

ทัศนคติต่อการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการดำเนินชีวิต และความคล่องดิจิทัลของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟ

Digital Natives: Attitudes towards Ways of Life, Behaviors towards Ways of Life and Digital Fluency

ศุภกร จุฑะพล (Suppakorn Chudabala)*

บุหงา ชัยสุวรรณ (Bu-Nga Chaisuwan)**

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการดำเนินชีวิต และความคล่องดิจิทัลของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟ 2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการดำเนินชีวิต กับความคล่องดิจิทัลของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟ และ 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการดำเนินชีวิต กับความคล่องดิจิทัลของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟ โดยการวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ที่มีแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างดิจิทัลเนทีฟ อายุ 15-24 ปี และมีประสบการณ์ใช้งานอินเทอร์เน็ตไม่ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 402 คน ในเขตกรุงเทพฯ ผลการวิจัยพบกลุ่มทัศนคติต่อการดำเนินชีวิต 7 กลุ่ม กลุ่มพฤติกรรมการดำเนินชีวิต 5 กลุ่ม โดยทุกกลุ่มมีความสัมพันธ์กับความคล่องดิจิทัล อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: ดิจิทัลเนทีฟ, ความคล่องดิจิทัล, ทัศนคติต่อการดำเนินชีวิต, พฤติกรรมการดำเนินชีวิต

* นิสิตบัณฑิตศึกษา หลักสูตรนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม สาขานวัตกรรมการสื่อสารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)

** ภาควิชา นวัตกรรมการสื่อสารการตลาด คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)

Abstract

The purposes of this study were 1) to explore Digital Native's attitudes, behaviors and digital fluency 2) to explain relationship among Digital Native's attitudes and digital fluency 3) to explain relationship among Digital Native's behaviors and digital fluency. This research was operated by quantitative method. It employs questionnaires to conduct 402 Digital Natives respondents, 15-24 years old with five years or more experience using the internet in Bangkok. From the findings, there were 7 attitudinal groups and 5 behavioral groups. Every group were 0.01 significantly related to digital fluency.

Keywords: Digital Natives, Digital Fluency, Attitudes towards Ways of Life, Behaviors towards Ways of Life

บทนำ

ดิจิทัลเนทีฟ คือ กลุ่มเยาวชนอายุ 15-24 ปี ผู้มีประสบการณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตไม่ต่ำกว่า 5 ปี (ITU, 2013) กลุ่มนี้ถือเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่เติบโตมาในยุคดิจิทัล มีคุณลักษณะคล้ายกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย และกลุ่มเน็ตเจเน (Tapscott, 2009) มีศักยภาพในการเรียนรู้และใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีระบบปฏิบัติการแบบดิจิทัล เช่น อินเทอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้มีทัศนคติต่อการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการดำเนินชีวิต และความคล่องดิจิทัล แตกต่างจากกลุ่มดิจิทัลอิมมิแกรนท์ (Digital Immigrants) หรือกลุ่มผู้ใหญ่ที่เติบโตมากับสื่อสิ่งพิมพ์และเทคโนโลยีการสื่อสารแบบอนาล็อก แต่จำเป็นต้องปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล (Prensky, 2001)a ทว่าทั้งกลุ่มดิจิทัลเนทีฟและดิจิทัลอิมมิแกรนท์ต้องดำรงชีวิตอยู่ในพื้นที่เดียวกันบ่อยครั้ง จึงมีความขัดแย้งอันเกิดจากความแตกต่างด้านทัศนคติต่อการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการดำเนินชีวิต และความคล่องดิจิทัล ตัวอย่างความขัดแย้งที่ว่า เช่น เมื่ออยู่ในสถานศึกษา กลุ่มดิจิทัลเนทีฟ เอาใจใส่กับการเรียนการสอนน้อยลง ขาดสมาธิ และมักจะไม่จดจ่อกับการเรียนการสอนที่ผู้สอน (กลุ่มดิจิทัลอิมมิแกรนท์) ไม่เปิดโอกาสให้มีปฏิสัมพันธ์ (Prensky, 2001)a หรือเมื่ออยู่ในที่ทำงาน กลุ่มดิจิทัลเนทีฟซึ่งเป็นพนักงานรุ่นใหม่มักจะตั้งคำถามโต้แย้งกับ

เจ้านายรุ่นก่อน (กลุ่มดิจิทัลอิมมิแกรนท์) เกี่ยวกับภาระงานที่ตนได้รับมอบหมาย ก่อนลงมือทำ ชอบแสดงความเห็นต่าง ขาดวินัยและความตรงต่อเวลาในการทำงาน อีกทั้งชอบทำตามใจ ไม่เคารพเชื่อฟังผู้ใหญ่และย้ายงานบ่อย และมีความผูกพันต่อองค์กรน้อย (Zur & Zur, 2011) โดยปัญหาดังกล่าวถือเป็นวิกฤติความขัดแย้งทางบุคลิกภาพ (personality clash crisis) ภายในองค์กร กล่าวคือ พนักงานที่มีอายุอยู่ในช่วงต่างเจนเนอเรชันกันมีทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างและเป็นปัญหาต่อกัน (PWC, 2013) ส่งผลให้หลายองค์กรสูญเสียทรัพยากรมนุษย์ อันเป็นกำลังสำคัญในการสร้างนวัตกรรม

