

# ใครเป็นใครบนเครือข่ายสังคมออนไลน์: ความหลากหลายทางคุณลักษณะและพฤติกรรม

ปิยวัฒน์ เกตุวงศา\*, ศุทธิดา ชนวนวัน\*

## บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความหลากหลาย และวิเคราะห์แนวโน้มเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากร และสังคมของกลุ่มผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในประเทศไทย ระหว่างปี 2554–2557 รวมถึงอธิบายพฤติกรรม และวัตถุประสงค์การใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของไทย โดยใช้ข้อมูลจากการสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2554–2557 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ กลุ่มตัวอย่างเป็นประชากร ที่มีอายุ 6 ปีขึ้นไป ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มประชากรที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ยังคงเป็นกลุ่มเยาวชน (อายุ 15–24 ปี) แต่พบว่า มีการขยายตัวของจำนวนผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กลุ่มอื่นๆ อีกด้วย โดยเฉพาะ ในกลุ่มเด็กและผู้สูงอายุ เมื่อพิจารณาถึงเขตที่อยู่อาศัย พบว่า กลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเมือง และเขต ภาคกลาง เป็นกลุ่มที่มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าพื้นที่อื่นๆ สำหรับพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคม ออนไลน์ในปัจจุบัน พบว่า ความถี่และระยะเวลาการใช้งานในแต่ละวันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะที่วัตถุประสงค์ การใช้งานหลัก พบว่า ส่วนใหญ่เป็นการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อความบันเทิง การติดตามข้อมูลข่าวสาร และการสนทนา ข้อค้นพบจากการศึกษานี้ สะท้อนให้เห็นว่า “เครือข่ายสังคมออนไลน์” กำลังกลายเป็นสังคมที่มี ขนาดใหญ่มากขึ้นทุกขณะ มีความหลากหลายทั้งในแง่คุณลักษณะทางเพศและอายุ ตลอดจนวัตถุประสงค์การใช้งาน ที่นับวันภาพความหลากหลายของสังคมออนไลน์ก็จะยิ่งสะท้อนภาพของคนในสังคมไทยเข้าไปทุกที

คำสำคัญ: ความหลากหลายทางประชากร เครือข่ายสังคมออนไลน์ สังคมกัมมันต์

\* อาจารย์ประจำ สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล

# Who are Who in Social Network?: The Diversity of Characteristics and Behaviors

*Piyawat Katewongsa\*, Sutthida Chuanwan\**

## Abstract

This article aims to study and analyze the trends and the diversity of the population and social characteristics of social network users in 2011–2014. Data from the 2011–2014 Information and Communication Technology Survey in Household conducted by the National Statistical Office of Thailand are used in this study. The samples are population aged 6 years old and over. The results show that most social network users are still the youth (aged 15–24 years old). It is also found the increases of social network users among older persons and other age groups. Considering the location of social network users, urban population especially who lived in central region are more likely to use social networks than other groups. Both of the frequency and duration of social networks use has been increasing every year. The main objectives of using social network are for entertainment purposes, information updates, and chats. Finally, the finding from this study reflects that “Social Network Society” is becoming larger. The diversity in population characteristics and behavior among users is becoming more similar to Thailand society.

*Keywords: Population and social diversity, Social network, Phubbing society*

---

\* Lecturer, Institute for Population and Social Research, Mahidol University

## บทนำ

เมื่อกล่าวถึงคำว่า “ความหลากหลายทางประชากร” คำที่มักจะถูกพูดถึงควบคู่กันในฐานะตัวกำหนดขอบเขตก็คือ คำว่า “สังคม” โดยมีช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเข้ามากำหนดในกรณีที่ต้องการติดตามศึกษาการเปลี่ยนแปลงซึ่งคำว่า “สังคม” นี้ มีตั้งแต่ระดับที่กว้างไปจนถึงระดับย่อยที่สุด ตัวอย่างที่ได้พบกันอยู่บ่อยๆ ได้แก่ ความหลากหลายของประชากรโลก ไม่ว่าจะเป็นทางเชื้อชาติ สัญชาติ ภาษา วัฒนธรรม หรือการแต่งกาย หากจะตีกรอบขอบเขตทางสังคมให้แคบลงมาอีกก็จะเป็นระดับภูมิภาค หรือระดับประเทศ เช่น ความหลากหลายทางอาหารของประชากรภูมิภาคเอเชีย ความหลากหลายของภาษาท้องถิ่นของประชากรในประเทศจีน หรือความหลากหลายทางเชื้อชาติของประชากรไทย เป็นต้น

จากตัวอย่างดังกล่าว จะสังเกตได้ว่า ขอบเขตสังคมในเชิงพื้นที่อันได้แก่ ภูมิภาค ประเทศ จังหวัด อำเภอ ตำบล หรือหมู่บ้านนั้น สามารถทำการสังเกต แฉกนับ หรือรวบรวมข้อมูลได้ไม่ยากนัก หากเปรียบเทียบกับขอบเขตสังคมในเชิงค่านิยม หรือทัศนคติ เช่น ศาสนา ลัทธิ ความเชื่อ ความสนใจ หรือพฤติกรรมเฉพาะในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อาทิ ความหลากหลายเกี่ยวกับแนวคิดในการดำเนินชีวิตของประชากรมุสลิม ความหลากหลายเกี่ยวกับแนวคิดในการทำบุญของประชากรชาวพุทธ ความหลากหลายในรสนิยมทางเพศของกลุ่มประชากรหลากหลายทางเพศ หรือความหลากหลายด้านการแต่งกายของประชากรบางกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะตัวแตกต่างกันไป จะเห็นได้ว่า ขอบเขตในลักษณะนี้จะมีความสลับซับซ้อนในแง่ของการกระจายตัวที่ไม่ได้อยู่ภายในขอบเขตเชิงพื้นที่เดียวกัน แต่อาจกระจายตัวอยู่ในหลายภูมิภาค หรือประเทศของโลกนี้ ยิ่งไปกว่านั้นคือ วัฒนธรรม ค่านิยม ตลอดจนความสนใจในหลายคุณลักษณะที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน แต่ด้วยความน่าสนใจของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบัน ส่งผลให้นักวิชาการจำนวนมากพยายามที่จะทำการศึกษาวิเคราะห์ และทำความเข้าใจถึงความหลากหลายที่มีอยู่ในหมู่ประชากรเหล่านี้

ปัจจุบัน สังคมขนาดใหญ่อีกสังคมหนึ่ง ซึ่งเป็นสังคมที่ประชากรสามารถติดต่อกันอย่างไร้พรมแดน สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้อย่างฉับไวในทุกๆ เลี้ยววินาที โดยอาศัยเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นตัวเชื่อมโยงประชากรเหล่านี้เข้าไว้ด้วยกันภายใต้ชื่อเรียกว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) ซึ่งประมาณการว่ามีจำนวนประชากรมากถึง 1,960 ล้านคนใน พ.ศ. 2558 (Statista, 2015) ซึ่งนับได้ว่ามากกว่าประชากรของจีน ประเทศที่มีประชากรมากที่สุดในโลกอยู่ถึงราวๆ 400 – 500 ล้านคน ลักษณะดังกล่าวนี้ส่วนหนึ่งเป็นผลสืบเนื่องจากการเป็น “โลกาภิวัตน์” (Globalization) ที่ไม่เพียงแต่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนในระดับมหภาคเท่านั้น แต่ยังแทรกซึมเข้าถึงพฤติกรรมการบริโภคข้อมูลข่าวสารในระดับปัจเจกบุคคลอย่างแพร่หลายในทุกกลุ่มประชากรในปัจจุบัน (อารีย์ ภัทรพงษ์ และธพล, 2557)

