

## การวิเคราะห์จำแนกประเภทสำหรับพยากรณ์ทักษะทางดิจิทัลในการทำงานของ นักศึกษาสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล ชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก\*

ธรรมสรณ์ โมรารวรรณ<sup>1</sup> ประสพชัย พสุนนท์<sup>2</sup>

(วันที่รับบทความ: 26 กันยายน 2567; วันที่แก้ไขบทความ: 5 มีนาคม 2568; วันที่ตอบรับบทความ: 17 มีนาคม 2568)

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยจำแนกที่ส่งผลต่อความสามารถทางดิจิทัลในการทำงานของนักศึกษาสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล ชั้นปีที่ 4 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มที่มีทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน และ 2) กลุ่มที่ต้องพัฒนาทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน ตัวอย่างการวิจัยเป็นนักศึกษาสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล คณะบัญชีและวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ชั้นปีที่ 4 จำนวน 73 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ด้วยวิธีการจับฉลาก เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงพหุ ได้แก่ การวิเคราะห์จำแนกประเภท ด้วยวิธี Enter โดยใช้สถิติ Box's M Eigenvalue Canonical Correlation และ Wilks' Lambda.

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยจำแนกที่ส่งผลต่อความสามารถทางดิจิทัลในการทำงานของนักศึกษาสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล ชั้นปีที่ 4 ประกอบด้วย 6 ปัจจัย ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีดิจิทัล (PU) การรับรู้ความสามารถทางดิจิทัลของตนเอง (SE) สภาพแวดล้อมทางสังคม (EN) ทักษะคิดและคุณค่า (AV) ความรู้ทางการตลาดดิจิทัล (KDM) และการรับรู้ความง่ายของเทคโนโลยีดิจิทัล (PEoU) สมการจำแนกประเภทที่ได้สามารถพยากรณ์การเป็นสมาชิกของกลุ่มของนักศึกษาที่มีทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน ได้ถูกต้องร้อยละ 86.27 และกลุ่มของนักศึกษาที่ต้องพัฒนาทักษะทางดิจิทัลในการทำงานเพิ่มเติม ได้ถูกต้องร้อยละ 86.36 และพยากรณ์การเป็นสมาชิกของทั้ง 2 กลุ่มได้ถูกต้องร้อยละ 86.30 โดยสมการจำแนกประเภท ดังนี้

สมการจำแนกในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = -12.096 + 1.235(PU) + 0.218(PEoU) - 0.268(KDM) + 0.464(AV) + 0.732(SE) + 0.552(EN)$$

สมการจำแนกในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.477(PU) + 0.101(PEoU) - 0.145(KDM) + 0.215(AV) + 0.358(SE) + 0.253(EN)$$

**คำสำคัญ:** การวิเคราะห์จำแนกประเภท, ทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน, นักศึกษาสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล

\* บทความวิจัย คณะบัญชีและวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

<sup>1</sup> อาจารย์, คณะบัญชีและวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก, E-mail: thammarn@sbsu.southeast.ac.th

<sup>2</sup> รองศาสตราจารย์, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร, E-mail: pasunon\_p@su.ac.th

---

## Discriminant Analysis for Predicting Digital Skills in the Work of Fourth-Year Digital Marketing Students, Southeast Bangkok University\*

*Thammasorn Morawan<sup>1</sup> Prasobchai Pasunon<sup>2</sup>*

*(Received: September 26, 2024; Revised: March 5, 2025; Accepted: March 17, 2025)*

---

### Abstract

The objectives of this research were to examine the discriminant analysis for prediction of digital skills in work of fourth-year digital marketing students in the group with digital skills in work and the group that needs to develop digital skills in work. The sample group consisted of 73 fourth-year digital marketing students from the Faculty of Accountancy and Management Science at Southeast Bangkok University who were selected through a simple random sampling method using a lottery method. The data collection instrument was a questionnaire. The data was analyzed using descriptive statistics including frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as multivariate statistics through discriminant analysis with the Enter method, employing Box's M test, Eigenvalue, Canonical Correlation, and Wilks' Lambda.

The findings were found that factors affecting the digital skills in work of the 4th year digital marketing students consisted of 6 factors: perceived usefulness of digital technology (PU), self-efficacy of digital technology (SE), social environment (EN), attitude and value (AV), knowledge of digital marketing (KDM), and perceived ease of use of digital technology (PEoU). The classification equations were able to predict the membership of the group of students with digital skills in work with 86.27 percent accuracy and the group of students who need to develop additional digital skills in work with 86.36 percent accuracy, and predicted the membership of both groups with 86.30 percent accuracy. The classification equations were as follows:

The equation of the raw scores was:

$$Y = -12.096 + 1.235(PU) + 0.218(PEoU) - 0.268(KDM) + 0.464(AV) + 0.732(SE) + 0.552(EN)$$

The equation of the standard scores was:

$$Z = 0.477(PU) + 0.101(PEoU) - 0.145(KDM) + 0.215(AV) + 0.358(SE) + 0.253(EN)$$

**Keywords:** Discriminant Analysis, Digital Skills in the Work, Students in Digital Marketing

---

\* Research Article from Faculty of Account and Management Science, Southeast Bangkok University

<sup>1</sup> Lecturer, Faculty of Account and Management Science, Southeast Bangkok University, E-mail: thammasorn@sbu.southeast.ac.th

<sup>2</sup> Associate Professor, Faculty of Management Science, Silpakorn University, E-mail: pasunon\_p@su.ac.th

## ความสำคัญและปัญหาการวิจัย

การพัฒนาของเทคโนโลยีขั้นสูงและการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ส่งผลกระทบต่อการทำงานของการทำงาน องค์การ อาชีพ (Potgieter et al., 2023) งานประจำหรืองานที่มีลักษณะต้องทำซ้ำๆ จะหายไป ในขณะที่งานใหม่ๆ จำนวนมากจะเพิ่มขึ้นมา ซึ่งต้องอาศัยทักษะที่หลากหลาย ทั้งทักษะการตัดสินใจ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะทางสังคม การทำงานร่วมกับผู้อื่น รวมถึงทักษะทางเทคโนโลยี (Coursera, 2022) รูปแบบทางธุรกิจในปัจจุบันจึงเป็น Digital Business Model ที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันกันด้วยเทคโนโลยี ระบบดิจิทัลจึงถูกนำมาใช้ในการสนับสนุนการทำงานของกำลังคนทักษะสูง (Office of the Permanent Secretary, 2023) เมื่อเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการทำงาน ทักษะทางดิจิทัลจึงเป็นความต้องการพื้นฐานของตำแหน่งงานต่างๆ ในปัจจุบัน สมรรถนะและความสามารถทางดิจิทัลของพนักงานจึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อความอยู่รอดขององค์กรภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (Digital Transformation) (Vitezić & Perić, 2024)

