



Original Research Article

การศึกษาการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ของคนแต่ละช่วงอายุ

The Study of Public Relations Media Accessibility for People in Different Generations

กรกมล จิ่งสำราญ^{1*}, สิริกานต์ แก้วคงทอง², เฉลิมพร ปัญจาสุธารส³, ชลิพา ดุลยากร⁴Kornkamol Chuengsamran^{1*}, Sirikarn Keawkongthong²,Chalernporn Pujasutaros³, Chalipa Dulyakorn⁴

ARTICLE INFO

Name of Author & Corresponding Author:*

1. กรกมล จิ่งสำราญ*

Kornkamol Chuengsamran

นักวิชาการศึกษาชำนาญการพิเศษ สำนักงาน
เลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ
Educator, Senior Professional Level,
Office of the Education Council,
Ministry of Education, ThailandEmail: kornkamol.chu@gmail.com

2. สิริกานต์ แก้วคงทอง

Sirikarn Keawkongthong

นักวิชาการศึกษาปฏิบัติการ สำนักงาน
เลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ
Educator, Practitioner Level, Office of
the Education Council, Ministry of
Education, ThailandEmail: sirikarn.kea@gmail.com

3. เฉลิมพร ปัญจาสุธารส

Chalernporn Pujasutaros

นักวิชาการศึกษาปฏิบัติการ สำนักงานเลขาธิการ
สภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ
Educator, Practitioner Level, Office of the
Education Council, Ministry of Education,
ThailandEmail: chalernporn.puj@gmail.com

4. ชลิพา ดุลยากร

Chalipa Dulyakorn

ผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท อินสครู จำกัด
Co-founder insKru Co., Ltd.E-mail: onec.part@gmail.com

ABSTRACT

The study of public relations media accessibility for people in different generations was quantitative research. The data were collected from people in different generations including generation (Gen) X, Y and Z, in total of 758. The sample who is in the education sector was 631 and the rest were from other sectors. The research instrument was a questionnaire towards the behavior of access to social media for people in different generations. The collected data were analyzed by using frequency and content analysis. The results were 1) Facebook was the most access by people who are from the education field in all generations except, Gen Z that preferred Instagram. Whereas, LINE was mostly used by the sample who are from other sectors. 2) The mobile phone was the device that people from all generations and sectors preferred. 3) The purpose of using public relations media for people in education field was to update the information and news except, Gen Z, the use of media was for entertaining. Whereas, the purpose of using social media for people from other sectors was for entertaining except Gen B, the purpose was for searching information. 4) Beside Gen B, Website was normally used for searching information. Interestingly, Gen B in other field accessed to YouTube for searching information and 5) Facebook was accessed by people who are in the education sector for up-skill and re-skill. While, people from other sectors trended to use YouTube for up-skill and re-skill except, Gen X which preferred both Website and Facebook.

คำสำคัญ

การเข้าถึง; สื่อประชาสัมพันธ์; สื่อสังคมออนไลน์; ช่วงอายุ

Keywords:

Accessibility; Public Relations Media; Social Media; Generation

Article history:

Received: 20/12/2023

Revised: 16/02/2024

Accepted: 13/03/2024

Available online: 22/04/2024

How to Cite:

Chuengsamran, K., Keawkongthong, S., Pujasutaro, C. & Dulyakorn, C. (2024). The Study of Public Relations Media Accessibility for People in Different Generations. *Journal of Dhamma for Life*, 30(2), 1-14.

บทคัดย่อ

การศึกษาการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ของคนแต่ละช่วงอายุเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) จากกลุ่มตัวอย่างในแต่ละช่วงอายุ ได้แก่ กลุ่ม Generation B (Gen B) กลุ่ม Gen X กลุ่ม Gen Y และกลุ่ม Gen Z รวมทั้งสิ้น 758 คน ซึ่งแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพด้านการศึกษา จำนวน 631 คน และกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นจำนวน 127 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามพฤติกรรมการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ของคนในแต่ละช่วงอายุ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐานด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยมีผลการวิจัยตามประเด็นการศึกษา ดังนี้ 1) สื่อสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพด้านการศึกษาทุกช่วงอายุนิยมเลือกใช้ในปัจจุบัน คือ Facebook ยกเว้นกลุ่ม Gen Z ที่นิยมใช้ Instagram ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นนิยมเลือกใช้ LINE 2) อุปกรณ์สำหรับการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ทั้งกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพด้านการศึกษาและกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นทุกช่วงอายุนิยมใช้โทรศัพท์สำหรับการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ 3) จุดประสงค์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพด้านการศึกษาทุกช่วงอายุ คือ อัปเดตข้อมูลและรับข่าวสาร ยกเว้นกลุ่ม Gen Z ที่มีจุดประสงค์เพื่อความบันเทิง ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นทุกช่วงอายุมีจุดประสงค์เพื่อความบันเทิง ยกเว้นกลุ่ม Gen B ที่ใช้เพื่อค้นหาข้อมูล 4) สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้สำหรับการค้นหาข้อมูลทั้งกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพด้านการศึกษาและ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นทุกช่วงอายุนิยมใช้ Website สำหรับการค้นหาข้อมูล ยกเว้นกลุ่ม Gen B ที่มีอาชีพอื่นใช้ YouTube สำหรับการค้นหาข้อมูล และ 5) การใช้สังคมออนไลน์เพื่อรับความรู้ใหม่ ๆ / เพิ่มทักษะให้กับตนเอง โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพด้านการศึกษาทุกช่วงอายุนิยมใช้ Facebook ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นทุกช่วงอายุนิยมใช้ YouTube ยกเว้นกลุ่ม Gen X ที่นิยมใช้ Website และ Facebook

