

Factors Influencing the Intention to Use Social Media for Learning Among Adolescents in Bangkok

Surakiat Tadawattanawit^{1*}

Received: October 20, 2023 Revised: December 19, 2023 Accepted: December 20, 2023

Abstract

The objective of this research was to investigate the level of intention to use online social media for learning among adolescents in Bangkok, and to examine the factors that influence attitudes and intentions to use online social media for learning among adolescents in Bangkok. The study sample consisted of 348 adolescents in Bangkok. The data collection tool was a questionnaire, and data analysis involved frequency distribution, percentages, means, standard deviations, and structural equation modeling. The key findings of the study are as follows. 1) It was found that the intention to use online social media for learning and actual usage among adolescents in Bangkok were both at high levels, namely with (\bar{X} =4.04, S.D.=0.74) and (\bar{X} =4.05, S.D.=0.75), respectively. 2) The hypothesis testing using structural equation modeling showed that the structural equation model of factors influencing the intention to use online social media for learning among adolescents in Bangkok met the statistical criteria (X^2 not significant ($p>0.05$), $X^2/df=1.149$, RMSEA=0.021, GFI=0.96, AGFI=0.92, RMR=0.02, SRMR=0.03, NFI=0.99, and CFI=1.00.). Additionally, it was found that the completeness of content influenced user satisfaction, and it also influenced perceived usefulness, while perceived ease of use influenced attitudes toward usage, perceived usefulness influenced attitudes toward usage, attitudes toward usage influenced intention to use, perceived enjoyment influenced intention to use, and intention to use influenced actual usage. Furthermore, user satisfaction did not influence attitudes toward usage.

Keyword: Social Media for Learning; Adolescents in Bangkok; Intention to Use Social Media for Learning

¹ Center of Business administration and general education, Faculty of hospitality, Dusit Thani College, Thailand

* Corresponding author e-mail: surakiat.ta@dtc.ac.th

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

สุรเกียรติ์ ธาดาวัฒนาวิกย์¹

รับบทความ: 20 ตุลาคม 2566 แก้ไขบทความ: 19 ธันวาคม 2566 รับผิดชอบ: 20 ธันวาคม 2566

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความตั้งใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและความตั้งใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การศึกษาคือ วัยรุ่นอายุ 18-25 ปี ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 348 คน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการศึกษา พบว่า 1) ความตั้งใจใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้และการใช้งานจริง พบว่า วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครมีระดับความตั้งใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ในระดับมาก ($\bar{X}=4.04$, $S.D.=0.74$) และระดับของการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ในระดับมาก ($\bar{X}=4.05$, $S.D.=0.75$) เช่นเดียวกัน 2) สรุปผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า โมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่พัฒนาขึ้นผ่านเกณฑ์ตามค่าสถิติวัดความกลมกลืน (χ^2 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p>0.05$) ค่า $\chi^2/df=1.149$, $RMSEA=0.021$, $GFI=0.96$, $AGFI=0.92$, $RMR=0.02$, $SRMR=0.03$, $NFI=0.99$ และ $CFI=1.00$) นอกจากนี้ ยังพบว่าความสมบูรณ์ของเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ ความสมบูรณ์ของเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้การใช้งานง่ายมีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้งาน ทัศนคติต่อการใช้งานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งาน การรับรู้ความสนุกมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งาน และความตั้งใจใช้งานมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง ขณะที่ความพึงพอใจของผู้ใช้งานไม่มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้งาน

คำสำคัญ: สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้; วัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร; ความตั้งใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้

¹ ศูนย์บริหารธุรกิจและศึกษาทั่วไป คณะอุตสาหกรรมบริการ วิทยาลัยดุสิตธานี

* Corresponding author e-mail: surakiat.ta@dtc.ac.th

บทนำ

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในช่วงเวลาที่ผ่านมา มีผลกระทบต่อระบบการศึกษาเป็นอย่างมาก และได้ส่งผลต่อการเรียนรู้ของนักเรียนและนักศึกษา เนื่องจากการเรียนในรูปแบบปกติที่ต้องอยู่รวมกันในโรงเรียนจะเป็นแหล่งของการแพร่ระบาดของไวรัสได้ ไม่เพียงแค่นั้นในกลุ่มของนักเรียนนักศึกษาเท่านั้น ยังเป็นจุดเริ่มต้นในการนำเชื้อโรคกระจายมาที่บ้านให้บุคคลในครอบครัวอีกด้วย ซึ่งเป็นอันตรายโดยเฉพาะกับกลุ่มคนที่มีความเสี่ยงสูง ในช่วงการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 นักเรียนนักศึกษาทั่วโลกมากกว่า 1,500 ล้านคนต้องประสบกับปัญหาการหยุดเรียน จนนำไปสู่การปรับเปลี่ยนการเรียนการสอนแบบทางไกล (Distance Learning) โดยเป็นการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย ทำให้ผู้เรียนต้องปรับตัวกับระบบการเรียนการสอนใหม่นี้ (Kasetsart University, 2020)

สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทในการช่วยอำนวยความสะดวกในการมีปฏิสัมพันธ์ของคนในสังคม อีกทั้งยังมีอิทธิพลมากขึ้นในทุกวันนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอิทธิพลต่อกลุ่มวัยรุ่นที่มีกิจกรรมต่าง ๆ บนสื่อสังคมออนไลน์เกือบทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นการรับรู้ข่าวสาร การรับชมภาพยนตร์ ซีรีส์ การซื้อขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ การเผยแพร่รูปภาพและคลิปวิดีโอ นอกจากนี้ ยังมีประโยชน์ในเรื่องของการส่งเสริมการจัดทำและเผยแพร่ความรู้และทักษะระหว่างกลุ่มคนที่มีคุณลักษณะและความชื่นชอบคล้ายกัน (Muninger, Hammedi, & Mahr, 2019) บรรยากาศการทำงานร่วมกันบนพื้นที่ของเครือข่ายสังคมออนไลน์สร้างแรงบันดาลใจต่อทัศนคติเชิงบวกต่อการเรียนรู้ในกลุ่มของผู้ใช้งาน ดังบทความของ Thongbai (2020) ที่เขียนบทความ