ทักษะทางดิจิทัล (Digital Skills) เป็นทักษะทางเทคนิคที่จำเป็นในการปฏิบัติงานที่ต้องใช้สื่อดิจิทัล โปรแกรม หรืออุปกรณ์ดิจิทัลในการทำงาน การแก้ปัญหา การสื่อสาร จัดการข้อมูลสารสนเทศ การทำงานร่วมกัน การสร้างและแลกเปลี่ยนเนื้อหา รวมถึงการสร้างความรู้ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Van Laar et al., 2020; Vitezić & Perić, 2024) การศึกษาเกี่ยวกับทักษะทางดิจิทัลพบว่ามีปัจจัยที่ส่งอิทธิพลหลายประการ (Höyng & Lau, 2023) อธิบายว่าความพร้อมทางดิจิทัลของพนักงานเป็นอิทธิพลจากความเชื่อในประโยชน์ของเครื่องมือดิจิทัลที่ช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน (Perceived Usefulness) และความง่ายในการใช้เครื่องมือดิจิทัลโดยไม่ต้องใช้ความพยายาม (Perceived Ease of Use) นอกจากนี้ ในงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับความพร้อมในการทำงานยังพบว่ามหาวิทยาลัยมีบทบาทสำคัญในการสร้างความสอดคล้องของทักษะในการทำงาน ด้วยการปลูกฝังและสร้างความสามารถในการใช้เทคโนโลยี ความรู้ความเข้าใจ ความตระหนักรู้ของนักศึกษา รวมถึงการปรับเปลี่ยนของนโยบายทางวิชาการและการจัดการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับการยกระดับทักษะทางดิจิทัลของนักศึกษา (Rahmat et al., 2024; Sawangnuk & Kabmala, 2021; Thunkaew et al., 2023) ดังนั้น การเตรียมความพร้อมก่อนเข้าสู่โลกการทำงานทั้งทักษะ ความรู้ ทักษะคิด ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี ความสามารถในการเรียนรู้ จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อโอกาสในการได้งานทำโดยเฉพาะในกลุ่มนักศึกษาที่เป็นตัวแปรสำคัญของโอกาสการได้งานและความสำเร็จทางอาชีพในอนาคต (Pham, 2024)

จากสาระสำคัญของแผนด้านการอุดมศึกษา เพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศ พ.ศ. 2564-2570 (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2566-2570) ซึ่งให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยแนวคิดการพัฒนาที่ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง มุ่งเน้นการสร้างองค์ความรู้และทักษะให้พร้อมกับการเปลี่ยนแปลงสู่อนาคต (Office of

the Permanent Secretary, 2023) ข้อมูลจากรายงานความสามารถทางการแข่งขัน (The Global Competitiveness Report 2019) พบว่า คะแนนทักษะของบัณฑิตไทย และคะแนนทักษะทางดิจิทัลเมื่อเทียบกับประเทศในอาเซียนเป็นรองทั้งประเทศสิงคโปร์ และมาเลเซีย ซึ่งสะท้อนความแตกต่างของศักยภาพทักษะแรงงาน (NXPO, 2022) สถาบันอุดมศึกษาจึงควรมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะและความสามารถที่จำเป็นต่อการทำงานของนักศึกษาให้มีความพร้อมก่อนสำเร็จการศึกษา เสริมสร้างศักยภาพและการรับรู้ความสามารถของตนเอง เพื่อความสำเร็จในการก้าวสู่ตลาดแรงงาน รวมถึงการสร้างความตระหนักในการเปลี่ยนแปลงของการทำงานในอนาคต (Potgieter et al., 2023) ความรู้ทางดิจิทัลจึงเป็นทักษะที่สำคัญอย่างยิ่งต่อผู้เรียน ที่จะช่วยให้สามารถวิเคราะห์และประเมินข้อมูลที่ได้รับผ่านช่องทางดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อความสามารถในการตัดสินใจในการใช้และเข้าถึงแหล่งข้อมูลทางดิจิทัลที่น่าเชื่อถือได้ (Ratna Sari et al., 2021) และนำไปสู่ความสามารถในการประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในทางการตลาด เทคโนโลยีดิจิทัลสร้างการเปลี่ยนแปลงทั้งแนวคิด ลักษณะ และรูปแบบของกลยุทธ์ทางการตลาด เป็นเครื่องมือในการสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด การขาย การส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลสำหรับทั้งสินค้าและบริการ ทักษะทางดิจิทัลจึงเป็นทักษะที่สำคัญ โดยเฉพาะนักศึกษาที่ศึกษาทางด้านการตลาดดิจิทัล (Sultoni et al., 2022) อย่างไรก็ตาม ในรายงานด้านการตลาดดิจิทัลพบปัญหาทักษะที่ไม่สอดคล้องกัน (Skills Mismatch) ของทักษะที่ได้จากการศึกษาในมหาวิทยาลัยกับทักษะที่ผู้ประกอบการต้องการ การพัฒนาของมหาวิทยาลัยเพื่อยกระดับความเชี่ยวชาญทางการตลาดดิจิทัลของนักศึกษาจึงเป็นตัวแปรสำคัญต่อความสำเร็จในสายอาชีพนี้ (Kovács, 2021)

