

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาความสามารถทางการเงินดิจิทัล
ของผู้ประกอบการรายย่อย: กรณีศึกษาสินเชื่อออนไลน์
A Study of Factors Influencing the Development of Digital Financial Literacy
Among Small Entrepreneurs: A Case Study of Online Loan

วสันต์ อุทัยเลี้ยง

Wasan Uthaileang

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Faculty of Communication Art, Bangkok University

รัตนวดี เศรษฐจิตร

Rattthnawadee Setthajit

คณะวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University

Received: 26 November 2024

Revised: 7 April 2025

Accepted: 17 April 2025

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มุ่งเน้นการพัฒนาความสามารถด้านการเงินดิจิทัลในกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยในประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการเติบโตของบริการการเงินดิจิทัลในช่วงการระบาดของ COVID-19 ที่ส่งผลให้การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันสินเชื่อออนไลน์เพิ่มสูงขึ้น การวิจัยนี้ใช้กรอบแนวคิดจากทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและแบบจำลอง I-change เพื่อตรวจสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาทักษะทางการเงินดิจิทัล โดยเน้นที่ความรู้ทางการเงินดิจิทัล ทักษะคิด และการเห็นคุณค่าในตนเอง การศึกษานี้มุ่งเน้นการพัฒนาความสามารถด้านการเงินดิจิทัลในกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย จำนวน 400 คนจากกรุงเทพฯและปริมณฑล ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการเติบโตของบริการการเงินดิจิทัลในช่วงการระบาดของ COVID-19 ที่ส่งผลให้การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันสินเชื่อออนไลน์เพิ่มสูงขึ้น การวิจัยนี้ใช้กรอบแนวคิดจากทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและแบบจำลอง I-change เพื่อตรวจสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาทักษะทางการเงินดิจิทัล โดยเน้นที่ความรู้ทางการเงินดิจิทัล ทักษะคิด และการเห็นคุณค่าในตนเอง ผลการวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองโครงสร้างเชิงสมการ (SEM) และการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) พบว่า ความรู้และแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยส่งผลเชิงบวกต่อทักษะและความสามารถในการเงินดิจิทัลของผู้ประกอบการรายย่อย พบว่า ความรู้และแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ โดยส่งผลเชิงบวกต่อทักษะและความสามารถในการเงินดิจิทัลของผู้ประกอบการ ทั้งนี้ ทักษะคิดและความมั่นใจในตนเองของผู้ประกอบการมีส่วนสำคัญในการสร้างพฤติกรรมใหม่ที่สนับสนุนการใช้บริการสินเชื่อออนไลน์อย่างมั่นใจ รวมถึงกระบวนการเตรียมความพร้อมและการฝึกอบรมที่เหมาะสม ข้อเสนอจากการวิจัยนี้เน้นถึงความสำคัญของการพัฒนาหลักสูตรสร้างแรงจูงใจและการสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงบริการการเงินดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การเงินดิจิทัล; ทักษะการเงินดิจิทัล; ผู้ประกอบการรายย่อย; แรงจูงใจ; การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

Abstract

This study focuses on developing digital financial capabilities among small entrepreneurs in developing countries, influenced by the growth of digital financial services during the COVID-19 pandemic, which led to an increase in financial transactions via online loan applications. The research utilizes the framework of Behavior Change Theory and the I-change Model to examine factors influencing the development of digital financial skills, specifically emphasizing digital financial knowledge, attitudes, and self-efficacy. This study focuses on developing digital financial capabilities among 400 small entrepreneurs from Bangkok Metropolitan Area, influenced by the growth of digital financial services during the COVID-19 pandemic. Utilizing Behavior Change Theory and the I-change Model, the research examines factors affecting digital financial skills, emphasizing knowledge, attitudes, and self-efficacy. Structural Equation Modeling (SEM) and Path Analysis reveal a significant positive relationship between knowledge, motivation, and digital financial skills, revealing a significant positive relationship between knowledge and motivation, which directly impacts the digital financial skills and capabilities of entrepreneurs. Furthermore, entrepreneurs' attitudes and self-confidence play a crucial role in fostering new behaviors that support confident use of online loan services and including the process of preparation and appropriate training. Recommendations from this study highlight the importance of developing motivational courses and government support to sustainably enhance small entrepreneurs' access to digital financial services.

