การเปิดรับและความคิดเห็นต่อการใช้สื่อออนไลน์ของเจเนอเรชันซี จังหวัดสุราษฎร์ธานี

Exposure and Opinions on Online Media Usage of Generation Z in Surat Thani Province

สุวิมล คชสวัสดิ์[1*], กมลรัฐ อินทรทัศน์[2] และ สันทัด ทองรินทร์[3]

Suwimon Khotsawat[1*], Kamolrat Intaratat[2], and Santat Thongrin[3]

แขนงวิชาการบูรณาการการสื่อสาร สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Master of Communication Arts School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University, Thailand

**Corresponding author.* E-mail: naamfon.k444@gmail.com

Received November 18, 2025; **Revised** December 24, 2025; **Accepted** December 30, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ 2) ศึกษาความคิดเห็นต่อการใช้สื่อออนไลน์ และ 3) ศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์กับความคิดเห็นต่อการใช้สื่อออนไลน์ของเจเนอเรชันซี จังหวัดสุราษฎร์ธานี การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ เยาวชนเจเนอเรชันซี ที่มีอายุระหว่าง 12 – 21 ปี ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าไคสแควร์ ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ ส่วนใหญ่ใช้สมาร์ตโฟนเป็นเครื่องมือในการใช้สื่อออนไลน์ทุกวัน โดยใช้ในช่วงเวลา 17.00 น. – 22.00 น. เฉลี่ยวันละ 3 – 5 ชั่วโมง มีวัตถุประสงค์ในการใช้เพื่อการศึกษามากที่สุด โดยแอปพลิเคชันที่ใช้มากที่สุด คือ เฟซบุ๊ก 2) ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการใช้สื่อออนไลน์ด้านบวก พบว่า สื่อออนไลน์ช่วยให้การติดต่อสื่อสารสะดวกมากที่สุด ส่วนด้านลบ พบว่า ทำให้เกิดการหลอกลวงผ่านอินเทอร์เน็ตมากที่สุด 3) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานะ การศึกษาที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ เช่น อุปกรณ์ ช่วงเวลา และแอปพลิเคชันที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อ การใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การเปิดรับสื่อออนไลน์; การใช้สื่อออนไลน์; เจเนอเรชันซี

Abstract

This research aimed to: (1) Study the behavior of online media exposure; (2) Study the opinions on the use of online media, and (3) Study the differences between personal factors and online media exposure behavior and opinions on the use of online media of Generation Z, Surat Thani Province. This research employed a quantitative approach. The sample comprised 400 Generation Z youth aged 12–21 years residing in Muang District, Surat Thani Province. A multi-stage sampling method was employed. Data were collected through a questionnaire. Data were analyzed using frequency distributions, means, standard deviations, and the chi-square test. The research results were as follows: 1. The participants predominantly used smartphones as their primary devices for accessing online media daily. Most respondents engaged with online media between 5:00 p.m. and 10:00 p.m., with an average daily usage of 3–5 hours. The primary purpose of their online media use was educational activities, and Facebook was the most frequently used application. 2. The results regarding attitudes toward the use of online media revealed that, on the positive side, respondents agreed that online media provides the most convenient means of communication. Conversely, the negative opinion indicated that online media is most commonly associated with increased incidents of internet fraud. And 3. No significant differences were found in the opinions on the use of online media by gender, education level, or average monthly income. However, significant differences were observed in online media exposure behaviors, including device type, usage duration, and applications accessed.

Keywords: online media exposure; the use of online media; Generation Z

บทนำ

ในยุคปัจจุบันเป็นยุคของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) ที่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคนทุกเพศ ทุกวัย สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้กลายเป็นส่วนสำคัญในชีวิตประจำวันของผู้คนทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสื่อสาร การแสดงความคิดเห็น การศึกษาและการบริโภคข้อมูล (Kaplan & Haenlein, 2010) ผนวกกับการพัฒนาของเทคโนโลยีในปัจจุบัน มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเกิดนวัตกรรมใหม่ๆ อยู่เสมอ เช่น โทรศัพท์มือถือ สมาร์ทโฟน ให้ใช้งานง่ายและสะดวกมากขึ้น มีการรองรับการใช้งานที่หลากหลาย หรือแม้แต่แอปพลิเคชันต่าง ๆ มีการพัฒนาตลอดเวลา มีราคาตั้งแต่หลักพันถึงหลักหมื่น ทำให้ผู้บริโภคจับต้องได้ง่ายเลือกตามศักยภาพและกำลังของตนเอง ทั้งวัยรุ่น หรือผู้ใหญ่ ต่างมีโทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ทโฟนไว้ครอบครอง โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้เผยผลสำรวจการใช้เทคโนโลยี

สารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน ปี 2567 ระบุมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 59.2 ล้านคน และมีผู้ใช้โทรศัพท์มือถือ 62.9 ล้านคน (National Statistical Office, 2024)

การใช้สื่อสังคมออนไลน์มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งในชีวิตประจำวันการเรียน การสอน การทำงาน โดยเฉพาะในกลุ่ม “วัยรุ่น” หรือคนในยุคเจเนอเรชันซี (Gen Z) ที่เกิดมาพร้อมกับเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาแล้วอย่างจริงจัง โดยเติบโตมาพร้อมกับสิ่งอำนวยความสะดวกมากมายที่อยู่ในสังคม เป็นกลุ่มเจเนอเรชั่นที่มีความสามารถในการใช้งานเทคโนโลยีต่าง ๆ และเรียนรู้ได้เร็วกว่ากลุ่มเจเนอเรชันอื่น ๆ คนในกลุ่มนี้จะมีความเข้าใจในการใช้สื่อแทบทุกรูปแบบ เพราะเกิดมาในช่วงที่มีโซเชียลมีเดียแล้ว สามารถรับรู้และปรับตัวให้ทันต่อความรวดเร็วที่เปลี่ยนแปลงได้ (Sherman & Morley, 2015) คนรุ่นใหม่มีแนวโน้มที่จะแสวงหา ความทันสมัย การแสดงออกถึงความเป็นตัวเอง และการเชื่อมโยงกับคนรอบข้างผ่านช่องทางออนไลน์ (Twenge, 2017)

จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นจังหวัดที่มีจำนวนประชากรมากเป็นลำดับต้น ๆ ของประเทศ และมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากเป็นอันดับ 2 ของภาคใต้ ซึ่งกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ กลุ่มวัยรุ่น โดยพบว่าเยาวชนวัยรุ่นในกลุ่มเจเนอเรชันซี ที่มีอายุระหว่าง 12–21 ปี ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีจำนวน 213,164 คน (Surat Thani Provincial Statistical Office, 2024) ประกอบกับข้อมูลการรายงานเกี่ยวกับสถานการณ์ทางสังคม ประจำปี 2567 ด้านเด็กและเยาวชน พบว่า วัยรุ่นในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีพฤติกรรมการเลียนแบบความรุนแรงที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในทุก ๆ ปี ซึ่งเป็นวัยที่อาจถูกชักจูงได้ง่ายและยังอ่อนต่อโลก การคิดการตัดสินใจยังไม่เติบโตเต็มวัย (Office of Social Development and Human Security, Surat Thani Province, 2024) นอกจากนี้ โรงพยาบาลสวนสราญรมย์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี (Suansaranrom Hospital, Surat Thani, 2024) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับสภาพครอบครัว และการอบรมเลี้ยงดูวัยรุ่นที่ทำผิดกฎหมายที่อยู่ในการดูแลของสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ผู้กระทำผิดมาจากอำเภอเมืองมากที่สุด อาศัยอยู่กับผู้ปกครอง เด็กและเยาวชนในช่วงวัยนี้ เป็นช่วงวัยที่ควรได้รับการใส่ใจเป็นพิเศษ ซึ่งเป็นวัยที่ควรได้รับคำชี้แนะ แต่ในทางกลับกันด้วยวิถีการดำเนินชีวิตและการทำงานของผู้ปกครองไม่มีเวลามากพอที่จะให้ความใส่ใจแก่บุตรหลาน อีกทั้งยังจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น สมาร์ทโฟน ไอแพด มาให้บุตรหลานเพื่อสะดวกแก่การเรียนและเพื่อความบันเทิง แทนการพูดคุยอย่างใกล้ชิดของผู้ปกครอง ส่งผลให้วัยรุ่นหันมาใช้สื่อออนไลน์กันมากขึ้น โดยการขาดควบคุมดูแล และการจำกัดเวลาอย่างเหมาะสม เกิดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะในการเปิดรับสื่อออนไลน์ และอาจส่งผลกระทบด้านลบ เช่น เกิดการเลียนแบบพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม การพูดคำหยาบ การแสดงออกและการสร้างความเกลียดชังผ่านสื่อออนไลน์ พฤติกรรมก้าวร้าว ปัญหาสุขภาพกาย สุขภาพจิต ผลการเรียนตกต่ำ และการพูดคุยกับคนรอบข้างน้อยลง ซึ่งในอนาคตเมื่อเข้าสู่วัยเรียนในระดับที่สูงขึ้น หรือวัยทำงาน อาจส่งผลต่อการอยู่ร่วมกับคนในสังคม หรือความบกพร่องในการเข้าสังคม ทำให้เกิดความแตกต่าง ไม่มีความสุขในการใช้ชีวิต และกลายเป็นปัญหาของสังคมในที่สุด

ผลจากการที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น รวมถึงผลกระทบในด้านต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นกับคนรุ่นใหม่ บทความวิจัยนี้ จะนำเสนอผลการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์และความคิดเห็นทั้งด้านบวกและด้านลบของเจเนอเรชันซี (Gen Z) เพื่อนำข้อมูลมาเป็นแนวทางป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น อีกทั้งจะก่อให้เกิดประโยชน์ในการการควบคุม สอดส่อง เพื่อให้เด็กและเยาวชนมีความปลอดภัยในการใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลและพัฒนาเยาวชนในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี เช่น สำนักงานพัฒนาสังคม และความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) โรงเรียน สถานศึกษา องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นฯ สามารถนำข้อมูลไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาสื่อออนไลน์ที่เหมาะสมกับวัยรุ่นเจเนอเรชันซี (Gen Z) ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ของเจเนอเรชันซี จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อการใช้สื่อออนไลน์ของเจเนอเรชันซี จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์กับความคิดเห็นต่อการใช้สื่อออนไลน์ของเจเนอเรชันซี จังหวัดสุราษฎร์ธานี

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์

มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ว่าหมายถึง สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม (Social Tool) เพื่อใช้สื่อสารระหว่างกันในเครือข่ายทางสังคม (Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใด ๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยเน้นให้ผู้ใช้ทั้งที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วม (Collaborative) อย่างสร้างสรรค์ ในการผลิตเนื้อหาขึ้นเอง (User-Generate Content: UGC) ในรูปของข้อมูล ภาพ และเสียง โดยที่เครือข่ายสังคมออนไลน์ มักนำมาใช้ดำเนินงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีบุคคลหรือหน่วยงานต่าง ๆ ร่วมกันเป็นเครือข่ายเพื่อใช้ทรัพยากรร่วมกัน แลกเปลี่ยน แบ่งปันทรัพยากร ข้อมูลข่าวสาร ฯลฯ ปัจจุบันคำว่า (Social Network) หมายถึง ระบบเครือข่ายบนโลกออนไลน์ หรือการติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต ตัวอย่างของเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้กันในปัจจุบัน เช่น Facebook, Twitter/X, MySpace, Tiktok, Blog และ YouTube เป็นต้น (Warr, 2008; Eley & Tilley, 2009; Jeranathep, 2022; Wipawin, 2015; Kamolsuphachinda, 2014)

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ มีผู้แบ่งประเภทของสื่อออนไลน์ไว้หลายท่าน ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์การใช้งาน (Sukonrattanamethi & Mokkhasat, 2019) สามารถสรุปได้ว่า วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อเพื่อสร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นช่องทางสำคัญในการรวบรวมกลุ่มเพื่อนหรือชุมชน

เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและอัปเดตข่าวสารร่วมกัน ขณะที่การสนทนาออนไลน์หรือการแชทมีบทบาทในการสื่อสารแบบโต้ตอบ ทั้งทางข้อความและการสนทนาแบบเห็นหน้าผ่านแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมอย่าง Line และ WeChat นอกจากนี้ เว็บบอร์ดหรือกระดานสนทนาเป็นพื้นที่ให้ผู้ใช้ตั้งกระทู้แสดงความคิดเห็น และแลกเปลี่ยนมุมมองต่อประเด็นต่าง ๆ เช่น ข่าวสาร ประเด็นสังคม หรือสินค้า ส่วนสื่อประเภทแบ่งปันไฟล์หรือวิดีโอ (Media Sharing) มีบทบาทอย่างมากในสังคมดิจิทัล โดยผู้ใช้สามารถอัปโหลดและเผยแพร่สื่อเพื่อให้ผู้อื่นเข้าถึงได้อย่างสะดวก ตัวอย่างแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยม ได้แก่ YouTube และ Pinterest ขณะเดียวกัน บล็อกและวีบล็อกทำหน้าที่เป็นพื้นที่เผยแพร่บทความ ความคิดเห็น หรือบันทึกส่วนตัวจากผู้ใช้งานซึ่งอาจเป็นผู้เชี่ยวชาญหรือบุคคลทั่วไป และเปิดโอกาสให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพิ่มเติม ส่วนสื่อประเภทการสืบค้นข้อมูล (Search) เป็นแหล่งเข้าถึงข้อมูลเชิงวิชาการหรือองค์ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ หรือประวัติศาสตร์ ทำให้ผู้ใช้สามารถเลือกค้นคว้าและเข้าถึงข้อมูลตามความต้องการได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