TikTok สื่อบันเทิงขวัญใจเจนเนอเรชันแซต โดยระบุว่า แอปพลิเคชัน TikTok มีลักษณะเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ผสมหลายสื่อเข้าด้วยกัน จุดเด่นคือมีรูปแบบเป็นคลิปวิดีโอขนาดสั้น ออกแบบเน้นความง่าย เพราะมีเครื่องมือเสริมด้านการถ่ายทำและการตัดต่อสำเร็จรูป เอื้อให้ผู้ใช้งานเป็นนักสร้างสรรค์คอนเทนต์ได้เบ็ดเสร็จภายในแอปพลิเคชัน มีการนำเสนอผ่านหน้าจอตลอดด้วยภาพขนาดใหญ่ ตัวอักษรน้อย เน้นการติดแฮชแท็ก ซึ่งการออกแบบที่เน้นความง่าย สอดคล้องกับพฤติกรรมของคนเจนเนอเรชันแซตที่ต้องการสิ่งที่ย่างไว้วางใจ และทำให้ TikTok ดึงดูดผู้สร้างคอนเทนต์ได้ดี อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ช่วยสร้างตัวตนให้คนธรรมดากลายเป็นคนดังขึ้นมาได้ง่าย ๆ นอกจากนี้ TikTok ยังแสดงให้เห็นว่าคอนเทนต์ครีเอเตอร์ในโลกออนไลน์ควรเน้นความจริงใจ เปิดเผยให้เห็นวิถีชีวิตในด้านตลก ขบขันเพื่อแสดงความเป็นคนไม่สมบูรณ์แบบ ที่สามารถสร้างความบันเทิงและความสุข ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่คนเจนเนอเรชันแซตแสวงหา (Thongbai, 2020) สอดคล้องกับการศึกษาของ Sritongsuk and Choeychanya (2017) ที่ระบุว่ากลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชันแซตมีแนวโน้มที่จะมีการเข้าร่วมการตลาดเชิงกิจกรรมที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ยิ่งไปกว่านั้น ความสำคัญของ TikTok ได้ทวีความสำคัญมากขึ้นจากการที่ Institute for the Promotion of Teaching Science and Technology (IPST, 2021) กระทรวงศึกษาธิการ ได้ร่วมมือกับ TikTok โดยบริษัท ดิกต็อก พีทีอี แอลทีดี ประเทศสิงคโปร์ เพื่อส่งเสริมการสร้างสรรคเนื้อหาทางการศึกษาให้ตอบโจทย์พฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ โดยเน้นการกระตุ้นการเรียนรู้ สร้างการเรียนรู้ยุคใหม่ ให้ถูกใจและเหมาะสมกับผู้เรียน โดยศักยภาพของ TikTok ที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลกที่จะเห็นได้จากยอดดาวน์โหลดปัจจุบันอยู่ที่ 2,000 ล้านดาวน์โหลด ด้วยความสามารถในการปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้มีความหลากหลายและน่าสนใจ ง่ายต่อความเข้าใจ ตอบโจทย์คนรุ่นใหม่ (IPST, 2021) โดยความตั้งใจใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ หมายถึง การรับรู้ถึง

เต็มใจและความปรารถนาของวัยรุ่นที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเป้าหมายด้านการศึกษาหาความรู้ จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะศึกษาระดับความตั้งใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและความตั้งใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมของวัยรุ่นในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในบริบทเพื่อการเรียนรู้ เพราะสื่อสังคมออนไลน์มีลักษณะของแหล่งข้อมูลที่วัยรุ่นมีความนิยมในการเข้าใช้งาน และเพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนการนำเอาสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยม มาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ของผู้เรียน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความตั้งใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทัศนคติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1. ความสมบูรณ์ของเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน
2. ความสมบูรณ์ของเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์
3. ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน การรับรู้การใช้งานง่าย และการรับรู้ประโยชน์ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้งาน
4. การรับรู้การใช้งานง่ายมีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้งาน
5. การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้งาน
6. ทัศนคติต่อการใช้งานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งาน
7. การรับรู้ความสนุกมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งาน
8. ความตั้งใจใช้งานมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง

การทบทวนวรรณกรรม

การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้

ในส่วนของการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ในบริบทของวัยรุ่น ได้รับการยอมรับว่าสื่อสังคมออนไลน์จะช่วยให้วัยรุ่นได้เข้าถึงข้อมูลและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการเรียนรู้และประสบความสำเร็จทางการเรียนที่หลากหลายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น การเข้าถึงเว็บไซต์ Youtube หรือเว็บคอร์สเรียนออนไลน์อื่น ๆ ที่เนื้อหาของการเรียนรู้ในเรื่องต่าง ๆ ที่หลากหลาย อีกทั้งยังเปิดโอกาสวัยรุ่นได้สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มวัยรุ่นในวัยใกล้เคียงกันในการเรียนรู้เรื่องนั้น ๆ อีกด้วย (Breslyn & Green, 2022) ขณะเดียวกันก็มีข้อพึงระวังในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของวัยรุ่นในเรื่องของการดึงความสนใจของผู้เรียนไปยังเรื่องอื่น ๆ และผลของใช้สื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นที่ลดการใช้เวลาในการเรียน

และทำการบ้าน รวมไปถึงการสร้างวัฒนธรรมของการเปรียบเทียบและการแข่งขันในกลุ่มเพื่อน ซึ่งนำไปสู่ภาวะความเครียดและวิตกกังวลของวัยรุ่นได้ (Luthar, Kumar, & Zillmer 2020) ด้วยข้อมูลดังกล่าว การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของวัยรุ่นจึงเป็นสิ่งที่นักการศึกษา พ่อแม่ผู้ปกครองควรที่จะพยายามทำความเข้าใจเพื่อให้คำแนะนำและสร้างความคาดหวังในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสมกับวัยรุ่น รวมถึงการวางกลยุทธ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็น เพื่อให้การใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นไปในแนวทางที่เป็นการใช้อย่างมีความรับผิดชอบและมีประสิทธิภาพ