นอกเหนือจากความขัดแย้งดังกล่าว เมื่อพิจารณากลุ่มดิจิทัลเนทีฟในมิติของผู้บริโภค กลุ่มนี้ไม่ได้เป็นเพียงผู้บริโภคแต่เป็นผู้มีส่วนร่วมในการผลิตและบริโภค (prosumer) เพราะสามารถใช้งานอินเทอร์เน็ต เพื่อสื่อสารความต้องการของตนกับผู้ผลิตได้อย่างรวดเร็ว ช่วยให้เกิดการผลิตสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของตนมากที่สุด (Tapscott, 2009) กระนั้นธุรกิจส่วนใหญ่ ก็ยังไม่ได้ปรับตัวให้ผลิตสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการผู้บริโภคกลุ่มนี้อย่างมีประสิทธิภาพ สังเกตจากผู้บริโภคในสหรัฐฯ มีการเปลี่ยนตราสินค้าเพิ่มขึ้นในระยะเวลาอันสั้น แม้ว่าการตลาดจะกล่าวถึงแนวโน้มทางการตลาดยุคใหม่ที่ธุรกิจต้องมุ่งสร้างประสบการณ์เฉพาะให้ผู้บริโภค แต่ในกลุ่มผู้ผลิตเองก็ยังไม่มียุทธศาสตร์ใดที่สร้างประสบการณ์เฉพาะให้ผู้บริโภคได้อย่างโดดเด่นเป็นรูปธรรม (Accenture, 2013) สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า องค์กรและบุคลากรยังขาดความรู้ความเข้าใจต่อทัศนคติและพฤติกรรมการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคยุคใหม่

กลุ่มดิจิทัลเนทีฟใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อเชื่อมต่อกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในการบอกต่อเนื้อหาสาระที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับว่าได้รับเนื้อหาสารนั้นมาจากใคร การตัดสินใจบอกต่อเช่นนี้ สอดคล้องกับหลักเกณฑ์เพ็ดดิกรี (Pedigree criteria) อันหมายถึงหลักในการตัดสินใจที่ผู้รับสารจะยึดเอาตัวบุคคลผู้ส่งสารเป็นเกณฑ์ ในการประเมินความไว้วางใจข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ (Bartlett & Miller, 2011) กระนั้น แม้จะได้รับข้อมูลข่าวสารจากบุคคลที่น่าเชื่อถือ แต่ข้อมูลข่าวสารในเครือข่ายสังคมออนไลน์ อาจยังไม่ได้รับการตรวจสอบแหล่งที่มา และอาจมีเนื้อหาไม่เหมาะสม (เช่น เนื้อหาประเภทการโฆษณาชวนเชื่อ) สังเกตได้จาก ผลวิจัยพฤติกรรมผู้ใช้งาน

อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ [สพธอ.] (2557) พบว่า สัดส่วนของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ทำกิจกรรมแชร์ภาพ/ส่งภาพ/ข้อความที่ไม่เหมาะสม โดยไม่ตรวจสอบแหล่งที่มา มีจำนวนเพิ่มขึ้นตามสัดส่วนของกลุ่มอายุ สะท้อนว่าผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต เมื่อมีอายุมากขึ้น จะยิ่งขาดความรู้เท่าทันในการใช้งาน

ที่ว่ากลุ่มดิจิทัลเนทีฟ ถือเป็นกลุ่มที่มีการทำกิจกรรมแชร์ภาพ/ส่งภาพ/ข้อความที่ไม่เหมาะสมน้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มที่มีอายุมาก (สพธอ., 2557) จึงมีความน่าสนใจในการศึกษาดิจิทัลเนทีฟกับการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นหนึ่งในเทคโนโลยีดิจิทัล ด้วยตัวแปรความคล่องดิจิทัล (Digital fluency) อันหมายถึงความสามารถในการวิเคราะห์ และประเมินค่าข้อมูลข่าวสารที่มีรูปแบบดิจิทัลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างแตกฉาน โดยความคล่องดิจิทัลประกอบไปด้วยความรู้ ทักษะ ทักษะคิดต่อการใช้ดิจิทัล และความรู้เท่าทันดิจิทัล ซึ่งความรู้เท่าทันดิจิทัล หมายถึง ทักษะคิดและพฤติกรรมการใช้ดิจิทัลอย่างรู้เท่าทัน

ปัญหานำวิจัย

1. กลุ่มดิจิทัลเนทีฟ มีทัศนคติต่อการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการดำเนินชีวิต และความคล่องดิจิทัลเป็นอย่างไร
2. ทักษะคิดต่อการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการดำเนินชีวิต มีความสัมพันธ์กับความคล่องดิจิทัลของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟอย่างไร

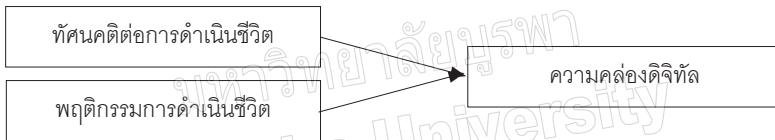
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการดำเนินชีวิต และความคล่องดิจิทัลของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการดำเนินชีวิตกับความคล่องดิจิทัลของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการดำเนินชีวิตกับความคล่องดิจิทัลของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟ

สมมุติฐาน

1. กลุ่มทัศนคติต่อการดำเนินชีวิต มีความสัมพันธ์กับความคล่องดิจิทัลของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟ
2. กลุ่มพฤติกรรมกรรมการดำเนินชีวิต มีความสัมพันธ์กับความคล่องดิจิทัลของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟ

กรอบแนวคิดการวิจัย



Chuma (2014) ทำการวิจัยในหัวข้อ กรณีศึกษาความหมายทางสังคมของการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ของกลุ่ม Digital Natives ในประเทศแอฟริกาใต้ ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า สมาร์ทโฟนเป็นสิ่งจำเป็นที่กลุ่ม Digital Natives ในแอฟริกาใต้จำเป็นต้องมี หากปราศจากสมาร์โฟน กลุ่ม Digital Natives จะรู้สึกวางเปล่า (Nakedness) และโหวงเหง (Withdrawal) ด้าน Hanh, and Paybaraud (2012) วิจัยกลุ่ม Digital Natives เพื่อระบุคุณลักษณะ พร้อมทั้งประเมินแนวโน้มของเทคโนโลยีและโปรแกรมประยุกต์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้สินค้าและเทคโนโลยี (อันมีลักษณะเฉพาะ) และทำความเข้าใจวิธีการของกลุ่ม Digital Natives ในการแก้ปัญหาหรือมองหาสิ่งขัดเขยหากปราศจากเทคโนโลยี การวิจัยนี้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง Digital Natives ที่มีอายุ 15-30 ปี อาศัยอยู่ในสหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา เยอรมันนี และจีน จำนวน 2,800 คน และสัมภาษณ์ผู้นำทางความเห็นของกลุ่ม Digital Natives จำนวน 8 คน โดยผลการวิจัยจะปรากฏอยู่ในส่วนเนื้อหาของการอภิปรายของบทความฉบับนี้ สำหรับRosen (2010) และ Prensky (2001a, 2001b quoted in Zur & Zur, 2011) ศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะของกลุ่ม Digital Natives และกลุ่ม Digital Immigrants พบทัศนคติและพฤติกรรมการใช้ ICT ที่มีความเกี่ยวข้องกับทัศนคติต่อการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมกรรมการดำเนินชีวิตด้านต่าง ๆ ผลการวิจัยปรากฏอยู่ในส่วนเนื้อหาของการอภิปรายในบทความฉบับนี้เช่นกัน

ระเบียบวิธีวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ส่วน ส่วนแรกเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล มีคำถามทั้งหมด 7 ข้อ ส่วนที่สองเกี่ยวกับความคล่องดิจิทัล โดยเลือกสำรวจความคล่องดิจิทัลเฉพาะในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่ได้รับความนิยมสูงจากผู้ใช้งานชาวไทย ได้แก่ เฟซบุ๊ก ไลน์ และอินสตราแกรม (สพรอ., 2557) ส่วนนี้มีคำถามทั้งหมด 13 ข้อ แบ่งเป็น 8 ข้อแรก พัฒนาข้อคำถามมาจากแนวคิดความคล่องดิจิทัลของ Briggs and Makice (2012) และ 5 ข้อที่เหลือ พัฒนาข้อคำถามมาจากงานวิจัยของ Barlett and Miller (2011) ส่วนที่สามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมกาารดำเนินชีวิต มีคำถามทั้งหมด 55 ข้อพัฒนาข้อคำถามมาจากแนวคิดคุณลักษณะ 8 ประการ อันเกิดจากตัวแปรทัศนคติและพฤติกรรมกาารดำเนินชีวิตของกลุ่มเน็ตเจเนน (Tapscott, 2009) โดยแบ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการดำเนินชีวิตทั้งหมด 30 ข้อ และคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกาารดำเนินชีวิตทั้งหมด 25 ข้อ โดยการพัฒนาข้อคำถามดังกล่าว ใช้วิธีหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ใช้มาตรวัดแบบ five pointed rating scale และมีค่าความเชื่อมั่น (reliability test) โดยรวม 0.939

จากนั้นนำแบบสอบถามมาเก็บข้อมูลกับกลุ่มดิจิทัลเน็ตฟ ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 402 คน มีการกำหนดตัวอย่าง (quota sampling) โดยจำแนกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มละ 134 คน แบ่งตามช่วงอายุ ได้แก่ 15-17 ปี 18-20 ปี และ 21-24 ปี ใช้การสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง และการสุ่มตามสะดวก เก็บข้อมูลตามสถานศึกษา อันได้แก่ โรงเรียนและมหาวิทยาลัย ของรัฐและเอกชน และตามสถานที่ทำงาน อันเป็นบริษัทเอกชนและหน่วยงานราชการ โดยเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม - 1 มีนาคม 2558 สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจและการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัย

ค่าเฉลี่ยรวมของทัศนคติต่อการดำเนินชีวิตอยู่ที่ 4.16 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ นำมาจัดกลุ่มทัศนคติต่อการดำเนินชีวิตได้ทั้งสิ้น 7 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มทัศนคติต่อการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 1 The Participant: กลุ่มผู้มีส่วนร่วม ต้องการการมีส่วนร่วมสูง ขึ้นชอบผู้สอนที่เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในชั้นเรียน และขึ้นชอบเจ้านายที่มีปฏิสัมพันธ์

กลุ่มทัศนคติต่อการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 2 The Libertarian: กลุ่มหัวเสรี ยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่าง ยอมรับความหลากหลายทางสภาพร่างกายและความหลากหลายทางเพศ คิดเห็นบนกฎกติกาของสังคม และไม่คิดซื้อสินค้าหรือร่วมงานกับองค์กรที่หลอกลวงผู้บริโภค

กลุ่มทัศนคติต่อการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 3 The Initiator: กลุ่มผู้ริเริ่ม ต้องการสินค้านวัตกรรมใหม่ เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตตลอดเวลา หากเชื่อมต่อไม่ได้จะรู้สึกมีบางอย่างขาดหาย

กลุ่มทัศนคติต่อการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 4 The Adapter: กลุ่มผู้ปรับแต่ง ขึ้นชอบผลิตภัณฑ์ที่ต้นออกแบบ กำหนด ปรับแต่งคุณลักษณะได้ตามความต้องการ รวมถึงเปลี่ยนแปลงหรือแลกเปลี่ยนได้