กล่าวโดยสรุป สื่อสังคมออนไลน์มีการพัฒนารูปแบบอย่างต่อเนื่องและมีความหลากหลายมากขึ้นตามลักษณะการใช้งานของผู้คน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลให้รูปแบบปฏิสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร้ขีดจำกัด ไม่ว่าจะเป็นการสนทนาแบบแชท การส่งต่อข้อมูล หรือการเช็กอินสถานที่ ซึ่งแตกต่างจากการสื่อสารแบบเดิมที่มีลักษณะทางเดียว โดยผู้ส่งสารเป็นผู้กำหนดข้อมูล และผู้รับสารมีบทบาทเพียงรับข้อมูลเท่านั้น แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ดังกล่าว ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีทั้งเหตุผลในเชิงบวกและลบ เพื่อให้ทราบมุมมองของการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลหรือผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์

ในประเทศไทย สื่อสังคมออนไลน์ไม่เพียงแต่เป็นช่องทางสื่อสาร แต่ยังเป็นพื้นที่สำหรับการแสดงออกถึงความคิดเห็นในประเด็นทางสังคม เช่น การเมืองและสิ่งแวดล้อม ซึ่งสะท้อนถึงบทบาทสำคัญของแพลตฟอร์มดังกล่าวในวัฒนธรรมของคนรุ่นใหม่ (Suthiapa, 2021)

ในส่วนของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์นั้น อาจมาจากหลากหลายปัจจัยทั้งภายในและภายนอกตัวผู้รับสาร ซึ่งผู้รับสารจะคัดสรรข้อมูลข่าวสารโดยผ่านกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) เปรียบเสมือนเครื่องกรองการรับรู้ข่าวสารของคน 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การเปิดรับหรือเลือกที่จะสนใจ 2) การเลือกรับรู้หรือตีความ และ 3) การเลือกจดจำ สำหรับสื่อสังคมออนไลน์นั้น ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อผู้รับข้อมูลข่าวสาร ทำให้เกิดการเรียนรู้ของผู้คนในสังคมที่มีผลต่อความเชื่อ ความคิดนำไปสู่ค่านิยมและทัศนคติต่อเรื่องราวที่เกิดขึ้นที่นำไปสู่การปฏิบัติตนต่อผู้อื่นทั้งเชิงบวกและลบ ทั้งผลแบบตั้งใจหรือแบบไม่ตั้งใจ (Pholmat & Pluempitichaikul, 2024)

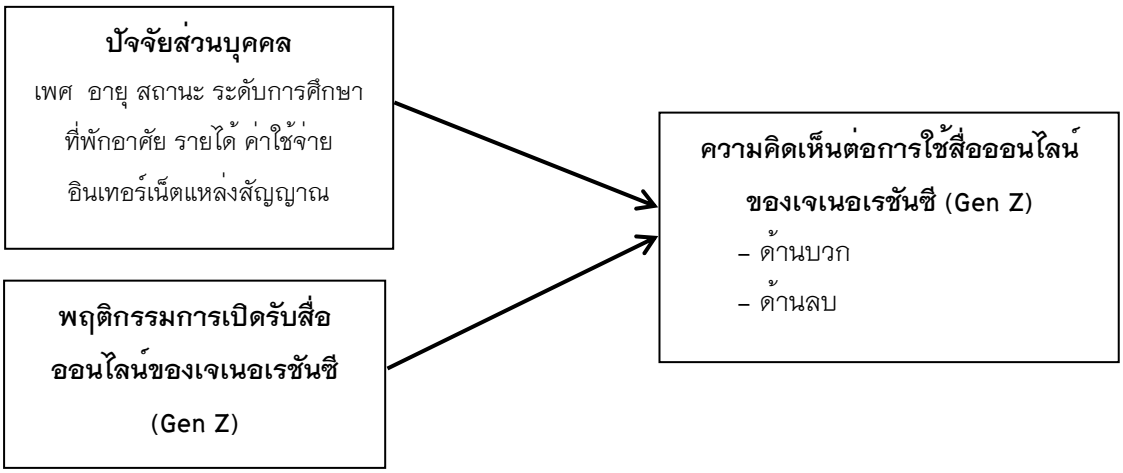
อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์นั้น จะพบว่าสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมและการรับรู้ของผู้คนในสังคมยุคดิจิทัล โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความใกล้ชิดกับเทคโนโลยีและใช้

แพลตฟอร์มต่าง ๆ เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีได้ส่งผลให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลและมีปฏิสัมพันธ์กันได้อย่างรวดเร็วและไร้ข้อจำกัด ส่งผลให้พฤติกรรมการบริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจน (Solomon, 2021) ในด้านผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความมั่นใจในตนเอง สื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่ที่มีการนำเสนอภาพลักษณ์และวิถีชีวิตที่ถูกตกแต่งหรือปรุงแต่งให้ดูสมบูรณ์แบบ ซึ่งทำให้ผู้ใช้จำนวนมากเกิดการเปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่นอย่างไม่รู้ตัว เนื้อหาที่แสดงถึงความสวยงาม ความสำเร็จ หรือชีวิตที่เกินจริงเหล่านี้มักส่งผลกระทบด้านลบต่อความพึงพอใจในตนเอง และอาจนำไปสู่ปัญหาสุขภาพจิต เช่น ความวิตกกังวลและภาวะซึมเศร้า โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนที่อยู่ในวัยพัฒนาการและมีความไวต่อแรงกดดันทางสังคมสูง (Tiggemann & Slater, 2013) นอกจากนี้ สื่อสังคมออนไลน์ยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างและปรับเปลี่ยนทัศนคติทางสังคม ผู้ใช้จำนวนมาก โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ มักใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลหลักในการทำความเข้าใจประเด็นร่วมสมัย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความเท่าเทียมทางเพศ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หรือการมีส่วนร่วมทางการเมือง การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างเปิดกว้างบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ ช่วยส่งเสริมการตระหนักรู้และการมีส่วนร่วมต่อสังคมในมิติต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์ได้กลายเป็นพื้นที่สาธารณะใหม่ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดมุมมองและการแสดงออกของประชาชน (Suthiapa, 2021)