หากมองย้อนสังคมไทยในช่วงเพียงไม่กี่ปีที่ผ่านมา เมื่อพูดถึงคำว่า “เครือข่ายสังคมออนไลน์” นั้น เชื่อว่าหลายคนคงนึกถึงสังคมหรือเครือข่ายที่เต็มไปด้วยกลุ่มวัยรุ่นและเยาวชน ที่ทำกิจกรรมเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร พูดคุย ความบันเทิง หรือกิจกรรมอื่นๆ ที่เน้นไปที่การผ่อนคลายเป็นหลัก แต่ในปัจจุบันเมื่อการกระจายตัวของความเป็นเมือง (Urbanization) แผ่ขยายสู่พื้นที่ต่างๆ อย่างทั่วถึง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทั้งด้านการคมนาคมขนส่ง การค้าและบริการ เทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านการติดต่อสื่อสารที่ก้าวไปอย่างรวดเร็ว ประกอบกับเทคโนโลยีต่างๆ มีราคาถูกลงมากเมื่อเทียบกับอดีต ส่งผลให้คนไทยสามารถเข้าถึงบริการด้านข้อมูลข่าวสาร และการติดต่อสื่อสารในยุคการเชื่อมต่อไร้สายผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้มากยิ่งขึ้น นำมาซึ่งการขยายกลุ่มผู้เข้าถึง

การใช้บริการอินเทอร์เน็ตอย่างรวดเร็ว รูปแบบและวิธีการติดต่อสื่อสารแบบใหม่บนสังคมจำลองที่ไร้ขอบเขตเชิงพื้นที่ได้ถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองพฤติกรรมการใช้งานตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป นอกจากนี้ความสามารถในแง่การใช้งาน ความสะดวก ตลอดจนลูกเล่นต่างๆ ที่ดึงดูดใจ ตอบโจทย์และวัตถุประสงค์การใช้งานของผู้ใช้บริการ ส่งผลให้เครือข่ายสังคมออนไลน์ขยายฐานประชากรในสังคมของตนขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยจากข้อมูลผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ทั่วโลกในปี 2557 พบว่า ประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ประมาณ 34 ล้านบัญชีผู้ใช้งาน (User account) ซึ่งสูงเป็นอันดับ 9 ของโลก ที่น่าสนใจคือ อัตราการเพิ่มขึ้นของการใช้งานเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 138 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงปีที่ผ่านมา (ZocialRank, 2015)

จากข้อมูลเบื้องต้นดังกล่าวเป็นที่น่าสนใจว่า เมื่อพิจารณาถึงสัดส่วนของจำนวนผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอยู่ถึง 34 ล้านบัญชีผู้ใช้งาน จากจำนวนประชากรไทยทั้งหมด อาจกล่าวได้ว่า มากกว่าครึ่งของประชากรไทยเป็นผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ สะท้อนว่ากลุ่มผู้ใช้งานอาจไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแต่เฉพาะช่วงกลุ่มวัยใดกลุ่มวัยหนึ่ง หากแต่มีความครอบคลุมประชากรกลุ่มอื่นๆ ที่มีความหลากหลายในคุณลักษณะทางประชากร เศรษฐกิจ และสังคมด้วย ด้วยเหตุนี้ การศึกษานี้จึงตั้งใจที่จะค้นหาคำตอบว่า ใครบ้างที่เป็นผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในสังคมไทยในปัจจุบัน ประชากรกลุ่มนี้มีความหลากหลายในคุณลักษณะทางอายุ เพศ การกระจายตัว ตลอดจนพฤติกรรมและวัตถุประสงค์การใช้งานอย่างไรบ้าง

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาความหลากหลายและวิเคราะห์แนวโน้มเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรและสังคมของกลุ่มผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในประเทศไทย ระหว่างปี 2554 – 2557
2. อธิบายพฤติกรรมและวัตถุประสงค์การใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของไทย

## เครือข่ายสังคมออนไลน์คืออะไร?

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) มีความเกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ต ตามความหมายของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2557) อินเทอร์เน็ต หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่เชื่อมต่อกันทั่วโลก โดยมีมาตรฐานการรับส่งข้อมูลระหว่างกันเป็นหนึ่งเดียว ซึ่งคอมพิวเตอร์แต่ละเครื่องสามารถรับส่งข้อมูลในรูปแบบต่างๆ ได้หลายรูปแบบ เช่น ตัวอักษร ภาพ กราฟิก และเสียงได้ รวมทั้งสามารถค้นหาข้อมูลจากที่ต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วในยุคสังคมข่าวสารข้อมูลข้อมูลดังทุกวันนี้ การสื่อสารรูปแบบต่างๆ ถูกพัฒนาขึ้นให้คนเราสื่อสารถึงกันง่ายและสะดวกที่สุด การสื่อสารถึงกันด้วยคำพูดผ่านทางโทรศัพท์ย่อมไม่เพียงพออีกต่อไป เราต้องการมากกว่านั้น เช่น ภาพ เสียง และข้อความ ตัวอักษรรวมทั้งข้อมูลคอมพิวเตอร์ ซึ่งการเชื่อมต่อเครือข่ายของอินเทอร์เน็ตสามารถเข้ามาตอบสนองในจุดนี้ได้

ในอดีตการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านทางเว็บไซต์ต่างๆ นั้น สามารถแสดงเพียงเนื้อหาอย่างเดียวเท่านั้น บุคคลไม่สามารถติดต่อ หรือโต้ตอบซึ่งกันและกันได้ แต่ในปัจจุบันมีการพัฒนาเว็บไซต์ที่เรียกว่า Web application เป็นเว็บไซต์ที่เราสามารถโต้ตอบปฏิสัมพันธ์กันได้ทั้งสองทางผ่านหน้าเว็บ ซึ่ง Web application ต่างๆ เหล่านี้ทำให้โลกแห่งการติดต่อสื่อสารปราศจากอุปสรรคด้านพรมแดน ระยะทาง ตลอดจนระยะเวลา

เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง ช่องทางในการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การพูดคุยตอบโต้กันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร รวมไปถึงการแบ่งปันสื่อต่างๆ ที่สามารถส่งผ่านทางระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ ปัจจุบัน เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทกับชีวิตประจำวันของประชากรทุกกลุ่มวัยด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ หรือเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ถูกพัฒนาให้รองรับความต้องการในการใช้งานอย่างทั่วถึงในทุกพื้นที่ ประกอบกับอัตราการให้บริการในระดับที่ประชาชนทั่วไปที่มีความต้องการใช้งานสามารถจ่ายได้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ขยายฐานผู้ใช้งาน ตลอดจนมีความหมายที่กว้างขวางขึ้น มนุษย์สามารถติดต่อปฏิสัมพันธ์กันผ่านบนโลกออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ ตลอดจน Application ต่างๆ เพื่อการพูดคุย สนทนา แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ทั้งที่มีเป้าหมายในเชิงพาณิชย์ และลักษณะไม่แสวงหากำไร ไม่ว่าจะเป็นผู้ให้บริการยอดนิยมอย่าง Facebook, LINE application, Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn, Google+, Pinterest, Flickr หรือที่เคยได้รับความนิยมในอดีต แต่ปัจจุบันหลงเหลือผู้ใช้งานจำนวนไม่มาก อาทิ My Space, MSN, Hi5, ICQ, Yahoo chat, Pirch 98

## ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมุ่งเน้นที่การค้นหาคำตอบเกี่ยวกับความหลากหลายทางอายุ เพศ และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของประชากรไทย โดยกำหนดขอบเขตด้านระยะเวลาของการศึกษาในช่วง พ.ศ. 2554 – 2557 เพื่อแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงทั้งในแง่คุณลักษณะของผู้ใช้งาน อัตราการเพิ่ม และพฤติกรรมการใช้งานของคนไทยในช่วงระยะเวลาดังกล่าว โดยการศึกษานี้ไม่ได้ครอบคลุมความหลากหลายทางการศึกษาและอาชีพ เนื่องจากข้อจำกัดของข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ คือ ข้อมูลทุติยภูมิจากการสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน ตั้งแต่ พ.ศ. 2554 – 2557 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร การสำรวจนี้ได้จัดทำขึ้นเป็นครั้งแรกใน พ.ศ. 2544 และตั้งแต่ พ.ศ. 2546 เป็นต้นมา ต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี โดยทำการสำรวจจากประชากรที่มีอายุ 6 ปีขึ้นไป

หน่วยการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ คือ บุคคล โดยพิจารณาจากการที่บุคคลเคยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อวัตถุประสงค์ใดวัตถุประสงค์หนึ่ง กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาที่จะถูกพิจารณาว่าเป็น “ผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์” คือ “กลุ่มประชากรที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อกิจกรรม “ห้องสนทนา (Blog Web 2.0, chat/instant message)” และ/หรือใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อ “Social Network (Facebook, Twitters, Hi5, Google Plus, LINE, Instagram เป็นต้น)”

การวิเคราะห์ด้วยวิธีการนี้ จะทำให้ทราบถึงจำนวนผู้ใช้งานอย่างแท้จริงว่ามีอยู่จำนวนเท่าใด ซึ่งแตกต่างกับวิธีการวิเคราะห์ ที่มีการเผยแพร่โดยวิธีวิจัยทางการตลาดที่เป็นการวิเคราะห์จากการแจ้งนับการลงทะเบียนบัญชีผู้ใช้งาน (User account) ที่อาจเกิดความซ้ำซ้อนในกรณีที่ผู้ใช้บางรายมีบัญชีใช้งานมากกว่า 1 บัญชี ดังนั้น ตัวเลขที่แสดงในที่นี้จึงเป็นตัวเลขที่คำนวณใหม่จากฐานข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตของประชากรที่พิจารณาตามพฤติกรรมการใช้งานจริง และจำนวนที่รายงานในครั้งนี้เป็นจำนวนคนไม่ใช่บัญชีผู้ใช้งาน

ข้อคำถามที่นำมาศึกษาในครั้งนี้ คือข้อคำถามในส่วนที่ 5 เรื่องการใช้อินเทอร์เน็ตจากแบบสำรวจดังกล่าว ที่ถามเฉพาะผู้ที่มีอายุ 6 ปีขึ้นไปเท่านั้น โดยถามระหว่าง 12 เดือนก่อนวันสัมภาษณ์ ข้อคำถามหลักที่นำมาใช้ในการศึกษานี้ คือ “... (ชื่อ)...ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อกิจกรรมใด ดังต่อไปนี้” โดยจะเลือกเฉพาะประชากรที่ตอบว่าใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อกิจกรรม “ห้องสนทนา (Blog Web 2.0, chat/instant message)” และ/หรือมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อ “Social Network (Facebook, Twitters, Hi5, Google Plus, LINE, Instagram เป็นต้น)” นำมาสร้างเป็นตัวแปรใหม่ และนิยามว่าเป็น “ผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์” อย่างไรก็ตาม ข้อคำถามในส่วนของการใช้อินเทอร์เน็ตในการสำรวจ พ.ศ. 2554 จะแตกต่างจาก พ.ศ. 2555 – 2557 เพราะจะเป็นการรวมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อ “เพื่อห้องสนทนาอ่าน/blog 2.0 Chat/Social Network” ไว้ในข้อเดียวกัน ดังนั้น จึงได้นิยามผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์สำหรับการสำรวจ พ.ศ. 2554 ว่า เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ต “เพื่อห้องสนทนาอ่าน/blog 2.0 Chat/Social Network”

## ผลการศึกษา

ผลการศึกษาจะนำเสนอเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) โครงสร้างอายุและเพศของผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเช่นไร? 2) เครือข่ายสังคมออนไลน์ถูกใช้เมื่อไหร่และอย่างไร? 3) เครือข่ายสังคมออนไลน์ถูกใช้ที่ไหนบ้าง? และ 4) เครือข่ายสังคมออนไลน์ถูกใช้เพื่อทำอะไร? โดยในส่วนที่ 1 และ 2 ใช้ข้อมูลจากการสำรวจฯ ทั้ง 4 ปี คือ พ.ศ. 2554 – 2557 เพื่อเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างอายุและเพศของกลุ่มประชากรที่เป็นผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ว่ามีการถูกใช้เมื่อไหร่ และอย่างไร สำหรับในส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 จะนำเสนอเฉพาะข้อมูลปี 2557 ซึ่งเป็นข้อมูลที่เป็นปัจจุบันที่สุด เพื่อแสดงให้เห็นพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ว่าใช้ที่ไหนบ้าง และถูกใช้เพื่อทำอะไร

เช่นเดียวกับสังคมไทยในปัจจุบันที่มีความหลากหลายทางประชากรในมิติของคุณลักษณะต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นลัทธิชาติ ศาสนา ภาษา วัฒนธรรม และประเพณี สังคมออนไลน์ก็มีความหลากหลายทางคุณลักษณะของประชากรด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ ในช่วง พ.ศ. 2554 – 2557 พบว่า มีการเพิ่มขึ้นของร้อยละผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างเห็นได้ชัด กล่าวคือในปี 2554 ร้อยละของประชากรไทยที่มีอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไปที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีอยู่เพียงร้อยละ 5 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 12 และ 17 ในปี 2555 และ 2556 ตามลำดับ และล่าสุดในปี 2557 พบว่า ร้อยละการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 25 หรือเพิ่มขึ้นประมาณ 5 เท่า เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2554 คิดเป็นอัตราการเปลี่ยนแปลงสูงถึงร้อยละ 97 ซึ่งให้เห็นกระแสความนิยมอย่างแพร่หลายของการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของประชากรไทยในปัจจุบันที่มีการขยายฐานผู้ใช้งานมากยิ่งขึ้น

ผลการศึกษาที่จะนำเสนอต่อไปนี้จะให้คำตอบว่า ใครเป็นผู้ใช้งานเครือข่ายออนไลน์เหล่านี้ คนกลุ่มนี้ใช้เครือข่ายออนไลน์เพื่อวัตถุประสงค์ใด และมีพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตอย่างไรบ้าง

