



Received: December 15, 2022

Revised: August 5, 2025

Accepted: August 14, 2025

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

Factors Affecting Use of Social Media Behavior of Undergraduate Students,
Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University, Hat Yai Campus, Songkhla Province

เกตุสุดา พงษ์นุรักษ์*

เกษตรชัย และหิม

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author) E-mail: pongkaraket6@gmail.com

ketsuda Pongnuruk*

Kasetchai Laeheem

Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University, Hat Yai Campus

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในบุคคลและปัจจัยการรับรู้กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา และ 3) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 240 คน ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน แบ่งตามสาขาวิชาและชั้นปี เครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ การเก็บข้อมูลใช้แบบสอบถามที่ออกแบบอย่างเป็นระบบ และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม R โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมถึงสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้น

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักศึกษามีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.338) สะท้อนถึงการเข้าถึงและใช้งานอย่างแพร่หลาย 2) พบความสัมพันธ์เชิงบวกและลบในระดับต่ำถึงปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ระหว่างปัจจัยภายในบุคคลและปัจจัยการรับรู้กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และ 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ได้แก่ การรับรู้ความง่ายต่อการใช้ การรับรู้วิธีการใช้ และทักษะการใช้เทคโนโลยีสะท้อนให้เห็นว่า ความสามารถในการเข้าถึง เข้าใจ และใช้งานเทคโนโลยีได้อย่างเชี่ยวชาญ มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

คำสำคัญ: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์; พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์; สื่อสังคมออนไลน์; นักศึกษาปริญญาตรี

Abstract

This research aimed to 1) examine the patterns of social media usage among undergraduate students, 2) explore the relationships between personal factors and perceptual factors with students' social media usage behavior, and 3) identify the key factors influencing such behavior. The sample consisted of 240 undergraduate students from the Faculty of Liberal Arts, selected using multistage sampling based on academic programs and year levels. The research instrument was a questionnaire that was examined for content validity by experts. Data collection was conducted using a systematically designed questionnaire and analyzed with the R program using descriptive statistics, including mean, percentage, and standard deviation, as well as inferential statistics, including Pearson's product-moment correlation coefficient and linear multiple regression analysis.

The research findings are summarized as follows: 1) Undergraduate students have a high level of social media usage behavior (average 4.338), reflecting widespread access and usage. 2) There were statistically significant low to moderate positive and negative relationships between intrapersonal factors and cognitive factors, and social media usage behavior, and 3) Factors that significantly influenced social media usage behavior at the 0.001 level were perceived ease of use, perceived method of use, and technology usage skills. It reflects that the ability to access, understand, and use technology proficiently has a significant influence on students' social media usage behavior.

Keywords: Factors Influencing the Use of Social Media; Social Media Usage Behavior; Social Media; Undergraduate Students



