

ผลกระทบจากการใช้สื่อและโทรคมนาคมของชาวไทยในยุคดิจิทัล

THE IMPACT OF MEDIA USE AND TELECOMMUNICATIONS OF THAI PEOPLE IN THE DIGITAL ERA

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้จากการใช้สื่อและโทรคมนาคมของชาวไทยในยุคดิจิทัล และผลกระทบจากการใช้สื่อและโทรคมนาคมของชาวไทยในยุคดิจิทัล กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้คือ ผู้บริโภคที่มีอายุ 25 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา สำหรับอธิบายข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานประกอบด้วย การทดสอบค่าที (Independent Samples T-test) การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีแอลเอสดี (LSD) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพที่ต่างกัน ส่งผลต่อผลกระทบจากการใช้สื่อและโทรคมนาคมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และปัจจัยที่มีผลกระทบจากการใช้สื่อและโทรคมนาคมด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน และด้านการเข้าใจง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการใช้สื่อและโทรคมนาคมในยุคดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: สื่อโทรคมนาคม ยุคดิจิทัล

ABSTRACT

This research aims to study perceived use of media and telecommunication among Thai people in the digital age, and the impact of media and telecommunication usage among Thai people in the digital age. The population groups used in this research study were Consumers aged 25 years and over who live in Bangkok; 400 respondents. The research instruments are questionnaires throughout the data analysis manipulation by not only descriptive statistics for demographic such as frequency, percentage, mean, standard deviation. And inferential statistics consisting of Independent Samples T-test, One-way ANOVA test. When differences are found, multiple comparisons are performed using the LSD method.) The level of statistical significance was set at the 0.05 level and the multiple linear regression equation.

The results of the study found that most respondents are female, aged between 31-35 years old, attaining bachelor's degree, working as private company employees. The hypothesis testing results revealed that personal factors in terms of gender, age, education level different occupation Affects the impact of the use of media and telecommunication is not different at a significance level of 0.05. And factors affecting the utilization of media and telecommunication in terms of Perceived usefulness, Perceived ease of use and Attitude toward affecting the use of media and telecommunication in the digital age at a significance level of 0.05.

Keyword: Telecommunication, Digital Age

บทนำ

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสื่อและโทรคมนาคมได้มีความเจริญก้าวหน้าในด้านเทคโนโลยีมากขึ้นกว่าสมัยก่อนและยังคงมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ จึงทำให้มีการเปลี่ยนแปลงนำไปสู่ “ สังคมแห่งยุคดิจิทัล ” ที่ทำให้ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของชาวไทย อาทิ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการซื้อขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มหรือสื่อต่าง ๆ ด้านการดูหนังดูซีรีส์ผ่านช่องทางออนไลน์ ด้านการเรียนการสอน จึงทำให้สื่อและโทรคมนาคมในยุคดิจิทัลมีอิทธิพลอย่างรวดเร็วและพัฒนาความทันสมัยขึ้นตลอดเวลาเพื่อเข้ามาตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้เป็นอย่างดี จึงก่อให้เกิดยุคดิจิทัลขึ้นซึ่งเป็นโลกที่ไร้พรมแดนที่มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ค้นหาข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว สะดวกสบายและประหยัดเวลารวมทั้งมีค่าใช้จ่ายที่น้อยลง จึงทำให้ประชากรส่วนใหญ่ให้ความสนใจในการใช้สื่อและโทรคมนาคมในยุคดิจิทัลที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

ด้วยสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้ต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินชีวิตจากอดีต อันเนื่องจากมีบางสิ่งมากระทบจึงต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ภายใต้หลักมาตรฐานใหม่ที่ไม่คุ้นเคยโดยรูปแบบวิถีชีวิตใหม่นี้ ส่งผลให้การใช้สื่อและโทรคมนาคมที่มากขึ้นไม่ว่าจะเป็นในด้านการสื่อสาร การปฏิบัติการจัด การเดินทางไปเรียนและทำงาน การใช้ชีวิตแบบใหม่ที่เกิดขึ้นตลอดจนพฤติกรรมที่เป็นกิจวัตรทั้งในด้านอาหาร การทำธุรกิจ ความบันเทิง ฯลฯ และเมื่อเวลาผ่านไปจึงทำให้เกิดความคุ้นชินจึงกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตปกติของผู้คนในสังคมจึงก่อให้เกิดผลกระทบที่ใช้งานสื่อและโทรคมนาคมมากเกินไปจนความจำเป็นขึ้นมาได้

