



พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์
ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
Social Media Usage Behavior and Social Media Literacy of Undergraduate
Students at Kamphaeng Phet Rajabhat University

สุวิทย์ วงษ์บุญมาก*

Suwit Wongboonmak

โชคธำรงค์ จงจอหอ**

Choktharong Chongchorhor

ชฎาพร โชติรดาภาณ์***

Chadaporn Chotiradapa

อนุชา พวงผกา****

Anucha Puangpaka

Received : July 21, 2025

Revised : October 30, 2025

Accepted : December 11, 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร 2) เพื่อประเมินทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร 3) เพื่อเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของ

*อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาสารสนเทศศาสตร์และการจัดการสื่อดิจิทัล คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

Lecturer in the Information Science and Digital Media Management Program, Faculty of Humanities
and Social Sciences Kamphaeng Phet Rajabhat University(Corresponding Author)
e-mail: suwit199@yahoo.com

**อาจารย์ประจำสาขาวิชาสารสนเทศศึกษา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
Lecturer in Program Information Studies Faculty of Humanities Srinakharinwirot University

***เจ้าหน้าที่ประจำงานวิเทศสัมพันธ์และกิจการอาเซียน กองกลาง มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
Officer of International Relations & ASEAN Affairs General Affairs Department Kamphaeng Phet
Rajabhat University

****รองผู้อำนวยการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
Deputy Director Office of Academic Resources and Information Technology Kamphaeng Phet
Rajabhat University

นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จำแนกตามเพศ ชั้นปี คณะหรือสถานที่ศึกษา และคะแนนเฉลี่ยสะสม กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาปริญญาตรีที่กำลังศึกษาชั้นปีที่ 1-4 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 375 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า T-test และ One-way ANOVA ผลการวิจัยพบว่า 1. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มีดังนี้ 1) ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อค้นหาข้อมูลทั่วไปมากที่สุด 2. ใช้สื่อสังคมออนไลน์เปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์จากสื่ออินเทอร์เน็ต หรือสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ออนไลน์, แอปพลิเคชัน, Facebook, Twitter ฯลฯ มากที่สุด 3. ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละวัน จำนวน 6-8 ชั่วโมงมากที่สุด 2) ผลการประเมินการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก 1) ผลการเปรียบเทียบการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามเพศ พบว่าทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน 2) ผลการเปรียบเทียบการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามชั้นปีที่ศึกษา พบว่าทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน 3) ผลการเปรียบเทียบการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามคณะ/สถานที่ศึกษา พบว่าทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน 4) ผลการเปรียบเทียบการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสมผลการเรียน) พบว่าทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

คำสำคัญ : การรู้เท่าทันสื่อ / พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ / สื่อสังคมออนไลน์

ABSTRACT

This research aimed to 1) study the behavior of using social media of undergraduate students at Kamphaeng Phet Rajabhat University 2) to assess the social media literacy skills of undergraduate students at Kamphaeng Phet Rajabhat University 3) to compare the social media literacy skills of undergraduate students at Kamphaeng Phet Rajabhat University classified by gender, year, faculty or place of study and cumulative grade point average. The sample consisted of 375 undergraduate students studying in their 1st to 4th year of the academic year 2024. The research instrument was a questionnaire. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, T-test and One-way ANOVA. The research results found that 1. The behavior of students using social media is as follows: 1) Use social media to search for general information the most. 2. Use social media to receive news from social media from the Internet or online media such as online websites, applications, Facebook, Twitter, etc. the most. 3. Use social media for 6-8 hours per day the most. 2) The results of the evaluation of social media literacy The overall picture is at a high level. 1) The results of comparing social media literacy classified by gender found that social media literacy skills were not different. 2) The results of comparing social media literacy classified by year of

study found that social media literacy skills were different. 3) The results of comparing social media literacy classified by faculty/place of study found that social media literacy skills were not different. 4) The results of comparing social media literacy classified by cumulative grade point average found that social media literacy skills were different.

Keywords : Media Literacy / Social Media Usage Behavior / Social Media

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของผู้คนในทุกช่วงวัย โดยเฉพาะในกลุ่มนักศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างแพร่หลายเพื่อการศึกษา การสื่อสาร และความบันเทิง จากผลการสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่านักศึกษาไทยใช้สื่อสังคมออนไลน์ เฉลี่ยวันละ 7-9 ชั่วโมง โดยแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมสูงสุด ได้แก่ Facebook, YouTube, และ TikTok อย่างไรก็ตาม การใช้สื่อเหล่านี้ไม่ได้หมายความว่านักศึกษามีความสามารถในการแยกแยะข้อมูลที่ถูกต้องเสมอไป (Ministry of Digital Economy and Society, 2021) อย่างไรก็ตามการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ขาดทักษะการรู้เท่าทันอาจนำไปสู่ปัญหาต่างๆ เช่น การได้รับข้อมูลที่ผิดพลาด การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล และการถูกชักจูงไปในทางที่ไม่เหมาะสม (Phaensomboon and Chuengsatientsup, 2020) การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ (Media Literacy) เป็นทักษะสำคัญที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถวิเคราะห์ แยกแยะ และประเมินข้อมูลที่ได้รับจากสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างถูกต้อง (Livingstone and Helsper, 2007)

การจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษามีความจำเป็นต้องสร้างคุณภาพการศึกษาโดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการศึกษาที่มุ่งเน้นการจัดการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ให้กับนักศึกษา ปัจจุบันนักศึกษามีค่านิยมและพฤติกรรมในการบริโภคสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งเสมือนปัจจัยที่ 5 ในการดำเนินชีวิตของนักศึกษา (Duangkhaee et al., 2020) การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาทุกคนสามารถสร้างข้อมูลและแชร์ข้อมูลออกไปได้อย่างรวดเร็ว รวมไปถึงมีการใช้นามแฝง ทำให้ไม่สามารถทราบถึงแหล่งที่มาของข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างชัดเจน เนื่องจากนักศึกษามีอิสระในการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ทำให้มีการส่งต่อข้อมูลที่บิดเบือนไปยังสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ซึ่งหากนักศึกษาไม่มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ อาจส่งผลกระทบต่อด้านลบต่อนักศึกษาไม่ว่าจะเป็นการถูกชักจูงทางความคิด การแสดงออกต่างๆ การหลงเชื่อข้อมูลที่ผิดๆ แล้วนำไปเผยแพร่ต่อทำให้เกิดผลกระทบในวงกว้างได้ (Janwitchano et al., 2022) ในขณะเดียวกันหากนักศึกษาเป็นผู้รู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ จะช่วยให้สามารถใช้เทคโนโลยีอย่างมีจริยธรรม รู้จักการสื่อสารและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นด้วยมารยาทอันดี รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเราด้วยความเข้าใจ และเห็นอกเห็นใจผู้ที่มีความเห็นแตกต่าง ไม่เพิกเฉยเมื่อเห็นผู้อื่นได้รับการปฏิบัติอย่างไม่ถูกต้องในสื่อสังคม

ออนไลน์ และมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สังคมให้ดีขึ้น อันเป็นคุณลักษณะของพลเมืองประชาธิปไตย (Inthanon, 2020)

มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีพันธกิจสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่น ผลิตและพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษา ผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ทักษะ และความสามารถในการคิด การแก้ปัญหา การสร้างสรรค์และการสื่อสารด้วยหลักคุณธรรม มีคุณภาพและมาตรฐานระดับชาติและสากล บริหารจัดการมหาวิทยาลัยด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัย โปร่งใส ด้วยหลักธรรมาภิบาล มีการพัฒนาอย่างก้าวหน้าต่อเนื่องและยั่งยืน ควบคู่กับการสร้างบัณฑิตที่มีคุณภาพทั้งด้านวิชาการ จริยธรรม และความสามารถในการปรับตัวต่อสังคมสมัยใหม่ ในยุคที่เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อการดำเนินชีวิตของนักศึกษา (Kamphaeng Phet Rajabhat University, 2025)

อย่างไรก็ตาม เพื่อให้มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรบรรลุพันธกิจดังกล่าว มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรจำเป็นต้องมีข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับทักษะดิจิทัลของนักศึกษา อย่างไรก็ตามในปัจจุบันมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรยังขาดการศึกษาวิจัยที่มีความชัดเจนในการประเมินระดับพฤติกรรมการใช้สื่อและทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรโดยเฉพาะ ส่งผลให้สถาบันยังขาดข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สำคัญต่อการวางแผนพัฒนาและส่งเสริมทักษะดังกล่าวอย่างมีประสิทธิภาพและตรงตามความต้องการของผู้เรียน ทั้งนี้ มีเพียงการศึกษาของ Chongchorhor and Pathumpong (2023) ที่สำรวจความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรต่อการประยุกต์ใช้กิจกรรมการเรียนรู้เชิงรุกในรายวิชาที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทัน ดังนั้นจึงยังมีช่องว่างทางการวิจัยที่ควรศึกษาค้นคว้าให้ลึกยิ่งขึ้นว่าของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เปลี่ยนไปอย่างไร

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร เพื่อจะได้เข้าใจพฤติกรรมการใช้งานสื่อออนไลน์ของนักศึกษาได้อย่างลึกซึ้ง และประเมินว่านักศึกษารู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มากน้อยเพียงใด เพื่อนำผลการศึกษามาวิเคราะห์หาแนวทางการเสริมสร้างทักษะและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาต่อไป

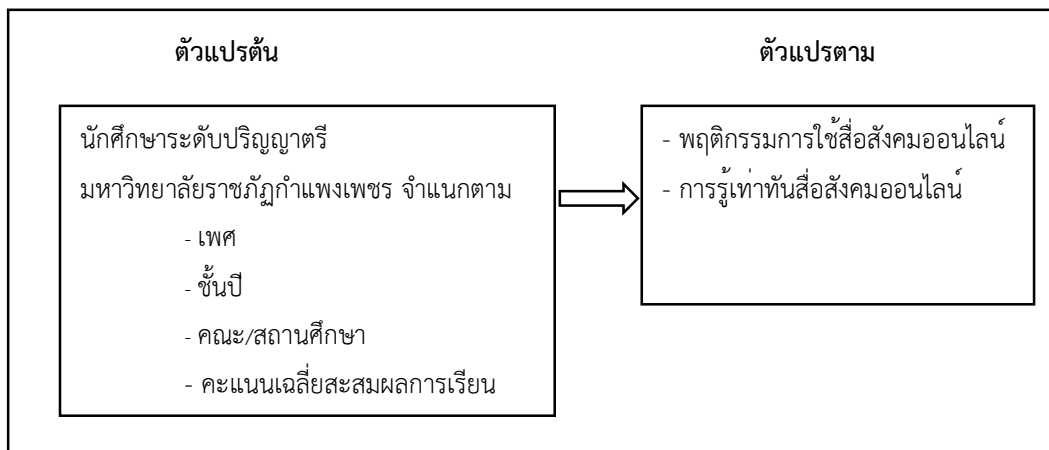
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
2. เพื่อประเมินทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

3. เพื่อเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จำแนกตาม เพศ ชั้นปี คณะหรือสถานที่ศึกษา และคะแนนเฉลี่ยสะสมผลการเรียน