Keywords: digital finance; digital financial skills; small entrepreneurs; motivation; behavior change

1. บทนำ (Introduction)

การพัฒนาเทคโนโลยีและบริการการเงินดิจิทัลในยุคปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงวิธีการทำธุรกรรมและการเข้าถึงบริการทางการเงินอย่างมาก (Yadav et al., 2024) โดยเฉพาะในช่วงการระบาดของ COVID-19 บริการการเงินดิจิทัลเติบโตอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการในการทำธุรกรรมแบบไม่ต้องสัมผัส (Sinha, 2024) การใช้แอปพลิเคชันสินเชื่อออนไลน์จึงกลายเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกรรมทางการเงินดิจิทัล โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่น (Zhao, 2021) อย่างไรก็ตาม ความซับซ้อนของบริการและการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์นั้นต้องการความรู้และทักษะด้านการเงินดิจิทัลที่เพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการทางการเงินดิจิทัล (Yang et al., 2023) ซึ่งยังคงเป็นความท้าทายที่สำคัญในประเทศกำลังพัฒนา และเป็นความท้าทายสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยจำนวนมากที่ยังขาดความรู้และความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเหล่านี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Chen & Zhang, 2021)

การพัฒนาทักษะด้านการเงินดิจิทัลจึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ผู้ประกอบการรายย่อยเข้าถึงและใช้บริการสินเชื่อออนไลน์ได้อย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ (Umar et al., 2024) ที่เน้นถึงการสร้างแรงจูงใจและทัศนคติในเชิงบวกต่อการเรียนรู้และปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการศึกษาครั้งนี้มีการนำทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความรู้ทางการเงินดิจิทัลมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนาทักษะของผู้ประกอบการรายย่อย โดยเฉพาะการนำความรู้ด้านการเงินและดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริง ซึ่งไม่

เพียงช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเลือกใช้บริการที่เหมาะสมกับธุรกิจของตน แต่ยังช่วยเสริมสร้างความมั่นใจในการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันสินเชื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Jiang & Li, 2023)

ประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยด้วยสินเชื่อและโอกาสทางการเงินที่หลากหลาย ผ่านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและองค์กรต่าง ๆ ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการมีโอกาสในการพัฒนาและขยายธุรกิจ (Turner et al., 2016) อย่างไรก็ตาม อุปสรรคที่สำคัญยังคงอยู่ที่การขาดแคลนความรู้และทักษะทางการเงินดิจิทัลที่จำเป็นในการใช้เทคโนโลยีอย่างเต็มประสิทธิภาพ และการขาดแรงจูงใจในการพัฒนาทักษะเหล่านี้ ทักษะด้านการเงินดิจิทัลยังครอบคลุมถึงความสามารถในการเข้าใจข้อมูลเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ย การชำระเงิน และความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งถือเป็นทักษะสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการขอสินเชื่อออนไลน์ (Mongkolsuthree et al., 2022)

จากข้อเท็จจริงเหล่านี้ งานวิจัยนี้จึงมุ่งหวังที่จะตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ เช่น ความรู้ด้านการเงินดิจิทัล ทักษะคิด และการเห็นคุณค่าในตนเอง เพื่อทำความเข้าใจถึงวิธีที่ปัจจัยเหล่านี้สามารถส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรายย่อยพัฒนาทักษะและความสามารถในการเงินดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม การศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทางการเงินดิจิทัลและปัจจัยแรงจูงใจต่อทักษะและความสามารถทางการเงินดิจิทัลของผู้ประกอบการรายย่อยในประเทศไทย ทั้งนี้ การศึกษายังมุ่งหวังที่จะค้นพบปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการพัฒนาทักษะและความสามารถทางการเงินดิจิทัลในกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนการพัฒนาทักษะด้านการเงินดิจิทัลให้กับผู้ประกอบการรายย่อยในประเทศต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย (Objectives)

- 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ เช่น ความรู้ด้านการเงินดิจิทัล ทักษะคิด และการเห็นคุณค่าในตนเอง ต่อการพัฒนาทักษะและความสามารถด้านการเงินดิจิทัลของผู้ประกอบการรายย่อย
- 2) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ เช่น ความรู้ด้านการเงินดิจิทัล ทักษะคิด และการเห็นคุณค่าในตนเอง ต่อการพัฒนาทักษะและความสามารถด้านการเงินดิจิทัลของผู้ประกอบการรายย่อย

3. การทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

3.1 สถานการณ์การเงินดิจิทัลและผู้ประกอบการรายย่อยในประเทศไทย

ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา การใช้บริการสินเชื่อออนไลน์ในกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะหลังวิกฤต COVID-19 ซึ่งมีสัดส่วนการใช้งานเพิ่มขึ้นถึง 67% (Bank of Thailand, 2023) อย่างไรก็ตาม การสำรวจล่าสุดพบว่า กว่า 40% ของผู้ประกอบการรายย่อยยังขาดทักษะพื้นฐานในการประเมินความเสี่ยงทางการเงินดิจิทัล เช่น การคำนวณดอกเบี้ยหรือการป้องกันการฉ้อโกง (Mongkolsuthree et al., 2022) การศึกษาของ (Chen & Zhang, 2021) ในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาชี้ให้เห็นว่าอุปสรรคหลักในการใช้บริการการเงินดิจิทัล ได้แก่ ความไม่คุ้นเคยกับเทคโนโลยี (พบในผู้ประกอบการอายุมากกว่า 45 ปี) ความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูล การขาดความรู้ในการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

