



NMCCON 2020

วันเสาร์ที่ 23 พฤษภาคม พ.ศ.2563

The 7th National Conference
Nakhonratchasima College

การนำเสนอผลงานภาคโปสเตอร์
กลุ่มสาขาคอมพิวเตอร์
และเทคโนโลยีสารสนเทศ



พฤติกรรมการใช้ชีวิตดิจิทัลกับการแชร์ประสบการณ์ในโลกออนไลน์ของคนไทย Digital Lifestyle and Sharing Experiences Online of Thai People

ณัฐภณ สุเมธอริคม¹ ฉันทนา ปาปัดถา²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการใช้ชีวิตดิจิทัล 2) พฤติกรรมการแชร์ข้อมูลบนโลกออนไลน์ และพฤติกรรมการใช้ชีวิตดิจิทัลที่ส่งผลต่อการแชร์ข้อมูลบนโลกออนไลน์ของคนไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 310 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการวิเคราะห์ด้วยการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบปกติ ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการใช้ชีวิตดิจิทัลของคนไทย อยู่ในระดับมาก 2) พฤติกรรมการแชร์ข้อมูลบนโลกออนไลน์ของคนไทย อยู่ในระดับปานกลาง และ 3) พฤติกรรมการใช้ชีวิตดิจิทัลที่ส่งผลต่อการแชร์ข้อมูลบนโลกออนไลน์ของคนไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ พฤติกรรมการใช้ชีวิตดิจิทัลด้านตัวตนในโลกดิจิทัลออนไลน์ ร้อยละ 52.50 ด้านการใช้ประโยชน์ทางดิจิทัล ร้อยละ 22.00 ด้านความปลอดภัยทางดิจิทัล ร้อยละ 22.50 ด้านความฉลาดทางอารมณ์ ร้อยละ 24.30 ด้านการสื่อสารทางดิจิทัล ร้อยละ 32.40 ด้านความรู้เรื่องดิจิทัล ร้อยละ 24.50 และด้านสิทธิทางดิจิทัล ร้อยละ 20.80

คำสำคัญ: การใช้ชีวิตดิจิทัล การแชร์ประสบการณ์ โลกออนไลน์

Abstract

The objectives of this research were to study 1) digital lifestyle behavior, 2) online data sharing behavior, and 3) digital lifestyle behavior that affect the online data sharing behavior of Thai people. This research was the quantitative research. The data was collected from 310 sample by using online questionnaire. Data was analyzed by mean, standard deviation (S.D.) and Enter Multiple Regression. The results showed as follows: digital lifestyle behavior of Thai people was at high level. Online data sharing behavior was at medium level. Digital living behavior factors effecting the online data sharing behavior of Thai people with the statistical significance level .05 including online digital identity (52.50%), digital utilization (22.00%), digital security (22.50%), emotional intelligence (24.30%), digital communication (32.40%), and digital knowledge (24.50%) and digital rights (20.80%).

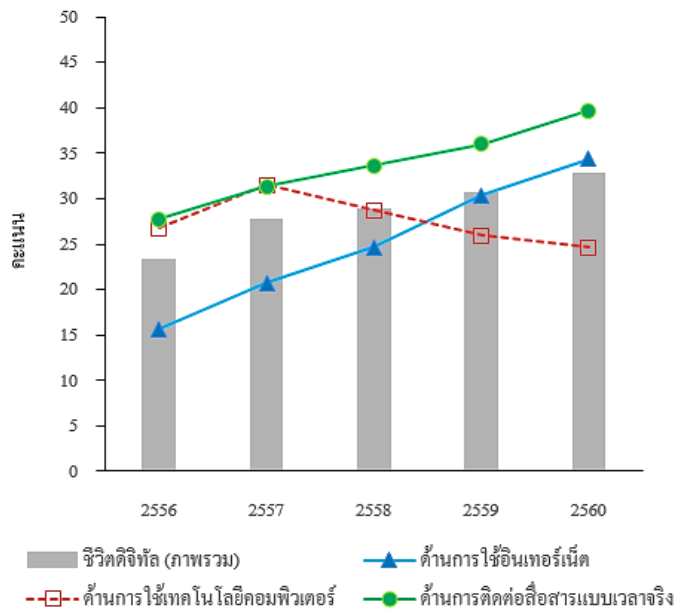
Keywords: Digital Lifestyle, Sharing Experiences, Online World

¹ อาจารย์ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อีเมลล์ nattapon.s@rmutp.ac.th

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อีเมลล์ chantana.p@rmutp.ac.th

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

สถานการณ์ชีวิตดิจิทัลของประเทศไทย ในช่วง 5 ปี (พ.ศ. 2556 – 2560) ที่ผ่านมา การใช้ชีวิตดิจิทัลของคนไทยในภาพรวมระดับประเทศมีแนวโน้มคะแนนสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จาก 23.39 คะแนน ในปี พ.ศ. 2556 เป็น 32.9 คะแนน ในปี พ.ศ. 2560 แต่อย่างไรก็ตามชีวิตดิจิทัลของคนไทยโดยเฉลี่ยยังได้คะแนนต่ำกว่าครึ่งหนึ่งจากคะแนนเต็ม 100 คะแนน โดยเมื่อดูคะแนนของรูปแบบพฤติกรรมชีวิตดิจิทัลด้านต่างๆ พบว่า คนไทยพฤติกรรมชีวิตดิจิทัลด้านการใช้อินเทอร์เน็ตและด้านการติดต่อสื่อสารแบบเวลาจริงเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่พฤติกรรมชีวิตดิจิทัลด้านการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์กลับลดลงอย่างมาก ทั้งนี้เนื่องมาจากคนส่วนใหญ่เน้นการใช้เทคโนโลยีผ่านทางสมาร์ตโฟน (Smart phone) และแท็บเล็ต (Tablet) ซึ่งสะดวกและตอบโต้ไลฟ์สไตล์ (Life style) ของคนทั่วไปมากกว่าการใช้คอมพิวเตอร์พีซีแบบตั้งโต๊ะและแบบโน้ตบุ๊กพกพาซึ่งมักใช้กันในแวดวงการศึกษาและการทำงานเฉพาะทางเท่านั้น ดังภาพ (เว็บการเงินการธนาคาร, 2562)