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมและประเมิณการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร โดยมีกรอบแนวคิดการวิจัยดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ดำเนินการวิจัยในรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีขอบเขตการวิจัยด้านเนื้อหา ด้านระยะเวลา ด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ขอบเขตการวิจัย

1. ด้านเนื้อหา ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และประเมิณการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร โดยมีขอบเขตการศึกษา อันประกอบไปด้วยพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และประเมิณทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้กรอบแนวคิดของ National Association for Media Literacy Education (NAMLE) ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ด้านทักษะการเข้าถึง (Access Skill) ด้านทักษะการวิเคราะห์ (Analyze Skill) ด้านทักษะการประเมินสื่อ (Evaluate Skill) ด้านทักษะการสร้างสรรค์ (Create Skill) และด้านทักษะการมีส่วนร่วม (Participate Skill) (National Association for Media Literacy Education, 2024)

2. การพัฒนาเครื่องมือวิจัย เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถาม มีเนื้อหาแบ่งเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (แบบเลือกตอบ) ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา (แบบเลือกตอบ) ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการประเมินการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา (ผู้ตอบเลือกข้อที่ถูกต้อง)

3. การหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย นำแบบสอบถามพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และประเมินการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้วิธีการหาค่าดัชนีของความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับจุดประสงค์ (Index of Item Objective congruence: IOC) โดยการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน คือ สาขาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ สาขาการวัดผลและการประเมินผล และสาขานิเทศศาสตร์ โดยได้ค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.97 เมื่อผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญแล้วได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปใช้กับกลุ่มทดลองที่เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1-4 ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน เพื่อหาความเชื่อมั่นหรือความสอดคล้องของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ซึ่งจะต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 โดยได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .83 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย

4. ด้านระยะเวลา เก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 4 พฤศจิกายน - 24 ธันวาคม 2567

5. ด้านประชากร คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1-4 ปีการศึกษา 2567 มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ประกอบด้วย คณะครุศาสตร์ จำนวน 1,566 คน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 1,022 คน คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 628 คน คณะวิทยาการจัดการ จำนวน 729 คน คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม จำนวน 621 คน คณะพยาบาลศาสตร์ จำนวน 179 คน และมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด จำนวน 377 คน ที่ลงทะเบียนเรียน ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2567 รวมประชากรทั้งสิ้น จำนวน 5,122 คน (Kamphaeng Phet Rajabhat University, Office of Academic Promotion and Registration, 2024)

6. กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คำนวณตามสูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และยอมให้ความคลาดเคลื่อนได้ ร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 375 คน คิดเป็นร้อยละ 100 จากนั้นคิดคำนวณสัดส่วนประชากรกับกลุ่มตัวอย่าง เป็นกลุ่มตัวอย่างจากคณะครุศาสตร์ จำนวน 115 คน (ร้อยละ 30.67) คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 75 คน (ร้อยละ 20.00) คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 46 คน (ร้อยละ 12.27) คณะวิทยาการจัดการ จำนวน 53 คน (ร้อยละ 14.13) คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม จำนวน 45 คน (ร้อยละ 12.00) คณะพยาบาลศาสตร์ จำนวน 13 คน (ร้อยละ 3.47) และมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด จำนวน 28 คน (ร้อยละ 7.47) ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) แบบเป็นสัดส่วน โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของประชากรแต่ละคณะหรือสถานที่ศึกษา และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการของ

ทาโร ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และกำหนดให้มีความคลื่อน ร้อยละ 5 โดยได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 375 คน (Saengkaew, 1998)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามออนไลน์ และแบบสอบถามที่เป็นกระดาษ โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถามที่เป็น กระดาษไม่เข้าห้องเรียน สำหรับการตอบแบบสอบถามออนไลน์ ผู้วิจัยให้นักคอมพิวเตอร์ตรวจสอบ IP ADDRESS และตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อจำกัดการตอบแบบสอบถามซ้ำซ้อนกัน ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถาม กลับคืนมาและนำมาใช้ในการวิจัย จำนวน 375 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100.00

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐานโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลผลระดับคะแนน เพื่อวิเคราะห์ระดับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ หรือการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวม และรายด้าน โดยมีเกณฑ์แปลผลคะแนน ดังนี้ (Khajonsin, 2000)

ร้อยละ 80-100 หมายถึง ระดับพฤติกรรม หรือการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ มากที่สุด
 ร้อยละ 70-79 หมายถึง ระดับพฤติกรรม หรือการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ มาก
 ร้อยละ 60-69 หมายถึง ระดับพฤติกรรม หรือการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ปานกลาง
 ร้อยละ 50-59 หมายถึง ระดับพฤติกรรม หรือการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ น้อย
 ร้อยละ 0-49 หมายถึง ระดับพฤติกรรม หรือการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ น้อยที่สุด

2. สถิติเชิงอนุมานทางสถิติโดยใช้ค่า t-test และ One-way ANOVA เพื่อวิเคราะห์ความแปรปรวน ค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม ได้แก่ เพศ ชั้นปีการศึกษา คณะ และคะแนนเฉลี่ยสะสมผลการเรียน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และนำเสนอผล การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ตารางและการพรรณนา โดยวิเคราะห์จากแบบสอบถาม ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และ หาค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการประเมินการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.1 เปรียบเทียบการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย ราชภัฏกำแพงเพชร จำแนกตามเพศชายและหญิง โดยการทดสอบค่าที่แบบกลุ่มอิสระ (T-test Independent)