3.2 ตัวแปรหลักที่ส่งผลต่อทักษะทางการเงินดิจิทัล

3.2.1 ปัจจัยด้านแรงจูงใจ (Motivation Factor)

บทบาทของปัจจัยที่ส่งเสริมแรงจูงใจ เช่น ทักษะคิด (Attitude) และความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-efficacy) ในการพัฒนาทักษะด้านการเงินดิจิทัล (DFL) ของผู้ประกอบการขนาดเล็ก ซึ่งมีส่วนช่วยให้สามารถใช้บริการทางการเงินออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (Baliawan et al., 2024)

3.2.2 ทศนคติ (Attitude)

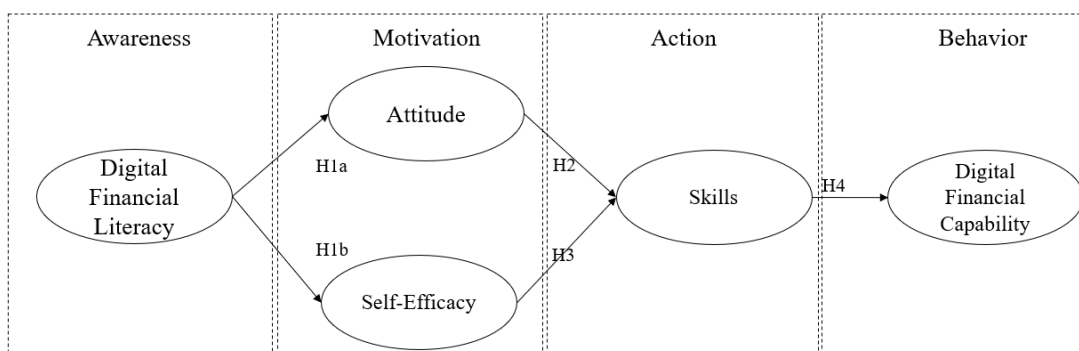
การศึกษาหลายฉบับระบุว่า ทศนคติที่ดีมีอิทธิพลอย่างมากต่อการเรียนรู้และการพัฒนาทักษะทางการเงินดิจิทัล ผู้ที่มีทศนคติเชิงบวกต่อการใช้งานเทคโนโลยีและการเงินดิจิทัลมีแนวโน้มที่จะปรับตัวและเรียนรู้วิธีการทำธุรกรรมดิจิทัลได้ดีขึ้น ซึ่งทศนคติที่ดีสามารถพัฒนาได้ผ่านการสร้างความตระหนักรู้และการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Or, 2023)

3.2.3 ความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-Efficacy)

ปัจจัยนี้ส่งผลโดยตรงต่อความสามารถในการจัดการการเรียนรู้ด้วยตนเอง ผู้ที่มีความเชื่อมั่นในตนเองสูงจะรู้สึกมีอิสระและควบคุมกระบวนการเรียนรู้ได้ดีกว่า นอกจากนี้ การมีความเชื่อมั่นในตนเองยังช่วยให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กมีความสามารถในการจัดการทักษะการเงินดิจิทัลและปฏิบัติการทางการเงินได้อย่างมั่นใจ โดยความเชื่อมั่นในตนเองสามารถพัฒนาได้ผ่านการฝึกฝนและการให้การสนับสนุนที่เหมาะสม (Albornoz-Arias & Santafé-Rojas, 2022)

3.2.4 แนวคิดกรอบการศึกษา

การศึกษาใช้โมเดล SEM (Structural Equation Modeling) และการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทศนคติ ความมั่นใจในตนเอง และทักษะในการใช้บริการทางการเงินดิจิทัล ผลการวิจัยพบว่า ความรู้ทางการเงินดิจิทัลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทศนคติและความสามารถในการจัดการการเงินดิจิทัล ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลโดยตรงต่อความสามารถในการจัดการการเงินดิจิทัลและการใช้บริการสินเชื่อออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Chen & Zhang, 2021)



ภาพที่ 1 แบบจำลองกระบวนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้านการรู้การเงินดิจิทัล

จากทฤษฎี I-Change Model

3.3 ช่องว่างการวิจัย (Research Gap)

แม้ว่าจะมีงานวิจัยเกี่ยวกับการเงินดิจิทัลในต่างประเทศจำนวนมาก แต่การศึกษาที่เน้น บริบทเฉพาะของประเทศไทย และการวัดผลเชิงประจักษ์ยังมีจำกัด (Umar et al., 2024) นอกจากนี้ ยังขาดการศึกษาเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความรู้ ทศนคติ และความมั่นใจในตนเอง ว่ามีอิทธิพลร่วมกันอย่างไรต่อทักษะทางการเงินดิจิทัล

4. วิธีการวิจัย (Research Methodology)