กลุ่มทัศนคติต่อการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 5 The Investigator: กลุ่มจอมสืบ มีความรู้เท่าทัน ไม่เชื่อถือข้อมูลข่าวสารได้ง่าย ๆ โดยเฉพาะข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต

กลุ่มทัศนคติต่อการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 6 The Traveller: กลุ่มนักเดินทาง ไม่ชอบการผูกมัดระยะยาว ไม่กลัวหากต้องเปลี่ยนงานหรือเปลี่ยนสถานที่เรียน

กลุ่มทัศนคติต่อการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 7 The Freelancer: กลุ่มรักอิสระ ต้องการเลือกสถานที่และเวลาในการทำงานได้เอง คิดว่าตนไม่จำเป็นต้องเข้าเรียนหรือเข้าทำงานตรงเวลาก็ได้ แต่ทำงานที่ได้รับมอบหมายให้เสร็จสมบูรณ์ก็เพียงพอแล้ว

ด้านพฤติกรรมการดำเนินชีวิต มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.13 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับมาก โดยนำมาจัดกลุ่มพฤติกรรมการดำเนินชีวิตได้ 5 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มพฤติกรรมการดำเนินชีวิต กลุ่มที่ 1 The Energetician: กลุ่มพลังสูง กระตือรือร้น โต้ตอบการแชท และตรวจเช็คการแจ้งเตือนในเครือข่ายสังคมออนไลน์เร็ว

กลุ่มพฤติกรรมการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 2 The Searcher: กลุ่มนักค้นหา ใช้งานอินเทอร์เน็ตค้นหาข้อมูลเพื่อสมัครเรียนหรือสมัครงาน รวมถึงค้นหาข้อมูลสินค้าที่ตนสนใจก่อนตัดสินใจซื้อ

กลุ่มพฤติกรรมการค้าเนนชีวิตกลุ่มที่ 3 The Customizer: กลุ่มช่างเลือก เน้นเป็นตัวของตัวเอง ใช้สินค้าที่สะท้อนตัวตนชัดเจน สร้างโปรไฟล์ในเครือข่ายสังคม ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

กลุ่มพฤติกรรมการค้าเนนชีวิตกลุ่มที่ 4 The Activist: กลุ่มนักบรรจงค์ ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อบอกต่อเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชั่นของนักการเมือง อีกทั้งบอกต่อเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่โฆษณาเกินจริง

กลุ่มพฤติกรรมการค้าเนนชีวิตกลุ่มที่ 5 The Collaborator: กลุ่มผู้ร่วมมือ ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำงานร่วมกับผู้อื่นทั้งในขณะเรียนหรือทำงาน ร่วมกันอ่านหรือเขียนวิเคราะห์ วิจารณ์ รีวิวแสดงความเห็น เกี่ยวกับสินค้าและบริการทาง อินเทอร์เน็ต

ด้านความคล่องดิจิทัลในเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีผลการวิเคราะห์ตามตาราง ดังนี้

ความคล่องดิจิทัล	MEAN	S.D.	แปลผล
ค่าเฉลี่ยรวมระดับความรู้	4.43	0.65	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวมระดับทักษะ	4.29	0.66	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวมระดับทัศนคติ	4.12	0.69	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมระดับความรู้เท่าทันดิจิทัล	4.30	0.54	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวมความคล่องดิจิทัลในเครือข่ายสังคมออนไลน์ (คำนวณรวม)	4.29	0.48	มากที่สุด

เมื่อสำรวจความคล่องดิจิทัลของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีผลรวมค่าเฉลี่ย 4.29 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.48)

ผลการพิสูจน์สมมุติฐานที่ 1 กลุ่มทัศนคติต่อการดำเนินชีวิตของกลุ่มดิจิทัลเน็ตพี มีความสัมพันธ์กับความคล่องดิจิทัลของกลุ่มดิจิทัลเน็ตพี

	The Participant	The Libertarian	The Initiator	The Adapter	The Investigator	The Traveler	The Freelancer
ความคล่องดิจิทัล	0.511**	0.486**	0.360**	0.458**	0.453**	0.355**	0.257**

** ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ระดับ 0.01 (2-tailed)

จากสมมุติฐานพบว่า ทุกกลุ่มทัศนคติต่อการดำเนินชีวิต มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความคล่องดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการพิสูจน์สมมุติฐานที่ 2 กลุ่มพฤติกรรมการดำเนินชีวิตของกลุ่มดิจิทัลเน็ตพี มีความสัมพันธ์กับความคล่องดิจิทัลของกลุ่มดิจิทัลเน็ตพี

	The Energetician	The Searcher	The Customizer	The Activist	The Collaborator
ความคล่องดิจิทัล	0.498**	0.473**	0.397**	0.374**	0.347**

** ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ระดับ 0.01 (2-tailed)

จากสมมุติฐานพบว่า ทุกกลุ่มพฤติกรรมการดำเนินชีวิต มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความคล่องดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิปรายผลการวิจัย

อภิปรายผลกลุ่มทัศนคติต่อการดำเนินชีวิต

1. กลุ่ม The Participant มีทัศนคติต่อการดำเนินชีวิตใกล้เคียงกับผลวิจัยของ Rosen and Prensky (2010; 2001 as cited in Zur & Zur, 2011) ที่ศึกษาในกลุ่มดิจิทัลเน็ตพีในสหรัฐฯ พบว่า เป็นกลุ่มที่ต้องการการมีปฏิสัมพันธ์หรือมีส่วนร่วมกับผู้สอนหรือเจ้านายสูง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการเรียนรู้และทำงานในเชิงบวก