3.2 เปรียบเทียบการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏ กำแพงเพชร จำแนกตามชั้นปี คณะหรือสถานที่ศึกษา และคะแนนเฉลี่ยสะสมผลการเรียน โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 375 คน พบว่าเป็นนักศึกษาเพศหญิง มากที่สุด จำนวน 258 คน (ร้อยละ 68.8) เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มากที่สุด จำนวน 149 คน (ร้อยละ 39.73) เป็นนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มากที่สุด จำนวน 115 คน (ร้อยละ 30.67) และเป็นนักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมผลการเรียน 3.01-3.50 มากที่สุด จำนวน 139 คน (ร้อยละ 37.07) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และประเมินการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	117	31.2
หญิง	258	68.8
รวม	375	100
ชั้นปี		
ชั้นปีที่ 1	149	39.73
ชั้นปีที่ 2	100	26.67
ชั้นปีที่ 3	70	18.67
ชั้นปีที่ 4	56	14.93
รวม	375	100.00
คณะ		
คณะครุศาสตร์	115	30.67
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	75	20.00
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	46	12.27
คณะวิทยาการจัดการ	53	14.13
คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม	45	12.00
คณะพยาบาลศาสตร์	13	3.47
มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด	28	7.47
รวม	375	100.00
คะแนนเฉลี่ยสะสมผลการเรียน		
1.50-2.00	18	4.80
2.01-2.50	56	14.93
2.51-3.00	87	23.20
3.00-3.50	139	37.07
3.51-4.00	75	20.00
รวม	375	100.00

2. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 2 พฤติประสงค์ที่นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์ (นักศึกษาตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

วัตถุประสงค์ที่นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
เพื่อค้นหาข้อมูลทั่วไป	330	88.00	1
เพื่อค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ	192	51.20	6
เพื่อติดตามข่าวสาร	236	62.93	5
เพื่อความบันเทิง	271	72.27	3
เพื่อการศึกษา	307	81.87	2
เพื่อติดต่อสื่อสาร	268	71.47	4
เพื่อเผยแพร่ผลงานของตนเอง	84	22.40	7

จากตารางที่ 2 พบว่าพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาข้อมูลทั่วไปมากที่สุด (ร้อยละ 88.00) รองลงมา คือ เพื่อการศึกษา (ร้อยละ 81.87) และเพื่อความบันเทิง (ร้อยละ 72.27) และวัตถุประสงค์ที่นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์ น้อยที่สุด คือ เพื่อเผยแพร่ผลงานของตนเอง (ร้อยละ 22.40)

ตารางที่ 3 พฤติกรรมของนักศึกษาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ (นักศึกษาเลือกได้ 3 ตัวเลือก)

การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
สื่อโทรทัศน์ออนไลน์	96	25.60	3
สื่ออินเทอร์เน็ต หรือสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ออนไลน์, แอปพลิเคชัน, Facebook, Twitter ฯลฯ	357	95.20	1
สื่อวิทยุออนไลน์	10	2.67	6
สื่อดิจิทัล เช่น รูปภาพ, วิดีโอ, ภาพยนตร์, พอดแคสต์ ฯลฯ	56	14.93	4
สื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ เช่น หนังสือพิมพ์, หนังสือเรียน, นิตยสาร, วารสาร ฯลฯ	41	10.93	5
สื่อบุคคลออนไลน์ เช่น อาจารย์, บุคลากรทางการศึกษา, คนรอบตัว ฯลฯ	186	49.60	2

จากตารางที่ 3 พบว่าพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ จากสื่ออินเทอร์เน็ต หรือสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ออนไลน์, แอปพลิเคชัน, Facebook, Twitter ฯลฯ มากที่สุด (ร้อยละ 95.20) รองลงมา

คือ มีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคลออนไลน์ เช่น อาจารย์, บุคลากรทางการศึกษา, คนรอบตัว ฯลฯ (ร้อยละ 81.87) และพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ น้อยที่สุด คือ สื่อวิทยุออนไลน์ (ร้อยละ 2.67)

ตารางที่ 4 ระยะเวลาในการใช้สื่อในแต่ละวัน

ระยะเวลาในการใช้สื่อในแต่ละวัน	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
น้อยกว่า 3 ชั่วโมง	14	3.73	4
3-5 ชั่วโมง	132	35.20	2
6-8 ชั่วโมง	141	37.60	1
8 ชั่วโมง ขึ้นไป	88	23.47	3
รวม	375	100.00	

จากตารางที่ 4 พบว่าพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มีระยะเวลาในการใช้สื่อในแต่ละวัน จำนวน 6-8 ชั่วโมง มากที่สุด (ร้อยละ 37.60) รองลงมา คือ มีระยะเวลาในการใช้สื่อในแต่ละวัน จำนวน 3-5 ชั่วโมง (ร้อยละ 35.20) และระยะเวลาในการใช้สื่อในแต่ละวัน น้อยที่สุด คือ น้อยกว่า 3 ชั่วโมง (ร้อยละ 3.73)

3. ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงผลการประเมินการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

องค์ประกอบ	ร้อยละ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับ
ทักษะการเข้าถึง (Access Skill)	72.27	3.99	0.45	มาก	4
ทักษะการวิเคราะห์ (Analyze Skill)	64.52	3.23	0.48	ปานกลาง	5
ทักษะการประเมินสื่อ (Evaluate Skill)	77.34	3.87	0.42	มาก	3
ทักษะการสร้างสรรค์ (Create Skill)	83.35	4.17	0.37	มากที่สุด	2
ทักษะการมีส่วนร่วม (Participate Skill)	89.57	4.48	0.31	มากที่สุด	1
รวม	77.43	3.95	0.41	มาก	

ตารางที่ 5 ผลการประเมินการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ในภาพรวมทั้ง 5 องค์ประกอบ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 77.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบ พบว่า องค์ประกอบที่มีค่าร้อยละมากที่สุด คือ ทักษะการมีส่วนร่วม