เมื่อปัจจุบันมีความนิยมในการใช้สื่อและโทรคมนาคมมากขึ้นกว่าในอดีตแน่นอนว่าจะต้องมีผลกระทบต่อการใช้งาน โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้ลงข้อมูลไว้เมื่อวันที่ 27 เมษายน 2564 เมื่อสื่อและโทรคมนาคมสามารถใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนส่งผลให้เกิด “สังคมก้มหน้า” ซึ่งเป็นภาพที่คุ้นชินสามารถเห็นได้ทั่วไปก็อาจเป็นปัญหาในเรื่องสุขภาพและปัญหาการปฏิบัติตนในการเข้าสังคมได้หรืออาจรวมไปถึงทำให้เกิดปัญหาภายในครอบครัวได้โดยสาเหตุเมื่อโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนที่เชื่อมโลกทั้งใบพร้อมอินเทอร์เน็ตไร้สายในยุคดิจิทัลที่มีราคาเข้าถึงง่าย ซึ่งเป็นสาเหตุที่ไม่ว่ารอบตัวของผู้ใช้งานจะมีผู้คนจำนวนมากเพียงใด

ผู้คนที่มักจะหยิบโทรศัพท์ขึ้นมาเพื่อรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ หรือสืบค้นหาตามความสนใจของผู้ใช้งาน

รศ.นพ. วีระศักดิ์ ชลไชยะ ได้ให้ข้อมูลว่าปัจจุบันการใช้เทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อผู้ใช้งานทุกช่วงวัยเป็นอย่างมาก ทำให้สมาธิไม่ดี ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมลดลง หรือหากเป็นผู้ปกครองที่ให้เด็กใช้สื่อแบบไม่มีวินัยอาจส่งผลให้เกิดความก้าวร้าวได้ง่าย หากเป็นผู้ใช้งานที่เป็นวัยผู้ใหญ่ก็ส่งผลให้ไม่มีสมาธิได้จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่ทำการศึกษาผลกระทบจากการใช้สื่อและโทรคมนาคมของชาวไทยในยุคดิจิทัลเพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผลกระทบจากการใช้สื่อและโทรคมนาคมของชาวไทยในยุคดิจิทัลต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาการรับรู้จากการใช้สื่อและโทรคมนาคมของชาวไทยในยุคดิจิทัล
- 1.2.2 เพื่อศึกษาการใช้งานสื่อและโทรคมนาคมของชาวไทยในยุคดิจิทัล
- 1.2.3 เพื่อศึกษาผลกระทบจากการใช้สื่อและโทรคมนาคมของชาวไทยในยุคดิจิทัล

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ส่งผลกระทบต่อผลกระทบจากการใช้สื่อและโทรคมนาคมของชาวไทยในยุคดิจิทัล

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อใช้สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ ด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านการเข้าใจง่ายในการใช้งาน ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ผลกระทบจากการใช้สื่อและโทรคมนาคมของชาวไทยในยุคดิจิทัล

ขอบเขตของการวิจัย

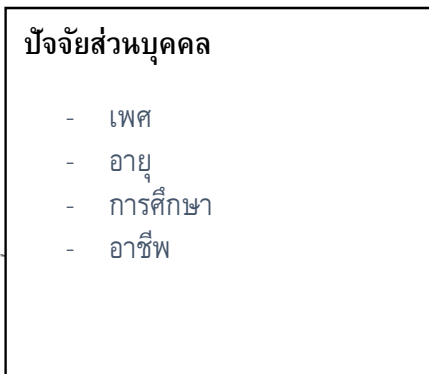
การวิจัยครั้งนี้ เพื่อเป็นการศึกษาผลกระทบจากการใช้สื่อและโทรคมนาคมของชาวไทยในยุคดิจิทัลซึ่งประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ด้านการเข้าใจต่อการใช้งาน