กล่าวโดยสรุป การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ได้รับความสนใจในวงกว้างและเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปในมุมมองที่หลากหลายตลอดหลายปีที่ผ่านมา ทั้งมุมมองของประโยชน์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ในฐานะของการขยายแหล่งทรัพยากรของการเรียนรู้ให้มีความกว้างมากขึ้น รวมถึงส่งเสริมการทำงานแบบร่วมมือและการสื่อสารระหว่างผู้เรียน อีกทั้งยังช่วยพัฒนาการเรียนรู้ส่วนบุคคล (Personalized Learning) และการเรียนรู้แบบนำตนเอง (Self-directed Learning) ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิด

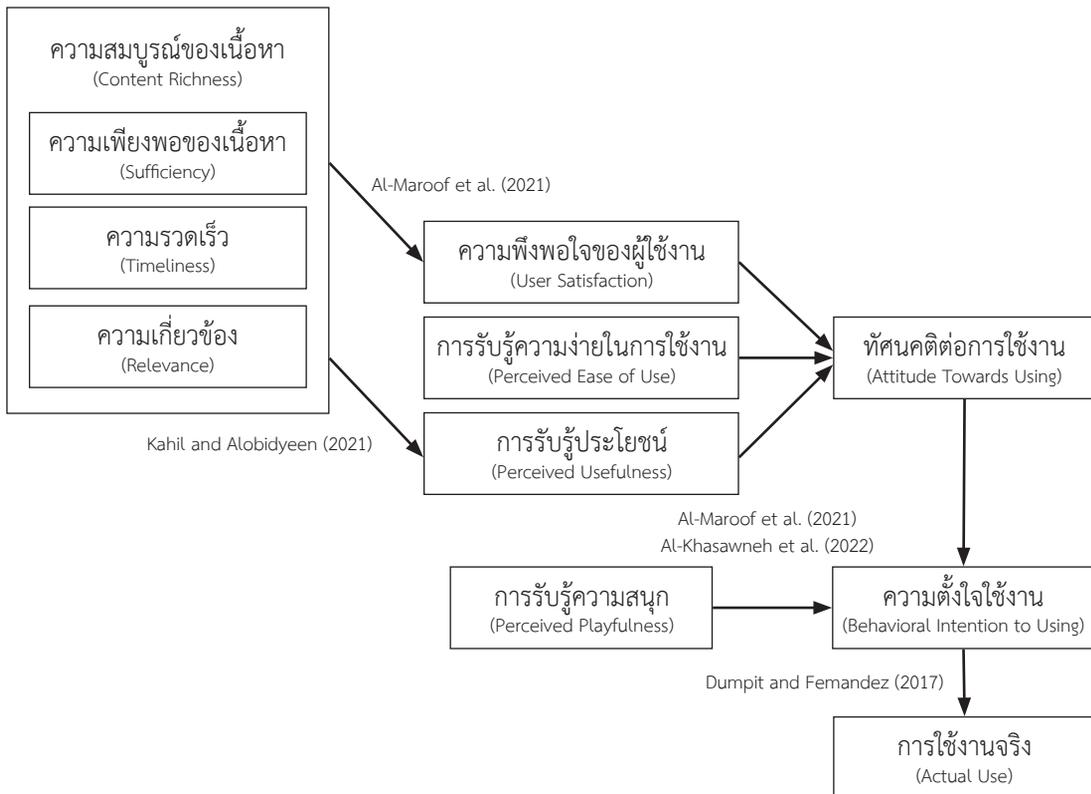
จากศึกษาของ Al-Khasawneh, Sharabati, Al-Haddad, Tbakhi, and Abusaimh (2022) ได้ศึกษาการปรับใช้แอปพลิเคชัน TikTok โดยใช้โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (TAM Model) โดยเก็บข้อมูลจากแบบสำรวจจากผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok จำนวน 255 คน ผลการศึกษาพบว่า ด้านเนื้อหาที่สร้างจากผู้ใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจใช้งาน TikTok สูงที่สุด รองลงมาคือด้านการรับรู้ความสนุกสนาน การรับรู้การเป็นส่วนหนึ่ง การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ถึงประโยชน์ตามลำดับ

Al-Marroof et al. (2021) ศึกษาการยอมรับวิถีโอบนโซเซียลมีเดียเพื่อการแสวงหาความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการประยุกต์ใช้ความรู้: การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างผู้ใช้ YouTube และผู้ใช้ TikTok เพื่อวัตถุประสงค์ทางการแพทย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของ TikTok และ YouTube ที่จะกระตุ้นแพทย์ พยาบาลและบุคลากรอื่นๆ ในสถานพยาบาล ในการใช้เป็นแหล่งความรู้และแบ่งปันเพื่อติดตามความก้าวหน้าทางการแพทย์ ผลการศึกษาพบว่า การยอมรับในการใช้งาน TikTok และ YouTube ได้รับอิทธิพลจากการรับรู้การใช้งานง่าย (PEOU) การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (PU) ความเป็นนวัตกรรมส่วนบุคคล (Personal Innovativeness) ความลื่นไหลในการใช้งาน (Flow State) และความสมบูรณ์ของเนื้อหา (Content Richness) นอกจากนี้ สื่อสังคมออนไลน์ทั้ง 2 รูปแบบมีการให้บริการข้อมูลที่ทันสมัย มีประโยชน์ สนุกสนาน และมีความตรงกับความต้องการ อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของสื่อสังคมออนไลน์ จะพบว่า YouTube มีอิทธิพลอย่างมากต่อการรับรู้และความรู้ทางการแพทย์ของผู้ใช้งานเมื่อเทียบกับ TikTok ซึ่ง TikTok วัตถุประสงค์ในการสร้างเพื่อการขุดเกลหาทางสังคมและการแสดงออกถึงตัวตนของตนเอง ขณะที่ YouTube มีการใช้ทั้งเพื่อการศึกษและไม่ใช้เพื่อการศึกษา เป็นเพราะประเภทของเนื้อหาที่อัปโหลดและการจัดการเวลาของสื่อสังคมออนไลน์