(Participate Skill) (ร้อยละ 89.57) รองลงมา คือ ทักษะการสร้างสรรค์ (Create Skill) (ร้อยละ 83.35) และ องค์ประกอบที่มีค่าร้อยละน้อยที่สุด คือ ทักษะการวิเคราะห์ (Analyze Skill) (ร้อยละ 64.52)

ตารางที่ 6 แสดงผลการเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จำแนกตามเพศ โดยใช้การทดสอบค่า t เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (T-test Independent)

เพศ	จำนวน (n)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	มัธยฐาน (Median)	ค่า t	p-value	นัยสำคัญทางสถิติ
ชาย	117	18.74	4.87	20.0	-1.843	0.0669	ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
หญิง	258	19.68	3.74	20.0			

จากตารางที่ 6 แสดงผลการเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ t-test Independent พบว่า ค่าเฉลี่ยของนักศึกษาชาย เท่ากับ 18.74 และค่าเฉลี่ยนักศึกษาหญิง เท่ากับ 19.68 โดยมีค่า $t = -1.843$ และค่า $p = 0.0669$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ 0.05 ($p > 0.05$) แสดงว่าไม่มีความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่านักศึกษาเพศชายและหญิง มีระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในระดับที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อย่างเท่าเทียมกันในบริบทของสถาบันอุดมศึกษา

ตารางที่ 7 แสดงผลการเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จำแนกตามชั้นปี โดยใช้ One-way ANOVA

ชั้นปี	จำนวน (n)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	มัธยฐาน (Median)	ค่า F	p-value	นัยสำคัญทางสถิติ
1	149	19.66	4.04	21.0	2.841	0.0378	แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
2	100	18.59	4.82	20.0			
3	70	19.09	4.05	20.0			
4	56	20.45	2.79	21.0			

จากตารางที่ 7 แสดงผลการเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จำแนกตามชั้นปี โดยใช้ One-way ANOVA พบว่า มีความ

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผลการวิเคราะห์ให้ค่า $F = 2.841$ และค่า $p = 0.0378$ ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด ($p < 0.05$) กล่าวคือ นักศึกษาชั้นปีที่แตกต่างกันมีผลต่อความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มีค่าเฉลี่ยคะแนนทักษะการรู้เท่าทันสื่อสูงกว่าชั้นปีที่ 2 และ 3 ซึ่งอาจมาจากการจัดการเรียนการสอนรายวิชาความรู้ทางดิจิทัล สารสนเทศ และสื่อ ในปีแรกของการศึกษา ขณะที่นักศึกษาชั้นปีที่ 4 มีค่าเฉลี่ยคะแนนสูงที่สุดในทุกชั้นปี อันอาจเป็นผลจากประสบการณ์ทางวิชาการ เช่น รายวิชาวิจัยหรือโครงการ ที่ส่งเสริมทักษะการวิเคราะห์ วิจัย และประเมินข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์มากยิ่งขึ้น ผลการศึกษานี้จึงสะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการทางทักษะสื่อของนักศึกษาที่สัมพันธ์กับประสบการณ์การเรียนรู้ในแต่ละชั้นปี

ตารางที่ 8 แสดงผลการเปรียบเทียบรายคู่ของทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกันตามชั้นปี (LSD)

ชั้นปี	ชั้นปีที่ 1 (ค่าเฉลี่ย 19.66)	ชั้นปีที่ 2 (ค่าเฉลี่ย 18.59)	ชั้นปีที่ 3 (ค่าเฉลี่ย 19.09)	ชั้นปีที่ 4 (ค่าเฉลี่ย 20.45)
ชั้นปีที่ 1 (ค่าเฉลี่ย 19.66)	1.00	0.15	0.40	0.250
ชั้นปีที่ 2 (ค่าเฉลี่ย 18.59)		1.00	0.50	0.038
ชั้นปีที่ 3 (ค่าเฉลี่ย 19.09)			1.00	0.100
ชั้นปีที่ 4 (ค่าเฉลี่ย 20.45)				1.00

จากตารางที่ 8 แสดงผลการเปรียบเทียบรายคู่ของทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน (LSD) จำแนกตามชั้นปี พบว่า ค่าเฉลี่ยทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาชั้นปีที่ 4 กับ นักศึกษาชั้นปีที่ 2 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($p = .038$)

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า มีเพียงค่าเฉลี่ยทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ชั้นปีที่ 4 (ค่าเฉลี่ย 20.45) ที่สูงกว่าชั้นปีที่ 2 (ค่าเฉลี่ย 18.59) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าทักษะการรู้เท่าทันสื่อสัมพันธ์กับวุฒิภาวะทางปัญญา (Cognitive Maturation) และประสบการณ์ทางวิชาการซึ่งเพิ่มขึ้นตามชั้นปี โดยเฉพาะ นักศึกษาชั้นปีที่ 4 ที่มักต้องผ่านกระบวนการทำวิจัยหรือโครงการจบการศึกษา ซึ่งจำเป็นต้องใช้ ทักษะการวิเคราะห์อย่างเข้มข้น ส่วนคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 9 แสดงผลการเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จำแนกตามคณะ/สถานที่ศึกษา โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

คณะ/สถานที่ศึกษา	จำนวน (n)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	มัธยฐาน (Median)	ค่า F	p-value	นัยสำคัญทางสถิติ
1. คณะครุศาสตร์	115	19.86	3.77	21.0	1.002	0.4238	ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
2. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	75	19.40	3.96	20.0			
3. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	46	18.43	5.35	20.5			
4. คณะวิทยาการจัดการ	53	19.83	3.82	21.0			
5. คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม	45	18.67	4.67	20.0			
6. คณะพยาบาลศาสตร์	13	19.62	3.57	20.0			
7. มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด	28	19.18	3.74	20.0			