ขอบเขตของประชากร

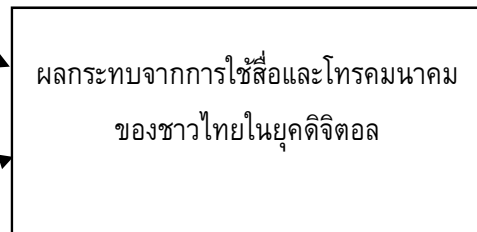
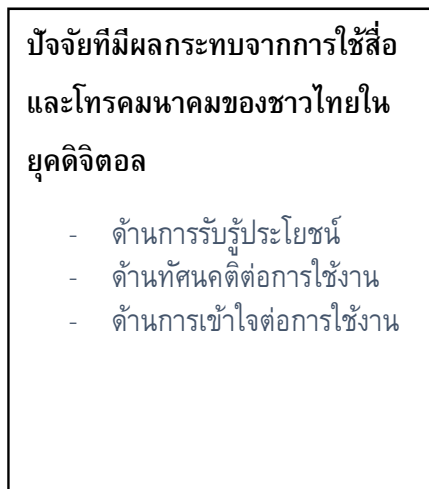
ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนชาวไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย

กรอบแนวคิด

1.ตัวแปรอิสระ



2.ตัวแปรตาม



แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ นภาวรรณ คณานุกักร์ (2555) ได้กล่าวว่า การแบ่งส่วนตลาดประชากรทำได้โดยการแบ่งกลุ่มของผู้บริโภคตาม อายุ รายได้ เชื้อชาติ เพศ การประกอบอาชีพ สถานสมรส ประเภทและขนาดของใช้ในครัวเรือน และที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ตัวแปรเหล่านี้มีวัตถุประสงค์เชิงประจักษ์และสามารถชักถามหรือสังเกตได้อย่างง่ายดาย สิ่งเหล่านี้ช่วยให้นักการตลาดได้จำแนกผู้บริโภคแต่ละประเภทตามที่กำหนดไว้ได้อย่างชัดเจน เช่น กลุ่มอายุ หรือกลุ่มรายได้เช่นเดียวกับระดับชนชั้นทางสังคมที่จะถูกกำหนดโดยวัตถุประสงค์การคำนวณดัชนีการชี้วัด 3 ตัวแปรคือ รายได้ (จำนวนเงินเดือน) ระดับการศึกษา (การศึกษาสูงสุด) และอาชีพ (ระดับตำแหน่งจะเกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพต่างๆ) และภายหลังในด้านที่อยู่ของผู้บริโภค รหัสไปรษณีย์ สามารถใช้ข้อมูลร่วมกันทำให้ทราบถึงที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของผู้บริโภค การแบ่งกลุ่มประชากรเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการค้นหาและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่เฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์

2.แนวคิดเกี่ยวกับสื่อและโทรคมนาคมยุคดิจิทัล (Media and Telecommunication in Digital) ปัจจุบันสื่อและโทรคมนาคมได้รับความนิยมจากผู้ใช้งานในยุคดิจิทัลจำนวนมากเนื่องจากเป็นช่องทางที่สะดวกรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร นอกจากนี้สื่อและโทรคมนาคมยังเป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่แตกต่างหลากหลายของคนทั่วโลกที่สามารถเชื่อมถึงกันและมีปฏิสัมพันธ์กันบนเครือข่ายสื่อและโทรคมนาคมยุคดิจิทัลที่เข้าไปมีอิทธิพลต่อความคิด ทศนคติ และพฤติกรรมของผู้บริโภค

3.แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ส่งผลกระทบจากการใช้สื่อและโทรคมนาคม

อาภรณ์ รัช (2560) อธิบายความหมายไว้ว่า กิริยาการแสดงออกหรือการเกิดปฏิกิริยาเมื่อเผชิญกับสิ่งภายนอก การแสดงออกนั้นอาจเกิดจากอุปนิสัยหรือจากความเคยชินอันได้รับจากประสบการณ์และการศึกษาอบรม การแสดงออกนี้อาจเป็นไปได้ทั้งในรูปคล้อยตามหรือต่อต้านและอาจเป็นได้ทั้งดีและไม่ดีทั้งเจ้าของพฤติกรรมเองและต่อสิ่งภายนอกซึ่งจำแนกได้ 2 ประเภท

