

การใช้ไอซีทีของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่เป็นดิจิทัลเนทีฟ

Secondary-School Students Characterized as Digital Natives

and their use of ICTs

ดนัย ปัตตพงษ์¹, ตะวันฉาย คงรชต¹ และ ทนงศักดิ์ เหมือนเตย²

Danai Pattaphongse¹, Tawanchuay Khongrachata¹ and Tanongsak Mhuentoei²

¹มหาวิทยาลัยเนชั่น

¹Nation University

²มหาวิทยาลัยภาคกลาง

²University of Central Thailand

Received: July 2, 2019

Revised: August 14, 2019

Accepted: August 15, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงสำรวจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยพื้นฐานของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟ (กลุ่มคนที่เติบโตมาพร้อมกับกระแสความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัล) ที่ประกอบด้วยนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มาจากทุกภาคของประเทศไทย (2) ระดับของการใช้ไอซีทีของประชากร (3) เปรียบเทียบความแตกต่างในระดับการใช้ไอซีทีที่จำแนกตามปัจจัยพื้นฐาน (4) ความสัมพันธ์ของระดับการใช้ไอซีทีกับปัจจัยพื้นฐาน กลุ่มตัวอย่างได้จากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีคุณสมบัติของการเป็นดิจิทัลเนทีฟ จำนวน 450 คนโดยใช้การคัดเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง ศึกษาสายวิทย์คณิตในโรงเรียนรัฐบาล มีเกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 3.00 ในส่วนการใช้ไอซีทีในการสร้างโปรไฟล์ของตนเองพบว่าใช้เฟซบุ๊ก อินสตาแกรมสร้างข้อมูลให้คนอื่นได้รู้จักแต่ไม่ถึงระดับของการเป็นเจ้าของเว็บไซต์เพื่อสร้างชุมชนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน ในส่วนของการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต พบว่าอยู่ในระดับที่มีการติดต่อสื่อสารสังคมออนไลน์นอกเหนือจากการ ดาวน์โหลดข้อมูลและคลิปปวีดีโอ ในส่วนของการสร้างสื่อเผยแพร่ทางสังคมออนไลน์พบว่าระดับของการใช้ต่ำโดยเน้นเป็นผู้เสพมากกว่าการสร้างสื่อ ในส่วนของการประยุกต์ความรู้ที่มีบนโลกไซเบอร์พบว่าระดับของการใช้ถึงขั้นนำความรู้ที่มีไปใช้สร้างและพัฒนาความรู้ในการสร้างสื่อดิจิทัล อนึ่ง ผลการวิจัยพบว่าระดับของการใช้ไอซีทีที่จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนใหญ่ไม่มีความแตกต่างกัน และ พบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างการประยุกต์ความรู้ที่มีบนโลกไซเบอร์กับเครื่องมือไอซีทีที่เป็นโน้ตบุ๊กและ/หรือเดสก์ท็อปคอมพิวเตอร์

คำสำคัญ: ดิจิทัลเนทีฟ, ออนไลน์, อินเทอร์เน็ต, ไอซีที

Abstract

The objectives of this survey research were to study (1) fundamental factors of digital natives (group of people born in the digital age) who in this article focused on secondary-school students from various regions of Thailand (2) level of their use of ICTs (3) and compare level of their ICTs uses

based upon their fundamental factors (4) the relationship between ICTs use and their fundamental factors. Samples included 450 secondary-school students qualified as 'digital native'. Multi-stage sampling was employed. Questionnaire was the tool used to collect the data. Statistical analysis was conducted using both descriptive and inferential statistics. Outcome of the study revealed that the majority of samples were female, science-math major students in public school with G.P.A. exceeding 3.00. In their profile creation using ICTs, they used facebook, instagram to publicize their own profiles but not to the level of creating their own webpage dedicated to specific topic yet. They used internet up to the level where they could communicate with online society besides information and video clips downloading. In media creation, their level of use was low since they were consumers but not creators of media. In their application of knowledge on cyber space they were interested in knowledge on cyber space and followers of certain topics. On the other hand, outcome of the research showed that their uses of ICTs did not depend on their fundamental factors. Furthermore, there was a significant relationship between application of cyber knowledge and their ownership of NB and/or PC computer.