กล่าวโดยสรุป สื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมและทัศนคติของคนรุ่นใหม่ทั้งในด้านบวก เช่น การเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลายและการสร้างความตระหนัก ในประเด็นทางสังคม และในด้านลบ เช่น การสร้างภาพลักษณ์ที่เกินจริงและผลกระทบต่อ สุขภาพจิต การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์และการเสริมสร้างความเข้าใจในผลกระทบดังกล่าวจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีการเปิดรับและความคิดเห็นต่อการใช้สื่อออนไลน์ ซึ่งจะส่งผลกระทบหรือมีอิทธิพลกับกลุ่มตัวอย่างทั้งในด้านทัศนคติและพฤติกรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ มุ่งศึกษาการเปิดรับสื่อออนไลน์กับความคิดเห็นต่อการใช้สื่อออนไลน์ของเจเนอเรชันซี จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ วัยรุ่นเจเนอเรชันซี (Gen z) คือ ผู้ที่เกิดในช่วง 2540–2552 ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 28,503 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ วัยรุ่นเจเนอเรชันซี (Gen Z) ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยคำนวณจากสูตรของ Yamane (1973) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยแบ่งอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานีออกเป็น 11 ตำบล หลังจากนั้นสุ่มตัวอย่างแต่ละตำบล ตามสัดส่วนของประชากร โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือก ได้แก่ วัยรุ่นเจเนอเรชันซี ที่มีการใช้สื่อออนไลน์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ แบบสอบถามส่วนที่ 1 และ 2 ลักษณะของคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อการใช้สื่อออนไลน์ด้านบวก และส่วนที่ 4 ความคิดเห็นต่อการใช้สื่อออนไลน์ด้านลบ แบบสอบถามส่วนที่ 3 และ 4 ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ Linker Scale (1=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ถึง 5=เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ซึ่งได้รับการออกแบบให้ครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้รับการพัฒนาให้มีคุณภาพ โดยผ่านการตรวจสอบความเชื่อถือ (Reliability) ด้วยค่าความเชื่อมั่นของ Cronbach's Alpha = 0.76 ซึ่งอยู่ในระดับดี และความเที่ยงตรง (Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม IOC มีค่าอยู่ระหว่าง 0.66–1.00 แสดงถึงความเหมาะสมของเครื่องมือในการเก็บข้อมูลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยมีการเก็บแบบสอบถามหลายช่องทาง ได้แก่ ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลด้วยตัวเอง และจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ จัดส่งแบบสอบถามทาง Application Line และพิมพ์ QR code โดยการส่งแบบสอบถามไปยังโรงเรียน และกลุ่มแฟนเพจในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 300 คน ใช้การสุ่มแบบสะดวก (Convenience sampling) และเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการลงพื้นที่สำรวจข้อมูล โดยผู้วิจัยลงพื้นที่ด้วยตนเองในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นกลุ่มที่ยังไม่เคยตอบแบบสอบถามฉบับนี้มาก่อนและต้องเป็นกลุ่มที่ใช้สื่อออนไลน์ในชีวิตประจำวัน หลังจากนั้นจัดเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และแบบสอบถามออนไลน์ ให้ครบจำนวน 400 ชุด และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ได้ถูกวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เช่น ค่าเฉลี่ย (Mean), ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ ได้แก่ การทดสอบค่าไคสแควร์ เพื่อตรวจสอบปัจจัยส่วนบุคคลของเจเนอเรชันซี (Gen Z) จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่แตกต่างกัน ทำให้มีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 66.0 มีอายุระหว่าง 15 – 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 92.5 สถานะส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 95 การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 92.8 ส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่หอพัก คิดเป็นร้อยละ 74.3 มีรายได้ต่อวันเฉลี่ยวันละ 100 – 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 74.3 และมีค่าอินเทอร์เน็ตที่ใช้ต่อเดือนส่วนใหญ่ ประมาณ 100 – 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.5

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ของเจเนอเรชันซี (Gen Z) จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้สมาร์ทโฟนมากที่สุด ช่วงเวลาที่ใช้สื่อออนไลน์มากที่สุดคือ ช่วง 17.00–22.00 น. ใช้สื่อออนไลน์ 3–5 ชั่วโมง ในแต่ละวันมีการใช้สื่อออนไลน์ทุกวัน วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อออนไลน์คือ เพื่อการศึกษา และใช้ Facebook มากที่สุด

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
1. อุปกรณ์การสื่อสารที่ใช้		
สมาร์ทโฟน	343	85.80
2. ช่วงเวลาที่ใช้สื่อออนไลน์		
17.00 – 22.00 น.	293	73.25
3.จำนวนชั่วโมง ที่ใช้สื่อออนไลน์ในแต่ละวัน		
3 – 5 ชั่วโมง	237	59.25
4. ความถี่ของการใช้สื่อออนไลน์ในแต่ละวัน		
ใช้สื่อออนไลน์ทุกวัน	300	90.00
5. วัตถุประสงค์หลักในการสื่อสารออนไลน์		
เพื่อการศึกษา	172	43.00
6. แอปพลิเคชั่นส่วนใหญ่ ที่ใช้ในแต่ละวัน		
Facebook	240	60.00
ยอดเต็ม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้สมาร์ทโฟน มากที่สุด จำนวน 343 คน คิดเป็นร้อยละ 85.8 มีช่วงเวลาที่ใช้สื่อออนไลน์มากที่สุดคือ ช่วง 17.00–22.00 น. จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 73.25 มีจำนวนในการใช้สื่อออนไลน์ 3–5 ชั่วโมง ในแต่ละวัน จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.25 มีความถี่ในการใช้สื่อออนไลน์คือ ใช้สื่อออนไลน์ทุกวัน จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 มีวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อออนไลน์คือ เพื่อการศึกษา จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 และแอปพลิเคชันส่วนใหญ่ที่ใช้ในแต่ละวันคือ Facebook จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้สื่อออนไลน์ของเจเนอเรชันซี (Gen Z) จังหวัดสุราษฎร์ธานีในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ในด้านบวก พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สื่อออนไลน์ช่วยให้การติดต่อสื่อสารมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด และในด้านลบ พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สื่อออนไลน์ทำให้เกิดการหลอกลวงผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้สื่อออนไลน์ของเจเนอเรชันซี (Gen Z) จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านบวก

ความคิดเห็นด้านบวก	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1.สื่อออนไลน์เป็นแหล่งเรียนรู้และแหล่งบันเทิงที่ดี	4.24	0.87	มาก
2.สื่อออนไลน์ ช่วยให้เพลิดเพลิน และคลายเครียดได้	4.58	0.65	มากที่สุด
3.สื่อออนไลน์ เป็นแหล่งสืบค้นข้อมูลข่าวสารที่สำคัญ	4.36	0.75	มาก
4.สื่อออนไลน์ ช่วยให้การติดต่อสื่อสารมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น	4.76	0.52	มากที่สุด
5.สื่อออนไลน์ ช่วยให้ติดตามข้อมูลข่าวสารได้อย่างทันท่วงที	4.43	0.72	มาก
6.สื่อออนไลน์ เป็นแหล่งแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้เป็นอย่างดี	4.11	0.80	มาก
7.สื่อออนไลน์สามารถสร้างรายได้	3.95	1.02	มาก
8.สื่อออนไลน์ ช่วยพัฒนาทักษะความรู้ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี	4.21	0.74	มาก
9.สื่อออนไลน์ ช่วยเป็นสื่อกลางในการนำเสนอผลงาน เพื่อให้ผู้อื่นได้เข้ามาติดตามได้มากยิ่งขึ้น	4.27	0.78	มาก
10.สื่อออนไลน์ ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร	3.92	0.97	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	**4.28**	**0.50**	**มาก**

