

การพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อการพนันออนไลน์ ของนักศึกษาในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย

วันที่รับบทความ: 17 พฤศจิกายน 2568 / วันที่แก้ไขบทความ: 23 มีนาคม 2569 / วันที่ตอบรับบทความ: 27 เมษายน 2569

คมสัน รัตนะสิมากุล*

อัญมณี ภักดีมวชน

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสำรวจระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเล่นพนันออนไลน์ 2) เพื่อวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อการพนันออนไลน์ของนักศึกษา และ 3) เพื่อพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อการพนันออนไลน์ของนักศึกษา ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย ดำเนินการวิจัยโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) ด้วยวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) มีกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษา จำนวน 400 คน ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Random Sampling) ผลการวิจัยพบว่า 1) นักศึกษามีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเล่นพนันออนไลน์ ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.76$, S.D.=1.33) 2) ระดับการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา พบว่า ค่าเฉลี่ยการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.20$, S.D.=1.29) และ 3) ตัวแปรพยากรณ์การรู้เท่าทันสื่อการพนันออนไลน์ของนักศึกษา ทั้งหมด 8 ตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยทางด้านการสื่อสารกับเว็บพนันออนไลน์ ($R^2=0.381$) พยากรณ์ได้ร้อยละ 38.10 เพิ่มตัวแปรปัจจัยด้านรายได้ ($R^2=0.422$) พยากรณ์ได้ร้อยละ 42.20 เพิ่มตัวแปร ปัจจัยด้านแหล่งที่มาของรายได้จากผู้ปกครอง ($R^2=0.443$) พยากรณ์ได้ร้อยละ 44.30 เพิ่มตัวแปร ปัจจัยด้านกฎหมาย ($R^2=0.464$) พยากรณ์ได้ร้อยละ 46.40 เพิ่มตัวแปรปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ($R^2=0.472$) พยากรณ์ได้ร้อยละ 47.20 เพิ่มตัวแปรด้านภูมิทัศน์สื่อดิจิทัล ($R^2=0.478$) พยากรณ์ได้ร้อยละ 47.80 เพิ่มตัวแปรปัจจัยด้านเพศ ($R^2=0.484$) พยากรณ์ได้ร้อยละ 48.40 และเพิ่มตัวแปรปัจจัยด้านจิตวิทยาการเล่นพนัน ($R^2=0.490$) พยากรณ์ได้ร้อยละ 49.00

คำสำคัญ: โฆษณาพนันออนไลน์, การรู้เท่าทันสื่อ, เว็บพนันออนไลน์, การพยากรณ์

คมสัน รัตนะสิมากุล (นศ.ด.นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549) ; E-mail: komsancru1969@gmail.com) ปัจจุบันดำรงตำแหน่งรองศาสตราจารย์ประจำภาควิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย และอัญมณี ภักดีมวชน (นศ.ด.นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 2563; E-mail: Anyamane_Pak@cmru.ac.th) ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเรื่อง “บุคลิกภาพ พฤติกรรมการพนันออนไลน์ ที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อการพนันออนไลน์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา” งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย) ประจำปีงบประมาณ 2567

*Corresponding Author's E-mail: komsancru1969@gmail.com

Predicting Factors Affecting Online Gambling Media Literacy Among Students in Chiang Rai Province

Received: November 17, 2025 / Received in revised form: March 23, 2026 / Accepted: April 27, 2026

*Komsan Rattanasimakul**

Anyamanee Pakdeemualchon

Abstract

This study aimed to: (1) examine the level of undergraduate students' perceptions regarding factors influencing online gambling behavior; (2) assess the level of online gambling media literacy among undergraduate students; and (3) identify the predictive factors affecting undergraduate students' online gambling media literacy in Chiang Rai Province. This research employed a quantitative approach using a survey research method, with data collected through a structured questionnaire. The sample consisted of 400 undergraduate students in Chiang Rai Province, selected using a multi-stage random sampling technique. The findings revealed that: (1) Undergraduate students reported a moderate level of perceptions toward factors influencing online gambling behavior ($\bar{X} = 2.76$, S.D.= 1.33). (2) The overall level of online gambling media literacy among undergraduate students was also at a moderate level ($\bar{X} = 3.20$, S.D. = 1.29). (3) A total of eight variables were found to significantly predict undergraduate students' online gambling media literacy. The strongest predictor was communication with online gambling websites, explaining 38.10% of the variance ($R^2 = 0.381$). When additional variables were entered into the model, the predictive power increased as follows: Income ($R^2 = 0.422$; 42.20%) Source of income from parents ($R^2 = 0.443$; 44.30%) Legal factors ($R^2 = 0.464$; 46.40%) Environmental factors ($R^2 = 0.472$; 47.20%) Digital media landscape ($R^2 = 0.478$; 47.80%) Gender ($R^2 = 0.484$; 48.40%) Psychological factors of gambling behavior ($R^2 = 0.490$; 49.00%) Overall, the results indicate that both individual and contextual factors jointly contribute to explaining undergraduate students' online gambling media literacy, with the final model accounting for 49.00% of the variance.

Keywords: Online Gambling Advertising, Media Literacy, Online Gambling Websites, Forecasting

Komsan Rattanasimakul (Ph.D. student, Journalism, Chulalongkorn University, 2006); E-mail: komsancru1969@gmail.com) is currently the Dean of the Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University. And Anyamanee Pakdeemualchon (Ph.D. Communication Arts), Chiang Rai Rajabhat University, (2020); E-mail: Anyamanee_Pak@cmru.ac.th) is currently a lecturer in Communication Arts Faculty of Management Science, Chiang Mai Rajabhat University.

This article is part of the research on "Personality and Online Gambling Behavior Affecting Online Gambling Media Literacy of Higher Education Students". This research was supported by research funding from Chiang Rai Rajabhat University for fiscal year 2024.

*Corresponding Author's E-mail: komsancru1969@gmail.com

บทนำ

การพนันออนไลน์ที่คนไทยนิยมเล่น ได้แก่ บาคาร่า เกมไพ่ชนิดอื่น ๆ สล็อตแมชชีน (ตู้เกม) พนันทายผลกีฬา หว่ยต่าง ๆ รวมทั้งการพนันเกมคอมพิวเตอร์ (อีสปอร์ต) ยกตัวอย่าง การพนันประเภททายผลการแข่งขันกีฬา เช่น ฟุตบอลนอกจากจะมีเงินหมุนเวียนสูงมากแล้วมีเด็ก เยาวชนเล่นเป็นสัดส่วนที่สูงมาก ทางด้านเมธาวิ เหมคำ สมาคมไอเซคผู้นำนักศึกษาระหว่างประเทศ กล่าวว่า ก่อนช่วงระบาดโควิด-19 เด็กและเยาวชนส่วนใหญ่ใช้เวลาในแต่ละวันกับการใช้เครื่องมือออนไลน์เฉลี่ย 6 ชั่วโมงขึ้นไป ร้อยละ 32.13 แต่ในช่วงอยู่บ้านเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 48.20 หรือประมาณครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสำรวจในระหว่างการใช้เครื่องมือออนไลน์ เด็กและเยาวชนได้พบเห็นโฆษณาชวนให้เล่นพนันหรือเสี่ยงโชค เช่น "เล่นเกมได้เงิน" "ลงทุนง่าย ได้เงินไว" หรือ "กักตัวไม่กลัวจน" มากถึงร้อยละ 70.06 ช่องทางที่พบเห็นเป็นเพชฌฆาตมากที่สุด (กรุงเทพธุรกิจออนไลน์, 19 กุมภาพันธ์ 2564)

ผลการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า “หลังจากเห็นโฆษณาการพนันออนไลน์แล้ว มีเด็กและเยาวชนตามเข้าไปเล่นพนันร้อยละ 13.24 โดยการพนัน 5 ประเภทที่เล่นมากที่สุด ได้แก่ ยิงปลา ร้อยละ 31.68 เพราะมีลักษณะไม่เหมือนการพนัน แต่เป็นการเล่นเกมที่มีโอกาสได้เงิน รองลงมาคือแทงหว่ย ร้อยละ 19.80 เกมสล็อต ร้อยละ 17.82 บาคาร่า ร้อยละ 15.84 และทายผลกีฬา ร้อยละ 14.85 ตามลำดับ ผลการเล่นพนันส่วนใหญ่คือร้อยละ 82.18 เสียมากกว่าได้ และนำตกใจว่าจำนวนเงินที่เสียสูงสุดมากถึง 100,000 บาท น้อยที่สุดอยู่ที่ 7,000 บาท” (ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ, 2564)

ถึงแม้จะมีการปราบปรามจากหน่วยงานรัฐบาล แต่สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (สำนักงานปปง.) กล่าวว่า ยังไม่สามารถตัดวงจรของเจ้าของเว็บไซต์ได้อย่างเด็ดขาด เนื่องจากนายทุนมักจะใช้ตัวแทนหรือลูกน้องในขบวนการรับเป็นผู้จัดให้มีการเล่นการพนันแทน และยังใช้บัญชีเงินฝากของผู้รับจ้างเปิดบัญชีเป็นช่องทางในการรับเงินจากนักพนัน เมื่อถูกจับกุม นายทุนก็จะเปลี่ยนไปใช้บัญชีของบุคคลอื่น

ในการกระทำความผิด การพนันออนไลน์ไทยมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มมากขึ้น เพราะเป็นธุรกิจข้ามชาติที่มีกำไรสูง มีเทคนิควิธีการการโฆษณา การตลาด ที่ทำให้ประชาชนโดยเฉพาะเด็กและเยาวชนที่ยุคนี้เข้าถึงเทคโนโลยีได้ง่าย และประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายและการบังคับใช้ที่จะควบคุมเรื่องนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ศูนย์ปราบปรามอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (DSI) ไม่สามารถสั่งปิดเว็บไซต์ให้บริการการพนันออนไลน์ได้ด้วยตนเอง ต้องขอความร่วมมือจากตำรวจและมหาดไทย และต้องขออนุญาตจากศาล

จากงานวิจัยของ ปัทมาภรณ์ สุขสมโส (2561) ที่เป็นการตอกย้ำให้เห็นว่ากลุ่มนักศึกษาสามารถเข้าถึงการพนันออนไลน์ได้ง่าย โดยผลการวิจัยพบว่า การเล่นเกมพนันด้วยสื่อออนไลน์ ทำให้บุคคลแสวงหาข้อมูลได้ง่าย สามารถเล่นการพนันได้ในทุกที่ทุกเวลา มีความสะดวกสบายในการเล่นการพนันออนไลน์ โดยไม่มีข้อพิพาทหลักฐานมัดตัว ทำให้รู้สึกปลอดภัย เพราะตำรวจไม่สามารถตรวจสอบการพนันจากสื่อออนไลน์ได้