Keywords: digital natives, online, internet, ICTs



บทนำ

ความเจริญก้าวหน้าของคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ได้ทำให้ประเทศไทยก้าวสู่ยุคดิจิทัลอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and communication Technology หรือ ICT) ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อประชาชนในการใช้เป็นเครื่องมือในการเข้าถึงข้อมูลเพื่อการติดต่อสื่อสาร การเกิดของโลกยุคดิจิทัล (digital age) ทำให้มีประชากรกลุ่มหนึ่งที่เกิดขึ้นตั้งแต่ปี 1980 เป็นต้นมา ซึ่ง Prensky (2001) เรียกคนกลุ่มนี้ว่าดิจิทัลเนทีฟ (Digital natives)

จากผลการสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ปี 2562 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ในประชากรไทย พบว่า มีผู้ใช้คอมพิวเตอร์ 19.4 ล้านคน (ร้อยละ 30.8) ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 33.4 ล้านคน (ร้อยละ 52.9) และผู้ใช้โทรศัพท์มือถือ 55.6 ล้านคน (ร้อยละ 88.2) โดยมีจำนวนผู้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสูงขึ้นทุกปีอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2560)

ดังนั้นเพื่อให้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีการพัฒนาเท่าทันกับประเทศที่พัฒนาแล้ว ทั้งภาครัฐและเอกชนจำเป็นต้องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยี และส่งเสริมประชาชนให้มีความรู้และทักษะการใช้เทคโนโลยีซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศให้ก้าวไปข้างหน้าสู่ยุค Thailand 4.0 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากผลการสำรวจดังกล่าวจึงเป็นที่น่าสนใจว่า กลุ่มดิจิทัลเนทีฟซึ่งเป็นเยาวชนรุ่นใหม่ที่มีส่วนใหญ่อยู่นักเรียน โดยเฉพาะในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ว่าประชากรกลุ่มนี้มีระดับการใช้ไอซีทีอย่างไร และมีปัจจัยพื้นฐานอะไรบ้างที่มีความสัมพันธ์กับระดับของการใช้ไอซีที ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อภาคธุรกิจในการวางกลยุทธ์เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงเป็นประโยชน์ต่อภาครัฐในการกำหนดนโยบายหรือวางแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้พร้อมต่อความก้าวหน้าของไอซีที

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟกลุ่มหนึ่งที่ประกอบด้วยนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มาจากภาคต่างๆ ของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาระดับของการใช้ไอซีทีของประชากร
3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในระดับการใช้ไอซีทีจำแนกตามปัจจัยพื้นฐาน
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ไอซีทีกับปัจจัยพื้นฐาน

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

ไอซีที (Information and Communication Technology - ICT) หรือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หมายถึง ตัวเครื่องที่เรียกว่าฮาร์ดแวร์ (hardware) และอุปกรณ์ต่อพ่วงที่ใช้ในงานสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งตัวเครื่องอาจเป็นโทรศัพท์อัจฉริยะหรือสมาร์ตโฟน โน้ตบุ๊กและ/หรือเดสก์ท็อปคอมพิวเตอร์ เครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพาหรือแท็บเล็ต (tablet)

ดิจิทัลเนทีฟ หมายถึง กลุ่มคนที่เกิดหลังปี พ.ศ. 2523 (ค.ศ.1980) ซึ่งเป็นช่วงเวลาเดียวกับการเกิดยุคดิจิทัล (digital age) โดยคนกลุ่มนี้มีประสบการณ์กับการใช้ไอซีทีตั้งแต่ตอนเด็กและทำให้พวกเขาคิดและเรียนรู้แตกต่างจากคนในเจนเนอเรชันอื่นๆ ดิจิทัลเนทีฟใช้เวลาของเขาในการทำงานหรือใช้ชีวิตห้อมล้อมด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ วิดีโอเกม เครื่องเล่นเพลงดิจิทัล กล้องวิดีโอ โทรศัพท์มือถือ ของเล่นและเครื่องมือต่างๆ ของยุคดิจิทัล พวกเขาคุ้นเคยกับการรับข้อมูลที่รวดเร็ว และชอบกับการทำงานหลายอย่างพร้อมกันชอบข้อมูลในรูปกราฟิกมากกว่าข้อมูลที่เป็นข้อความ และทำงานได้ดีในสถานะที่มีการติดต่อทางเครือข่าย