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นของของเจเนอเรชั่นซีที่มีต่อการใช้สื่อออนไลน์ด้านบวก พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยที่ 4.28 (SD = 0.50) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สื่อออนไลน์ช่วยให้การติดต่อสื่อสารมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น ค่าเฉลี่ยที่ 4.76 (SD = 0.52) รองลงมา คือ สื่อออนไลน์ช่วยให้เพลิดเพลิน และคลายเครียดได้ ค่าเฉลี่ยที่ 4.58 (SD = 0.65) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สื่อออนไลน์ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร ค่าเฉลี่ยที่ 3.92 (SD = 0.97)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้สื่อออนไลน์ของเจเนอเรชันซี (Gen Z) จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านลบ

ความคิดเห็นด้านลบ	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. สื่อออนไลน์ ส่งผลกระทบต่อสมองและสุขภาพร่างกาย	3.49	0.94	ปานกลาง
2. สื่อออนไลน์ ส่งผลกระทบต่อสุขภาพจิต	3.21	0.97	ปานกลาง
3. สื่อออนไลน์ ทำให้สมาธิสั้น มีนิสัยก้าวร้าว	3.02	1.19	ปานกลาง
4. สื่อออนไลน์ ส่งผลกระทบต่อสังคม	3.16	0.95	ปานกลาง
5. สื่อออนไลน์ ทำให้ข้อมูลส่วนตัวถูกเปิดเผย	3.15	1.02	ปานกลาง
6. สื่อออนไลน์ ทำให้เกิดการหลอกลวงผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น	3.98	1.10	มาก
7. สื่อออนไลน์ เป็นช่องทางในการละเมิดลิขสิทธิ์ หรือขโมยผลงานกันมากขึ้น	3.64	0.97	มาก
8. สื่อออนไลน์ ส่งผลให้ผลการเรียนตกต่ำ	2.50	1.08	ปานกลาง
9. สื่อออนไลน์ ทำให้มีโลกส่วนตัวสูง พูดคุยกับคนรอบข้างน้อยลง	2.77	1.06	ปานกลาง
10. สื่อออนไลน์ ทำให้เสียเวลาในการเรียนรู้สิ่งอื่น ๆ รอบตัว	2.85	0.97	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.18	0.69	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นของของเจเนอเรชั่นซีที่มีต่อการใช้สื่อออนไลน์ด้านลบ พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยที่ 3.18 (SD = 0.69) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สื่อออนไลน์ทำให้เกิดการหลอกลวงผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ค่าเฉลี่ยที่ 3.98 (SD = 1.10) รองลงมา คือ สื่อออนไลน์เป็นช่องทางในการละเมิดลิขสิทธิ์ หรือ ขโมยผลงานกันมากขึ้น ค่าเฉลี่ยที่ 3.64 (SD = 0.97) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สื่อออนไลน์ส่งผลให้ผลการเรียนตกต่ำ ค่าเฉลี่ยที่ 2.50 (SD = 1.08)

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิจัยสมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานะการศึกษา ที่พักอาศัย รายได้/วัน ค่าอินเทอร์เน็ต และแหล่งสัญญาณ ที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อออนไลน์ทั้งด้านบวกและด้านลบต่างกัน และสมมติฐานที่ 2 พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ เช่น อุปกรณ์ ช่วงเวลา และแอปพลิเคชันที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นต่อการใช้สื่อออนไลน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความคิดเห็นด้านบวก		ความคิดเห็นด้านลบ	
	ค่า Chi Square	Sig.	ค่า Chi Square	Sig.
เพศ	187.343	0.001*	237.873	0.001*
อายุ	314.354	0.001*	278.996	0.001*
สถานะ	300.277	0.001*	264.662	0.001*
การศึกษา	202.983	0.001*	187.785	0.001*
ที่พักอาศัย	275.096	0.001*	208.959	0.001*
รายได้/วัน	338.582	0.001*	391.429	0.001*
ค่าอินเทอร์เน็ต	530.223	0.001*	472.058	0.001*
แหล่งสัญญาณ	206.350	0.001*	237.047	0.001*

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05*

จากตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลของเจเนอเรชันซี (Gen Z) จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อออนไลน์ด้านบวก และด้านลบต่างกัน โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งในแต่ละด้านของปัจจัยส่วนบุคคล ค่า Sig มีค่า <0.001 ซึ่งน้อยกว่าค่าที่ผู้ศึกษากำหนดไว้ คือ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ ได้แก่ อุปกรณ์ ช่วงเวลาจำนวนชั่วโมง ความถี่ วัตถุประสงค์ และแอปพลิเคชันที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน

ตารางที่ 5 ความคิดเห็นต่อการใช้สื่อออนไลน์ จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์	ความคิดเห็นด้านบวก		ความคิดเห็นด้านลบ	
	ค่า Chi Square	Sig.	ค่า Chi Square	Sig.
อุปกรณ์การสื่อสารที่ใช้	70.610	0.001*	260.584	0.001*
ช่วงเวลาที่ใช้สื่อออนไลน์	570.230	0.001*	613.732	0.001*
จำนวนชั่วโมงที่ใช้สื่อออนไลน์ในแต่ละวัน	70.610	0.001*	453.562	0.001*
ความถี่ของการใช้สื่อออนไลน์ในแต่ละวัน	570.230	0.001*	558.730	0.001*
วัตถุประสงค์หลักในการสื่อสารออนไลน์	70.610	0.001*	632.772	0.001*
แอปพลิเคชันส่วนใหญ่ ที่ใช้ในแต่ละวัน	570.230	0.001*	515.101	0.001*