การวิจัยนี้ถูกออกแบบตามหลักการของการพัฒนาทฤษฎี (Theory-Development Design) โดยใช้วิธีการเชิงปริมาณและการวิเคราะห์เส้นทาง Path Analysis ด้วยกระบวนการโมเดลเชิงโครงสร้าง SEM (Structural Equation Modeling) เพื่อประเมินความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ด้านการเงินดิจิทัล (Digital

Financial Literacy) กับปัจจัยแรงจูงใจและการพัฒนาทักษะและความสามารถในการเงินดิจิทัลในกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้ประกอบการรายย่อยจำนวน 400 คน ซึ่งได้รับการคัดเลือกโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างเชิงกลุ่ม (Cluster Sampling) และเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ที่วิเคราะห์เส้นทางเพื่อทดสอบความถูกต้องของสมมติฐานที่ตั้งไว้ แบบสอบถามนี้ประกอบด้วยมาตรวัดระดับความรู้แรงจูงใจ ทักษะคิด และการเห็นคุณค่าในตนเองที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการการเงินดิจิทัล

4.1 วิธีการวิจัย (Method)

การศึกษานี้ใช้ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยประยุกต์ แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหลัก ได้แก่ ความรู้ทางการเงินดิจิทัล (Digital Financial Literacy) ทักษะคิด (Attitude) ความมั่นใจในตนเอง (Self-Efficacy) และทักษะทางการเงินดิจิทัล (Digital Financial Skills) การวิจัยนี้ใช้กรอบแนวคิดจาก ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavior Change Theory) และ ทฤษฎี KAB (Knowledge-Attitude-Behavior) เพื่ออธิบายกลไกการพัฒนาทักษะ โดยขั้นตอนการวิจัยประกอบด้วย (1) การทบทวนวรรณกรรมเพื่อกำหนดกรอบแนวคิด (2) การออกแบบเครื่องมือวิจัย (3) การเก็บรวบรวมข้อมูล และ (4) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติขั้นสูง

4.2 กลุ่มประชากร (Population)

กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ผู้ประกอบการรายย่อยในประเทศไทย จำนวน 400 คน ที่มีประสบการณ์ใช้บริการสินเชื่อออนไลน์ไม่น้อยกว่า 1 ปี ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ตามสัดส่วนประชากรในแต่ละภูมิภาค เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่สะท้อนความหลากหลายทางภูมิศาสตร์และลักษณะธุรกิจ เกณฑ์การคัดเลือกเน้นผู้ประกอบการที่มีอายุระหว่าง 20-60 ปี และดำเนินธุรกิจในสาขาที่หลากหลาย เช่น ค้าปลีก อาหาร และบริการ เป็นต้น

4.3 เครื่องมือวิจัย (Research Instrument)

เครื่องมือหลักที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์ ที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และทดสอบความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ได้ผลระหว่าง 0.79-0.88 ซึ่งแสดงถึงความสอดคล้องภายในที่ดี แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วนหลัก ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไป เช่น อายุ ประเภทธุรกิจ (2) ความรู้ทางการเงินดิจิทัล (วัดด้วยแบบประเมินความเข้าใจดอกเบี้ยและความเสี่ยง) (3) ทักษะคิดต่อการบริการสินเชื่อออนไลน์ (ใช้มาตรวัดลิเคิร์ต 5 ระดับ) และ (4) ทักษะทางการเงินดิจิทัล (ประเมินผ่านสถานการณ์จำลอง)

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection)

การเก็บข้อมูลดำเนินการระหว่างมกราคมถึงมีนาคม ค.ศ. 2024 ผ่าน 2 ช่องทางหลัก ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Google Forms ที่ส่งลิงก์ไปยังกลุ่มตัวอย่างผ่านช่องทางอีเมลและโซเชียลมีเดีย และการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์เสริมสำหรับกลุ่มที่ตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ เพื่อป้องกันอคติจากการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้สุ่มตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลทุกชุด และคัดกรองข้อมูลที่ตอบซ้ำหรือไม่สอดคล้องกัน นอกจากนี้ ยังมีการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยการคำนวณค่า Cronbach's Alpha ก่อนนำไปใช้จริง เพื่อให้มั่นใจในคุณภาพของข้อมูล

5. ผลการวิจัย (Research Finding)

5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการหญิง (62%) อายุระหว่าง 30-45 ปี (58%) และดำเนินธุรกิจค้าปลีก (45%) โดยมีประสบการณ์ใช้สินเชื่อออนไลน์เฉลี่ย 1-3 ปี (72%)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของตัวแปรหลัก

ตัวแปร	Mean (คะแนนเต็ม 5)	S.D.	ระดับความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha)
ความรู้ทางการเงินดิจิทัล	3.45	0.78	0.82
ทัศนคติ	4.12	0.65	0.85
ความมั่นใจในตนเอง	3.89	0.71	0.79
ทักษะทางการเงินดิจิทัล	3.67	0.83	0.88