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่เป็นดิจิทัลเนทีฟ หมายถึง นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับการเป็นดิจิทัลเนทีฟคือ

1. เป็นผู้เกิดในยุคดิจิทัลคือหลังปี พ.ศ.2523
2. เป็นผู้ที่มีเครื่องมือไอซีที เช่น สมาร์ตโฟน แท็บเล็ต โน้ตบุ๊กและ/หรือเดสก์ท็อปคอมพิวเตอร์ อย่างน้อย 1 อย่าง
3. เป็นผู้ที่มีโอกาสเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เฟื่องฟ้า หิรัญกาญจน์ (2556) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายสังกัด สพม 11 เขตพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างจะใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภท เฟซบุ๊ก และทวิตเตอร์ มากที่สุด ร้อยละ 51.4 รองลงมา คือ youtube, line, instagram คิดเป็นร้อยละ 19.7, 15.6, 13.2 ตามลำดับ โดยจะใช้สมาร์ตโฟนและแท็บเล็ตพีซีเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 55.0 รองลงมา คือ เดสก์ท็อปคอมพิวเตอร์ และ โน้ตบุ๊กคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 23.3 และ 21.6 ตามลำดับ มีจุดประสงค์ในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ เพื่อพูดคุยกับเพื่อนปัจจุบัน เพื่อนเก่า เพื่อหาเพื่อนใหม่ และเพื่อหาแฟนมากเป็นอันดับ 1 รองลงมา คือ เพื่อประกาศขายสินค้า โฆษณา ประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 20.2 และน้อยสุด คือ เพื่อเล่นเกมส์ คิดเป็นร้อยละ 18.5

Efta & Wiranata (2015) ทำการศึกษานักศึกษาชั้นปีที่หนึ่งในคณะ English language and letters, State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang ในอินโดนีเซียจำนวน 110 คน ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ (76%) มีการติดต่อสื่อสารออนไลน์เป็นกิจวัตรประจำวัน มีเพียง 12% ที่ระบุว่าไม่เคยใช้ช่องทางนี้ในการติดต่อเลย ในส่วนของการใช้เว็บไซต์ทางสื่อสังคมออนไลน์เช่น เฟซบุ๊ก และทวิตเตอร์ 58% ระบุว่าเข้าร่วมในเครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกวัน 26% ระบุว่าเข้าร่วมเครือข่ายสัปดาห์ละครั้ง และเพียง 3% ที่ระบุว่าไม่เคยเข้าร่วมเครือข่ายสังคมออนไลน์เหล่านี้เลย ในส่วนของการดาวน์โหลด 72% ของกลุ่มตัวอย่างจะมีการดาวน์โหลดไฟล์ MP3 ในช่วงเวลาที่ว่าง 79% ระบุว่าใช้สมาร์โฟนเป็นประจำทุกวัน