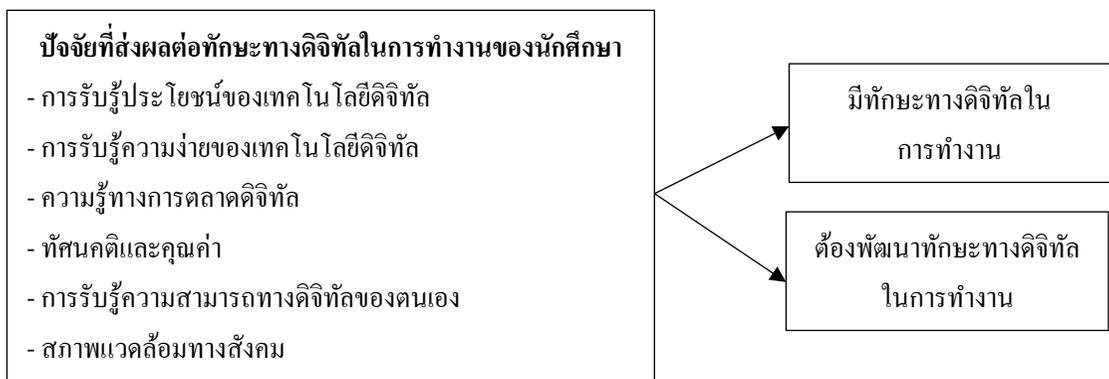
การวิจัยในครั้งนี้จึงมุ่งเน้นการศึกษาทักษะทางดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานของนักศึกษาด้านวิชาการตลาดดิจิทัล ซึ่งเป็นสาขาอาชีพหนึ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสูง เพื่อวิเคราะห์จำแนกปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางดิจิทัลในการทำงานของนักศึกษา โดยมีการจำแนกกลุ่มทักษะทางดิจิทัลของนักศึกษาและศึกษาค่าตัวแปรที่มีผลต่อการมีทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน เพื่อประโยชน์ในการเตรียมความพร้อมของนักศึกษาด้วยการส่งเสริมให้นักศึกษามีทักษะทางดิจิทัลในการทำงานก่อนสำเร็จการศึกษาจากปัจจัยจำแนกที่ค้นพบ ทั้งนี้เพื่อโอกาสในการได้งานของนักศึกษาและคุณภาพในการผลิตบัณฑิตที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดแรงงานต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์จำแนกปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางดิจิทัลในการทำงานของนักศึกษาด้านวิชาการตลาดดิจิทัล ชั้นปีที่ 4 ในกลุ่มที่มีทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน และกลุ่มที่ต้องพัฒนาทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงได้นำมากำหนดเป็นปัจจัยที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์จำแนกประเภทสำหรับพยากรณ์ทักษะทางดิจิทัลในการทำงานของนักศึกษาสาขาวิชาการตลาด ดิจิทัล ชั้นปีที่ 4 จำนวน 6 ปัจจัย ได้แก่ ด้านการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านการรับรู้ความง่าย ของเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านความรู้ทางการตลาดดิจิทัล ด้านทัศนคติและคุณค่า ด้านการรับรู้ความสามารถ ทางดิจิทัลของตนเอง และด้านสภาพแวดล้อมทางสังคม (Höyng & Lau, 2023; Kumar et al., 2019; Pham, 2024; Satawedini, 2019; Sawangnuk & Kabmala, 2021; Thunkaew et al., 2023; Thuy et al., 2022) โดยนำมาใช้ เป็นตัวแปรทำนายการจำแนกความสามารถทางดิจิทัลในการทำงานของนักศึกษา ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

#### แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM)

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) หรือ TAM ประกอบด้วย องค์ประกอบสำคัญ 2 ประการคือ การรับรู้ประโยชน์ (Perceived usefulness) ซึ่งเป็นระดับความเชื่อของ บุคคลว่าการใช้เทคโนโลยีจะสามารถส่งเสริมผลการปฏิบัติงานที่ทำได้ และการรับรู้ความง่าย (Perceived ease of use) ซึ่งเป็นระดับความเชื่อของบุคคลว่าการใช้งานเทคโนโลยีเป็นเรื่องง่าย ไม่ต้องใช้ความพยายาม (Davis, 1989) TAM จึงเป็นหนึ่งในโมเดลที่มีอิทธิพลและได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง ซึ่งใช้ในการอธิบายการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี และใช้ในการคาดการณ์การยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้ (Höyng & Lau, 2023; Venkatesh and Davis, 2000)

### แนวคิดเกี่ยวกับทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน

ความรู้ทางดิจิทัล คือ ความตระหนักรู้ ทักษะ และความสามารถของบุคคลในการใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อเข้าถึงข้อมูล จัดการ วิเคราะห์ สร้างเนื้อหาและความรู้ใหม่ ตลอดจนการแบ่งปันข้อมูลเหล่านั้น ซึ่งเป็นความสามารถในการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อสร้างประโยชน์อย่างเหมาะสม และมีวิจารณ์ญาณ (Digital Work Research, 2018) อาจกล่าวได้ว่า ทักษะทางดิจิทัลในการทำงานของพนักงานจึงเป็นความสามารถในการนำเอาเครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการปฏิบัติงาน การเข้าถึงข้อมูล การแก้ไขปัญหาในงาน การสร้างและพัฒนาผลการปฏิบัติงาน และการแลกเปลี่ยนข้อมูลภายในองค์กรของพนักงาน ทั้งนี้ การรับรู้ถึงความสามารถทางดิจิทัล (Self-efficacy) และการมีทัศนคติ (Attitude) ที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลจะช่วยให้พนักงานมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลง มีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Höyng & Lau, 2023)

การพัฒนาทักษะทางดิจิทัลเพื่อความพร้อมในการทำงานจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อโอกาสการได้งานและอาชีพในอนาคต (Pham, 2024) การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทักษะทางดิจิทัลในการทำงานจำนวนมาก พบว่า การรับรู้ประโยชน์ของเครื่องมือดิจิทัลในการทำงาน (Perceived usefulness) และการรับรู้ความง่ายของการใช้งานเครื่องมือดิจิทัล (Perceived ease of use) ในการทำงาน มีผลต่อทักษะและความพร้อมทางดิจิทัล (Höyng & Lau, 2023; Kumar et al., 2019; Thunkaew et al., 2023; Thuy et al., 2022) นอกจากนี้ การมีทักษะทางดิจิทัลยังได้รับผลมาจากการตระหนักรู้และรับรู้ความสามารถทางดิจิทัล ซึ่งเป็นคุณลักษณะของบุคคลที่มีความสำคัญต่อความมั่นใจในการใช้เครื่องมือต่างๆ รวมถึงปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่ช่วยส่งเสริมเช่นกัน (Satawedín, 2019; Sawangnuk & Kabmala, 2021; Thuy et al., 2022)

### ระเบียบวิธีวิจัย

#### ประเภทของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยผู้วิจัยทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาชั้นปีที่ 4 เพื่อศึกษาตัวแปรที่ใช้ในการจำแนกกลุ่มนักศึกษาที่มีทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน และกลุ่มนักศึกษาที่ต้องพัฒนาทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน

#### ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล คณะบัญชีและวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ชั้นปีที่ 4 ที่ผ่านการลงทะเบียนเรียนในกลุ่มวิชาเอกเลือก กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต ซึ่งแสดงว่าได้รับการพัฒนาทักษะทางดิจิทัลแล้ว จำนวน 86 คน (Office of the Registrar, 2024)