2. กลุ่ม The Libertarian ยอมรับความหลากหลายทางสภาพร่างกาย และความหลากหลายทางเพศสูง โดยในประเด็นเพศ โกล้เคียงกับผลวิจัยของมุลินนิ เพื่อคนไทย (2557) ที่ระบุว่า เยาวชนไทยร้อยละ 44 คิดเห็นว่า การเบี่ยงเบนทางเพศ เป็นพฤติกรรมที่ไม่ใช่เรื่องผิด อีกทั้งสอดคล้องกับข้อสังเกตของ Tapscott (2009) ที่ว่า กลุ่มเน็ตเจเนนในแคนาดายอมรับความหลากหลายทางสภาพร่างกายเพิ่มขึ้น

3. กลุ่ม The Initiator ต้องการซื้อสินค้าเทคโนโลยีเมื่อมีรุ่นใหม่วางจำหน่าย ทศนคติต่อการดำเนินชีวิตดังกล่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hahn and Puybraud (2012) ที่ระบุว่า กลุ่มดิจิทัลเนทีฟในสหรัฐฯ สหราชอาณาจักร เยอรมนี และจีน มีความต้องการเป็นผู้นำการใช้งานเทคโนโลยีและโปรแกรมประยุกต์ โดยร้อยละ 84 ของดิจิทัลเนทีฟในสหรัฐอเมริกา คิดว่าการใช้งานเทคโนโลยีใหม่ทำให้รู้สึกว่าคุณ เป็นผู้นำ

4. กลุ่ม The Initiator เมื่อเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตไม่ได้ จะรู้สึกว่ามีบางอย่าง ในชีวิตขาดหาย สอดคล้องกับผลวิจัยของ Chuma (2014) ที่ศึกษาในกลุ่มดิจิทัลเนทีฟ ในแอฟริกาใต้ พบว่า หากกลุ่มดิจิทัลเนทีฟ ขาดสมาร์ตโฟน จะรู้สึกว่าคุณชีวิตของตน ว่างเปล่า หากแบตเตอรี่หมดจะรู้สึกเหมือนลูกของตนเสียชีวิตนอกจากนี้ ทศนคติ ในการดำเนินชีวิตดังกล่าวยังสอดคล้องกับผลวิจัยของ Hanh and Puybraud (2012) ที่ระบุว่า ร้อยละ 52 ของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟในเยอรมนียอมรับว่า หากปราศจาก เทคโนโลยี จะรู้สึกว่าคุณหมดสิ้นศักยภาพในการดำเนินชีวิต

5. กลุ่ม The Adapter และกลุ่ม The Participant ขึ้นขอสินค้าที่ตอบสนอง ความเพลิดเพลิน ต้องการออกแบบคุณลักษณะสินค้า หรือ ดัดแปลงผลิตภัณฑ์ที่ตน ซื้อได้เองสอดคล้องกับแนวคิด Prosumers ของ Tapscott (2009) ที่กล่าวถึงกลุ่ม เน็ตเจเนนในแคนาดาว่า เป็นกลุ่มที่ต้องการการมีส่วนร่วมในการผลิตและบริการ คาดหวังความเพลิดเพลิน และประสบการณ์จากการใช้สินค้าและบริการ

6. กลุ่ม The Adapter ต้องการการตอบกลับจากผู้สอนหรือเจ้านายทันที สอดคล้องกับแนวคิดของ Tapscott (2009) ที่ว่ากลุ่มเน็ตเจเนนคาดหวังให้เจ้านาย หรือผู้สอน ตอบกลับเนื้องานของตนอย่างรวดเร็ว แต่การตอบกลับรวดเร็ว อาจทำให้ กลุ่มดิจิทัลเนทีฟขาดความอดทนในการรอคอย ดังที่พบในผลวิจัยของ Rosen and Prensky (2010; 2001a as cited in Zur and Zur, 2011) ที่ว่า ดิจิทัลเนทีฟในสหรัฐฯ

ขอความพึงพอใจและรางวัลที่ได้มาโดยไว จึงอาจทำให้ไม่เห็นคุณค่าของการรอคอย

7. กลุ่ม The Traveller เข้ามาในสถานที่ทำงานเพื่อเรียนรู้ เสริมประสบการณ์ เก็บเกี่ยวต้นทุนทางเศรษฐกิจและความสัมพันธ์เพื่อเป้าหมายในการมีกิจการของตนทัศนคติต่อการดำเนินชีวิตดังกล่าว ใกล้เคียงกับผลวิจัยของมุลนิธิเพื่อคนไทย (2557) ที่พบว่า อาชีพในฝันอันดับแรกของเยาวชนไทย ร้อยละ 31 อยากรับเป็นเจ้าของกิจการของตนเอง อีกทั้งสอดคล้องกับผลวิจัยของ Rosen and Prensky (2010; 2001a as cited in Zur and Zur, 2011) และ Tapscott (2009) ที่พบว่า ในสหรัฐอเมริกาดิจิทัลเนทีฟเป็นกลุ่มที่คิดจะทำงานหลายงาน ไปตลอดช่วงชีวิต

8. กลุ่ม The Freelancer มีทัศนคติต่อการดำเนินชีวิตใกล้เคียงกับกลุ่มดิจิทัลเนทีฟในสหรัฐฯ ตามผลวิจัยของ Rosen and Prensky (2010; 2001a as cited in Zur and Zur, 2011) ที่พบว่ากลุ่มดิจิทัลเนทีฟในสหรัฐฯ ชอบทำงานในวัน เวลา และสถานที่ที่ตนเองกำหนดเองได้ เช่น นำงานประจำของตนมานั่งทำในร้านคาเฟ่ ช่วงสุดสัปดาห์ เป็นต้น