ภาพที่ 1 ชีวิตดิจิทัลโดยเฉลี่ยของคนไทยในภาพรวมและรูปแบบพฤติกรรมชีวิต

ที่มา: เว็บการเงินการธนาคาร, 2562

พฤติกรรมการใช้ชีวิตในสังคมยุคดิจิทัลของคนในสังคมปัจจุบันที่ต้องการทำหลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกัน ทั้งการทำงานประจำ ประกอบอาชีพเสริม การพักผ่อน การท่องเที่ยวและการออกกำลังกาย โดยเฉพาะพฤติกรรมของคนทำงานในสังคมเมือง จากการสำรวจของแมนพาวเวอร์กรุ๊ป เกี่ยวกับความต้องการของกลุ่มคนทำงานในช่วง GEN M และ GEN X ที่ตอบสนองในชีวิตสังคมเมืองมากที่สุด ในบริบทการเข้าถึงไลฟ์สไตล์ที่ตอบโต้การใช้ชีวิตในสังคมยุคดิจิทัลทั้งทางด้านการทำงานตลอดจนส่งผลต่อพฤติกรรมในช่วงเวลาว่าง พบว่า พฤติกรรมเวลาว่างกับการใช้ชีวิตแบบ "สมาร์ททีวี" หรือที่เรียกได้ว่าท่องโลกออนไลน์แบบครบวงจร เห็นได้จาก พฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ในสังคมไทยในปัจจุบันปรับเปลี่ยนไปตามเทรนด์กระแสโลกแห่งเทคโนโลยี ทั้งการหารายได้ แหล่งช้อปปิ้ง รับประทานอาหาร การเดินทาง การติดต่อสื่อสาร ล้วนแต่ปรับให้พฤติกรรมของคนยุคนี้ไปอยู่บนแพลตฟอร์มของ "สมาร์ททีวี" ไปเป็นอย่างดี



มาก (รัชสรัญ แก้วศรีสด, 2562) ซึ่ง ณัฐวีร์ ณีว มาวิจักขณ์ ผู้บริหารแผนกพัฒนาและการตลาด กรู๊ปเอ็ม (ประเทศไทย) กล่าวว่าจากการลงพื้นที่สำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตทั่วประเทศปี 2019 ใน 17 จังหวัดทั่วประเทศ ช่วงเดือนมกราคมที่ผ่านมา พบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตหน้าใหม่และผู้ใช้เดิมในทุกอาชีพ ทุกวัย มีทักษะใกล้เคียงกัน และผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทุกกลุ่มย้ำว่าวันนี้ “อินเทอร์เน็ต” เป็นสิ่งที่พวกเขา “ขาดไม่ได้” และ “เป็นสิ่งที่ต้องใช้” และการใช้งานอินเทอร์เน็ตและดิจิทัล แพลตฟอร์มที่เรียกได้ว่า “เป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิต” อีกทั้ง “ดิจิทัล แพลตฟอร์ม” ได้กลายเป็นช่องทางปกติของการติดต่อสื่อสาร ซึ่งพฤติกรรมการใช้เน็ตของคนทั่วประเทศ ผู้บริโภคบอกว่าช่วยทำให้ชีวิตดีขึ้น วัตถุประสงค์หลักการใช้งาน คือ การเสพความบันเทิง การหาความรู้ และติดต่อกับคนอื่น ๆ และเป็นช่องทางการหารายได้ (Positioning, 2562)

การสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์เป็นกิจกรรมที่คนส่วนใหญ่ในสังคมนิยม ซึ่งการใช้สื่อโซเชียลมีเดียอย่าง เฟซบุ๊ก อินสตาแกรมและยูทูบ เข้ามามีอิทธิพลในชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก โลกออนไลน์ที่เปิดกว้างขึ้น ทำให้คนธรรมดาๆ โด่งดังในชั่วข้ามคืน โดยเฉพาะชีวิตของ “เน็ตไอดอล” ที่ “วัยรุ่น” ต่างให้ความสนใจติดตาม อย่างไรก็ตามเนื่องจากพฤติกรรมการสื่อสารบนโลกออนไลน์ มีทั้งที่ก่อให้เกิดผลกระทบทางบวกและทางลบ หากไม่รู้เท่าทัน เด็กและเยาวชนก็อาจจะตกเป็นเหยื่อการแสดงออกพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม และผลสำรวจสถานการณ์ “เด็กไทยกับภัยออนไลน์” ช่วงอายุ 6-18 ปี โดยมูลนิธิอินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย ร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และกรมกิจการเด็กและเยาวชน กรณีพฤติกรรมเสี่ยงออนไลน์ พบว่า เด็กมากกว่า 83% ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านแท็บเล็ตหรือสมาร์ทโฟน โดย 39% ใช้อินเทอร์เน็ต 6-10 ชั่วโมงต่อวัน เด็ก 51.7% เคยพูดคุยกับคนที่ไม่รู้จักผ่านสื่อออนไลน์ เด็ก 33.6% ให้ข้อมูลส่วนตัว เช่น ที่อยู่เบอร์โทรศัพท์ วันเดือนปีเกิด ภาพถ่ายของตัวเอง หรือครอบครัวผ่านสื่อออนไลน์ 1.8% เคยถ่ายภาพหรือวิดีโอลามกของตนเองส่งให้คนอื่นฯ ทางออนไลน์ เด็ก 35.3% ถ่ายทอดสดหรือ live ผ่านสื่อออนไลน์ ขณะที่ 31% เคยถูกกลั่นแกล้งรังแกออนไลน์ และเด็ก 25.4% นัดพบกับเพื่อนออนไลน์ พฤติกรรมเหล่านี้อาจนำภัยอันตรายมาถึงตัว สะท้อนให้เห็นว่า การมีตัวตนบนโลกออนไลน์เป็นสิ่งที่ทำได้ไม่ยากนัก แต่จะอย่างไรให้ปลอดภัยและสร้างสรรค์นั้น (ฉัตรชัย นกดี, 2562)

คนในยุคดิจิทัลพื้นฐานการใช้ชีวิตอย่างปลอดภัยในโลกดิจิทัลจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง คนในสังคมจะต้องสามารถใช้ชีวิตที่กลมกลืนไปกับเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างชาญฉลาดเพื่อความสุขและความอยู่รอดอย่างยั่งยืน ดังนั้นคณะผู้วิจัยสนใจศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ชีวิตดิจิทัลกับการแชร์ประสบการณ์ในโลกออนไลน์ของคนไทย เพื่อศึกษาอิทธิพลของการใช้ดิจิทัลที่ส่งผลต่อการแชร์ประสบการณ์ในโลกออนไลน์ของคนไทยในประเด็นต่างๆ ซึ่งสามารถสรุปเป็นแนวทางและข้อพึงระวังในการใช้ชีวิตดิจิทัล และนำองค์ความรู้ที่ค้นพบไปเผยแพร่ต่อคนในสังคมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ชีวิตดิจิทัลของคนไทย
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแชร์ข้อมูลบนโลกออนไลน์ของคนไทย
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ชีวิตดิจิทัลที่ส่งผลต่อการแชร์ข้อมูลบนโลกออนไลน์ของคนไทย

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้ชีวิตยุคดิจิทัลกับการแชร์ข้อมูลบนโลกออนไลน์ของคนไทย คณะผู้วิจัยได้ศึกษาและนำแนวคิดเกี่ยวกับทักษะพื้นฐานการใช้ชีวิตอย่างปลอดภัยในโลกยุคดิจิทัลที่จะต้องผสมผสานกลมกลืนกับ



เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างชาญฉลาดเพื่อความสุขและความอยู่รอดอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 8 ด้าน โดยคณะผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนาเครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ (อวิชชัย สุขสีดา, 2561)

1. ตัวตนในโลกดิจิทัล คือ ความสามารถในการสร้างตนเองและจัดการตนเอง การจัดการบุคลิกลักษณะที่อยากจะเป็นในโลกดิจิทัล เช่น อัตลักษณ์ทางดิจิทัลเป็นนักพูด นักสื่อสาร นักแสดง นักการเมือง ฯลฯ การแสดงอัตลักษณ์ทางดิจิทัลของตนเองในโลกดิจิทัลนั้น ต้องแสดงให้เห็นว่าตนเองเป็นแบบนั้นจริงๆ
2. ใช้ประโยชน์ทางดิจิทัล คือ ทักษะความสามารถในการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีและเครื่องมือสื่อสารได้อย่างเกิดประโยชน์ การควบคุม การจัดการเพื่อให้เกิดสมดุลของการใช้ประโยชน์ระหว่างโลกออนไลน์ และโลกความเป็นจริง
3. ความปลอดภัยทางดิจิทัล คือ ความสามารถในการจัดการความเสี่ยงทางออนไลน์ที่ไม่ควรเกิดขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อตนเอง ผู้อื่น และสังคม เช่น การทำร้ายจิตใจนินทาผู้อื่น การปลุกกระดมให้ลูกสื่อ หรือการกระจายเนื้อหาที่ไม่เป็นประโยชน์ เกิดปัญหา ความรุนแรง การผิดศีลธรรม ฯลฯ
4. ความมั่นคงทางดิจิทัล คือ ความสามารถในการตรวจตรา ตรวจสอบภัยคุกคามทางดิจิทัลได้ เช่น การแฮก การลักลอบเข้าถึงข้อมูล การละเมิดข้อมูล การสแกม การฉ้อโกง การใช้ซอฟต์แวร์ที่แฝงตัวมาทำให้เกิดความเสียหาย ฯลฯ
5. ความฉลาดทางอารมณ์ในโลกดิจิทัล คือ ความสามารถในการเห็นอกเห็นใจ เข้าใจกันและกัน สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นบนโลกออนไลน์
6. การสื่อสารทางดิจิทัล คือ ความสามารถในการสื่อสาร ใช้คำศัพท์ สัญลักษณ์ ภาษาทางดิจิทัล การพูดคุย และร่วมแรงร่วมใจกับผู้อื่นที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและสื่ออื่นๆ
7. ความรู้เรื่องดิจิทัล คือ ความสามารถในการหาข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล ใช้แชร์แบ่งปันและสร้างเนื้อหา ข้อมูลที่ถูกต้องภายใต้ความรู้ที่มี ความสามารถในการคิดแบบวิเคราะห์เพื่อได้ซึ่งความรู้
8. สิทธิทางดิจิทัล คือ ความสามารถในการเข้าใจและพิทักษ์สิทธิส่วนบุคคลและสิทธิอื่นตามกฎหมาย สิทธิความเป็นส่วนตัว สิทธิบัตร เสรีภาพทางการแสดงออก