ตัวอย่างการวิจัย คือ นักศึกษาสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล คณะบัญชีและวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ชั้นปีที่ 4 จำนวน 73 คน กำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวทางของ (Krejcie & Morgan, 1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็น โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Sample Random Sampling) ด้วยวิธีการจับฉลาก

### ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษาประกอบด้วย ตัวแปรทำนาย ได้แก่ ด้านการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านการรับรู้ความง่ายของเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านความรู้ทางการตลาดดิจิทัล ด้านทัศนคติและคุณค่า ด้านการรับรู้ความสามารถทางดิจิทัลของตนเอง และด้านสภาพแวดล้อมทางสังคม ตัวแปรเกณฑ์ ได้แก่ ความสามารถทางดิจิทัลในการทำงานของนักศึกษา 2 กลุ่ม ได้แก่ นักศึกษากลุ่มที่มีทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน และนักศึกษากลุ่มที่ต้องพัฒนาทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน

### เครื่องมือที่ใช้วิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็น แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อทักษะทางดิจิทัลในการทำงานของนักศึกษา ประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีดิจิทัล จำนวน 4 ข้อ ปรับปรุงจาก (Godoe & Johansen, 2012; Thunkaew et al., 2023; Venkatesh and Davis, 2000) การรับรู้ความง่ายของเทคโนโลยีดิจิทัล จำนวน 3 ข้อ ปรับปรุงจาก (Godoe & Johansen, 2012; Thunkaew et al., 2023; Venkatesh and Davis, 2000) ความรู้ทางการตลาดดิจิทัล จำนวน 3 ข้อ ปรับปรุงจาก (Moorthy & Sahid, 2022; Rahmat et al., 2024; Satawedid, 2019) ทัศนคติและคุณค่า จำนวน 4 ข้อ ปรับปรุงจาก (Rahmat et al., 2024) การรับรู้ความสามารถทางดิจิทัลของตนเอง จำนวน 4 ข้อ ปรับปรุงจาก (Satawedid, 2019; Sawangnuk & Kabmala, 2021) และสภาพแวดล้อมทางสังคม จำนวน 4 ข้อ ปรับปรุงจาก (Sawangnuk & Kabmala, 2021; Thunkaew et al., 2023) ข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Scale) 5 ระดับ ตอนที่ 3 แบบประเมินทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน โดยปรับปรุงจาก The Essential Digital Skills Framework (GOV.UK, 2019; Lloyds bank, 2022) จำนวน 20 ข้อ เพื่อใช้ในการจำแนกกลุ่มทักษะทางดิจิทัลในการทำงานของนักศึกษาออกเป็น 2 กลุ่ม

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบเครื่องมือโดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการใช้เครื่องมือดิจิทัล จำนวน 3 ท่าน พิจารณาด้านความถูกต้องของโครงสร้างเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม โดยมีผลค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ที่ได้อยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 แสดงว่ามีความเที่ยงตรง (Leekijwatana, 2014) จากนั้นจึงนำไปทดสอบกับนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาการตลาดดิจิทัลที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของ โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbach, 1970) ได้ค่าความเชื่อมั่นในภาพรวมเท่ากับ 0.95 ซึ่งกำหนดเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟามากกว่า 0.70 (Hair et al., 2013)

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยทำหนังสือถึงคณบดีคณะบัญชีและวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเซนต์อัสสัมชัญบางกอก เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลนักศึกษา
2. นำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์โดยใช้ Google Form ด้วยการส่งลิงค์ไปให้กับนักศึกษาแต่ละคนตามรายชื่อที่ได้จากการจับฉลาก
3. นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้รับกลับมา โดยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาทั้งสิ้น 73 ฉบับ จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ทางสถิติตามวัตถุประสงค์การวิจัย

### การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการวิเคราะห์ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์จำแนกประเภทด้วยการวิเคราะห์จำแนกประเภท (Discriminant Analysis: DA) ด้วยวิธี Enter โดยใช้สถิติ Box's M Eigenvalue Canonical Correlation และ Wilks' Lambda.

### สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อวิเคราะห์จำแนกประเภทสำหรับพยากรณ์ทักษะทางดิจิทัลในการทำงานของนักศึกษาสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล ชั้นปีที่ 4 ได้ผลการวิจัยดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 62 คน (ร้อยละ 84.90) ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาในหลักสูตร 4 ปีเทียบโอน จำนวน 53 คน (ร้อยละ 72.60) รอบการศึกษาสมทบ จำนวน 41 คน (ร้อยละ 56.20) โดยมีประสบการณ์การทำงานในปัจจุบันเป็นพนักงานประจำ/เจ้าของกิจการ จำนวน 36 คน (ร้อยละ 49.30)

2. ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อทักษะทางดิจิทัลในการทำงานของนักศึกษาโดยพิจารณาเป็นรายกลุ่มของนักศึกษา พบว่า นักศึกษาที่มีทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีดิจิทัล สูงที่สุด ( $\bar{X} = 4.50$ , S.D. = 0.37) รองลงมาคือ ด้านสภาพแวดล้อมทางสังคม ( $\bar{X} = 4.28$ , S.D. = 0.49) และด้านการรับรู้ความสามารถทางดิจิทัลของตนเอง ( $\bar{X} = 4.28$ , S.D. = 0.49) ส่วนนักศึกษาที่ยังต้องพัฒนาทักษะทางดิจิทัลในการทำงานเพิ่มเติม มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีดิจิทัล สูงที่สุดเช่นกัน ( $\bar{X} = 3.78$ , S.D. = 0.43) รองลงมาคือ ด้านสภาพแวดล้อมทางสังคม ( $\bar{X} = 3.49$ , S.D. = 0.37) และด้านความรู้ทางการตลาดดิจิทัล ( $\bar{X} = 3.47$ , S.D. = 0.51) ตามลำดับ ดังแสดงตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อทักษะทางดิจิทัลในการทำงานของนักศึกษา

ปัจจัยที่ส่งผลต่อทักษะทางดิจิทัล	มีทักษะทางดิจิทัล ในการทำงาน (n = 51)		ต้องพัฒนาทักษะทางดิจิทัลใน การทำงานเพิ่มเติม (n=22)	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีดิจิทัล (PU)	4.50	0.37	3.78	0.43
การรับรู้ความง่ายของเทคโนโลยีดิจิทัล (PEoU)	4.07	0.50	3.41	0.37
ความรู้ทางการตลาดดิจิทัล (KDM)	4.17	0.55	3.47	0.51
ทัศนคติและคุณค่า (AV)	4.19	0.47	3.36	0.41
การรับรู้ความสามารถทางดิจิทัลของตนเอง (SE)	4.28	0.49	3.45	0.17
สภาพแวดล้อมทางสังคม (EN)	4.28	0.49	3.49	0.37