### โครงสร้างอายุและเพศของผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเช่นไร?

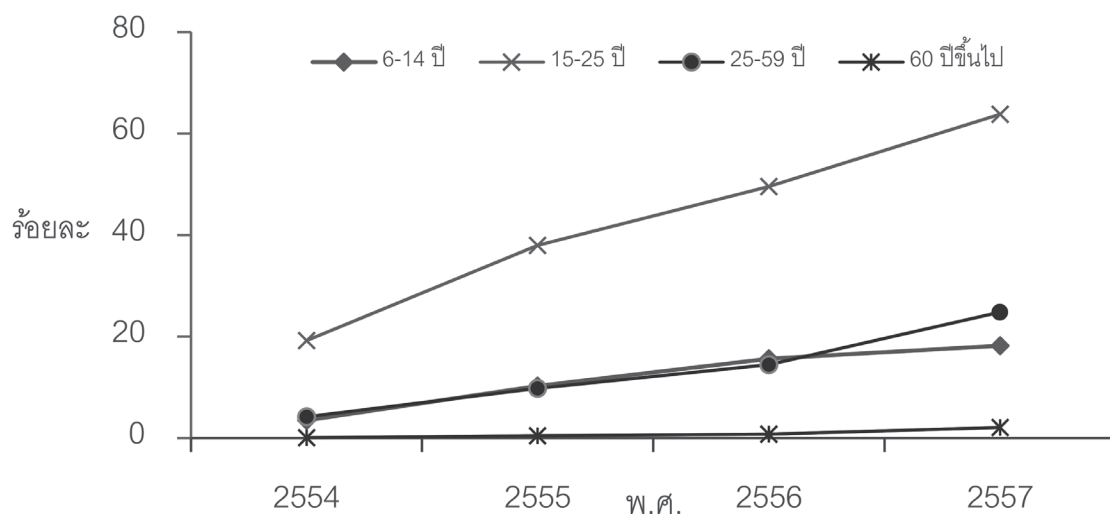
เมื่อพิจารณาร้อยละการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามกลุ่มอายุ พบว่า มีการใช้งานเครือข่ายออนไลน์เพิ่มมากขึ้นในทุกกลุ่มอายุและมีแนวโน้มการใช้ที่เพิ่มสูงขึ้นในทุกปี โดยระหว่างปี 2554 – 2557 พบว่า กลุ่มประชากร



หลักที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์สูงที่สุดมาตลอดเมื่อเทียบกับประชากรกลุ่มอื่นๆ คือ กลุ่มเยาวชน (อายุ 15 – 24 ปี) มีอัตราการใช้งานเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 19.2 ในปี 2554 เป็นร้อยละ 63.8 ในปี 2557 ขณะที่กลุ่มผู้ใหญ่ (อายุ 25 – 59 ปี) และกลุ่มวัยเด็ก (อายุ 6 – 14 ปี) ซึ่งเป็นกลุ่มที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์รองลงมา พบว่า เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 4.2 และ 3.5 ในปี 2554 เป็นร้อยละ 24.8 และ 18.2 ในปี 2557 ตามลำดับ (รูป 1) ที่น่าสนใจคือ กลุ่มประชากรวัยสูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) ที่โดยธรรมชาติแล้วดูเหมือนว่าจะไม่ใช่กลุ่มที่นิยมหรือสนใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีมากนัก แต่จากข้อมูลจากการสำรวจนี้ สะท้อนให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต และเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เข้าถึงกลุ่มผู้สูงอายุได้มากยิ่งขึ้น กล่าวคือ ในปี 2554 มีผู้สูงอายุไทย เพียงร้อยละ 0.1 เท่านั้นที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ แต่เมื่อระยะเวลาผ่านไปเพียง 3 ปี ร้อยละการใช้งานดังกล่าว เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 2.1 แม้ว่าร้อยละดังกล่าวนี้จะดูไม่สูงนักเมื่อเปรียบเทียบกับประชากรกลุ่มอื่นๆ แต่หากคำนึงถึงธรรมชาติในการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุส่วนใหญ่ที่ไม่ต้องการที่จะประสบความสำเร็จในการเรียนรู้วิธีการใหม่ๆ ในการใช้เครื่องมือสื่อสารหรือเทคโนโลยีต่างๆ ก็อาจกล่าวได้ว่า การเพิ่มขึ้นของการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในผู้สูงอายุเป็นสิ่งที่น่าสนใจอย่างยิ่ง เพราะหากวิเคราะห์ถึงอัตราการเปลี่ยนแปลงของร้อยละการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงเวลาดังกล่าวของแต่ละช่วงวัย จะพบว่า ผู้สูงอายุมีอัตราการเปลี่ยนแปลงของร้อยละการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด คือเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 95 ขณะที่วัยทำงานและวัยเด็กเพิ่มขึ้นร้อยละ 83 และ 81 ตามลำดับ ส่วนวัยรุ่นซึ่งเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ที่สุดในสังคมออนไลน์ มีอัตราการเปลี่ยนแปลงของร้อยละการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นร้อยละ 70 (รูป 1)

สถานการณ์ดังกล่าว สะท้อนให้เห็นถึงความหลากหลายในแง่อายุของผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนไทยในปัจจุบัน ที่มีได้จำกัดอยู่เพียงเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นหรือวัยทำงานที่เคยถูกมองว่าเป็นกลุ่มคนที่เข้าถึงบริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพียงกลุ่มเดียว ดังเช่นที่เข้าใจกันมาในอดีตเท่านั้น หากแต่ปัจจุบันนี้ สังคมออนไลน์ได้แพร่หลายไปสู่กลุ่มประชากรวัยเด็กและวัยผู้สูงอายุมากยิ่งขึ้นด้วย