ในโลกปัจจุบัน ปฏิเสธไม่ได้ว่าเทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด รวดเร็ว และล้ำสมัยอย่างต่อเนื่อง จนสามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในทุกมิติของชีวิต ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสาร การศึกษา การทำงาน หรือการดำรงชีวิตประจำวัน เทคโนโลยีกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตอย่างแนบแน่น และมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในทุกช่วงวัยและทุกบริบททางสังคม กล่าวได้ว่า “เทคโนโลยี” ไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมืออีกต่อไป หากแต่เป็นปัจจัยพื้นฐานที่มนุษย์แทบจะขาดไม่ได้ ในอดีตการสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลอาศัยสัญลักษณ์ เสียง ภาพ และภาษาเขียน ซึ่งใช้เวลานานในการส่งต่อ แต่ในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือศตวรรษที่ 21 เทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงวิถีคิด เรียนรู้ และสื่อสารของมนุษย์อย่างสิ้นเชิง จากการสื่อสารทางเดียวสู่การโต้ตอบแบบเรียลไทม์ (Real-time) ผ่านอินเทอร์เน็ตและแพลตฟอร์มออนไลน์ ทำให้ “สื่อสังคมออนไลน์” กลายเป็นพื้นที่แห่งการเรียนรู้ แสดงออก และปฏิสัมพันธ์ทางสังคมอย่างแท้จริง (Roobyai, 2022) และยิ่งสอดคล้องกับข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้มีการสำรวจการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือนพบว่า ประเทศไทยเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างสมบูรณ์ โดยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตกว่า 59 ล้านคน (89.5%) จากประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป และกลุ่มเยาวชนอายุ 15–24 ปี มีอัตราการใช้งานสูงสุดถึง 99.91 % เนื่องจากเป็นวัยที่เรียนรู้และปรับตัวต่อเทคโนโลยีได้รวดเร็ว (National Statistical Office, 2024) ปัจจุบันได้มีการนำเอาสื่อสังคมออนไลน์มาประยุกต์ใช้เพื่องานด้านการศึกษาทุกระดับอย่างแพร่หลาย อำนวยความสะดวกให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ได้ตลอดเวลา ไร้ขีดจำกัดทั้งในเรื่องเวลาและสถานที่ส่งเสริมการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ เป็นทักษะที่จำเป็นในยุคนี้ เพราะการเรียนรู้ไม่ได้เกิดขึ้นจากในห้องเรียนหรือตำราเท่านั้น ในยุคความปรกติใหม่ที่ข้อมูลข่าวสารที่การเพิ่มในอัตราที่รวดเร็วกว่าในอดีต ผู้เรียนต้องการความยืดหยุ่น สถานบันการศึกษามีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือหลักในการจัดการเรียนการสอน (Changchan, 2024) จึงต้องพัฒนาทักษะของผู้เรียนให้มีทักษะที่จำเป็นต่อการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ ทักษะการสืบค้น การวิเคราะห์ การประเมินค่า และสร้างสรรค์ผลงานจากสื่อ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนสามารถแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็น ไม่ตกเป็นเหยื่อของข่าวปลอมที่ผู้ผลิตสารมุ่งนำเสนอข้อมูลอย่างบิดเบือนจากความเป็นจริง (Chanthra, Whattananarong & Satienchaiyakij, 2021) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ เป็นมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคใต้ที่มีนักศึกษาเข้ามาศึกษาหาความรู้เป็นจำนวนมาก มีความพร้อมในเรื่องของเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยและนักศึกษาส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ได้โดยง่าย สะดวก ทั้งยังมีการติดตั้ง WIFI ในบริเวณรอบ ๆ มหาวิทยาลัยด้วยเครื่องประมวลผลสมรรถนะสูง มีระบบ PSU Passport ที่สามารถเข้าถึงได้ตลอด 24 ชั่วโมง และยังมีบริการ PSU Fiber บริการเครือข่ายของ ม.อ. ที่ใช้เทคโนโลยี FTTx หรือ FTTH (Fiber-to-the-home) ซึ่งคุณภาพและความเร็วในการรับส่งสัญญาณสูงกว่าสายโทรศัพท์ธรรมดาที่ใช้กันในระบบเอทีเอสแอลหลายร้อย-พันเท่า และยังมีอุปกรณ์การสื่อสารให้นักศึกษาสามารถมาใช้บริการได้ ข้อมูลจาก (Office of Digital Innovation and Intelligent Systems, 2018) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ พบว่าคณะศิลปศาสตร์ มีการเข้าถึงโปรแกรม Tell Me More (TMM) คือ โปรแกรมในการเรียนการสอนออนไลน์ด้านภาษาอังกฤษที่สามารถตอบสนองการเรียนรู้การฝึกทักษะด้านต่าง ๆ เช่น ฝึกทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียน ไวยากรณ์คำศัพท์และความเข้าใจภาษามากที่สุดเมื่อเทียบกับคณะต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย ทั้งนี้คณะศิลปศาสตร์ยังมีบริการฝึกอบรมภาษาและด้านพัฒนามนุษย์รวมถึงมีการจัดสอบเพื่อวัดระดับภาษา เช่น PSU-TEP, TOEFL, HSK ได้อย่างสะดวกให้แก่ นักศึกษา บุคลากร ตลอดจนผู้ที่สนใจทั่วไป (Prince of Songkla University Hat Yai Campus, 2021) คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ ได้มีการเปิดสอนหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อโดยตรง เช่น รายวิชา 896-345 สื่อและนวัตกรรมการสอนภาษาไทย ในฐานะภาษาต่างประเทศ และรายวิชา 896-352 การสร้างสื่อเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรม ซึ่งเน้นให้นักศึกษาพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้ก้าวหน้าและใช้เทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม ทางหลักสูตรยังส่งเสริมการเรียนรู้