Salloum, Alhamad, Al-Emran, Monem, and Shaalan (2019) ได้ศึกษาการยอมรับการเรียนรู้อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษาผ่านการพัฒนาความเข้าใจในแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี

โดยเก็บข้อมูลจากนักศึกษาจำนวน 435 คน จากมหาวิทยาลัยในประเทศสหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรสต์ ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพของระบบ การรับรู้ความสามารถของตนเองด้านคอมพิวเตอร์ และความสนุก มีอิทธิพลต่อการรับรู้การใช้งานง่ายของระบบการเรียนรู้อิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ ยังพบว่าคุณภาพของสารสนเทศ การรับรู้ความสนุก และความสามารถในการเข้าถึง มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้การใช้งานง่ายและการรับรู้ประโยชน์ของระบบการเรียนรู้อิเล็กทรอนิกส์

จากทฤษฎีดังกล่าวจึงเป็นที่มาของกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือวัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครตามข้อเสนอแนะของ Soper (2021) ที่ระบุว่า ในกรณีคำนวณจากตัวแปรแฝง 10 ตัวแปร ตัวแปรสังเกตได้ 32 ตัวแปร ระดับนัยสำคัญ (p) เท่ากับ 0.05 ค่าอำนาจของการทดสอบ เท่ากับ 0.80 และขนาดอิทธิพล (Effect Size) เท่ากับ 0.5 มีจำนวนขนาดตัวอย่างที่แนะนำคือ ไม่น้อยกว่า 173 คน เพื่อให้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ครอบคลุมผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 348 คน ใช้การสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Random Sampling) โดยแบ่งตามเขตที่อาศัยอยู่ของวัยรุ่นในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เครื่องมือวิจัยคือแบบสอบถาม มีค่าความตรงเชิงเนื้อหาอยู่ระหว่าง 0.67-1 และมีค่าความเที่ยงของทุกตัวแปรอยู่ระหว่าง .844-.913 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์หาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ในส่วนของคุณสมบัติพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม และวิเคราะห์ตัวแปรในงานวิจัย นอกจากนี้ ตัวแปรด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครใช้วิธีการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

การหาค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง (Construct Reliability: CR) และการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงลู่เข้า (Convergent Validity) ของมาตรวัดโดยพิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบของข้อคำถามและค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) ผลการทดสอบคุณภาพเครื่องมือด้านความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝงและความตรงเชิงลู่เข้า พบว่า จากค่าเฉลี่ยความผันแปรที่สกัดได้มากกว่า 0.4 แสดงให้เห็นโมเดลผ่านคุณภาพด้านความตรงเชิงลู่เข้า ขณะที่ความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ มีค่ามากกว่า 0.60 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2009) แล้วจึงนำแบบสอบถามที่ผ่านคุณภาพใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริงในการเก็บข้อมูล

ตารางที่ 1 คุณภาพเครื่องมือวิจัยด้านค่าความเที่ยงของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปร/ข้อคำถาม	B	t-value	AVE	CR
ด้านความสมบูรณ์ของเนื้อหา				
ด้านความเพียงพอของเนื้อหา (Sufficiency)				
1. สื่อสังคมออนไลน์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่ฉันกำลังเรียนได้ตลอดเวลาที่ฉันต้องการ	0.76	15.64	0.646	0.655
2. สื่อสังคมออนไลน์มีข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่ฉันกำลังเรียนมากเพียงพอกับที่ฉันต้องการ	0.84	17.82		
3. เมื่อฉันต้องการหาความรู้ที่ถูกต้องครบถ้วน ฉันมักจะหาสิ่งนั้นได้จากสื่อสังคมออนไลน์	0.81	-		
ด้านความรวดเร็ว (Timeliness)				
1. สื่อสังคมออนไลน์สามารถให้ข้อมูลที่ทันสมัยเกี่ยวกับสิ่งที่ฉันกำลังเรียน	0.84	20.31	0.717	0.694
2. สื่อสังคมออนไลน์มีการเพิ่มข้อมูลใหม่ ๆ เกี่ยวกับสิ่งที่ฉันกำลังเรียนอยู่เสมอ	0.83	19.57		
3. ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่ฉันกำลังเรียนจากสื่อสังคมออนไลน์เป็นข้อมูลที่มีความทันสมัยที่สุดเมื่อเทียบกับแหล่งเรียนรู้อื่น	0.87	-		
ด้านความเกี่ยวข้อง (Relevance)				
1. ความรู้ที่ได้จากได้จากสื่อสังคมออนไลน์ เกี่ยวข้องกับ สาขา/วิชา ที่ฉันกำลังศึกษาอยู่	0.83	18.67	0.727	0.848
2. ในสื่อสังคมออนไลน์มีข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องที่ฉันกำลังเรียนอยู่อย่างครอบคลุม	0.86	19.64		
3. ฉันสามารถเข้าถึง แบ่งปันและประยุกต์ใช้สิ่งที่ได้จากสื่อสังคมออนไลน์ มาใช้ในการเรียนของฉัน	0.89	20.74		
4. ความรู้ที่ได้จากสื่อสังคมออนไลน์มีความน่าสนใจ	0.83	-		
ด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness)				
1. การใช้สื่อสังคมออนไลน์ช่วยพัฒนาความสามารถในการแสดงตัวตนของฉัน	0.72	20.44	0.533	0.585
2. การใช้สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้ฉันทำงานที่ได้รับมอบหมายได้สะดวกขึ้น	0.71	21.17		
3. การใช้สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้การเรียนรู้ของฉันมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น	0.76	27.76		

