



การวิเคราะห์อิทธิพลของการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์และปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการ
ทำนายภาวะกลัวการตกกระแส (FOMO) ของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก*

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ADDICTION AND ASSOCIATED
FACTORS IN PREDICTING FEAR OF MISSING OUT (FOMO) OF ADOLESCENTS IN
MUEANG DISTRICT, PHITSANULOK PROVINCE

พิษณุ อภิสมาจารย์โยธิน

Phitsanu Aphisamacharayothin

คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร พิษณุโลก ประเทศไทย

Faculty of Social Sciences, Naresuan University, Phitsanulok, Thailand

Corresponding author E-mail: phitsanua@nu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยด้านประชากร การเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ และภาวะกลัวการตกกระแส (FOMO) ของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว และ 3) วิเคราะห์อิทธิพลของการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ในการทำนายภาวะ FOMO โดยกลุ่มตัวอย่างคือวัยรุ่นจำนวน 400 คน ที่ได้จากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน ใช้แบบสอบถามมาตรฐานค่า 5 ระดับ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน และการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 48.0) อายุระหว่าง 20 - 22 ปี (ร้อยละ 78.8) ใช้สื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ย 4 - 6 ชั่วโมงต่อวัน (ร้อยละ 39.3) และ Instagram เป็นแพลตฟอร์มที่นิยมใช้มากที่สุด (ร้อยละ 47.3) ระดับการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.02, S.D. = 0.66) ในขณะที่ภาวะ FOMO อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.50, S.D. = 0.74) แสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นแม้จะใช้เวลาอยู่บนสื่อสังคมออนไลน์ในระดับค่อนข้างสูง แต่ความรู้สึกกลัวการตกกระแสกลับไม่ปรากฏในระดับรุนแรง 2) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่าปัจจัยด้านประชากร เช่น เพศและอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับภาวะ FOMO และการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ FOMO ($r = 0.529, p < 0.001$) และ 3) การเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ยังสามารถทำนายภาวะ FOMO ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.53, F = 154.46, R = 0.91, R^2 = 0.82$) โดยอธิบายความแปรปรวนของภาวะ FOMO ได้ถึงร้อยละ 82.00 ผลลัพธ์ดังกล่าวเน้นย้ำความจำเป็นในการส่งเสริมให้วัยรุ่นใช้สื่อออนไลน์อย่างมีสติ ซึ่งจะช่วยลดโอกาสเกิดการเสพติดและลดความกังวลจากการกลัวการตกกระแสในกลุ่มเยาวชนได้

คำสำคัญ: การเสพติดสื่อสังคมออนไลน์, ภาวะกลัวการตกกระแส, วัยรุ่น

Abstract

This study aimed to 1) examine demographic factors, social media addiction, and the fear of missing out (FOMO) among adolescents in Mueang District, Phitsanulok Province; 2) investigate the relationships among these factors; and 3) analyze the influence of social media addiction in predicting FOMO. The sample consisted of 400 adolescents selected through multistage sampling. A five-point rating scale questionnaire was used, and the data were analyzed using descriptive statistics, Pearson's correlation coefficient, and multiple regression analysis. The findings revealed that 1) most respondents were female (48.0%), aged between 20 - 22 years (78.8%), used social media for an average of 4 - 6 hours per day (39.3%), and preferred Instagram as their primary platform (47.3%). Social media addiction among adolescents was found at a moderate level (Mean = 3.02, S.D. = 0.66), whereas FOMO was at a low level (Mean = 2.50, S.D. = 0.74). These results suggest that although adolescents spent a relatively high amount of time on social media, their fear of missing out did not manifest at a severe level. 2) Correlation analysis showed that demographic factors such as gender and age were not associated with FOMO. In contrast, social media addiction demonstrated a positive relationship with FOMO ($r = 0.529$, $p < 0.001$). And, 3) social media addiction was also found to significantly predict FOMO ($\beta = 0.53$, $F = 154.46$, $R = 0.91$, $R^2 = 0.82$), explaining up to 82.00% of the variance in FOMO. This strong predictive power indicates that patterns of media use, rather than demographic characteristics, play a more critical role in shaping adolescents' experiences of FOMO. These results underscore the importance of promoting mindful and responsible social media use among teenagers. Encouraging balanced media habits and awareness of online behaviors may help reduce the risk of social media addiction and mitigate anxiety related to the fear of missing out.

Keywords: Social Media Addiction, Fear of Missing Out, Adolescents

บทนำ

สังคมปัจจุบันได้ก้าวเข้าสู่โลกดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งการดำเนินชีวิตของผู้คนจำเป็นต้องพึ่งพาเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างต่อเนื่องเพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้เกิดผลกระทบทั้งในด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ การเมือง และรูปแบบการดำเนินชีวิตของมนุษย์ รวมถึงส่งผลต่อสุขภาพจิตของผู้คนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (จันทมา ช่างสลัก, 2566) โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นซึ่งอยู่ในช่วงวัยที่มีความต้องการการยอมรับ การสร้างตัวตน และการมีส่วนร่วมทางสังคมสูง ซึ่งพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลโดยเฉพาะการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Addiction) มีความสัมพันธ์อย่างชัดเจนกับปัญหาสุขภาพจิต เช่น ภาวะซึมเศร้า ความเครียด และความวิตกกังวล (Vries et al., 2018) และอัสตรา ประเสริฐสิน และผกาวรรณ นันทะเสนได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการติดอินเทอร์เน็ต



ภาวะซึมเศร้าและแนวทางการส่งเสริมการรู้ดิจิทัล เพื่อลดพฤติกรรมการติดอินเทอร์เน็ต และป้องกันการเกิดภาวะซึมเศร้าของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยพบว่ากลุ่มวัยรุ่นที่เสพติดสื่อสังคมออนไลน์มีแนวโน้มที่จะมีระดับภาวะซึมเศร้าที่สูงกว่าผู้ที่ไม่ได้เสพติดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (อจศรา ประเสริฐสินและผกาพรรณ นันทะเสน, 2565) การเสพติดสื่อสังคมออนไลน์มักเกิดจากการใช้เวลาบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ นานเกินไป จนกระทบต่อการทำงาน การเรียน และลดโอกาสในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้คนรอบข้าง อาการที่พบได้บ่อย ได้แก่ การอยู่กับสื่อสังคมออนไลน์นานกว่าที่ตั้งใจไว้ กระวนกระวายใจหรือหงุดหงิดเมื่อไม่ได้ใช้งาน พยายามควบคุมเวลาการใช้แต่ไม่สำเร็จ คิดถึงสื่อสังคมออนไลน์อยู่ตลอดเวลา ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อคลายความเครียด โทกหรือปกปิดเพื่อให้สามารถใช้งานได้ และเกิดปัญหาต่อการทำงานหรือความสัมพันธ์กับผู้อื่น (พิชญ์ อภิสมจารโยธิน, 2568); (โรงพยาบาลเพชรเวช, 2564)