ด้วยตนเอง ผ่านแนวคิด Active Learning และ Self-access Learning โดยมี “ศูนย์การเรียนรู้ด้วยตนเอง (SALC)” เป็นพื้นที่สนับสนุนการใช้สื่อและเทคโนโลยีที่ส่งเสริมการเรียนรู้แบบผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง เพื่อพัฒนาศักยภาพทั้งด้านความคิด อารมณ์ และพฤติกรรม โดยใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ขยายมุมมอง และสร้างโอกาสใหม่ ๆ ทั้งด้านการเรียน การสื่อสาร อีกทั้งยังเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อให้นักศึกษามีทักษะในการดำรงชีวิต และการทำงานในอนาคต ถือเป็นความท้าทายที่สุดต่อการเปลี่ยนแปลงของกระแสสังคมโลกที่เต็มไปด้วยข้อมูลข่าวสารแบบไร้ขีดจำกัด กล่าวโดยสรุป เทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ที่เปลี่ยนแปลงวิธีการสื่อสารและเรียนรู้ของคนอย่างมาก นักศึกษามีการใช้งานอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดียสูงขึ้น ส่งผลต่อพฤติกรรมและรูปแบบการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยได้นำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่อส่งเสริมการศึกษาและพัฒนาทักษะผู้เรียนอย่างรอบด้าน สื่อจึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการเตรียมความพร้อมสู่อนาคต

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อศึกษาว่าตัวแปรใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา โดยผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อคณะศิลปศาสตร์ นักศึกษา นักวิจัย นักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ให้แก่นักศึกษาอย่างเหมาะสมและรู้เท่าทันสื่อต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในบุคคลและปัจจัยการรับรู้กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ทั้งเพศชายและหญิง จำนวนทั้งสิ้น 1,219 คน (Registra PSU, 2021)

ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โดยใช้แนวคิดของแฮร์ (Hair, 2010) สำหรับงานวิจัยครั้งนี้เพื่อความน่าเชื่อถือของข้อมูลยิ่งขึ้น จึงเลือกกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร 20 เท่าของตัวแปรที่ศึกษา งานวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด 12 ตัวแปร ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 240 คน คำนวณขนาดตัวอย่างตามเทคนิคการวิเคราะห์สถิติประเภทพหุตัวแปร ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยเริ่มจากขั้นที่ 1 แบ่งกลุ่มตัวอย่างตามสาขาวิชาและชั้นปีของนักศึกษาซึ่งประกอบด้วย 5 สาขาวิชา ได้แก่ 1) การจัดการอุตสาหกรรมการบินและการบริการ 2) ชุมชนศึกษาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน 3) ภาษาจีน 4) ภาษาไทยประยุกต์ และ 5) ภาษาอังกฤษ และแบ่งตามช่วงชั้นปีออกเป็น 4 ชั้นปี จากนั้นในขั้นที่ 2 ผู้วิจัยได้กำหนดช่วงชั้นของนักศึกษาตามปีการศึกษา เพื่อให้การสุ่มตัวอย่างมีความหลากหลายและครอบคลุมทุกระดับชั้นเรียน และในขั้นที่ 3 จึงทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างขั้นสุดท้ายโดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย



(Simple Random Sampling) ด้วยการจับฉลากแบบไม่ใส่คืน (Without Replacement) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลาย ครอบคลุม และเป็นตัวแทนที่เหมาะสมของประชากร

การสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 1 ชุด ซึ่งจัดทำขึ้นโดยอ้างอิงจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ปัจจัยภายในบุคคล และปัจจัยการรับรู้ เพื่อให้ครอบคลุมประเด็นเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยออกแบบคำถามให้สอดคล้องกับนิยามเชิงปฏิบัติการของตัวแปรแต่ละตัว คำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) คือ 5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย และ 1 = น้อยที่สุด

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ก่อนนำแบบสอบถามไปใช้เก็บข้อมูลจริง ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยดำเนินการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability Test) ด้วยการทดลองใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มจริง จำนวน 45 คน เพื่อตรวจสอบความชัดเจนและความเข้าใจตรงกันในแต่ละข้อคำถาม จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลการวิเคราะห์พบว่าค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ในช่วงระหว่าง 0.8877 ถึง 0.9461 ซึ่งสูงกว่าค่ามาตรฐานที่ยอมรับได้ (0.70) แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับดีมาก และสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงได้อย่างเหมาะสม

กระบวนการเก็บข้อมูล

เมื่อผ่านการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 240 คน โดยดำเนินการในช่วงเวลาที่เหมาะสม และได้รับความร่วมมือจากกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างดี การเก็บข้อมูลดำเนินไปอย่างเป็นระบบภายใต้การควบคุมของผู้วิจัยและทีมงาน เพื่อให้มั่นใจว่าแบบสอบถามได้รับการตอบกลับครบถ้วน ถูกต้อง และตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ R ซึ่งเป็นเครื่องมือทางสถิติที่มีความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างหลากหลายและแม่นยำ การวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics): ใช้เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง เช่น ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics): ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัย โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในบุคคล ปัจจัยการรับรู้ และพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Linear Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่ออย่างมีนัยสำคัญ