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้ชีวิตดิจิทัลกับการแชร์ข้อมูลบนโลกออนไลน์ของคนไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชากรไทยที่ใช้สื่อออนไลน์ โดยคณะผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม โปรแกรม G*Power ในการคำนวณตามสถิติ Linear Multiple Regression ทำให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่ 74 คน แต่ทั้งนี้เนื่องจากเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบออนไลน์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือสูงสุด คณะผู้วิจัยจึงกำหนดช่วงเวลาในการเก็บข้อมูล 1 เดือน ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลด้วยความสมัครใจ 310 คน ซึ่งแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ และรายได้ต่อเดือน มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้ชีวิตดิจิทัล มีลักษณะเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ได้แก่ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ได้แก่ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการแชร์ข้อมูลบนโลกออนไลน์ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ได้แก่ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

การหาคุณภาพของแบบสอบถาม โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยคณะผู้วิจัยได้กำหนดระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ .80 ขึ้นไป ผลการศึกษาพบว่า แบบสอบถามทั้งฉบับมีความเชื่อมั่นที่ .90 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามทั้งฉบับมีความเชื่อมั่นสูงมาก ดังนั้นจึงทำการวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า พฤติกรรมการใช้ชีวิตดิจิทัล มีความเชื่อมั่นที่ .903 พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ มีความเชื่อมั่นที่ .908

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ดังนี้

4.51 – 5.00	หมายถึง มากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง มาก
2.51 – 3.50	หมายถึง ปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง น้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง น้อยที่สุด

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้ชีวิตยุคดิจิทัลกับการแชร์ข้อมูลบนโลกออนไลน์ของคนไทย สามารถนำเสนอผลการวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ และรายได้ต่อเดือน

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	310	100.00
เพศ		
- ชาย	110	35.48
- หญิง	200	64.52
รายได้ต่อเดือน		
- น้อยกว่า 5,000 บาท	82	26.45
- 5,001-15,000 บาท	94	30.32
- 15,001-25,000 บาท	56	18.06
- มากกว่า 25,000 บาท	78	25.16

จากตารางที่ 1 แสดงข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ และรายได้ต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 64.52 และมีรายได้ระหว่าง 5,001-15,000 บาท



ตารางที่ 2 จำนวน และร้อยละของพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	310	100.00
ความถี่ในการใช้สื่อออนไลน์ต่อวัน		
- ตลอดเวลา	116	37.42
- มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน	188	60.65
- วันละ 1 ครั้ง	6	1.94
ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการเข้าใช้สื่อออนไลน์ต่อวัน		
- น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	31	10.00
- 1-3 ชั่วโมง	103	33.23
- มากกว่า 3 ชั่วโมง	176	56.77
ช่วงเวลาที่ใช้สื่อออนไลน์		
- 08.01-12.00 น.	50	16.13
- 12.01-16.00 น.	49	15.81
- 16.01-20.00 น.	77	24.84
- 20.01-00.00 น.	130	41.94
- 00.01-04.00 น.	3	0.97
- 04.00-08.00 น.	1	0.32
อุปกรณ์ที่ใช้สื่อออนไลน์		
- โทรศัพท์สมาร์ทโฟน	277	89.35
- แท็บเล็ต/lpad	9	2.90
- คอมพิวเตอร์	22	7.10
- สมาร์ททีวี/แอนดรอยด์ทีวี	2	0.65

จากตารางที่ 2 แสดงพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ ได้แก่ เพศ และรายได้ต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้สื่อออนไลน์ต่อวัน มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน ร้อยละ 60.65 ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการเข้าใช้สื่อออนไลน์ต่อวัน มากกว่า 3 ชั่วโมง ร้อยละ 56.67 ช่วงเวลาที่ใช้สื่อออนไลน์ ระหว่าง 20.01-00.00 น. ร้อยละ 41.94 และอุปกรณ์ที่ใช้สื่อออนไลน์ โทรศัพท์สมาร์ทโฟน ร้อยละ 89.35

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการใช้ชีวิตดิจิทัล

ข้อคำถาม	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านตัวตนในโลกดิจิทัลออนไลน์	3.70	0.72	มาก
1. สามารถสร้างตนเองในโลกดิจิทัลออนไลน์	3.62	0.91	มาก
2. สามารถบริหารจัดการเวลาของตนเองในโลกดิจิทัลออนไลน์	3.78	0.82	มาก
3. สามารถจัดการบุคลิกลักษณะที่อยากเป็นในโลกดิจิทัลออนไลน์	3.77	0.85	มาก
4. สามารถสร้างอัตลักษณ์ทางดิจิทัลออนไลน์	3.69	0.88	มาก