Williams, Wood, and Parke (2012) กล่าวว่า การเล่นเกมพนันในวัยเรียนส่งผลต่อการเรียนที่ตกต่ำลงหรือทำให้ขาดเรียนบ่อย มีผลทำให้การเรียนแย่ลง ทางด้าน Mirella Yanide-Soriano และคณะวิจัย (2012) พบว่า ผู้ที่มีปัญหาติดพนันออนไลน์มักจะดื่มแอลกอฮอล์อย่างหนัก ซึ่งส่งผลต่อสุขภาพตามมา ทางด้านสภาพจิตใจนั้นผลการวิจัยของ Matthews, Farnsworth and Griffiths (2009) กล่าวว่าระหว่างที่ผู้เล่นเล่นการพนันจะทำให้รู้สึกกระตือรือร้น มีพลัง ตื่นเต้น คลายความเครียด สัมผัสปัญหาชีวิต ด้วยที่มีความที่ใจจดจ่ออยู่กับการพนันช่วยให้รู้สึกที่เวลาผ่านไปเร็ว แต่พบว่าภายหลังจากการเล่นพนันเสร็จสิ้นลง ผู้เล่นกลับมีสภาวะทางอารมณ์ที่เป็นลบ (Negative Mood) เกิดความรู้สึกกลัว โกรธ หดหู่ เกลียดชัง และงานวิจัยของ Boughton, Jindani and Turner (2016) ได้ทำการวิจัยพบว่ากลุ่มผู้หญิงที่ติดพนันออนไลน์ จะมีพฤติกรรม การกินที่ผิดปกติ สูบบุหรี่ ดื่มเหล้า บัตรเครดิตจากการพนันถึงร้อยละ 50 ต้องกู้ธนาคาร ค้างชำระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ยืมเงินจากครอบครัว ขายทรัพย์สินส่วนตัว ถอนเงินออกจากกองทุนออมทรัพย์จนในที่สุดต้องกลายเป็นคนล้มละลาย

ในพื้นที่จังหวัดเชียงราย มีข่าวการจับกุมหลายบ่อนพนันออนไลน์เป็นจำนวนมาก ยกตัวอย่างเช่น เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2565 พล.ต.อ.ดำรงศักดิ์ กิตติประภัสร์ ผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติ เปิดเผยว่า ตำรวจเข้าตรวจค้นรวม 13 จุด ทั้งในพื้นที่กรุงเทพฯ และ จ.เชียงราย โดยเว็บไซต์พนันออนไลน์ดังกล่าวเปิดให้ผู้เล่นพนันหลายรูปแบบตลอด 24 ชั่วโมง โดยประกาศชักชวนให้ผู้เล่นพนันเข้าเล่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์และทางเว็บไซต์อย่างเปิดเผย รวมทั้งมีระบบฝากถอนที่ให้ผู้เล่นผูกบัญชีกับเว็บไซต์ ก่อนจะให้โอนเงินไปยังบัญชีม้าเพื่อปกปิดเส้นทางการเงิน จากนั้นจะมีคนทำหน้าที่ถอนเงินออกจากบัญชีในหลายธนาคาร ก่อนนำเงินไปมอบให้ตามคำสั่งของนายทุน ตำรวจสามารถจับผู้ต้องหาได้ 10,644 คน โดยผู้ทนายผลพวงกว่า 9,000 คน ส่วนใหญ่เป็นการเล่นพนันผ่านช่องทางออนไลน์ และปีนี้ยังพบว่ามียุวกและเยาวชนเข้าไปร่วมเล่นการพนันมากขึ้น (ไทยพีบีเอส, ออนไลน์)

ทางด้านรัตนภรณ์ ยงยุทธวิชัย (2562) ทำการวิจัยเกี่ยวกับปัญหาการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการพนัน และการพนันออนไลน์ของประเทศไทย ที่พบว่ามีปัญหาเกี่ยวกับการไม่มีบทบัญญัติหรือมาตรการที่คุ้มครองเด็กและเยาวชนจากการถูกชักจูงหรือเชิญชวนให้เล่นการพนัน ดังนั้นจึงควรมีการปลูกฝังจิตสำนึกให้เด็กและเยาวชนไม่ให้ยุ่งเกี่ยวกับการพนัน เพื่อลดปัญหาการพนันที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตต่อไป

ดังนั้น การรู้เท่าทันสื่อการพนันออนไลน์จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้เด็กและเยาวชนสร้างเกราะป้องกันตนเองไม่ให้ตกเป็นเหยื่อที่อาจจะทำให้เสียหายทั้งต่อตนเองและทรัพย์สิน การรู้เท่าทันสื่อการพนันออนไลน์ที่จะต้องสร้างให้เด็กและเยาวชน โดยเฉพาะนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาใช้เป็นเครื่องมือป้องกันไม่ให้ถูกกระตุ้นจากโฆษณาแฝงการพนันออนไลน์ที่มากับเว็บไซต์ต่าง ๆ ควรเสฟสื่ออย่างมีสติและสร้างสรรค์ รู้จักคิดวิเคราะห์ แยกแยะข้อมูลไม่หลงเชื่อคำโฆษณาเชิญชวนหลอกล่อการพนันออนไลน์ในทุกรูปแบบ มีสติในการใช้สื่อสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีให้กับตนเองและคนในครอบครัว

จากการศึกษาพบว่า มีปัจจัยหรือตัวแปรที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อการโฆษณาการพนันออนไลน์ ได้แก่บุคลิกภาพ

ซึ่งเป็นลักษณะเชิงจิตวิทยาของบุคคลแต่ละคน มีผลต่อการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมหลากหลายของบุคคลนั้น ทั้งส่วนที่เป็นลักษณะภายนอก ที่สังเกตได้ง่ายและพฤติกรรมภายในที่สังเกตได้ยาก ลักษณะที่หลากหลายดังกล่าว ส่งผลให้กลุ่มผู้ที่เล่นการพนันออนไลน์ เป็นกลุ่มบุคคลที่แสดงออกต่างกันในแต่ละสถานการณ์และช่วงเวลา ตามที่ภัทรพร แจ่มใส (2546) ที่ทำการศึกษพบว่าปัจจัยทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ ได้แก่ แหล่งการควบคุมตน กล่าวคือผู้ที่มีพฤติกรรมการติดการพนันเชื่อว่าตนจะมีเงินทองมาใช้จ่ายใช้สอยด้วยการเล่นพนัน ซึ่งต้องอาศัยโชค เคราะห์หรือดวง แทนการพยายามทำงานทำเพื่อให้ได้เงินมาใช้จ่ายใช้สอย นอกจากนั้นการขาดการยั้งคิด เป็นบุคลิกภาพที่มีพฤติกรรมขาดการยั้งคิดสูง คือมักแก้ปัญหาด้วยการตอบสนองต่อสิ่งเร้าโดยไม่ได้ประเมินถึงผลลัพธ์ต่าง ๆ อย่างรอบคอบ ขาดความอดทน โอกาสที่จะมีพฤติกรรมติดการพนันย่อมสูงขึ้นด้วย

กรมสุขภาพจิต (2565) สำนวนวิเคราะห์สาเหตุตัวกระตุ้นภายในหรือความคิด อารมณ์ ที่ทำให้เล่นพนัน เช่นความรู้สึกเบื่อ เครียด กังวล แล้ววางแผนจัดการหลีกเลี่ยงจัดการความเสี่ยงที่จะกลับไปเล่นพนัน เช่น ไม่เปิดดู ไม่คุยกับกลุ่มที่เล่นพนัน ควรกำหนดวันเลิกเล่น ซึ่งเลิกเล่น เลยจะปลอดภัยที่สุด จนบางครั้งต้องจำกัดการเข้าถึงแหล่งพนัน เช่น ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตชั่วคราว เป็นต้น จากผลการวิเคราะห์สาเหตุวิเคราะห์ตัวกระตุ้นภายในหรือความคิด อารมณ์ที่ทำให้เล่นการพนันที่มาจากตัวแปรทางด้านจิตวิทยา และงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าบุคลิกภาพส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ โดยอมรรรัตน์ ทิพย์เลิศ (2550) พบว่าการที่คนมีบุคลิกภาพทางด้านอารมณ์ที่ดี (Emotional) ก็จะเป็นคนที่มีความรู้เท่าทันสื่อที่ดี และควบคุมสื่อได้มากกว่า

จากที่มาและความสำคัญของปัญหา รัฐบาลจึงควรมีการปฏิรูปนโยบายต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนมีรายได้ มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น มีมาตรการป้องกันและปราบปรามการพนันออนไลน์ ลดปัญหาการติดพนันออนไลน์ที่ชัดเจน เนื่องจากส่วนหนึ่งคนไทยที่ชอบเล่นการพนันออนไลน์ หรือติดการพนันออนไลน์เป็นปัญหาทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมที่มีการ

ชักชวนกันไปเล่น สำหรับสัดส่วนของกลุ่มวัยรุ่น นักศึกษาที่มีแนวโน้มจะเล่นการพนันออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้น การเปิดเว็บไซต์เกี่ยวกับธุรกิจการพนันออนไลน์ที่yakต่อการควบคุม รวมทั้งยังไม่มีความหมายและการบังคับใช้ที่ห้ามการโฆษณาธุรกิจการพนันออนไลน์ทางตรงและทางอ้อมที่ชัดเจน ดังนั้น เพื่อเป็นเกาะป้องกันตนเองในเบื้องต้นสำหรับนักศึกษา

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาสำรวจระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเล่นพนันออนไลน์ วัดระดับการรู้เท่าทันสื่อการพนันออนไลน์ของนักศึกษา และพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อการพนันออนไลน์ของนักศึกษา ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย เพื่อเป็นแนวทางการสื่อสาร ถ่ายทอดให้นักศึกษาในการเสริมสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อการพนันออนไลน์ และแก้ไขปัญหาการติดพนันออนไลน์ ให้สามารถใช้ชีวิตในสังคมได้อย่างปกติสุข เป็นพลเมืองที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพในการพัฒนาประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อสำรวจระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเล่นพนันออนไลน์
- 2) เพื่อวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อการพนันออนไลน์ของนักศึกษา
- 3) เพื่อพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อการพนันออนไลน์ของนักศึกษา ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย

นิยามเชิงปฏิบัติการ

1) ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาของการเล่นการพนัน หมายถึง สภาวะทางจิตใจหรือลักษณะทางจิตเวชของผู้เล่นที่กระตุ้นให้เข้าสู่กระบวนการเล่นการพนันออนไลน์ ได้แก่ การใช้สารเสพติดที่กระตุ้นสมอง การมีพฤติกรรมย่ำคิดย้ำทำจนไม่สามารถควบคุมแรงกระตุ้นได้ การมีความวิตกกังวลสูงหรือหมกมุ่นเพื่อหาเงินมาเล่นพนัน และการมีอารมณ์แปรปรวนหรือปัญหาด้านสุขภาพจิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเล่นการพนัน

2) ปัจจัยพฤติกรรมของตนเอง หมายถึง แรงจูงใจและความพึงพอใจส่วนบุคคลที่ทำให้นักศึกษาเข้าเล่นพนันออนไลน์

ประกอบด้วย ความอยากรู้อยากลอง ความชื่นชอบส่วนตัวในการลุ้นและเสี่ยงโชค การใช้การพนันเป็นกิจกรรมยามว่างเพื่อคลายเหงา ความรู้สึกตื่นเต้นเพลิดเพลินเมื่อได้เล่น ความต้องการหารายได้เสริม และความชื่นชอบในกีฬาที่นำไปสู่การพนัน

3) ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง อิทธิพลจากบุคคลรอบข้างและบริบททางสังคมที่หล่อหลอมหรือชักจูงให้เล่นพนันออนไลน์ ได้แก่ การถูกเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงานชักชวน การมีผู้ปกครองหรือคนใกล้ชิดที่เล่นการพนันออนไลน์อยู่แล้ว รวมถึงสภาพปัญหาครอบครัว เช่น การหย่าร้างของพ่อแม่ หรือการได้รับการอบรมสั่งสอนเรื่องการพนันที่ไม่ถูกต้อง