สรุปผลการวิจัย

1. การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี (Y) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย $(\bar{X}) = 4.338$) และจากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในบุคคล พบว่าการรับรู้ความเสี่ยงต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (X_{11}) ($\bar{X} = 4.417$) บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (X_1) ($\bar{X} = 4.413$) การรับรู้ การเรียนรู้และการยอมรับต่อการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (X_6) ($\bar{X} = 4.397$) การรับรู้ความพร้อมต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (X_9) ($\bar{X} = 4.369$) การรับรู้



ความง่ายต่อการใช้อินเทอร์เน็ต (X₈) ($\bar{X}$ = 4.365) การมีภูมิคุ้มกันทางจิต (X₂) ($\bar{X}$ = 4.363) การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ (X₃) ($\bar{X}$ = 4.348) การรับรู้ประโยชน์ต่อการใช้อินเทอร์เน็ต (X₁₀) ($\bar{X}$ = 4.337) การรับรู้วิธีการใช้อินเทอร์เน็ต (X₇) ($\bar{X}$ = 4.327) ทักษะการใช้เทคโนโลยี (X₅) ($\bar{X}$ = 4.321) และทัศนคติต่อการใช้งานสื่อออนไลน์ (X₄) ($\bar{X}$ = 4.317) อยู่ในระดับมากที่สุด 11 ตัวแปร ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรตาม (Y)

ตัวแปร	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
ตัวแปรตาม (Y) พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต	4.338	0.271	มาก	
ปัจจัยภายในบุคคล (X)				
บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (X ₁)	4.413	0.461	มาก	2
การมีภูมิคุ้มกันทางจิต (X ₂)	4.363	0.407	มาก	6
การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ (X ₃)	4.348	0.459	มาก	7
ทัศนคติต่อการใช้งานสื่อออนไลน์ (X ₄)	4.317	0.453	มาก	11
ทักษะการใช้เทคโนโลยี (X ₅)	4.321	0.437	มาก	10
ปัจจัยการรับรู้				
การรับรู้ การเรียนรู้ และการยอมรับต่อการใช้งานสื่ออินเทอร์เน็ต (X ₆)	4.397	0.388	มาก	3
การรับรู้วิธีการใช้อินเทอร์เน็ต (X ₇)	4.327	0.331	มาก	9
การรับรู้ความง่ายต่อการใช้อินเทอร์เน็ต (X ₈)	4.365	0.290	มาก	5
การรับรู้ความพร้อมต่อการใช้อินเทอร์เน็ต (X ₉)	4.369	0.300	มาก	4
การรับรู้ประโยชน์ต่อการใช้อินเทอร์เน็ต (X ₁₀)	4.337	0.351	มาก	8
การรับรู้ความเสี่ยงต่อการใช้อินเทอร์เน็ต (X ₁₁)	4.417	0.324	มาก	1

ทั้งนี้จากตารางที่ 1 สรุปได้ว่านักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.338 ทั้งนี้ ปัจจัยภายในบุคคลทั้ง 11 ตัวแปร ล้วนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเช่นกัน ซึ่งสะท้อนว่าหากนักศึกษามีการรับรู้ความเสี่ยง มีจิตสำนึก รู้เท่าทันสื่อ และมีทักษะด้านเทคโนโลยีดี ย่อมส่งผลให้มีแนวโน้มใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น และใช้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย เช่น การรับรู้ว่าสื่อใช้งานง่าย (X₈) และความพร้อมในการใช้ (X₉) ทำให้เกิดความถี่และความหลากหลายในพฤติกรรมการใช้งาน ขณะที่การมีภูมิคุ้มกันทางจิตและทัศนคติที่ดีต่อการใช้อินเทอร์เน็ต (X₂, X₄) ช่วยส่งเสริมให้ผู้ใช้ใช้อินเทอร์เน็ตอย่างปลอดภัยและสร้างสรรค์

2. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในบุคคลและปัจจัยการรับรู้กับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่ามีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำถึงปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างบางตัวแปร ขณะเดียวกันยังพบว่าบางตัวแปรมีความสัมพันธ์ทางลบหรือไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งแสดงถึงลักษณะของปัจจัยแต่ละด้านที่ส่งผลในระดับแตกต่างกัน ดังนี้