ข้อความถาม	\bar{X}	S.D.	แปลผล
5. สามารถสร้างตัวตนให้เป็นที่รู้จักในโลกดิจิทัลออนไลน์	3.62	0.91	มาก
ด้านการใช้ประโยชน์ทางดิจิทัล	4.17	0.65	มาก
1. สามารถใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีสื่อสารได้	4.24	0.78	มาก
2. สามารถใช้งานสื่อออนไลน์ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง	4.19	0.77	มาก
3. สามารถใช้สื่อออนไลน์ให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงาน	4.26	0.74	มาก
4. สามารถควบคุมพฤติกรรมกรรมการใช้สื่อออนไลน์	3.99	0.81	มาก
5. สามารถการใช้ประโยชน์ในโลกออนไลน์กับโลกความเป็นจริง	4.15	0.76	มาก
ด้านความปลอดภัยทางดิจิทัล	4.24	0.82	มาก
1. สามารถจัดการความเสี่ยงทางออนไลน์ได้	3.84	0.79	มาก
2. ไม่ใช้สื่อออนไลน์กล่าวร้ายผู้อื่น	4.28	0.94	มาก
3. ไม่ใช้สื่อออนไลน์ในการปுக่ระดมที่ส่งผลกระทบต่อสังคม	4.24	0.99	มาก
4. ไม่กระจายส่งต่อเนื้อหาที่ไม่มีประโยชน์บนโลกออนไลน์	4.20	0.98	มาก
5. ไม่โพสต์เนื้อหาที่ผิดศีลธรรม	4.25	0.97	มาก
6. ไม่โพสต์เนื้อหาที่สร้างความเดือดร้อนให้แก่ตนเอง	4.35	0.94	มาก
7. ไม่โพสต์เนื้อหาที่สร้างความเดือนร้อนให้แก่ผู้อื่น และสังคม	4.36	0.93	มาก
8. ไม่ใช้สื่อออนไลน์กระทำการสิ่งผิดกฎหมาย	4.41	0.93	มาก
ด้านความมั่นคงทางดิจิทัล	3.96	0.69	มาก
1. สามารถตั้งค่าความปลอดภัยการใช้บริการระบบออนไลน์	4.06	0.83	มาก
2. เปลี่ยนรหัสผ่านบ่อยครั้ง	3.32	1.15	ปานกลาง
3. หลีกเลี่ยงการใช้เว็บไซต์ที่เป็นความเสี่ยง	4.07	0.94	มาก
4. ระมัดระวังในการดาวน์โหลดโปรแกรมฟรี	4.02	0.94	มาก
5. ไม่ลักลอบเข้าถึงข้อมูลของผู้อื่น	4.31	0.96	มาก
ด้านความฉลาดทางอารมณ์	4.00	0.79	มาก
1. มีการติดต่อสื่อสารกับคนรู้จักทางสื่อออนไลน์	4.04	0.98	มาก
2. กดไลค์ให้กับโพสต์ต่างๆ ของคนรู้จัก	4.01	0.94	มาก
3. แสดงความคิดเห็นเชิงบวกต่อโพสต์ต่างๆ	3.82	1.02	มาก
4. นำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ผ่านสื่อออนไลน์	3.92	0.98	มาก
5. ไม่โพสต์ข้อมูลที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้อื่น	4.21	0.98	มาก
ด้านการสื่อสารทางดิจิทัล	3.97	0.68	มาก
1. สื่อสารด้วยภาษาที่สุภาพ	4.12	0.82	มาก
2. ใช้สัญลักษณ์ในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม	4.14	0.78	มาก
3. โพสต์เฉพาะภาพที่มีความสวยงามน่ามอง	4.11	0.84	มาก
4. มีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนในกลุ่มออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ	3.89	0.86	มาก
5. โปสแจ้งข้อมูลข่าวสารเป็นประจำ	3.58	1.03	มาก

ข้อความถาม	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านความรู้เรื่องดิจิทัล	4.14	0.73	มาก
1. สามารถค้นหาข้อมูลได้	4.24	0.82	มาก
2. วิเคราะห์ข้อมูลก่อนนำไปใช้	4.16	0.81	มาก
3. สร้างเนื้อหาที่ถูกต้องก่อนแชร์	4.14	0.86	มาก
4. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนเผยแพร่	4.11	0.83	มาก
5. ตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งข้อมูลหลายๆ แห่งก่อนแชร์	4.06	0.85	มาก
ด้านสิทธิทางดิจิทัล	4.05	0.69	มาก
1. เข้าใจสิทธิการใช้งานสื่อออนไลน์	4.07	0.82	มาก
2. เข้าใจสิทธิความเป็นส่วนตัว	4.20	0.78	มาก
3. เข้าใจกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัล	3.85	0.84	มาก
4. ตรวจสอบลิขสิทธิ์ก่อนนำไปใช้	3.88	0.87	มาก
5. ไม่ละเมิดสิทธิ์ของผู้อื่น	4.26	0.82	มาก
ภาพรวม	4.05	0.55	มาก

