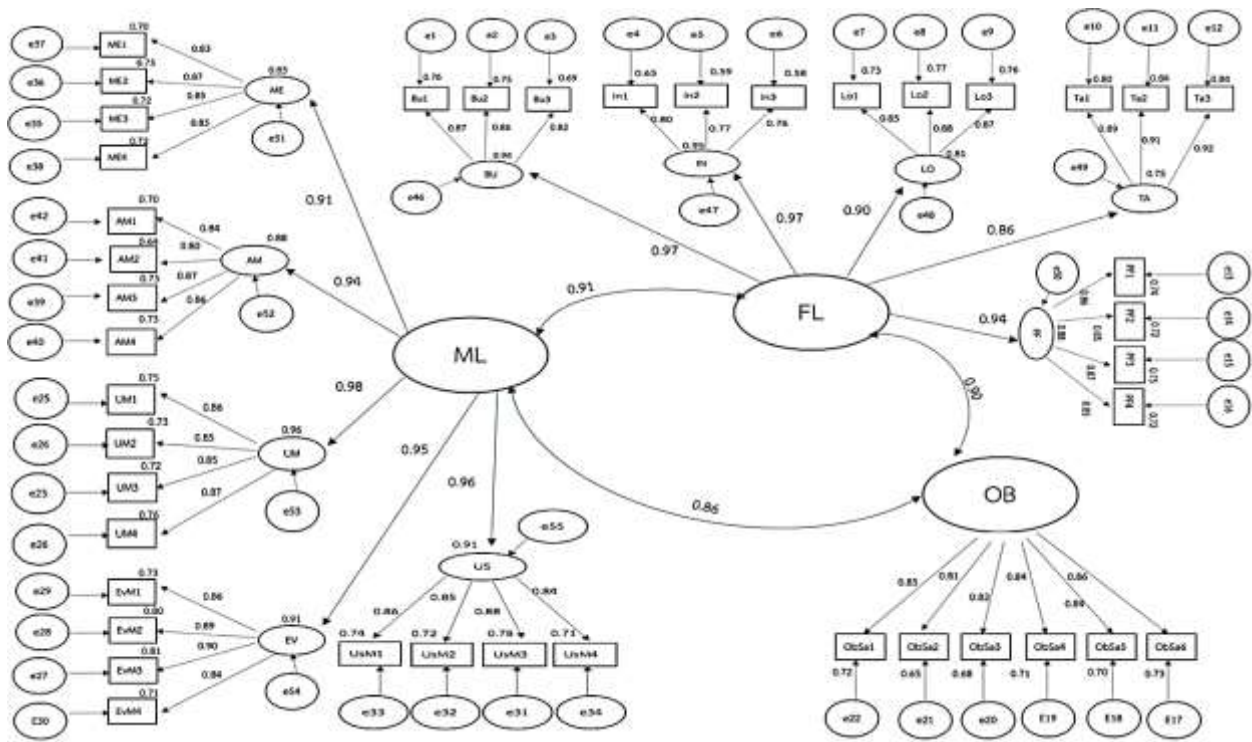
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและผลการตรวจสอบความเหมาะสมของเมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างกลุ่มวัยทำงานจังหวัดจันทบุรี พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 61.7 เพศชาย จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 มีอายุอยู่ระหว่างอายุระหว่าง 15 - 29 ปี เป็นจำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 69.3 รongลงมา มีอายุระหว่าง 30 - 44 ปี เป็นจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 และอายุระหว่าง 45 - 59 ปี เป็นจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 ตามลำดับ การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี เป็นจำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 56.1 รองลงมา ระดับมัธยมศึกษา เป็นจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 ระดับปริญญาโท เป็นจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.1 ระดับอนุปริญญา เป็นจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1 ระดับประถมศึกษา เป็นจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 และสูงกว่าปริญญาโท เป็นจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ตามลำดับ ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงาน/เอกชน เป็นจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 40มากที่สุด รองลงมา รับจ้าง/พ่อบ้าน/แม่บ้าน เป็นจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/เกษตรกร เป็นจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 และอื่น ๆ เป็นจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 ตามลำดับ และส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,001 - 30,000 บาท เป็นจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ

45.0 รองลงมา มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท เป็นจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 มีรายได้ระหว่าง 30,001 - 50,000 บาท เป็นจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4 มีรายได้ระหว่าง 50,001 - 70,000 บาท เป็นจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และมีรายได้มากกว่า 70,000 บาท เป็นจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ส่วนการตรวจสอบความเหมาะสมของเมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้การวิเคราะห์ดัชนีค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) พบว่า ค่า KMO มีค่าเท่ากับ 0.973 ซึ่งมีค่าสูงเข้าใกล้ 1 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรต่าง ๆ ของข้อมูลชุดนี้มีความสัมพันธ์กันมากพอ ถือว่าเป็นข้อมูลที่มีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันและวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างได้

สำหรับการทดสอบด้วย Bartlett's Test of Sphericity เป็นการทดสอบว่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์เป็นเมทริกซ์เอกภาพ (Identity Matrix) พบว่า ค่า Chi-Square มีค่าเท่ากับ 19589.381 และมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์ที่ได้ไม่เป็นเมทริกซ์เอกภาพ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยัน ภาพที่ 2 เป็นการแสดงผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยัน (หลังปรับโมเดล) ซึ่งสามารถแสดงค่าพารามิเตอร์แสดงผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันของการรู้เท่าทันสื่อเกี่ยวกับความรู้เรื่องทางการเงินที่ส่งผลต่อการออมของกลุ่มวัยทำงานจังหวัดจันทบุรี (Result of measurement model) ดังนี้



Chi-Square = 991.996 2072.409, df = 619, p-value = 0.00, RMSEA = 0.03, CFI = 0.98