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยกำลังประสบปัญหาคุณภาพการจัดการศึกษาและการจัดการเรียนรู้ที่ไม่ตอบโจทย์การพัฒนาหรือความต้องการของประชาชนในพื้นที่ การจัดกระบวนการเรียนรู้ การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ รวมทั้งระบบนิเวศการเรียนรู้ยังไม่เอื้อต่อการพัฒนาให้คนไทยเกิดการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถึงแม้ว่ารัฐบาลจะให้การสนับสนุนด้านงบประมาณและการลงทุนทางการศึกษาด้วยเม็ดเงินจำนวนมาก แต่ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษากลับเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2566) ด้วยเหตุดังกล่าว รัฐบาลและหน่วยงานทางการศึกษาจึงถึงความสำคัญของการพัฒนาคุณภาพมนุษย์ที่ยึดโยงกับการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม ชุมชน ท้องถิ่น และได้กำหนดยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ.2561 – 2580) เพื่อเป็นกรอบในการพัฒนาประเทศทุกด้าน รวมถึงการยกระดับความสำคัญประเด็น “ระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์” โดยมีการกำหนดเรื่องระบบนิเวศการเรียนรู้ไว้ในแผนปฏิรูปประเทศด้านการศึกษา (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2564) และให้ความสำคัญกับการสร้างระบบนิเวศการเรียนรู้ที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562)

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (สกศ.) โดยคณะผู้วิจัยได้เล็งเห็นปัญหาและความสำคัญข้างต้น เช่นเดียวกันจึงดำเนินการศึกษาวิจัยและพัฒนาเรื่องระบบนิเวศการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2564 – 2565 ได้ดำเนินการศึกษาวิจัย เรื่อง รูปแบบการจัดระบบนิเวศการเรียนรู้ที่เอื้อต่อการพัฒนาศักยภาพของคนไทย 4.0 ซึ่งผลจากการศึกษาทำให้ค้นพบ 6 ปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการจัดระบบนิเวศการเรียนรู้ ซึ่งประกอบด้วย (1) การเปลี่ยนกรอบความคิด (2) ความพร้อมของบุคลากร/องค์กร ในการทำหน้าที่ 4 บทบาท คือ ผู้สอน โค้ช ผู้อำนวยความสะดวก ที่ปรึกษา (3) สิ่งแวดล้อมและเทคโนโลยียุคใหม่ (4) วิธีการเรียนรู้/เนื้อหาการเรียนรู้ (5) วัฒนธรรมการเรียนรู้ ยุทธศาสตร์การมีส่วนร่วม และ (6) ความยืดหยุ่นและทางเลือกที่หลากหลาย ในเส้นทางการเรียนรู้ของผู้เรียน (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2566) และได้มีการประชาสัมพันธ์ สร้างความรู้ ความเข้าใจไปยังกลุ่มเป้าหมาย สถานศึกษาและหน่วยงานทางการศึกษาในทุกประเภทและระดับให้เกิดการรับรู้ มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน เพื่อให้สามารถจัดระบบนิเวศการเรียนรู้ที่เอื้อและส่งเสริมให้เกิดการพัฒนา ผู้เรียนไปสู่การเป็นคนไทย 4.0 อันมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามมาตรฐานการศึกษาของชาติ พ.ศ. 2561 ได้แก่ การเป็นผู้เรียนรู้ ผู้ร่วมสร้างสรรค์นวัตกรรม และพลเมืองที่เข้มแข็ง (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2565)

อย่างไรก็ดี กลุ่มเป้าหมายรวมถึงทุกภาคส่วนของสังคมยังไม่สามารถเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศการเรียนรู้ของสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษาได้มากนัก ซึ่งสะท้อนจากสื่อสิ่งพิมพ์ที่ สกศ. ผลิตและเผยแพร่บนเว็บไซต์ของสำนักงานฯ (www.onec.go.th) ระหว่างปี 2564 – 2565 มียอดผู้เข้าศึกษา และดาวน์โหลดน้อยกว่า 500 ครั้ง มีเพียงรายงานการศึกษา “สภาพการจัดนิเวศการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับบริบทประเทศไทย” ที่ตีพิมพ์ในปี 2564 เท่านั้นที่มียอดเข้าศึกษาและดาวน์โหลด 744 ครั้ง ซึ่งถือว่าเป็นยอดที่น้อย เช่นเดียวกัน รวมถึงเมื่อมีการลงพื้นที่และสอบถามหน่วยงานในระดับปฏิบัติถึงประเด็นระบบนิเวศการเรียนรู้ สถานศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังมีความรู้ ความเข้าใจ ที่น้อยมากเกี่ยวกับระบบนิเวศการเรียนรู้ ดังนั้น