3. ผลการวิเคราะห์การจำแนกปัจจัยที่ส่งผลต่อทักษะทางดิจิทัลในการทำงานของนักศึกษา กลุ่มที่มีทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน และกลุ่มที่ต้องพัฒนาทักษะทางดิจิทัลในการทำงานเพิ่มเติม ด้วยการวิเคราะห์

การจำแนกประเภท โดยวิธีการ Enter เพื่อสร้างสมการวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม ซึ่งได้จากการวิเคราะห์เมตริกซ์ความแปรปรวนร่วมของกลุ่มตัวอย่าง ด้วยสถิติ Box's M ค่า Eigenvalue ค่าสหสัมพันธ์คาโนนิกอล และการตรวจสอบนัยสำคัญทางสถิติ (Wilks' Lambda)

การตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูล พบว่า ตัวแปรอิสระมีการแจกแจงปกติหลายตัวแปร จากการตรวจสอบด้วยสถิติ Kolmogrov-Smirnov ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน มีค่าอยู่ระหว่าง 0.60–0.74 ซึ่งไม่เกิน 0.80 และค่า VIF อยู่ระหว่าง 2.49 - 3.01 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Hair et.al., 2013)

ตารางที่ 2 ค่าสถิติที่ใช้ในการตัดสินใจสมการจำแนกกลุ่มนักศึกษาที่มีทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน และกลุ่มที่ต้องพัฒนาทักษะทางดิจิทัลในการทำงานเพิ่มเติม

Box's M		Eigenvalue	Canonical Correlation	Wilks' Lambda	Chi-square	df	Sig.
Box's M	Sig.						
20.139	.662	1.123	.727	.471	51.206	6	.000*

จากตารางที่ 2 พบว่า การวิเคราะห์เมตริกซ์ความแปรปรวนร่วมของกลุ่มตัวอย่าง ด้วยสถิติ Box's M มีค่า Sig. = .662 ซึ่งค่า Sig. > .05 แสดงว่าเมตริกซ์ความแปรปรวนร่วมของกลุ่มตัวอย่างมีความเท่าเทียมกัน มีค่า Eigenvalue เท่ากับ 1.123 แสดงว่าสมการมีค่าการจำแนกสูง ค่าสหสัมพันธ์คาโนนิกอล เท่ากับ .727 จึงสามารถอธิบายความแปรปรวนของทักษะทางดิจิทัลในการทำงานได้ร้อยละ 52.85 ค่า Wilks' Lambda มีค่า .471 และมีค่า Sig. เท่ากับ .000 แสดงว่า สมการจำแนกกลุ่มที่วิเคราะห์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรในสมการจำแนกประเภทของกลุ่มที่มีทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน และกลุ่มที่ต้องพัฒนาทักษะทางดิจิทัลในการทำงานเพิ่มเติม

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรจำแนกในรูปคะแนนดิบ	ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรจำแนกในรูปคะแนนมาตรฐาน
การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีดิจิทัล (PU)	1.235	0.477
การรับรู้ความง่ายของเทคโนโลยีดิจิทัล (PEoU)	0.218	0.101
ความรู้ทางการตลาดดิจิทัล (KDM)	- 0.268	- 0.145
ทัศนคติและคุณค่า (AV)	0.464	0.215
การรับรู้ความสามารถทางดิจิทัลของตนเอง (SE)	0.732	0.358
สภาพแวดล้อมทางสังคม (EN)	0.552	0.253
ค่าคงที่	-12.096	
ค่าเฉลี่ยของสมการจำแนกกลุ่ม (Group Centroids)		
กลุ่มที่มีทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน	0.687	
กลุ่มที่ต้องพัฒนาทักษะทางดิจิทัลในการทำงานเพิ่มเติม	-1.592	

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่าเฉลี่ยของสมการจำแนกกลุ่ม (Group Centroids) ของกลุ่มนักศึกษาที่มีทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน มีค่าเฉลี่ย .687 และกลุ่มนักศึกษาที่ต้องพัฒนาทักษะทางดิจิทัลในการทำงานเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ย -1.592 ซึ่งมีค่าแตกต่างกันมาก แสดงว่าสมการสามารถจำแนกกลุ่มได้ดี และนำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรจำแนกมาเขียนสมการจำแนกในรูปคะแนนดิบ และคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

สมการจำแนกในรูปคะแนนดิบ

$$Y = -12.096 + 1.235(\text{PU}) + 0.218(\text{PEoU}) - 0.268(\text{KDM}) + 0.464(\text{AV}) + 0.732(\text{SE}) + 0.552(\text{EN})$$

สมการจำแนกในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.477(\text{PU}) + 0.101(\text{PEoU}) - 0.145(\text{KDM}) + 0.215(\text{AV}) + 0.358(\text{SE}) + 0.253(\text{EN})$$

ตารางที่ 4 ผลการจำแนกกลุ่มจริงและระดับความถูกต้องของการพยากรณ์

กลุ่มจริง		พยากรณ์การเป็นสมาชิกกลุ่ม		ร้อยละของการจำแนกถูกต้อง
		นักศึกษาที่มีทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน	นักศึกษาที่ต้องพัฒนาทักษะทางดิจิทัลในการทำงานเพิ่มเติม	
นักศึกษาที่มีทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน	จำนวน	44	7	86.27
	ร้อยละ	86.27	13.73	
นักศึกษาที่ต้องพัฒนาทักษะทางดิจิทัลในการทำงานเพิ่มเติม	จำนวน	3	19	86.36
	ร้อยละ	13.64	86.36	
ร้อยละของการจำแนกถูกต้อง		93.61	73.08	86.30

จากตารางที่ 4 พบว่า สมการจำแนกประเภทสามารถพยากรณ์การเป็นสมาชิกของกลุ่มของนักศึกษาที่มีทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน ได้ถูกต้องร้อยละ 86.27 และกลุ่มของนักศึกษาที่ต้องพัฒนาทักษะทางดิจิทัลในการทำงานเพิ่มเติม ได้ถูกต้องร้อยละ 86.36 ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า การพยากรณ์กลุ่มมีทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน มีร้อยละการจำแนกถูกต้องที่ 93.61 การพยากรณ์กลุ่มที่ต้องพัฒนาทักษะทางดิจิทัลในการทำงานเพิ่มเติม มีร้อยละการจำแนกถูกต้องที่ 73.08 และโดยรวมสมการจำแนกประเภทสามารถพยากรณ์การเป็นสมาชิกของกลุ่มได้ถูกต้องร้อยละ 86.30

### อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัย การวิเคราะห์จำแนกประเภทสำหรับพยากรณ์ทักษะทางดิจิทัลในการทำงานของนักศึกษาสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล ชั้นปีที่ 4 พบว่าตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ทักษะทางดิจิทัลในการทำงานของนักศึกษาได้ดีที่สุด คือ การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีดิจิทัล รองลงมาคือ การรับรู้ความสามารถทางดิจิทัลของตนเอง สภาพแวดล้อมทางสังคม ทักษะคิดและคุณค่า ความรู้ทางการตลาดดิจิทัล และการรับรู้ความง่ายของเทคโนโลยีดิจิทัล โดยตัวแปรส่วนใหญ่ ประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีดิจิทัล การรับรู้

ความสามารถทางดิจิทัลของตนเอง สภาพแวดล้อมทางสังคม ทัศนคติและคุณค่า และการรับรู้ความง่ายของเทคโนโลยีดิจิทัล มีแนวโน้มจะเป็นลักษณะของกลุ่มนักศึกษาที่มีทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน ยกเว้นตัวแปรความรู้ทางการตลาดดิจิทัลที่มีแนวโน้มจะเป็นลักษณะของนักศึกษาที่ต้องพัฒนาทักษะทางดิจิทัลในการทำงานเพิ่มเติม ซึ่งสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

### กลุ่มนักศึกษาที่มีทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน

การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีดิจิทัล จากผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักสูงที่สุดในสมการจำแนกประเภท และยังเป็นตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดทั้งนักศึกษากลุ่มที่มีทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน และกลุ่มที่ต้องพัฒนาทักษะทางดิจิทัลในการทำงานเพิ่มเติม แสดงให้เห็นว่านักศึกษาที่มีความเข้าใจและตระหนักในประโยชน์ของเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีต่อการทำงานในอนาคต ที่ช่วยให้สามารถทำงานได้ง่ายขึ้น สะดวกรวดเร็ว มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งสามารถนำไปสู่การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและพัฒนาจนเกิดทักษะทางดิจิทัลในการทำงานได้ นอกจากนี้การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีดิจิทัลจะนำไปสู่ความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทั้งในบริบทของนักศึกษาและพนักงาน (Altawalbeh et al., 2023; Höyng & Lau, 2023; Sayaf et al., 2022) จนเกิดทักษะจากใช้การฝึกฝน และความเข้าใจในการใช้อุปกรณ์และเทคโนโลยีต่างๆ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการใช้ชีวิตและการทำงาน (Satawedini, 2019) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Thunkaew et al., 2023) ซึ่งพบว่าการรับรู้ประโยชน์เทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลต่อการมีสมรรถนะทางดิจิทัลของนักศึกษาศรี

การรับรู้ความสามารถทางดิจิทัลของตนเองเป็นตัวแปรที่มีแนวโน้มที่จะเป็นลักษณะของกลุ่มนักศึกษาที่มีความสามารถทางดิจิทัลในการทำงาน กล่าวคือ นักศึกษาที่มีทักษะทางดิจิทัลในการทำงานจะมีความมั่นใจในการใช้ การเรียนรู้การนำมาใช้ และการแก้ปัญหาที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งการรับรู้ถึงความสามารถทางดิจิทัลของตนเองทำให้มีความมั่นใจและเชื่อมั่นในการใช้เครื่องมือดิจิทัลของนักศึกษา (Satawedini, 2019) การรับรู้ความสามารถของตนเองจึงส่งผลดีต่อการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Höyng and Lau, 2023) สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Litiņa and Miltuze, 2023) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสมรรถนะทางดิจิทัลของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา โดยพบว่ามีตัวแปรการรับรู้ความสามารถทางเทคโนโลยี (Technological Self Efficacy) เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อสมรรถนะทางดิจิทัลในกลุ่มตัวแปรบุคคล (Individual) โดยนักศึกษาที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองสูงจะมีความกล้าและเพียรพยายามในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และความสำเร็จในการเรียนรู้แบบดิจิทัลมากขึ้น นอกจากนี้ (Thunkaew et al., 2023) ยังพบว่า การตระหนักรู้ของนักศึกษาเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้ดิจิทัลของนักศึกษาเช่นกัน

สภาพแวดล้อมทางสังคม เป็นตัวแปรที่มีแนวโน้มที่จะเป็นลักษณะของกลุ่มนักศึกษาที่มีความสามารถทางดิจิทัลในการทำงาน และยังเป็นตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับสองทั้งนักศึกษากลุ่มที่มีทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน และกลุ่มที่ต้องพัฒนาทักษะทางดิจิทัลในการทำงานเพิ่มเติม ข้อค้นพบนี้แสดงให้เห็นว่า

สภาพแวดล้อมทางสังคม ทั้งการสนับสนุนของมหาวิทยาลัย ผู้สอน บุคคลในครอบครัวและคนรอบข้าง รวมถึงความต้องการทักษะทางดิจิทัลของสายอาชีพ มีผลต่อการมีทักษะทางดิจิทัลในการทำงานของนักศึกษา ผลการวิจัยของ (Sawangnuk and Kabmala, 2021) และ (Thunkaew et al., 2023) แสดงให้เห็นว่า อิทธิพลทางสังคม ทั้งนโยบายของมหาวิทยาลัย ผู้บริหาร ผู้สอน เพื่อน รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกด้านเทคโนโลยีดิจิทัล และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถทางดิจิทัลของนักศึกษาได้ นอกจากนี้ (Rosalina et al., 2021) ยังพบว่า ปัจจัยสนับสนุนจากสิ่งแวดล้อมทั้งมหาวิทยาลัยและครอบครัว มีผลต่อการรู้ทางดิจิทัลของนักศึกษา

ทัศนคติและคุณค่า เป็นตัวแปรที่มีแนวโน้มที่จะเป็นลักษณะของกลุ่มนักศึกษาที่มีความสามารถทางดิจิทัลในการทำงาน ทัศนคติและคุณค่าต่อเทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลกระทบต่อความพร้อมในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัลของนักศึกษา ซึ่งทำให้สามารถรู้และเข้าใจถึงความเสี่ยง สามารถถ่วงถ่วง เข้าถึง วิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูลทางดิจิทัลที่เป็นข้อเท็จจริงได้ (Rahmat et al., 2024) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Thunkaew et al., 2023) ซึ่งพบว่าทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลกระทบต่อการมีสมรรถนะทางดิจิทัลของนักศึกษาปริญญาตรี