หมายเหตุ: ค่า Mean > 3.5 แสดงว่าตัวแปรอยู่ในระดับสูง

5.2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ตามวัตถุประสงค์วิจัย

ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทักษะทางการเงินดิจิทัล ความรู้ทางการเงินดิจิทัล (DFL) มีอิทธิพลทางตรงต่อ ทัศนคติ ($\beta = 0.928$, $p < 0.01$) และ ความมั่นใจในตนเอง ($\beta = 0.966$, $p < 0.01$) อย่างมีนัยสำคัญ ทัศนคติ และ ความมั่นใจในตนเอง ทำหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลาง โดยส่งผลต่อทักษะทางการเงินดิจิทัล ดังนี้ ทัศนคติ $\rightarrow$ ทักษะ: $\beta = 0.374$, $p < 0.05$ ความมั่นใจในตนเอง $\rightarrow$ ทักษะ: $\beta = 0.608$, $p < 0.01$

วัตถุประสงค์ที่ 2 เสนอแนวทางส่งเสริมศักยภาพทางการเงินดิจิทัล โมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวน ของทักษะทางการเงินดิจิทัลได้ 76.6% ($R^2 = 0.766$) และปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อความสามารถทางการเงินดิจิทัลคือ ทักษะ ($\beta = 0.875$, $p < 0.01$) ตามด้วยความมั่นใจในตนเอง ($\beta = 0.523$)

5.3 การนำเสนอผลการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis)

ดัชนีความสอดคล้องของโมเดล (Model Fit Indices) โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนี้

- $\chi^2/df = 1.62 (< 3.0)$
- CFI = 0.991 (> 0.90)
- RMSEA = 0.039 (< 0.08)

ผลวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า ความรู้ทางการเงินดิจิทัลควบคู่กับทัศนคติและการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้ประกอบการ มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาทักษะการใช้บริการสินเชื่อออนไลน์อย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ งานวิจัยยังเสนอแนวทางการพัฒนาหลักสูตรสร้างแรงจูงใจและการสนับสนุนจากภาครัฐเพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงบริการการเงินดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย การขยายผลในกลุ่มเป้าหมายเพิ่มเติม สามารถทำได้โดยการนำแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นมาใช้ในการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะทางการเงินดิจิทัลให้กับกลุ่มเป้าหมาย เช่น ผู้ประกอบการขนาดเล็กหรือบุคคลที่มีความสนใจใช้งานการเงินดิจิทัล แต่อาจจะยังขาดทักษะพื้นฐาน โดยกระบวนการขยายผลสามารถทำได้ดังนี้

การเตรียมความพร้อมและวางแผนการอบรมการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย โดยศึกษาความรู้พื้นฐานและความต้องการเฉพาะของกลุ่มเป้าหมายเช่น ระดับความรู้ทางการเงินและความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยี เพื่อออกแบบการอบรมให้เหมาะสม (Anderson et al., 2004) กำหนดเป้าหมายการฝึกอบรม มีการออกแบบวางแผนเป้าหมายที่ชัดเจน เช่น การเพิ่มความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยีทางการเงิน การเข้าใจความเสี่ยง และวิธีการใช้งานแอปพลิเคชันทางการเงินอย่างปลอดภัย (Zhang, 2021)

การออกแบบหลักสูตรและเนื้อหา ทักษะพื้นฐานทางการเงินดิจิทัล Knowledge หลักสูตรที่สามารถอธิบายทักษะที่จำเป็น เช่น การคำนวณดอกเบี้ย การใช้แอปพลิเคชันสำหรับการยื่นขอสินเชื่อ และการป้องกันความเสี่ยง (Prykaziuk & Khodakivska, 2023) การสร้างทัศนคติเชิงบวก Attitude ใช้กรณีศึกษาและกิจกรรมเชิงปฏิบัติเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อการใช้การเงินดิจิทัล และสร้างความเชื่อมั่นในตนเองผ่านการฝึกปฏิบัติในสภาพแวดล้อมที่ควบคุมได้ (Liu, 2022) การฝึกฝนความเชื่อมั่นในตนเอง Self-efficacy จัดกิจกรรมที่เน้นให้ผู้เรียนได้ฝึกการใช้งานจริง เช่น การจำลองการใช้แอปพลิเคชัน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมจริง การดำเนินการฝึกอบรม โดยการเรียนการสอนแบบมีส่วนร่วม ใช้รูปแบบการเรียนรู้เชิงปฏิบัติและการโต้ตอบ เช่น การตั้งคำถาม การทำงานกลุ่ม และการจำลองสถานการณ์ เพื่อสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่เป็นกันเองและลดความกังวลในการใช้งานเทคโนโลยีการใช้แอปพลิเคชันบริการทางการเงินดิจิทัล ใช้แพลตฟอร์มออนไลน์หรือเครื่องมือดิจิทัลที่กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงได้ง่าย เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา

การติดตามผลและประเมินผลลัพธ์ ในการประเมินทักษะและความเชื่อมั่นประเมินทักษะทางการเงินและความเชื่อมั่นในตนเองของผู้เรียนก่อนและหลังการฝึกอบรม โดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ เพื่อวัดผลลัพธ์การพัฒนาทักษะ วิเคราะห์ผลการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมศึกษาว่า ผู้เข้าร่วมสามารถนำทักษะและความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันหรือธุรกิจของตนเองได้อย่างไร เช่น การสมัครสินเชื่อออนไลน์ด้วยตนเองหรือการตัดสินใจทางการเงินที่มีความมั่นใจมากขึ้น

ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ การเพิ่มทักษะและความสามารถทางการเงินดิจิทัล กลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมจะมีทักษะทางการเงินดิจิทัลที่ดีขึ้น สามารถทำธุรกรรมดิจิทัลได้ด้วยความมั่นใจและสามารถเลือกใช้การบริการทางการเงินดิจิทัลได้อย่างเหมาะสมกับธุรกิจ พัฒนาทัศนคติที่ดีและความเชื่อมั่นในตนเอง กลุ่มเป้าหมายมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้เทคโนโลยีทางการเงินดิจิทัล และมีความเชื่อมั่นในการใช้งานแอปพลิเคชันทางการเงินด้วยตัวเองมากขึ้น เสริมสร้างความพร้อมในการทำธุรกรรมดิจิทัลอย่างปลอดภัยผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมสามารถประเมินความเสี่ยงและเลือกใช้การบริการทางการเงินที่เหมาะสมกับธุรกิจของตนเอง การขยายผลนี้จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางการเงินดิจิทัลของผู้ประกอบการขนาดเล็ก ทำให้พวกเขามีความพร้อมในการแข่งขันและสร้างความมั่นคงทางการเงินได้ดียิ่งขึ้น

6. สรุปผลและอภิปรายผล (Conclusion and Discussion)

6.1 สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาทักษะทางการเงินดิจิทัลของผู้ประกอบการรายย่อย ความรู้ทางการเงินดิจิทัล (DFL) เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ส่งผลโดยตรงต่อทัศนคติ ($\beta = 0.928$) และความมั่นใจในตนเอง ($\beta = 0.966$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chen & Zhang (2021) ที่พบว่าความรู้ด้านดิจิทัลเป็นตัวทำนายสำคัญของพฤติกรรมการใช้งาน ทัศนคติเชิงบวก และความมั่นใจในตนเอง ทำหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลาง โดยส่งอิทธิพลต่อทักษะทางการเงินดิจิทัล ($\beta = 0.374$ และ $\beta = 0.608$ ตามลำดับ) ซึ่งสะท้อนแนวคิดทฤษฎี KAB (Knowledge-Attitude-Behavior) ที่ว่าทัศนคติเป็นสะพานเชื่อมระหว่างความรู้และพฤติกรรม

วัตถุประสงค์ที่ 2 เสนอแนวทางส่งเสริมศักยภาพทางการเงินดิจิทัล โมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของความสามารถทางการเงินดิจิทัลได้ 76.6% โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดคือ ทักษะ ($\beta = 0.875$) ตามด้วยความมั่นใจในตนเอง ($\beta = 0.523$)

6.2 อภิปรายผล

ความสอดคล้องกับทฤษฎี โดยผลการศึกษายืนยันแนวคิด Self-Efficacy Theory (Bandura, 1986) ที่ว่าความมั่นใจในตนเองส่งผลต่อความสามารถในการเรียนรู้ทักษะใหม่ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการที่ขาดประสบการณ์ด้านดิจิทัลสนับสนุนการประยุกต์ใช้ Behavior Change Theory ผ่านการออกแบบการฝึกอบรมที่เน้นการมีส่วนร่วม (Participatory Learning) ตามข้อเสนอของ Steven et al. (2004) ความแตกต่างจากงานวิจัยอื่น สำหรับงานวิจัยของ Or (2023) พบว่า ทักษะทางเทคนิคเป็นปัจจัยหลัก แต่การศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่า ทักษะคิด มีบทบาทสำคัญกว่าในบริบทประเทศไทย ซึ่งอาจอธิบายได้จากความแตกต่างทางวัฒนธรรมในการยอมรับเทคโนโลยีโดยมีข้อจำกัดของการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำกัดเฉพาะผู้ประกอบการที่ใช้สินค้าออนไลน์แล้ว จึงอาจไม่สะท้อนพฤติกรรมของผู้ที่ยังไม่เคยใช้งานแอปพลิเคชันด้านการเงินดิจิทัล

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ข้อเสนอแนะแรกการขยายกลุ่มตัวอย่าง เพื่อรวมผู้ประกอบการในพื้นที่ห่างไกล และศึกษาความแตกต่างระหว่างอุตสาหกรรม ข้อเสนอแนะที่สองวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเข้าใจอุปสรรคเฉพาะกลุ่ม (เช่น ผู้สูงอายุ/ผู้มีการศึกษาน้อย) ข้อเสนอแนะที่สามติดตามผลระยะยาว หลังการฝึกอบรม เพื่อประเมินความยั่งยืนของการพัฒนาทักษะ