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05*

จากตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของเจเนอเรชันซี (Gen Z) จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อออนไลน์ด้านบวกและด้านลบต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งในแต่ละด้านของพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของเจเนอเรชันซี (Gen Z) ซึ่งค่า Sig มีค่า <0.001 น้อยกว่าค่าที่ผู้ศึกษากำหนดไว้ คือ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ของเจเนอเรชันซี (Gen Z) จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้สมาร์ทโฟนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.8 ช่วงเวลาที่ใช้สื่อออนไลน์มากที่สุดคือ ช่วง 17.00–22.00 น. คิดเป็นร้อยละ 73.25 ใช้สื่อออนไลน์ 3–5 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 59.25 ในแต่ละวัน มีการใช้สื่อออนไลน์ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 90 วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อออนไลน์คือ เพื่อการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 43 และใช้ Facebook มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสื่อออนไลน์ในปัจจุบันเป็นสิ่งที่กลุ่มเจเนอเรชันซีให้ความสำคัญและเป็นการสะท้อนถึงบทบาทของสื่อออนไลน์ในชีวิตประจำวันของวัยรุ่นอย่างเด่นชัด ขณะเดียวกัน วัตถุประสงค์หลักคือการศึกษานั้นแสดงให้เห็นว่าสื่อออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญสำหรับการเรียนรู้ ส่วนการใช้ Facebook มากที่สุดสะท้อนบทบาทของแพลตฟอร์มนี้ในฐานะแหล่งข่าวสาร ชุมชนออนไลน์ และช่องทางสื่อสารที่ยังคงสำคัญในบริบทท้องถิ่นของจังหวัดสุราษฎร์ธานี สอดคล้องการศึกษาของ Duangkajee et al. (2020) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมใช้ ได้แก่ Facebook คิดเป็นร้อยละ 89.4 ในปริมาณที่บ่อยและมีการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 94.1 โดยเข้าใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์บ่อยที่สุดในช่วงเวลากลางคืน (19.00 – 24.00 น.) คิดเป็นร้อยละ 78.2 และมีระยะเวลาในการเข้าใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละครั้ง มากกว่า 2 ชั่วโมงคิดเป็นร้อยละ 41.2

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการใช้สื่อออนไลน์ด้านบวกของเจเนอเรชันซี (Gen Z) จังหวัดสุราษฎร์ธานี ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สื่อออนไลน์ช่วยให้การติดต่อสื่อสารมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Yuwakosol and Chompukum (2021) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับเจเนอเรชันกับความคิดเห็นและพฤติกรรมการใช้สื่อในยุคดิจิทัล พบว่า มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่าสื่ออื่น ๆ เช่น Line และ Facebook เพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสาร แสดงตัวตน เพื่อความบันเทิง และปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับคนอื่นๆ อีกทั้งยังสอดคล้องกับ Thananrom (2019) ได้ศึกษาเรื่องการเปิดรับการรู้เท่าทัน และผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนจังหวัดปัตตานี ผลการวิจัยพบว่า เยาวชนจังหวัดปัตตานีมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กมากที่สุด โดยใช้บริการออนไลน์ต่างๆ ผ่านสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด ใช้สื่อออนไลน์ที่บ้านหรือที่พักมากที่สุด ใช้สื่อสังคมออนไลน์ทุกวัน เฉลี่ยครั้งละ 30–60 นาที

ในส่วนของระดับความคิดเห็นที่มีต่อการใช้สื่อออนไลน์ด้านลบของเจเนอเรชันซี (Gen Z) จังหวัดสุราษฎร์ธานี ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สื่อออนไลน์ทำให้เกิดการหลอกลวงผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะแนวโน้มพฤติกรรมดิจิทัลของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นที่เป็นผู้ใช้งานสื่อออนไลน์มากที่สุด ทั้งเพื่อการสื่อสาร ความบันเทิง และการซื้อขายสินค้าออนไลน์ ทำให้กลุ่มนี้เผชิญความเสี่ยงจากภัยไซเบอร์มากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ ปัญหาการหลอกลวงออนไลน์ เช่น การซื้อขายสินค้าไม่ได้รับของการฟิชชิ่ง (Phishing) การปลอมตัวติดต่อ หรือการหลอกให้โอนเงิน จึงเป็นประสบการณ์ที่เข้าถึงกลุ่ม Gen Z ได้โดยตรง ทั้งจากประสบการณ์ส่วนตัวและการรับรู้ผ่านข่าวสารในสื่อออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Trirat (2023) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับสถานการณ์ภัยคุกคามทางออนไลน์ พบว่า คนไทยกว่า 36 ล้านคน ถูกหลอกลวงออนไลน์ในรอบปี 2566 ในจำนวนนี้เกินครึ่งหรือประมาณ 18.37 ล้านคน ตกเป็นผู้เสียหายและได้รับผลกระทบที่ชัดเจนมากขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่ม Gen Z แม้จะรู้วิธีการป้องกันความเสี่ยงจากภัยออนไลน์มากกว่ากลุ่มอื่น เนื่องจากมีการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันที่สามารถอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนจากการสื่อสารระหว่างกันเป็นการสื่อสารผ่านโซชียลมีเดียมากขึ้น สอดคล้องกับ Khalaf et al. (2023) ได้ศึกษาผลกระทบของโซเชียลมีเดียต่อสุขภาพจิตของวัยรุ่นและผู้ใหญ่ตอนต้นของประเทศอังกฤษ พบว่า วัยรุ่นมีแนวโน้มใช้ชีวิตประจำวันโดยไม่พึ่งพาโซเชียลมีเดียยากมากขึ้น และโซเชียลมีเดียยังส่งผลกระทบด้านลบต่อสุขภาพจิต รวมถึงยังทำให้เกิดความกังวลเรื่องความเป็นส่วนตัวและการถูกกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ ขณะเดียวกันการใช้โทรศัพท์มือถือและสื่อประเภทอื่น ๆ เป็นระยะเวลานานยังทำให้นอนหลับไม่เพียงพอ ซึ่งจะส่งผลต่อความสามารถทางปัญญา ผลการเรียน และความสามารถทางอารมณ์และสังคม นอกจากนี้ การใช้โซเชียลมีเดียยังทำให้วัยรุ่นมีอาการซึมเศร้าและขาดความมั่นใจ โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นหญิงที่มักเกิดการเปรียบเทียบรูปลักษณ์และเกิดความกังวลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตนเอง

ในส่วนของผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ผลการทดสอบ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานะ การศึกษา ที่พักอาศัย รายได้/วัน ค่าอินเทอร์เน็ต และแหล่งสัญญาณที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อออนไลน์ทั้งด้านบวกและด้านลบต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสภาพแวดล้อมและคุณลักษณะเฉพาะบุคคลมีผลต่อการรับรู้และการตีความข้อมูลสื่ออย่างมีนัยสำคัญ กลุ่มเจเนอเรชันซีที่แตกต่างกันด้านเพศหรืออายุอาจมีรูปแบบการใช้สื่อไม่เหมือนกัน เช่น เพศหญิงมักใช้สื่อเพื่อการสื่อสารและแสดงตัวตน ในขณะที่เพศชายมีแนวโน้มใช้สื่อเพื่อบันเทิงและเกม ส่งผลให้เกิดการรับรู้ผลดีและผลเสียที่ไม่เหมือนกัน นอกจากนี้ ปัจจัยด้านสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ เช่น รายได้ ค่าอินเทอร์เน็ต หรือสภาพที่พักอาศัย อาจกำหนดระดับการเข้าถึงเทคโนโลยีและประสบการณ์การใช้งาน ทำให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงหรือประโยชน์ของสื่อออนไลน์แตกต่างไปอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Luangsoontorn (2021) ได้ศึกษาทัศนคติของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ผลการศึกษา พบว่า เพศ และคณะของนักศึกษาที่แตกต่างกัน ทำให้ทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านความรู้สึก ด้านการเรียน และด้านสังคมของนักศึกษาแตกต่างกัน ตามลำดับ