จากตารางที่ 3 แสดงพฤติกรรมการใช้ชีวิตดิจิทัลส่วนใหญ่ใช้ชีวิตดิจิทัล พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ 1) ด้านความปลอดภัยทางดิจิทัล คือ ไม่ใช้สื่อออนไลน์ กระทำสิ่งผิดกฎหมาย 2) ด้านการใช้ประโยชน์ทางดิจิทัล คือ สามารถใช้สื่อออนไลน์ให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงาน 3) ด้านความรู้เรื่องดิจิทัล คือ สามารถค้นหาข้อมูลได้ 4) ด้านสิทธิทางดิจิทัล คือ ไม่ละเมิดสิทธิ์ของผู้อื่น 5) ด้านความฉลาดทางอารมณ์ คือ ไม่โพสต์ข้อมูลที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้อื่น 6) ด้านการสื่อสารทางดิจิทัล คือ ใช้สัญลักษณ์ในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม 7) ด้านความมั่นคงทางดิจิทัล คือ ไม่ลักลอบเข้าถึงข้อมูลของผู้อื่น และ 8) ด้านตัวตนในโลกดิจิทัลออนไลน์ คือ สามารถบริหารจัดการเวลาของตนเองในโลกดิจิทัลออนไลน์ ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการใช้ข้อมูลบนโลกออนไลน์

ข้อความถาม	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. แชร์ลิงค์ความรู้	3.75	0.99	มาก
2. แชร์วิดีโอที่ชื่นชอบ	3.81	1.10	มาก
3. แชร์กิจกรรมในชีวิตประจำวัน	3.19	1.20	ปานกลาง
4. แชร์ภาพตนเอง	3.17	1.20	ปานกลาง
5. แชร์ภาพครอบครัว	2.99	1.22	ปานกลาง
6. แชร์ภาพวิวทิวทัศน์	3.29	1.20	ปานกลาง
7. แชร์ภาพอาหาร	3.32	1.21	ปานกลาง
8. แชร์ภาพที่เป็นเหตุการณ์ที่พบในชีวิตประจำวัน	3.18	1.19	ปานกลาง
9. แชร์ความรู้สึกที่ไม่สามารถบอกใครได้	2.81	1.29	ปานกลาง
10. แชร์คำคม	3.05	1.28	ปานกลาง

ข้อความ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
11. แอร์รับสมัครงาน	2.55	1.31	ปานกลาง
12. แอร์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร	3.13	1.21	ปานกลาง
ภาพรวม	3.19	0.94	ปานกลาง

จากตารางที่ 4 แสดงพฤติกรรมการแชร์ข้อมูลบนโลกออนไลน์ พบว่า มีการแชร์วิดีโอที่ชื่นชอบ อยู่ในระดับมาก และแชร์ลิงค์ความรู้ อยู่ในระดับมาก ส่วนการแชร์ด้านอื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Coefficients-a) ของโมเดลที่ 1 เกี่ยวกับปัจจัยการใช้ชีวิตดิจิทัลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแชร์ข้อมูลบนโลกออนไลน์ของคนไทย

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 ค่าคงที่ (Constant)	1.046	.348		3.003	.003*
ด้านตัวตนในโลกดิจิทัลออนไลน์ (D1)	.525	.073	.399	7.188	.000*
ด้านการใช้ประโยชน์ทางดิจิทัล (D2)	-.220	.111	-.147	-1.982	.048*
ด้านความปลอดภัยทางดิจิทัล (D3)	-.225	.069	-.195	-3.240	.001*
ด้านความฉลาดทางอารมณ์ (D5)	.243	.084	.201	2.902	.004*
ด้านการสื่อสารทางดิจิทัล (D6)	.324	.105	.237	3.074	.002*
ด้านความรู้เรื่องดิจิทัล (D7)	-.245	.125	-.186	-1.952	.052*
ด้านสิทธิทางดิจิทัล (D8)	.208	.121	.153	1.722	.086

a. Dependent Variable: Share

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ตัวทำนายทั้งหมด ได้แก่ ค่าคงที่ ด้านตัวตนในโลกดิจิทัลออนไลน์ (D1) ร้อยละ 52.50 ด้านการใช้ประโยชน์ทางดิจิทัล (D2) ร้อยละ 22.00 ด้านความปลอดภัยทางดิจิทัล (D3) ร้อยละ 22.50 ด้านความฉลาดทางอารมณ์ (D5) ร้อยละ 24.30 ด้านการสื่อสารทางดิจิทัล (D6) ร้อยละ 32.40 ด้านความรู้เรื่องดิจิทัล (D7) ร้อยละ 24.50 และด้านสิทธิทางดิจิทัล (D8) ร้อยละ 20.80 ส่งผลต่อพฤติกรรมการแชร์ข้อมูลบนโลกออนไลน์ของคนไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้น ด้านความมั่นคงทางดิจิทัล (S4) จึงสามารถเขียนโมเดลสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Equation Model) ดังนี้

ปัจจัยการใช้ชีวิตดิจิทัลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแชร์ข้อมูลบนโลกออนไลน์ของคนไทย

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$\hat{Y} = 1.046 + .525(S1) - .220(S2) - .225(S3) + .243(S5) + .324(S6) - .245(S7) + .208(S8)$$



สมการพยากรณ์ในรูปแบบมาตรฐาน

$$\hat{Z} = .348+.073(S1)+.111(S2)+.069(S3)+.084(S5)+.105(S6)+.125(S7)+.121(S8)$$

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้ชีวิตดิจิทัลกับการแชร์ข้อมูลบนโลกออนไลน์ของคนไทย สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