การรับรู้ความง่ายของเทคโนโลยีดิจิทัล เป็นตัวแปรที่มีแนวโน้มที่จะเป็นลักษณะของกลุ่มนักศึกษาที่มีความสามารถทางดิจิทัลในการทำงาน แสดงให้เห็นว่านักศึกษาที่มีความสามารถทางดิจิทัลรับรู้ว่าการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลไม่ใช่สิ่งที่ยากเกินความพยายามหรือความสามารถ ความง่ายและความไม่ซับซ้อนของการใช้งานทำให้เกิดการยอมรับและเรียนรู้เทคโนโลยีดิจิทัล (Thunkaew et al., 2023) จึงเป็นปัจจัยที่สามารถนำไปสู่ความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาได้ (Altawalbeh et al., 2023) นอกจากนี้การรับรู้ความง่ายของเทคโนโลยีดิจิทัลยังช่วยส่งเสริมความพร้อมในการทำงานทางดิจิทัลด้วย (Höyng and Lau, 2023)

#### กลุ่มนักศึกษาที่ต้องพัฒนาทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน

ความรู้ทางการตลาดดิจิทัล เป็นตัวแปรที่มีแนวโน้มที่จะเป็นลักษณะของกลุ่มนักศึกษาที่ต้องมีการความสามารถทางดิจิทัลในการทำงานเพิ่มเติม จากข้อค้นพบนี้แสดงให้เห็นว่า กลุ่มนักศึกษาที่ต้องมีการพัฒนาทักษะในการทำงานเพิ่มเติม ยังต้องการการพัฒนาความรู้ทางการตลาดดิจิทัลซึ่งเป็นทักษะทางเทคนิคเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เพราะความรู้ทางดิจิทัลมีผลต่อความพร้อมในการทำงาน (Rahmat et al., 2024) โดยความรู้ทางการตลาดดิจิทัลเป็นความรู้ที่สอดคล้องกับการทำงานในอนาคตของนักศึกษา และเป็นทักษะที่เกี่ยวข้องกับเทคนิคต่างๆ เช่น ในการใช้งานเครื่องมือดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) อุปกรณ์ (Device) การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytic) อินเทอร์เน็ต โปรแกรม การทำ SEO SEM เป็นต้น (Kovács and Vamosi Zarándne, 2022) จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่หากขาดไปจะส่งผลกระทบต่อความพร้อมในการทำงานที่ต้องอาศัยทักษะทางดิจิทัลได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Ratna Sari et al., 2021) ซึ่งพบว่าทักษะทางเทคนิคมีอิทธิพลต่อความสามารถทางดิจิทัลของนักศึกษา

การพัฒนาทักษะทางเทคนิคผ่านการพัฒนาความรู้ทางการตลาดดิจิทัลจะช่วยส่งเสริมความตระหนักในทัศนคติและคุณค่า และการรับรู้ความง่ายของเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งเป็นตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยต่ำในกลุ่มนักศึกษาที่ต้องพัฒนาทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน กล่าวคือ การพัฒนาความรู้ทางการตลาดดิจิทัลจะช่วยในนักศึกษาที่มีความรู้ความเข้าใจในการนำเครื่องมือการตลาดดิจิทัลมาใช้ สามารถเข้าใจการกรอกข้อมูล และมีทักษะในการใช้เครื่องมือเพื่อการวิเคราะห์นำเสนอข้อมูล ซึ่งการมีทัศนคติที่ดีจะช่วยให้เกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Höyng and Lau, 2023) และการฝึกปฏิบัติผ่านการเรียนรู้จะช่วยให้นักศึกษาสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้ง่าย จึงมีผลต่อทักษะและความพร้อมทางดิจิทัลในอนาคต (Kumar et al., 2019)

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะทั่วไป

##### 1. กลุ่มนักศึกษาที่มีทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน

1.1 มหาวิทยาลัยควรส่งเสริมการสร้างการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีดิจิทัลให้นักศึกษาโดยการจัดการหลักสูตรหรือการจัดกิจกรรมที่ทำให้เห็นประโยชน์ของการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการทำงานจริง

1.2 มหาวิทยาลัยควรจัดหาและส่งเสริมให้นักศึกษามีโอกาสได้ทดลองใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและความรู้ทางเทคโนโลยีดิจิทัลที่มี เพื่อส่งเสริมความมั่นใจและความสำเร็จที่จะสร้างการรับรู้ในความสามารถของตนเอง

1.3 มหาวิทยาลัยควรพัฒนาสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ส่งเสริมทักษะทางดิจิทัล การสร้างบรรยากาศในการเรียนรู้ทั้งในและนอกห้องเรียน และการมอบหมายงานที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

##### 2. กลุ่มนักศึกษาที่ต้องพัฒนาทักษะทางดิจิทัลในการทำงาน

2.1 มหาวิทยาลัยควรพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนให้มีความทันสมัย ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน และเป็นหลักสูตรที่บูรณาการกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและเทคโนโลยีทางการศึกษา

2.2 มหาวิทยาลัยควรเน้นการพัฒนาทักษะทางดิจิทัลของนักศึกษาด้วยการลงมือปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและบรรยากาศการทำงานจริง เช่น การฝึกปฏิบัติงาน ณ สถานประกอบการที่เฉพาะทางด้านการตลาดดิจิทัล หรือสายงานด้านธุรกิจดิจิทัล

#### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. สามารถขยายบริบทการวิจัยไปยังนักศึกษาในคณะและสาขาอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษาและพัฒนาแนวทางการส่งเสริมทักษะทางดิจิทัลที่เหมาะสมสำหรับนักศึกษาในกลุ่มที่แตกต่างกัน

2. การศึกษาเชิงลึกโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อทำความเข้าใจปัจจัยที่มีอิทธิพลสูง ให้เข้าใจในวิธีการหรือรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยนั้นๆ
3. การศึกษาทักษะทางดิจิทัลของกลุ่มที่สำเร็จการศึกษาและเข้าสู่ตลาดแรงงานแล้ว เพื่อทำความเข้าใจกับการเปลี่ยนแปลงของทักษะ และปัจจัยที่มีผลต่อทักษะทางดิจิทัลในบริบทของพนักงาน

