

การศึกษาปัจจัยในการรับรู้สื่อโซเชียลมีเดียของกลุ่มวัยรุ่น: กรณีศึกษาชุดความรู้ถนนสำหรับรถจักรยานยนต์ขับขี่ปลอดภัย A Study of Factors Influencing Adolescents' Perception of Social Media: A Case Study of a Road Safety Knowledge Package for Safe Motorcycle Riding

จินตวรี พาไชย¹ และ เจษฎา คำผอง^{2*}
Jintaware Pachai¹ and Jetsada Kumphong^{2*}

¹วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

²คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

¹North Eastern Technological College

²Faculty of Technical Education, Rajamangala University of Technology Isan

*Corresponding author: Jetsada.ku@muti.ac.th

Received: 10 February 2026 / Revised: 20 July 2026

Accepted: 24 July 2026/ Published in Online: 30 August 2026

บทคัดย่อ: งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุกับกลุ่มของสัดส่วนของจำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์และการใช้โซเชียลมีเดีย โดยจำแนกเป็นกลุ่มช่วงอายุ 2. เพื่อสร้างสื่อโซเชียลมีเดีย Facebook เกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ปลอดภัยกับกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งมีการรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียและข้อมูลจำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์ ซึ่งข้อมูลวิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนาและทดสอบไคสแควร์ (Chi-square test) และมีการสร้างสื่อโซเชียลมีเดีย Facebook เกี่ยวกับเรื่องรถจักรยานยนต์ปลอดภัยโดยประยุกต์ใช้ ADDIE Model ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุกับกลุ่มของสัดส่วนของจำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์และการใช้โซเชียลมีเดีย พบว่าช่วงอายุกับสัดส่วนของจำนวนทั้ง 2 กลุ่มมีความสัมพันธ์กัน ($p < 0.05$) และการสร้างสื่อโซเชียลมีเดีย Facebook ซึ่งได้โพสต์ทั้งหมดมากกว่า 103 โพสต์ (เข้าถึงโพสต์มากกว่า 659,236 ราย; มีผู้เข้าถึงเพจทั้งหมด 3,690,000 ราย) ฉะนั้นในด้านการป้องกันอุบัติเหตุทางถนนในกลุ่มวัยรุ่น (อายุ <25 ปี) ควรมีการสร้างสื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ปลอดภัยผ่านทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เพื่อสร้างความตระหนักและโอกาสในการเข้าถึงเนื้อหาเกี่ยวกับความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน

คำสำคัญ: โซเชียลมีเดีย, ความปลอดภัยทางถนน, รถจักรยานยนต์, ผู้บาดเจ็บ, อุบัติเหตุรถจักรยานยนต์

Abstract: This research aimed to: 1) investigate the association among age groups, the proportion of severe motorcycle injuries, and social media usage; and 2) develop Facebook media promoting motorcycle safety for adolescents. Secondary data on social media usage and severe motorcycle injury statistics were collected and analyzed using descriptive statistics and the Chi-square test. Additionally, the Facebook media was developed by applying the ADDIE Model. The findings revealed a statistically significant association between age groups and the proportions of both variables ($p < 0.05$). Regarding media development, more than 103 posts were published, reaching over 659,236 individuals, with a total page reach of 3,690,000. Consequently, to enhance road accident prevention among adolescents (aged < 25 years), educational media focusing on motorcycle safety should be developed across various social media platforms to raise awareness and increase accessibility to road safety content.

Keywords: Social Media, Road Safety, Motorcycle, Injury, Motorcycle Accidents.

1. บทนำ

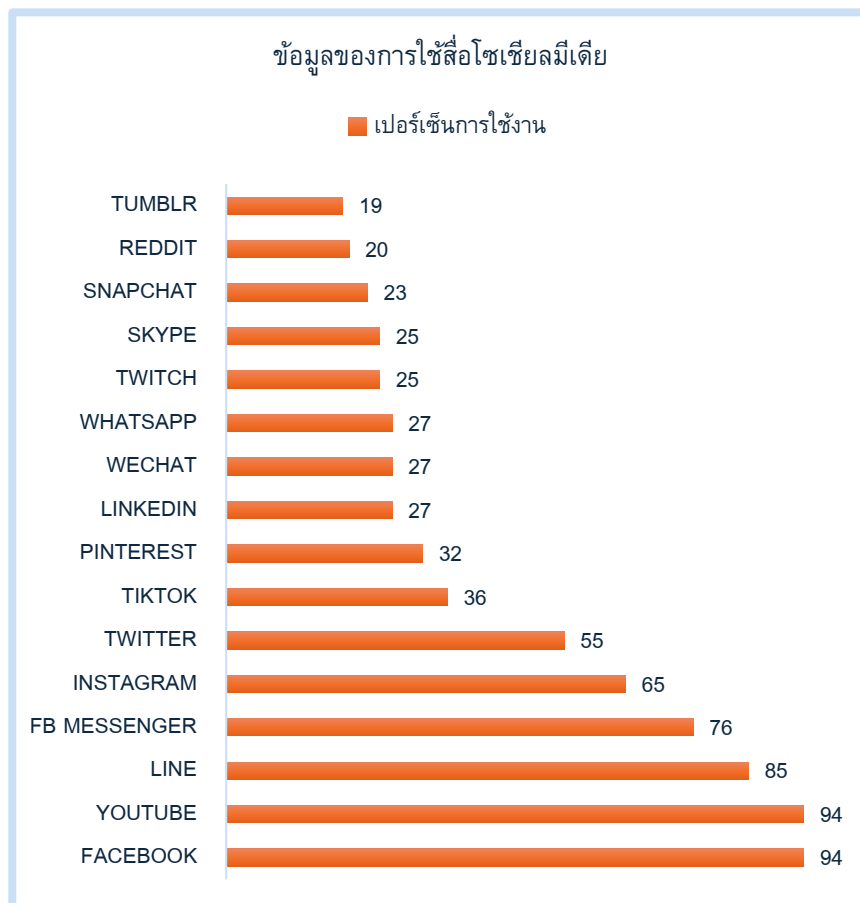
ประเทศไทยในปัจจุบันเครื่องมือสื่อสารโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือมือถือเป็นที่นิยมของกลุ่มวัยรุ่น และมีการใช้ตามสื่อมีเดียในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ การใช้อินเทอร์เน็ต การใช้โซเชียลมีเดีย การดูทีวี การฟังเพลงและการเล่นเกม เป็นต้น โดยการใช้สื่อโซเชียลมีเดียที่ใช้เวลาสูงสุดต่อวันคือ การใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวัน เท่ากับ 9 ชั่วโมงต่อวัน และมีเดียที่ใช้เวลาต่ำสุดต่อวันคือ การฟังเพลงและการเล่นเกม เท่ากับ 1 ชั่วโมงต่อวัน ดังแสดงในรูปที่ 1 [1]