ภาพที่ 2 โมเดลแสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการรู้เท่าทันสื่อเกี่ยวกับความรู้เรื่องทางการเงินที่ส่งผลต่อการออมของกลุ่มวัยทำงานจังหวัดจันทบุรีและแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 2 ค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อเกี่ยวกับความรู้เรื่องทางการเงินที่ส่งผลต่อการออมของกลุ่มวัยทำงานจังหวัดจันทบุรี(ก่อนและหลังปรับโมเดล)

Goodness of fit statistics	ค่าดัชนีก่อนปรับโมเดล	ค่าดัชนีหลังปรับโมเดล
Chi-square (χ^2) มีนัยสำคัญได้	2691.877(p = 0.00)	991.996 (p = 0.00)
Absolute fit index		
Normed chi-square ($\chi^2/df \leq 2$)	3.34	1.60
GFI (≥ 0.90)	0.76	0.90
RMSEA (< 0.05)	0.07	0.03
Incremental fit index		
NFI (≥ 0.90)	0.86	0.95
CFI (≥ 0.90)	0.90	0.98

จากตารางที่ 2 เป็นการตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อเกี่ยวกับความรู้เรื่องทางการเงินที่ส่งผลต่อการออมของกลุ่มวัยทำงานจังหวัดจันทบุรีโดยแบ่งดัชนีที่ใช้ประกอบการพิจารณาเป็น 2 กลุ่มพบว่า เมื่อทำการทดสอบค่าดัชนีโดยรวมไม่ผ่าน

เกณฑ์การพิจารณา มีเพียงค่า CFI ที่ผ่านเกณฑ์การประเมิน (0.90) หลังจากนั้นจึงทำการปรับโมเดล พบว่า ค่าดัชนีตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล ผ่านเกณฑ์การประเมินทั้งหมด ทั้ง 2 กลุ่มโดยกลุ่มที่ 1 ดัชนี Normed chi-square(chi-square/df) มีค่าเท่ากับ 1.60, GFI มีค่าเท่ากับ 0.90, RMSEA

มีค่าเท่ากับ 0.03 และดัชนีกลุ่มที่ 2 ดัชนีค่า NFI มีค่าเท่ากับ 0.95, CFI มีค่าเท่ากับ 0.98 แสดงว่า โมเดลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อเกี่ยวกับความรู้เรื่องทางการเงินที่ส่งผลต่อการออมของกลุ่มวัยทำงานจังหวัดจันทบุรี สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ลำดับต่อไปเป็นการพิจารณาคุณภาพโมเดลการวัดโดยการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันและระดับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อเกี่ยวกับความรู้เรื่องทางการเงินที่ส่งผลต่อการออมของกลุ่มวัยทำงานจังหวัดจันทบุรี

ตารางที่ 3 จากภาพที่ 2 ค่าพารามิเตอร์แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการรู้เท่าทันสื่อเกี่ยวกับความรู้เรื่องทางการเงินที่ส่งผลต่อการออมของกลุ่มวัยทำงานจังหวัดจันทบุรี

ตัวแปร	Factor Loading	S.E.	t	R ²
การรู้เท่าทันสื่อ(ML)				
ME	0.91	-	-	0.83
ME1	0.83	0.05	21.80	0.70
ME2	0.87	0.04	23.63	0.75
ME3	0.85	-	-	0.72
ME4	0.85	0.04	22.40	0.72
AM	0.94	0.05	19.23	0.88
AM1	0.84	0.03	22.89	0.70
AM2	0.80	0.04	21.40	0.64
AM3	0.87	-	-	0.75
AM4	0.86	0.04	23.92	0.73
UM	0.98	0.05	19.69	0.96
UM1	0.86	0.04	23.82	0.75
UM2	0.85	0.04	23.22	0.73
UM3	0.85	-	-	0.72
UM4	0.87	0.04	23.91	0.76
EvM	0.95	0.05	20.60	0.91
EvM1	0.86	0.03	22.62	0.73
EvM2	0.89	0.03	28.40	0.80
EvM3	0.90	-	-	0.81
EvM4	0.84	0.03	24.92	0.71
UsM	0.96	0.05	20.24	0.91
UsM1	0.86	0.03	25.48	0.74
UsM2	0.85	0.04	24.88	0.72
UsM3	0.88	-	-	0.78
UsM4	0.84	0.04	24.13	0.71

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ตัวแปร	Factor Loading	S.E.	t	R ²
ความรู้เรื่องทางการเงิน (FL)				
BU	0.97	0.04	21.25	0.94
Bu1	0.87	-	-	0.76
Bu2	0.86	0.04	24.74	0.75
Bu3	0.82	0.04	22.73	0.69
IN	0.97	0.05	18.91	0.95
In1	0.80	-	-	0.65
In2	0.77	0.05	16.91	0.59
In3	0.76	0.05	17.46	0.58
LO	0.90	0.05	18.83	0.81
Lo1	0.85	-	-	0.73
Lo2	0.88	0.04	23.64	0.77
Lo3	0.87	0.04	23.54	0.76
TA	0.86	0.04	20.91	0.75
Ta1	0.89	-	-	0.80
Ta2	0.91	0.03	29.80	0.84
Ta3	0.92	0.03	30.24	0.84
PF	0.94	-	-	0.88
PF1	0.86	-	-	0.74
PF2	0.85	0.04	23.23	0.72
PF3	0.87	0.04	24.16	0.75
PF4	0.85	0.04	23.15	0.72
วัตถุประสงค์ในการออม (OB)				
OB				
ObSa1	0.85	0.04	21.44	0.72
ObSa2	0.81	0.04	19.39	0.65
ObSa3	0.82	0.05	19.03	0.68
ObSa4	0.84	0.04	21.70	0.71
ObSa5	0.84	0.04	21.75	0.70
ObSa6	0.86	-	-	0.73

หมายเหตุ: ไม่รายงานค่า SE และ T เนื่องจากเป็นพารามิเตอร์บังคับ (Constrained parameters)