(3.1) พฤติกรรมการเรียนรู้ (Learning behavior) สามารถปรับเปลี่ยนได้อันเป็นผลเนื่องมาจากประสบการณ์ ไม่ใช่เกิดจากการที่มีอายุมากขึ้น (Maturation) พฤติกรรมการเรียนรู้ได้รับอิทธิพลจากทั้งยีนและสิ่งแวดล้อม

(3.2) พฤติกรรมที่มีมาแต่กำเนิด (Innate behavior) แสดงออกเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าชนิด เป็นพฤติกรรมที่ได้มาจากกรรมพันธุ์สามารถแสดงออกได้โดยไม่ต้องเรียนรู้มาก่อน มีแบบแผนเดียวกัน (Stereotyped) ไม่ค่อยมีการปรับเปลี่ยนโดยการเรียนรู้ มีลักษณะเฉพาะของแต่ละสปีชีส์ (Species-specific)

4. แนวคิดเกี่ยวกับด้านการรับรู้ประโยชน์และผลเสียต่อการใช้งานจากงานวิจัยต่าง ๆ พบว่ามีหลายแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลและผลกระทบของสื่อ โดยเงื่อนไขของผลกระทบที่เกิดขึ้นที่แตกต่างกันออกไป ในบางช่วงสังคมเชื่อว่าสื่อมีอิทธิพลและก่อให้เกิดผลกระทบเป็นอย่างมาก แต่กลับกันในบางช่วงเวลาเชื่อว่าสื่อไม่มีอิทธิพลต่อสังคมมากนัก การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับความเชื่อและทัศนคติในเรื่องของอิทธิพลและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากสื่อมาจากความเชื่อของสังคม และอีกส่วนหนึ่งมาจากการทำงานของสื่อ (มนัสวีณี จันทะเลิศ, 2558) สื่อมวลชนล้วนแต่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นการหล่อหลอมประชาชนให้หลงใหล กามารมณ์ การผิดศีลธรรม สร้างค่านิยมต่ำ ๆ เพราะสื่อมวลชน เป็นผู้นำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ไปสู่ผู้คนจำนวนมาก จึงได้มีผู้ทำวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้ ประมะ สตะเวทิน (2563)

5. แนวคิดด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ราชบัณฑิตยสถาน บัญญัติศัพท์ว่า สื่อสังคมหรือที่คนทั่วไปเรียกว่า สื่อออนไลน์ หรือ สื่อสังคมออนไลน์ ในทางเทคนิค สื่อสังคมหมายถึง โปรแกรมกลุ่มหนึ่งทำงานโดยใช้พื้นฐานและเทคโนโลยี เช่น เฟสบุ๊ค ทวิตเตอร์ วิกิพีเดีย อินสตาแกรมและบล็อกต่าง ๆ ในทางธุรกิจเรียกสื่อสังคมว่า สื่อที่ผู้บริโภคสร้างขึ้น (consumer-generated media หรือ CGM) สำหรับกลุ่มบุคคลผู้ติดต่อสื่อสารกันโดยผ่านสื่อสังคม ซึ่งนอกจากจะส่งข่าวสารข้อมูลแลกเปลี่ยนกันแล้วยังอาจทำกิจกรรมที่สนใจร่วมกันด้วย กลุ่มบุคคลที่ติดต่อสื่อสารกันโดยผ่านสื่อสังคมดังกล่าว คือ social network ซึ่งคณะกรรมการจัดทำพจนานุกรมศัพท์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ บัญญัติศัพท์ social network ว่า เครือข่ายสังคม ในเครือข่ายสังคม กลุ่ม “เพื่อน” หรือ “ผู้ติดต่อกัน” จะต้องแนะนำตนเองอย่างสั้น ๆ โดยทั่วไปซอฟต์แวร์ที่ให้บริการเครือข่ายสังคมจะเปิดโอกาสให้กลุ่มเพื่อน ๆ วิพากษ์วิจารณ์กันเองได้ ส่งข้อความส่วนตัว และเข้าไปอ่านข้อความของเพื่อน ๆ ในกลุ่มได้ ซอฟต์แวร์บางประเภทจะสามารถให้เพื่อน ๆ เพิ่มเสียงและภาพเคลื่อนไหวลงในประวัติของ ตนได้ด้วย นอกจากนี้ เพื่อนบางคนก็อาจจะสร้างโปรแกรมย่อย ๆ ขึ้นมาให้ใช้ร่วมกันได้ เช่น เล่นเกม ถ้ามปัญหา หรือปรับแต่งรูปภาพ ทำให้บางคนมีผู้สมัครเข้ามาเป็นเพื่อนด้วยมากมาย (อารี พลดี, 2556) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) คือ รูปแบบของเว็บไซต์ ในการสร้างเครือข่าย สังคม สำหรับผู้ใช้งานในอินเทอร์เน็ต เขียนและอธิบายความสนใจ และกิจการที่ได้ทำ ๆ และเชื่อมโยง กับ