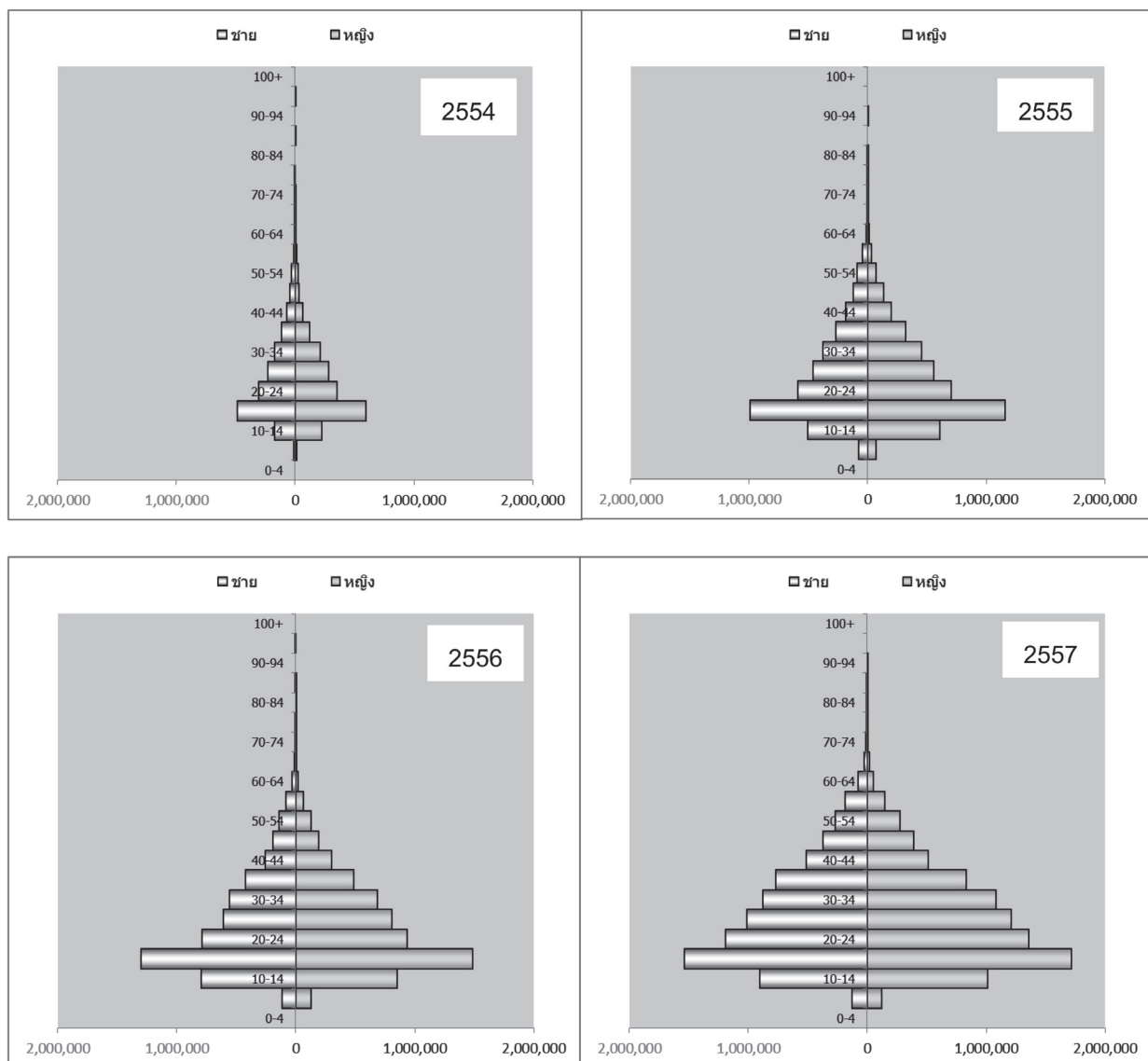
**รูป 1** ร้อยละของประชากรที่มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามกลุ่มอายุ พ.ศ. 2554 – 2557



ผลการศึกษาข้างต้น ยืนยันให้ทราบถึงแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของสังคมไทยทั้งในภาพรวม และตามแต่ละช่วงวัยอย่างเห็นได้ชัด ประเด็นที่ชวนให้คิดตามมา คือ โครงสร้างอายุและเพศของประชากรกลุ่มนี้เป็นเช่นไร เมื่อเปรียบเทียบกับโครงสร้างอายุและเพศของประชากรไทยทั้งหมด มีความเหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร เพื่อตอบคำถามดังกล่าว ได้นำเสนอภาพพีระมิดประชากรของผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของไทยตั้งแต่ปี 2554 – 2557

จากพีระมิดประชากรไทยที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ปี 2554 – 2557 (รูป 2) พบว่า ในภาพรวม พีระมิดประชากรในแต่ละปีจะคงรูปร่างเหมือนเดิม แต่ที่มีการเปลี่ยนแปลงคือ ขนาดของพีระมิด โดยขนาดของพีระมิดจะขยายใหญ่ขึ้นทุกกลุ่มอายุตามช่วงเวลา พีระมิดประชากรปี 2554 จะมีขนาดเล็กกว่าพีระมิดประชากรปีอื่นๆ ขณะที่พีระมิดประชากรผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ปี 2557 จะมีขนาดใหญ่ที่สุด เมื่อพิจารณาถึงรูปร่างพีระมิดของคนไทยที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า ฐานพีระมิดจะมีลักษณะแคบและขยายใหญ่มากขึ้นในกลุ่มประชากรที่เป็น

**รูป 2** พีระมิดประชากรของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในสังคมออนไลน์ พ.ศ. 2554 – 2557





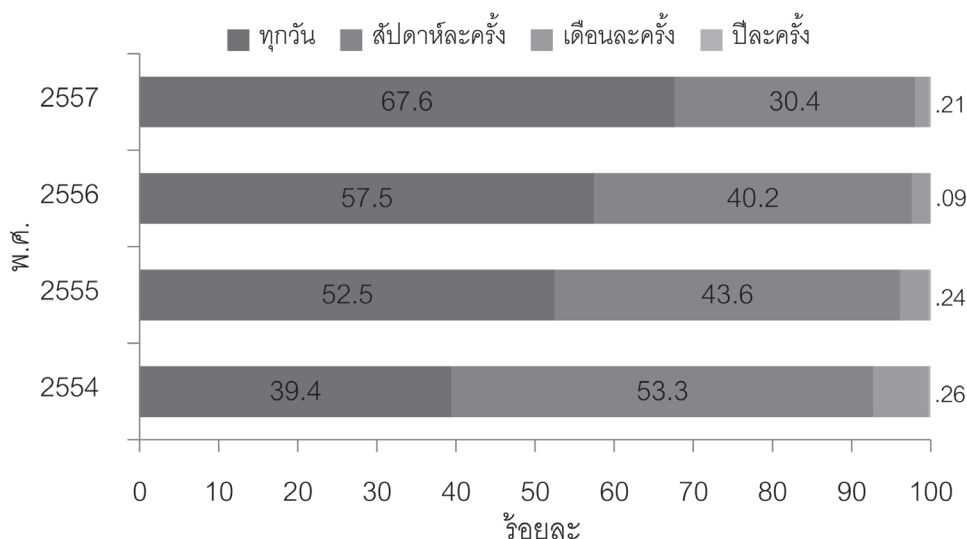
วัยรุ่น คือ อายุ 15–19 ปี ซึ่งจะมีลักษณะขยายช่วงยาวออกมามากกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ จากนั้นเริ่มบ้านเข้าตั้งแต่กลุ่มอายุ 20–24 ปี ไปจนถึง 90 ปีขึ้นไป สรุปได้ว่า การใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในประเทศไทยยังมีรูปแบบไม่เปลี่ยนแปลงไปในช่วง 4–5 ปีที่ผ่านมา กล่าวคือ เริ่มต้นใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่อายุประมาณ 10–14 ปี และมีจุดสูงสุดในการใช้งานเมื่อก้าวเข้าสู่ช่วงวัยรุ่น (อายุ 15–19 ปี) หลังจากนั้นค่อยๆ ลดลงตามอายุที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการพูดคุยผ่านสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ในกลุ่มประชากรเด็ก วัยรุ่น และวัยทำงาน เป็นเพศหญิงมากกว่าชาย ในขณะที่ประชากรในกลุ่มที่กำลังเริ่มเข้าสู่วัยสูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่จะพบว่าเป็นเพศชายมากกว่าผู้หญิง