และจากการรวบรวมข้อมูลของโซเชียลมีเดียกลุ่มต่าง ๆ ของประเทศไทย ได้แก่ Facebook, YouTube, LINE, Facebook Messenger, Instagram, X (Twitter), TikTok และ Pinterest เป็นต้น โดยมีการสำรวจจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอายุระหว่าง 16 ถึง 64 ปี โดยโซเชียลมีเดียที่มีสัดส่วนการใช้สูงสุดคือ Facebook และ YouTube ดังแสดงในรูปที่ 2 และจากการรวบรวมข้อมูลของโซเชียลมีเดียตามกลุ่มอายุผู้ใช้งานของประเทศไทย พบว่า กลุ่มผู้ใช้โซเชียลมีเดียที่มีสัดส่วนการใช่มากที่สุดคือ กลุ่มอายุ 25-34 ปี รองลงมาคือ กลุ่มอายุ 18-24 ปี และกลุ่มผู้ใช้โซเชียลมีเดียที่มีสัดส่วนการใช้น้อยที่สุดคือ กลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไป ดังแสดงในรูปที่ 3 [1]

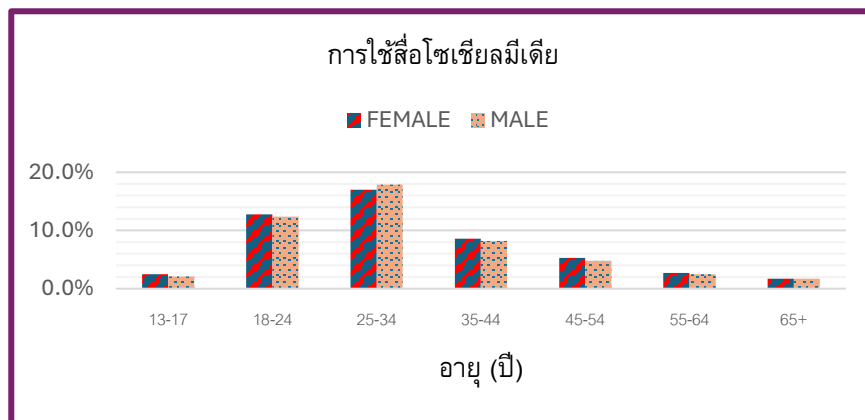
จากการรวบรวมข้อมูลจากมรณบัตรและหนังสือรับรองการตายสำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข พบว่าสัดส่วนการเสียชีวิตจากรถจักรยานยนต์สูงที่สุดเท่ากับ ร้อยละ 65 รองลงมาคือสัดส่วนการเสียชีวิตจากรถยนต์เท่ากับร้อยละ 19 และจากข้อมูลอุบัติเหตุทางถนนพบว่าจำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์ โดยจำแนกตามกลุ่มอายุของผู้บาดเจ็บ พ.ศ. 2548-2552 (293,044 คน) พบว่ากลุ่มอายุที่มีจำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์สูงที่สุดคือ กลุ่มอายุ 15-19 ปี อันดับที่ 2 คือ กลุ่มอายุ 20-24 ปี อันดับที่ 3 คือ กลุ่มอายุ 25-29 ปี และอันดับที่ 4 คือ กลุ่มอายุ 30-34 ปี [2-3]



รูปที่ 1 การใช้สื่อมีเดียต่าง ๆ กับประเทศไทย [1]



รูปที่ 2 สัดส่วนข้อมูลของโซเชียลมีเดียกลุ่มต่างๆ ของประเทศไทย [1]



รูปที่ 3 ข้อมูลของโซเชียลมีเดียตามกลุ่มอายุผู้ใช้งานในประเทศไทย [1]

จากข้อมูลที่กำลังมาในข้างต้นสามารถคาดการณ์ในเบื้องต้นได้ว่าข้อมูลของโซเชียลมีเดียตามกลุ่มอายุผู้ใช้งานในประเทศไทยกับจำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์จำแนกตามกลุ่มอายุ พบว่ามีความสอดคล้องในด้านสัดส่วนของข้อมูลตามกลุ่มอายุ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้มีความสนใจในกลุ่ม 18-34 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีโอกาสในการได้รับการบาดเจ็บที่รุนแรงจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์และเป็นกลุ่มอายุที่ใช้โซเชียลมีเดียมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มอื่น ๆ