ความสนใจและกิจกรรมของผู้อื่น ในบริการเครือข่ายสังคมมักจะประกอบไปด้วย การแชท ส่ง ข้อความ ส่งอีเมลวิดีโอ เพลง อับโหลดรูป บล็อก การทำงาน

6.แนวคิดเกี่ยวกับ Generation Baby Boomer , Generation X , Generation Y , Generation Z (Fillgood,2565) กล่าวปัจจุบันจะเห็นว่ามี การแบ่งเจเนอเรชั่นของช่วงเวลา ในการเกิดเพื่อวิเคราะห์ถึงวัย พฤติกรรม ความคิด และแนวทางการใช้ชีวิตให้สอดคล้องกับ สังคมที่เปลี่ยนแปลงไปเรื่อย ๆ Baby Boomer คืออีกรุ่นสมัยที่ถูกพูดถึงอยู่บ่อยครั้งจึง อยากพาทุกคนมาศึกษาข้อมูล ไม่ว่าจะ เป็นกลุ่มคนที่อยู่ Gen นี้เองถึงการปรับตัวให้เข้ากับ สังคม และกลุ่มคน Gen อื่น ๆ Baby Boomer คือ กลุ่มคนที่เกิดขึ้นในช่วงปี ค.ศ.1946-1964 หรือเทียบเป็น พ.ศ. ก็จะอยู่ระหว่างปี 2489 – 2507 ซึ่งเป็นช่วงเวลาหลังพั้งสิ้นสุด สงครามโลกครั้งที่ 2 มาไม่นานมากนัก ด้วยสภาพของบ้านเมืองแทบทุกแห่งบนโลกพั้งพ้น จากยุคสงครามที่เกิดความเสียหาย พังทลาย รวมถึงเศรษฐกิจอันแสนตกต่ำ ทำให้หน้าที่ หลัก ๆ ของคนกลุ่มนี้จะอยู่ที่เรื่องของการฟื้นฟูประเทศชาติเพื่อหวังถึงการกลับมาเรือง อำนาจ หรือการมีอยู่มีกินตามเหมาะสม ไม่ยากจนข้นแค้นส่วนสาเหตุที่ทำให้ถูกเรียกว่า เป็นยุคของ Baby Boomer มาจากในช่วงสงครามโลกมีผู้คนบาดเจ็บ ล้มตาย และสูญหาย จำนวนมาก นั่นจึงทำให้เกิดค่านิยมในการผลิตทายาท หรือการมีลูกในจำนวนมาก ๆ เพื่อ ทดแทนการขาดหายไปของคนเหล่านั้น หลายประเทศถึงขนาดตั้งเป็นนโยบายเพื่อให้มี กำลังคนเพียงพอสำหรับช่วยกันพัฒนาประเทศชาติในอนาคตปัจจุบันกลุ่มคน Baby Boomer คือ คนวัยชราที่มีอายุไม่ต่ำกว่า 58 ปี หรือคนที่เข้าสู่วัยเกษียณไปเรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้อาจเรียกว่าเป็นกลุ่มคน Gen B ก็ได้เช่นกัน

วิธีดำเนินการศึกษาวิจัย

ลักษณะประชากรการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง : ผู้บริโภคที่มีอายุ 25 ปี ขึ้นที่อาศัยอยู่ในเขตประเทศไทย ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ที่สร้างขึ้นเป็นเครื่องมือ ใน การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง กับการวิจัยนี้ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปผู้สอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลกระทบจากการใช้สื่อและโทรคมนาคมของชาวไทยในยุคดิจิทัล จำนวน 15 ข้อ ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ด้านการเข้าใจต่อการใช้งาน จำนวน 15 ข้อ