จากตารางที่ 3 พบว่าแต่ละปัจจัยที่เกี่ยวข้องมีองค์ประกอบย่อยที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) อยู่ระหว่าง 0.76 -0.98 ซึ่งผ่านเกณฑ์การประเมินคือ +0.3 (Kim and Mueller, 1978) โดยด้านที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดใน 5 ลำดับแรก คือ การเข้าใจสื่อ (UM)

มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.98 ลำดับที่สอง พบ การจัดทำงบประมาณค่าใช้จ่าย (BU) และการลงทุน (IN) มีค่าน้ำหนักเท่ากัน คือ 0.97 ลำดับที่สามคือการใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ (UsM) มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.96 ส่วนลำดับที่สี่ พบการประเมินค่า (EvM) มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.95 ลำดับที่ห้า คือการ

วิเคราะห์สื่อ (AM) และ การบริหารการเงินส่วนบุคคล (PF) มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.94 ตามลำดับ

และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของการรู้เท่าทันสื่อ (ML) พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.91 - 0.98 โดยด้านที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด ได้แก่ การเข้าใจสื่อ (UM) มีค่าน้ำหนักมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 0.98 รองลงมา การใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ (UsM) มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.96 การประเมินค่า (EvM) มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.95 การวิเคราะห์สื่อ (AM) มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.94 และ การเปิดรับสื่อ (ME) มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.91 ตามลำดับค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้อยู่ระหว่าง 0.80- 0.90 ซึ่งผ่านเกณฑ์การประเมิน

องค์ประกอบของความรู้เรื่องทางการเงิน พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.86 - 0.97 โดยด้านที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด ได้แก่ การจัดทำงบประมาณค่าใช้จ่าย (BU) และ การลงทุน (IN) มีค่าน้ำหนักเท่ากันคือ

0.97 รองลงมา การบริหารการเงินส่วนบุคคล (PF) มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.94 การกู้ยืม (LO) มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.90 และเรื่องภาษี (TA) มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.86 ตามลำดับค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้อยู่ระหว่าง 0.76 - 0.92 ซึ่งผ่านเกณฑ์การประเมิน

องค์ประกอบการออม (BO) ตัวแปรสังเกตได้มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.81 - 0.86 ซึ่งผ่านเกณฑ์การประเมิน ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด ได้แก่ ออมเงินเพื่อการลงทุน (Obsa6) มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.86 รองลงมา ออมเงินเพื่อกรณีเจ็บป่วย เกิดอุบัติเหตุ (Obsa1) มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.85 ส่วนออมเงินเพื่อวัยเกษียณ (Obsa4) และออมเงินเพื่อดูแลสุขภาพ (Obsa5) มีค่าน้ำหนักเท่ากันเป็นลำดับสาม คือ 0.84 ออมเงินเพื่อเติมฝัน (Obsa3) มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.82 และออมเงินเพื่อกรณีมีเหตุต้องใช้เงินก้อนอย่างเร่งด่วน (Obsa2) มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.81 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ระดับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อเกี่ยวกับความรู้เรื่องทางการเงินที่ส่งผลต่อการออมของกลุ่มวัยทำงานจังหวัดจันทบุรี

Factors	ML	OB	FL
ML	-	-	0.91** (0.04)
OB	0.86** (0.04)	-	0.90** (0.05)

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ≤ 0.01

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ≤ 0.05

ค่าที่อยู่ใน () คือ Standard error (SE)

จากตารางที่ 4 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อเกี่ยวกับความรู้เรื่องทางการเงินที่ส่งผลต่อการออมของกลุ่มวัยทำงานจังหวัดจันทบุรี มีค่าอยู่ระหว่าง 0.86-0.91 ซึ่งทุกคู่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก โดยคู่ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันมากที่สุด ได้แก่ การรู้เท่าทันสื่อ (ML) กับ ความรู้เรื่องทางการเงิน (FL) มีค่าเท่ากับ 0.91 ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในระดับสูง รองลงมา คือ การออม (OB) กับ ความรู้เรื่องทางการเงิน (FL) มีค่าเท่ากับ 0.90 เป็นความสัมพันธ์ใน

ระดับสูง และการออม (OB) กับ การรู้เท่าทันสื่อ (ML) ค่าเท่ากับ 0.86 เป็นความสัมพันธ์ในระดับสูงตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการรู้เท่าทันสื่อเกี่ยวกับความรู้เรื่องทางการเงินที่ส่งผลต่อการออมของกลุ่มวัยทำงานจังหวัดจันทบุรี พบว่า แต่ละองค์ประกอบปัจจัยที่เกี่ยวข้องมีองค์ประกอบย่อยที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) อยู่ระหว่าง 0.76 -0.98 ผ่านเกณฑ์การประเมินคือ +0.3 (Kim& Mueller, 1978) ซึ่งมีความ

เหมาะสมที่สุดมากที่สุดที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบ (Hair, J. et al., 1998 : 88) นั้นเป็นการยืนยันว่า ตัวแปรที่ศึกษา มีองค์ประกอบตรงตามทฤษฎีที่กำหนดจริง อีกทั้งเป็นการยืนยันถึงเครื่องมือของการศึกษาว่ามีความตรงในเชิงโครงสร้าง กล่าวอีกนัย คือ ตัวแปรแฝงแต่ละตัวแปร สามารถวัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ ที่ได้สังเคราะห์ขึ้นมาทั้ง 42 ตัวแปร เป็นการใช้เทคนิคทางสถิติเพื่ออธิบายการสนับสนุนทฤษฎีหรือยืนยันความตรงในเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ของเครื่องมือที่สร้างขึ้น (พูลพงศ์ สุขสว่าง, 2563) นอกจากนี้ยังพิจารณาได้จากการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล ที่พบว่า โมเดลการวิจัยมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นค่าที่ยอมรับได้ว่ามีความสอดคล้องในระดับดี (Schumacker & Lomax, 2010 ; Diamantopoulos & Siguaw, 2000; Steiger, 2007 ; Kelloway, 201) ผ่านเกณฑ์การประเมินคุณภาพทั้ง 2 ด้าน ได้แก่ 1) ความตรงเชิงโครงสร้าง และ 2) ความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล ส่วนการแสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่ผ่านเกณฑ์ของแต่ละองค์ประกอบย่อยนั้น เป็นการสะท้อนว่าองค์ประกอบย่อย (Factor) ที่ได้ อยู่ภายใต้องค์ประกอบใหญ่เดียวกันหรือเป็นองค์ประกอบร่วมกัน (Common Factor) (ยุทธ ไกยวรรณ, 2563)