4) ปัจจัยทางด้านกฎหมาย หมายถึง ข้อจำกัดหรือช่องว่างของบทบัญญัติทางกฎหมายและการบังคับใช้ในปัจจุบันที่ส่งผลให้การพนันออนไลน์ยังคงแพร่หลาย เช่น นิยามตาม พ.ร.บ. การพนัน พ.ศ. 2478 ที่ไม่ชัดเจน บทลงโทษที่ต่ำเกินไป ความไร้ประสิทธิภาพของระบบสืบบนนำจับ การขาดมาตรการควบคุมการพนันออนไลน์ที่ครอบคลุม นโยบายที่ล่าช้าไม่ทันต่อสถานการณ์ และช่องโหว่ในการปราบปรามที่ทำให้ผู้เล่นเข้าถึงได้ง่ายโดยไม่ต้องระบุตัวตน

5) ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์การพนันรูปแบบพนันใหม่ ๆ หมายถึง ลักษณะเฉพาะและรูปแบบของเกมการพนันออนไลน์ที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อดึงดูดใจ เช่น การมีรูปแบบการเล่นที่ปรับเปลี่ยนใหม่เสมอ การออกแบบหน้าจอเว็บไซต์ให้มีความน่าสนใจ และการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะที่ทำให้ผู้เล่นเกิดอาการติดหรือหลงใหลได้ง่าย

6) ปัจจัยทางการสื่อสารส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง กลยุทธ์การสื่อสารและการส่งเสริมการขายที่เว็บพนันใช้เพื่อดึงดูดลูกค้า ได้แก่ การนำเสนอบริการที่น่าสนใจ การไม่กำหนดราคาขั้นต่ำเพื่อให้เริ่มเล่นได้ง่าย การใช้ช่องทางโซเชียลมีเดีย (Facebook, Line, TikTok) ในการกระตุ้นและการใช้โปรโมชั่นพิเศษ เช่น การแถมยอดเงินเครดิตเมื่อเติมเงิน

7) ปัจจัยทางด้านภูมิทัศน์สื่อดิจิทัล หมายถึง ลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมบนโลกออนไลน์ที่เอื้อต่อการ

เล่นการพนัน ได้แก่ ความเป็นส่วนตัวในการใช้งาน การสร้างพื้นที่ศาลิโนเสมือนจริง การมีส่วนร่วมในพื้นที่ออนไลน์ การใช้บัญชีที่หลากหลายเพื่อปิดบังตัวตน การเคลื่อนย้ายแพลตฟอร์มจากพื้นที่ปิดลับมาสู่โลกออนไลน์ และความรู้สึกปลอดภัยหรือสะดวกสบายมากกว่าการไปเล่นในสถานที่จริง

8) ปัจจัยทางด้านการสื่อสารกับเว็บพนันออนไลน์ หมายถึง รูปแบบการปฏิสัมพันธ์และเทคนิคการสื่อสารของเว็บไซต์กับผู้เล่น ได้แก่ การสร้างแรงจูงใจผ่านการแสดงที่ตั้งอาคารให้ดูน่าเชื่อถือ การสื่อสารเพื่อกระตุ้นให้สมัครสมาชิก การใช้ภาพบุคคลจริงหรือมีคอลเซ็นเตอร์ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง การถ่ายทอดสดการเล่น และการใช้ภาษาที่สร้างความรู้สึกสำคัญให้แก่ผู้เล่น เช่น การเรียกว่าระดับ VIP

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคล (personal factors) เป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการรับรู้ การตีความ และการประเมินสารของบุคคล โดยเฉพาะในบริบทของสื่อดิจิทัลที่มีลักษณะซับซ้อนและมีการโน้มน้าวสูง เช่น โฆษณาพนันออนไลน์ (Kotler & Keller, 2016) ทั้งนี้ ปัจจัยดังกล่าวสามารถอธิบายได้ผ่านกรอบแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ความสามารถในการเข้าถึง วิเคราะห์ และประเมินสาร มีได้ขึ้นอยู่กับทักษะเพียงอย่างเดียว แต่ยังสัมพันธ์กับบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และประสบการณ์ของผู้รับสาร (Potter, 2013; Livingstone, 2004)

ในบริบทของกลุ่มนักศึกษา ตัวแปรส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปี รายได้ แหล่งที่มาของรายได้ และลักษณะการอยู่อาศัย สามารถอธิบายความแตกต่างของระดับการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ได้ ดังนี้

เพศ เป็นตัวแปรที่มีผลต่อรูปแบบการใช้สื่อและพฤติกรรมการรับสาร โดยงานวิจัยจำนวนมากพบว่า เพศชายมี

แนวโน้มเปิดรับเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการพนันและความเสี่ยงมากกว่า ขณะที่เพศหญิงมักมีความระมัดระวังและใช้การประเมินเชิงวิพากษ์สูงกว่า ส่งผลให้ระดับการรู้เท่าทันสื่อแตกต่างกัน (Livingstone, 2004)

อายุ เป็นตัวแปรที่สะท้อนถึงระดับวุฒิภาวะและประสบการณ์ในการใช้สื่อ ผู้ที่มีอายุมากขึ้นมักมีความสามารถในการคิดเชิงวิพากษ์และการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลสูงขึ้น ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ (Potter, 2013)

ระดับชั้นปีที่ศึกษา จะมีความสัมพันธ์กับประสบการณ์ทางการเรียนรู้และการพัฒนาทักษะทางปัญญานักศึกษาชั้นปีที่สูงกว่ามีแนวโน้มได้รับการฝึกทักษะการคิดวิเคราะห์ การค้นคว้า และการประเมินข้อมูลมากกว่า จึงอาจมีระดับการรู้เท่าทันสื่อสูงกว่า (พนม คลีฉายา, 2565)

รายได้ ระดับของรายได้มีนัยสำคัญต่อโอกาสในการเข้าถึงสื่อและทรัพยากรทางดิจิทัล รวมถึงแรงจูงใจทางเศรษฐกิจที่อาจทำให้บุคคลสนใจเนื้อหาพนันออนไลน์มากขึ้น โดยเฉพาะในกรณีที่มีมองว่าเป็นช่องทางสร้างรายได้ ซึ่งอาจลดการประเมินความเสี่ยงอย่างรอบด้าน (Kotler & Keller, 2016)

สำหรับแหล่งที่มาของรายได้ กองทุนกู้ยืม นักศึกษาที่พึ่งพากองทุนกู้ยืมมีแนวโน้มเผชิญแรงกดดันทางการเงิน ซึ่งอาจเพิ่มความสนใจต่อโฆษณาพนันออนไลน์ในฐานะ “โอกาสทางเศรษฐกิจ” ส่งผลให้การตัดสินใจอาจขาดการพิจารณาเชิงวิพากษ์ และลดระดับการรู้เท่าทันสื่อ ในทางตรงกันข้าม นักศึกษาที่ได้รับทุนการศึกษามักมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงและมีวินัยในการตัดสินใจมากกว่า ซึ่งอาจส่งผลให้มีทักษะการวิเคราะห์และการประเมินสื่อในระดับที่สูงกว่า (พนม คลีฉายา, 2565)

ส่วนสถานที่อยู่อาศัย จะมีผลต่อสภาพแวดล้อมทางสังคมและการควบคุมพฤติกรรม โดยการอยู่หอพักกับเพื่อน อาจเพิ่มการแลกเปลี่ยนข้อมูลและอิทธิพลจากกลุ่มเพื่อน (peer influence) ซึ่งอาจทั้งเพิ่มหรือลดการรู้เท่าทันสื่อ การอยู่หอพักคนเดียวอาจเพิ่มความเป็นอิสระในการใช้สื่อ แต่ขาดการ

ตรวจสอบทางสังคม ทำให้มีความเสี่ยงต่อการรับสารโดยไม่ผ่านการกลั่นกรอง (Livingstone, 2004)

ผู้วิจัยจะนำแนวคิดเรื่องปัจจัยส่วนบุคคล มาวิเคราะห์เพื่ออธิบายว่ามีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันโฆษณาบนออนไลน์ ซึ่งผลลัพธ์ดังกล่าวจะช่วยระบุกลุ่มเสี่ยงและพัฒนาแนวทางส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อได้อย่างเหมาะสมและตรงกลุ่มเป้าหมายต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ

หนังสือรู้เท่าทันสื่อโดยศูนย์เรียนรู้สุขภาวะ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (2560) ได้กล่าวถึง 5 องค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อ ดังนี้

การรู้เท่าทันสื่อ คือ การที่เราไม่หลงเชื่อเนื้อหาที่ได้ อ่าน ได้ยิน ได้ฟัง แต่สามารถคิด วิเคราะห์ สงสัย และรู้จักตั้งคำถามว่า สิ่งนั้นจริงหรือไม่จริง ใครเป็นคนให้ข้อมูลเขาต้องการสื่ออะไร หรือมีจุดมุ่งหมายแอบแฝงหรือไม่ 5 องค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อที่เราต้องมี ได้แก่

1) การเปิดรับสื่อ การเปิดรับการเข้าใจการวิเคราะห์สื่อคือ การรู้เท่าทันการเปิดรับสื่อของประสาทสัมผัส หู ตา จมูก ลิ้น สัมผัสของเรา ซึ่งเมื่อเปิดรับแล้วสมองจะสั่งการให้คิดและปรุงแต่งให้เกิดอารมณ์ต่าง ๆ ตามมา การรู้เท่าทันสื่อในขั้นของการรับรู้อารมณ์ตนเองจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องแยกความคิดและอารมณ์ออกจากกัน และความคิดจะทำให้เรารับรู้ความจริงว่า “อะไรเป็นสิ่งที่สื่อสร้างขึ้น” เป็นต้น

2) การวิเคราะห์สื่อ คือ การแยกแยะองค์ประกอบในการนำเสนอของสื่อว่ามีวัตถุประสงค์อะไร

3) การเข้าใจสื่อ คือ การตีความสื่อหลังจากเปิดรับสื่อไปแล้ว เพื่อทำความเข้าใจในสิ่งที่สื่อนำเสนอ ซึ่งผู้รับสารแต่ละคนก็จะมีเข้าใจสื่อได้ไม่เหมือนกันตีความไปคนละแบบขึ้นอยู่กับประสบการณ์ พื้นฐานการศึกษาคุณสมบัติในการเรียนรู้ ตลอดจนการรับรู้ข้อมูลของแต่ละบุคคลที่ไม่เท่ากันมาก่อน

4) การประเมินค่า หลังการวิเคราะห์และทำความเข้าใจสื่อแล้ว เราควรประเมินค่าสิ่งที่สื่อนำเสนอว่ามีคุณภาพ

และคุณค่ามากน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นด้านเนื้อหา วิธีนำเสนอ เทคนิคที่ใช้ เป็นต้น

5) การใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ แม้เราจะสามารถวิเคราะห์ เข้าใจ และประเมินค่าสื่อได้ แต่เราไม่สามารถออกไปจากโลกของสื่อได้ ดังนั้นเราจึงจำเป็นต้องปฏิบัติดังนี้ คือ นำสิ่งที่เรานำวิเคราะห์ไปใช้ประโยชน์

เลือกรับสื่อเป็น สามารถส่งสารต่อได้ มีปฏิกิริยาตอบกลับสื่อได้ ทั้ง 5 องค์ประกอบนี้เป็นพื้นฐานอันดีของการเป็นผู้ผลิตสื่อที่ดี สำหรับผู้ที่สามารถคิดวิเคราะห์ เข้าใจธรรมชาติของสื่อได้เป็นอย่างดีแล้วเราอาจเป็นผู้ผลิตสื่อเอง โดยก่อให้เกิดสื่อที่ดี ๆ มีประโยชน์เพื่อสังคม โดยการวางแผนการจัดการสื่ออย่างเหมาะสมและเลือกข้อมูลเพื่อคิดเขียน พูดให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการภายใต้การผลิตสื่อที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมองค์ประกอบนี้เป็นพื้นฐานอันดีของการเป็นผู้ผลิตสื่อที่ดี