ส่วนที่ 3 การใช้สื่อและโทรคมนาคมในยุคดิจิทัล จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เกี่ยวกับผลกระทบจากการใช้สื่อและโทรคมนาคมในยุคดิจิทัล

ทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและความน่าเชื่อถือก่อนนำแบบสอบถามไปใช้จริงโดยนำร่างแบบสอบถามไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบข้อคำถามในแบบสอบถามเพื่อให้เกิดความครอบคลุมของเนื้อหาการวิจัยที่ต้องการศึกษาว่ามีการจัดเรียงลำดับคำถาม การใช้ภาษาในแบบสอบถามและมีความเหมาะสมของข้อคำถามที่ใช้ขึ้นโดยใช้วิธีการวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาได้

2. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ (try-out) จำนวน 40 คน เพื่อทำการตรวจสอบคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยทำแบบสอบถามแบบออนไลน์เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูล

2. ตรวจสอบแบบสอบถามที่ได้รับคืนจากการผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและเมื่อครบตามจำนวนของขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 ชุดแล้วนั้น ผู้วิจัยจึงนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติต่อไป

ผลการวิจัย

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.80 รองลงมาคือ และเพศชาย จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 ส่วนใหญ่อายุ 31-35 ปี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมาอายุ 25-30 ปี จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 อายุ 36-40 ปี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 อายุ 41-45 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 อายุ 46-50 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และมากกว่า 50 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ส่วนใหญ่ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 80.8 รองลงมาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ส่วนใหญ่อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 รองลงมาธุรกิจส่วนตัวจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 ข้าราชการจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และอื่น ๆ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

2. ผลการศึกษาพบว่าระดับปัจจัยที่มีผลกระทบจากการใช้สื่อและโทรคมนาคมของชาวไทยในยุคดิจิทัลด้านการรับรู้ประโยชน์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$) เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้สื่อและโทรคมนาคม รองลงมาคือด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ด้านการเข้าใจต่อการใช้งานและด้านการเปรียบเทียบเรื่องเพศตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ส่งผลต่อผลกระทบจากการใช้สื่อและโทรคมนาคม

เพศต่างกันส่งผลต่อผลกระทบจากการใช้สื่อและโทรคมนาคมที่แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อายุต่างกันส่งผลต่อผลกระทบจากการใช้สื่อและโทรคมนาคมที่ไม่แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ระดับการศึกษาต่างกันส่งผลต่อผลกระทบจากการใช้สื่อและโทรคมนาคมที่ไม่แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อาชีพต่างกันส่งผลต่อผลกระทบจากการใช้สื่อและโทรคมนาคมที่ไม่แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยที่มีผลกระทบจากการใช้สื่อและโทรคมนาคมด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ด้านการเข้าใจง่ายในการใช้งาน ส่งผลต่อผลกระทบจากสื่อและโทรคมนาคม

ปัจจัยที่มีผลกระทบจากการใช้สื่อและโทรคมนาคมด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ด้านการเข้าใจง่ายในการใช้งาน ส่งผลต่อการใช้สื่อและโทรคมนาคมในยุคดิจิทัล ด้วยการวิเคราะห์ถดถอย (Multiple Regression) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับค่าแล้ว (Adjusted R²) เท่ากับ 0.219 หมายความว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบจากการใช้สื่อและโทรคมนาคมด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ด้านการเข้าใจง่ายในการใช้งาน ได้ร้อยละ 21.9 และยังพบว่าด้านการรับรู้ประโยชน์ (Beta = 0.153) ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน (Beta = 0.157) ด้านการเข้าใจต่อการใช้งาน (Beta = 0.273) การส่งผลต่อผลกระทบจากสื่อและโทรคมนาคม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ผลกระทบจากการใช้สื่อและโทรคมนาคมของชาวไทยในยุคดิจิทัล สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

จากผลการศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา พฤติกรรมการใช้สื่อโทรคมนาคมด้านการรับรู้ประโยชน์ ทัศนคติต่อการใช้งาน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษาวิจัยที่ได้ใช้สื่อและโทรคมนาคมในยุคดิจิทัลนั้น ด้านเพศที่แตกต่างกันมีการใช้งานที่ต่างกันโดยเพศที่ใช้งานมากที่สุดคือเพศหญิงซึ่งสอดคล้องไปถึงเรื่องไลฟ์สไตล์ในชีวิตประจำวัน อายุที่แตกต่างกันมีการใช้งานที่ต่างกันในด้านของอายุจะสอดคล้องไปถึงด้านอาชีพ โดยอาชีพที่แตกต่างกันมีการใช้งานที่ต่างกันซึ่งขึ้นอยู่กับภาระหน้าที่หรือความจำเป็นที่ต้องรับผิดชอบในการใช้สื่อและโทรคมนาคมในชีวิตประจำวันหรือแม้กระทั่งการใช้สื่อเพื่อความบันเทิง ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการใช้งานที่ต่างกัน ทำให้ทราบถึงความสอดคล้องในด้านประโยชน์ของการรับรู้และด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ทำให้สอดคล้องกับงานวิจัยของ พีระจิรโสภณ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ความรู้เท่าทันการสื่อสารยุคดิจิทัลในการกำหนดแนวทางการปฏิรูปการใช้สื่อในสังคมไทย พบว่า ทุกคนมีความตระหนักในการใช้สื่อโทรคมนาคมด้วยการมีความรู้ ความเข้าใจทักษะในการใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ในทางสร้างสรรค์ (Digital Literacy) รวมถึงความสามารถในการคิดวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารในการใช้สื่อโทรคมนาคมที่เปิดกว้างและเสรีโดยระบุเรื่องการรู้เท่าทันสื่อที่เป็นมาตรฐานตามเกณฑ์ที่กำหนดอย่างชัดเจน

ข้อเสนอแนะ

1. จากการเปรียบเทียบ ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่มีต่อผลกระทบจากการใช้สื่อและโทรคมนาคมของชาวไทยในยุคดิจิทัล จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษา นั้นพบว่ามีความต้องการในการใช้สื่อและโทรคมนาคมอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องด้วยความจำเป็นต่อหน้าที่การงาน ความบันเทิง จึงควรทำการศึกษามากขึ้นเพื่อหาความต้องการและเหตุผลที่แท้จริง ซึ่งทำให้เกิดผลกระทบในการใช้สื่อและโทรคมนาคมอย่างน้อยที่สุดและตระหนักถึงด้านที่สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2. จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในการใช้สื่อและโทรคมนาคมด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านทัศนคติต่อการใช้งานและด้านการเข้าใจง่ายในการใช้งานนั้นส่วนใหญ่จะลงความเห็นว่าสื่อโทรคมนาคมมีความสำคัญในการดำรงชีวิตเป็นอย่างมากอีกทั้งยังเป็นสิ่งที่อำนวยความสะดวกช่วยให้การทำงานคล่องตัวมากยิ่งขึ้นและง่ายในการติดต่อสื่อสารกัน โดยมีความต้องการและคาดหวังในด้านของการเข้าถึงในทุกพื้นที่ และการมีมาตรฐานความเป็นส่วนตัวที่มากขึ้นเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้งาน จึงควรให้ความสำคัญในเรื่องของข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งานไม่ให้รั่วไหลเพราะยังคงเป็นสิ่งสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างได้ทำการแสดงความคิดเห็นเข้ามาในด้านของข้อเสนอแนะ