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษาโดยคณะผู้วิจัยจึงตระหนักถึงปัญหาดังกล่าว จึงดำเนินการศึกษาการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ของคนแต่ละช่วงอายุทั้ง Gen B คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี 2489 – 2507 Gen X คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี 2508 – 2522 Gen Y คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี 2523 – 2540 และ Gen Z คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี 2541 – 2555 (ปรีดี นุกุลสมปรารณา, 2563) เพื่อจะได้เข้าใจพฤติกรรมการใช้สื่อของคนแต่ละช่วงอายุ รวมถึงความต้องการและพฤติกรรมของการใช้สื่อที่เก็บรวบรวมได้จะนำไปใช้ประกอบสำหรับการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการเรียนรู้และความเข้าใจในประเด็นนิเวศการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นได้ตรงตามความต้องการของคนทุกช่วงอายุ และนำข้อมูลที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการนำไปใช้ประกอบการจัดทำแผนปฏิบัติการการจัดระบบนิเวศการเรียนรู้ในสถานศึกษาขึ้นพื้นฐานเพื่อขับเคลื่อนเรื่อระบบนิเวศการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมซึ่งสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษาจะดำเนินการในปี 2567

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ของคนแต่ละช่วงอายุ ได้แก่ Gen B, Gen X, Gen Y และ Gen Z

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ กลุ่มคนตามช่วงอายุ (Generation/Gen) ทั่วประเทศ โดย Gen B คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี 2489 – 2507 Gen X คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี 2508 – 2522 Gen Y คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี 2523 – 2540 และ Gen Z คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี 2541 – 2555

กลุ่มตัวอย่าง มาจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตารางหาไร้ ยามาเน่ ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มตัวอย่าง Gen - B จำนวน 32 คน Gen - X จำนวน 96 คน Gen - Y จำนวน 376 คน และ Gen - Z จำนวน 254 คน ทั้งนี้ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพด้านการศึกษา จำนวน 631 คน และกลุ่มคนตามช่วงอายุต่าง ๆ ที่มีอาชีพอื่น จำนวน 127 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามพฤติกรรมในการเข้าถึงสื่อของคนในแต่ละช่วงอายุ โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นการให้ข้อมูลในลักษณะเลือกตอบ ตอนที่ 2 การสำรวจพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ เป็นการให้ข้อมูลแบบเลือกตอบตามความต้องการใน 3 อันดับแรก และตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติม เป็นคำถามในลักษณะปลายเปิด

ทั้งนี้ มีการส่งแบบสอบถามไปยังผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผล จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ (1) นางสาวเกวณีน ศักดิ์สยามกุล อาจารย์ประจำภาควิชาออกแบบอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2) นางสาวสายใจ ผ่องศรี อาจารย์ประจำคณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหาร

กิจการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และ (3) นางสาวภัทราภรณ์ ตั้งนิสัยตรง อาจารย์พิเศษวิชาสตาร์ทอัพศึกษา (Startup Studies) สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสมของแบบสอบถาม จากนั้น พัฒนาและปรับปรุงตามข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ตลอดจนมีการปรับภาษาในแบบสอบถามฯ เพื่อให้แต่ละช่วงอายุสามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้น

3. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้การส่งแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ (Google Form) ไปตามช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ อาทิ เพจ Facebook กลุ่ม Facebook InsKru – ครูปล่อยของ ช่องทาง Line Open Chat ต่าง ๆ และงานกิจกรรม insKru Festival โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนเมษายน - มิถุนายน 2566

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบบสอบถามในลักษณะเลือกตอบใช้การวิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ในส่วนแบบสอบถามลักษณะปลายเปิดใช้การสรุปประเด็นสำคัญและการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัย

การศึกษาการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่าง Gen - B จำนวน 32 คน Gen - X จำนวน 96 คน Gen - Y จำนวน 376 คน และ Gen - Z จำนวน 254 คน แบ่งออกเป็น กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพด้านการศึกษานับรวม 631 คน และกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่น จำนวน 127 คน โดยเป็นการศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในปัจจุบัน ได้แก่ (1) สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในปัจจุบัน (2) อุปกรณ์สำหรับการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (3) จุดประสงค์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (4) สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้สำหรับการค้นหาข้อมูล (5) การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อรับความรู้ใหม่ ๆ / เพิ่มทักษะให้กับตนเอง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพด้านการศึกษาและกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพด้านการศึกษา

GEN ประเด็น/ อันดับ	GEN B (จำนวน,คน)	GEN X (จำนวน ,คน)	GEN Y (จำนวน ,คน)	GEN Z (จำนวน ,คน)
(1) สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในปัจจุบัน				
อันดับ 1	- Facebook (8) - LINE (8)	- Facebook (62)	- Facebook (314)	- Instagram (219)