ข้อมูลจาก Global Digital Report 2021 ระบุว่า ปัจจุบันมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกกว่า 4.80 พันล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 61 ของประชากรโลก ซึ่งคนไทยใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางหลักในการติดตามข่าวสารถึงร้อยละ 78 ของประชากร แสดงให้เห็นว่า สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นช่องทางสำคัญในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและมีอิทธิพลต่อความต้องการใช้งานโลกออนไลน์ที่ซึมซับเข้าไปในทุกด้านของชีวิต โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่มักใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างตัวตนและยืนยันคุณค่าในสังคมออนไลน์มากกว่ากลุ่มวัยอื่น (Aphisamacharayothin, P., 2025) กลุ่มวัยรุ่นจำนวนไม่น้อยมีความรู้สึกว่า หากไม่ได้ติดตามความเคลื่อนไหวบนสื่อสังคมออนไลน์จะพลาดเหตุการณ์หรือข้อมูลสำคัญ ทำให้ต้องแสดงตัวตนและตอบสนองต่อสิ่งใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา การติดตามและการอัปเดตข่าวสารอย่างต่อเนื่องส่งผลให้เกิดความรู้สึกผิดหวัง โกรธ หรือหงุดหงิดหากไม่ได้รับความสนใจหรือไม่ได้เป็นผู้รู้ข้อมูลเป็นคนแรก ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้สะสมจนส่งผลให้เกิดบุคลิกภาพที่ขาดความใส่ใจต่อสิ่งรอบตัว เกิดความเครียด ความวิตกกังวล และภาวะกลัวการตกกระแส (Fear of Missing Out: FOMO) โดยวัยรุ่นจำนวนมากอาจไม่ตระหนักถึงผลกระทบเหล่านี้ที่มีต่อสุขภาพจิตและการดำเนินชีวิตประจำวัน (กรมสุขภาพจิต, 2562)

ภาวะกลัวการตกกระแส (Fear of Missing Out หรือ FOMO) เป็นสภาวะทางจิตที่เกิดจากความกลัวว่าจะพลาดข้อมูลหรือเหตุการณ์สำคัญในสังคมออนไลน์ ทำให้เกิดความกระวนกระวายใจและวิตกกังวลอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งกลัวว่าคนอื่นจะทำได้หรือประสบความสำเร็จโดยที่ตนเองไม่ได้ร่วมอยู่ด้วย จึงทำให้บุคคลมักเสพติดสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่องเพื่อไม่ให้ตกข่าวสาร ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลระดับโลก ระดับชาติ ระดับสังคม หรือแม้แต่ข่าวสารของเพื่อนและครอบครัว (เรณูรสสุคนธ์ จันทรเจริญ และ พิชญ์ อภิสมจารโยธิน, 2561) อาการของผู้ที่มีภาวะ FOMO ได้แก่ การติดตามข่าวสารอย่างใกล้ชิด ความกังวลเมื่อพลาดข้อมูล ความปรารถนาที่จะเป็นผู้รู้หรือผู้ติดตามข่าวสารเป็นคนแรก รวมถึงความรู้สึกว่าตนเองไม่ได้รับการยอมรับหรือไม่เป็นคนสำคัญ ทำให้เกิดความเครียดและความวิตกกังวล แม้ว่าบุคคลเหล่านี้ส่วนใหญ่จะไม่รับรู้ว่ามีปัญหา หรือไม่ตระหนักว่าการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลกระทบต่อบุคลิกภาพและสุขภาพจิต (จิราภรณ์ อรุณากูร, 2559) ผลสำรวจในช่วงที่ผ่านมาพบว่าประชากรโลกร้อยละ 64 เคยมีประสบการณ์หรือรู้สึกว่าคุณภาพชีวิตของตัวเองมีภาวะกลัวการตกกระแสเมื่อไม่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ โดยประชากรชาวเอเชียมีอัตราสูงถึงร้อยละ 80 (ประอรพิต กัญฐวัฒนา, 2562) นอกจากนี้ ภาวะกลัวการตกกระแสยังจัดเป็นอาการทางจิตเวชที่ส่งผลให้บุคคลหมกมุ่นกับการอัปเดตข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ตลอดเวลา ส่งผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกและความสัมพันธ์กับบุคคลรอบข้างอย่างชัดเจน และยังเป็นปัจจัยเสี่ยงที่สัมพันธ์กับภาวะซึมเศร้า แนวโน้มการฆ่าตัวตาย และพฤติกรรมทำร้ายตัวเอง

ในวัยรุ่น ข้อมูลสถิติในสหรัฐอเมริกาพบว่า หลังปี 2009 ซึ่งเป็นปีที่สื่อสังคมออนไลน์เริ่มเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้คน อัตราการฆ่าตัวตายในกลุ่มวัยรุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 70 และอัตราการทำร้ายตัวเองแบบไม่ร้ายแรงเพิ่มขึ้นร้อยละ 62 (วิภาวี เจริญลีลา, 2564)

สำหรับพื้นที่วิจัย อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก พบว่าเป็นเขตที่มีจำนวนวัยรุ่นและเยาวชนสูงที่สุดของจังหวัด โดยประชากรวัยรุ่นอายุ 15-24 ปี ในจังหวัดพิษณุโลกมีมากกว่า 32,000 คน คิดเป็นสัดส่วนราวร้อยละ 18 ของประชากรทั้งอำเภอ โดยมีวัยรุ่นอายุ 20-24 ปี มากถึงจำนวน 20,461 คน ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการเข้าถึงอุปกรณ์ดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์เกือบร้อยละ 100 (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพิษณุโลก, 2566) และจากการจากการสำรวจพบว่าวัยรุ่นในจังหวัดพิษณุโลกมีแนวโน้มใช้โทรศัพท์มือถือเฉลี่ยมากกว่า 6-8 ชั่วโมงต่อวัน โดยเฉพาะการใช้แพลตฟอร์ม Facebook, TikTok และ Instagram ซึ่งสัมพันธ์กับพฤติกรรมเสพติดสื่อออนไลน์ ปัญหาการนอนไม่เพียงพอ การละเลยการเรียน และความเครียดสะสม โดยมีความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะกลั้วการตกกระแส เช่น ความกดดันจากการเปรียบเทียบตนเองในโลกออนไลน์ (Social Comparison) การใช้เวลาส่วนใหญ่กับสื่อออนไลน์จนกระทบผลการเรียน การแสดงพฤติกรรมก้าวร้าวเมื่อถูกห้ามใช้โทรศัพท์ และปัญหาความสัมพันธ์ภายในครอบครัว (เรือนรสสุคนธ์ จันทรเจริญ และ พิษณุ อภิสมมาตรโยธิน, 2561) ข้อมูลเชิงพื้นที่เหล่านี้สะท้อนว่า วัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกเป็นกลุ่มเสี่ยงต่อปัญหาภาวะกลั้วการตกกระแส และการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ แต่ยังไม่มีการวิจัยเชิงลึกที่ศึกษาปัจจัยทำนายภาวะกลั้วการตกกระแสในกลุ่มวัยรุ่นพื้นที่นี้โดยเฉพาะ ทำให้เกิดช่องว่างทางองค์ความรู้ที่จำเป็นต้องศึกษาเพิ่มเติม เพื่อใช้ประกอบการวางแผนนโยบาย การป้องกัน และแนวทางการส่งเสริมสุขภาพจิตที่เหมาะสมกับบริบทพื้นที่