ข้อเสนอเชิงนโยบาย โดยข้อเสนอแรกการสร้างหลักสูตรการรู้การเงินดิจิทัล ควรออกแบบเป็นแบบขั้นบันได 3 ระดับระดับพื้นฐาน ความเข้าใจผลิตภัณฑ์ (ดอกเบี้ย/ความเสี่ยง) ระดับกลาง การวิเคราะห์ต้นทุนและเปรียบเทียบข้อเสนอระดับสูง การป้องกันการฉ้อโกงทางดิจิทัล ข้อเสนอที่ 2 สร้างกลไกการสนับสนุนจากภาครัฐจัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษาผ่านแอปพลิเคชัน LINE OA ให้เงินอุดหนุนค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย

7. ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎีมีดังต่อไปนี้ ประการแรก ควรมีการขยายกรอบแนวคิดของทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavior Change Theories) โดยบูรณาการปัจจัยด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและความเชื่อทางสังคมเข้าไปในแบบจำลองการวิจัยในอนาคต เนื่องจากผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า “ทัศนคติ” มีบทบาทสำคัญในบริบทของประเทศไทย ซึ่งอาจมีลักษณะเฉพาะและแตกต่างจากประเทศอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญ ประการที่สอง การพัฒนาทฤษฎี KAB (Knowledge–Attitude–Behavior) ให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยควรพิจารณาเพิ่มองค์ประกอบด้าน “การเข้าถึงเทคโนโลยี” (Accessibility) เป็นตัวแปรเสริมในแบบจำลอง ทั้งนี้ สอดคล้องกับผลการวิจัยในหลายบริบทที่ระบุว่า อุปสรรคสำคัญของผู้ประกอบการรายย่อยในประเทศไทย คือ ข้อจำกัดด้านความสามารถด้านการเงินดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน ประการสุดท้าย การปรับปรุงแบบจำลอง Self-Efficacy ควรมุ่งศึกษาปัจจัยเสริมที่อาจส่งผลต่อระดับความเชื่อมั่นในตนเองของผู้ประกอบการ อาทิ การสนับสนุนจากชุมชน หรือประสบการณ์ความสำเร็จในอดีต ซึ่งอาจช่วยเพิ่มความสามารถในการเผชิญความท้าทายและการตัดสินใจในสภาพแวดล้อมดิจิทัลได้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติที่สามารถนำไปใช้ได้จริงมีดังต่อไปนี้ ประการแรก หน่วยงานภาครัฐควรพัฒนาและออกแบบหลักสูตรการรู้ทางการเงินดิจิทัลในลักษณะเฉพาะกลุ่ม โดยจัดกลุ่มผู้เรียนตามระดับความรู้และประสบการณ์ที่ต่างกัน สำหรับกลุ่มผู้เริ่มต้น ควรเน้นเนื้อหาพื้นฐาน เช่น วิธีการสมัครสินเชื่อออนไลน์ การคำนวณดอกเบี้ย และการจัดการหนี้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่กลุ่มผู้มีทักษะระดับประยุกต์ใช้ ควรเสริมเนื้อหาด้านการวิเคราะห์ความเสี่ยง การประเมินข้อเสนอทางการเงิน และการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ทางการเงินดิจิทัลจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการตัดสินใจทางการเงินที่เหมาะสม ประการที่สอง ควรส่งเสริมการจัดการเรียนรู้ในรูปแบบ Hybrid Learning ซึ่งผสมผสานการเรียนการสอนออนไลน์ร่วมกับกิจกรรมฝึกปฏิบัติใน

ชุมชน เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงและพัฒนาทักษะของผู้ประกอบการในหลากหลายพื้นที่อย่างครอบคลุมและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตมีประเด็นสำคัญที่ควรพิจารณาดังต่อไปนี้ ประการแรก ควรมีการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับความแตกต่างของพฤติกรรมผู้ประกอบการระหว่างกลุ่มเปรียบเทียบ เช่น ความแตกต่างระหว่างกลุ่มช่วงอายุ (Generation X กับ Generation Y) และความแตกต่างเชิงพื้นที่ (ผู้ประกอบการในเขตเมืองกับชนบท) เพื่อให้เข้าใจลักษณะเฉพาะของแต่ละกลุ่มได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น ประการที่สอง ควรพิจารณาศึกษาปัจจัยแวดล้อมเพิ่มเติม อาทิ ผลกระทบของกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) ที่อาจมีต่อระดับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในการใช้บริการดิจิทัลของผู้ประกอบการ สุดท้าย ควรมีการพัฒนาตัวชี้วัดทักษะทางการเงินดิจิทัลที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย โดยสามารถประยุกต์ใช้แนวทางจากกรอบการประเมินของ OECD/INFE Digital Financial Literacy Framework เพื่อให้ได้เกณฑ์ที่มีความครอบคลุมและเหมาะสมกับผู้ประกอบการรายย่อยในประเทศ