จากข้อมูลที่กำลังมาในข้างต้นสามารถคาดการณ์ในเบื้องต้นได้ว่า ข้อมูลสัดส่วนผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียและสัดส่วนจำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยมีความสอดคล้องกันตามกลุ่มอายุ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันยังคงขาดการศึกษาที่เชื่อมโยงองค์ความรู้ทั้งสองด้านนี้เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการป้องกันอุบัติเหตุอย่างเป็นระบบ การศึกษาครั้งนี้จึงมีความสนใจศึกษาในกลุ่มอายุ 18-34 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีโอกาสได้รับการบาดเจ็บรุนแรงจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์และใช้โซเชียลมีเดียมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มอื่น ๆ เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เชิงรุกเรื่อง "รถจักรยานยนต์ปลอดภัย" ผ่านทางแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย (เช่น Facebook) ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงเนื้อหาด้านความปลอดภัย ก่อให้เกิดความตระหนักรู้ในการใช้รถใช้ถนน และนำไปสู่การลดความสูญเสียจากอุบัติเหตุทางถนนในกลุ่มเยาวชนและวัยทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุกับกลุ่มของสัดส่วนของจำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์และการใช้โซเชียลมีเดีย โดยจำแนกเป็นกลุ่มช่วงอายุ
- 2.2. เพื่อสร้างสื่อโซเชียลมีเดีย Facebook เรื่องเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ปลอดภัยกับกลุ่มวัยรุ่น

3. การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องสะท้อนให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรม ค่านิยม การเรียนรู้ และสุขภาพของวัยรุ่นในหลายมิติ โดยเฉพาะด้านการสื่อสาร การพัฒนาตนเอง และการรับอิทธิพลจากสังคมรอบข้าง

ด้านการส่งเสริมสุขภาพ พบว่าสื่อสังคมออนไลน์สามารถเป็นเครื่องมือในการพัฒนาทักษะส่วนบุคคล และพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของวัยรุ่นได้ แม้ว่าวัยรุ่นจะให้ความสำคัญต่อสุขภาพในระดับไม่สูง แต่การแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านโภชนาการ การออกกำลังกาย และการพักผ่อนผ่านแพลตฟอร์ม เฟซบุ๊กและอินสตาแกรม ช่วยสนับสนุนการพัฒนาทักษะชีวิต พฤติกรรมสร้างเสริมสุขภาพ และการดูแลสุขภาพตนเอง โดยรูปแบบการสื่อสาร เช่น การโพสต์ภาพและการใช้แฮชแท็ก สามารถกระตุ้นแรงบันดาลใจและขยายการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพในกลุ่มวัยรุ่นได้ [4]

อย่างไรก็ตาม การใช้สื่อสังคมออนไลน์ยังส่งผลต่อสุขภาพจิตและค่านิยมของวัยรุ่น หากมีการใช้งานมากเกินไปหรือในลักษณะที่มีความเสี่ยง อาจก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบต่อสุขภาพจิตได้ จึงจำเป็นต้องส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อและการใช้งานอย่างเหมาะสม [5] นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงค่านิยมของวัยรุ่นยังสัมพันธ์กับปัจจัยหลายด้าน เช่น เจตคติ สังคม ครอบครัว เศรษฐกิจ การศึกษา และอิทธิพลจากเพื่อนหรือบุคคลที่ชื่นชอบ ซึ่งล้วนเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ [6]

ในด้านการเรียนรู้และการพัฒนาสื่อ พบว่าการจัดการเรียนการสอนออนไลน์แบบเปิด (MOOC) ในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับจิตวิทยาพัฒนาการ สามารถสร้างการมีส่วนร่วมของผู้เรียน ความพึงพอใจ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในระดับสูง สะท้อนถึงศักยภาพของสื่อออนไลน์ในการสนับสนุนการเรียนรู้ของประชาชนและวัยรุ่นอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการพัฒนาสื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อการเรียนรู้ ซึ่งวัยรุ่นต้องการสื่อที่สามารถโต้ตอบได้ มีความน่าสนใจ และออกแบบอย่างสร้างสรรค์ [7-8]

ขณะเดียวกัน วัยรุ่นยังใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อความบันเทิงและการบริโภค โดยมีทัศนคติเชิงบวกต่อสื่อบันเทิงเกาหลีในหลายด้าน เช่น วัฒนธรรม สังคม ครอบครัว และการตลาด [9] รวมถึงการใช้เฟซบุ๊กเป็นแหล่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้า ซึ่งความต้องการข้อมูลทางการตลาดและความคาดหวังในการใช้สื่อมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้งาน [10]

นอกจากนี้ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับระดับการรู้เท่าทันสื่ออย่างมีนัยสำคัญ โดยแม้ว่าปริมาณการใช้งานจะอยู่ในระดับมาก แต่การรู้เท่าทันสื่อยังอยู่ในระดับปานกลาง สะท้อนความจำเป็นในการพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์สื่อควบคู่กับการใช้งาน โดยสรุปวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องชี้ให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์มีทั้งโอกาสและความท้าทายต่อวัยรุ่น การใช้สื่ออย่างเหมาะสมและการเสริมสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมสุขภาพ พฤติกรรม ค่านิยม และการเรียนรู้ของวัยรุ่นในยุคดิจิทัล [4-5, 11]

4. วิธีการดำเนินการวิจัย หรือการทดลอง

4.1 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุกับกลุ่มของสัดส่วนของจำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์และการใช้โซเซียลมีเดีย โดยจำแนกเป็นกลุ่มช่วงอายุ

จากข้อมูลของโซเซียลมีเดียตามกลุ่มอายุผู้ใช้งานของประเทศไทย [1] และสัดส่วนจำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์ [3] ซึ่งเป็นข้อมูลทุติยภูมิ สามารถแบ่งได้เป็นสัดส่วนตามช่วงอายุ ดังแสดงในตารางที่ 1 และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-square test) [12]

ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสองกลุ่มประชากร ได้ใช้สถิติการทดสอบไคสแควร์ (Chi-square test) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์สำหรับกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกันโดยกำหนดรายละเอียดทางสถิติดังนี้:

ตัวแปรที่ศึกษา: ตัวแปรสัดส่วนประชากรผู้ใช้โซเซียลมีเดีย และตัวแปรสัดส่วนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์ โดยจำแนกตามช่วงอายุที่สอดคล้องกัน สมมติฐานการวิจัยทางสถิติ:

สมมติฐานหลัก (H_0): ช่วงอายุไม่มีความสัมพันธ์สัดส่วนของจำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์และการใช้โซเซียลมีเดีย