จากข้อมูลดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า การเสพติดสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลอย่างมากต่อภาวะกลั้วการตกกระแส (FOMO) ของวัยรุ่นในปัจจุบัน และเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพจิตและพฤติกรรมทางสังคมอย่างชัดเจน ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นความสำคัญในการศึกษาการวิเคราะห์อิทธิพลของการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์และปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการทำนายภาวะกลั้วการตกกระแสของวัยรุ่น เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สามารถนำไปใช้ในการวางแผนทางป้องกันและส่งเสริมสุขภาพจิตของวัยรุ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากร การเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ และภาวะกลั้วการตกกระแส (FOMO) ของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากร การเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ และภาวะกลั้วการตกกระแส (FOMO) ของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก
3. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ในการทำนายภาวะกลั้วการตกกระแส (FOMO) ของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

วิธีดำเนินการวิจัย



การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์กับภาวะกลัวการตกกระแส (FOMO) ในกลุ่มวัยรุ่นอายุ 20-24 ปี ในจังหวัดพิษณุโลก

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ วัยรุ่นอายุระหว่าง 20-24 ปี ตามคำนิยามวัยรุ่นของ UNICEF (พิษณุ อภิสมจารโยธิน, 2562) ในอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 20,461 คน กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ วัยรุ่นอายุระหว่าง 20-24 ปี ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 400 คน ซึ่งคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของแดเนียล (Aphisamacharayothin, P., 2020) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยการจับฉลาก โดยมีเกณฑ์การคัดเข้า (Inclusion Criteria) คือ วัยรุ่นอายุระหว่าง 20-24 ปี (UNICEF, 2008) และยินดีเข้าร่วม และมีเกณฑ์การคัดออก (Exclusion Criteria) คือ ผู้ที่ไม่มีเวลาตอบแบบสอบถามจนเสร็จ

เครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ประกอบไปด้วย 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยด้านประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพทางครอบครัว รายได้แต่ละเดือน รายจ่ายแต่ละเดือน ประเภทของเครื่องมือสื่อสารที่ใช้ ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ และความรู้ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มีลักษณะเป็นข้อคำถามให้เลือกตอบ (Check Lists) จำนวน 8 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 10 ข้อ มีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ เกณฑ์การให้คะแนนโดยเรียงลำดับ คะแนน ตั้งแต่ต่ำสุดไปถึงมากที่สุด มีคะแนนตั้งแต่ 1 ถึง 5 คะแนนตามลำดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามภาวะกลัวการตกกระแส จำนวน 10 ข้อ มีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ เกณฑ์การให้คะแนนโดยเรียงลำดับ คะแนน ตั้งแต่ต่ำสุดไปถึงมากที่สุด มีคะแนนตั้งแต่ 1 ถึง 5 คะแนนตามลำดับ

การแปรผลคะแนนค่าเฉลี่ย (พิษณุ อภิสมจารโยธิน, 2566) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49	หมายถึง	ภาวะกลัวการตกกระแสระดับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	หมายถึง	ภาวะกลัวการตกกระแสระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49	หมายถึง	ภาวะกลัวการตกกระแสระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49	หมายถึง	ภาวะกลัวการตกกระแสระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00	หมายถึง	ภาวะกลัวการตกกระแสระดับมากที่สุด

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์การวิจัยและนำเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่านตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อหาค่าดัชนีความตรงของเนื้อหา (Content Validity Index: CVI) ผลการตรวจสอบพบว่า ค่าดัชนีความตรงของแต่ละข้อคำถาม (I-CVI) อยู่ระหว่าง 0.80 - 1.00 และค่าดัชนีความตรงของแบบสอบถามโดยรวม (S-CVI) เท่ากับ 0.92 แสดงว่าเครื่องมือมีความตรงเชิงเนื้อหาในเกณฑ์ดี จากนั้นได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน เพื่อประเมินค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Corrected Item-Total Correlation) ซึ่งอยู่ระหว่าง

0.38 - 0.78 และประเมินความเชื่อมั่นด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่า แบบสอบถามการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์มีค่า $\alpha = 0.89$ และแบบสอบถามภาวะกลัวการตกกระแส (FOMO) มีค่า $\alpha = 0.91$ แสดงว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ดีมาก สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์เชิงปริมาณได้อย่างเหมาะสม

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเองกับกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นอายุ 20-24 ปี ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 400 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยการจับฉลาก โดยเริ่มจากการชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัย วิธีการตอบแบบสอบถาม และขอความยินยอมจากผู้เข้าร่วมโดยสมัครใจ ผู้เข้าร่วมสามารถปฏิเสธหรือหยุดให้ข้อมูลได้ตลอดเวลา แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลประชากร ข้อมูลการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ และภาวะกลัวการตกกระแส (FOMO) โดยใช้มาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ หลังจากเก็บข้อมูลครบทุกตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามและรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์เชิงปริมาณต่อไป โดยการเก็บข้อมูลทั้งหมดดำเนินการภายใต้หลักจริยธรรมการวิจัยและคำนึงถึงการรักษาความลับและความปลอดภัยของข้อมูลผู้เข้าร่วมอย่างเคร่งครัด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยประกอบด้วย

1. สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) และสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Coefficient) และสมการประมาณค่า (Estimation Equation)