### เอกสารอ้างอิง

- Altawalbeh, M. A., Alshourah, S., Ahmad, F. B., and Al-Nawaiseh, S. J. (2023). *Factors Influencing University Students' Adoption of digital educational technologies in Higher Education*. International Conference on Information Technology (ICIT).
- Coursera. (2022). *Campus Skills Report 2022*. Retrieved July 30, 2022, from <https://www.coursera.org/skills-reports/campus>.
- Cronbach, L. (1970). *Essentials of psychological testing*. Harper & Row.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Digital Work Research. (2018). *The Digital Workplace Skills Framework*. Retrieved July 28, 2022, from <https://digitalworkresearch.com/wp-content/uploads/2018/08/The-Digital-Workplace-Skills-Framework-final.pdf>.
- Godoe, P., and Johansen, T. S. (2012). Understanding adoption of new technologies: Technology readiness and technology acceptance as an integrated concept. *Journal of European Psychology Students*.
- GOV.UK. (2019). *Essential digital skills framework*. Retrieved July 27, 2022, from <https://www.gov.uk/government/publications/essential-digital-skills-framework>.
- Hair, J., Anderson, R., Babin, B., and Black, W. (2013). *Multivariate data analysis : Pearson new international edition*. Pearson Deutschland.
- Höyng, M., and Lau, A. (2023). Being ready for digital transformation: How to enhance employees' intentional digital readiness. *Computers in Human Behavior Reports*, 11.
- Kovács, I. (2021). Digital marketing soft skills and university students' perceptions of employability. *GiLE Journal of Skills Development*, 1(1), 25-36.
- Kovács, I., and Vamosi Zarandne, K. (2022). Digital marketing employability skills in job advertisements - must-have soft skills for entry level workers: A content analysis. *Economics & Sociology*.
- Krejcie, R. V., and Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.

- Kumar, P., Renjith, K., and Nimal, C. (2019). A study on factors influencing employees on adoption of digital transformation initiation by employers. *International Journal of Business Analytics and Intelligence*, 7(2), 11.
- Leekijwatana, P. (2014). *Research Methodology in Education*. (9th ed.). King Mongkut's Institute of Technology. (In Thai).
- Litiņa, S., and Miltuze, A. (2023). *Factors influencing Digital Competence of Higher Education Students: a Scoping Review* Human, Technologies and Quality of Education, 2023.
- Lloyds bank. (2022). *UK Essential Digital Skills for Work 2022*. Retrieved July 27, 2022 from [https://www.lloydsbank.com/assets/media/pdfs/banking\\_with\\_us/whats-happening/230310-lloyds-uk-essential-digital-skills-for-work.pdf](https://www.lloydsbank.com/assets/media/pdfs/banking_with_us/whats-happening/230310-lloyds-uk-essential-digital-skills-for-work.pdf).
- Moorthy, T., and Sahid, S. (2022). The influence of digital marketing literacy on entrepreneurship behavior among public university students in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(1), 548-568.
- NXPO: The Office of National Higher Education Science Research and Innovation Policy Council. (2022). *Higher Education Report: Thai higher education system in the context of developed countries, Issue 1: Production and development of manpower according to the needs of the country*. Printable. (In Thai). <https://www.nxpo.or.th/th/report/10563/>.
- Office of the Permanent Secretary, M. (2023). *Higher education plan for manpower planning and development 2023-2027*. Parbpim. (In Thai).
- Office of the Registrar. (2024). *Educational Service System*. Southeast Bangkok University. (In Thai).
- Pham, L. T. T. (2024). Work readiness of graduates in the digital age: A literature review. *HO CHI MINH CITY OPEN UNIVERSITY JOURNAL OF SCIENCE-SOCIAL SCIENCES*, 14(2), 120-128.
- Potgieter, I., Coetzee, M., and Ferreira, N. (2023). University students' digital world of work readiness in relation to their employability competency. *Journal of Learning Development in Higher Education*(27).
- Rahmat, T., Ashshiddiqi, M. T., and Apriliani, D. (2024). Urgency of digital literacy to improving work readiness in the industrial revolution 4.0. *The journal of society and media*, 8(1), 307-326. <https://doi.org/10.26740/jsm.v8n1.p307-326>.
- Ratna Sari, D., Fahrurrozi, Uswatun, H., and Muhammad Zuhri, D. (2021). Analysis study of factors affecting students digital literacy competency. *Elementary education online*, 20(3), 424-431. <https://ilkogretim-online.org/index.php/pub/article/view/1741>.

- Rosalina, D., Yuliari, K., Setianingsih, D., and Zati, M. R. (2021). Factors influencing the digital literacy competency of college students in the industrial revolution era 4.0. *International journal of economics, business and applications*.
- Satawedini, P. (2019). The development of key indicators for measuring digital literacy skills and competences in Thai-Context culture. *Santapol college academic journal*, 5(2), 274-286.
- Sawangnuk, K., and Kabmala, M. (2021). Factors affecting digital literacy for undergraduate students, Rajamangala University of Technology Isan. *Silpakorn university journal*, 41(4), 41-54. (In Thai).
- Sayaf, A. M., Alamri, M. M., Alqahtani, M. A., and Alrahmi, W. M. (2022). Factors influencing university students' adoption of digital learning technology in teaching and learning. *Sustainability*, 14(1), 1-18.
- Sultoni, M. H., Sudarmiatin, S., Hermawan, A., and Sopiha, S. (2022). Digital marketing, digital orientation, marketing capability, and information technology capability on marketing performance of Indonesian SMEs. *International journal of data and network science*, 6(4), 1381-1388.
- Thunkaew, K., Boonget, N., and Intaganok, P. (2023). Study of factors affecting digital competency undergraduate students Surindra Rajabhat University. *Journal of humanities and social sciences, surindra rajabhat university*, 25(2), 193-210. (In Thai).
- Thuy, N. T. N., Nga, N. T. T., and Chung, T. N. (2022). Factors affecting to digital skills and adaptability of students in the context of digital transformation at the Ho Chi Minh city University of Technology and Education. *Conhecimento & diversidade*, 14(35), 9-32.
- Van Laar, E., Van Deursen, A. J. A. M., Van Dijk, J. A. G. M., and de Haan, J. (2020). Determinants of 21st-Century skills and 21st-Century digital skills for workers: A systematic literature review. *SAGE Open*, 10(1), 2158244019900176. <https://doi.org/10.1177/2158244019900176>.
- Venkatesh, V., and Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: four longitudinal field studies. *Management science*, 46(2), 186-204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>.
- ViteziĆ, V., and PeriĆ, M. (2024). The role of digital skills in the acceptance of artificial intelligence. *Journal of business & industrial marketing*, 39(7), 1546-1566. <https://doi.org/10.1108/JBIM-04-2023-0210>.

\*\*\*\*\*