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของการรู้เท่าทันสื่อพบว่า ด้านการเข้าใจสื่อ มีค่าน้ำหนักมากที่สุด สอดคล้องกับยูเนสโก (UNESCO, 2023) ได้กำหนดว่า การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (Media and Information Literacy) ครอบคลุมถึงความสามารถบุคคลในการตีความและการตัดสินใจในฐานะผู้ใช้สื่อและสารสนเทศการรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นทักษะสำหรับบุคคลในการตีความ ประเมินกลั่นกรอง และสร้างสรรค์ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Silverblatt, A. et al., 2014) ทำนองเดียวกันกับวี เจมส์ พอตเตอร์ (Potter, 2005) ที่ได้อธิบายว่า การรู้เท่าทันสื่อเป็นความสามารถในการอธิบายความหมายของสิ่งที่เราพบจากสื่อได้ ผู้รับสารสามารถเข้าใจรูปแบบของสื่อและอธิบายการให้ความหมายข้อมูลข่าวสารเนื้อหาได้จากความรู้พื้นฐานที่ตนมี ผู้ที่มีระดับการรู้เท่าทันสื่อสูงจะทำให้เกิดการตัดสินใจในการเลือกว่าจะเชื่อหรือไม่เชื่อต่อการนำเสนอเนื้อหาจากสื่อเหล่านั้น ดังนั้น การรู้เท่าทันสื่อ คือ ทักษะชุดหนึ่งที่บุคคลมีต่อสื่อใช้แปลความหมายข้อความที่

ได้รับจากสื่อ บุคคลสามารถสร้างทักษะชุดนี้ (การรู้เท่าทันสื่อ) ได้จากคุณลักษณะเฉพาะบุคคลเมื่อเปิดรับรับสื่อ (Personal Locus) เป็นโครงสร้างความรู้ (Knowledge Structures) และทักษะการรู้เท่าทันสื่อ (Skills) (Potter, 2014) ทำนองเดียวกับโจนส์ (Jones, 2018) ที่นำเสนอว่า การรู้เท่าทันสื่อเป็นเครื่องมือที่จะช่วยสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้รับสาร ทำให้เกิดความตระหนักรู้ว่าเนื้อหาจากสื่อมีอิทธิพลต่อผู้รับสารอย่างไร สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ส่วนการแสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบย่อยที่ผ่านเกณฑ์ เป็นการสะท้อนว่าองค์ประกอบย่อย (Factor) ที่ได้ อยู่ภายใต้องค์ประกอบใหญ่เดียวกัน หรือเป็นองค์ประกอบร่วมกัน (Common Factor) ตามที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพได้นำเสนอถึง 5 องค์ประกอบย่อยของการรู้เท่าทันสื่อ ประกอบด้วย การเปิดรับสื่อ การวิเคราะห์สื่อ การเข้าใจสื่อการประเมินค่าและการใช้สื่อให้เกิดประโยชน์(สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2560; Hallaq, 2016) อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาเปรียบเทียบองค์ประกอบรูปแบบต่าง ๆ ขององค์ประกอบการรู้เท่าทันสื่อจากนักวิชาการแต่ละท่านจะสังเกตเห็นความคล้ายคลึงกันว่า องค์ประกอบที่สำคัญของการรู้เท่าทันสื่อนั้นประกอบด้วยความคิดอย่างมีวิจารณญาณเป็นแกนสำคัญ การทบทวนวรรณกรรมพบว่า การนำองค์ประกอบต่าง ๆ ของการรู้เท่าทันสื่อไปใช้ในการศึกษาสามารถพบแบบจำลองต่าง ๆ ที่แตกต่างกันอยู่มากมาย ขึ้นอยู่กับวิธีการนิยามใครเป็นผู้กำหนด เพื่อวัตถุประสงค์อะไรรวมถึงบริบทสภาพแวดล้อมของผู้ศึกษาแต่ละท่าน อาจเป็น 3, 4 และ 5 องค์ประกอบ เป็นต้น (Ptaszek, 2019)เช่นเดียวกับผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่าโมเดลการวัดความรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ การคิดวิจารณ์ญาณการตระหนักถึงผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์และการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ โดยโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (นุชริน ทองพูล, วิไลลักษณ์ ลังกา และวิชุดา กิจธรรณ, 2561)

ด้านองค์ประกอบของความรู้เรื่องทางการเงินพบว่า การจัดทำงบประมาณค่าใช้จ่ายและการลงทุน เป็นต้น

ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดเท่ากัน สอดคล้องกับ ธนาคารไทยพาณิชย์ (2565) และธนาคารแห่งประเทศไทย (2567) และกิจกรรมบ่มเพาะความรู้ทางการเงินของธนาคารแห่งประเทศไทย ที่ระบุว่า การวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล หรือการจัดทำงบประมาณค่าใช้จ่ายและการลงทุนเบื้องต้น เป็นองค์ประกอบความรู้ทางการเงิน Financial Literacy ที่สำคัญ ทำนองเดียวกันกับงานวิจัยของ จันทะสุก ลาดสะอาด โรจนา ธรรมจินดา และสุจริยาพันธ์ สุวรรณพันธ์ (2561) ได้อธิบายความหมายองค์ประกอบความรู้ทางการเงินว่า เป็นความสามารถที่ทำให้เกิดการรับรู้และความเข้าใจวิธีการที่จะบริหารทรัพยากรทางการเงินของตนเองให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด รวมถึงจัดการกับงบประมาณ รายรับ และรายจ่ายร่วมด้วย ความรู้ทางการเงิน จึงเป็นทักษะสำคัญในการตัดสินใจทางการเงินอย่างชาญฉลาด เข้าใจโลกรอบตัวเรา โดยความซับซ้อนที่เพิ่มขึ้นของเครื่องมือทางการเงิน อัตราเงินเฟ้อ และความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้น เป็นหนึ่งในเหตุผลบางประการที่อยู่เบื้องหลังความจำเป็นเร่งด่วนสำหรับบุคคล ในการมีความรู้เพื่อเพิ่มทักษะส่งผลต่อให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น (Organization for Economics Co-Operation and Development, 2020) อาจกล่าวได้ว่า ความรู้ทางการเงินที่ดีจะช่วยปรับปรุงความเป็นอยู่ทางการเงินที่มั่นคงตามมา (Lusardi, 2023)

องค์ประกอบการออมตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด ได้แก่ ออมเงินเพื่อการลงทุนสอดคล้องกับหลักการของการแบ่งวัตถุประสงค์หลักในการออม (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565) ซึ่งการออมเพื่อการลงทุนเป็นการออมระยะสั้นถึงปานกลาง 1-5 ปี เพื่อนำไปใช้จ่ายในสิ่งที่ต้องการ เช่น ซื้อพันธบัตร กองทุนรวม หุ่น เป็นต้น และควรเลือกการลงทุนที่เหมาะสมภายใต้ความเสี่ยงที่ยอมรับได้ ซึ่งตัวแปรสังเกตได้ข้อนี้ยังสอดคล้องกับองค์ประกอบความรู้เรื่องทางการเงิน สำหรับองค์ประกอบย่อยด้านการลงทุน ที่เป็นด้านที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดด้วยเช่นกัน ดังนั้นจึงอธิบายได้ว่า ความรู้ด้านการลงทุนทางการเงินเป็นข้อที่มีความสำคัญมากเป็นอันดับหนึ่งของกลุ่มวัยทำงานจังหวัดจันทบุรีเพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการออมเพื่อการลงทุนมากเป็นพิเศษ นอกจากนี้ความสำคัญของตัวแปรสังเกตได้ การออมเงินเพื่อการลงทุน ยังเป็นการสะท้อนถึงข้อเท็จจริงที่

บอกเป็นนัยว่าวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจอาจมีอิทธิพลต่อการออมของครัวเรือน (Satsios, N. et al., 2020; Katona, 1975) การออมจึงเป็นการกระทำที่กระตือรือร้น ที่แต่ละคนมีแรงจูงใจที่จะออมเพื่อเป้าหมายเฉพาะด้าน การออมจึงเป็นวิธีการสร้างความมั่นคงทางการเงินในครัวเรือนที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางจากนักวิจัยและผู้ปฏิบัติงาน (Canova et al., 2005; Fisher & Montalto, 2010; Rha, Montalto & Hanna, 2006) อาจกล่าวได้ว่า มนุษย์ในฐานะสิ่งมีชีวิตทางเศรษฐกิจจึงไม่สามารถแยกออกจากการทำงาน (เพื่อหารายได้) เพื่อการบริโภค และการออม/ การลงทุนได้เลย เพราะแต่ละบุคคลในครัวเรือนจะมีส่วนร่วมอย่างใกล้ชิดในการจัดการกับกระแสเงินสดเข้าและกระแสเงินสดออก (Akeny & Mwesigwa, 2021) โดยกระแสเงินสดเหล่านั้นประกอบด้วย รายได้ ค่าใช้จ่าย/ การใช้จ่าย และเงินออม (Jumena, Sialla & Widokarti, 2022) การออมจึงมีบทบาทสำคัญในการเป็นแหล่งเงินทุนทางเลือก เช่น ออมเพื่อการลงทุน ก็เพื่อให้ได้ผลตอบแทนจากการลงทุน หรือหากเกิดกรณีเมื่อแหล่งรายได้หลักประสบปัญหา (Collins, 2015; Collins & Gjertson, 2013) การออมอาจหมายถึง ทางเลือกระหว่างการบริโภคในปัจจุบันและในอนาคต (Masson et al., 1995; Swasdepera & Pandey, 2012) อย่างไรก็ตามการตัดสินใจออมทรัพย์มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการเงิน โดยเฉพาะเพื่อรักษาสมดุลทางการเงิน ตอบสนองความต้องการฉุกเฉิน และเพื่อลดความเสี่ยงเมื่อมีทรัพยากรในอนาคตไม่เพียงพอ (Haider, S. et al., 2018)

ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อเกี่ยวกับความรู้เรื่องทางการเงินที่ส่งผลต่อการออมของกลุ่มวัยทำงานจังหวัดจันทบุรี พบว่า ทุกคู่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก โดยคู่ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันมากที่สุด ได้แก่ การรู้เท่าทันสื่อ (ML) กับ ความรู้เรื่องทางการเงิน (FL) เป็นความสัมพันธ์ในระดับสูง สอดคล้องกับการศึกษาของ Lusardi & Mitchell (2023) ที่ได้อธิบายว่า ความรู้ทางการเงินเป็นทักษะสำคัญในการตัดสินใจอย่างชาญฉลาด ผู้คนต้องเข้าใจโลกรอบตัวเรา ทั้งในฐานะผู้ใช้สื่อและผู้สร้างเนื้อหาสาระผ่านสื่อ ที่ถูกแวดล้อมและปฏิสัมพันธ์กับระบบต่าง ๆ โดยเฉพาะ