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 11 ตัวแปรกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวก อยู่ในระดับต่ำกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มี 6 ตัวแปร โดย การรับรู้ การเรียนรู้และการยอมรับต่อการใช้งานสื่ออินเทอร์เน็ต (X₆) อยู่ในระดับมากที่สุด ($r = 0.12$, 95% Confidence Interval (95% C.I.) = -0.004, 0.237) รองลงมา คือ การรับรู้

ประโยชน์ต่อการใช้อีเมลออนไลน์ (X_{10}) ($r = 0.10$, 95% C.I. = -0.019, 0.222) การทัศนคติต่อการใช้งานสื่อออนไลน์ (X_4) ($r = 0.03$, 95% C.I. = -0.095, 0.149) ปัจจัยด้านการมีภูมิคุ้มกันทางจิต (X_2) ($r = 0.02$, 95% C.I. = -0.102, 0.142) ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางลบ อยู่ในระดับต่ำกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มี 2 ตัวแปร คือ การรับรู้ความพร้อมต่อการใช้อีเมลออนไลน์ (X_9) ($r = -0.07$, 95% C.I. = -0.192, 0.051) และ การรับรู้ความเสี่ยงต่อการใช้อีเมลออนไลน์ (X_{11}) ($r = -0.30$, 95% C.I. = -0.151, 0.093) ตามลำดับ ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวก อยู่ในระดับต่ำกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีอยู่ในระดับมากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มี 2 ตัวแปร โดย คือ ทักษะการใช้เทคโนโลยี (X_5) ($r = 0.13$, 95% C.I. = 0.008, 0.008) และการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ (X_3) ($r = 0.06$, 95% C.I. = -0.058, 0.185) ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางลบ อยู่ในระดับต่ำกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มี 1 ตัวแปร คือ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (X_1) ($r = -0.04$, 95% C.I. = -0.162, 0.081) ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวก อยู่ในระดับปานกลางกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีอยู่ในระดับมากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มี 2 ตัวแปร คือ การรับรู้ความง่ายต่อการใช้อีเมลออนไลน์ (X_8) ($r = 0.60$, 95% C.I. = 0.520, 0.676) และการรับรู้วิธีการใช้อีเมลออนไลน์ (X_7) ($r = 0.51$, 95% C.I. = 0.413, 0.595) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ปัจจัยภายในบุคคล ปัจจัยการรับรู้ และพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ตัวแปร	R	p-value	95% Confidence Interval	
บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (X_1)	-0.04	0.513	-0.162	0.081
การมีภูมิคุ้มกันทางจิต (X_2)	0.02	0.740	-0.102	0.142
การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ (X_3)	0.06	0.300	-0.058	0.185
ทัศนคติต่อการใช้งานสื่อออนไลน์ (X_4)	0.03	0.658	-0.095	0.149
ทักษะการใช้เทคโนโลยี (X_5)	0.13	0.037	0.008	0.008
การรับรู้ การเรียนรู้ และการยอมรับต่อการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (X_6)	0.12	0.058	-0.004	0.237
การรับรู้วิธีการใช้อีเมลออนไลน์ (X_7)	0.51	0.000	0.413	0.595
การรับรู้ความง่ายต่อการใช้อีเมลออนไลน์ (X_8)	0.60	0.000	0.520	0.676
การรับรู้ความพร้อมต่อการใช้อีเมลออนไลน์ (X_9)	-0.07	0.255	-0.192	0.051
การรับรู้ประโยชน์ต่อการใช้อีเมลออนไลน์ (X_{10})	0.10	0.099	-0.019	0.222
การรับรู้ความเสี่ยงต่อการใช้อีเมลออนไลน์ (X_{11})	-0.03	0.634	-0.151	0.093

ทั้งนี้จากตารางที่ 2 สรุปได้ว่าปัจจัยภายในบุคคลและปัจจัยด้านการรับรู้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในระดับแตกต่างกัน โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลางและมีนัยสำคัญทางสถิติสูงสุด ได้แก่ การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน (X_8) และการรับรู้วิธีการใช้งาน (X_7) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า หากนักศึกษารับรู้ว่าการใช้งานง่าย และเข้าใจวิธีการใช้ ย่อมมีแนวโน้มที่จะใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น ทั้งในด้านความถี่และความหลากหลาย นอกจากนี้ ทักษะด้านเทคโนโลยี (X_5) และการรู้เท่าทันสื่อ (X_3) ก็มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ แต่มีนัยสำคัญ ซึ่งสะท้อนว่ายิ่งนักศึกษามีทักษะด้านเทคโนโลยีและรู้เท่าทันสื่อมากเท่าใด ก็ยิ่งใช้อีเมลออนไลน์อย่างมีจุดมุ่งหมายและเหมาะสมมากขึ้น ในขณะที่ปัจจัยบางด้าน เช่น การรับรู้ความเสี่ยง (X_{11}) และบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (X_1) กลับมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมการใช้งานอาจสะท้อนว่า