ส่วนการรู้เท่าทันสื่อบนออนไลน์นั้น ธนากร คมกฤต (2566) และสุระชัย ชูผกา (2558) กล่าวถึงเกณฑ์ในการวิเคราะห์การรู้เท่าทันสื่อการพนันออนไลน์ ไว้ 10 ข้อ ดังนี้

1) การโฆษณาอวดอ้างสรรพคุณเกินจริง เช่น เป็นเว็บไซต์ยอดนิยมอันดับ 1 เป็นเว็บไซต์ที่ดีที่สุด เป็นเว็บไซต์ที่ถูกต้องตามกฎหมาย

2) การใช้ข้อความที่ชักจูงใจ เช่น เล่นได้มากกว่าเสีย การเติมเงินที่มีโปรโมชั่นให้

3) การโน้มน้าวโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น เน็ตไอดอล กูรู เป็นต้น

4) การทำสปอตโฆษณา โดยใช้ผู้หญิงที่แต่งตัวเซ็กซี่ดึงดูดให้เข้ามาเล่นการพนัน

5) การจัดรายการถ่ายทอดสด แฝงโฆษณาการพนันออนไลน์

6) การใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ เพื่อให้ดูมีความน่าเชื่อถือ เช่น ธงชาติอังกฤษ โลโก้ธนาคาร เป็นต้น

7) การใช้สัญลักษณ์กระพริบ แสง สี ตัววิ่ง

8) การใช้แสงสี ลักษณะตัวอักษรที่ทันสมัย แพนตาซี จึงดูปลอดภัยไม่ผิดกฎหมาย

9) การโฆษณาโดยการส่งข้อความผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น ไลน์ (Line) เฟซบุ๊ก (Facebook)

10) การโฆษณาเชิญชวนผ่านเว็บไซต์กีฬา เป็นโฆษณาแฝงการพนันออนไลน์

จากแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัย นำแนวคิดของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (2560) และแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อการพนันออนไลน์ ประยุกต์ใช้เป็นเกณฑ์ในการวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อการพนันออนไลน์ ของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นพนันออนไลน์

ความหมายของพฤติกรรมการเล่นพนันออนไลน์ ได้มีนักวิชาการให้ความหมายของพฤติกรรมการเล่นพนันออนไลน์ ดังนี้

พิทักษ์พงษ์ พันธะประยูร (2557) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมการเล่นพนันออนไลน์ เป็นการเล่นหรือเอาสิ่งของโดยอาศัยความฉลาด ความชำนาญ เล่ห์เหลี่ยม ไหวพริบ และฝีมือ รวมทั้งโชค ที่อาศัยเหตุการณ์ในอนาคตที่ไม่แน่นอน โดยมีการรวบรวมการเล่นในรูปแบบต่าง ๆ ในเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อกัน ในระบบอินเทอร์เน็ต เช่น การเล่นล็อตเตอรี่ออนไลน์ การทายผลการแข่งขัน การทายผลโปรแกรมพนันในลักษณะบ่อนคาสิโน และการจัดให้มีการเล่นหรือรางวัลในการเสี่ยงโชค เป็นต้น

ชาตบุษย์ ฮายุกต์ และวรารณ วนาพิทักษ์ (2559: 11) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมการเล่นพนันออนไลน์ หมายถึง เกมการพนันที่ต้องอาศัยการสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อเอาเงินหรือสิ่งอื่นใดด้วยการเสี่ยงโชค โดยการทำนายถึงผลที่เกิดขึ้นในอนาคต โดยการเล่นการพนันผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อถึงกัน ทำให้บุคคลสามารถเข้าถึงการพนันได้ง่ายขึ้น

จากความหมายของพฤติกรรมการเล่นพนันออนไลน์ ในช่วงต้น สามารถสรุปได้ว่า การพนันออนไลน์ เป็นเกมการพนันที่ผิดกฎหมาย โดยการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อเข้าถึงเว็บไซต์เพื่อเอาเงิน หรือสิ่งอื่นใดด้วย

การเสี่ยงโชค โดยการทำนายถึงผลที่เกิดขึ้นในอนาคต โดยการเล่นการพนันผ่านเครือข่าย คอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อถึงกัน ทำให้บุคคลสามารถเล่นการพนันออนไลน์ได้ในทุกที่ทุกเวลา โดยบุคคลไม่ต้อง เสียเวลาเดินทางไปในสถานที่หรือบ่อน

ผู้วิจัยนำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นเกณฑ์เพื่อประยุกต์ใช้ในการสำรวจพฤติกรรมการเล่นพนันออนไลน์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์

สรุปอิทธิพลของปัจจัยที่มีต่อการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ปัจจัยทั้งด้านจิตวิทยา พฤติกรรม สิ่งแวดล้อม กฎหมาย ลักษณะของผลิตภัณฑ์ การสื่อสารการตลาด ภูมิทัศน์สื่อดิจิทัล และการสื่อสารกับเว็บพนันออนไลน์ ล้วนมีบทบาทร่วมกันในการกำหนดระดับการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของผู้รับสาร โดยปัจจัยด้านจิตวิทยา และพฤติกรรมส่วนบุคคล มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจ การรับรู้ความเสี่ยง และแนวโน้มการตัดสินใจ ซึ่งอาจทำให้บุคคลประเมินสารอย่างมีหรือขาดวิจรรย์ญาณ (Griffiths, 2005; Potter, 2013) ขณะที่ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เช่น กลุ่มเพื่อนและบริบททางสังคม มีผลต่อการเลียนแบบและการยอมรับพฤติกรรมการเล่นการพนัน (Bandura, 2001)

ในส่วนของปัจจัยด้านกฎหมาย การรับรู้ถึงข้อกำหนดและความผิดทางกฎหมายมีส่วนช่วยเสริมสร้างการประเมินเชิงวิพากษ์ต่อโฆษณา ขณะที่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์พนันรูปแบบใหม่และกลยุทธ์การออกแบบแพลตฟอร์ม มีลักษณะดึงดูดและลดการรับรู้ความเสี่ยง ทำให้ผู้ใช้มีแนวโน้มคล้อยตามเนื้อหาได้ง่ายขึ้น (King & Delfabbro, 2018) นอกจากนี้ ปัจจัยด้านการสื่อสารส่วนประสมทางการตลาด และภูมิทัศน์สื่อดิจิทัล ทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการผลิตและกระจายสาร โดยใช้เทคนิคการโน้มน้าว การโฆษณาแฝง และอัลกอริทึมที่ตอกย้ำการรับรู้ซ้ำ ซึ่งอาจลดความสามารถในการวิเคราะห์ของผู้รับสาร หากขาดทักษะการรู้เท่าทันสื่อ (Kotler & Keller, 2016; Pariser, 2011) ขณะที่ปัจจัยด้านการสื่อสารกับเว็บพนันออนไลน์โดยตรง

เช่น การสนทนา การแจ้งโปรโมชัน หรือการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ใช้อื่น ยิ่งเพิ่มระดับความไว้วางใจและโอกาสในการคล้อยตามเนื้อหา

กล่าวโดยสรุป ปัจจัยทั้งหมดทำงานร่วมกันทั้งในมิติ “ภายในบุคคล” และ “ภายนอกบุคคล” ซึ่งส่งผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการรับรู้เท่าทันโฆษณาบนออนไลน์ กล่าวคือ หากผู้รับสารขาดทักษะการวิเคราะห์และการประเมินสื่อ ปัจจัยเหล่านี้จะเสริมแรงให้เกิดการรับสารอย่างไม่วิพากษ์ ในทางตรงกันข้าม หากมีระดับการรู้เท่าทันสื่อสูง จะสามารถต้านทานอิทธิพลของโฆษณาและประเมินความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสม (Potter, 2013; Livingstone, 2004)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการติดพนันออนไลน์ของนักศึกษา

คงกริช เล็กศรีนาถ ฌรงค์ พลอยตนัย และวิเชียรโชติ สุกโชติรัตน์ (2555: 140-141) พบว่า การมีเพื่อนเล่นพนัน ส่งผลให้เยาวชนเล่นพนันตามเพื่อนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การเคยคิดเลิกพนันแต่เลิกไม่ได้ ทำให้สูญเสีย ความมั่นใจและปล่อยเลยตามเลย ก่อให้เกิดอารมณ์เสีย ความเครียดระหว่างเล่นพนัน หรือรอผลพนัน ทำให้ทุกข์ใจ กังวลใจ เครียดหลังการเล่นพนัน การโกหกคนในครอบครัวเพื่อการไปเล่นการพนัน การทะเลาะกับคนในครอบครัว เพราะการพนัน การขโมยเงินคนในครอบครัวเพราะผลการพนัน การต้องกู้ยืมเงินมาเพื่อการพนัน การได้รับสื่อ ข่าวสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับแหล่งพนัน วิธีพนัน สถานที่ช่องทางในการเล่นพนันปลอดจากการควบคุมดูแล ความหละหลวมเคร่งครัดต่อการบังคับใช้กฎหมายการขาดการกวดขันดูแลครอบครัวหรือสถานศึกษาส่งผลให้ เล่นการพนัน แรงจูงใจ เพราะเห็นว่าเป็นช่องทางหาเงินและแรงจูงใจเพราะต้องการเงินที่เสียไปคืน การขาดเรียน เพราะไปเล่นพนัน การเสียสมาธิหรือหลับระหว่างเรียนจากผลของการพนัน ผลการเรียนตกต่ำเมื่อเทียบกับเพื่อน การถูกกล่าวโทษว่ากล่าวตักเตือนจากอาจารย์ ครอบครัวหรือถูกจับกุม และการนำไปสู่พฤติกรรมการใช้ สารเสพติด ตามลำดับ

ปัทมาภรณ์ สุขสมโส (2561) พบว่า 1) เยาวชนส่วนใหญ่ เห็นพ่อแม่หรือญาติพี่น้องและเพื่อนมีการเล่นหวย เล่นไพ่ เล่นไฮโล เล่นชนไก่เป็นประจำ ทำให้เยาวชน มีความรู้สึกว่าการ เล่นการพนันเป็นเรื่องปกติ มีการใช้สื่อออนไลน์โดยเพซบุ๊ก และไลน์เพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องการพนัน ประเภทต่าง ๆ และ มีการใช้กูเกิ้ล

ปรัชญา มณฑาทอง (2553) พบว่า 1) นักศึกษามีค่าเฉลี่ยรูปแบบการเล่นพนันฟุตบอลอยู่ในระดับปานกลาง นักศึกษามีการติดตามข่าวสารและการเคลื่อนไหวของวงการฟุตบอลสูงสุด รองลงมาคือ รู้จักทีมฟุตบอลต่างประเทศรวมทั้งผู้เล่นในทีมเป็นอย่างดี และรู้จักกฎกติกาในการเล่นพนันฟุตบอล ตามลำดับ