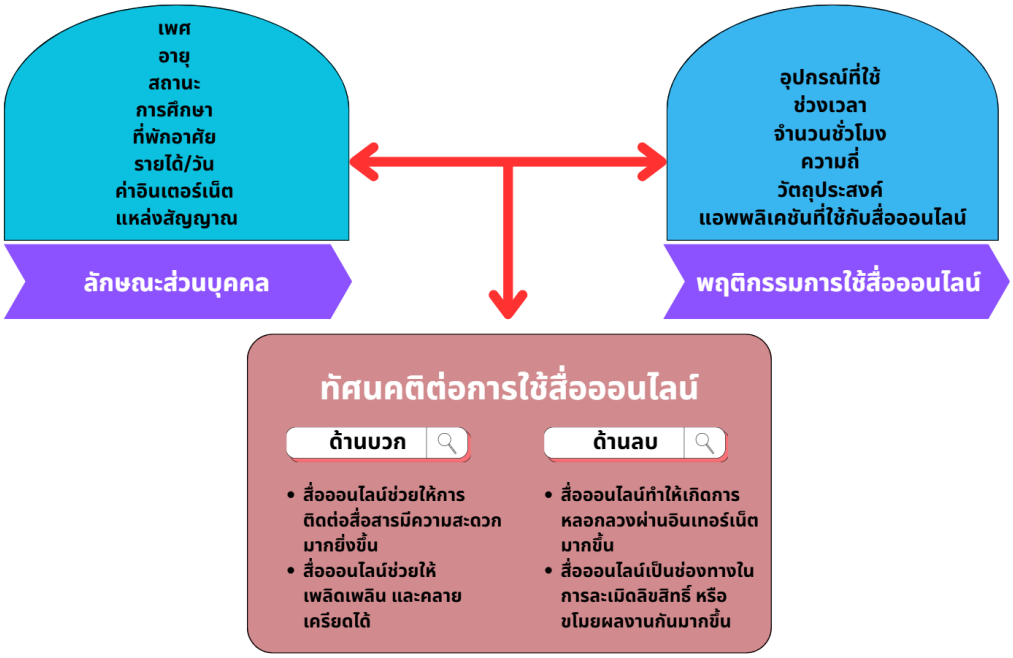
ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของเจเนอเรชันซี (Gen Z) จังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อออนไลน์ต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพฤติกรรมในการใช้สื่อ ไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ ช่วงเวลา จำนวนชั่วโมง ความถี่ วัตถุประสงค์ และแอปพลิเคชันที่ใช้กับสื่อออนไลน์ที่ต่างกัน ทำให้กลุ่มเจเนอเรชันซีมีรูปแบบการใช้สื่อที่ไม่เหมือนกัน เช่น บางกลุ่มใช้สื่อเพื่อการเรียนรู้ บางกลุ่มเน้นความบันเทิง การซื้อสินค้าออนไลน์ หรือการสร้างตัวตนบนโซเชียลมีเดีย พฤติกรรมเหล่านี้ล้วนมีผลต่อความคิดเห็นที่มีต่อสื่อออนไลน์ ทั้งด้านประโยชน์และด้านความเสี่ยง เมื่อผู้ใช้กลุ่มหนึ่งใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์และเพื่อพัฒนาตนเอง ย่อมมีมุมมองเชิงบวกมากกว่า ขณะที่ผู้ใช้ที่เผชิญข้อมูลเท็จ การหลอกลวง หรือการเสพสื่อมากเกินไป ย่อมมีความคิดเห็นเชิงลบมากกว่า สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Senawong (2021) ได้ทำวิจัยเกี่ยวกับ การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของคนเจนเนอเรชั่นแซดในยุค New Normal ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์, ปัจจัยด้านการเข้าใจง่ายในการใช้งาน และปัจจัยด้านทัศนคติต่อการใช้งานมีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชันแซด ในยุค New Normal ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชันแซด ในยุค New Normal แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาการเปิดรับและความคิดเห็นต่อการใช้สื่อออนไลน์ของเจเนอเรชันซี จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าปัจจัยที่น่าสนใจที่ทำให้เจเนอเรชันซี มีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อออนไลน์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ที่มีความแตกต่างกัน และส่งผลให้เกิดทัศนคติในด้านบวกและลบต่อการใช้สื่อออนไลน์ที่แตกต่างกันด้วย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานะ การศึกษา ที่พักอาศัย รายได้/วัน ค่าอินเทอร์เน็ต และแหล่งสัญญาณที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อออนไลน์ทั้งด้านบวกและด้านลบต่างกัน ทั้งนี้คุณลักษณะเฉพาะบุคคลมีผลต่อการรับรู้และการตีความข้อมูลสื่ออย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นในการหาแนวทางป้องกันหรือการส่งเสริมให้เกิดการใช้สื่อออนไลน์ที่มีคุณภาพ ควรให้ความสำคัญกับความแตกต่างในเรื่องลักษณะของแต่ละบุคคล เพื่อให้เกิดการใช้สื่อออนไลน์เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด

2.ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้สื่อที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อออนไลน์ทั้งด้านบวกและด้านบวกและด้านลบต่างกัน ทั้งนี้พฤติกรรมการใช้สื่อไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ ช่วงเวลา จำนวนชั่วโมง ความถี่ วัตถุประสงค์ และแอปพลิเคชันที่ใช้กับสื่อออนไลน์ที่ต่างกัน ทำให้กลุ่มเจเนอเรชันซีมีรูปแบบการใช้สื่อที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งแต่ละพฤติกรรมที่แตกต่างกันนั้น สามารถนำมาเป็นแนวทางในการเสนอข้อมูลข่าวสารในประเด็นต่างๆ ให้เกิดความเหมาะสมตามความแตกต่างของการใช้สื่อออนไลน์ โดยเฉพาะในเรื่องการศึกษา ที่พบว่า วัตถุประสงค์หลักในการใช้สื่อออนไลน์คือ “เพื่อการศึกษา” สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของสื่อออนไลน์ในฐานะแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญของวัยรุ่นยุคดิจิทัล ทั้งการค้นคว้าข้อมูล ทำงานกลุ่มออนไลน์ เข้าถึงบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์ และใช้แพลตฟอร์มเพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ โดยเฉพาะในบริบทของการเรียนแบบผสมผสาน (Blended Learning) และความพร้อมของเทคโนโลยีในสถานศึกษา ดังนั้น สามารถนำไปเป็นแนวทางให้สถานศึกษาเลือกใช้สื่อเพื่อสร้างการเรียนรู้ให้กับกลุ่มนักเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 2 แนวทางการใช้สื่อออนไลน์ของเจเนอเรชันซี จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สรุป