สมมติฐานรอง (H_1): ช่วงอายุมีความสัมพันธ์สัดส่วนของจำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์และการใช้โซเซียลมีเดีย

ระดับนัยสำคัญทางสถิติ: กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 1 ข้อมูลสัดส่วนการใช้โซเซียลมีเดียกับจำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์

ช่วงอายุ (ปี)	สัดส่วนจำนวนการใช้ โซเซียลมีเดีย (%)	สัดส่วนจำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรง จากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์ (%)
<25	29	30
25-34	16	35
35-44	16	17
45-54	15	10
55-64	12	5
>64	12	3

4.2 การสร้างสื่อมัลติมีเดีย

ในการสร้างสื่อมัลติมีเดีย จะเริ่มต้นด้วยเป้าหมาย คือ กลุ่มวัยรุ่นในสองเพศหลักคือ เพจโครงการ “ขับเคลื่อนสังคมไทยสู่จักรยานยนต์ปลอดภัย” โดยต้องมีโพสต์เกี่ยวข้องกับรถจักรยานยนต์ ปลอดภัยมากกว่าหนึ่งโพสต์และมีคนเข้าถึงมากกว่าสองแสนห้าหมื่นคน และผู้ที่เข้าถึงข้อมูลควรมีอายุน้อยกว่าสามสิบห้าปีและเพจเครือข่ายต่าง ๆ ได้แก่ “สาขาครุศาสตร์อุตสาหกรรมโยธา มทร.ขอนแก่น” เป็นต้น (ดังรูปที่ 4-5) [13]



รูปที่ 4 เพจ “ขับเคลื่อนสังคมไทยสู่จักรยานยนต์ปลอดภัย”

(<https://web.facebook.com/motorcyclesafetyth>)



รูปที่ 5 ภาพเพจ “สาขาครุศาสตร์อุตสาหกรรมโยธา มทร.ขอนแก่น”

4.3 ขั้นตอนการศึกษา

ในส่วนของการสร้างสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมความปลอดภัย งานวิจัยนี้ได้ประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดระบบการเรียนการสอนแบบ ADDIE Model ซึ่งเป็นตัวแบบเชิงระบบที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลในการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียและนวัตกรรมการเรียนรู้ [14] ในการวิจัยนี้ทำการวิเคราะห์บริบทและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยกำหนดเกณฑ์คัดเลือกคือผู้ใช้ Facebook ในประเทศไทยที่มีอายุต่ำกว่า 35 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มเสี่ยงหลัก โดยมีรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงาน 5 ขั้นตอน (ดังรูปที่ 6) ดังนี้:

1.การวิเคราะห์ (Analysis): การวิเคราะห์ผ่านเครื่องมือ Facebook Page Insights (Meta Business Suite) เป็นการดึงข้อมูลสถิติเชิงลึกหลังบ้านของเพจ ได้แก่ ฟังก์ชัน ระบบวัดผลการเข้าถึง (Reach) ทั้งรายโพสต์และภาพรวมเพจ, ฟังก์ชัน การมีส่วนร่วม (Engagement) เช่น จำนวนการกดถูกใจ การแสดงความคิดเห็น การแชร์ การใช้ฟังก์ชันของแพลตฟอร์ม ข้อมูลประชากรศาสตร์ (Demographics) เพื่อวิเคราะห์ว่า สื่อที่สร้างขึ้นสามารถเข้าถึงและกระจายตัวไปยังกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น (อายุ < 35 ปี) ได้อย่าง

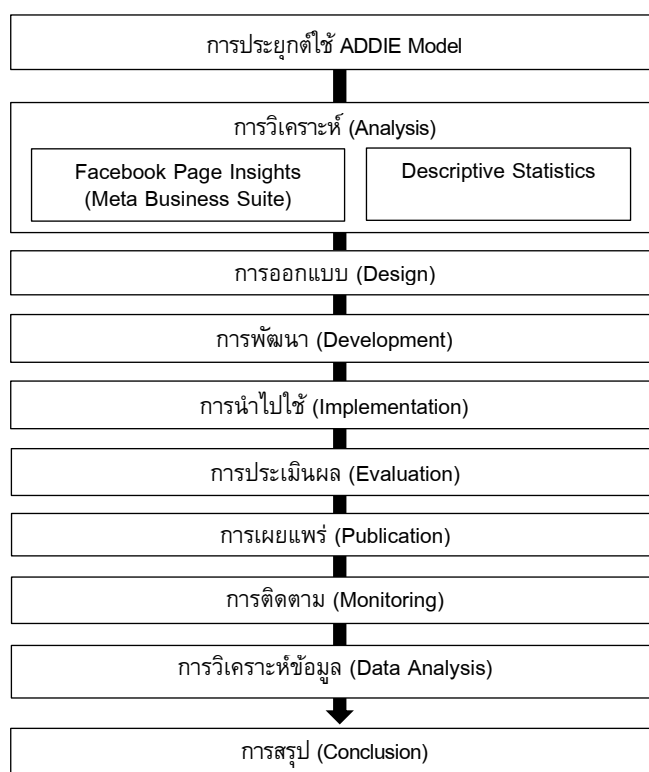
มีประสิทธิภาพจริงตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics): ได้แก่ การคำนวณหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ของยอดการรับชมและการมีส่วนร่วม เพื่อประเมินและสรุปภาพรวมศักยภาพของการสร้างและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์บนเพจเฟซบุ๊ก

2.การออกแบบ (Design): วางแผนโครงสร้างและเนื้อหา (Content Strategy) โดยแปลงข้อมูลสถิติอุบัติเหตุที่ซับซ้อนให้เป็นข้อความและภาพ (Infographics) ที่เข้าใจง่าย ทั้งในรูปแบบเนื้อหาที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยผ่านการตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นจากผู้เชี่ยวชาญ