ระบบเศรษฐกิจ ดังนั้นการรู้เท่าทันสื่อจึงเปรียบเป็นทักษะเครื่องมือที่จะช่วยสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ผู้รับสาร (Jones, 2018) ด้วยการมีสติ ไตร่ตรอง อาทิ การมีปฏิสัมพันธ์กับชุดเนื้อหาความรู้เรื่องทางการเงินและช่องทางสื่อบริการผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่มีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้นเพราะด้วยความเป็นโลกาภิวัตน์และเทคโนโลยีดิจิทัล เหตุนี้การเผชิญหน้าต่อธุรกรรมทางการเงินของคนรุ่นใหม่หรือวัยทำงานจึงมีความท้าทายมากกว่าคนรุ่นก่อน (Lusardi, 2015) นอกจากนี้ในระบบนิเวศสื่อ บุคคลหรือวัยทำงานต้องมีปฏิสัมพันธ์ที่หลากหลายภายใต้ระบบต่าง ๆ กับปัจจัยแวดล้อมทั้งบุคคลอื่น เนื้อหาช่องทาง เทคโนโลยีการสื่อสาร (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2562) ความไม่รู้เท่าทันทางการเงินสามารถนำไปสู่พฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ เช่น การตกเป็นเหยื่อของการฉ้อโกงหรือการหลอกลวงทางการเงิน ดังนั้น จำเป็นต้องเน้นย้ำถึงความสำคัญในการเสริมสร้างทักษะความรู้ทางการเงินในผู้ใหญ่หรือวัยทำงานอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการส่งเสริมทักษะการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) เพื่อเพิ่มความสามารถในการประเมินและเข้าใจสิ่งที่สื่อนำเสนอ ทักษะเหล่านี้จะช่วยให้วัยทำงานสามารถตัดสินใจอย่างรอบคอบว่า ควรเชื่อหรือไม่เชื่อในข้อมูล และเนื้อหาทางการเงินที่ได้รับจากสื่อ ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมออมในที่สุด ทำนองเดียวกัน เมื่อประชากรมีความรู้เข้าใจทางการเงินแล้ว บุคคลต้องปรับทัศนคติความเชื่อของตนจนนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรม (ดลينا อมรเหมานนท์, 2561) อาจกล่าวได้ว่าทักษะการรู้เท่าทันทางการเงินและสื่อมีความสัมพันธ์กันอย่างชัดเจนในการส่งผลต่อการตัดสินใจทางการเงินของวัยทำงาน หากบุคคลเหล่านี้มีข้อมูลและความรู้ที่ผ่านการวิเคราะห์และไตร่ตรองอย่างมีวิจารณญาณ พวกเขาจะ

สามารถตัดสินใจทางการเงินได้อย่างชาญฉลาดและมีประสิทธิภาพมากขึ้น (Organization for Economics Co-Operation and Development, 2024)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ (เชิงปฏิบัติ)

จากผลการวิจัยด้านที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) มากที่สุด คือด้านการเข้าใจสื่อ ตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) มากที่สุดคือ ข้อพื้นฐานการศึกษาส่งผลต่อการทำความเข้าใจในสิ่งที่สื่อนำเสนอเกี่ยวกับความรู้เรื่องการเงิน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจังหวัดจันทบุรี ควรจัดกิจกรรมโครงการพัฒนาส่งเสริมทักษะการรู้เท่าทันสื่อ เร่งพัฒนาความสามารถของประชาชนภายในจังหวัดต่อการเข้าใจเนื้อหา ข้อมูล โดยเฉพาะข่าวสารความรู้ทางการเงิน ใช้วิจารณญาณในการตีความมิให้ถูกหลอกลวง หรืออันตรายจากสื่อส่งผลต่อการออมของวัยทำงานอย่างชาญฉลาดต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะจังหวัดจันทบุรี ผู้ที่สนใจต่อยอดการศึกษาสามารถนำโมเดลการวัดดังกล่าวไปขยายผลยังประชากรกลุ่มอื่น ๆ หรือในพื้นที่อื่น ๆ เพื่อทำให้ทราบถึงทักษะการรู้เท่าทันสื่อต่อความรู้เรื่องทางการเงินที่ส่งผลต่อพฤติกรรมออม ที่อาจมีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ในแต่ละกลุ่มวัยเกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของบุคคล ชุมชน หรือสังคมโดยรวมอย่างต่อเนื่อง