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปร/ข้อความคำถาม	B	t-value	AVE	CR
ด้านการรับรู้การใช้งานง่าย (Perceived Ease of Use)				
1. ฉันสามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ได้จากสื่อสังคมออนไลน์ได้ง่าย	0.64	18.79	0.432	0.512
2. ฉันรู้วิธีเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์	0.69	18.98		
3. การเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของฉัน ทำให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเข้าใจได้ง่าย	0.64	16.70		
ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (User Satisfaction)				
1. ฉันรู้สึกพึงพอใจในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์	0.79	26.34	0.529	0.348
2. ฉันมีประสบการณ์ที่ดีในการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์	0.66	18.74		
ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน (Attitude Towards Using)				
1. ฉันมีความรู้สึกดีทุกครั้งที่ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ จากสื่อสังคมออนไลน์	0.64	15.67	0.400	0.643
2. ฉันค่อนข้างชื่นชมประโยชน์ด้านการเรียนรู้ของสื่อสังคมออนไลน์	0.68	18.06		
3. สื่อสังคมออนไลน์ช่วยสร้างบรรยากาศที่ส่งเสริมการเรียนรู้	0.57	14.37		
4. ฉันชอบที่จะเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้	0.60	15.42		
ด้านการรับรู้ความสนุก (Perceived Playfulness)				
1. ฉันมีความสุขที่ได้เรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์	0.67	16.86	0.472	0.542
2. การเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ช่วยกระตุ้นความสนใจใคร่รู้ของฉัน	0.70	18.45		
3. ฉันมักใช้เวลาว่างอย่างเพลิดเพลินไปกับการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์	0.69	18.16		
ด้านความตั้งใจใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ (Behavioral Intention to Use)				
1. ฉันจะใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ในทันทีที่มีโอกาส	0.68	17.30	0.468	0.539
2. ฉันจะแนะนำแหล่งเรียนรู้ในสื่อสังคมออนไลน์ที่น่าสนใจให้กับคนอื่น	0.73	16.79		
3. ฉันมีความตั้งใจที่จะใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ต่อไปในอนาคต	0.64	17.50		
ด้านการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ (Actual Use)				
1. ฉันมีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้อยู่เสมอ	0.71	18.80	0.498	0.726
2. ฉันได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ จากสื่อสังคมออนไลน์ในทุกๆ วัน	0.66	17.48		
3. ตลอด 1 สัปดาห์ที่ผ่านมา ฉันได้เข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง	0.71	17.82		
4. ในภาพรวม ฉันใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้เป็นส่วนที่มากเมื่อเทียบกับวัตถุประสงค์อื่น	0.74	17.54		

เอกสารรับรองการวิจัยในมนุษย์

การวิจัยในครั้งนี้ได้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน โดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยรังสิต เมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2566 เอกสารรับรองเลขที่ DPE. No. RSU-ERB2023-003

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้และการใช้งานจริง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความตั้งใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.04$) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจที่จะใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ต่อไปในอนาคตสูงสุด ($\bar{X}=4.14$) รองลงมาคือการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ในทันทีที่มีโอกาส ($\bar{X}=4.04$) และการแนะนำแหล่งเรียนรู้ในสื่อสังคมออนไลน์ที่น่าสนใจให้กับคนอื่น ($\bar{X}=3.96$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 2 ขณะที่กลุ่มตัวอย่างมีระดับของการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้จริงอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.05$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ จากสื่อสังคมออนไลน์ในทุก ๆ วัน สูงที่สุด ($\bar{X}=4.13$) รองลงมาคือ การมีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้อยู่เสมอ ($\bar{X}=4.09$) มีเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ($\bar{X}=4.01$) และมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้เป็นสัดส่วนที่มากเมื่อเทียบกับวัตถุประสงค์อื่น ($\bar{X}=3.97$) ดังตารางที่ 3

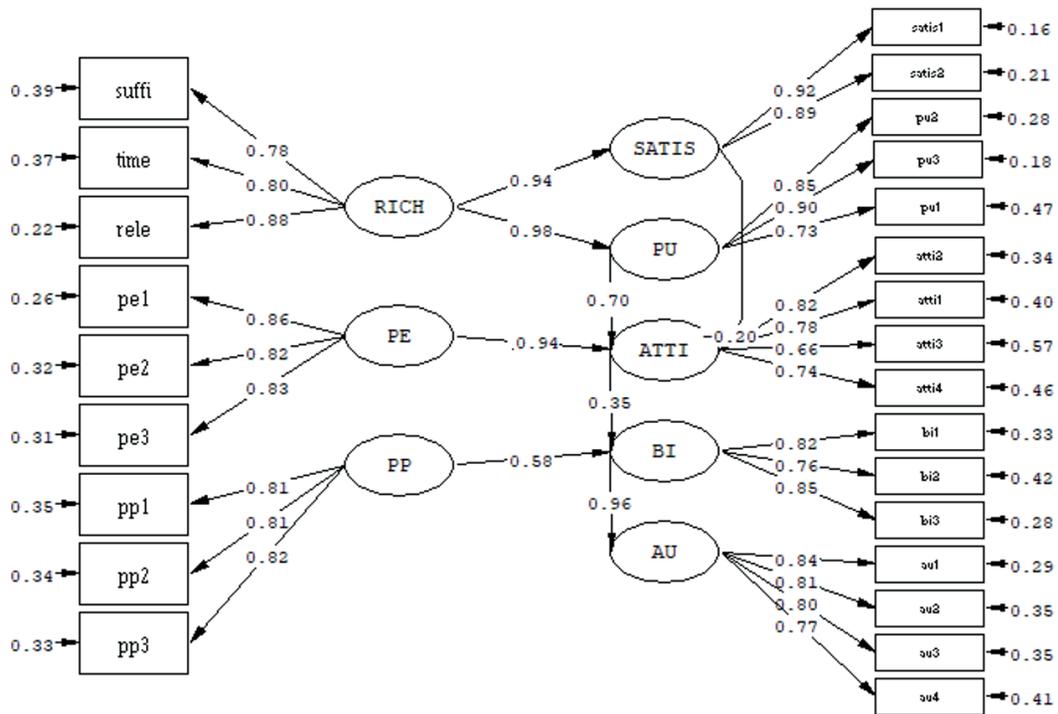
ตารางที่ 2 ความตั้งใจใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้