บรรณานุกรม

- (กระทรวงเทคโนโลยีโทรคมนาคมและการสื่อสาร 2560, หน้า 7) ได้ให้ความหมายของสื่อและโทรคมนาคม เข้าถึงได้จาก <https://www.mdes.go.th/mission/51>
- (ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคล่าสุดในด้านสื่อและโทรคมนาคม 2565, หน้า10-14) <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/th-th/collections/media-and-telecommunications/>
- (ชยีน ภิญโญชนม์ และวิโรจน์ พิมานมาศสุริยา 2556, หน้า 29) ได้วิจัยเรื่องอิทธิพลของสังคมออนไลน์ต่อธุรกิจสังคม เข้าถึงได้จาก <http://gscm.nida.ac.th/uploads/files/1598931237>
- รศ.นพ. วีระศักดิ์ ชลไชยะ จากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้ลงข้อมูลไว้เมื่อวันที่ 27 เมษายน 2564. เข้าถึงได้จาก <https://www.thaihealth.or.th/>
- (วิรัชชญา ใจสม 2560, หน้า 9) ได้ให้เหตุผลที่ทำให้สื่อและโทรคมนาคมในยุคดิจิทัลได้รับความนิยม แพร่หลายเข้าถึงได้จาก <https://e-research.siam.edu/>
- (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2550, หน้า 6-7) ลักษณะประชากรศาสตร์เข้าถึงได้จาก http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Man/Napatsanan_S
- (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา 2550, หน้า 10) กล่าวว่าอาการกระทำหรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิดและความรู้สึกเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้า เข้าถึงได้จาก <http://legacy.orst.go.th/?knowledges>
- (สิริพรรณ แซ่ต็ม แสงนภา หิรัญมูทราภรณ์ สุพัฒธนา สุขรัตน์ และอรชนก ช่องสมบัติ 2554, หน้า18) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องผลกระทบของพฤติกรรมกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ตและกิจกรรมบนอินเทอร์เน็ตต่อผลสัมฤทธิ์ เข้าถึงได้จาก<https://kb.psu.ac.th/psukb/browse>
- (Generation Baby Boomer Fillgood, 2565, หน้า 19-21) <https://www.fillgoods.co/facebook-marketing/shop-orders-who-is-baby-boomer> ได้สรุปว่าลักษณะนิสัยที่มีความขยันอดทนต่อหน้าที่การงาน อยู่ในกรอบมีระเบียบวินัย รักความมั่นคงเข้าใจคุณค่าของเงิน

(Lev Manovich, 2014, หน้า 9) สื่อใหม่ เป็นวัฒนธรรมใหม่ที่มีรูปแบบมาจากเครื่องคอมพิวเตอร์ หรืออาศัยหลักการคอมพิวเตอร์ เช่น เว็บไซต์ มนุษย์โลกเสมือนจริง เข้าถึงได้จาก <http://gscm.nida.ac.th/>

(Marketing oops, 2564, หน้า 25-28) Insight ของทุก เจเนอเรชั่น “เจาะเทรนด์โลก 2021 Reform this Moment” ได้สรุปว่า Insight ของทุก เจเนอเรชั่น “เจาะเทรนด์โลก 2021 Reform this Moment” โดย TCDC ที่ได้คาดการณ์เทรนด์ไลฟ์สไตล์ของแต่ละเจเนอเรชั่น เพื่อเป็นบทสรุปสำหรับแบรนด์และนักการตลาดโดย TCDC ที่ได้คาดการณ์เทรนด์ไลฟ์ <https://www.marketingoops.com/reports/insight-generations-2021-tcdc/>

(Katz et al. 1973 อ้างถึงใน พีระ จินโสภณ, 2551, หน้า 13) ได้สรุปการใช้สื่อ เชิงสังคม และ จิตวิทยา 5 ประการ สรุปทฤษฎีการรับรู้และเลือกเปิดรับว่าเป็นกระบวนการที่ บุคคลกระทำการคัดเลือก และวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่มีการนำเสนอให้สอดคล้องตาม ความสนใจหรือข้อมูลเดิม และตีความหมายของตนเอง โดยมาจากประสบการณ์ ความรู้ ทักษะ ค่านิยมและความเชื่อต่าง ๆ ของตัวบุคคลเข้าถึงได้จาก <http://www.cmruir.cmru.ac.th/>

(SMEs Knowledge Center ปี 2557, หน้า 8) ได้ให้ความหมายของสื่อและโทรคมนาคม โดยการ จัดการผลิตภัณฑ์ จึงเทียบได้กับการจัดการบริการสื่อสารโทรคมนาคมรูปแบบของ กิจกรรมบริการที่เกิดขึ้นภายใต้อุตสาหกรรม สื่อสารโทรคมนาคมมีความซับซ้อนและมี เนื้อหาครอบคลุมหลากหลาย เข้าถึงได้จาก <https://www.sme.go.th/upload/>