อภิปรายผลกลุ่มพฤติกรรมการดำเนินชีวิต

1. กลุ่ม The Energetician และกลุ่ม The Searcher มีพฤติกรรมการดำเนินชีวิตใกล้เคียงกลุ่มดิจิทัลเนทีฟในสหรัฐฯ และกลุ่มเน็ตเจเนนในแคนาดาที่ว่า เป็นกลุ่มผู้มีส่วนร่วมที่กระตือรือร้น มีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์สม่ำเสมอ และมีการสื่อสารที่รวดเร็วโดยใช้อินเทอร์เน็ตในการสืบค้น (Tapscott, 2009; Zur&Zur, 2011) นอกจากนี้ กลุ่ม The Energetician และกลุ่ม The Searcher ยังมีพฤติกรรมการดำเนินชีวิตแบบพหุภารกิจ มักทำกิจกรรมมากกว่าหนึ่งอย่างไปพร้อม ๆ กัน สอดคล้องกับผลวิจัยของ Rosen and Prensky (2010; 2001a as cited in Zur and Zur, 2011) ที่พบว่า กลุ่มดิจิทัลเนทีฟในสหรัฐฯ มักจะทำสิ่งต่าง ๆ แบบสลับไปสลับมา (task switching) เช่น ทำงานไปพร้อม ๆ กับใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งพฤติกรรมการดำเนินชีวิตดังกล่าว Prensky (2001a; 2001b) มองว่าเป็นพฤติกรรมของผู้เรียนในสหรัฐฯ ที่เติบโตมากับการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัล

2. กลุ่ม The Energetician ชอบร่วมกิจกรรมหรือเล่นเกมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ พฤติกรรมการดำเนินชีวิตดังกล่าว ใกล้เคียงกับกลุ่มดิจิทัลเนทีฟในฮ่องกง จากผลวิจัยของ Kennedy and Fox (2013) ที่พบว่า ร้อยละ 57 ใช้คอมพิวเตอร์

เพื่อเล่นเกม ทุกสัปดาห์ นอกจากนี้ เมื่อกลุ่ม The Energetician เกิดความเครียดจากการเรียนหรือการทำงาน จะใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อผ่อนคลายความเครียด สอดคล้องกับข้อสังเกตของ Tapscott (2009) ที่ว่า เมื่อกลุ่มเน็ตเจเนนในแคนาดารู้สึกว่าตนทำงานหนัก จะใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการผ่อนคลาย โดย Tapscott เรียกพฤติกรรมการณ์ดำเนินชีวิตนี้ว่า การใช้ดิจิทัลเพื่อพักเบรก (digital break)

3. กลุ่ม The Customizer ซื้อสินค้าหรือบริการที่ทันสมัย ล้ำสมัย ใกล้เคียงกับดิจิทัลเนทีฟในสหรัฐฯ สหราชอาณาจักร เยอรมนี และจีน จากผลวิจัยของ Hanh and Puybaraud (2012) ที่พบว่า ส่วนใหญ่ใช้งานสินค้าแบรนด์ apple และใช้บริการ cloud ในการดำเนินชีวิต นอกจากนี้กลุ่ม The Customizer ยังมีพฤติกรรมการณ์ดำเนินชีวิตที่เน้นการสร้างตัวตนเสมือน (virtual identity) ด้วยการปรับแต่งโปรไฟล์ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ให้โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ เหมือนกับดิจิทัลเนทีฟในสหรัฐฯ จากผลวิจัยของ Rosen and Prensky (2010; 2001a as cited in Zur and Zur, 2011) ที่พบว่า กลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับสิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตจริงเทียบเท่ากับสิ่งที่เกิดขึ้นในโลกเสมือน กระทั่งบางครั้งอาจรู้สึกว่าคุณชีวิตในโลกออนไลน์น่าพึงพอใจมากกว่าในโลกจริง

4. กลุ่ม The Activists ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการตรวจสอบ เช่น แชรข้อมูลการทุจริตคอร์ปชั่นของนักการเมือง หรือบอกต่อเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่โฆษณาเกินจริง พฤติกรรมการณ์ดำเนินชีวิตดังกล่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hanh and Puybaraud (2012) ที่ระบุว่า กลุ่มดิจิทัลเนทีฟใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อร่วมกันตรวจสอบ วิพากษ์ แก้ไข และพัฒนาเนื้อหาให้เกิดความถูกต้อง

5. กลุ่ม The Activist เปิดรับข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตหลายแหล่งเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง พฤติกรรมการณ์ดำเนินชีวิตดังกล่าวเหมือนกับกลุ่มเน็ตเจเนนในแคนาดา (Tapscott, 2009) นอกจากนี้กลุ่ม The Activist และกลุ่ม The Collaborator ยังใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่ออ่าน หรือแสดงความเห็นเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ใกล้เคียงกับกลุ่มดิจิทัลเนทีฟในสหรัฐฯ สหราชอาณาจักร เยอรมนี และจีนจากผลวิจัยของ Hanh and Puybaraud (2012) ที่ระบุว่า ร้อยละ 17.3 ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเลือกซื้อสินค้าและเข้าชมเนื้อหาเกี่ยวกับผู้บริโภค

อภิปรายผลความคล่องดิจิทัล

กลุ่มดิจิทัลเนทีฟ เป็นกลุ่มเยาวชนที่มีความคล่องดิจิทัลในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความรู้ ทักษะ และความรู้เท่าทันดิจิทัล ในระดับสูงที่สุด และด้านทัศนคติต่อการใช้ดิจิทัลในระดับสูง จัดว่าเป็นกลุ่มที่มีความสามารถในการเรียนรู้การใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นโปรแกรมประยุกต์ที่ดิจิทัลเนทีฟใช้งานในชีวิตประจำวัน ประเด็นดังกล่าว ใกล้เคียงกับผลวิจัยของ Bolonga, Lupu and Sabau (2007) ที่พบว่า ระดับความคล่องดิจิทัลของกลุ่มผู้เรียน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการเรียนรู้วิธีใช้งานโปรแกรมประยุกต์ในชีวิตประจำวัน