ความตั้งใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้	\bar{X}	S.D.	แปล
ฉันจะใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ในทันทีที่มีโอกาส	4.04	0.83	มาก
ฉันจะแนะนำแหล่งเรียนรู้ในสื่อสังคมออนไลน์ที่น่าสนใจให้กับคนอื่น	3.96	0.91	มาก
ฉันมีความตั้งใจที่จะใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ต่อไปในอนาคต	4.14	0.77	มาก
โดยรวม	4.04	0.74	มาก

ตารางที่ 3 ระดับของการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้

การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้	\bar{X}	S.D.	แปล
ฉันมีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้อยู่เสมอ	4.09	0.85	มาก
ฉันได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ จากสื่อสังคมออนไลน์ในทุก ๆ วัน	4.13	0.81	มาก
ตลอด 1 สัปดาห์ที่ผ่านมา ฉันได้เข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง	4.01	0.87	มาก
ในภาพรวม ฉันใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้เป็นสัดส่วนที่มากเมื่อเทียบกับวัตถุประสงค์อื่น	3.97	0.91	มาก
โดยรวม	4.05	0.75	มาก

ผู้วิจัยดำเนินการปรับโมเดลจนได้มาตรฐานตามเกณฑ์ของค่าสถิติวัดความกลมกลืน ผลการวิเคราะห์พบว่า โมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่พัฒนาขึ้นผ่านเกณฑ์ตามค่าสถิติวัดความกลมกลืน ได้แก่ χ^2 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p>0.05$) ค่า $\chi^2/df=1.149$, RMSEA=0.021, GFI=0.96, AGFI=0.92, RMR=0.02, SRMR=0.03, NFI=0.99 และ CFI=1.00 มีค่าได้มาตรฐานตามเกณฑ์ค่าสถิติวัดความกลมกลืนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ



Chi-Square=186.29, df=162, P-value=0.09277, RMSEA=0.021

ภาพที่ 2 โมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

* หมายเหตุ ตัวแปรแฝงในโมเดล

- 1) RICH (content Richness) = ความสมบูรณ์ของเนื้อหา ประกอบด้วย
 - 1.1) suffi (Sufficiency) = ความเพียงพอของเนื้อหา
 - 1.2) time (Timeliness) = ความรวดเร็ว
 - 1.3) rele (Relevance) = ความเกี่ยวข้อง
- 2) PE (Perceived Ease of Use) = การรับรู้การใช้งานง่าย
- 3) PP (Perceived Playfulness) = การรับรู้ความสนุก
- 4) SATTIS (User Satisfaction) = ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน
- 5) PU (Perceived Usefulness) = การรับรู้ประโยชน์
- 6) ATTI (Attitude Towards Using) = ทศนคติต่อการใช้งาน
- 7) BI (Behavioral Intention to Use) = ความตั้งใจใช้งาน
- 8) AU (Actual Use) = การใช้งานจริง

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของโมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการใช้งานและความตั้งใจใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

เส้นทาง	ขนาดอิทธิพลมาตรฐาน	t-value
RICH → SATTIS	0.94**	18.51
RICH → PU	0.98**	17.24
SATTIS → ATTI	-0.20	-0.95

ตารางที่ 4 (ต่อ)

เส้นทาง	ขนาดอิทธิพลมาตรฐาน	t-value
PE → ATTI	0.94**	15.66
PU → ATTI	0.70**	16.48
ATTI → BI	0.35**	2.64
PP → BI	0.58**	4.15
BI → AU	0.96**	17.29

หมายเหตุ ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($p < 0.01$) หรือ ($t\text{-value} \geq 2.57$)

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p < 0.05$) หรือ ($1.960 \leq t\text{-value} < 2.57$)

จากตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของโมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการใช้งานและความตั้งใจใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้การใช้งานง่ายและการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.94, 0.70$ ตามลำดับ) ขณะที่ปัจจัยด้านความพึงพอใจไม่มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ ยังพบว่าปัจจัยการรับรู้ความสนุกและทัศนคติต่อการใช้งานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ($\beta = 0.58, 0.35$ ตามลำดับ)

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ความสมบูรณ์ของเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานและการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้การใช้งานง่ายและการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้งาน ทัศนคติต่อการใช้งานและการรับรู้ความสนุกมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งาน และความตั้งใจใช้งานมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	สรุป
สมมติฐานที่ 1 ความสมบูรณ์ของเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน	สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 2 ความสมบูรณ์ของเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์	สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ใช้งานมีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้งาน	ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 4 การรับรู้การใช้งานง่ายมีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้งาน	สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 5 การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้งาน	สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 6 ทัศนคติต่อการใช้งานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งาน	สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 7 การรับรู้ความสนุกมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งาน	สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 8 ความตั้งใจใช้งานมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง	สอดคล้อง

สรุปและอภิปรายผล

ด้านความสมบูรณ์ของเนื้อหาที่ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความเพียงพอ ความรวดเร็ว และความเกี่ยวข้อง มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน สอดคล้องกับการศึกษาของ Al-Marouf et al. (2021) ที่พบว่า ความพึงพอใจในการใช้งาน TikTok และ YouTube ได้รับอิทธิพลจากการความสมบูรณ์ของเนื้อหา นอกจากนี้ โซเชียลมีเดียทั้ง 2 รูปแบบมีการให้บริการข้อมูลที่ทันสมัย มีประโยชน์ สนุกสนาน และมีความตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