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2566). *ดีอีเอส เผยข่าวปลอมกลุ่มนโยบายรัฐ จำนวนมากที่สุด ขณะที่ข่าวปลอมของไทยส่ง SMS ให้แก่โทรศัพท์ผ่านบัญชีธนาคารผ่านลิงก์ ขึ้นแท่นอันดับ 1*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 20 มิถุนายน 2566 แหล่งที่มา: <https://www.mdes.go.th/news/detail/6360-ดีอีเอส-เผยข่าวปลอมกลุ่มนโยบายรัฐ-จำนวนมากสุด-ขณะที่ข่าวปลอมของไทยส่ง-SMS-ให้แก่โทรศัพท์ผ่านบัญชีธนาคารผ่านลิงก์-ขึ้นแท่นอันดับ-1>.
- กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. (2566). *รู้จัก รู้ใช้ รู้ทันสื่อ เพื่อการขับเคลื่อนสังคม กองทุนพัฒนาสื่อ เติบโตขึ้นโครงการเสวนา 5 ภูมิภาค สัปดาห์ที่ 4 จังหวัดจันทบุรี*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 13 มิถุนายน 2566 แหล่งที่มา https://www.thaimediafund.or.th/tmf_news021223/
- กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์.(2562). *สื่อแวดล้อม นิเวศสื่อที่ดีเพื่อส่งเสริมสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์*. บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด มหาชน
- จันทร์สุก ลาตสะอาด, โรจนา ธรรมจินดา และ สุจรรย์พันธ์ สุวรรณพันธ์. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออมส่วนบุคคลของคนวัยทำงานในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 11(1), 124-138.
- ดลิตา อมรเหมานนท์. (2561). *ทักษะทางการเงินกับการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชากร กรณีศึกษาจังหวัดตรัง* (รายงานผลการวิจัย).สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ดลิตา อมรเหมานนท์ และแสงอรุณ อิศระมาลัย. (2562). *ทักษะความรู้ทางการเงินคืออะไรเหตุใดจึงสำคัญ.วารสารบริหารธุรกิจนิดา*, 25, 51-80.
- ธนาคารไทยพาณิชย์. (2565). *Financial Literacy สำคัญอย่างไรทำไมต้องรู้*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 13 มิถุนายน 2566 แหล่งที่มา <https://www.scb.co.th/th/personal-banking/stories/tips-for-you/financial-literacy-important.html>.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2559). *รายงานผลการสำรวจทักษะการเงินของไทย ปี 2559*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 20 กันยายน 2566 แหล่งที่มา <https://www.1213.or.th/th/aboutfcc/knownfcc/Documents ThaiFLsurvey59>.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2565). *การออม*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 20 มิถุนายน 2566 แหล่งที่มา <https://www.bot.or.th/th/satang-story/money-plan/saving.html>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2567). *การวางแผนการเงิน*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 13 มิถุนายน 2566 แหล่งที่มา <https://www.bot.or.th/th/satang-story/money-plan/planning-steps.html>.
- นุชริน ทองพล, วิไลลักษณ์ ลังกา และวิชุดา กิจธรรม. (2561). การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษาในระดับปริญญาตรี. *วารสารวิจัย มทร.กรุงเทพ*, 12(1), 97-111.
- พรทิพย์ เย็นจะบก. (2552). *ถอดรหัส ลับความคิด เพื่อการรู้เท่าทันสื่อ: คู่มือการเรียนรู้เท่าทันสื่อสถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (สสย).* แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน; สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส). กรุงเทพฯ.
- พลพงศ์ สุขสว่าง. (2563). *โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural equation modeling) (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. ชลบุรี: เอ.พี.บลู บริษัท.
- ยุทธ ไถยวรรณ. (2563). *การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วย AMOSพิมพ์ครั้งที่2*, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิศกรณ์ ศิริวรรณ. (2557). *การวัดระดับทักษะทางการเงินกับการมีส่วนร่วมในตลาดทุน.สถาบันวิจัยตลาดทุน CMRI ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 20 มิถุนายน 2566, แหล่งที่มา https://www.set.or.th/dat/vdoArticle/attachFile/AttachFile_1470741961947.pdf

- สมาคมธนาคารไทย. (2566). *ไทยติดอันดับ 6 ของโลก เกิด “ภัยทางการเงิน” มากที่สุด*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 1 ตุลาคม 2567, แหล่งที่มา [https://www.tba.or.th/ไทยติดอันดับ-6-ของโลก-เกิด-](https://www.tba.or.th/ไทยติดอันดับ-6-ของโลก-เกิด-ภัยทางการเงิน-มากที่สุด)
- สถณี อาชวานันทกุล. (2560). *ความรู้เรื่องทางการเงิน (financial literacy) (1): หลักสากลและวิธีวัด*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 13 มิถุนายน 2566. แหล่งที่มา <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/510818>.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.). (2560). *5 องค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อ*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 20 กันยายน 2566, แหล่งที่มา <https://www.thaihealth.or.th/5-องค์ประกอบของการรู้เท่า-2>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). *สถิติประชากรทางทะเบียนราษฎร(รายเดือน)*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 13 มิถุนายน 2566 แหล่งที่มา <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/view>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2567). *จำนวนประชากรวัยแรงงานจากการสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 1 ตุลาคม 2567 แหล่งที่มา <https://gdcatalog.go.th/dataset/gdcpublish-0704-01-0003>.
- อุษา บิ๊กกันส์. (2555). การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (Media and Information Literacy). *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 26, 147-162.

ภาษาอังกฤษ

- Aiken, L., & Groth-Marnat, G. (2003). *Psychological testing and assessment*. Boston, MA: Allyn & Bacon.
- Akeny, E., & Mwesigwa, D. (2021). Personal savings and household investments: a cohort study among primary school teachers. *Annals of Management and Organization Research*, 1(4), 261–270.
- Arke, E.T., & Primack, B.A. (2009). Quantifying media literacy: development, reliability, and validity of a new measure. *Educational Media International*, 46(1), 53–65. doi: 10.1080/09523980902780958
- Buckingham, D. (2005). *The media literacy of children and young people: Review of the research literature on behalf of Ofcom*. Centre for the Study of Children, University of London. Retrieved June 20, 2023 from <http://discovery.ucl.ac.uk/id/eprint/10000145>.
- Calvani, A., Cartelli, A., Fini, A., & Ranieri, M. (2008). Models and instruments for assessing digital competence at school. *Journal of e-Learning and Knowledge Society*, 4(3), 183-193.
- Canova, L., Manganelli Rattazzi, A. M., & Webley, P. (2005). The hierarchical structure of saving motives. *Journal of Economic Psychology*, 26(1), 21-34.
- Celot, P. (Ed.). (2009). *Study on assessment criteria for media literacy levels*. (online). European Commission. Retrieved June 20, 2023 from http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/literacy-criteria-report_en.pdf.
- Center for Media Literacy. (2024). *About CML*. Retrieved June 20, 2023 from <https://www.medialit.org/about-cml>.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). New York: Harper Collins Publishers. (pp.202-204)
- Collins, J. M. (2015). Paying for the unexpected: Making the case for a new generation of strategies to boost emergency savings, affording contingencies, and liquid resources for low-income families. In *A fragile balance: Emergency savings and liquid resources for low-income consumers*. Palgrave Macmillan.
- Collins, J. M., & Gjertson, L. (2013). *Emergency savings for low-income consumers*. *Focus+*, 30(1), 12–17.
- Diamantopoulos, A., & Siguaw, J. A. (2000). *Introducing lisrel: a guide for the uninitiated*. SAGE Publications.