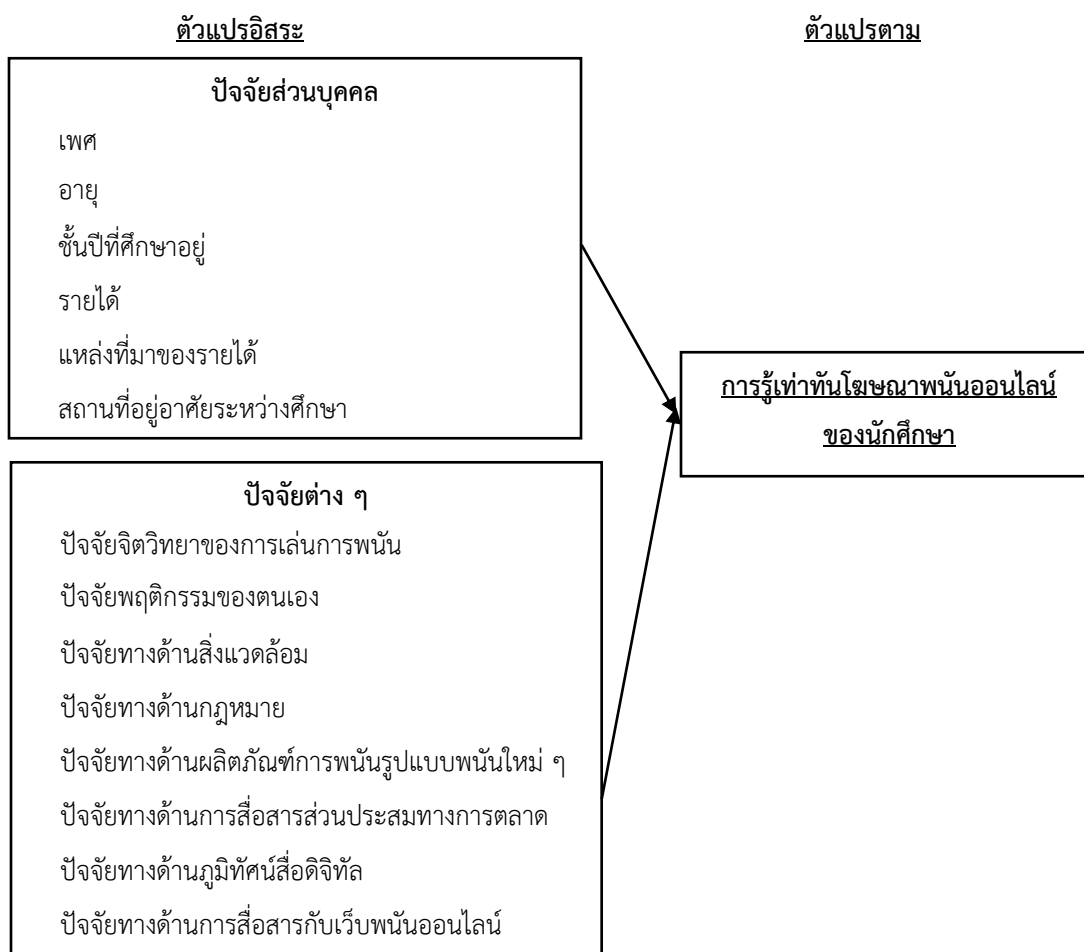
บวรวิทย์ คชรินทร์ (2551) ศึกษาพฤติกรรมการเล่น การพนันของนักศึกษาที่พักอาศัยอยู่ในหอพักของมหาวิทยาลัย ศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบเฉพาะเจาะจงนักศึกษที่เล่นการพนัน จำนวนทั้งสิ้น 331 คน พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเล่นการพนันรู้จัก และนิยมเล่นไพ่ เพื่อความสนุกสนานระหว่างเพื่อนฝูงด้วยกันในแต่ละครั้งของการพนันได้เสียพอ ๆ กัน โดยจะหยุดเล่นการพนัน เป็นการชั่วคราวเมื่อมีการเสียพนันครั้งละมาก ๆ อย่างไรก็ตาม นักศึกษาที่เล่นการพนันทราบดีว่าการเล่นการพนันนั้นเป็นสิ่งที่ผิดกฎหมายและนำไปสู่ปัญหาสังคม

ชูชีพ ประทุมเวียง ชญาดา ดานวงศ์ และสุภัชญา ธาณี (2563) พบว่า รูปแบบและการเล่นการพนันประเภทต่าง ๆ 1.1 เกมลักษณะการเล่นออนไลน์ 1.2 ฟุตบอล เล่นออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์ และไม่ออนไลน์คือเล่นที่โต๊ะฟุตบอล 1.3 คาสิโน เล่นออนไลน์ มีวิดีโอ live 1.4 หวย การเล่นเกมได้ดิน ลักษณะการเล่น คือ ส่งเลขให้เจ้ามือผ่านระบบอินเตอร์เน็ต หรือโทรซื้อ หวยออนไลน์ เล่นหวยหุ้นเล่นตามตลาดหุ้น 1.5 การค้าชิงโชคหรือลุ้นรางวัลชิงโชคที่ตน ญาติ พี่น้องหรือเพื่อนเข้าร่วมลุ้นรางวัล การซื้อสินค้าเพื่อลุ้นรางวัลการส่งเอสเอ็มเอสลุ้นรับรางวัล 2) ความชุกของการเล่นการพนันออนไลน์ พบ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 17.5 ส่งข้อความร้อยละ 18.8 เล่นเกม/การพนันออนไลน์ทุกวัน โดยใช้ช่วงเวลาเล็กน้อย ระยะเวลาในการเล่นอย่างน้อยประมาณ 1-2

ชั่วโมง ถึง 4-5 ชั่วโมง เล่นนานสุดต่อเนื่อง 2-3 วันโดยไม่นอน
การส่งข้อความสั้นเพื่อชิงโชคหรือลุ้นรางวัล พบว่ากลุ่มตัวอย่าง

ร้อยละ 18.8 ส่งข้อความ ส่วนความถี่ของการส่งข้อมูลพบว่า ส่ง
ทุกวันมากที่สุดร้อยละ 61.50-94.80

กรอบแนวคิดสำหรับการวิจัย (Conceptual Framework)



สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ แหล่งที่มาของรายได้ สถานที่อยู่อาศัยระหว่างศึกษา ส่งผลต่อการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา
2. ปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยจิตวิทยาของการเล่นเกมพนัน ปัจจัยพฤติกรรมของตนเอง ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยทางด้านกฎหมาย ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์การพนัน

รูปแบบพนันใหม่ ๆ ปัจจัยทางด้านการสื่อสารส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยทางด้านภูมิทัศน์สื่อดิจิทัล ปัจจัยทางด้านการสื่อสารกับเว็บพนันออนไลน์ ส่งผลต่อการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา

วิธีการ (Method)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) ด้วยวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและให้กลุ่มแบบสอบถามตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง และได้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย โดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ รหัสโครงการ IRBCMRU 2024/484.01.11 โดยข้อความแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ มีลักษณะเป็นคำตอบแบบเลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมเกี่ยวกับการพนันออนไลน์

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลพฤติกรรมการเล่นพนันออนไลน์

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาออนไลน์ของนักศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนประชากรทั้งหมด (N) นักศึกษามหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง และมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย คือ 18,991 คน ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% ค่าความคลาดเคลื่อนหรือความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 5 หรือ 0.5 ดังนั้น จากการคำนวณตามสูตรของ Yamane (1973) จำนวนตัวอย่างนักศึกษา 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Random Sampling)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย ผู้วิจัยมีการทดสอบแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง (Pretest) โดยทดลองเก็บข้อมูลจากผู้ใช้เฟซบุ๊ก จำนวน 30 คน และนำมาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้วยสถิติครอนบาคอัลฟา (Cronbach's Alpha) การทดสอบจะทำในส่วนของตัวเองต่าง ๆ ทั้งฉบับ ได้ค่า 0.966 โดยค่าตัวแปรด้านดังนี้

ตัวแปรด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับการพนันออนไลน์ ได้ค่า 0.942 ตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเล่นพนันออนไลน์ ได้ค่า 0.981 และตัวแปรการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ ได้ค่า 0.986 ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความน่าเชื่อถือมีค่าเกิน 0.70 แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือวัดมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ของ Nunnally and Bernstein (1994) ผู้วิจัยจึงนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง ก่อนนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน (5-10 เท่าของตัวแปร) ด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ

การเก็บรวบรวมและประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows เพื่อคำนวณสถิติที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยก่อนนำไปวิเคราะห์และอธิบายผล โดยใช้ 1) การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และ 2) การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Analysis) เพื่อใช้ในการทดสอบหาอิทธิพลของปัจจัยของการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาออนไลน์ของนักศึกษา โดยใช้การวิเคราะห์หาค่าถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัย

1) ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

ภาพรวมลักษณะพื้นฐานทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาในงานวิจัยนี้ พบว่า มีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ในสัดส่วนประมาณ 2 ต่อ 1 อายุ กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20-24 ปี มากที่สุด ร้อยละ 96.80 และกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาที่มี อายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป ร้อยละ 3.30 กลุ่มตัวอย่างกำลังศึกษาอยู่ระดับชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 46.00 รองลงมา ได้แก่ ชั้นปีที่ 2 ร้อยละ 38.50 และลำดับสุดท้าย ชั้นปีที่ 5 ร้อยละ 2.50 มีรายได้น้อยกว่า 3,000 บาท ร้อยละ 73.80 รองลงมา ได้แก่ มีรายได้ 4,001-5,000 บาท ร้อยละ 15.80 และลำดับสุดท้าย มีรายได้ 5,001-6,000 บาท ร้อยละ 0.50 และนักศึกษาส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาของรายได้จากกองทุนกู้ยืมมากที่สุด ร้อยละ 60.00 รองลงมา ได้แก่ ผู้ปกครอง ร้อยละ 26.50 และลำดับสุดท้าย ได้แก่ ทุนการศึกษา ร้อยละ 2.00

นักศึกษาส่วนใหญ่เคยเล่นพนันออนไลน์ในรูปแบบของการทายผลลอตเตอรี่หรือหวยออนไลน์ มากที่สุด จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.30 ช่วงเวลาที่ใช้ในการเล่นพนันออนไลน์ ได้แก่ เวลา 12.00 น. - 15.00 น. มากที่สุด จำนวน 330 คน คิดเป็นร้อยละ 82.50 และนักศึกษามีแนวโน้มที่จะมี

ปัญหาการเล่นพนันออนไลน์ โดยจำนวนถึง 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.30

2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเล่นพนันออนไลน์ของนักศึกษา

ตารางที่ 1 สรุปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเล่นพนันออนไลน์ของนักศึกษา

ระดับความคิดเห็น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาของการเล่นการพนัน	2.47	1.36	น้อย
ปัจจัยพฤติกรรมของตนเอง	2.48	1.49	น้อย
ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม	2.18	1.29	น้อย
ปัจจัยทางด้านกฎหมาย	2.92	1.28	ปานกลาง
ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์การพนัน รูปแบบพนันใหม่ ๆ	3.11	1.34	ปานกลาง
ปัจจัยทางการสื่อสารส่วนประสมทางการตลาด	3.19	1.34	ปานกลาง
ปัจจัยทางด้านภูมิทัศน์สื่อดิจิทัล	2.82	1.27	ปานกลาง
ปัจจัยทางการสื่อสารกับเว็บพนันออนไลน์	2.93	1.29	ปานกลาง
รวม	2.76	1.33	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเล่นพนันออนไลน์ของนักศึกษา ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 2.76, S.D.=1.33) โดยปัจจัยทางการสื่อสารส่วนประสมทางการตลาด ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง อันดับแรก ($\bar{X}$ = 3.19, S.D.=1.34) รองลงมา ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์การพนัน