ด้านความสมบูรณ์ของเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ สอดคล้องกับการศึกษาของ Wang, Zhu, and Tondeur (2021) ที่พบว่า ความสมบูรณ์ของเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ในบริบทของการเรียนออนไลน์กลุ่มเล็กสำหรับนักเรียนในประเทศจีน ที่เป็นเช่นนั้นเพราะ เมื่อวัยรุ่นได้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่มีเนื้อหาที่ตอบสนองต่อสิ่งที่ต้องการรู้อย่างเพียงพอ ได้รับข้อมูลที่ทันสมัย และมีเนื้อหาเกี่ยวข้องครอบคลุมกับสิ่งที่ต้องการสืบค้นและเข้าถึง ย่อมส่งผลให้วัยรุ่นเห็นถึงประโยชน์ที่ตนเองจะได้รับผ่านการเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ไปด้วย

ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งานไม่มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้งาน สำหรับในประเด็นนี้ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ Vate-U-Lan (2020) มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างตัวแปรความพึงพอใจในการใช้งานและทัศนคติต่อการใช้งานออนไลน์ อย่างไรก็ตามส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะวัยรุ่นในกรุงเทพมหานครอาจไม่ได้ตระหนักถึงทัศนคติต่อการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในมิติของการเรียนรู้เท่าที่ควร จึงทำให้ผลของการศึกษายังไม่สอดคล้องกับการศึกษาที่ผ่านมา

ด้านการรับรู้การใช้งานง่ายและการรับรู้ประโยชน์ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้งาน สอดคล้องกับการศึกษาของ Qashou (2021) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการเรียนรู้ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ในระดับอุดมศึกษา ที่พบว่า การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้การใช้งานง่ายและการรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้งานการเรียนรู้ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ และยังคงสอดคล้องกับ Al-Khasawneh et al. (2022)

ด้านทัศนคติต่อการใช้งานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งาน สอดคล้องกับการศึกษาของ Cao, Duan, Edward, and Dwivedi (2021) ที่พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีในกลุ่มของปัญญาประดิษฐ์เพื่อการตัดสินใจขององค์กร และยังคงสอดคล้องกับการศึกษาของ Mailizar, Burg, and Maulina (2021) ที่ระบุว่า ทัศนคติต่อการเรียนรู้ในรูปแบบออนไลน์มีอิทธิพลสูงในการทำนายความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการเรียนรู้ออนไลน์ของนักศึกษาของประเทศอินโดนีเซียในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19

ด้านการรับรู้ความสนุกมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งาน สอดคล้องกับการศึกษาของ Lin, Lin, Liao, and Chen (2021) ที่พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสนุกมีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้งานและความตั้งใจใช้งานในบริบทของนักศึกษาระดับปริญญาตรีของประเทศไต้หวัน และยังคงสอดคล้องกับการศึกษาของ Hoi and Hang (2021) ที่พบว่า การรับรู้ความสนุกมีบทบาทสำคัญในการส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งาน Facebook อีกทั้งยังทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างอิทธิพลของความสามารถในการสอน การสนับสนุนทางสังคมไปยังความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งาน Facebook เป็นสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้อีกด้วย

ด้านความตั้งใจใช้งานมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง สอดคล้องกับการศึกษาของ Alshurideh, Salloum, Al Kurdi, and Al-Emran (2019) ที่พบว่า ความตั้งใจใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ยังมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการใช้งานจริงในกลุ่มของนักศึกษาของประเทศสหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรสต์ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Raza, Qazi, Khan, and Salam (2021) ที่พบว่า ความตั้งใจในการใช้งานระบบบริหารจัดการเรียนรู้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จริง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

สถาบันการศึกษา หน่วยงานหรือองค์กรที่ต้องการส่งเสริมการเรียนรู้ของวัยรุ่น ควรให้ความสำคัญกับความสมบูรณ์ของเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์แพลตฟอร์มต่าง ๆ ให้มีความน่าสนใจ น่าดึงดูด ครอบคลุม ทันสมัย และเกี่ยวข้องกับสิ่งที่วัยรุ่นให้ความสนใจ หรือมีประโยชน์โดยตรง เช่นเดียวกับผู้สอนหรือผู้มีบทบาทในการผลิตสร้างองค์ความรู้และเนื้อหาบนแพลตฟอร์มของสื่อสังคมออนไลน์ที่ควรให้ความสำคัญประเด็นเหล่านี้เช่นกัน เพื่อให้สอดคล้องกับการรับรู้และประสบการณ์ที่วัยรุ่นจะได้รับจากการเข้าถึงการเรียนรู้บนสื่อสังคมออนไลน์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปนี้ เสนอให้ขยายขอบเขตพื้นที่ในการศึกษา โดยอาจจะเก็บข้อมูลจำแนกตามภูมิภาค หรือจำแนกตามลักษณะของหัวเมืองกับชนบท เพื่อให้ได้สารสนเทศที่ครอบคลุมรวมไปถึงได้ข้อค้นพบที่มีความเฉพาะเจาะจงกับกลุ่มวัยรุ่นที่อาศัยอยู่คนละลักษณะพื้นที่ นอกจากนี้ อาจมีการศึกษาในลักษณะของภาพรวมของวัยรุ่นในประเทศไทยเพื่อให้ได้ภาพใหญ่ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของวัยรุ่น ซึ่งจะช่วยให้สามารถออกแบบนโยบายหรือแนวทางในการส่งเสริมการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของวัยรุ่นได้มากยิ่งขึ้น

2. ในการศึกษาครั้งต่อไป อาจจำแนกพฤติกรรมหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ตามแพลตฟอร์มต่าง ๆ เนื่องจากแต่ละแพลตฟอร์มของสื่อสังคมออนไลน์มีจุดเด่น ความน่าสนใจ รูปแบบการเข้าถึง การร่วมมือปฏิสัมพันธ์ และอื่น ๆ ที่มีความแตกต่างและหลากหลาย หากผลการศึกษาสามารถจัดกลุ่มความโดดเด่นของแต่ละแพลตฟอร์มได้อย่างชัดเจน จะสามารถออกแบบแนวทางในการใช้แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์กับการเรียนรู้ของวัยรุ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณจากวิทยาลัยดุสิตธานี

เอกสารอ้างอิง

- Al-Khasawneh, M., Sharabati, A., Al-Haddad, S., Tbakhi, R., & Abusaimeh, H. (2022). The adoption of TikTok application using TAM model. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1389-1402. doi:10.5267/j.ijdns.2022.5.012
- Al-Marouf, R., Ayoubi, K., Alhumaid, K., Aburayya, A., Alshurideh, M., Alfaisal, R., & Salloum, S. (2021). The acceptance of social media video for knowledge acquisition, sharing and application: A comparative study among YouTube users and TikTok users' for medical purposes. *International Journal of Data and Network Science*, 5(3), 197-214. doi:10.5267/j.ijdns.2021.6.013
- Alshurideh, M., Salloum, S. A., Al Kurdi, B., & Al-Emran, M. (2019, February 19-21). Factors affecting the social networks acceptance: an empirical study using PLS-SEM approach. In *Proceedings of the 2019 8th international conference on software and computer applications* (414-418). Penang Malaysia. doi:10.1145/3316615.3316720
- Breslyn, W., & Green, A. E. (2022). Learning science with YouTube videos and the impacts of Covid-19. *Disciplinary and Interdisciplinary Science Education Research*, 4(1), 1-20. doi:10.1186/s43031-022-00051-4
- Cao, G., Duan, Y., Edwards, J. S., & Dwivedi, Y. K. (2021). Understanding managers' attitudes and behavioral intentions towards using artificial intelligence for organizational decision-making. *Technovation*, 106, 102312. doi:10.1016/j.technovation.2021.102312
- Dumpit, D. Z., & Fernandez, C. J. (2017). Analysis of the use of social media in Higher Education Institutions (HEIs) using the Technology Acceptance Model. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 14(1), 1-16. doi:10.1186/s41239-017-0045-2
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2009). *Multivariate data analysis: Global edition* (7th ed.). New York: Pearson.
- Hoi, V. N., & Hang, H. L. (2021). Understanding students' behavioural intention to use facebook as a supplementary learning platform: A mixed methods approach. *Education and Information Technologies*, 26(5), 5991-6011. doi:10.1007/s10639-021-10565-5
- Institute for the Promotion of Teaching Science and Technology (IPST). (2021). *IPST Collaborates with TikTok to Stimulate New Era Thai Children's Learning - Digital Age Thai Teachers*. Retrieved from <https://www.ipst.ac.th/news/7797/tiktok01.html> [in Thai]
- Kahil, B., & Alobidyeen, B. (2021). Social Media Apps as a Tool for Procedural Learning During COVID-19: Analysis of Tiktok Users. *Journal of Digitovation and Information System*, 1(2), 25-39. doi:10.54433/JDIIS.2021100007
- Kasetsart University. (2020). *COVID-19 and Epidemiology*. Retrieved from <https://learningcovid.ku.ac.th> [in Thai]
- Lin, C. W., Lin, Y. S., Liao, C. C., & Chen, C. C. (2021). Utilizing technology acceptance model for influences of smartphone addiction on behavioural intention. *Mathematical Problems in Engineering*, 2021, 1-7. doi:10.1155/2021/5592187
- Luthar, S. S., Kumar, N. L., & Zillmer, N. (2020). High-achieving schools connote risks for adolescents: Problems documented, processes implicated, and directions for interventions. *American Psychologist*, 75(7), 983-995. doi:10.1037/amp0000556
- Mailizar, M., Burg, D., & Maulina, S. (2021). Examining university students' behavioural intention to use e-learning during the COVID-19 pandemic: An extended TAM model. *Education and Information Technologies*, 26(6), 7057-7077. doi:10.1007/s10639-021-10557-5
- Muninger, M. I., Hammedi, W., & Mahr, D. (2019). The value of social media for innovation: A capability perspective. *Journal of Business Research*, 95, 116-127. doi:10.1016/j.jbusres.2018.10.012

- Qashou, A. (2021). Influencing factors in M-learning adoption in higher education. *Education and Information Technologies*, 26(2), 1755-1785. doi:10.1007/s10639-020-10323-z
- Raza, S. A., Qazi, W., Khan, K. A., & Salam, J. (2021). Social isolation and acceptance of the learning management system (LMS) in the time of COVID-19 pandemic: an expansion of the UTAUT model. *Journal of Educational Computing Research*, 59(2), 183-208. doi:10.1177/0735633120960421
- Salloum, S. A., Alhamad, A. Q. M., Al-Emran, M., Monem, A. A., & Shaalan, K. (2019). Exploring students' acceptance of e-learning through the development of a comprehensive technology acceptance model. *IEEE Access*, 7, 128445-128462. doi:10.1109/ACCESS.2019.2939467
- Soper, D. S. (2021). *A-priori sample size calculator for structural equation models* [Software]. Retrieved from <https://www.danielsoper.com/statcalc>
- Sritongsuk, R., & Choeychanya, P. (2017). Factors influencing decision-making behavior to participate in event marketing of Generation Y and Generation Z in the Bangkok metropolitan area. *Journal of Communication and Management NIDA*, 3(1), 1-19. [in Thai]
- Thongbai, N. (2020, December 18). TikTok: The Beloved Entertainment of Generation Z. In *Proceedings of the 15th National and International Conference: Research and Innovation for Sustainable Development* (1059-1068). Bangkok, Thailand: Sripatum University. [in Thai]
- Vate-U-Lan, P. (2020). Psychological impact of e-learning on social network sites: online students' attitudes and their satisfaction with life. *Journal of Computing in Higher Education*, 32(1), 27-40. doi:10.1007/s12528-019-09222-1
- Wang, K., Zhu, C., & Tondeur, J. (2021). Using micro-lectures in small private online courses: what do we learn from students' behavioural intentions?. *Technology, Pedagogy and Education*, 30(3), 427-441. doi:10.1080/1475939X.2020.1832565