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพทางครอบครัว รายได้ต่อเดือน รายจ่ายต่อเดือน ประเภทของเครื่องมือสื่อสารที่ใช้ ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ และความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 และ LGBTQ+ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 อายุส่วนใหญ่คือ 20-22 ปี จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.8 รองลงมาคืออายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และอายุมากกว่า 22 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 สถานภาพของครอบครัวส่วนใหญ่คือบิดา-มารดาอยู่ด้วยกัน จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.3 รองลงมาคือ บิดา-มารดาแยกกันอยู่ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 บิดาหรือมารดาเสียชีวิต จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และไม่ได้อยู่กับบิดา-มารดา จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 รายได้ส่วนใหญ่คือ 5,000 - 10,000 บาท จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาคือ รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 รายได้ 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 และรายได้ 15,001 บาทขึ้นไป จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 รายจ่ายส่วนใหญ่คือ 5,000 - 10,000 บาท จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0



รองลงมาคือ รายจ่ายต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 รายจ่าย 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 และรายจ่าย 15,001 บาทขึ้นไป จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ประเภทของเครื่องมือสื่อสารที่ใช้ส่วนใหญ่คือ สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ และ แท็บเล็ต จำนวน 160 คน คิดร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ สมาร์ทโฟน และ แท็บเล็ต จำนวน 120 คน คิดร้อยละ 30.0 สมาร์ทโฟน จำนวน 86 คน คิดร้อยละ 21.5 สมาร์ทโฟน และ คอมพิวเตอร์ จำนวน 29 คน คิดร้อยละ 7.2 คอมพิวเตอร์ จำนวน 3 คน คิดร้อยละ 0.8 แท็บเล็ต จำนวน 1 คน คิดร้อยละ 0.3 และคอมพิวเตอร์ และ แท็บเล็ต จำนวน 1 คน คิดร้อยละ 0.3 ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้มากที่สุดคือ INSTAGRAM จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมาคือ YOUTUBE จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 FACEBOOK จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และ X (TWITTER) จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 TikTok จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 LINE จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และอื่น ๆ ได้แก่ Goodnote และ ReadAWrite เป็นต้น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 และความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่คือ 4 - 6 ชั่วโมง/วัน จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 6 - 8 ชั่วโมง/วัน จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 มากกว่า 8 ชั่วโมง/วัน จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 2 - 3 ชั่วโมง/วัน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และต่ำกว่า 2 ชั่วโมง/วัน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

2. การวิเคราะห์ข้อมูลการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก

ตาราง 1 การวิเคราะห์ข้อมูลการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. เมื่อมีเวลว่างก็จะใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างๆอยู่เสมอแม้จะเป็นช่วงระยะเวลาสั้นๆก็ตาม	3.79	0.88	มาก
2. ใช้เวลาส่วนใหญ่ในชีวิตประจำวันไปกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์	3.70	0.81	มาก
3. ทุกครั้งที่รู้สึกว่างมักจะใช้สื่อสังคมออนไลน์อยู่ตลอดเวลา	3.60	0.93	มาก
4. รู้สึกติดหรือต้องพกอุปกรณ์สื่อสารที่สามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์ตลอดเวลา	3.59	1.16	มาก
5. รู้สึกติดคอนเทนต์ต่างๆ ที่รวมถึงเกม สตรีม และอื่นๆ บนสื่อสังคมออนไลน์	2.82	1.14	ปานกลาง
6. ไม่สามารถควบคุมเวลาที่ใช้ไปกับการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ได้	2.73	1.02	ปานกลาง
7. ใช้เวลาในการทำกิจกรรมอื่นๆ น้อยลงเพื่อใช้สื่อสังคมออนไลน์	2.70	1.03	ปานกลาง
8. รู้สึกติดความสัมพันธ์หรือการสื่อสารกับผู้อื่นผ่านการใช้สื่อสังคมออนไลน์	2.66	1.18	ปานกลาง
9. การใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำงานหรือการใช้ชีวิตประจำวัน	2.48	1.02	น้อย
10. การใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่งผลกระทบต่อปัญหาความสัมพันธ์กับคนใกล้ชิด	2.11	1.03	น้อย
เฉลี่ยการใช้สื่อสังคมออนไลน์	3.02	0.66	ปานกลาง

จากตาราง 1 กลุ่มตัวอย่างมีระดับการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.02$, S.D. = 0.66) เมื่อพิจารณารายข้อคำถาม พบว่าพฤติกรรมที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ เมื่อมีเวลว่างก็จะใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ อยู่เสมอแม้จะเป็นช่วงระยะเวลาสั้น ๆ ก็ตาม ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.88) รองลงมาคือ ใช้เวลาส่วนใหญ่ในชีวิตประจำวันไปกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.81) ทุกครั้งที่รู้สึกว่างมักจะใช้สื่อสังคมออนไลน์อยู่ตลอดเวลา ($\bar{X} = 3.60$, S.D. = 0.93) และรู้สึกติดหรือต้องพกอุปกรณ์สื่อสารที่สามารถใช้สื่อสังคม

ออนไลน์ตลอดเวลา ($\bar{X} = 3.59$, S.D. = 1.16) ซึ่งอยู่ในระดับมาก แสดงถึงความคุ้นชินและพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง ส่วนพฤติกรรมที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การรู้สึกติดคอนเทนต์ต่าง ๆ เช่น เกม สตรีม และอื่น ๆ ($\bar{X} = 2.82$, S.D. = 1.14) การไม่สามารถควบคุมเวลาที่ใช้ไปกับการเสพสื่อสังคมออนไลน์ได้ ($\bar{X} = 2.73$, S.D. = 1.02) การใช้เวลาในการทำกิจกรรมอื่น ๆ ลดลงเพื่อใช้สื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{X} = 2.70$, S.D. = 1.03) และความรู้สึกติดความสัมพันธ์หรือการสื่อสารกับผู้อื่นผ่านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{X} = 2.66$, S.D. = 1.18) ขณะที่พฤติกรรมที่อยู่ในระดับน้อย ได้แก่ การที่การใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำงานหรือการใช้ชีวิตประจำวัน ($\bar{X} = 2.48$, S.D. = 1.02) และการส่งผลกระทบต่อปัญหาความสัมพันธ์กับคนใกล้ชิด ($\bar{X} = 2.11$, S.D. = 1.03)

3. การวิเคราะห์ข้อมูลภาวะกลัวการตกกระแส (FOMO) ของวัยรุ่นในอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก

ตาราง 2 การวิเคราะห์ข้อมูลภาวะกลัวการตกกระแส

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ต้องการติดตามหรือเกาะติดการอัปเดตข้อมูล/ข่าวสาร/ภาพ/คลิปของผู้อื่นบนสื่อสังคมออนไลน์	3.24	1.03	มาก
2. กลัวการพลาดข่าวสาร/เหตุการณ์ที่ได้รับความนิยมบนสื่อสังคมออนไลน์	2.72	1.04	ปานกลาง
3. รู้สึกภาคภูมิใจเมื่อมีเพื่อนหรือผู้ติดตามเป็นจำนวนมากบนสื่อสังคมออนไลน์	2.54	1.07	ปานกลาง
4. ประหลาดที่จะอัปเดตหรือแบ่งปันข้อมูล/ข่าวสาร/ภาพ/คลิปของตนเองบนสื่อสังคมออนไลน์	2.53	1.05	ปานกลาง
5. รู้สึกภาคภูมิใจเวลาที่รู้เรื่องหรือประเด็นที่เป็นกระแสบนสื่อสังคมออนไลน์ก่อนบุคคลอื่น	2.47	0.99	น้อย
6. ใช้งานแอปพลิเคชันใหม่ๆ ตามกระแสนิยมบนสื่อสังคมออนไลน์อยู่เสมอเพราะไม่ต้องการตกกระแส	2.31	1.05	น้อย
7. ขาดความมั่นใจเมื่อตนเองไม่รับรู้เรื่องราวที่เป็นกระแสบนสื่อสังคมออนไลน์	2.23	0.99	น้อย
8. รู้สึกกังวล/กระสับกระส่าย/วิตกกังวลเมื่อไม่รู้เรื่องที่กำลังเป็นประเด็นบนสื่อสังคมออนไลน์	2.19	1.03	น้อย
9. จดจ่อกับเรื่องการสื่อสารที่เข้ามาจากสื่อสังคมออนไลน์จนละเลยกิจกรรมอื่นในชีวิตประจำวัน	2.19	0.98	น้อย
10. รู้สึกหงุดหงิด/กังวลเมื่อไม่ได้ใช้ข้อมูลข่าวสารบนสื่อสังคมออนไลน์แม้จะช่วงเวลาสั้นๆก็ตาม	2.09	0.98	น้อย
เฉลี่ยภาวะกลัวการตกกระแส	2.45	0.74	น้อย

จากตาราง 2 กลุ่มตัวอย่างมีภาวะกลัวการตกกระแส (FOMO) โดยรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.45$, S.D. = 0.74) เมื่อพิจารณาแยกรายข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการติดตามหรือเกาะติดการอัปเดตข้อมูล ข่าวสาร ภาพ หรือคลิปของผู้อื่นบนสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.24$, S.D. = 1.03) ขณะที่ความกลัวการพลาดข่าวสารหรือเหตุการณ์ที่ได้รับความนิยมบนสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.72$, S.D. = 1.04) ความรู้สึกภาคภูมิใจเมื่อมีเพื่อนหรือผู้ติดตามเป็นจำนวนมากบนสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับปานกลาง



($\bar{X}$ = 2.54, S.D. = 1.07) เช่นเดียวกับความปรารถนาที่จะอัปเดตหรือแบ่งปันข้อมูล ข่าวสาร ภาพ หรือคลิปของตนเองบนสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{X}$ = 2.53, S.D. = 1.05) การรู้สึกภาคภูมิใจเวลาที่รู้เรื่องหรือประเด็นที่เป็นกระแสบนสื่อสังคมออนไลน์ก่อนบุคคลอื่น อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}$ = 2.47, S.D. = 0.99) การใช้งานแอปพลิเคชันใหม่ ๆ ตามกระแสนิยมบนสื่อสังคมออนไลน์อยู่เสมอเพราะไม่ต้องการตกกระแส อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}$ = 2.31, S.D. = 1.05) ความขาดความมั่นใจเมื่อตนเองไม่รับรู้เรื่องราวที่เป็นกระแสบนสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}$ = 2.23, S.D. = 0.99) การรู้สึกกังวล กระสับกระส่าย หรือวิตกกังวลเมื่อไม่รู้เรื่องที่กำลังเป็นประเด็นบนสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}$ = 2.19, S.D. = 1.03) การจดจ่อกับเรื่องการสื่อสารที่เข้ามาจากสื่อสังคมออนไลน์จนละเลยกิจกรรมอื่นในชีวิตประจำวัน อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}$ = 2.19, S.D. = 0.98) และการรู้สึกหงุดหงิดหรือกังวลเมื่อไม่ได้ใช้ข้อมูลข่าวสารบนสื่อสังคมออนไลน์แม้จะช่วงเวลาสั้น ๆ อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}$ = 2.09, S.D. = 0.98)

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์

4.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรกับภาวะกลัวการตกกระแส (FOMO) พบว่า ปัจจัยด้านประชากร ได้แก่ เพศ (χ^2 = 8.095, p = 0.424) อายุ (χ^2 = 11.843, p = 0.158) สถานภาพครอบครัว (χ^2 = 13.451, p = 0.337) รายได้ (χ^2 = 16.902, p = 0.153) รายจ่าย (χ^2 = 20.222, p = 0.063) ประเภทของเครื่องมือสื่อสาร (χ^2 = 20.054, p = 0.694) ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้มากที่สุด (χ^2 = 35.193, p = 0.066) และความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (χ^2 = 17.444, p = 0.357) ไม่มีความสัมพันธ์กับภาวะกลัวการตกกระแส (FOMO) ของวัยรุ่นในอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก

4.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์กับภาวะกลัวการตกกระแส (FOMO) ของวัยรุ่นในอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก

ตาราง 3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ กับภาวะกลัวการตกกระแส (FOMO)

ตัวแปร	ภาวะกลัวการตกกระแส (FOMO) (Y)
การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (X)	0.529**

** $p < 0.001$

จากตาราง 3 การเสพติดสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับภาวะกลัวการตกกระแส โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.529 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ($p < 0.001$) ซึ่งหมายความว่า เมื่อระดับการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นเพิ่มสูงขึ้น ภาวะกลัวการตกแสดก็มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย สะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อภาวะทางอารมณ์และจิตใจของวัยรุ่นในยุคดิจิทัล

5. การวิเคราะห์อิทธิพลของการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ต่อภาวะกลัวการตกกระแส (FOMO) ของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

ตาราง 4 การวิเคราะห์อิทธิพลในการพยากรณ์ภาวะกลัวการตกกระแส (FOMO) (Y)

Model	β	t	Sig
(Constant)	0.66	4.46	<.001**
การเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ (X)	0.53	12.43	<.001**
R = 0.91		R ² = 0.82	F = 154.46

** p < 0.001

จากตาราง 4 การเสพติดสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ต่อภาวะกลัวการตกกระแส ($\beta = 0.53$, $p < 0.001$) โดยแบบจำลองมีค่า F เท่ากับ 154.46 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ แบบจำลองมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.91 และค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 0.82 ซึ่งหมายความว่า การเสพติดสื่อสังคมออนไลน์สามารถอธิบายความแปรปรวนของภาวะกลัวการตกกระแสได้ถึงร้อยละ 82.00 แสดงให้เห็นว่ามีประสิทธิภาพสูงในการพยากรณ์ภาวะ FOMO ของวัยรุ่น โดยสามารถเขียนสมการประมาณค่าได้เป็น $\hat{Y} = 0.66 + (0.53)X$ ซึ่งตีความได้ว่า ภาวะกลัวการตกกระแสของวัยรุ่นจะมีค่าเริ่มต้นประมาณ 0.66 และจะเพิ่มขึ้น 0.53 หน่วยทุกครั้งที่ระดับการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ทั้งนี้ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อภาวะกลัวการตกกระแสของวัยรุ่นในยุคดิจิทัล

อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยโดยพิจารณาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า การเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง โดยส่วนใหญ่มีพฤติกรรมใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำเมื่อมีเวลาว่าง และไม่สามารถควบคุมระยะเวลาในการใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ กลุ่มตัวอย่างมักใช้เวลาส่วนใหญ่ในชีวิตประจำวันไปกับการติดตามข่าวสาร การพูดคุย และการมีปฏิสัมพันธ์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Facebook, TikTok, Line และ Instagram ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะการพึ่งพาสื่อดิจิทัลเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ ยังมีแนวโน้มของการใช้งานเกินกว่าที่ตั้งใจไว้ ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดภาวะเสพติดในระดับพฤติกรรม (Behavioral Addiction) เช่น การรู้สึกกระวนกระวายเมื่อต้องหยุดใช้ หรือการใช้สื่อเพื่อหลีกเลี่ยงความเครียดในชีวิตจริง ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับการวิจัยของ ครองรัตน์ ดุลลาพันธ์ ที่ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และปัจจัยทางจิตที่พยากรณ์ภาวะซึมเศร้า โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเสพติดการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับสูง และมักใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์นานกว่าเวลาที่ตั้งใจไว้ (ครองรัตน์ ดุลลาพันธ์, 2561) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะของพฤติกรรมการใช้งานที่ขาดการควบคุมตนเอง ทั้งนี้ การใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่องอาจส่งผลต่อการบริหารเวลา การทำงาน การเรียน และสุขภาวะทางอารมณ์ของผู้ใช้ในระยะยาว จึงควรมีมาตรการหรือแนวทางส่งเสริมให้เกิดการใช้สื่ออย่างมีสติและสร้างสมดุลระหว่างโลกออนไลน์กับชีวิตจริง

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง การเสพติดสื่อสังคมออนไลน์กับภาวะกลัวการตกกระแส (FOMO) ของวัยรุ่น พบว่า การเสพติดสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาวะกลัวการตกกระแสของวัยรุ่น กล่าวคือ วัยรุ่นที่มีระดับการใช้สื่อสังคมออนไลน์สูง มักมีแนวโน้มรู้สึกกลัวว่าจะพลาดข้อมูล ข่าวสาร หรือกิจกรรม



ที่เพื่อนหรือบุคคลในสังคมออนไลน์กำลังพูดถึง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการติดตามความเคลื่อนไหว การอัปเดตข้อมูลของผู้อื่นอยู่ตลอดเวลา และรู้สึกกังวลหรือไม่สบายใจเมื่อไม่ได้รับรู้เหตุการณ์หรือประเด็นที่กำลังเป็นกระแสในสังคมออนไลน์ พฤติกรรมดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงกลไกทางจิตวิทยาที่เกิดจากการเปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่น (Social Comparison) และความต้องการการยอมรับทางสังคม (Social Approval) ที่เป็นปัจจัยกระตุ้นให้เกิดภาวะกลัวการตกกระแสซึ่งอาจนำไปสู่ความเครียดและความไม่พึงพอใจในชีวิตประจำวันได้ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของเรณูรสสุคนธ์ จันทร์เจริญและพิษณุ อภิสมการโยธิน ที่ศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสังคมออนไลน์และภาวะการกลัวการตกกระแสของนักศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในจังหวัดพิษณุโลก โดยพบว่านักศึกษาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับสูงมักมีแนวโน้มเกิดภาวะกลัวการตกกระแสมากกว่าผู้ที่ใช้ในระดับต่ำ (เรณูรสสุคนธ์ จันทร์เจริญ และพิษณุ อภิสมการโยธิน, 2561) ทั้งนี้ชี้ให้เห็นว่าการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์อาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อภาวะกลัวการตกกระแสของวัยรุ่น และสะท้อนถึงความจำเป็นในการส่งเสริมทักษะการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) เพื่อสร้างสมดุลในการใช้สื่อดิจิทัลอย่างเหมาะสม โดยภาวะกลัวการตกกระแสเป็นผลที่เกิดจากการมีพฤติกรรมการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์อย่างชัดเจน (Mohammed, H. A., 2025)

3. การเสพติดสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อภาวะกลัวการตกกระแส (FOMO) ของวัยรุ่น โดยสามารถพยากรณ์ภาวะ FOMO ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตัวแปรการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อภาวะตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐานค่อนข้างสูง ($\beta = 0.53$, $t = 12.43$, $p < .001$) แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญต่อผลลัพธ์ด้านสุขภาวะหรือพฤติกรรมที่ศึกษา นอกจากนี้ โมเดลมีค่า R เท่ากับ 0.91 และ R^2 เท่ากับ 0.82 บ่งชี้ว่าโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ถึงร้อยละ 82 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูงมาก กล่าวคือ วัยรุ่นที่มีระดับการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์สูง มักมีแนวโน้มรู้สึกกังวล กระสับกระส่าย หรือวิตกกังวลเมื่อไม่ได้รับรู้เรื่องราวหรือประเด็นที่กำลังเป็นที่พูดถึงในสังคมออนไลน์ พฤติกรรมดังกล่าวสะท้อนถึงความต้องการการมีส่วนร่วมและการยอมรับทางสังคม ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญของภาวะกลัวการตกกระแส โดยเฉพาะความต้องการในการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มั่นคง (Gupta & Sharma, 2021) ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับการศึกษาของปริยานุช วุฒิชูประดิษฐ์ และภัทร ชูประดิษฐ์ ที่ศึกษาวิจัยเรื่องอิทธิพลของการติดสื่อสังคมออนไลน์ต่อภาวะสุขภาพจิตของนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศไทยโดยพบว่า การติดสื่อสังคมออนไลน์สามารถทำนายระดับความวิตกกังวลและความเครียดได้ (ปริยานุช วุฒิชูประดิษฐ์ และภัทร ชูประดิษฐ์, 2565) โดยการใช้สื่ออย่างต่อเนื่องและขาดการควบคุมส่งผลกระทบโดยตรงต่อสุขภาพจิตของผู้ใช้ และการแพร่หลายของแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platforms) ส่งผลให้ผู้ใช้เกิดความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์กลัวการตกกระแส (Fauzia et al., 2023) ทั้งนี้ สอดคล้องกับ พิษณุ อภิสมการโยธินที่ศึกษาวิจัยเรื่องการสร้างเสริมสมรรถนะของครอบครัวและชุมชนในการพัฒนาคุณธรรมเชิงพฤติกรรมของวัยรุ่นในสังคมยุคดิจิทัล กรณีศึกษาใน 17 ภูมิภาคเหนือ โดยระบุว่า การเสพติดสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อภาวะกลัวการตกกระแส ซึ่งส่งผลให้เกิดความวิตกกังวล ความไม่มั่นใจในตนเอง และความกลัวการพลาดข่าวสารหรือเหตุการณ์สำคัญในสังคมออนไลน์ ส่งผลให้วัยรุ่นเกิดความเครียดสะสมและลดทอนความมั่นคงทางอารมณ์ การใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยขาดการกำกับตนเองอาจเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อสุขภาพจิตของวัยรุ่นในยุคดิจิทัล (พิษณุ อภิสมการโยธิน, 2568) ดังนั้นจึงจำเป็นต้องติดตาม

การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่น เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการใช้งานสื่อดิจิทัลและแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียมากเกินไปจนส่งผลกระทบต่อภาวะกลั้วการตกกระแสของเยาวชน (Tandon, et al., 2021)

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยครั้งนี้ยังมีข้อจำกัดบางประการที่ควรพิจารณาเพื่อประกอบการตีความผลและนำไปใช้ในบริบทอื่น ๆ อย่างรอบคอบ ได้แก่ ข้อมูลทั้งหมดเป็นการรายงานตนเองผ่านแบบสอบถาม ทำให้มีความเสี่ยงต่อข้อจำกัดด้านการวัด (Measurement Bias) เช่น ความคลาดเคลื่อนจากการประเมินตนเอง (Self-Report Bias) ซึ่งอาจทำให้ผู้ตอบประเมินพฤติกรรมของตนเองต่ำกว่าหรือสูงกว่าความเป็นจริง นอกจากนี้ ยังมีอิทธิพลของ Social Desirability Bias ซึ่งทำให้ผู้ตอบมีแนวโน้มตอบคำถามในลักษณะที่ต้องการให้ผู้อื่นมองตนเองในแง่ดี ส่งผลให้ข้อมูลบางส่วนไม่สะท้อนสภาพการใช้สื่อหรือประสบการณ์จริงอย่างครบถ้วน นอกจากนี้ งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดด้านข้อมูล (Data Limitations) อันเกิดจากขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างและรูปแบบการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยกลุ่มตัวอย่างมาจากพื้นที่เฉพาะเจาะจงและมีลักษณะประชากรที่ใกล้เคียงกัน ทำให้การอ้างอิงผลการวิจัยไปยังพื้นที่หรือกลุ่มประชากรที่มีความหลากหลายมากกว่านี้อาจทำได้อย่างจำกัด นอกจากนี้ การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณในรูปแบบการศึกษาตัดขวาง (Cross-Sectional) ยังไม่สามารถใช้สรุปความเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลาหรือระบุความเชื่อมโยงเชิงเหตุและผลในประเด็นที่ศึกษาได้อย่างชัดเจน

สรุปและข้อเสนอแนะ

วัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกมีระดับการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง โดยพฤติกรรมการใช้งานส่วนใหญ่เกิดขึ้นเป็นกิจวัตรประจำวัน ทั้งในด้านการสื่อสาร การรับรู้ข่าวสาร และการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ผลการวิเคราะห์เชิงสถิติยังชี้ให้เห็นว่า การเสพติดสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาวะกลั้วการตกกระแส (Fear of Missing Out: FOMO) อย่างมีนัยสำคัญ และสามารถใช้เป็นตัวพยากรณ์ภาวะ กลั้วการตกกระแสได้อย่างชัดเจน ซึ่งภาวะกลั้วการตกกระแสที่สูงขึ้นส่งผลต่อสุขภาพจิตของวัยรุ่น ทำให้เกิดความวิตกกังวล ขาดความมั่นใจในตนเอง และรู้สึกกลัวต่อการพลาดข้อมูล ข่าวสาร และกิจกรรมทางสังคมในโลกออนไลน์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจพัฒนาเป็นปัญหาทางอารมณ์และพฤติกรรมในระยะยาวได้ ซึ่งผลการศึกษานี้สะท้อนว่า วัยรุ่นในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกกำลังเผชิญความเสี่ยงด้านสุขภาพจิตจากการใช้งานสื่อออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญ จึงควรมีมาตรการเชิงพื้นที่ที่ออกแบบเฉพาะตามบริบทจริงของชุมชน ไม่ใช่มาตรการเชิงทั่วไปเท่านั้น โดยควรดำเนินการในหลายระดับ เช่น ระดับครอบครัวและโรงเรียน ควรส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ พัฒนาทักษะการกำกับตนเองทางดิจิทัล และสร้างกิจกรรมที่ลดการพึ่งพิงสื่อออนไลน์ เช่น ชุมชมสร้างสรรค์ กีฬา และพื้นที่กิจกรรมกลุ่มที่ช่วยลดความเครียด รวมทั้งเสริมทักษะการจัดการอารมณ์และการสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกในชีวิตจริง ระดับชุมชนและท้องถิ่น ควรนำข้อมูลจากงานวิจัยนี้ไปใช้ในการออกแบบโครงการรณรงค์หรือมาตรการเชิงป้องกันปัญหาภาวะกลั้วการตกกระแสในวัยรุ่น เช่น การจัดค่ายเยาวชนเพื่อพัฒนาทักษะดิจิทัลเชิงบวก การให้คำปรึกษากลุ่ม และการสร้างพื้นที่ปลอดภัยทางสังคมสำหรับวัยรุ่นในเขตเมือง และระดับหน่วยงานภาครัฐและสาธารณสุข สามารถใช้ข้อมูลเชิงลึกนี้เป็นฐานในการวางแผนนโยบายด้านสุขภาพจิตวัยรุ่นในจังหวัดพิษณุโลก เช่น การติดตามแนวโน้มการเสพติดสื่อออนไลน์ การคัดกรองภาวะกลั้วการตกกระแสในโรงเรียนโดยใช้เครื่องมือของงานวิจัยนี้ และการบูรณาการข้อมูลกับสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดและโรงพยาบาลประจำพื้นที่



เพื่อพัฒนามาตรการคัดกรองและดูแลสุขภาพจิตเชิงรุก จะเห็นได้ว่าปัญหาและความเชื่อมโยงระหว่างการใช้โซเชียลมีเดียออนไลน์กับภาวะกลัวการตกกระแสในกลุ่มวัยรุ่นนอ้าเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก เป็นประเด็นที่ยังไม่เคยมีการศึกษามาก่อนในพื้นที่ ซึ่งช่วยนำไปสู่ความเข้าใจที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นเกี่ยวกับสภาพปัญหาเชิงสังคมและพฤติกรรมของวัยรุ่นในท้องถิ่น องค์ความรู้ี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงนโยบาย การวางแผนการป้องกันปัญหาสุขภาพจิต และการออกแบบกิจกรรมหรือมาตรการที่ตอบโจทย์ความต้องการของวัยรุ่นในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กรมสุขภาพจิต. (2562). ใครอยู่ในภาวะ FOMO บ้างยกมือขึ้น. เรียกใช้เมื่อ 24 ธันวาคม 2567 จาก <https://dmh.go.th/news-dmh/view.asp?id=29903>
- ครองรัตน์ ดุลลาพันธ์. (2561). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และปัจจัยทางจิตที่พยากรณ์ภาวะภาวะซึมเศร้า. ใน วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิติศาสตร์และนวัตกรรม. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- จันทมา ช่างสลัก. (2566). นักจิตวิทยาเตือน! เตรียมรับ 4 ปัจจัยเสี่ยงสุขภาพจิต ในโลกดิจิทัล. เรียกใช้เมื่อ 25 ธันวาคม 2567 จาก <https://www.istrong.co/single-post/4-risk-factors-in-the-digitalworld>
- จิราภรณ์ อรุณากูร. (2559). FOMO (Fear of Missing Out): ก็ฉันกลัวตกกระแส. เรียกใช้เมื่อ 31 ธันวาคม 2567 จาก <https://www.rama.mahidol.ac.th/ramachannel/gallery/fomo-fear-of-missing-out-ก็ฉันกลัวตกกระแส/#:~:text=อาการ%20FOMO%20หรือ%20Fear%20of,เกิดอาการเครียดขึ้นมา>
- ประอรพิต กัษฐวัฒนา. (2562). เจาะเรื่องจริง ‘ภัยสุขภาพจิตบนโลกออนไลน์’ จาก ‘ภาวะกลัวการตกกระแส FOMO’ ถึงด้านสว่าง JOMO ความตื่นรู้จากการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์. เรียกใช้เมื่อ 17 ธันวาคม 2567 จาก <https://www.salika.co/2019/10/26/from-fomo-to-jomo-mental-health/>
- ปริยานุช วุฒิชูประดิษฐ์ และภัทร ชูประดิษฐ์. (2565). อิทธิพลของการติดสื่อสังคมออนไลน์ต่อภาวะสุขภาพจิตของนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศไทย. วารสารสุทธิปริทัศน์, 36(3), 188-207.
- _____. (2562). ชีวิตสถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมานเบื้องต้นสำหรับการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: ทริปเพิ้ลเอดิเคชัน.
- _____. (2566). การพัฒนาการเรียนการสอนแบบห้องเรียนกล้าด้านโดยใช้แนวทางสเต็มศึกษาและการใช้ปัญหาเป็นฐานสำหรับวิชาประชากรและการอนามัยเจริญพันธุ์. วารสารสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยทักษิณ, 12(1), 17-31.
- พิษณุ อภิสมการโยธิน. (2568). การสร้างเสริมสมรรถนะของครอบครัวและชุมชนในการพัฒนาคุณธรรมเชิงพฤติกรรมของวัยรุ่นใน สังคมยุคดิจิทัล: กรณีศึกษาใน 17 จังหวัดภาคเหนือ. วารสารศรีปทุมปริทัศน์ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 25(1), 59-75.

- เรือนรสสุคนธ์ จันทร์เจริญ และพิษณุ อภิสมาจารโยธิน. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสังคมออนไลน์และภาวะการกลักรถกกระแสของนักศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในจังหวัดพิษณุโลก. วารสารการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์กร, 10(1), 69-94.
- โรงพยาบาลเพชรเวช. (2564). Social Addiction ส่งผลกระทบต่อสภาพจิตใจ. เรียกใช้เมื่อ 1 ธันวาคม 2567 จาก https://www.petcharavejhospital.com/th/Article/article_detail/Social-Addiction-Affects-Mental-Health
- วิภาวี เจริญลีลา. (2564). FoMO : สภาวะจิตตกในโลกยุคใหม่ ความกลัวการไม่ยอมรับจากคนที่แทบไม่รู้ตัวตน. เรียกใช้เมื่อ 1 ธันวาคม 2567 จาก <https://thepotential.org/knowledge/fomofear-of-missing-out/>
- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพิษณุโลก. (2566). รายงานสถิติด้านประชากรและสุขภาพประจำปี พ.ศ. 2566. พิษณุโลก: สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพิษณุโลก.
- อัศรา ประเสริฐสินและผกาพรรณ นันทะเสน. (2565). พฤติกรรมการติดอินเทอร์เน็ต ภาวะซึมเศร้าและแนวทางการส่งเสริมการรู้ดิจิทัล เพื่อลดพฤติกรรมการติดอินเทอร์เน็ต และป้องกันการเกิดภาวะซึมเศร้าของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย. วารสารการพยาบาลจิตเวชและสุขภาพจิต, 36(1), 49-67.
- Mohammed, H. A. (2025). The fear of missing out and social media addiction. A cross-sectional and quasi-experimental approach. *Heliyon*, 11(3), e41958. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2025.e41958>.
- Aphisamacharayothin, P. (2020). PRECEDE Framework Analysis of the Factors Influencing to Life Management of Youth Females, Teen Moms, Families. *BU Academic Review*, 19(1), 48-61.
- Aphisamacharayothin, P. (2025). Strengthening the Competency of Families and Communities in Moral Behavior Development of Adolescents in a Digital Society: Case Study in 17 Northern Provinces. *Sripatum Review of Humanities & Social Sciences*, 25(1), 59-75.
- Fauzia, et al. (2023). Social media-induced fear of missing out (FoMO) and social media fatigue: The role of narcissism, comparison and disclosure. *Journal of Business Research*, 159(1), 113693. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113693>.
- Gupta & Sharma. (2021). Fear of missing out: A brief overview of origin, theoretical underpinnings and relationship with mental health. *World J Clin Cases*, 9(19), 4881-4889.
- Tandon, et al. (2021). "Fear of missing out (FoMO) among social media users: a systematic literature review, synthesis and framework for future research". *Internet Research*, 31(3), 782-821.
- UNICEF. (2008). Fact sheet: Young people and family planning: Teenage pregnancy. Malaysia: UNICEF office for Malaysia.
- Vries, et al. (2018). Problematic internet use and psychiatric co-morbidity of psychiatric patients. *BMC Psychiatry*, 18(1), 1-10.