รูปแบบพนันใหม่ ๆ ค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.11, S.D.=1.34) และอันดับสุดท้าย ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม ค่าเฉลี่ยระดับน้อย ($\bar{X}$ = 2.18, S.D.=1.29)

3) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์

ตารางที่ 2 สรุปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์

การรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. การเปิดรับสื่อ	3.18	1.30	ปานกลาง
2. การวิเคราะห์สื่อ	3.16	1.25	ปานกลาง
3. การเข้าใจสื่อ	3.23	1.29	ปานกลาง
4. การประเมินค่าสื่อ	3.26	1.28	ปานกลาง
5. การใช้ประโยชน์จากสื่อ	3.18	1.16	ปานกลาง
รวม	3.20	1.29	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าเฉลี่ยการรู้เท่าทันโฆษณา
พบนออนไลน์ของนักศึกษา ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปาน
กลาง ($\bar{X} = 3.20$, S.D.=1.29) อันดับแรก ได้แก่ การประเมินค่า
สื่อ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง อันดับแรก ($\bar{X} = 3.26$,
S.D.=1.18) รองลงมา ได้แก่ การเข้าใจสื่อ ค่าเฉลี่ยระดับปาน

กลาง ($\bar{X} = 3.23$, S.D.=1.29) และอันดับสุดท้าย ได้แก่ การ
วิเคราะห์สื่อ ค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.16$, S.D.=1.25)

4) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับการ รู้เท่าทันสื่อการพบนออนไลน์ของนักศึกษา

ตารางที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับการรู้เท่าทันสื่อการพบนออนไลน์ของนักศึกษา

ปัจจัยต่าง ๆ	การรู้เท่าทันสื่อ การพบนออนไลน์ของนักศึกษา	r	Sig.
เพศ		-.106*	.034*
อายุ		.040	.422
ชั้นปีที่กำลังศึกษาอยู่		.163**	.001**
รายได้		-.080	.111
แหล่งที่มาของรายได้ กองทุนกู้ยืม		.075	.135
แหล่งที่มาของรายได้ ทุนการศึกษา		.053	.289
สถานที่อยู่อาศัย อยู่หอพักกับเพื่อน		-.022	.654
สถานที่อยู่อาศัย อยู่หอพักคนเดียว		-.014	.777
ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาของการเล่นพบน		.042	.399
ปัจจัยพฤติกรรมของตนเอง		-.093	.063
ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม		-.104*	.037*
ปัจจัยทางด้านกฎหมาย		.014	.778
ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์การพบนรูปแบบพบนใหม่ ๆ		.106	.034*
ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี		.093	.064
ปัจจัยทางด้านการสื่อสารส่วนประสมทางการตลาด		-.022	.663
ปัจจัยทางด้านภูมิทัศน์สื่อดิจิทัล		-.005	.919
ปัจจัยทางด้านการสื่อสารกับเว็บพบนออนไลน์		-.056	.280

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับการรู้เท่าทันสื่อการพนันออนไลน์ของนักศึกษาพบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างปัจจัยน้อยกว่า 0.30 การวิเคราะห์ปัจจัยเป็นการใช้วิธีทางสถิติในการรวมกลุ่มข้อความที่มีความสัมพันธ์กันไว้ในปัจจัยเดียวกัน โดยที่ปัจจัยที่ต่างกันต้องไม่สัมพันธ์กัน หรือเป็นอิสระกัน กล่าวคือมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างปัจจัยน้อยกว่า 0.30 (ยุทธ ไกยวรรณ, 2557) จะไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity หรือปัญหาที่ตัวแปรอิสระไม่ควรมีความสัมพันธ์กัน และในตาราง 3 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทั้ง ตัวแปร น้อยกว่า 0.3 ทุกคู่ปัจจัย

5) ผลการวิเคราะห์ถดถอยเพื่อพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลครั้งนี้ เพื่อให้เข้าใจความหมายตรงกันในการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล คณะผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์แทนตัวแปร และสถิติต่าง ๆ ดังนี้

- X แทน ตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
- Z แทน ตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน
- X1 แทน เพศ
- X2 แทน อายุ
- X3 แทน การศึกษา
- X4 แทน รายได้
- X5 แทน แหล่งที่มาของรายได้ กองทุนกู้ยืม
- X6 แทน แหล่งที่มาของรายได้ ทุนการศึกษา
- X7 แทน สถานที่อยู่อาศัย อยู่กับพ่อแม่
- X8 แทน สถานที่อยู่อาศัย อยู่กับญาติ

X9 แทน ด้านจิตวิทยาของการเล่นการพนัน

X10 แทน ด้านพฤติกรรมของตนเอง

X11 แทน ด้านสิ่งแวดล้อม

X12 แทน ด้านกฎหมาย

X13 แทน ด้านผลิตภัณฑ์การพนันรูปแบบพนันใหม่ ๆ

X14 แทน ด้านเทคโนโลยี

X15 แทน ด้านภูมิทัศน์สื่อดิจิทัล

X16 แทน ด้านการสื่อสารกับเว็บพนันออนไลน์

R แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ

R^2 แทน ค่าอำนาจในการพยากรณ์ (อิทธิพลของตัวแปรอิสระทั้งหมดในสมการที่มีต่อตัวแปรตาม)

R^2_{adj} แทน ค่าอำนาจในการพยากรณ์ที่ปรับแก้

β แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

b แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

SE_b แทน ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรพยากรณ์

SE_{est} แทน ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์

a แทน ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$\hat{Y}$ แทน ค่าการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษาได้จากการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$\hat{Z}$ แทน ค่าการตัดสินใจการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษาได้จากการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ กำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.619 ^a	0.383	0.381	0.882
2	0.650 ^b	0.422	0.419	0.855
3	0.665 ^c	0.443	0.438	0.840
4	0.681 ^d	0.464	0.458	0.825
5	0.687 ^e	0.472	0.469	0.817
6	0.691 ^f	0.478	0.469	0.817
7	0.695 ^g	0.484	0.474	0.813
8	0.700 ^e	0.490	0.479	0.809

- a. Predictors: (Constant), X16
- b. Predictors: (Constant), X16, X4
- c. Predictors: (Constant), X16, X4, X5
- d. Predictors: (Constant), X14, X4, X5, X12
- e. Predictors: (Constant), X14, X4, X5, X12, X11
- f. Predictors: (Constant), X14, X4, X5, X12, X11, X15
- g. Predictors: (Constant), X14, X4, X5, X12, X11, X15, X1
- h. Predictors: (Constant), X14, X4, X5, X12, X11, X15, X1, X9

จากตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณมีค่า 0.700 และกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณมีค่า 0.490 แสดงว่า ตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 8 ตัว ร่วมกันพยากรณ์การรู้เท่าทัน

โฆษณาพ่นออนไลน์ของนักศึกษาได้ร้อยละ 47.90 ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์มีค่า 0.809

ตารางที่ 5 ความแปรปรวนที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

	Source of Variation	df	SS	MS	F	Sig.
1	Regression	182.437	1	182.437	234.229	.000
	Residual	294.418	378	.779		
	Total	476.855	379			
2	Regression	201.196	2	100.598	137.581	.000
	Residual	275.659	377	.731		
	Total	476.855	379			
3	Regression	211.186	3	70.395	99.630	.000
	Residual	265.669	376	.707		
	Total	476.855	379			
4	Regression	221.249	4	55.312	81.148	.000
	Residual	255.607	375	.682		
	Total	476.855	379			
5	Regression	225.226	5	45.045	66.951	.000
	Residual	251.629	374	.673		
	Total	476.855	379			
6	Regression	227.823	6	37.970	56.872	.000
	Residual	249.033	373	.668		
	Total	476.855	379			
7	Regression	230.655	7	32.951	49.787	.000
	Residual	246.200	372	.662		
	Total	476.855	379			
8	Regression	233.648	8	29.206	44.552	.000
	Residual	243.207	371	.656		
	Total	476.855	379			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเกณฑ์และตัวแปร

พยากรณ์ทั้ง 8 ตัว มีความสัมพันธ์กันในเชิงเส้นตรง ซึ่งสามารถนำไปสร้างเป็นสมการต่อไปได้

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ตัวแปร		b	SE _b	β	t	Sig.
	(Constant)	2.148	0.250		8.584	0.000
ด้านการสื่อสารกับเว็บพันออนไลน์	X14	0.454	0.062	0.473	7.361	0.000
ด้านรายได้	X4	1.542	0.381	0.157	4.046	0.000
ด้านแหล่งที่มาของรายได้จากผู้ปกครอง	X5	-0.416	0.097	-0.164	-4.275	0.000
ด้านกฎหมาย	X12	0.215	0.062	0.221	3.441	0.001
ด้านสิ่งแวดล้อม	X11	-0.168	0.051	-0.169	-3.287	0.001
ด้านภูมิทัศน์สื่อดิจิทัล	X15	-0.177	0.082	-0.081	-2.158	0.032
ด้านเพศ	X1	-0.198	0.086	-0.088	-2.316	0.032
ด้านจิตวิทยาการเล่นพนัน	X9	0.112	0.052	0.121	2.137	0.033
R = 0.700		R ² = 0.490		F = 44.552		
SE _{est} = 0.809		R ² _{adj} = 0.479				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

หมายเหตุ 1= กลุ่มอ้างอิงคือ เพศหญิง

3= กลุ่มอ้างอิงคือ ตั้งแต่ชั้นปีที่ 3 ขึ้นไป

5= กลุ่มอ้างอิงคือ แหล่งที่มาของรายได้ กองทุนกู้ยืม

7= กลุ่มอ้างอิงคือ สถานที่อยู่อาศัย อยู่กับพ่อแม่

2= กลุ่มอ้างอิงคือ อายุระหว่าง 20-24 ปี

4= กลุ่มอ้างอิงคือ รายได้ตั้งแต่ 5,000 บาทขึ้นไป

6= กลุ่มอ้างอิงคือ แหล่งที่มาของรายได้ ทุนการศึกษา

8= กลุ่มอ้างอิงคือ สถานที่อยู่อาศัย อยู่กับญาติ

จากตารางที่ 6 พบว่า ในการสร้างสมการพยากรณ์พหุคูณ คณะผู้วิจัยเลือกโมเดลที่ 8 มาใช้ในการหาปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษาพบว่า ตัวแปรพยากรณ์ที่ดีที่สุดที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 8 ตัวแปร คือ ด้านการสื่อสารกับเว็บพันออนไลน์ (X14) ด้านรายได้ (X4) ด้านแหล่งที่มาของรายได้จากผู้ปกครอง (X5) ด้านกฎหมาย (X12) ด้านสิ่งแวดล้อม (X11) ด้านภูมิทัศน์สื่อดิจิทัล (X15) ด้านเพศ (X1) และด้านจิตวิทยาการเล่นพนัน (X9) โดยสร้างเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$\hat{Y} = 2.148 + 0.450 (X14) + 1.542 (X4) - 0.416 (X5) + 0.215 (X12) - 0.168 (X11) - 0.177 (X15) - 0.198 (X1) + 0.112 (X9)$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z} = 0.473 (X14) + 0.157 (X4) - 0.164 (X5) + 0.221 (X12) - 0.169 (X11) - 0.081 (X15) - 0.088 (X1) + 0.121 (X9)$$

สรุปผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา ประกอบด้วย 8 ปัจจัย ได้แก่ ด้านการสื่อสารกับเว็บพันออนไลน์ (X14) ด้านรายได้ (X4) ด้านแหล่งที่มาของรายได้ กองทุนกู้ยืม (X5) ด้านกฎหมาย (X12) ด้านสิ่งแวดล้อม (X11) ด้านภูมิทัศน์สื่อดิจิทัล (X15) ด้านเพศ (X1) และด้านจิตวิทยาการเล่นพนัน (X9) ส่วนอายุ (X2) การศึกษา (X3) แหล่งที่มา