GEN ประเด็น/ อันดับ	GEN B (จำนวน,คน)	GEN X (จำนวน ,คน)	GEN Y (จำนวน ,คน)	GEN Z (จำนวน ,คน)
อันดับ 2	- YouTube (7) - Messenger (7) - Website (7)	- LINE (59)	- YouTube (291)	- YouTube (217)
อันดับ 3	- Instagram (3) - TikTok (3)	- YouTube (56)	- LINE (290)	- Facebook (209)
(2) อุปกรณ์สำหรับการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์				
อันดับ 1	- โทรศัพท์ (4)	- โทรศัพท์ (38)	- โทรศัพท์ (167)	- โทรศัพท์ (131)
อันดับ 2	- แท็บเล็ต/ iPad (2) - โน้ตบุ๊ก/ แล็ปท็อป (2)	- โน้ตบุ๊ก/ แล็ปท็อป (17)	- แท็บเล็ต/ iPad (88)	- แท็บเล็ต/ iPad (76)
อันดับ 3	- คอมพิวเตอร์ ตั้งโต๊ะ (PC) (1)	- แท็บเล็ต/ iPad (3)	- โน้ตบุ๊ก/ แล็ปท็อป (61)	- โน้ตบุ๊ก/ แล็ปท็อป (24)
(3) จุดประสงค์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์				
อันดับ 1	- อัปเดตข้อมูล และรับข่าวสาร (8) - ค้นหาข้อมูล (8) - ติดต่อสื่อสาร (8) - ศึกษาชุด ความรู้	- อัปเดต ข้อมูล และรับ ข่าวสาร (60)	- อัปเดต ข้อมูล และรับ ข่าวสาร (289)	- ความ บันเทิง (217)

GEN ประเด็น/ อันดับ	GEN B (จำนวน,คน)	GEN X (จำนวน ,คน)	GEN Y (จำนวน ,คน)	GEN Z (จำนวน ,คน)
	และพัฒนา ตัวเอง (8)			
อันดับ 2	- ความบันเทิง (7) - ใช้ในการ ทำงาน (7)	- ค้นหา ข้อมูล (62)	- ค้นหา ข้อมูล (271)	- ค้นหา ข้อมูล (211)
อันดับ 3	- ส่งต่อและแชร์ ข้อมูล (6)	- ใช้ในการ ทำงาน (55)	- ความ บันเทิง (267)	- ติดต่อสื่อสาร (196)
(4) สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้สำหรับการค้นหาข้อมูล				
อันดับ 1	- Website (8)	- Website (45)	- Facebook (205) - Website (205)	- Website (148)
อันดับ 2	- YouTube (6)	- YouTube (43)	- YouTube (184)	- YouTube (114)
อันดับ 3	- Facebook (5)	- Facebook (38)	- TikTok (91)	- Facebook (99)
(5) การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อรับความรู้ใหม่ ๆ หรือ เพิ่มทักษะให้กับตนเอง				
อันดับ 1	- Facebook	- Facebook	- Facebook	- Facebook
อันดับ 2	- Website	- YouTube	- YouTube	- Website
อันดับ 3	- LINE	- Website	- Website	- YouTube

จากตารางที่ 1 การเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพด้านการศึกษาระดับสูงแบ่งตามช่วงอายุ และประเด็นการศึกษา พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่ทุกช่วงอายุส่วนใหญ่นิยมเลือกใช้ในปัจจุบัน อันดับแรก คือ Facebook ยกเว้นกลุ่ม Gen Z ที่นิยมเลือกใช้ Instagram อันดับต่อมาที่ทุกช่วงอายุเลือกใช้ คือ YouTube ยกเว้นกลุ่ม Gen X ที่เลือกใช้ LINE ทั้งนี้ อันดับสามที่ทุกช่วงอายุเลือกใช้มีความหลากหลาย อาทิ กลุ่ม Gen B

เลือกใช้ Instagram และ TikTok กลุ่ม Gen X เลือกใช้ YouTube กลุ่ม Gen Y เลือกใช้ LINE และกลุ่ม Gen Z เลือกใช้ Facebook

อุปกรณ์สำหรับการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ทุกช่วงอายุนิยมใช้โทรศัพท์สำหรับการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มาเป็นอันดับแรก อันดับที่สองที่ทุกช่วงอายุนิยมเลือกใช้ คือ แท็บเล็ต/iPad ยกเว้นกลุ่ม Gen X ที่นิยมเลือกใช้ โน้ตบุ๊ก/แล็ปท็อป และอันดับสุดท้ายที่ทุกช่วงอายุเลือกใช้มีความหลากหลาย โดยกลุ่ม Gen B นิยมเลือกใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) กลุ่ม Gen X ใช้ แท็บเล็ต/iPad สำหรับกลุ่ม Gen Y และ Z เลือกใช้เหมือนกัน คือ โน้ตบุ๊ก/แล็ปท็อป