3.การพัฒนา (Development): ดำเนินการผลิตชิ้นงานมัลติมีเดีย ดิจิทัลคอนเทนต์ และข้อความโพสต์รณรงค์เรื่อง "รถจักรยานยนต์ปลอดภัย" ให้มีรูปแบบและสีสันที่เหมาะสม ดึงดูดความสนใจของกลุ่มวัยรุ่น

4.การนำไปใช้ (Implementation): มีการนำออกไปใช้จริงในเพจ Facebook

5.การประเมินผล (Evaluation): การประเมินคุณภาพสื่อก่อนเผยแพร่ โดยนำชิ้นงานในขั้นตอนการพัฒนาเสนอต่อคณะผู้เชี่ยวชาญในโครงการเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาทางวิชาการ ความเหมาะสมของภาษา และรูปแบบการนำเสนอ (Content Validity) และนำออกเผยแพร่ (Publication): นำสื่อที่ผ่านการประเมินและปรับปรุงแล้วอัปโหลดเผยแพร่บนเพจหลัก ได้แก่ เพจ "ขับเคลื่อนสังคมไทยสู่จักรยานยนต์ปลอดภัย" และเพจเครือข่ายวิชาการ จากนั้นติดตามและจัดเก็บข้อมูลตัวชี้วัดผ่าน Facebook Insights เป็นระยะเพื่อนำมาวิเคราะห์ผล



รูปที่ 6 ขั้นตอนการศึกษา

5. ผลการวิจัย

5.1 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุกับกลุ่มของสัดส่วนของจำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์และการใช้โซเชียลมีเดีย โดยจำแนกเป็นกลุ่มช่วงอายุ

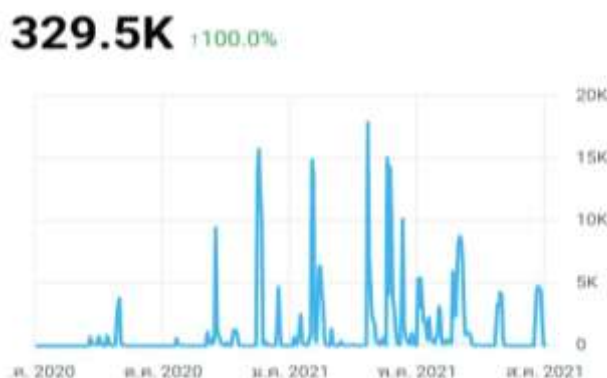
งานวิจัยนี้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุกับกลุ่มของสัดส่วนของจำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์และการใช้โซเชียลมีเดีย โดยจำแนกเป็นกลุ่มช่วงอายุ สัดส่วนของจำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์ จำแนกตามช่วงอายุ ได้แก่ <25 ปี (29%), 25-34 ปี (16%), 35-44 ปี (16%), 45-54 ปี (15%), 55-64 ปี (12%) และ >64 ปี (12%) และสัดส่วนของข้อมูลการใช้โซเชียลมีเดียจำแนกตามช่วงอายุ ได้แก่ <25 ปี (30%), 25-34 ปี (35%), 35-44 ปี (17%), 45-54 ปี (10%), 55-64 ปี (5%) และ >64 ปี (3%) ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุกับกลุ่มของสัดส่วนของจำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์และการใช้โซเชียลมีเดีย พบว่าช่วงอายุกับสัดส่วนของจำนวนทั้ง 2 กลุ่มมีความสัมพันธ์กัน ($p < 0.05$) โดยมีค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 16.408, ค่า Asymp. Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.006 ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ข้อมูลสัดส่วนการใช้โซเชียลมีเดียกับจำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์

กลุ่ม	ช่วงอายุ						รวม
	<25 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45-54 ปี	55-64 ปี	>64 ปี	
สัดส่วนการใช้โซเชียลมีเดีย (%)	29	16	16	15	12	12	100
สัดส่วนจำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรง (%)	30	35	17	10	5	3	100
รวม (ช่วงอายุ)	59	51	33	25	17	15	200

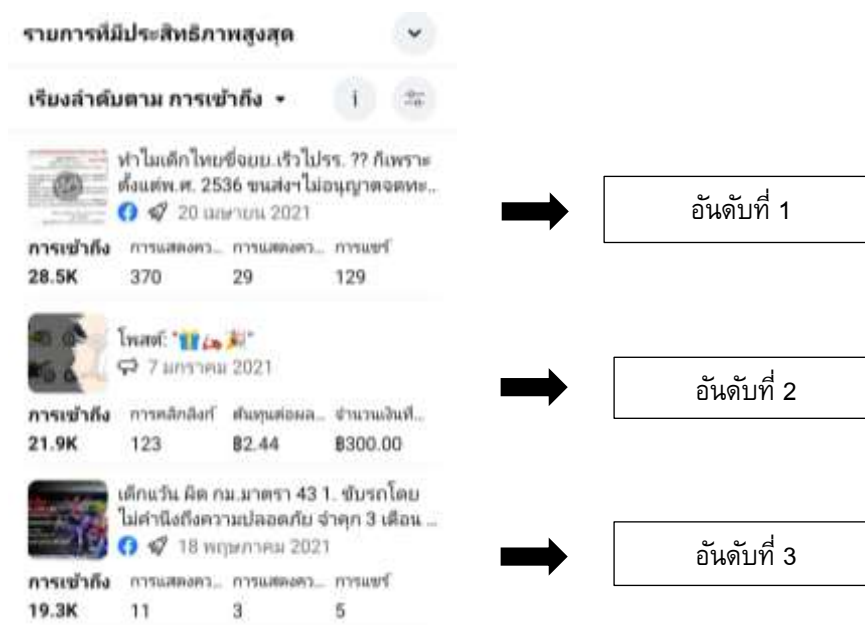
5.2 ผลการศึกษาของการสร้างสื่อโซเชียลมีเดีย