จากตารางที่ 9 แสดงผลการเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จำแนกตามคณะ/สถานที่ศึกษา โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า นักศึกษาที่เรียนแต่ละคณะ/สถานที่ศึกษา ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผลการวิเคราะห์ให้ค่า $F = 1.002$ และค่า $p = 0.4238$ ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด ($p > 0.05$)

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า นักศึกษาที่ศึกษาในแต่ละคณะหรือสถานที่ศึกษาต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันของระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าแหล่งเรียนรู้หรือคณะ/สถานที่ศึกษา ไม่ได้เป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 10 แสดงผลการเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสมผลการเรียน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

คะแนนเฉลี่ยสะสม ผลการเรียน	จำนวน (n)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	มัธยฐาน (Median)	ค่า F	p-value	นัยสำคัญ ทางสถิติ
1.50-2.00	18	17.00	5.01	19.00	0.84	0.0003	แตกต่างกัน อย่างมี นัยสำคัญ ทางสถิติ
2.01-2.50	54	18.18	4.94	20.00			
2.51-3.00	87	18.33	4.45	19.50			
3.01-3.50	38	20.01	3.76	20.00			
3.51-4.00	77	20.93	2.58	20.00			

จากตารางที่ 10 แสดงผลการเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสมผลการเรียน พบว่า นักศึกษาที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมผลการเรียนแตกต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยผลการวิเคราะห์ให้ค่า $F = 8.04$ และค่า $p = 0.0003$ ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด ($p < 0.05$) กล่าวคือ ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมผลการเรียนของนักศึกษามีผลต่อความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า นักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมผลการเรียนสูงมีระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์สูงกว่านักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมผลการเรียนต่ำ ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถในการวิเคราะห์วิจารณ์ และประเมินข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมีวิจารณญาณที่สัมพันธ์กับคะแนนเฉลี่ยสะสมผลการเรียน

อภิปรายผลการวิจัย

1. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร 1) ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อค้นหาข้อมูลทั่วไปมากที่สุด 2) ใช้สื่อสังคมออนไลน์เปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์จากสื่ออินเทอร์เน็ต หรือสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ออนไลน์, แอปพลิเคชัน, Facebook, Twitter ฯลฯ มากที่สุด 3) ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละวัน จำนวน 6-8 ชั่วโมง มากที่สุด ผลลัพธ์ดังกล่าวสามารถอธิบายได้ด้วย ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory) ซึ่งระบุว่าผู้ใช้สื่อเป็นผู้ "เลือก" ใช้งานสื่ออย่างมีเป้าหมายเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง (Katz et al., 1973) นอกจากนี้อาจเป็นเพราะว่าสื่อสังคมออนไลน์มีลักษณะที่สามารถเข้าถึงง่าย รวดเร็ว สามารถโต้ตอบได้ทันที อีกทั้งเป็นทั้งเครื่องมือเรียนรู้และแหล่งพักผ่อนของนักศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ Watana (2021) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิธีการวิจัยเป็น

การวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง คือ นิสิตระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในปีการศึกษา 2562 จำนวน 394 คน พบว่า นิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มีแนวโน้มใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อค้นหาข้อมูลประกอบการเรียนมากที่สุด ซึ่งการที่นักศึกษาใช้สื่อเพื่อการค้นหาข้อมูลและการศึกษาเป็นหลัก สะท้อนถึงบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ในฐานะเครื่องมือในการตอบสนองความต้องการด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Needs) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรตามทฤษฎีของ Maslow et al. (1988) และ Thamduangsri (2019) ได้ทำการศึกษา เรื่องพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2561 จำนวน 386 คน พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook มากที่สุด และสอดคล้องกับผลการสำรวจของ Ministry of Digital Economy and Society (2021) ที่ได้รายงานผลการสำรวจมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยปี 2564 พบว่านักศึกษาไทยใช้สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ Facebook, YouTube, และ TikTok มากที่สุด และใช้สื่อสังคมออนไลน์ เฉลี่ยวันละ 7-9 ชั่วโมง อย่างไรก็ตาม การใช้สื่อเหล่านี้ไม่ได้หมายความว่า นักศึกษามีความสามารถในการแยกแยะข้อมูลที่ถูกต้องเสมอไป (Ministry of Digital Economy and Society, 2021)

2. ผลการประเมินการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่านักศึกษามีพื้นฐานความรู้ ทักษะ และเจตคติที่ดีต่อการใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งอาจเกิดจากการได้รับการส่งเสริมจากระบบการเรียนการสอน การอบรม การณรงค์ของมหาวิทยาลัย และหน่วยงานต่างๆ ตลอดจนการเรียนรู้ด้วยตนเองจากประสบการณ์ในโลกดิจิทัลของนักศึกษา ซึ่งอาจเป็นผลจากที่มหาวิทยาลัยมหาวิทยาราชภัฏกำแพงเพชร และหน่วยงานต่างๆ พยายามส่งเสริม แนวคิด 'พลเมืองดิจิทัล' (Digital Citizenship) ให้เกิดขึ้นกับนักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร (Ribble, 2015) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kanha (2021) ได้ทำการศึกษา เรื่องการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษาการส่งต่อสื่อวิดีโอและภาพยนตร์ในสื่อสังคมออนไลน์ ในสื่อสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ก (Facebook) และไลน์ (Line) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาปริญญาตรีวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยในกรุงเทพฯ ทั้งมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน จำนวน 400 คน พบว่าการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษายู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Chaithep and Chanwichai (2021) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตภาคเหนือ เป็นงานวิจัยแบบเชิงปริมาณ โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับอุดมศึกษาเขตภาคเหนือ จำนวน 400 คน พบว่า นักศึกษาเขตภาคเหนือมีการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ ระดับมาก