ในส่วนของผู้ประสงค์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ทุกช่วงอายุมีจุดประสงค์อันดับแรกของการใช้สื่อสังคมออนไลน์เหมือนกัน คือ อัปเดตข้อมูลและรับข่าวสาร ยกเว้นกลุ่ม Gen Z ที่มีจุดประสงค์เพื่อความบันเทิง จุดประสงค์ต่อมาของทุกช่วงอายุ คือ ค้นหาข้อมูล ยกเว้นกลุ่ม Gen B ที่มีความแตกต่าง คือ ใช้เพื่อความบันเทิงและทำงาน ทั้งนี้ จุดประสงค์อันดับสามในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของทุกช่วงอายุมีความแตกต่างกัน โดยกลุ่ม Gen B ใช้เพื่อส่งต่อและแชร์ข้อมูล กลุ่ม Gen X ใช้ในการทำงาน กลุ่ม Gen Y ใช้เพื่อความบันเทิง และกลุ่ม Gen Z ใช้เพื่อติดต่อสื่อสาร

สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้สำหรับการค้นหาข้อมูล พบว่า ทุกช่วงอายุนิยมใช้ Website สำหรับการค้นหาข้อมูลมาเป็นอันดับแรก อันดับที่สองมาานิยมใช้ YouTube และอันดับสาม คือ Facebook ยกเว้นกลุ่ม Gen Y ที่มีความแตกต่างและนิยมใช้ TikTok

นอกจากนี้ การใช้สังคมออนไลน์เพื่อรับความรู้ใหม่ ๆ / เพิ่มทักษะให้กับตนเอง พบว่า ทุกช่วงอายุนิยมใช้ Facebook เพื่อรับความรู้ใหม่ ๆ /เพิ่มทักษะให้กับตนเองมาเป็นอันดับแรก ลำดับต่อมาเป็นที่น่าสังเกตว่า กลุ่ม Gen B และ Z นิยมใช้ Website เหมือนกัน แตกต่างจากกลุ่ม Gen X และ Y ที่นิยมใช้ YouTube สำหรับอันดับสามมีความหลากหลาย โดยกลุ่ม Gen B นิยมใช้ LINE กลุ่ม Gen X และ Y นิยมใช้ Website และกลุ่ม Gen Z นิยมใช้ YouTube

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่น

GEN ประเด็น/ อันดับ	GEN B (จำนวน ,คน)	GEN X (จำนวน ,คน)	GEN Y (จำนวน ,คน)	GEN Z (จำนวน ,คน)
(1) สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในปัจจุบัน				
อันดับ 1	LINE (22)	LINE (32)	LINE (52) Facebook (52)	LINE (17) Facebook (17)

GEN ประเด็น/ อันดับ	GEN B (จำนวน ,คน)	GEN X (จำนวน ,คน)	GEN Y (จำนวน ,คน)	GEN Z (จำนวน ,คน)
				YouTube (17)
อันดับ 2	Facebook (19)	Facebook (30)	YouTube (51)	Instagram (15) TikTok (15)
อันดับ 3	YouTube (17)	YouTube (28)	Instagram (44)	Twitter (13) Messenger (13)
(2) อุปกรณ์สำหรับการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์				
อันดับ 1	โทรศัพท์ (21)	โทรศัพท์ (26)	โทรศัพท์ (34)	โทรศัพท์ (15)
อันดับ 2	แท็บเล็ต/ iPad (2)	โน้ตบุ๊ก/ แล็ปท็อป (3)	แท็บเล็ต/ iPad (15)	โน้ตบุ๊ก/ แล็ปท็อป (1) แท็บเล็ต/ iPad (1)
อันดับ 3	-	แท็บเล็ต/ iPad (2)	คอมพิวเตอร์ ตั้งโต๊ะ (PC) (4)	
(3) จุดประสงค์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์				
อันดับ 1	- ค้นหา ข้อมูล (20)	- ความ บันเทิง (27) - ติดต่อสื่อสาร (27) - ใช้ในการ ทำงาน (27)	- ความ บันเทิง (52)	- ความ บันเทิง (16) - ค้นหา ข้อมูล (16)

GEN ประเด็น/ อันดับ	GEN B (จำนวน ,คน)	GEN X (จำนวน ,คน)	GEN Y (จำนวน ,คน)	GEN Z (จำนวน ,คน)
อันดับ 2	- อัปเดต ข้อมูลและรับ ข่าวสาร (18) - ติดต่อสื่อสาร (18)	- ค้นหา ข้อมูล (25)	- อัปเดต ข้อมูลและรับ ข่าวสาร (50)	- ติดต่อสื่อสาร (15)
อันดับ 3	- ความ บันเทิง (15)	- อัปเดต ข้อมูลและรับ ข่าวสาร (23)	- ค้นหา ข้อมูล (48)	- อัปเดต ข้อมูลและรับ ข่าวสาร (14)
(4) สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้สำหรับการค้นหาข้อมูล				
อันดับ 1	YouTube (16)	Website (20)	Website (39)	Website (11) YouTube (11)
อันดับ 2	Website (15)	YouTube (13) Facebook (13)	YouTube (30)	Facebook (9)
อันดับ 3	Facebook (10)	LINE (7)	Facebook (29)	Twitter (8)
(5) การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อรับความรู้ใหม่ ๆ หรือ เพิ่มทักษะให้กับตนเอง				
อันดับ 1	YouTube	Website Facebook	YouTube	YouTube
อันดับ 2	Website	YouTube	Website	Facebook
อันดับ 3	Facebook	LINE	TikTok	Website TikTok