อภิปรายผลสมมุติฐาน

จากสมมุติฐานที่ 1 และ 2 พบว่า กลุ่มทัศนคติต่อการดำเนินชีวิต และกลุ่มพฤติกรรมการดำเนินชีวิตทุกกลุ่ม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความคล่องดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงวิเคราะห์ได้ว่า หากกลุ่มดิจิทัลเนทีฟมีทัศนคติต่อการดำเนินชีวิตแบบเปิดรับสิ่งใหม่มากขึ้น มีความรู้สึกเชิงบวกต่อตนเอง เมื่อใช้ดิจิทัลเพิ่มขึ้น และมีพฤติกรรมการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานดิจิทัลเพิ่มขึ้นก็จะทำให้มีความคล่องดิจิทัลเพิ่มขึ้น ใกล้เคียงกับข้อค้นพบของ Wang Myers and Sundaram (2012) ที่ว่า กลุ่มดิจิทัลเนทีฟมีความคล่องดิจิทัลเพิ่มขึ้นตามจำนวนความถี่ในการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัล มีความมั่นใจ และความเอาใจใส่ต่อการใช้งานเทคโนโลยี มีการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ และมีทัศนคติในเชิงบวกต่อตนเองเมื่อใช้งานเทคโนโลยี นอกจากนี้ ยังใกล้เคียงกับผลวิจัยของ Green (2005) ที่พบว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดรับสิ่งใหม่ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความคล่องดิจิทัลที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.4 อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และใกล้เคียงกับผู้ที่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้งานเทคโนโลยี (ตั้งแต่ช่วงที่เริ่มต้นใช้งาน) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความคล่องดิจิทัล ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.2 อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมุ่งศึกษาเพียงบริบทใดบริบทหนึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการค้นหาองค์ความรู้ด้านดิจิทัลเน็ตเวิร์กในเชิงลึก
2. ควรศึกษาวิจัยเชิงบุกเบิก เพื่อค้นหาปัจจัยอันก่อให้เกิดคุณลักษณะของดิจิทัลเน็ตเวิร์ก โดยอาจนำแบบจำลองความคล่องตัวของดิจิทัลเน็ตเวิร์กของ Wang Myers and Sundaram (2012) มาประยุกต์ใช้ อันจะส่งผลให้นิยามเชิงปฏิบัติการของดิจิทัลเน็ตเวิร์กมีความละเอียด และนำไปใช้งานในการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
3. ขยายขอบเขตการศึกษาไปยังกลุ่มดิจิทัลอิมมิแกรนท์ โดยมุ่งศึกษาว่ายังมีทัศนคติต่อการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการดำเนินชีวิตของกลุ่มดิจิทัลเน็ตเวิร์กแบบใดบ้าง ที่เหมือนหรือต่างกับกลุ่มดิจิทัลอิมมิแกรนท์ในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะเพื่อการประยุกต์ใช้

1. ดิจิทัลเน็ตเวิร์กกลุ่ม The Participant และ The Adapter ต้องการการตอบกลับจากเจ้านายหรือผู้สอนทันที ฉะนั้น เจ้านายในองค์กร หรือผู้สอนในสถานศึกษา (กลุ่มดิจิทัลอิมมิแกรนท์) หากต้องร่วมงานกับกลุ่มนี้ ควรลดระยะห่างทางการสื่อสาร เปลี่ยนรูปแบบการสื่อสารจากฝ่ายเดียวเป็นการสื่อสารที่มีปฏิสัมพันธ์ และการตอบกลับอย่างรวดเร็ว การตอบกลับอย่างรวดเร็วจะช่วยลดความขัดแย้งอันเกิดจากความแตกต่างทางบุคลิกภาพ เพิ่มความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างกลุ่มดิจิทัลเน็ตเวิร์ก และกลุ่มดิจิทัลอิมมิแกรนท์ อีกทั้งช่วยเพิ่มแรงจูงใจและประสิทธิภาพในการเรียนหรือการทำงานให้กลุ่มดิจิทัลเน็ตเวิร์กมากขึ้น เพราะเมื่อดิจิทัลเน็ตเวิร์กได้รับการตอบกลับก็จะเชื่อว่าตนกำลังทำงาน โดยที่มุ่งไปสู่ความสำเร็จในองค์กรหรือสถาบันนั้น ๆ
2. บุคลากรด้านสื่อสารการตลาด ควรมุ่งเน้นไปที่การสร้างความรู้ผูกพันกับผู้บริหารกลุ่มดิจิทัลเน็ตเวิร์ก ในสภาพเศรษฐกิจที่ผู้บริหารมีความภักดีต่อแบรนด์น้อยลง การสร้างความรู้ผูกพันระหว่างตราสินค้ากับผู้บริหาร เช่น การเปิดโอกาสให้ผู้บริหารได้มีส่วนร่วมในการสร้าง ดัดแปลง เลือกเพิ่มลดสินค้าได้ตามความต้องการ หรือการกระตุ้นให้เข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยเกม และการส่งเสริมให้เกิดการ