พฤติกรรมการใช้ชีวิตดิจิทัลของคนไทย อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยแต่ละด้านมีพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างปฏิบัติมากที่สุด ได้แก่ 1) ด้านตัวตนในโลกดิจิทัลออนไลน์ คือ สามารถบริหารจัดการเวลาของตนเองในโลกดิจิทัลออนไลน์ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากใน 1 วัน มีกิจกรรมจะต้องทำหลายอย่าง จึงทำให้คนในสังคมต้องจัดสรรเวลาในการใช้ชีวิตในโลกดิจิทัลให้ดีเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวัน 2) ด้านการใช้ประโยชน์ทางดิจิทัล คือ สามารถใช้สื่อออนไลน์ให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงาน เนื่องจากชีวิตส่วนใหญ่ของคนในสังคมคือการทำงานเพื่อเลี้ยงชีพ การนำดิจิทัลไปใช้ในการทำงานช่วยให้การทำงานรวดเร็วยิ่งขึ้น 3) ด้านความปลอดภัยทางดิจิทัล คือ ไม่ใช้สื่อออนไลน์กระทำสิ่งผิดกฎหมาย เนื่องจากหลักฐานทางดิจิทัลสามารถเอาผิดทางกฎหมายได้ จึงส่งผลให้คนส่วนใหญ่ในสังคมมีความระมัดระวังในการใช้งาน 4) ด้านความมั่นคงทางดิจิทัล คือ ไม่ลักลอบเข้าถึงข้อมูลของผู้อื่น เนื่องจากระบบความปลอดภัยของโลกออนไลน์มีในระดับหนึ่ง ส่วนผู้ที่จะสามารถเข้าถึงข้อมูลผู้อื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต จะต้องมีความสามารถพิเศษหรือศึกษามาเฉพาะด้านจึงทำได้ 5) ด้านความฉลาดทางอารมณ์ คือ ไม่โพสต์ข้อมูลที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้อื่น เนื่องจากประเด็นสังคมเป็นประเด็นที่มีความอ่อนไหว ทำให้คนส่วนใหญ่มีความระมัดระวังค่อนข้างมาก จะมีเพียงคนเฉพาะกลุ่มเท่านั้นที่โพสต์แบบไม่สนใจ 6) ด้านการสื่อสารทางดิจิทัล คือ ใช้สัญลักษณ์ในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม เนื่องจากมีการพัฒนาสัญลักษณ์ต่างๆ ที่มีความน่ารักและน่าใช้ จึงมีการนำมาใช้เป็นสัญลักษณ์ที่สามารถเข้าใจร่วมกันได้แทนการพิมพ์ข้อความ 7) ด้านความรู้เรื่องดิจิทัล คือ สามารถค้นหาข้อมูลได้ เนื่องจากมีการกล่าวถึงในวงกว้าง และสื่อต่างๆ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโลกดิจิทัล รวมถึงสถาบันการศึกษาต่างๆ ได้นำไปสอนในหลักสูตรเพื่อให้คนในสังคมมีความรู้และสามารถใช้ชีวิตได้อย่างมีความสุข และ 8) ด้านสิทธิทางดิจิทัล คือ เข้าใจสิทธิความเป็นส่วนตัว เนื่องจากคนในสังคมปัจจุบันมีโลกส่วนตัวและความเป็นส่วนตัวของตัวเองค่อนข้างมาก จึงส่งผลให้คนส่วนใหญ่ในสังคม รักษาสิทธิความเป็นส่วนตัว จากผลการวิจัยและการวิเคราะห์เหตุผล มีความสอดคล้องกับ ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (2562) ที่นำเสนอเกี่ยวกับ พลเมืองดิจิทัล (Digital Citizenship) ซึ่งการเป็นพลเมืองดิจิทัลนั้น มีทักษะสำคัญ 8 ประการ ที่ควรบ่มเพาะให้เกิดขึ้นกับพลเมืองดิจิทัลทุกคนในศตวรรษที่ 21 ได้แก่ ทักษะในการรักษาอัตลักษณ์ที่ดีของตนเอง ทักษะในการรักษาข้อมูลส่วนตัว ทักษะในการคิดวิเคราะห์ที่มีวิจารณญาณที่ดี ทักษะในการจัดสรรเวลาหน้าจอ ทักษะในการรับมือกับการคุกคามทางโลกออนไลน์ ทักษะในการบริหารจัดการข้อมูลที่ใช้ใช้งานทั้งไว้บนโลกออนไลน์ ทักษะในการรักษาความปลอดภัยของตนเองในโลกออนไลน์ และทักษะในการใช้เทคโนโลยีอย่างมีจริยธรรม



พฤติกรรมกรรมการแชร์ข้อมูลบนโลกออนไลน์ของคนไทย พบว่า มีการแชร์วิดีโอที่ชื่นชอบ อยู่ในระดับมาก และ แชร์ลิงค์ความรู้ อยู่ในระดับมาก ส่วนการแชร์ด้านอื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากพฤติกรรมกรรมการแชร์ ข้อมูลบนโลกออนไลน์ เกิดจากความสนใจ และความแตกต่างระหว่างบุคคลที่มีความชื่นชอบ และพฤติกรรมการใช้ชีวิต ที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับสำรวจของ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2563) ที่สำรวจพฤติกรรมผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตปี 2561 พบว่า พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตยังเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยนาน ขึ้นเป็น 10 ชั่วโมง 5 นาทีต่อวัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 3 ชั่วโมง 41 นาทีต่อวัน โดย Gen Y เป็นแชมป์การใช้งาน อินเทอร์เน็ตสูงที่สุดติดกันเป็นปีที่ 4 เป็นผลมาจากการเปลี่ยนผ่านชีวิตไปสู่ดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น พร้อมกันนี้คนไทยยัง นิยมใช้โซเชียลมีเดีย อาทิ Facebook, Instagram, Twitter และ Pantip สูงมากถึง 3 ชั่วโมง 30 นาทีต่อวัน ขณะที่การรับชมวิดีโอสตรีมมิ่ง เช่น YouTube หรือ Line TV มีชั่วโมงการใช้งานเฉลี่ยอยู่ที่ 2 ชั่วโมง 35 นาทีต่อ วัน ส่วนการใช้แอปพลิเคชันเพื่อพูดคุย เช่น Messenger และ LINE เฉลี่ยอยู่ที่ 2 ชม. ต่อวัน การเล่นเกมออนไลน์ อยู่ที่ 1 ชั่วโมง 51 นาทีต่อวัน และการอ่านบทความหรือหนังสือทางออนไลน์อยู่ที่ 1 ชั่วโมง 31 นาทีต่อวัน