จากตารางที่ 2 การเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นซึ่งแบ่งตามช่วงอายุและประเด็นการศึกษา พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่ทุกช่วงอายุส่วนใหญ่นิยมเลือกใช้ในปัจจุบัน คือ LINE อันดับต่อมาความหลากหลายโดยกลุ่ม Gen B และ X นิยมเลือกใช้ Facebook ส่วนกลุ่ม Gen Y นิยมใช้ YouTube กลุ่ม Gen Y นิยมใช้ Instagram และ TikTok สำหรับอันดับสามมีความหลากหลายเช่นเดียวกัน โดยกลุ่ม Gen B และ X นิยมเลือกใช้ YouTube ส่วนกลุ่ม Gen Y นิยมใช้ Instagram กลุ่ม Gen Z นิยมใช้ Twitter และ Messenger

อุปกรณ์สำหรับการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า อุปกรณ์อันดับแรกซึ่งเป็นอุปกรณ์ทุกช่วงอายุเลือกใช้เหมือนกัน คือ โทรศัพท์ อันดับต่อมานิยมเลือกใช้เหมือนกัน คือ แท็บเล็ต/iPad ยกเว้นกลุ่ม Gen X ที่นิยมเลือกใช้โน้ตบุ๊ก/แล็ปท็อป สำหรับอันดับ 3 นั้น กลุ่ม Gen X มักนิยมเลือกใช้ แท็บเล็ต/iPad และกลุ่ม Gen Y นิยมเลือกใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC)

จุดประสงค์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ทุกช่วงอายุมีจุดประสงค์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่คล้ายกัน คือ ใช้เพื่อความบันเทิงมาเป็นอันดับแรก ยกเว้นกลุ่ม Gen B ที่ใช้เพื่อค้นหาข้อมูล อันดับต่อมาจุดประสงค์ของการใช้มีความหลากหลาย โดยกลุ่ม Gen B ใช้เพื่ออัปเดตข้อมูล รับข่าวสาร และติดต่อสื่อสาร กลุ่ม Gen X ใช้เพื่อค้นหาข้อมูล กลุ่ม Gen Y ใช้เพื่ออัปเดตข้อมูลและรับข่าวสาร ส่วนกลุ่ม Gen Z ใช้เพื่อติดต่อสื่อสาร สำหรับอันดับสามมีความหลากหลายเช่นเดียวกัน โดยกลุ่ม Gen B ใช้เพื่อความบันเทิง กลุ่ม Gen X และ Z ใช้เพื่ออัปเดตข้อมูลและรับข่าวสาร และกลุ่ม Gen Y ใช้เพื่อค้นหาข้อมูล

สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้สำหรับการค้นหาข้อมูล พบว่า ทุกช่วงอายุใช้ website เป็นอันดับแรกในการค้นหาข้อมูล ยกเว้นกลุ่ม Gen B ที่ใช้ YouTube อันดับต่อมามีความหลากหลายในการใช้ โดยกลุ่ม Gen B นิยมใช้ Website กลุ่ม Gen X และ Y นิยมใช้ YouTube และกลุ่ม Gen Z นิยมใช้ Facebook สำหรับอันดับสามมีความหลากหลายเช่นเดียวกัน โดย Gen B และ Y นิยมใช้ Facebook กลุ่ม Gen X นิยมใช้ LINE และกลุ่ม Gen Z นิยมใช้ Twitter

การใช้สังคมออนไลน์เพื่อรับความรู้ใหม่ ๆ / เพิ่มทักษะให้กับตนเอง พบว่า ทุกช่วงอายุใช้ YouTube เป็นอันดับแรกเพื่อรับความรู้ใหม่ ๆ / เพิ่มทักษะให้กับตนเอง ยกเว้นกลุ่ม Gen X ที่นิยมใช้ Website และ Facebook อันดับต่อมามีความหลากหลาย โดยกลุ่ม Gen B และ Y นิยมใช้ Website กลุ่ม Gen X นิยมใช้ YouTube และกลุ่ม Gen Z นิยมใช้ Facebook สำหรับอันดับสามมีความหลากหลายเช่นเดียวกัน โดยกลุ่ม Gen B นิยมใช้ Facebook กลุ่ม Gen X นิยมใช้ LINE กลุ่ม Gen Y นิยมใช้ TikTok และกลุ่ม Gen Z นิยมใช้ Website และ TikTok

อภิปรายผล

การศึกษาการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่าง Gen - B กลุ่ม Gen - X กลุ่ม Gen - Y และกลุ่ม Gen - Z ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในปัจจุบัน โดยกลุ่ม Gen B ที่