1 สิงหาคม พ.ศ.2564 โดยมีการโพสต์ในเพจโครงการและภาคีเครือข่ายจำนวนโพสต์ทั้งหมดมากกว่า 103 โพสต์ และจำนวนการเข้าถึงโพสต์มากกว่า 329,736 ราย โดยเป็นการวิเคราะห์เพจ Facebook “ขับเคลื่อนสังคมไทยสู่จักรยานยนต์ปลอดภัย” และเพจ IO ของโครงการ พบว่าเพจขับเคลื่อนสังคมไทยสู่จักรยานยนต์ปลอดภัย มีผู้เข้าถึงเพจทั้งหมด 329,500 ราย และเพจ IO มีผู้เข้าถึงเพจทั้งหมด 3,690,000 ราย อัตราสัดส่วนการเข้าถึงเพจโครงการต่อเพจ IO เท่ากับ 1:10 เท่า ซึ่งเพจโครงการมีอัตราการเติบโต 100% ดังแสดงในรูปที่ 7



รูปที่ 7 การเข้าถึงเพจ “ขับเคลื่อนสังคมไทยสู่จักรยานยนต์ปลอดภัย”

ได้แก่ โพสต์ “ทำไมเด็กไทยขี่จยย.เร็วไปร. ?? ก็เพราะตั้งแต่พ.ศ. 2536 ขนส่งฯไม่อนุญาตจดทะเบียนรถ 50 ซีซี วงล้อเล็ก...” ลงวันที่ 20 เมษายน 2564 อันดับที่ 1 มีกลุ่มช่วงอายุ 13-34 ปี และมีเพศชาย 85% เพศหญิง 15% รองลงมาเป็นโพสต์ “ขอแนะนำแบบบ้านๆ ในการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ใหม่ให้ลูก แม่บ้าน และใช้เองทั้งบ้าน...” ลงวันที่ 7 มกราคม 2564 มีกลุ่มช่วงอายุ 13-34 ปี และมีเพศชาย 75% เพศหญิง 25% และ “เด็กแว้น ผิด กม.มาตรา 43 1. ขับรถโดยไม่คำนึงถึงความปลอดภัย จำคุก 3 เดือน ปรับสูงสุด 10,000 บาท...” ลงวันที่ 18 พฤษภาคม 2564 มีกลุ่มช่วงอายุ 18-65 ปี และมีเพศชาย 85% เพศหญิง 15% ตามลำดับ ดังแสดงในรูปที่ 8 และ 9

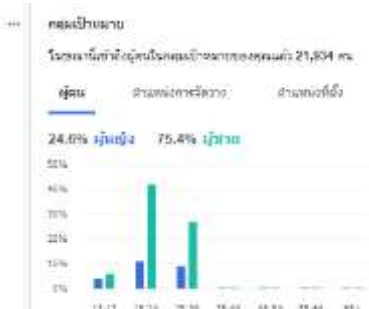


รูปที่ 8 การเข้าถึงโพสต์สามลำดับแรกของเพจ “ขับเคลื่อนสังคมไทยสู่จักรยานยนต์ปลอดภัย”

อันดับที่ 1



อันดับที่ 2



อันดับที่ 3



รูปที่ 9 อายุและเพศที่เข้าถึงโพสต์สามลำดับแรกของ
เพจ “ขับเคลื่อนสังคมไทยสู่จักรยานยนต์ปลอดภัย”

6. การอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุกับกลุ่มของสัดส่วนของจำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากอุบัติเหตุจักรยานยนต์และการใช้โซเชียลมีเดีย โดยจำแนกเป็นกลุ่มช่วงอายุพบว่าช่วงอายุกับสัดส่วนของจำนวนทั้ง 2 กลุ่มมีความสัมพันธ์กัน และสัดส่วนกลุ่มอายุน้อยกว่า 25 ปี ของทั้งสองข้อมูลมีสัดส่วนที่สอดคล้องกัน ฉะนั้นในด้านการป้องกันอุบัติเหตุทางถนนในกลุ่มวัยรุ่น (อายุ <25 ปี) ควรมีการสร้างสื่อการเรียนรู้ผ่านทางโซเชียลมีเดียเพื่อสร้างความตระหนักถึงความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน ซึ่งการใช้สื่อสังคมของวัยรุ่นจากงานวิจัยที่ผ่านมา 3 อันดับแรกคือ Facebook, Instagram [4] ซึ่งอุบัติเหตุทางถนนจัดอยู่ในกลุ่มของโรคไม่ติดต่อของกระทรวงสาธารณสุข [3]

จากการดำเนินการในการสร้างสื่อ Facebook ของเพจโครงการ “ขับเคลื่อนสังคมไทยสู่จักรยานยนต์ปลอดภัย” สำหรับผู้ขับขี่รถพบว่าผู้เข้าถึงเพจมากกว่าสามล้านคนและมีโพสต์เกี่ยวข้องกับรถจักรยานยนต์ปลอดภัยมากกว่าหนึ่งร้อยชิ้นงานและผู้เข้าถึงโพสต์เกี่ยวข้องกับรถจักรยานยนต์ปลอดภัยมากกว่าสามแสนคน และยังมีการเผยแพร่ข่าวสารกับเพจภาคีเครือข่ายต่างๆ ดังรูปที่ 10 และ 11



รูปที่ 10 การพัฒนาภาพการสื่อสารกับกลุ่มวัยรุ่น
เพจ “ซันเดิ้ลชั่นสังคมไทยสู่จักรยานยนต์ปลอดภัย”

ซึ่งเนื้อหาที่ได้ความนิยมที่สอดคล้องระหว่างทั้งสองเพจ คือเนื้อหาในเกี่วข้องกับการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์และกฎหมายเกี่วข้องกับเด็กแว้น เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีโพสต์ต่างๆ เกี่วข้องกับรถจักรยานยนต์ปลอดภัยอีกมากมาย อาทิ จดหมายถึงนายกรัฐมนตรี ครั้งที่ 1 และ 2 เป็นต้น