พฤติกรรมการใช้ชีวิตดิจิทัลที่ส่งผลต่อการแชร์ข้อมูลบนโลกออนไลน์ของคนไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว และประเทศไทยได้มีการ วางระบบเครือข่ายให้สามารถให้บริการได้ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ ส่งผลทำให้ประชากรสามารถเข้าถึงโลก ออนไลน์ได้จากทุกหนทุกแห่ง ดังที่ วิริยะ ฤาชัยพาณิชย์ (2560) ได้กล่าวถึง กระแสชีวิตดิจิทัล เป็นกระแสแห่ง เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่คนจำนวนมากบนโลกมีการพึ่งพาเทคโนโลยี อุปกรณ์ในการสื่อสาร รวมถึงการเติบโตของสื่อสังคม (Social Media) สื่อออนไลน์ (Online Media) ที่เข้ามามีอิทธิพลในชีวิตประจำวันของเรา เคียงคู่กับสื่อแบบเก่าอย่าง วิทยุ นิตยสารและโทรทัศน์ เป็นต้น อีกทั้งเรายังใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตในการทำตลาด โดยมีการค้าขาย ออนไลน์ (E-Commerce) และรัชชัย สุขสีดา (2561) ที่กล่าวถึง มนุษย์ดิจิทัลกับพื้นฐานการใช้ชีวิตอย่างปลอดภัยใน โลกยุคดิจิทัล เพื่อเป็นการอยู่ร่วมกันในโลกดิจิทัลอย่างปลอดภัย มีสุขแบบยั่งยืน จึงต้องคำนึงถึงพื้นฐานการใช้ชีวิต อย่างปลอดภัยในโลกยุคดิจิทัล

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

นำผลการวิจัยไปพัฒนาต่อยอดเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสำหรับคนไทย เพื่อนำไปเป็นกรอบในการพัฒนา หลักสูตรในการพัฒนาคนไทยให้มีสมรรถนะดิจิทัล

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาตัวเองขึ้น หรือสมรรถนะดิจิทัลของคนไทย โดยจำแนกตามเจเนอเรชัน (Generations)
- 2) ศึกษาปัจจัยการใช้ชีวิตดิจิทัลของคนไทย โดยจำแนกตามเจเนอเรชัน (Generations)

เอกสารอ้างอิง

Positioning. (2562). เจาะพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล ในวันที่ “อินเทอร์เน็ต” เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้. สืบค้นจาก <https://positioningmag.com/1223343>



ฉัตรชัย นกดี. (2562). สร้างตัวตนบนโลกออนไลน์ อย่างไรให้ปลอดภัย. สืบค้นจาก

<https://www.thaihealth.or.th/Content/50143-สร้างตัวตนบนโลกออนไลน์%20อย่างไรให้ปลอดภัย.html>

ธวัชชัย สุขสีดา. (2561). มนุษย์ดิจิทัลพบพื้นฐานการใช้ชีวิตอย่างปลอดภัยในโลกยุคดิจิทัล. เศรษฐกิจชุมชน. ปีที่ 11 ฉบับที่ 282 วันที่ 16-30 เมษายน 2561.

ธัชสรัญ แก้วศรีสด. (2562). แมนพาวเวอร์กรุ๊ปเผยผลสำรวจคนรุ่นใหม่ยุคดิจิทัล ชีวิตการทำงานต้องยืดหยุ่นตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตแบบครบวงจร. กรุงเทพธุรกิจ. สืบค้นจาก

<https://www.bangkokbiznews.com/pr/detail/65152>

วิริยะ ฤาชัยพาณิชย์. (2560). รู้จักกระแสชีวิตดิจิทัล (Digital Life). สืบค้นจาก

<http://digitalasia.co.th/2017/digital-life/>

เว็บการเงินการธนาคาร. (2562). ข่าวรอบวัน: คนไทย ลดเหลื่อมล้ำ ด้านชีวิตดิจิทัลในรอบ 5 ปี. สืบค้นจาก

<https://www.moneyandbanking.co.th/new/26220/2/detail>

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

(2562). ทักษะดิจิทัล ก้าวสู่ พลเมืองในศตวรรษที่ 21. สืบค้นจาก

<https://www.ops.go.th/main/index.php/knowledge-base/article-pr/1355-goto-citizens21st.html>

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2563). ETDA เปิดพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตปี 61 คนไทยใช้เน็ตเพิ่ม

10 ชั่วโมง 5 นาทีต่อวัน. สืบค้นจาก <https://www.etda.or.th/content/etda-reveals-thailand-internet-user-profile-2018.html>