มีอาชีพด้านการศึกษานิยมใช้ Facebook มากที่สุด ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มที่มีอาชีพอื่นที่นิยมใช้ LINE โดยเป็นการใช้งานผ่านโทรศัพท์และมีจุดมุ่งหมายเพื่ออัปเดตข้อมูลและรับข่าวสาร ค้นหาข้อมูล ติดต่อสื่อสาร ศึกษาชุดความรู้และพัฒนาตัวเอง ทั้งการที่กลุ่ม Gen B โดยปัจจุบันมีอายุประมาณ 50 ปีขึ้นไป ที่มีอาชีพด้านการศึกษานิยมใช้ Facebook มากที่สุดอาจเนื่องมาจากเป็นสื่อที่เข้าถึงง่าย รวมไปถึงมีเนื้อหาสาระที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการจัดการเรียนการสอนได้ เช่นเดียวกับกลุ่ม Gen X ที่มีอาชีพด้านการศึกษานิยมใช้ Facebook มากที่สุด แตกต่างจากกลุ่มที่มีอาชีพอื่นที่นิยมใช้ LINE โดยจะสังเกตได้ว่าทั้งสองกลุ่มอาชีพนิยมใช้งานผ่านโทรศัพท์เหมือนกัน สอดคล้องกับรายงานของ Coleman (2020) ที่ได้กล่าวไว้ Gen X มีการใช้งานโทรศัพท์มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 69 รองลงมาเป็น คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ ร้อยละ 61 และแล็ปท็อปร้อยละ 5

นอกจากนี้ยังพบอีกว่า จุดมุ่งหมายในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มีความหลากหลาย อาทิ อัปเดตข้อมูล และรับข่าวสาร ความบันเทิงติดต่อสื่อสาร และใช้ในการทำงาน สำหรับการค้นหาข้อมูลมักนิยมใช้ Website และการรับความรู้ใหม่ / เพิ่มทักษะให้กับตนเองนิยมใช้ Facebook ทั้งนี้ กลุ่ม Gen Y นิยมใช้ Facebook มากที่สุด โดยเป็นการใช้งานผ่านโทรศัพท์ เป็นที่น่าสังเกตว่าจุดมุ่งหมายในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของแต่ละกลุ่มอาชีพมีความแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีอาชีพด้านการศึกษาใช้เพื่ออัปเดตข้อมูลและรับข่าวสาร ส่วนกลุ่มที่มีอาชีพอื่นใช้เพื่อความบันเทิง และกลุ่ม Gen Z ที่มีอาชีพด้านการศึกษานิยมใช้ Instagram มากที่สุด แตกต่างจากกลุ่มที่มีอาชีพอื่นนิยมใช้ช่องทางที่หลากหลาย อาทิ LINE Facebook และ YouTube โดยทั้งสองกลุ่มใช้งานผ่านโทรศัพท์เป็นหลัก และมีจุดมุ่งหมายในการใช้เพื่อความบันเทิงและค้นหาข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับ ploymugda.l (2022) ที่กล่าวถึงรูปแบบพฤติกรรมการใช้สื่อและการเข้าถึงสื่อของกลุ่มคนแต่ละช่วงอายุ ซึ่งปกติกลุ่มคน Gen B เป็นกลุ่มคนที่ตื่นเช้า ดังนั้น ช่วงเวลาในการรับข่าวสารที่เหมาะสมจะเป็นในช่วงเช้าผ่านโทรทัศน์ และเมื่อเสพสื่อในลักษณะสื่อแบบออนไลน์นั้นมักจะขึ้นขอการรับและส่งสารต่าง ๆ ผ่านช่องทาง Line บนอุปกรณ์ประเภทมือถือเป็นหลัก ไม่นิยมใช้คอมพิวเตอร์ กลุ่มคน Gen X มักนิยมรับชมสื่อผ่าน Facebook และ YouTube เป็นหลัก นิยมเรียนรู้และหาข้อมูลโดยการใช้อินเตอร์เน็ตโดยเป็นกลุ่มช่วงอายุที่เน้นหาข้อมูลที่หลากหลายเพื่อประกอบการตัดสินใจ อีกทั้ง จากงานวิจัยที่ผ่านมากล่าวว่า เนื่องจาก Gen Z เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยี ดังนั้นโครงสร้างภายในสมองของ Gen Z มีส่วนที่คอยตอบสนองความสามารถในการรับรู้ทางสายตา (Visual ability) ได้ดีกว่าในช่วงอายุอื่น ๆ (Prensky, 2001; Rothman, 2016) ฉะนั้นแล้ว Gen Z จึงนิยมค้นหาความรู้ที่เกี่ยวกับเนื้อหาการเรียน และข่าวสารผ่านโซเชียลมีเดีย (Szymkowiak et al., 2021) ทั้งนี้ พบว่ากลุ่มคน Gen Y ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีการใช้อินเตอร์เน็ตสูงสุดเมื่อเทียบกับกลุ่มคนในช่วงอายุอื่น ๆ โดยการช่องทางการเข้าถึงสื่อหลัก ๆ ของกลุ่ม Gen Y นั้นประกอบด้วย Line, Facebook และ YouTube ในขณะที่กลุ่ม Gen Z ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการใช้อินเตอร์เน็ตเป็นอันดับสองรองจาก Gen Y นั้น มีการเปิดรับและเข้าถึงสื่อได้ทุกแพลตฟอร์มและมีการเปิดรับสื่อที่มาจาก YouTube , Blogger, Vlogger, E-Sport สอดคล้องกับงานวิจัยของ Prensky (2001) ที่พบว่าเด็กรุ่นใหม่ (Young people) นิยมใช้โซเชียลมีเดียที่หลากหลาย ไม่เจาะจงไปที่สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง ตลอดจนมีความรู้ดีว่าสื่อโซเชียลแต่ละชนิดเหมาะสมที่ใช้เพื่อจุดประสงค์ใด และใช้ในลักษณะแบบใดจึงจะเหมาะสม