### เครือข่ายสังคมออนไลน์ ถูกใช้เมื่อไหร่และอย่างไร?

ปัจจุบันเป็นที่พูดกันมากกว่า ไม่ว่าจะเดินไปที่ไหนเราจะเห็นคนไทยใช้เวลาส่วนหนึ่งไปกับหน้าจออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของตน ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต หรือคอมพิวเตอร์ ในประเด็นดังกล่าวอาจพิจารณาได้ในสองแง่มุม ในมุมแรกอาจกล่าวได้ว่า ปัจจุบันคนไทยสามารถเข้าถึงและติดตามข้อมูลข่าวสารได้จากทั่วทุกหนแห่ง ซึ่งจะช่วยให้รู้เท่าทันสถานการณ์ความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว มีข้อมูลประกอบการตัดสินใจ และการดำเนินชีวิตอย่างรอบด้าน แต่ในอีกมุมหนึ่ง เป็นการแสดงความห่วงใยกับพฤติกรรมดังกล่าว หากขาดการควบคุมพฤติกรรมการใช้งานที่เหมาะสม อันอาจนำไปสู่การไม่มีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลรอบข้าง แต่ให้ความสำคัญกับบุคคลที่อยู่บนโลกออนไลน์มากกว่า

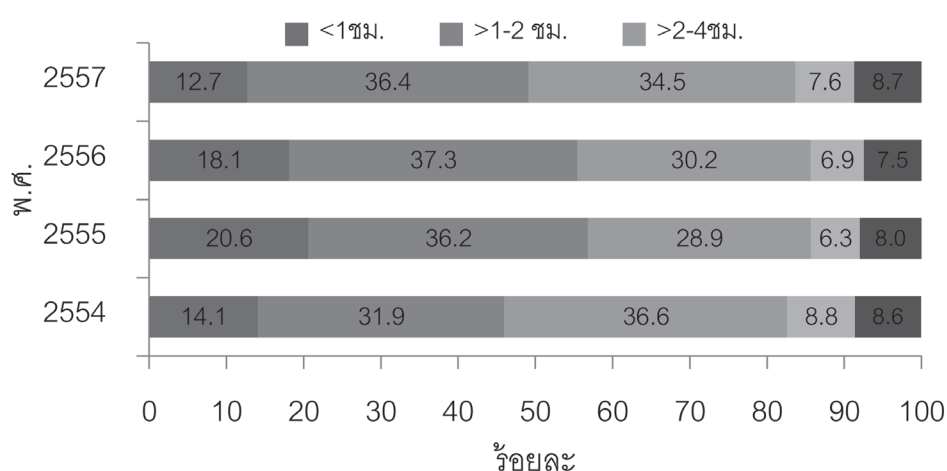
เมื่อศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนไทยในปัจจุบันในประเด็นความถี่ในการเข้าใช้งานก็พบข้อมูลที่ยืนยันข้ออภิปรายข้างต้น นั่นคือในปี 2554 มีผู้เข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 40 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 68 ในปี 2557 หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า แนวโน้มการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่ได้เพิ่มขึ้นในแง่จำนวนผู้ใช้งานเท่านั้น แต่ทว่ายังมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในแง่ของความถี่ในการใช้งานอีกด้วย รายละเอียดแสดงดังรูป 3

รูป 3 ร้อยละของความถี่ในการเข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ พ.ศ. 2554–2557



เมื่อพิจารณาจากระยะเวลาการใช้งานในแต่ละวันบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (รูป 4) พบว่า ในภาพรวม ผู้ใช้งานประมาณ 1 ใน 3 จะใช้เวลาประมาณวันละ 1–2 ชั่วโมง ขณะที่อีก 1 ใน 3 จะใช้เวลาประมาณวันละ 2–4 ชั่วโมงกับกิจกรรมดังกล่าว จึงอาจกล่าวได้ว่า ระยะเวลาดการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนไทยส่วนใหญ่จะอยู่ระหว่าง 1 ถึง 4 ชั่วโมงต่อวัน

**รูป 4** ร้อยละของการใช้เวลาแต่ละวันสำหรับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ พ.ศ. 2557



ถัดมาเมื่อพิจารณาถึงช่วงเวลาส่วนใหญ่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งแบ่งเป็น 5 ช่วงเวลา คือ ช่วงเช้า (04:00–07:59 น.) ช่วงระหว่างวัน/เวลาทำงาน/เวลาเรียน (08:00–19:59 น.) ช่วงเวลาหลังเลิกงาน (20:00–23:59 น.) ช่วงเวลาดึก (24:00–03:59 น.) และส่วนใหญ่ใช้ทั้งวัน พบว่า ประชากรส่วนใหญ่ในทุกกลุ่มอายุ ใช้เวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงระหว่างวัน/เวลาทำงาน/เวลาเรียนมากที่สุด ในขณะที่ประชากรกลุ่มอายุ 15–24 ปี เป็นกลุ่มที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงเวลาหลังเลิกงานกับการใช้เวลาทั้งวันมากที่สุด (ตาราง 1)

**ตาราง 1** ร้อยละของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามกลุ่มอายุ และช่วงเวลาส่วนใหญ่ในการใช้งาน พ.ศ. 2557

| กลุ่มอายุ   | เช้า | ระหว่างวัน | หลังเลิกงาน | ดึก | ทั้งวัน | รวม   |
|-------------|------|------------|-------------|-----|---------|-------|
| 6–14 ปี     | 0.1  | 95.9       | 1.7         | 0.0 | 2.3     | 100.0 |
| 15–24 ปี    | 0.1  | 83.5       | 6.7         | 0.1 | 9.7     | 100.0 |
| 25–59 ปี    | 0.1  | 76.7       | 7.9         | 0.2 | 15.1    | 100.0 |
| 60 ปีขึ้นไป | 0.0  | 82.6       | 5.5         | 0.0 | 11.8    | 100.0 |
| รวม         | 0.1  | 81.6       | 6.6         | 0.1 | 11.5    | 100.0 |

อาจกล่าวได้ว่า พฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนทุกกลุ่มอายุมีความคล้ายคลึงกันเป็นอย่างมาก นั่นคือ ผู้คนในสังคมออนไลน์มีแนวโน้มที่จะผูกพันกับสังคมแบบเสมือนนี้มากยิ่งขึ้น ทั้งในแง่จำนวนความถี่และระยะเวลาในการใช้งาน ซึ่งหากพิจารณาจากแนวโน้มที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน มีความเป็นไปได้ว่าในอนาคต

อันใกล้นี้ กลุ่มสมาชิกของสังคมออนไลน์เกือบจะทุกคนจะต้องแวะเวียนเข้าไปติดตามความเคลื่อนไหวของข้อมูลข่าวสารบนพื้นที่ดังกล่าวทุกๆ วัน และใช้เวลาซึ่งส่วนใหญ่เป็นช่วงระหว่างวันของการทำงาน หรือการเรียนไม่ต่ำกว่า 1-2 ชั่วโมงต่อวัน กับพฤติกรรมดังกล่าว จากประเด็นดังกล่าวนี้ทั้งเป็นข้อคำถามที่ชวนคิดว่า พฤติกรรมของผู้คนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ในลักษณะเช่นนี้ จะถูกพิจารณาในแง่ใดระหว่าง “ความเท่าทันทางข้อมูลข่าวสาร” กับ “การเสพติดกับสังคมแบบเสมือน” ซึ่งไม่ว่าจะเป็นทางใดย่อมมีผลทั้งในแง่บวกและลบตามมาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

### เครือข่ายสังคมออนไลน์ ถูกใช้ที่ไหนบ้าง?

เมื่อทราบถึงความหลากหลายของผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ไปแล้ว ว่ามีใครบ้างที่เป็นผู้ใช้งานเครือข่ายนี้ ในส่วนนี้นำเสนอความหลากหลายในแง่ของเขตที่อยู่อาศัยและการกระจายตัวของผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ว่าอยู่ในพื้นที่ใดบ้างของประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลจากการสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2557 เพื่อแสดงให้เห็นถึงสถานการณ์ปัจจุบันที่กำลังเป็นอยู่ในประเทศไทย