ของรายได้ ทุนการศึกษา (X6) สถานที่อยู่อาศัย อยู่กับพ่อแม่ (X7) สถานที่อยู่อาศัย อยู่กับญาติ (X8) ด้านพฤติกรรมของตนเอง (X10) ด้านผลิตภัณฑ์การพนันรูปแบบพนันใหม่ ๆ (X13) และด้านเทคโนโลยี (X14) ไม่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา

อภิปรายผล

จากงานวิจัยเรื่อง “การพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อการพนันออนไลน์ของนักศึกษาในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย” นั้น มีประเด็นที่น่าสนใจในการอภิปรายผลการวิจัยดังต่อไปนี้

ผลการวิจัยที่พบว่า ปัจจัยด้านการสื่อสารกับเว็บพนันออนไลน์ รายได้ แหล่งที่มาของรายได้จากกองทุนกู้ยืมกฎหมาย สิ่งแวดล้อม ภูมิทัศน์สื่อดิจิทัล เพศ และจิตวิทยาการเล่นพนัน มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ โดยปัจจัยทางด้านการสื่อสารกับเว็บพนันออนไลน์ สามารถพยากรณ์ การรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษาได้มากที่สุด สอดคล้องกับธนากร คมกฤต (2566) และสุระชัย ชูพกา (2558) ที่พบว่า การรู้เท่าทันสื่อการพนันออนไลน์ เป็นการโฆษณาอวดอ้างสรรพคุณเกินจริง เช่น เป็นเว็บไซต์ยอดนิยมอันดับ 1 เป็นเว็บไซต์ที่ดีที่สุด เป็นเว็บไซต์ที่ถูกต้องตามกฎหมาย โดยการใช้ข้อความที่ชักจูงใจ เช่น เล่นได้มากกว่าเสีย การเติมเงินที่มีโปรโมชั่นให้ มีการโน้มน้าวโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น เน็ตไอดอล กูรู เป็นต้น การทำสปอตโฆษณา โดยใช้ผู้หญิงที่แต่งตัวเซ็กซี่ดึงดูดให้เข้ามาเล่นการพนัน การจัดรายการถ่ายทอดสด แฝงโฆษณาการพนันออนไลน์ การใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ เพื่อให้ดูมีความน่าเชื่อถือ เช่น ธงชาติอังกฤษ โลโก้ธนาคาร เป็นต้นการใช้สัญลักษณ์กระป๋อง แสง สี ตัววิ่ง การใช้แสงสี ลักษณะตัวอักษรที่ทันสมัย แพนตาซี จึงดูปลอดภัยไม่ผิดกฎหมาย การโฆษณาโดยการส่งข้อความผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น ไลน์ (Line) เฟซบุ๊ก (Facebook) และการโฆษณาเชิญชวนผ่านเว็บไซต์กีฬา เป็นโฆษณาแฝงการพนันออนไลน์ กล่าวได้ว่าการที่ปัจจัยการสื่อสารกับเว็บพนันส่งผลต่อการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์มากที่สุด เป็นเพราะเว็บพนันออนไลน์นั้นได้ใช้

เทคนิค "มายาคติในการสื่อสาร" ระบุไว้ ทั้งการใช้แสงสี ตัววิ่ง และบุคคลที่มีชื่อเสียง ซึ่งมุ่งเป้าไปที่การลดทอนความสามารถในการคิดวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ของนักศึกษาโดยตรง ดังนั้น การพัฒนาการรู้เท่าทันจึงต้องมุ่งเน้นไปที่การฝึกแยกแยะ "เทคนิคการโน้มน้าวใจ" เหล่านี้มากกว่าเพียงแค่การให้ข้อมูลพื้นฐาน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานของ King & Delfabbro (2018) ที่ชี้ว่า รูปแบบการออกแบบแพลตฟอร์มและการปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับผู้ใช้ (interactive features) มีลักษณะเป็น “predatory monetization” ซึ่งสามารถลดการรับรู้ความเสี่ยงและเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ ส่งผลต่อการตัดสินใจเชิงพฤติกรรมโดยตรง นอกจากนี้ งานของ Griffiths (2005) ยังสนับสนุนว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยา เช่น ความคาดหวังผลตอบแทนและความตื่นเต้น มีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมการเล่นและการประเมินข้อมูล

ปัจจัยด้าน ภูมิทัศน์สื่อดิจิทัล สอดคล้องกับงานของ Pariser (2011) ที่เสนอแนวคิด “filter bubble” ซึ่งอธิบายว่าการคัดเลือกเนื้อหาตามพฤติกรรมผู้ใช้ทำให้เกิดการรับสารซ้ำและลดโอกาสในการรับข้อมูลที่หลากหลาย ขณะเดียวกัน Turkle (2011) ชี้ให้เห็นว่าสื่อดิจิทัลสร้างความสัมพันธ์เชิงจิตวิทยา (psychological attachment) กับผู้ใช้ ส่งผลต่อการรับรู้และการตัดสินใจในโลกออนไลน์ ปัจจัยด้าน สิ่งแวดล้อม และสังคม สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมของ Bandura (2001) ที่อธิบายว่าพฤติกรรมของบุคคลเกิดจากการสังเกตและเลียนแบบจากสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะกลุ่มเพื่อนและสื่อ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการยอมรับพฤติกรรมการเล่น และส่งผลต่อระดับการรู้เท่าทันสื่อ ปัจจัยด้าน กฎหมายและการกำกับดูแล ได้รับการสนับสนุนจากงานของ Livingstone (2004) ที่ชี้ว่าการรู้เท่าทันสื่อไม่ได้เป็นเพียงทักษะส่วนบุคคล แต่ยังเกี่ยวข้องกับบริบทเชิงนโยบายและโครงสร้างสังคม ซึ่งช่วยกำหนดกรอบการตีความและการประเมินเนื้อหา

ปัจจัยด้านรายได้ และแรงจูงใจทางเศรษฐกิจ สอดคล้องกับงานของ Kotler & Keller (2016) ที่อธิบายว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและการ

ตอบสนองต่อการสื่อสารการตลาด โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่ผู้บริโภคมองเห็น “โอกาส” จากข้อเสนอทางการตลาด

ส่วนปัจจัยทางด้านจิตวิทยาของการเล่นการพนัน และปัจจัยพฤติกรรมของตนเอง ไม่มีอิทธิพลการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ อธิบายได้ว่าปัจจัยด้านจิตวิทยา เช่น แรงจูงใจ ความเชื่อด้านการพนัน) และพฤติกรรมส่วนตัว เช่น ความถี่ในการเล่นพนัน นักศึกษาที่เล่นพนันเป็นประจำ อาจมีทัศนคติเชิงบวกต่อการพนัน ซึ่งไม่ได้หมายความว่าพวกเขาจะมีความสามารถในการวิเคราะห์ว่าโฆษณาพนันออนไลน์เหล่านั้น พฤติกรรมการพนันจึงไม่ได้เป็นตัวกำหนดทักษะการรู้เท่าทัน ซึ่งต้องอาศัยการเรียนรู้และประสบการณ์ในการวิเคราะห์สื่อ (Hing et al., 2020) และถึงแม้ว่าจะมีผลิตภัณฑ์การพนันรูปแบบการพนันใหม่ ๆ ภูมิทัศน์สื่อดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยมีเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง แต่การรู้เท่าทันเป็นทักษะที่ใช้หลักการวิเคราะห์โฆษณา เช่น การตั้งคำถามว่า “ใครคือผู้ส่งสาร” “มีเจตนาอะไร” และ “เทคนิคที่ใช้คืออะไร” นักศึกษาอาจอยู่ในภาวะ “ความชินชาต่อเทคโนโลยีและภูมิทัศน์สื่อ” (Digital Desensitization) (Van Dijck, 2013) พวกเขาอาจมองการเปลี่ยนแปลงของแพลตฟอร์มหรือเทคโนโลยีเป็นเรื่องปกติ ทำให้การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ไม่ได้เป็นปัจจัยกระตุ้นให้เกิดความพยายามในการใช้ทักษะการรู้เท่าทันเพิ่มขึ้น ไม่เพียงเท่านั้นนักศึกษาอาจมีความเชื่อมั่นในตนเองสูง (Self-Efficacy) ว่าสามารถรับมือกับโฆษณาใด ๆ ได้ ทำให้ปัจจัยภายนอกเหล่านี้ไม่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อพนันโฆษณาพนันออนไลน์ (Hargittai, 2009)

ในทางตรงกันข้าม ผลการวิจัยที่พบว่า อายุ ระดับการศึกษา เทคโนโลยี และลักษณะผลิตภัณฑ์การพนัน ไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานของ Potter (2013) ที่เสนอว่า การรู้เท่าทันสื่อขึ้นอยู่กับ “ทักษะการประมวลผลทางปัญญา” มากกว่าปัจจัยพื้นฐานทั่วไป ขณะที่ Jenkins (2006) อธิบายว่า ในยุคสื่อหลอมรวม (convergence culture) เทคโนโลยีไม่ใช่ตัวแปรที่สร้างความแตกต่างอีกต่อไป เนื่องจากผู้ใช้ส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงได้อย่างเท่าเทียม

นอกจากนี้ ผลการวิจัย พบว่าการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นได้ว่าการที่นักศึกษามีการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ในระดับปานกลาง นั้นหมายความว่า นักศึกษามีทักษะในการวิเคราะห์และประเมินเนื้อหาโฆษณาได้ในระดับหนึ่ง (เช่น เข้าใจว่าโฆษณาเป็นข้อความชักจูง/ไม่ควรเชื่อ) แต่ยังขาดทักษะขั้นสูงหรือความตระหนักรู้ในผลกระทบและความเสี่ยง ที่เพียงพอต่อการป้องกันตนเองอย่างเด็ดขาด จึงยังคงเสี่ยงต่อการถูกโน้มน้าวให้เล่นพนันออนไลน์ได้ง่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hing, et al. (2020) พบว่าผู้บริโภคสามารถรับรู้ถึงการมีอยู่ของโฆษณาได้ แต่ความสามารถในการแยกแยะกลยุทธ์การโน้มน้าวใจ (Persuasive Strategies) และการตระหนักถึงความเสี่ยงที่แท้จริง ที่โฆษณาชวนไว้ เช่น การใช้คำที่ไม่สื่อถึงการพนันโดยตรง หรือการใช้ผู้มีอิทธิพล อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสะท้อนถึงการขาดความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับกลยุทธ์การโฆษณาพนันออนไลน์ของอุตสาหกรรมการพนัน