นักศึกษาที่มีจิตสำนึกสูงหรือมองเห็นความเสี่ยง อาจเลือกใช้งานอย่างระมัดระวังหรือใช้น้อยลง โดยรวมแล้วความสัมพันธ์ที่พบช่วยชี้ให้เห็นลักษณะของผู้ใช้งานสื่อในกลุ่มนักศึกษาว่าการรับรู้ที่ชัดเจน เข้าใจง่าย และทักษะด้านเทคโนโลยีที่ดี มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งข้อมูลนี้เป็นแนวทางสำคัญต่อการส่งเสริมการใช้งานอย่างปลอดภัยและสร้างสรรค์ในระดับอุดมศึกษา

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้น นำตัวแปรพยากรณ์เข้าไปในสมการทั้งหมด จากนั้นนำตัวแปรอิสระออกจากสมการครั้งละ 1 ตัว (Backward method) ผลการวิจัยพบว่า มี 3 ตัวแปร ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ได้แก่ ทักษะการใช้เทคโนโลยี (X_5) การรับรู้วิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (X_7) และการรับรู้ความง่ายต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (X_8) ที่แสดงความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยการรับรู้ความง่ายต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (X_8) การรับรู้วิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (X_7) และทักษะการใช้เทคโนโลยี (X_5) ที่แสดงความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 รูปแบบสุดท้ายของปัจจัยที่ส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

Predictor variables	B	S.E.	t-value	p-value
ค่าคงที่	0.466	0.358	1.303	0.194
ทักษะการใช้เทคโนโลยี (X_5)	0.080	0.030	2.680	0.008
การรับรู้วิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (X_7)	0.363	0.034	1.570	0.000
การรับรู้ความง่ายต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (X_8)	0.511	0.039	1.299	0.000

Adjusted R-squared: 0.568, Residual standard error: 0.178, p-value: 0.000

ทั้งนี้จากตารางที่ 3 สรุปได้ว่านักศึกษาที่มีความสามารถด้านเทคโนโลยี เข้าใจวิธีการใช้ และรับรู้ว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์ใช้งานได้ง่าย มีแนวโน้มที่จะใช้สื่อเหล่านี้บ่อยขึ้น หรือในรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการส่งเสริมทักษะและการสร้างประสบการณ์เชิงบวกในการใช้สื่อดิจิทัล ทั้งนี้สามารถนำไปใช้ในการวางแผนส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านสื่อออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยนำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Phookwantong, Parapob & Nunumvong (2021) ที่ศึกษาการใช้เครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จังหวัดสงขลา พบว่า นักศึกษามีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อวันมากกว่า 5 ชั่วโมง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Prajitr (2020) ที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี พบว่า นิสิตส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน โดยใช้งานทั้งวันและใช้มากที่สุดในช่วงเวลา 5 โมงเย็นถึง 5 โมง วัตถุประสงค์การใช้เพื่อการเรียนรู้มากกว่าเพื่อการดำเนินชีวิตประจำวัน ซึ่งได้แก่ เพื่อทำงานกลุ่ม ติดต่อสื่อสารกับเพื่อน หรืออาจารย์ ดาวน์โหลดสื่อการสอน และส่งการบ้าน รวมทั้งใช้เพื่อการบันเทิงด้วยการดูหนังและฟังเพลง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Janwitthano, Vadhanasin & Sanwa (2022) ที่ศึกษาทักษะการ



รู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชัน YouTube เป็นประจำ และนักศึกษาส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ 6-10 ชั่วโมงต่อวัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์เป็นเทคโนโลยีที่นับว่าเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้เรียนไปแล้ว

2. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในบุคคลและปัจจัยการรับรู้กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มีความสัมพันธ์เชิงบวกและเชิงลบระหว่างปัจจัยภายในบุคคลและปัจจัยการรับรู้กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Soravisut & Rungwichaniwat (2024) การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และระดับการรู้สารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ม.สงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีวิจารณ์ญาณสูง โดยมักไม่เลียนแบบเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ปัจจัยภายในบุคคล เช่น เพศ ชั้นปี และคณะ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่ออย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะการส่งต่อข้อมูลเท็จและการค้นหาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อสินค้า ขณะที่ระดับการรู้สารสนเทศไม่แตกต่างกันตามคุณลักษณะส่วนบุคคล ผลการศึกษานี้สะท้อนบทบาทของปัจจัยภายในและการรับรู้บางด้านที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อในบริบทอุดมศึกษา และสามารถใช้เป็นฐานข้อมูลในการวิเคราะห์เชิงลึก พฤติกรรมผู้ใช้สื่อในยุคดิจิทัลได้อย่างเหมาะสมซึ่งสอดคล้องกับ Khamsombut, Kunasit & Chaikiattidham (2020) ศึกษาเรื่องการรู้สารสนเทศและการรับรู้ความสามารถของตนเอง ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า นักศึกษามีความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในระดับมากเช่นกัน

3. การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับมาก มี 3 ตัวแปรที่สำคัญ คือ การรับรู้ความง่ายต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (X_8) การรับรู้วิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (X_7) และทักษะการใช้เทคโนโลยี (X_5) ซึ่งตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์สูงที่สุด คือ การรับรู้ความง่ายต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (X_8) ที่แสดงให้เห็นว่าการรับรู้ความง่ายต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาเป็นสาเหตุสำคัญประการหนึ่งซึ่งส่งผลทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ketverapong (2021) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อ และการตระหนักรู้เกี่ยวกับการกลั่นแกล้งออนไลน์ของเยาวชนในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ เช่น Facebook, Line และ Instagram ซึ่งช่วยให้การสื่อสารรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้สื่อของนักศึกษา โดยเฉพาะในยุค 5G ที่เทคโนโลยีมีความเร็วสูงและรองรับอุปกรณ์หลากหลาย ไม่จำกัดเฉพาะสมาร์ทโฟนเท่านั้น แต่รวมถึงเครื่องมือและระบบสาธารณูปโภคอื่น ๆ ด้วย ส่วนการรับรู้วิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (X_7) คือ การเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล และข้อมูลข่าวสารผู้เรียนจำเป็นต้องเข้าใจและเข้าถึงอินเทอร์เน็ตด้วยช่องทางต่าง ๆ รวมถึงข้อดีข้อเสียของแต่ละช่องทางเพื่อให้สามารถใช้ Search Engine ค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการนำไปประยุกต์ใช้งานในปัจจุบันเพื่อให้สามารถสื่อสารและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี เหมาะสมและใช้อย่างมีกาลเทศะ เพื่อให้มีทักษะสำหรับการทำงานที่มีเครือข่ายทางสังคมเพื่อรวบรวมความรู้ ความสามารถในการสื่อสารและแยกแยะ ผ่านการคิดวิเคราะห์ เรียนรู้และตัดสินใจจากประสบการณ์ ตัวแปรด้านทักษะการใช้เทคโนโลยี (X_5) เป็นทักษะที่อาศัยความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีอยู่ในปัจจุบัน อาทิ คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ แท็บเล็ต โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และสื่อออนไลน์มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการสื่อสาร การปฏิบัติงานและการทำงานร่วมกันหรือใช้เพื่อพัฒนากระบวนการทำงานหรือระบบงานในองค์กรให้มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพ (Ministry Of Justice Thailand, 2020)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. จากผลการวิจัยทำให้องค์กรทราบถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งข้อมูลที่ได้นั้นเป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อให้คณะศิลปศาสตร์สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ให้นักศึกษาอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

2. องค์กรทราบถึงปัจจัยภายในบุคคลและปัจจัยการรับรู้กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ซึ่งข้อมูลที่ได้นั้นจะเป็นประโยชน์แก่นักวิจัย นักวิชาการ นักศึกษา รวมทั้งผู้ที่สนใจทุกภาคส่วนสามารถนำไปปรับใช้อย่างเหมาะสม เพื่อให้สอดคล้องกับพัฒนาการและบริบทของผู้ใช้แต่ละกลุ่มอย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ

3. เมื่อองค์กรทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา สามารถนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาสังคมแห่งการเรียนรู้ที่มีคุณภาพ โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และทักษะด้านการรู้เท่าทันสื่อให้นักศึกษาอย่างเหมาะสม