สรุป

การศึกษาการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่าง Gen - B กลุ่ม Gen - X กลุ่ม Gen - Y และกลุ่ม Gen - Z ซึ่งแบ่งออกเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพด้านการศึกษาและกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่น ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในปัจจุบัน ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ประเด็น/ด้าน โดย (1) สื่อสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพด้านการศึกษาทุกช่วงอายุนิยมเลือกใช้ในปัจจุบัน คือ Facebook ยกเว้นกลุ่ม Gen Z ที่นิยมเลือกใช้ Instagram ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นนิยมเลือกใช้ LINE (2) อุปกรณ์สำหรับการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ทั้งกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพด้านการศึกษาและกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นทุกช่วงอายุนิยมใช้โทรศัพท์สำหรับการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (3) จุดประสงค์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพด้านการศึกษาทุกช่วงอายุมีจุดประสงค์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์เหมือนกัน คือ อัปเดตข้อมูลและรับข่าวสาร ยกเว้นกลุ่ม Gen Z ที่มีจุดประสงค์เพื่อความบันเทิง ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นทุกช่วงอายุมีจุดประสงค์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่เหมือนกันเช่นเดียวกัน คือ ใช้เพื่อความบันเทิงมาเป็นอันดับแรก ยกเว้นกลุ่ม Gen B ที่ใช้เพื่อค้นหาข้อมูล (4) สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้สำหรับการค้นหาข้อมูลทั้งกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพด้านการศึกษาและกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นทุกช่วงอายุนิยมใช้ Website สำหรับการค้นหาข้อมูล ยกเว้นกลุ่ม Gen B ที่มีอาชีพอื่นใช้ YouTube สำหรับการค้นหาข้อมูล และ (5) การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อรับความรู้ใหม่ ๆ / เพิ่มทักษะให้กับตนเอง โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพด้านการศึกษาทุกช่วงอายุนิยมใช้ Facebook ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นทุกช่วงอายุนิยมใช้ YouTube ยกเว้นกลุ่ม Gen X ที่นิยมใช้ Website และ Facebook

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา ควรใช้ช่องทาง Facebook ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลและองค์ความรู้ต่าง ๆ ของสำนักงาน รวมถึงองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากเป็นช่องทางที่ทุกช่วงอายุนิยมใช้งานในปัจจุบันมากที่สุด
2. สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา หน่วยงานด้านการศึกษา และหน่วยงานอื่น ๆ ควรพัฒนาแพลตฟอร์ม หรือ รูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้สามารถเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านโทรศัพท์ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ เนื่องจากเป็นช่องทางที่ทุกกลุ่มช่วงอายุนิยมใช้งานมากที่สุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในประเด็น “จุดมุ่งหมายของการใช้สื่อสังคมออนไลน์” เนื่องจากผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้สะท้อนความหลากหลายและแตกต่างของกลุ่มช่วงวัยในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้น จึงควรมีการสัมภาษณ์เชิงลึกแต่ละกลุ่มช่วงอายุเพิ่มเติม เพื่อให้เข้าใจถึงจุดมุ่งหมายที่แท้จริง อันจะเป็น

ประโยชน์ต่อการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของคนแต่ละช่วงอายุ รวมการขับเคลื่อนประเด็นระบบนิเวศการเรียนรู้ให้เข้าถึงคนทั้งประเทศต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- Coleman, C. (2020). *How Each Generation Uses Technology*. Retrieved 10 January from https://www.herosmyth.com/article/7_5_-_eye-opening-statistics-how-each-generation-uses-technology#devicepref
- ploymugda.l. (2022). พฤติกรรมการใช้สื่อของแต่ละ Gen. บริษัท ฟอรัทเดย์ จำกัด. Retrieved 13 February from <https://www.foretoday.asia/articles/generationgap/>
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1-6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Rothman, D. (2016). A Tsunami of learners called Generation Z. In.
- Szymkowiak, A., Melović, B., Dabić, M., Jeganathan, K., & Kundi, G. S. (2021). Information technology and Gen Z: The role of teachers, the internet, and technology in the education of young people. *Technology in Society*, 65, 101565.
- ปรีดี นกุลสมปรารถนา. (2563). รู้จักกับ Generation ต่างๆ. Retrieved 1 ธันวาคม from <https://www.popticles.com/marketing/know-your-generation/>
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2565). รายงานการศึกษารูปแบบการจัดระบบนิเวศการเรียนรู้ที่เอื้อต่อการพัฒนาศักยภาพของคนไทย 4.0. สำนักมาตรฐานการศึกษาและพัฒนาระบบนิเวศการเรียนรู้ สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2566). รายงานการศึกษารูปแบบการจัดระบบนิเวศการเรียนรู้ที่เอื้อต่อการพัฒนาศักยภาพของคนไทย 4.0. สำนักมาตรฐานการศึกษาและพัฒนาระบบนิเวศการเรียนรู้ สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580). สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการ ยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.