รูปที่ 11 การพัฒนาภาพการสื่อสารกับกลุ่มวัยรุ่น
เพจ “สาขาครุศาสตร์อุตสาหกรรมโยธา มทร.ขอนแก่น”

ซึ่งการใช้สื่อสังคมของวัยรุ่นจากงานวิจัยที่ผ่านมา 3 อันดับแรกคือ Facebook, YouTube, Instagram มีปริมาณการใช้ในระดับมากของกลุ่มวัยรุ่นซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยนี้คือการเลือกใช้ Facebook ในการเผยแพร่ภาพสื่อต่าง ๆ [11] นอกจากนี้ยังมีการวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการเสริมสร้างสุขภาพวัยรุ่น โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ อาทิ Facebook, Instagram สอดคล้องกับงานวิจัยนี้คือการเลือกใช้ Facebook ในการเผยแพร่ภาพสื่อด้านสุขภาพ [4-6]

นอกจากนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษานี้ไปใช้ประกอบการวางแผนการลงทุนด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล โดยพิจารณาควบคู่กับการวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ เช่น การวิเคราะห์ Benefit–Cost Ratio (B/C Ratio) ตามแนวทางของ เจษฎา คำผอง และธินิดา บัณฑิตวรณ [15] เพื่อให้การใช้ทรัพยากรด้านการรณรงค์ความปลอดภัยทางถนนเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

7. สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุกับกลุ่มของสัดส่วนของจำนวนผู้บาดเจ็บรุนแรงจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์และการใช้โซเชียลมีเดีย โดยจำแนกเป็นกลุ่มช่วงอายุพบว่าช่วงอายุกับสัดส่วนของจำนวนทั้ง 2 กลุ่มมีความสัมพันธ์กัน ($p < 0.05$) และสัดส่วนกลุ่มอายุน้อย 25 ปี ของทั้งสองข้อมูลมีสัดส่วนที่สอดคล้องกัน ฉะนั้นในด้านการป้องกันอุบัติเหตุทางถนนในกลุ่มวัยรุ่น (อายุ < 25 ปี) ควรมีการสร้างสื่อการเรียนรู้ผ่านทางโซเชียลมีเดียเพื่อสร้างความตระหนักถึงความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน ผลการศึกษานี้ ไม่สามารถสรุปได้ว่าสื่อสังคมออนไลน์เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดอุบัติเหตุทางถนนโดยตรง แต่สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มวัยรุ่นซึ่งเป็นกลุ่มเสี่ยงของการเกิดอุบัติเหตุและเป็นกลุ่มที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในสัดส่วนสูง เป็นกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมสำหรับการเผยแพร่สื่อรณรงค์ด้านความปลอดภัยทางถนนผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

จากการดำเนินการในการสร้างสื่อ Facebook ของเพจโครงการ “ขับเคลื่อนสังคมไทยสู่จักรยานยนต์ปลอดภัย” สำหรับผู้ขับขี่รถพบว่า มีผู้เข้าถึงเพจมากกว่าสามล้านคนและมีโพสต์เกี่ยวข้องกับการจักรยานยนต์ปลอดภัยมากกว่าหนึ่งร้อยโพสต์และผู้เข้าถึงโพสต์เกี่ยวข้องกับการจักรยานยนต์ปลอดภัยมากกว่าสามแสนคนนอกจากนี้ยังมีการเผยแพร่ข่าวสารกับเพจภาคีเครือข่ายต่างๆ ซึ่งเนื้อหาที่ได้ความนิยมที่สอดคล้องระหว่างทั้งสองเพจคือเนื้อหาในเกี่ยวข้องกับการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์และกฎหมายเกี่ยวข้องกับการแข่งรถจักรยานยนต์บนทางสาธารณะ (เด็กแว้น) เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีโพสต์ต่างๆเกี่ยวข้องกับการจักรยานยนต์ปลอดภัยอีกมากมาย

โดยสรุป งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของการใช้ Facebook เป็นช่องทางในการเผยแพร่องค์ความรู้และสื่อรณรงค์ด้านความปลอดภัยทางรถจักรยานยนต์ให้เข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นและประชาชนจำนวนมาก อีกทั้งยังเป็นแนวทางสำหรับหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา และภาคีเครือข่ายในการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ สร้างความตระหนักด้านความปลอดภัยทางถนน และสนับสนุนการพัฒนางานวิจัยและการสื่อสารสาธารณะด้านความปลอดภัยทางถนนในอนาคต

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย (Policy Implications)

1. หน่วยงานภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยทางถนนควรนำสื่อสังคมออนไลน์มาเป็นช่องทางหลักในการสื่อสารและรณรงค์ด้านความปลอดภัยสำหรับกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีการใช้สื่อออนไลน์ในระดับสูง

2. ควรสนับสนุนการจัดตั้งเครือข่ายเพจประชาสัมพันธ์หรือเพจสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ (Information Operation: IO) ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา และภาคีเครือข่าย เพื่อเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลด้านความปลอดภัยทางถนนในกลุ่มเยาวชนและประชาชน

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรกำหนดแนวทางการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง โดยสนับสนุนบุคลากรหรือผู้รับผิดชอบในการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลด้านความปลอดภัยทางถนนอย่างเป็นระบบ

8.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ (Practical Implications)

1. การผลิตสื่อควรใช้ข้อความที่สั้น กระชับ เข้าใจง่าย และใช้ภาพ อินโฟกราฟิก หรือวิดีโอที่มีความน่าสนใจ เพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มวัยรุ่น

2. การเผยแพร่เนื้อหาควรเชื่อมโยงกับประเด็นหรือกระแสที่ได้รับความนิยมในสื่อสังคมออนไลน์ (Trending Topics) เพื่อเพิ่มการเข้าถึง (Reach) และการมีส่วนร่วม (Engagement) ของผู้ติดตาม