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรขยายกลุ่มตัวอย่างและเปลี่ยนพื้นที่ศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยในเขตเมือง เขตชนบท หรือสถาบันรัฐและเอกชน เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในบริบทที่หลากหลาย ทำให้ผลวิจัยครอบคลุมและนำไปใช้ได้กว้างขึ้น

2. ควรศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ระหว่างคณะ สาขาวิชา หรือมหาวิทยาลัยต่าง ๆ รวมถึงในระดับประเทศ เพื่อให้เข้าใจความแตกต่างจากหลักสูตร สภาพแวดล้อม และแนวทางการใช้เทคโนโลยีในแต่ละบริบท ซึ่งจะช่วยกำหนดแนวทางส่งเสริมการใช้สื่ออย่างเหมาะสมและมีวิจารณ์อย่างยั่งยืน

References

- Chanthra, R., Whattananarong, K., & Satienchaiyakij, P. (2021). Development of learning management model for enhancing the media production skills. *Rajapark Journal*, 15(42), 301–317. (in Thai)
- Changchan, P. (2024). General education: Roles and challenges in teaching and learning management in the 21st century. *Journal of Education and Innovative Learning*, 4(3), 451–462. (in Thai)
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. (in Thai)
- Janwitchano, S., Vadhanasin, V., & Sanwa, S. (2022). Online social media literacy skills of undergraduates in autonomous universities in Bangkok. *Journal of Library and Information Science Srinakharinwirot University*, 15(1), 36–51. (in Thai)
- Ketverapong, R. (2021). Online media usage behavior, media literacy and cyberbullying awareness of youth in Chiang Mai province. *Journal Title Unknown*, 17(2), 145–160. (in Thai)
- Khamsombut, K., Kunasit, T., & Chaikiattidham, A. (2020). Assessment of information literacy and self-efficacy: Northeastern Rajabhat University. *Journal of Information Science*, 38(2), 1–16. (in Thai)



- Ministry of Justice, Thailand. (2020). *Digital literacy*. Retrieved 2022, December 2, from <https://www.moj.go.th/view/48507> (in Thai)
- National Statistical Office. (2024). *The household survey on the use of information and communication technology (ICT)* (Internet). Bangkok: National Statistical Office, Thailand. Retrieved 2025, May 16, from https://www.nso.go.th/nsoweb/survey_detail/.pdf (in Thai)
- Office of Digital Innovation and Intelligent Systems. (2018). *Prince of Songkla University Hat Yai Campus*. Retrieved 2022, December 2, from <https://en.psu.ac.th/component/content/article?id=29:hat-yai-campus> (in Thai)
- Phookwantong, J., Parapob, J., & Nunumvong, V. (2021). The use of online social networks for learning of Rajamangala University of Technology Srivijaya, Songkhla students. *Journal of Humanities and Social Sciences Mahasarakham University*, 40(1), 21–34. (in Thai)
- Prajitr, S. (2020). *A study of social media using behavior of Business Administration Faculty of students Bangkok Thonburi University*. (Research report). Bangkok: Bangkok Thonburi University (in Thai)
- Prince of Songkla University Hat Yai Campus. (2021). *Prince of Songkla University Hat Yai Campus*. Retrieved 2022, December 2, from <https://www.psu.ac.th> (in Thai)
- Registra PSU. (2021). *Prince of Songkla University Hat Yai Campus*. Retrieved 2022, December 2, from <https://reg.psu.ac.th> (in Thai)
- Roobyai, C. (2022). A study of online social media usage behavior with learning in the 21st century of the undergraduate students in the Faculty of Humanities and Social Science. *Humanities and Social Sciences Journal, Ubon Ratchathani Rajabhat University*, 13(1), 288–296. (in Thai)
- Soravisut, A., & Rungwichaniwat, A. (2024). Social media usage behavior and information literacy levels among undergraduate students at Prince of Songkla University, Pattani Campus. *Journal of Humanities and Social Sciences, Prince of Songkla University*, 35(1), 26–39. (in Thai)

ผู้เขียน

นางสาวเกตุสุดา พงษ์นุรักษ์

นักศึกษาปริญญาโท ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนามนุษย์และสังคม
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
เลขที่ 15 ถนนกาญจนาภิเษย์ ตำบลคอหงส์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110
E-mail: pongkaraket6@gmail.com

รองศาสตราจารย์ ดร.เกษตรชัย และหีม

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
เลขที่ 15 ถนนกาญจนาภิเษย์ ตำบลคอหงส์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110
E-mail: kasetchai.la@psu.ac.th.