จากตาราง 2 แสดงให้เห็นว่า หากพิจารณาตามเขตที่อยู่อาศัยเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในเขตเทศบาลกับนอกเขตเทศบาล จะพบว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลจะมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าผู้ที่อยู่นอกเขตเทศบาลประมาณร้อยละ 20 เมื่อพิจารณาตามภูมิภาคที่อยู่อาศัย พบว่าภาคกลางมีผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด (ร้อยละ 31) รองลงมาได้แก่ กรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 22) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 21) และภาคเหนือ (ร้อยละ 15) ตามลำดับ ขณะที่ภาคใต้มีจำนวนผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนผู้ใช้งานในภูมิภาคอื่นๆ (ร้อยละ 11) จากข้อมูลดังกล่าวนี้ ยืนยันให้ทราบอย่างชัดเจนว่า ปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นคนในเมืองหรือชนบทต่างมีสัดส่วนการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใกล้เคียงกัน สังคมออนไลน์ของประชากรไทยประกอบไปด้วยผู้คนทั้งที่อยู่ในเขตเมืองและเขตชนบท ในทุกภูมิภาคของประเทศไทยทั้งภาคเหนือ อีสาน กลาง ใต้ ในสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันมากนัก นั่นหมายความว่า กระแสการแลกเปลี่ยนของข้อมูลข่าวสาร พฤติกรรมการบริโภค ค่านิยม แฟชั่นการแต่งกาย ตลอดจนเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละพื้นที่ สามารถแพร่สะพัดไปสู่ผู้คนที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคอื่นๆ ได้อย่างรวดเร็วเพียงลัดนิ้วเท่านั้น

**ตาราง 2** ร้อยละของตัวอย่างการสำรวจที่มีอายุ 6 ปีขึ้นไป ที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามเขตการปกครอง และภูมิภาค พ.ศ. 2557

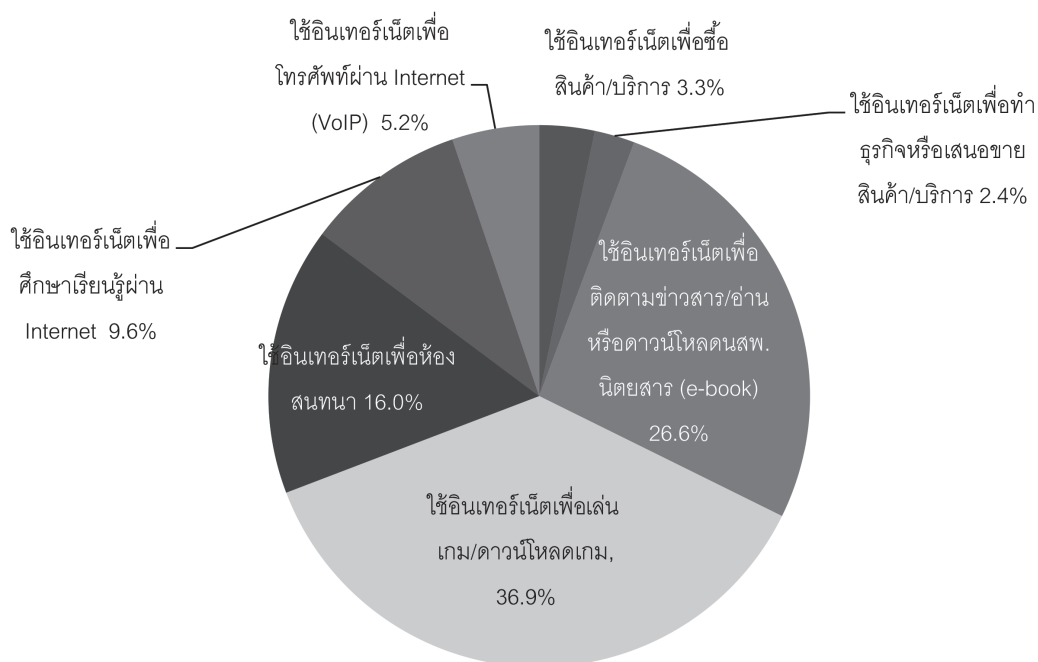
| ที่อยู่อาศัย           | ร้อยละ |
|------------------------|--------|
| <i>เขตที่อยู่อาศัย</i> |        |
| ในเขตเทศบาล            | 59.8   |
| นอกเขตเทศบาล           | 40.2   |
| <i>ภูมิภาค</i>         |        |
| กรุงเทพมหานคร          | 21.9   |
| ภาคกลาง                | 31.2   |
| ภาคเหนือ               | 15.4   |
| ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ  | 20.5   |
| ภาคใต้                 | 11.0   |

## เครือข่ายสังคมออนไลน์ ถูกใช้เพื่อทำอะไร?

ในส่วนท้ายนี้ แสดงข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์การใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนไทย เพื่อสะท้อนข้อมูลให้ทราบว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ในปัจจุบันนี้ถูกใช้ไปเพื่อกิจกรรมใดบ้าง มีความหลากหลายในแง่พฤติกรรมการใช้งานหรือความสนใจเฉพาะบ้างหรือไม่บนสังคมออนไลน์แห่งนี้ เพราะนอกเหนือจากความหลากหลายในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในเชิงคุณลักษณะประชากรและสังคม ตลอดจนพฤติกรรมการใช้งาน ดังที่ได้แสดงให้เห็นข้างต้นแล้วนั้น สิ่งที่น่าสนใจอีกประการคือ วัตถุประสงค์การใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกันออกไปของคนแต่ละกลุ่มเพศ วัย และเศรษฐกิจสถานะสังคม และด้วยความแตกต่างของพฤติกรรมและวัตถุประสงค์การใช้งานเหล่านี้เอง นำมาซึ่งกลุ่มประชากรย่อยที่จำแนกตามความสนใจและพฤติกรรมการใช้งาน เช่น เราเรียกผู้ที่มีความสนใจหรือเชี่ยวชาญในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยใช้คำนำหน้าว่า “นัก” เช่น ผู้ที่มีความสนใจในพระเครื่องเรียกว่า “นักเล่นพระ หรือนักเลงพระเครื่อง” ผู้ที่มีความสนใจในการขับซิมมอเตอร์ไซด์ เรียกว่า “นักบิด หรือนักแข่ง” หรือผู้ที่มีความสนใจด้านการขับร้องเพลง หรือเล่นดนตรี เรียกว่า “นักร้อง หรือนักดนตรี” เป็นต้น

รูป 5 แสดงวัตถุประสงค์การใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนไทยในปี 2557 พบว่า กว่า 1 ใน 3 (ร้อยละ 36.9) ใช้เพื่อความบันเทิงเล่นเกมส์ ร้อยละ 26 ติดตามความเคลื่อนไหวของข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนบุคคลที่ตนติดตามอยู่เป็นหลัก ร้อยละ 16 คือผู้ที่ชื่นชอบการส่งข้อความ คำคม ออนไลน์ (นักปราชญ์ออนไลน์) ผู้ที่ชอบการแสดงความคิดเห็น และการสนทนาออนไลน์ (นักเลงคีย์บอร์ด) ยังพบว่ามียุคกลุ่มผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการติดต่อสื่อสารที่สามารถทำได้ในลักษณะภาพและเสียงโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย (ร้อยละ 5) รวมถึงผู้ที่ชื่นชอบการซื้อของออนไลน์ (นักช้อปออนไลน์) การทำธุรกิจซื้อขายบนร้านค้าออนไลน์ซึ่งมีประมาณร้อยละ 6