บอกต่อเกี่ยวกับประสบการณ์ของผู้ใช้สินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นต้น จึงถือเป็นกลยุทธ์ที่ดีในการสร้างและรักษฐานลูกค้ากลุ่มดิจิทัลเน็ตฟ ที่มัลักษณะ เป็น Prosumer ดังที่เห็นได้จากกลุ่ม The Adapter The Energetician The Activist และ The Collaborator นอกจากนี้ ดิจิทัลเน็ตฟโดยรวม ยังเป็นกลุ่มที่มีความคล่อง ดิจิทัลด้านความรู้เท่าทันสูง ชอบค้นหา ตรวจสอบ และบอกต่อประสบการณ์การใช้ สินค้า แปรนดจึงควรสื่อสารกับกลุ่มนี้อย่างซื่อสัตย์ และมีกลยุทธ์ในการจัดการวิกฤติ ออนไลน์ที่อาจเกิดขึ้นได้ หากกลุ่มดิจิทัลเน็ตฟที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์บอกต่อ เกี่ยวกับสินค้าหรือแบรนด์ในเชิงลบ

3. คุณลักษณะของกลุ่มดิจิทัลเน็ตฟบางกลุ่มยังมีประเด็นที่น่ากังวลใจ เช่น กลุ่ม The Customizer อาจรู้สึกว่ ชีวิตในโลกออนไลน์น่าพึงพอใจกว่าในโลกจริง หรือกลุ่ม The Energetician ที่ต้องพักผ่อนด้วยการใช้ดิจิทัลซึ่งทัศนคติและพฤติกรรม การดำเนินชีวิตดังกล่าว อาจก่อให้เกิดการเสพติดดิจิทัล รวมถึงอิทธิพลจากความ รวดเร็วของเทคโนโลยี ก็อาจทำให้กลุ่มเหล่านี้ขาดความยับยั้งชั่งใจ ฉะนั้น หน่วยงาน ภาครัฐจึงควรส่งเสริมให้เยาวชนกลุ่มดิจิทัลเน็ตฟใช้ดิจิทัลอย่างรู้เท่าทัน หรือสนับสนุน ให้ผู้ประกอบการของกลุ่มดิจิทัลเน็ตฟทำความเข้าใจการใช้ดิจิทัลของบุตรหลานไป พร้อม ๆ กับการให้คำแนะนำในการดำเนินชีวิต เช่น ชี้ให้เห็นประโยชน์ของการมี ปฏิสัมพันธ์แบบต่อหน้า ส่งเสริมให้เห็นคุณค่าของการตรงต่อเวลาและการอดทน รอคอยเพื่อให้ได้สิ่งใดสิ่งหนึ่ง และปลูกฝังให้เข้าใจว่า ไม่ควรมีทัศนคติต่อการดำเนิน ชีวิต และพฤติกรรมกรดำเนินชีวิตที่มุ่งเพียงตอบสนองความต้องการของตนมาก เกินไป จนลืมนึกถึงความต้องการของผู้อื่น

บรรณานุกรม

- Accenture. (2013). Global Consumer Pulse Survey. [Power Point Research Report]. Retrieved from <http://www.accenture.com/SiteCollectionDocuments>
- Bartlett, J., & Millers, C. (2011). Truth, lies and the internet: A report into young people's digital fluency. London: Demos
- Bologa, R., Lupu, A. R., & Sabau, G. (2007). Digital fluency and its importance in educating young students for the knowledge age. The 7th WSEAS International Conference on Distance Learning and Web Engineering (pp. 354-357). Beijing:
- China. Briggs, C., & Makice, K. (2012). *Digital fluency: Building success in the digital age*. Bloomington, Ind.: SocialLens.
- Chuma, W. (2014). The social meanings of mobile phones among South Africa's 'digital natives': a case study. *Media, Culture & Society*, 36(3), 398-408.
- Green, R. M. (2005). Predictors of digital fluency (Doctoral dissertation). Available from ProQuest Dissertations and Thesis database. (UMI 3177723)
- Hahn, H., & Puybaraud, M. (2012). Digital Natives: Born to be connected. [Power Point Research Report]. Retrieved from Research on Johnson Controls websites.
- International Telecommunication Union [ITU]. (2013). Measuring the Information Society. Geneva: Switzerland.
- Kennedy, D., & Fox, B. (2013). Digital natives: An Asian perspective for using learning technologies. *IJEDICT*, 9(1), 64-79.
- Myers, M., & Sundaram, D. (2012). Digital natives: Rise of the social networking generation. *University of Auckland Business Review*, 15(1), 33-37.

- Prensky, M. (2001)a. Digital Natives, Digital Immigrants Part 1, *On the Horizon*, 9(5), 1-6.
- Prensky, M. (2001)b. Digital Natives,digital immigrants Part 2 [Electronic version]. *On the horizon*, 9(6). 1-9.
- PWC. (2013). *Millenials at work: Reshaping the workplace*. Retrieved August 15, 2014, from http://www.pwc.com/en_M1/m1/services/consulting/documents/millennials-at-work.pdf
- Tapscott, D. (2009). *Grown Up Digital*. NY.: McGraw-Hill
- Wang, E., Myers, M., & Sundaram, D. (2012). Digital Natives and Digital Immigrants: Towards A Model of Digital Fluency. ECIS2012 Proceedings.
- Zur, O., & Zur, A. (2011). On Digital Immigrants and Digital Natives: How the Digital Divide Affects Families, Educational Institutionand the Workplace. ZurInstitute-Online Publication.Retrieve on January 30, 2014 from www.zurinstitute.com/digital_divide.html
- ชานนท์ สิริธร. (2555). การเปิดรับและการยอมรับนวัตกรรมของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่น เอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวาย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชา นิเทศศาสตร์, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2557). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรม ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2557 (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สพธอ. มูลนิธิเพื่อคนไทย. (2557). รายงานคนไทยมอเน็ตอร์ 2557: เสี่ยงเยาวชนไทย (รายงานการวิจัย). เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2557 สืบค้นจาก http://www.khonthaifoundation.org/files/mediac/22_Khonthai%20report%202012_final%20310113.pdf