- Fisher, P. J., & Montalto, C. P. (2010). Effect of saving motives and horizon on saving behaviors. *Journal of Economic Psychology*, 31(1), 92–105.
- Haider, S. et al. (2018). Household characteristics and saving motives: application of multinomial logistic regression to examine maslow's hierarchy of needs theory. *International Journal of Applied Behavioral Economics*, 7(1), 35–52.
- Hair J. et al. (1998). *Multivariate data analysis* (5th ed.). Prentice Hall International.
- Hair, J. et al. (2010). *Multivariate data analysis: a global perspective*. Pearson.
- Hair, J. et al. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Education.
- Hallaq, T. (2016). Evaluating online media literacy in higher education: Validity and reliability of the digital online media literacy assessment (DOMLA). *Journal of Media Literacy Education*, 8(1), 62-84.
- Hobbs, R. (2010). *Digital and media literacy: A plan of action. A whitepaper on the digital and media literacy recommendations of the knight commission on the information needs of communities ina democracy*. ERIC. Retrieved June 20, 2023 from <https://eric.ed.gov/?id=ED523244>.
- Jenkins, H. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. John D. and Catherine T. MacArthur Foundation. Retrieved June 20, 2023 from <http://library.oapen.org/handle/20.500.12657/26083>.
- Jones, J. (2018). Combining the creative therapies with technology: using social media and online counseling to treat clients. *Journal of Technology in Human Services*, 36(2–3), 172–173.
- Jumena, B. B., Siaila, S., &Widokarti, J. R. (2022). *Saving behaviour: factors that affect saving decisions (systematic literature review approach)*. Retrieved June 20, 2023 from https://www.researchgate.net/publication/364027605_Saving_Behaviour_Factors_That_Affect_Saving_Decisions_Systematic_Literature_Review_Approach.
- Katona, G. (1975). *Psychological economics*. New York: Elsevier.
- Kelloway, E. K. (2015). *Using mplus for structural equation modeling*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Keynes. (1936). Household characteristics and saving motives: application of multinomial logistic regression to examine maslow's hierarchy of needs theory. *International Journal of Applied Behavioral Economics*, 7(1), 35–52.
- Kim, J. O., & Mueller, C. W. (1978). *Factor analysis: statistical methods and practical issues* (Vol. 14). sage.
- Literat, I. (2014). Measuring new media literacies: Towards the development of a comprehensive assessment tool. *Journal of Media Literacy Education*, 5(1), 15–27.
- Lusardi, A. (2015). Financial literacy skills for the 21st century: Evidence from PISA. *Journal of consumer affairs*, 49(3), 639-659.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2023). The importance of financial literacy: Opening a new field. *Journal of Economic Perspectives*, 37(4), 137-154.
- Martens, H. (2010). Evaluating media literacy education: Concepts, theories and future directions. *Journal of Media Literacy Education*, 2(1), 1–22.

- Masson, P., Bayoum, T., & Samiei, H. (1995). *Saving behavior in industrial and developing countries*. Staff Studies for the World Economic Outlook (pp. 1–27). International Monetary Fund. Retrieved June 20, 2023 from <https://elibrary.imf.org/view/books/083/06491-9781557754998-en/06491-9781557754998-en-book.xml>.
- Moeller, S. (2009). *Media literacy: citizen journalists*. The Center for International Media Assistance (CIMA). Retrieved June 20, 2023 from https://www.cima.ned.org/wp-content/uploads/2015/02/CIMA-Media_Literacy_Citizen_Journalists-Report.pdf.
- Organization for Economics Co-Operation and Development. (2020). *Recommendation of the council on financial literacy, OECD/LEGAL/0461*. Retrieved May 20, 2024 from <https://legalinstruments.oecd.org/en/instruments/OECD-LEGAL-0461>.
- Organization for Economics Co-Operation and Development. (2024). *OECD/INFE 2023 international survey of adult financial literacy*. Retrieved May 20, 2024 from https://www.oecd-ilibrary.org/finance-and-investment/oecd-infe-2023-international-survey-of-adult-financial-literacy_56003a32-en.
- Potter, W. J. (2014). *Media literacy* (7th ed.) Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Potter, W. J. (2005). *Media literacy*. Thousand Oaks: Sage.
- Rha, J. Y., Montalto, C. P., & Hanna, S. D. (2006). The effect of self-control mechanisms on household saving behavior. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 17(2).
- Satsios, N., et al. (2020). The saving behaviour of pomaks in bulgaria: a path analysis approach. *Economic Studies*, 29(3).
- Schilder, E.A., Lockee, B.B., & Saxon, P.D. (2016). The challenges of assessing media literacy education. *Journal of Media Literacy Education*, 8(1), 32–48.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A beginner's guide to structural equation modeling*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Silgoner, M., Greimel-Fuhrmann, B., & Weber, R. (2015). Financial literacy gaps of the Austrian population. *Monetary Policy & the Economy Q*, 2, 35-51.
- Silverblatt, A. et al. (2014). *Media literacy: Keys to interpreting media messages*. Bloomsbury Publishing USA.
- Steiger, J. H. (2007). Understanding the limitations of global fit assessment in structural equation modeling. *Personality and Individual differences*, 42(5), 893-898.
- Swasdpeera, P., & Pandey, I. M. (2012). Determinants of personal saving: a study of salaried individuals in Thailand. *Afro-Asian J. of Finance and Accounting*, 3(1), 34.
- UNESCO. (2013). *Global media and information literacy assessment framework: Country readiness and competencies*. Retrieved June 20, 2023 from <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002246/224655e.pdf>.
- UNESCO. (2023). *Media and information literacy*. Retrieved June 20, 2023 from <https://www.unesco.org/en/media-information-literacy>.
- Wardle, C. (2017). Fake news. It's complicated. *First draft*, 16, 1-11.