รูป 5 ร้อยละผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามวัตถุประสงค์การใช้งานหลัก พ.ศ. 2557



ข้อมูลในส่วนนี้แสดงให้เห็นว่า บนโลกเครือข่ายสังคมออนไลน์ ไม่ได้มีเพียงแต่การใช้เพื่อสนทนาพูดคุย หรือการโพสต์ข้อความ รูปภาพต่างๆ ดังเช่นที่อาจมีการเข้าใจกัน แต่ปัจจุบันสังคมดังกล่าวได้ถูกพัฒนาให้มีความสำคัญในเชิงการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทั้งทางด้านการค้า ธุรกิจ การประชาสัมพันธ์ และสื่อสารองค์กรทั้งในภาครัฐและเอกชน ตลอดจนการรวมกลุ่มผู้มีความสนใจตรงกันอย่างกว้างขวาง นั่นหมายความว่า บนพื้นที่ดังกล่าวนี้ ประกอบด้วยบุคคลที่มีความหลากหลายทางความสนใจ และอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากนั่นเอง

## สรุป

เครือข่ายสังคมออนไลน์ไทยในปัจจุบันมีความหลากหลายทางประชากร ข้อมูลจากผลการศึกษาพบประเด็นที่น่าสนใจว่า กลุ่มประชากรที่มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดนั้น ยังคงเป็นกลุ่มวัยรุ่นและเยาวชนที่มีอายุ 15 – 24 ปี ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเมือง และประชากรในภาคกลาง อย่างไรก็ตาม พบการขยายตัวของจำนวนผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เป็นกลุ่มประชากรสูงอายุ ประชากรในเขตชนบท และประชากรในภาคอื่นๆ นอกจากนี้ยังพบว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความถี่ และระยะเวลาการใช้งานเพิ่มมากขึ้นในทุกกลุ่มอายุ สำหรับวัตถุประสงค์การใช้งาน ส่วนใหญ่พบว่ามีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อความบันเทิง การติดตามข้อมูลข่าวสาร และการสนทนาเป็นหลัก ขณะเดียวกันเราเริ่มจะเห็นการติดต่อสื่อสารผ่าน Video call หรือการติดต่อปฏิสัมพันธ์กันผ่านสังคมออนไลน์โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ

จะเห็นได้ว่าภาพรวมของกลุ่มประชากรที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์นั้น นับวันยิ่งเปิดกว้างขึ้น ประชากรทุกกลุ่มวัยมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากขึ้นในชีวิตประจำวัน หากพิจารณาตามโครงสร้างประชากรพบว่า กลุ่มประชากรปัจจุบันที่เป็นวัยรุ่นจะก้าวเข้าสู่วัยทำงาน และวัยสูงอายุในอีก 10 หรือ 20 ปีข้างหน้า เขาเหล่านั้นมีแนวโน้มที่จะยังคงใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวัน ซึ่งจะยิ่งทำให้อัตราการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ขยายตัวมากขึ้น ตราบใดที่ยังไม่มีเครือข่ายอื่นๆ ที่สามารถตอบโจทย์คนสมัยใหม่ที่ต้องการข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วโดยไม่จำกัดอยู่กับการติดต่อสื่อสารแบบฝ่ายเดียวหรือผูกติดกับแหล่งใดแหล่งหนึ่งเท่านั้น

ข้อค้นพบทั้งหมดนี้ สะท้อนให้เห็นว่า “เครือข่ายสังคมออนไลน์” ที่คนไทยใช้งานอยู่ในปัจจุบัน กำลังกลายเป็นสังคมที่มีขนาดใหญ่มากขึ้นทุกขณะ ผู้คนจำนวนมากก้าวเข้าสู่การเป็นสมาชิกของสังคมดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในจุดนี้ทำให้สังคมดังกล่าวมีความหลากหลายในทั้งในแง่คุณลักษณะทางเพศและอายุ ที่ประกอบด้วยประชากรทั้งเพศหญิงและชาย ประชากรตั้งแต่วัยเด็ก วัยรุ่น วัยทำงาน กระทั่งวัยสูงอายุ ต่างเข้ามาใช้พื้นที่บนสังคมดังกล่าวเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์การใช้งานของตนอย่างถ้วนหน้า ด้วยเหตุนี้เอง นับวันภาพความหลากหลายของสังคมออนไลน์ก็จะยิ่งสะท้อนภาพของคนในสังคมไทยเข้าไปทุกที

ขณะเดียวกันก็พบว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่วุ่นวายนี้ สามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิกในสังคมที่มีความหลากหลายได้มากขึ้นทุกขณะ การพัฒนาของเทคโนโลยีส่งผลให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ กิจกรรมหลายๆ อย่างที่ไม่เคยมีบนสังคมออนไลน์ เช่น การประกอบธุรกิจการค้าขาย การติดต่อเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การรวมกลุ่มของผู้สนใจหรือชมรม ตลอดจนกระทั่งการประชาสัมพันธ์องค์กร สามารถดำเนินไปบนสังคมออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้ต้นทุนที่มีราคาถูกลงจากในอดีต อย่างไรก็ตาม ด้วยข้อจำกัดของชุดข้อมูลที่ใช้เพื่อการศึกษาที่มิได้ถูกออกแบบมาโดยเฉพาะเพื่อการศึกษาในประเด็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้

เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยตรง จึงยังทำให้ขาดรายละเอียดในเชิงลึกที่น่าสนใจอื่นๆ โดยเฉพาะในแง่พฤติกรรมการใช้งานที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบันของสมาชิกบนสังคมดังกล่าว ดังนั้น การศึกษานี้อาจเป็นจุดเริ่มต้นของการสะท้อนภาพความหลากหลายของประชากรบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของไทย ในแง่ “ใคร ที่ไหน อย่างไร และเพื่ออะไร” ที่อาจจุดประกายความสนใจในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับนักวิชาการท่านอื่นๆ ต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2555). *สำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2554*. กรุงเทพมหานคร: สำนักสถิติพยากรณ์.
- \_\_\_\_\_. (2556). *สำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2555*. กรุงเทพมหานคร: สำนักสถิติพยากรณ์.
- \_\_\_\_\_. (ม.ป.ป.). *สำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2556*. ม.ป.ท.
- \_\_\_\_\_. (2557). *สำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2557*. กรุงเทพมหานคร: สำนักสถิติพยากรณ์.
- อารีย์ นัยพินิจ, ภัทรพงษ์ เกริกสกุล, และฉงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร. (2557). การปรับตัวภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา*, 7(1): 1 – 12.
- Statista. (2015). *Leading social networks worldwide as of March 2015, ranked by number of active users (in millions)*. Retrieved April 24, 2015, from <http://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- ZocialRank. (2015). *Thailand Facebook ranking*. Retrieved April 25, 2015, from <http://www.zocialrank.com/facebook/>