จะเห็นได้ว่า ผลการศึกษายังพบว่า นักศึกษามีแนวโน้มที่จะมีแนวโน้มมีปัญหาการเล่นพนันออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 30.30 แสดงให้เห็นว่า ปัจจุบันการพนันเริ่มแพร่หลายเข้าสู่กลุ่มเยาวชนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งกลุ่มเยาวชนหรือกลุ่มวัยรุ่นเป็นวัยแห่งการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ อยากรู้ อยากเห็น อยากลองในทุกสิ่ง แต่ยังเป็นวัยที่ขาดประสบการณ์ ประกอบกับการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษามีความแตกต่างจากการเรียนในระดับมัธยมศึกษาเป็นอย่างมาก ความเข้มงวดของอาจารย์น้อยลง รวมทั้งมีเวลาว่างในการทำกิจกรรมหรือมีเวลาเที่ยวเตร่มากขึ้น ทั้งนี้ ส่วนพัฒนานักศึกษา มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง และมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ควรการจัดกิจกรรมรณรงค์ให้ความรู้เกี่ยวกับภัยของการเล่นการพนัน โดยการใช้สื่อต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ เพจของมหาวิทยาลัย บายไวเนล สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เพื่อชี้ให้นักศึกษาตระหนักถึงผลเสียของการเล่นพนันออนไลน์ และควรมีการวางแผนแนวทางในการสอดส่องดูแล ไม่ให้นักศึกษาเข้าไปเกี่ยวข้องกับการพนันทุกชนิด ส่งเสริมสนับสนุน กิจกรรมทางบวกต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการพัฒนา

เสริมสร้างศักยภาพด้านต่าง ๆ การใช้เวลาวางให้เป็นประโยชน์ เพื่อหลีกเลี่ยงการเล่นพนันออนไลน์ในกลุ่มนักศึกษา

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1) ผลการศึกษา พบว่านักศึกษามีแนวโน้มที่จะมีแนวโน้มมีปัญหาการเล่นพนันออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 30.30 ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น มหาวิทยาลัย ครอบครัวยุทธศาสตร์ รัฐบาล ควรนำผลการศึกษาดังกล่าวไปวางแผนเพื่อป้องกันและแก้ไข ปัญหาพฤติกรรมการเล่นการพนันออนไลน์ของกลุ่มนักศึกษารณคดีโดยใช้สื่อออนไลน์ ได้แก่ เพจของมหาวิทยาลัย ไลน์กลุ่มของนักศึกษา ในการกระตุ้นให้ลดการเล่นการพนันออนไลน์ของกลุ่มนักศึกษา หรือมหาวิทยาลัยควรมีการจัดตั้งศูนย์เฉพาะกิจ เพื่าระวังและช่วยเหลือกลุ่มเสี่ยง ให้คำปรึกษา เฉพาะกิจ ซึ่งอาจทำผ่านช่องทางออนไลน์ที่ไม่เปิดเผยตัวตน เช่น Line Official Account เพื่อสร้างความสบายใจในการขอความช่วยเหลือ

2) เนื่องจากผลการวิจัย พบว่าการรู้เท่าทันโฆษณาออนไลน์ของนักศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น กองพัฒนากิจการนักศึกษา ร่วมกับอาจารย์ทางด้านนิเทศศาสตร์ ควรจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติให้นักศึกษารู้จักฝึกแยกแยะวิเคราะห์ เจตนาแอบแฝง การแยกแยะเทคนิคการโน้มน้าวใจ เช่น การใช้โปรโมชัน คำพูดชักจูง ภาพผู้หญิงเซ็กซี่ และการตั้งคำถามเชิงวิพากษ์ต่อโฆษณา การยกระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อจาก "ความเข้าใจ" สู่ "การวิเคราะห์เชิงวิพากษ์" มหาวิทยาลัยควรบูรณาการหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อ ที่เน้นการฝึกแยกแยะ "เจตนาแอบแฝง" และ "กลยุทธ์การโน้มน้าวใจ" เพื่อให้นักศึกษาสามารถก้าวข้าม "ภาวะความชินชาต่อเทคโนโลยี" ที่ทำให้มองว่าโฆษณาพนันเป็นเรื่องปกติ

3) ปัจจัยทางด้านการสื่อสารกับเว็บพนันออนไลน์ พยากรณ์การรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษาได้มากที่สุด ดังนั้นกลุ่มนักศึกษาที่เปิดรับสื่อพนันออนไลน์ จึงควรจะ

ระมัดระวังในการรู้เท่าทันเว็บไซต์พนันออนไลน์ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานตำรวจแห่งชาติ (สตช.) กระทรวงดิจิทัลและเทคโนโลยี อาจจะนำข้อมูลไปวางแผนให้กลุ่มนักศึกษามีการรู้เท่าทันพนันออนไลน์ให้มากยิ่งขึ้น

4) ข้อเสนอแนะเชิงสังคมและเศรษฐกิจ การสร้างภูมิคุ้มกันผ่านเครือข่ายสภาพแวดล้อม “ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม” มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ ดังนั้น ครอบครัวและสถาบันการศึกษาต้องร่วมกันสร้าง "พื้นที่ต้นแบบสีขาว" เพื่อลดอิทธิพลจากการยอมรับการพนันในกลุ่มเพื่อน และสร้างค่านิยมใหม่ที่ไม่มองการพนันออนไลน์เป็นช่องทางสร้างรายได้หลัก

ข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต

1) ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่น่าสนใจ เช่น ลักษณะการควบคุมตนเองของกลุ่มนักศึกษา ตัวแปรความฉลาดทางอารมณ์ และความเชื่อมั่นในตนเอง ว่าเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์หรือไม่

2) ควรทำการศึกษาการวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น เช่น รูปแบบของการส่งข้อความเร้าพนันออนไลน์ เนื้อหาที่เว็บพนันออนไลน์นิยมส่งข้อความเพื่อชักจูงใจให้นักศึกษาเล่นพนันออนไลน์ หรือการศึกษาเชิงลึกเรื่องปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการสนทนากลุ่ม เพื่อทำความเข้าใจว่าทำไมปัจจัยด้านจิตวิทยา พฤติกรรมตนเอง และภูมิทัศน์สื่อดิจิทัล จึงไม่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อ

3) การวิจัยเชิงเปรียบเทียบระหว่างพื้นที่ เพื่อเปรียบเทียบผลการพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษาระหว่างพื้นที่ จังหวัดชายแดน (จ.เชียงราย) กับเขตพื้นที่เมืองหลวง เขตเศรษฐกิจ เช่น กรุงเทพฯ และปริมณฑล เพื่อดูว่าปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและกฎหมายมีอิทธิพลหรือไม่ตามลักษณะทางภูมิศาสตร์

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กรมสุขภาพจิต. (2565). *เตือนสัญญาณเสี่ยงจากการติดพนัน*. <https://shorturl.asia/zOcJP>
- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. การพนันออนไลน์ในไทย. (19 กุมภาพันธ์ 2564). <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/938740>
- คงกรีซ เล็กศรีนาค ณรงค์ พลอยदनัย และวิเชียรโชติ สุกโชติรัตน์. (2551). พฤติกรรมการเล่น การพนันของเยาวชนกรณีศึกษา: เขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัย มข.* 12(4), 132-146. <https://ph02.tci.thaijo.org/index.php/gskku/article/view/22881/19561>
- ชาตบุษย์ ฮายุกต์ และวราภรณ์ วนาพิทักษ์. (2559). การบังคับใช้กฎหมายควบคุมการพนันออนไลน์: ศึกษากรณีเกมสั้งคมออนไลน์. *วิทยานิพนธ์ น.ม. (นิติศาสตร์)*. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. <https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail/10.14457%2FNIDA.the.2016.228>
- ชูชีพ ประทุมเวียง ชญาดา ดานวงศ์ และสุภัชญา ธาณี. (2563). สถานการณ์และผลกระทบที่เกิดจากการพนันในนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น*. 15(2), 48-52.
- ธนากร คมกฤต. (2563). *กลวิธีการโฆษณาพนันออนไลน์*. <https://www.thaipbs.or.th/program/MediaLiteracy/episodes/69957>
- พนม คล้ายยา. (2565). *การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิทักษ์พงษ์ พันธะประยูร. (2557). ปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478 กับการพนันบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต. การค้นคว้าอิสระ น.ม. (นิติศาสตร์). เชียงราย: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- ไทยพีบีเอสออนไลน์. (2565). *ข่าวการจับกุมหลายบ่อนพนันออนไลน์*. <https://www.thaipbs.or.th/news/content/322511>
- บวรวิทย์ คชรินทร์. (2551). พฤติกรรมการเล่นการพนันของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี. [ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป มหาวิทยาลัยศิลปากร].
- ปรัชญา มณฑาทอง. (2553). *การเล่นพนันฟุตบอลของนักศึกษาระดับอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงาน คณะกรรมการการอาชีวศึกษาในเขตเทศบาลนครเชียงราย*. [วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (อาชีวศึกษา). เชียงราย: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงราย].
- ปัทมาภรณ์ สุขสมโสด. (2561). *การศึกษาพฤติกรรมและผลกระทบการใช้สื่อออนไลน์ต่อการเล่นพนันของ เยาวชนในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยภายใต้การสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.). https://www.gamblingstudy-th.org/imgadmins/research_file/ebook-60-08-Pattamapom.pdf
- ยุทธ ไถยวรรณ. (2557). *การวิเคราะห์สถิติหลายตัวแปรสำหรับงานวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 2) กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัตนภรณ์ ยงยุทธวิชัย สุภัตรา แผนวิชิต และวรรณวิภา เมืองล้ำ. (2562). *ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการพนันและการพนันออนไลน์ของประเทศไทย*. การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 10. <https://shorturl.asia/X6HJB>
- สุระชัย ชุมภา. (2558) *มายาคติในการสื่อสารออนไลน์ของเว็บไซต์การพนัน*. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 10(2), 55-64.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2560). *5 องค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อ*. <https://shorturl.asia/0cEux/>

ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ. (2564). *สถานการณ์การพนันในสังคมไทย ปี 2564*. ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน.
https://www.gamblingstudy-th.org/imgadmins/book_file/ppt-cgs-national-survey-2564.pdf
 อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ. (2550). *รู้ทันตนเอง รู้เก่งใช้สื่อ แนวคิดใหม่ของการรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพ*. โครงการสื่อสร้างสรรค์สุขภาพมูลนิธิมหา
 จุฬาลงกรณวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่ สำนักงานกองทุนสนับสนุนสร้างเสริมสุขภาพ.

ภาษาอังกฤษ

- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychology*, 3(3), 265–299.
- Boughton, R. Jindani, F. and Turner, N. (2016). *Meeting the Unique Needs of Women Problem Gamblers: Webinar and Workbook Effectiveness Studies*. 16th International Conference on Gambling & Risk Taking, June 2016.
https://oasis.library.unlv.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1364&context=gaming_institute
- Griffiths, M. D. (2005). A components model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191–197. <https://doi.org/10.1080/14659890500114359>
- Hargittai, E. (2009). The digital reproduction of inequality. In D. R. Bogen & C. A. Carden (Eds.), *The future of the internet*. University of Chicago Press.
- Hing, N, et al. (2020). *The Relationship Between Gambling and Intimate Partner Violence Against Women: Research Report*. Australia's National Research Organisation for Women's Safety (ANROWS).
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- King, D. L., & Delfabbro, P. H. (2018). Predatory monetization schemes in video games. *Addiction*, 113(11), 1967–1969.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Matthews, N., Farnsworth, B. and Griffiths, M.D. (2009). *A Pilot Study of Problem Gambling among Student Online Gamblers: Mood States as Predictors of Problematic Behavior*, *Cyber Psychology & Behavior*, 12(6), 741-745.
- Nurlatifah, F., Ariyanti, M., & Iskanto, D. (2025) The effect of social media marketing on purchase intention: The mediating role of brand image and brand trust, *Quality-Access to Success*, 26(205), 443-450.
- Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The Communication Review*, 7(1), 3–14.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Potter, W. J. (2013). *Media literacy* (7th ed.). SAGE.
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.
- Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
- Williams, R., Wood, R. and Parke, J. (2012). *Routledge International Handbook of Internet Gambling*. London: Routledge.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: Harper & Row.