การศึกษาการเปิดรับและความคิดเห็นต่อการใช้สื่อออนไลน์ของเจเนอเรชันซี จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า เจเนอเรชันซีในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อออนไลน์แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้สื่อที่หลากหลาย โดยปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และแหล่งสัญญาณ ส่งผลต่อการรับรู้และตีความสื่อทั้งด้านบวกและลบอย่างมีนัยสำคัญ จึงควรให้ความสำคัญกับความแตกต่างรายบุคคลในการส่งเสริมการใช้สื่ออย่างมีคุณภาพ ขณะเดียวกันพฤติกรรมการใช้สื่อ เช่น อุปกรณ์ ช่วงเวลา ความถี่ และวัตถุประสงค์การใช้งานทำให้รูปแบบการใช้สื่อของเจเนอเรชันซีไม่เหมือนกัน โดยเฉพาะการใช้สื่อเพื่อการศึกษาที่โดดเด่น สะท้อนบทบาทสำคัญของสื่อออนไลน์ในฐานะแหล่งเรียนรู้ จึงสามารถใช้ข้อมูลนี้เป็นแนวทางให้สถานศึกษาคัดเลือกและออกแบบการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ด้านบวก จากการศึกษาพบว่าเจเนอเรชันซี (Gen Z) จังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ในการศึกษาหาความรู้มากเป็นลำดับต้น ๆ ดังนั้น ผู้ปกครอง โรงเรียน หรือหน่วยงาน

ที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้สื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทในการเรียนการสอนมากยิ่งขึ้น เพื่อดึงดูดความสนใจของนักเรียน อีกทั้งเพื่อให้ Gen Z ใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ได้มากที่สุด

1.2 ด้านลบ จากการศึกษาพบว่าเจเนอเรชันซี (Gen Z) จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความคิดเห็นว่า สื่อออนไลน์ทำให้เกิดการหลอกลวงผ่านอินเน็ตมากขึ้น ดังนั้น ควรส่งเสริมให้ Gen Z มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ภัยจากการใช้สื่อออนไลน์ และการแสดงออกเชิงสร้างสรรค์ เพื่อประโยชน์ทั้งต่อตนเอง ครอบครัว สังคม และประเทศชาติต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบ ที่เกิดจากบุคคลต้นแบบ ศิลปิน ดารา คอนเท้นครีเอเตอร์ หรืออินฟลูเอนเซอร์ต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการเลียนแบบพฤติกรรมของเด็กและเยาวชน

2.2 ควรทำการศึกษาเชิงคุณภาพควบคู่ไปกับการศึกษาเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและตรงประเด็นมากยิ่งขึ้น

2.3 ควรเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในหลายๆ พื้นที่ เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างในการใช้สื่อออนไลน์ของกลุ่มวัยรุ่นแต่ละพื้นที่ อาทิ เช่น กลุ่มเด็กในพื้นที่ห่างไกล เด็กยากจน และเด็กชายขอบ

References

Duangkajee, N., Aujirapongpan, S., & Kamlangdee, N. (2020). Online social media usage behavior and entrepreneurship competencies of students. *Journal of Business Administration, 9*(1), 10–21. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/apheitvu/article/view/242854/164697

Eley, B., & Tilley, S. (2009). *Online marketing inside out*. Sitepoint.

Jeranathep, P. (2022, August 29). *Digital media creation on social networks.* https://library.wu.ac.th/km

Kamolsuphachinda, K. (2014). *Social media use and generational identity: The differentiation between Baby Boomers Generation vs. Y Generation*[Master's independent study, Bangkok University].

Kaplan, A M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons, 53*(1), 59–68. http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003

Khalaf, A. M., Alubied, A. A., Khalaf, A. M., & Rifaey, A. A. (2023). The impact of social media on the mental health of adolescents and young adults: A systematic review. *Cureus, 15*(8), e42990. https://doi.org/10.7759/cureus.42990

Luangsoontorn, K. (2021). A study of attitude towards using online social networks of Dhonburi Rajabhat University's students. *Dhonburi Rajabhat University Journal, 5*(1), 104–121. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/journaldru/article/view/250548

National Statistical Office. (2024). *Survey of household information and communication technology use 2024.* https://www.nso.go.th/nsoweb/storage/survey_detail/2025/20250526084212_43801.pdf

Office of Social Development and Human Security, Surat Thani Province. (2024). *Report on the social situation in Surat Thani Province.* Surat Thani.

Pholmat, P., & Pluempitichaikul, T. (2024). The difference of digital access skills among Thai people with disability: Disability and digital access. *RSU Library Journal, 30*(1), 101–119. https://rilj.rsu.ac.th/journal/61/article/306

Sherman, U. P., & Morley, M. J. (2015). On the formation of the psychological contract: A schema theory perspective. *Group & Organization Management, 40*(2), 160–192. https://doi.org/10.1177%2F1059601115574944

Senawong, N. (2021). *A study of behavior for using of social media of Generation Z in the new normal era in Bangkok*[Master's independent study, Siam University].

Solomon, M. R. (2021). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (13th ed.). Pearson.

Suansaranrom Hospital, Surat Thani. (2024). *Summary of youth-related activities in Surat Thani Province 2024.* https://www.suansaranrom.go.th/site/page/VGxSVlBRPT0=

Sukonrattanamethi, N., & Mokkhasat, N. (2019, June 9). *Youth's social media literacy for citizenship in a contemporary democratic society*. Research and Development Office, King Prajadhipok's Institute. http://web.kpi.ac.th/public/knowledge/research/data/380

Surat Thani Provincial Statistical Office. (2024). *Surat Thani provincial statistical report 2024.* https://surat.nso.go.th/

Suthiapa, P. (2021). The impact of fake news on the political attitudes of Thai youth. *Journal of Communication Arts, 29*(2), 45–60.

Thananrom, N. (2019). *Exposure to and impact of online media and media literacy of youth in Pattani province*[Master's thesis, Sukhothai Thammathirat Open University].

Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders, 46*(6), 630–633. https://doi.org/10.1002/eat.22141

Trirat, N. (2023). *Online Threat Situation*. Chulalongkorn University.

Twenge, J. M., (2017). *iGen: Why today's super–connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy and completely unprepared for adulthood*. Atria. https://doi.org/10.1111/fcsr.12345

Warr, P. (2008). Work values: Some demographic and cultural correlates. *Journal of Occupational and Organizational Psychology, 81*(4), 751–775. https://doi.org/10.1348/096317907X263638

Wipawin, N. (2015). Social networks in a networked society. *TLA Research Journal: Journal of the Thai Library Association, 8*(2), 119–127. https://so06.tci–thaijo.org/index.php/tla_research /article/view/48006

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper and Row.

Yuwakosol, S., & Chompukum, P. (2021). Opinion and media usage among generations in the digital age. *The Journal of Social Communication Innovation*, *9*(2), 10–25. https://so06.tci–thaijo.org/index.php/jcosci/article/view/253596