3. ผู้ดูแลเพจควรมีการเผยแพร่ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพื่อให้เพจมีการเคลื่อนไหวและรักษาความสนใจของผู้ติดตาม

4. ควรขยายการเผยแพร่เนื้อหาไปยังแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์อื่น เช่น YouTube, Instagram, TikTok และแพลตฟอร์มใหม่ที่ได้รับการนิยม เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมากขึ้น

8.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต (Future Research)

1. ควรศึกษารูปแบบการเข้าถึงสื่อของกลุ่มวัยรุ่นในแต่ละแพลตฟอร์ม เช่น การแชร์โพสต์ในกลุ่มออนไลน์ การใช้ผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencers) หรือการใช้ระบบแนะนำเนื้อหา (Algorithm) ที่ส่งผลต่อการเข้าถึงข้อมูลด้านความปลอดภัย

2. ควรศึกษาช่วงวันและเวลาที่เหมาะสมในการเผยแพร่เนื้อหา เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มวัยรุ่น และเพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสาร

3. ควรเปรียบเทียบประสิทธิผลของการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น Facebook, YouTube, Instagram และ TikTok ทั้งในด้านการเข้าถึง การมีส่วนร่วม และผลต่อการรับรู้ด้านความปลอดภัยทางถนน

4. ควรศึกษาผลลัพธ์เชิงพฤติกรรมในระยะยาว โดยประเมินว่าการรับสื่อรณรงค์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์สามารถส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการขับขี่ การสวมหมวกนิรภัย และการปฏิบัติตามกฎหมายจราจรได้มากน้อยเพียงใด

9. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คุณสมศักดิ์ ปรานนอก ในการช่วยสนับสนุนการทำงานวิจัยและขอขอบคุณโครงการขับเคลื่อนสังคมไทยสู่จักรยานยนต์ปลอดภัยที่ให้กระผมได้ร่วมในการทำงานวิจัยเพื่อพัฒนาแผนงานป้องกันอุบัติเหตุทางถนนของประเทศไทย

10. เอกสารอ้างอิง

- [1] Hootsuite. (2563). **Social Media Trends 2020 Report**. สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2564, จาก <https://www.slideshare.net/slideshow/social-media-trends-2020-report-by-hootsuite/204680103>
- [2] Kumphong, J., Satiennam, T., Satiennam, W., & Tirapat, S. (2019). Change of Motorcycle Speed under Speed Enforcement Camera on Urban Arterial in khon Kaen City, Thailand. **International Journal of GEOMATE**, 16(56), 159-164.
- [3] สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. (2564). **ข้อมูลจากมรณบัตร**. สืบค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2564, จาก <http://bps.moph.go.th/>
- [4] เยาวนารถ พันธุ์เพ็ง. (2564). การส่งเสริมสุขภาพของวัยรุ่นโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์. **วารสารสหศาสตร์ศรีปทุม ชลบุรี**, 7(1), 21-29
- [5] ชาวลิต ศรีเสริม และลักขณา ขอบเสียง. (2563). สื่อสังคมออนไลน์กับสุขภาพจิตวัยรุ่น: จุดแข็ง ข้อจำกัด และการติดสื่อสังคมออนไลน์. **วารสารการบริหารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมท้องถิ่น**, 6(6), 355-370.
- [6] ปัทมาภรณ์ สุขสมโส และปฐมพงษ์ พุ่มพุกภ. (2564). ผลกระทบของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่านิยมวัยรุ่นในพระนครศรีอยุธยา. **วารสารวิชาการอยุธยาศึกษา**, 13(1), หน้า 119-137.
- [7] ภคพงศ์ ท่งสี. (2556). ศึกษาและพัฒนาสื่อปฏิสัมพันธ์ประกอบการเรียนรู้ เรื่องการสร้างภาพเคลื่อนไหวของมนุษย์ตามหลักการการเคลื่อนไหว สำหรับเยาวชนผู้ศึกษาด้านแอนิเมชันระหว่างอายุ 15-18 ปี. วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบัณฑิตกรรมการออกแบบบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [8] กษพรณ นุ่นสังข์, วิทยาธรณ ชะอุ่ม เพ็ญสุขสันต์ และสายฝน เอกวางกูร. (2562). การพัฒนาการจัดการเรียนการสอนออนไลน์แบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ในรายวิชาจิตวิทยาพัฒนาการวัยสูงอายุและจิตวิทยาพัฒนาการวัยรุ่น. สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2564, จาก <https://wjst.wu.ac.th/index.php/wuresearch/article/view/7073>.
- [9] เฉษฐา นิลบุตร. (2561). การเปิดรับและทัศนคติที่มีต่อสื่อบันเทิงเกาหลีบนสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- [10] พนารัตน์ ลิ้ม. (2557). ความต้องการ ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้ประโยชน์จากการใช้เฟสบุ๊ค เพื่อเลือกซื้อเครื่องสำอางสำหรับใบหน้าของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. **วารสารสุทธิปริทัศน์**, 28(88), 33-56

- [11] เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงราย. *CRRU Journal of Communication Chiangrai Rajabhat University*, 2(2), 1–18.
- [12] กัลยา วานิชย์บัญชา. (2555). สถิติสำหรับงานวิจัย (ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [13] วรานันท์ อิศรปริดา. (2565). มัลติมีเดียเพื่อการเรียนรู้ : การออกแบบ การพัฒนา และการประเมิน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [14] พิมพ์ตะวัน จันทน์. (2567). การพัฒนารูปแบบการเรียนรู้โดยใช้ ADDIE MODEL ในการสร้างสมรรถนะการเป็นพลเมืองที่เข้มแข็งตามหลักสูตรฐานสมรรถนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. *วารสารครุศาสตร์*, 52(1), 1-13.
- [15] เจษฎา คำทอง และธินิดา บัณฑวรรณ. (2564). การศึกษาจุดอันตราย: กรณีศึกษานนศรีจันทร์ในเขตพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น ประเทศไทย. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 11(3), 332 - 346.