REFERENCES

- Aastha, S. (2024). Digital technology improving financial inclusion in India: Post Covid evidence. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*.
- Albornoz-Arias, N., & Santafé-Rojas, A. K. (2022). Self-confidence of Venezuelan migrant entrepreneurs in Colombia. *Advances in the Social Sciences*.
- Anderson, S. G., Zhan, M., & Scott, J. (2004). Targeting Financial Management Training at Low-Income Audiences. *Journal of Consumer Affairs*, 38(2), 167-177.
<https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2004.tb00470.x>
- Baliawan, P. R., Latifah, P., & Herdiany, D. H. (2024). Analysis of the influence of self-efficacy, perceived ease to use, perceived benefits, and perceived risk on intention to use digital payment applications in Yogyakarta. *Business Management and Analysis Journal*, 7(1), 64-82.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall.
- Bank of Thailand. (2023). *Annual report on digital financial services usage among micro-entrepreneurs*. Retrieved from <https://www.bot.or.th>
- Bloom, B. S. (1956). *Taxonomy of educational objectives, handbook I: The cognitive domain*. David McKay Company.
- Caleb, O. (2023). The role of attitude in the unified theory of acceptance and use of technology: A meta-analytic structural equation modelling study. *International Journal of Technology in Education and Science*.
- Chang, Liu. (2022). 4. Applying Diffusion Model to Analyzing Stimulating Activities for Positive Attitude Platform. <https://doi.org/10.1109/IMCEC55388.2022.10019993>
- Chen, Y., & Zhang, S. (2021). Digital financial literacy in developing economies: Barriers and opportunities for small enterprises. *Journal of Financial Development*, 14(2), 123-135.
- Jose, J., & Ghosh, N. (2024). Digital financial literacy and its impact on financial behaviors. *Advances in Finance, Accounting, and Economics Book Series*.

- Jiang, L., & Li, M. (2023). The impact of digital financial knowledge on confidence and security in online loan transactions: A study on small businesses. *International Journal of Digital Finance*, 7(1), 78-92.
- Mongkolsuthree, M., et al. (2022). Financial literacy in the digital age: A case study of SMEs and online loans in Thailand. *Asia-Pacific Journal of Business Innovation*, 9(3), 256-269.
- Or, C. (2023). The role of attitude in the unified theory of acceptance and use of technology: A meta-analytic structural equation modelling study. *International Journal of Technology in Education and Science*, 7(4), 552-570.
- Prochaska, J. O., DiClemente, C. C., & Norcross, J. C. (1992). In search of how people change: Applications to addictive behaviors. *American Psychologist*, 47(9), 1102-1114. <https://doi.org/10.1037/10248-026>
- Prykaziuk, N., & Khodakivska, O. (2023). Curriculum design for essential financial skills: Interest calculation, loan application tools, and risk prevention strategies. In *Proceedings of the International Conference on Financial Education* (pp. 78-92).
- Ramachandran, N., & Al Hajri, A. (2024). Adoption of digital banking services: Detection of frauds and preventive action by banks. *Advances in Finance, Accounting, and Economics Book Series*.
- Steven, G., Anderson., Min, Zhan., Jeff, Scott. (2004). 2. Targeting Financial Management Training at Low-Income Audiences. *Journal of Consumer Affairs*. <https://doi.org/10.1111/J.1745-6606.2004.TB00470.X>
- Turner, M., Sermcheep, S., Anantasirijkiat, S., & Srisangnam, P. (2016). Small and medium-sized enterprises in Thailand: Government policy and economic development. *The Asia Pacific Journal of Public Administration*.
- Yadav, O. P., Teotia, R., & Baliyan, R. (2024). *Fintech and Data Science*. 332–349. <https://doi.org/10.1201/9781032720104-21>
- Yang, J., Wu, Y., & Huang, B. (2023). Digital finance and financial literacy: Evidence from Chinese households. *Journal of Banking and Finance*. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2023.107005>
- Yi, Zhang. (2021). 1. The Design of a Mobile App to Promote Young People's Digital Financial Literacy. https://doi.org/10.1007/978-3-030-78227-6_10.
- Umar, H. U., Baita, J. A., & Muhamad, A. A. (2024). Digital finance and SME financial inclusion in Africa. *African Journal of Economic and Management Studies*.
- Zhao, W. (2021). The role of digital finance in supporting small business during the pandemic. *Digital Economics Review*, 10(4), 45-60.

ข้อมูลติดต่อ

1. ดร.วสันต์ อุทัยเลี้ยง (Wasan Uthaileang)
 *ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding author)
 คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
 (Faculty of Communication Art, Bangkok University)
 E-mail: wasan.u@bu.ac.th
2. รัตน์วดี เศรษฐจิตร (Rattthnawadee Setthajit)
 คณะวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
 (College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University)
 E-mail: sendtortip@gmail.com