2.1 เปรียบเทียบผลการประเมินทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จำแนกเพศ พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการรับรู้และทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ได้รับการพัฒนาอย่างเท่าเทียมกันในกลุ่มนักศึกษา ไม่ว่าจะเป็นเพศชายหรือหญิง ผ่านการเรียนการสอน การอบรม หรือประสบการณ์การใช้งานจริงใน

ชีวิตประจำวัน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Ontha (2017) ที่ได้ทำการศึกษา เรื่อง การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์กับความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาอาชีวศึกษาในจังหวัดกำแพงเพชร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาของสถาบันอาชีวศึกษาในจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 376 คน พบว่า นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกัน มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน

2.2 เปรียบเทียบผลการประเมินทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จำแนกตามชั้นปี พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า นักศึกษาแต่ละชั้นปีมีความแตกต่างของประสบการณ์ ความรู้ และทักษะที่สะสมในแต่ละชั้นปีของนักศึกษา ส่งผลให้คะแนนทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีวุฒิภาวะทางปัญญา (Cognitive Maturation) (Piaget and Inhelder, 1972; Case, 1992) กล่าวคือ นักศึกษาในชั้นปีที่สูงขึ้น ไม่เพียงแต่มี "ประสบการณ์" ในการใช้สื่อที่นานกว่า แต่ยังมีพัฒนาการด้านการคิดเชิงตรรกะ (Logical Thinking) และการคิดเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking) ที่สูงขึ้นตามวัยและกระบวนการเรียนรู้ในระดับอุดมศึกษาและยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Janwitchano et al. (2022) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่านักศึกษาที่ชั้นปีต่างกันมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

2.3 เปรียบเทียบผลการประเมินทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จำแนกตามคณะ พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า นักศึกษาทุกคณะมีโอกาสเข้าถึงและเรียนรู้การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในลักษณะเดียวกัน ทั้งในชีวิตประจำวันและการเรียน ทำให้ผลลัพธ์ของแต่ละกลุ่มไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pemsilo et al. (2023) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การศึกษาความฉลาดทางดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีใน ศตวรรษที่ 21 มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตมหาวชิราลงกรณราชวิทยาลัย โดยนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1-4 ภาคปกติ จำนวน 3 หลักสูตร ประกอบด้วย หลักสูตรรัฐศาสตรบัณฑิต หลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต และหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขต มหาวชิราลงกรณราชวิทยาลัย ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 จำนวน 104 คน โดยใช้การเลือกแบบเจาะจงพบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตมหาวชิราลงกรณราชวิทยาลัย ที่มีคณะต่างกัน มีความรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

2.4 เปรียบเทียบผลการประเมินทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จำแนกตามผลการเรียนเฉลี่ยสะสม พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า นักศึกษาที่มีผลการเรียนเฉลี่ยสะสมสูง จะมีทักษะด้านการคิดวิเคราะห์ แยกแยะ และประเมินข้อมูลได้ดี ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักของการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) โดยเฉพาะเมื่อต้องประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล ข่าวสาร หรือเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยนี้สะท้อนความเชื่อมโยงที่ชัดเจนระหว่างผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนกับ ทฤษฎีการคิดเชิงวิพากษ์

(Critical Thinking Theory) นักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมสูง โดยธรรมชาติมักมีทักษะการคิดวิเคราะห์ แยกแยะ และประเมินข้อมูลได้ดี (Dewey, 1933; Paul and Elder, 2020) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chatsuriyawong (2021) ได้ทำการศึกษา เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์กับการรู้เท่าทันสื่อของ นักศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พระนคร จำนวน 280 คน พบว่า ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาที่มีผลการเรียนเฉลี่ย การเรียนแตกต่างกัน มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้บริหารมหาวิทยาลัย ควรวางแผนพัฒนาทักษะโดยจำแนกนักศึกษาตามกลุ่มเป้าหมาย (Targeted Intervention) กล่าวคือ กลุ่มนักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมปานกลางและน้อย นอกเหนือจากการเรียนในห้องเรียนปกติ ควรได้รับการส่งเสริมทักษะการคิดวิเคราะห์เป็นพิเศษ เพื่อให้สามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์และมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ที่เพิ่มสูงขึ้น สำหรับกลุ่มนักศึกษาชั้นปีที่ 2 และ 3 ซึ่งผลวิจัยพบว่ามีความเสี่ยงต่ำกว่าชั้นปีอื่นๆ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรควรมีการกระตุ้นหรือส่งเสริมทักษะการรู้เท่าทันสื่อระหว่างภาคการศึกษาเพื่อคงทักษะที่ได้เรียนรู้จากชั้นปีที่ 1 ไว้อย่างต่อเนื่อง

2. มหาวิทยาลัยควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ และมีเป้าหมาย เนื่องจากนักศึกษาส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อค้นหาข้อมูล ควรมีการอบรมเกี่ยวกับการค้นหา และประเมิน ข้อมูลจากแหล่งออนไลน์ที่เชื่อถือได้

3. ผลการวิจัยทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา องค์ประกอบด้านทักษะการ วิเคราะห์ (Analyze Skill) อยู่ในระดับปานกลาง มหาวิทยาลัยจึงควรส่งเสริมการอภิปรายแบบมีวิจารณ์ฐานใน ชั้นเรียน จัดกิจกรรมกลุ่มให้นักศึกษาวิพากษ์ข่าว หรือประเด็นจากโซเชียลมีเดียโดยมีเกณฑ์ที่ชัดเจน เช่น ความ ถูกต้อง ความเป็นกลาง ผลกระทบ หรือใช้การเรียนรู้ผ่านปัญหา (Problem-based Learning) สร้าง สถานการณ์ให้นักศึกษาเผชิญกับ “ข่าวลวง” และฝึกกระบวนการคิดวิเคราะห์ด้วยตนเอง เช่น การตั้งคำถาม การค้นหาหลักฐาน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์กับการส่งเสริมคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรในศตวรรษที่ 21

2. ควรมีการศึกษาการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อการเรียนรู้ของ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

3. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

References

- Case, R. (1992). *The mind's staircase: Exploring the conceptual underpinnings of children's thought and knowledge*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Chaithep, T., and Chanwichai, K. (2021). A study of media literacy among higher education students in the northern region. *Journal of Business Administration, Economics and Communication*, 16(2), 97-106. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/BECJournal/article/view/241594/169460> [In Thai].
- Chatsuriyawong, C. (2021). *Social media exposure behavior and media literacy of students in Bangkok* [Master's thesis, Thammasat University]. iThesis Thammasat University https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2021/TU_2021_6307011095_15853_21194.pdf [In Thai].
- Chongchorhor, C., and Pathumpong, N. (2023). Satisfaction with Active Learning Activities Implementation in Digital, Media, and Information Literacy: A Case Study of Kamphaeng Phet Rajabhat University. *Journal of Information Technology and Innovation*, 22(2), 28-42. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/oarit/article/view/274106/181141> [In Thai].
- Dewey, J. (1933). *How we think: A restatement of the relation of reflective thinking to the educative process*. D.C. Heath.
- Duangkhajee, N., Aueajirapongphan, S., and Kamlangdee, N. (2020). Social media usage behavior and entrepreneurial competence of students. *Journal of Business Administration, Association of Private Higher Education Institutions of Thailand under the Royal Patronage of Her Royal Highness Princess Maha Chakri Sirindhorn*, 9(1), 10-21. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/apheitvu/article/view/242854/164697> [In Thai].
- Inthanon, S. (2020). *Digital empathy*. Walk On Cloud Co., Ltd. [In Thai]
- Janwitchano, S., Vattanasin, V., and Saenwa, S. (2022). Online social media literacy skills of undergraduate autonomous universities Bangkok. *Journal of Library and Information Science Srinakharinwirot University*, 15(1), 36-51. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JLIS_SWU/article/view/256811/172975 [In Thai].
- Kamphaeng Phet Rajabhat University. (2025). *General information, philosophy, vision, mission, motto, core values, identity, uniqueness*. Kamphaeng Phet Rajabhat University. [In Thai]

- Kamphaeng Phet Rajabhat University, Office of Academic Promotion and Registration. (2024). *Student data for the academic year 2024*. Kamphaeng Phet Rajabhat University. [In Thai]
- Kanha, W. (2021). *Media literacy of students in Bangkok: A case study of the forwarding of video and film media on social media* [Master's thesis, Sripatum University]. iThesis Sripatum University. <https://dspace.spu.ac.th/handle/123456789/7490> [In Thai].
- Katz, E., Blumler, J. G., and Gurevitch, M. (1973-1974). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Khajonsin, B. (2000). Rubric assessment. *Journal of Kasetsart Educational Review*, 15(2), 75-84. [In Thai]
- Livingstone, S., and Helsper, E. J. (2007). Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide. *New Media & Society*, 9(4), 671-696. <https://doi.org/10.1177/1461444807080335>
- Maslow, A. H., Stephens, D. C., and Heil, G. (1988). *Maslow on management*. Wiley.
- Ministry of Digital Economy and Society. (2021). *Report on the results of the survey of the value of e-commerce in Thailand in 2021*. Data Analysis Center, Electronic Transactions Development Agency, Ministry of Digital Economy and Society. [In Thai]
- National Association for Media Literacy Education. (2024). *Media literacy education is defined by five core competencies—Access, Analyze, Evaluate, Create, and Act (Participate) applicable to all forms of communication*. Retrieved April 6, 2025, from <https://namle.org/wp-content/uploads/2024/01/Snapshot-2024-State-of-Media-Literacy-FINAL.pdf>
- Ontha, M. (2017). *Exposure to social media and social media literacy of vocational students in Kamphaeng Phet Province* [Unpublished master's thesis]. Graduate School, Rangsit University. [In Thai]
- Paul, R., and Elder, L. (2020). *Critical thinking: Tools for taking charge of your learning and your life* (3rd ed.). Foundation for Critical Thinking Press.

- Pemsilo, P., Srikhammoon, S., and Wongplomhiran, S. (2023). A study of digital intelligence of undergraduate students in the 21st century at Mahamakut Buddhist University, Maha Vajiralongkornrajavidyalaya Campus. *Journal of Political Science, Mahamakut Buddhist University*, 3(3), 71-90. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jpsmbu/article/view/291029> [In Thai].
- Phaensomboon, P., and Chuengsatientsup, K. (2020). A study of media literacy activities of monks according to Buddhist psychology. *Journal of Buddhist Psychology*, 9(3), 512-527. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jbp/article/view/277760/185381> [In Thai].
- Ribble, M. (2015). *Digital citizenship in schools: Nine elements all students should know* (3rd ed.). International Society for Technology in Education (ISTE).
- Saengkaew, P. (1998). *Social science research* (3rd ed.). Faculty of Science and Technology, Thammasat University. [In Thai]
- Thamduangsri, S. (2019). *Social network usage behavior of students at Maha Sarakham Rajabhat University* [Research report]. Maha Sarakham University. [In Thai]
- Watana, C. (2021). Social media usage behavior of undergraduate students at Srinakharinwirot University. *Journal of Library and Information Science Srinakharinwirot University*, 14 (2), 1-12. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JLIS_SWU/article/view/249331/169435 [In Thai].