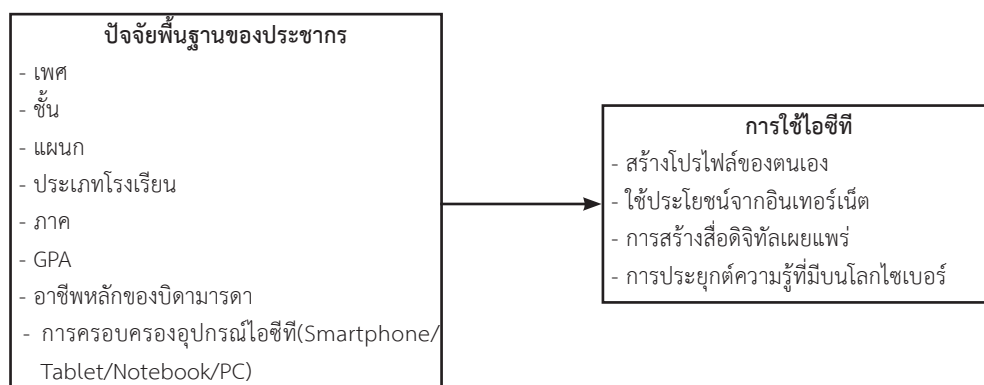
Kennedy&Fox (2013) ทำการศึกษาความรู้ทักษะ และความเข้าใจด้านไอซีทีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 1,130 คน ในมหาวิทยาลัยฮอว์กซิง ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาชั้นปีที่หนึ่งของมหาวิทยาลัยฮอว์กซิงเป็นดิจิทัลเนทีฟที่ใช้เทคโนโลยีหลากหลายเพื่อการสร้างความสำคัญของตนเองและเพื่อการบันเทิง แต่ไม่มีความรู้ในการใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ของตน การใช้เทคโนโลยีจะเป็นไปในแง่ของผู้บริโภคเหนือหามากกว่าจะ

เป็นผู้สร้างเนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์มุ่งด้านวิชาการ

Watson (2013) ทำการศึกษานักศึกษาอายุระหว่าง 19-25 จากประเทศมาเลเซีย เกาหลีใต้ และสหราชอาณาจักรจำนวนรวมทั้งสิ้น 154 คนโดยทำการสำรวจเทคโนโลยีที่นักศึกษาเหล่านี้ใช้ ผลการศึกษาพบว่าเทคโนโลยีที่เขาชอบใช้เพื่อการศึกษาของพวกเขามีความแตกต่างจากเทคโนโลยีที่เขาชอบใช้ในการติดต่อสื่อสารสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยสรุปว่าดิจิทัลเนทีฟ (digital natives) ในความหมายเป็นชนกลุ่มหนึ่งที่แยกออกมาชัดเจนโดยเฉพาะไม่มี มีเพียงเผ่าพันธุ์ดิจิทัลหลายเผ่าพันธุ์ (digital tribes) ซึ่งความแตกต่างระหว่างเผ่าพันธุ์ถูกกำหนดโดยวัฒนธรรม ภูมิสำเนาของเขา และสถานที่ๆ เขาได้รับการศึกษาอบรม

Purcell และคณะ (2012) ได้สำรวจครูในกลุ่มชุมชน Advanced Placement และ National Writing Project จำนวน 2,462 คน ซึ่งเป็นครูสอนในมัธยมกลางและมัธยมปลายในสหรัฐอเมริกา พบว่า 3 ใน 4 ของครูระบุว่าอินเทอร์เน็ตและเสิร์ชเอนจิน มีผลในเชิงบวกกับนิสัยของนักเรียนในการค้นคว้าทำงานวิจัย (กลุ่มนักเรียนที่ดีเด่นมีการค้นคว้าเชิงลึกและกว้างในเรื่องที่เขาให้ความสนใจใช้เนื้อหาที่เรียนไปใช้สร้างมัลติมีเดีย หลากๆ คนกลายเป็นนักวิจัยที่สามารถทำงานได้ด้วยตนเอง) 87% ระบุว่าเทคโนโลยีเหล่านี้กำลังสร้างเจเนอเรชั่นของคนที่มีสมาธิสั้น 64% ที่ระบุว่าเทคโนโลยีดิจิทัลปัจจุบันทำให้นักเรียนรู้สึกไขว้เขวมากกว่าที่จะช่วยพวกเขาในเรื่องเรียน นักเรียนพึ่งพาเสิร์ชเอนจิน ความยากลำบากของนักเรียนในการตัดสินใจคุณภาพของข้อมูล ศักยภาพของนักเรียนที่จะคิดวิเคราะห์ให้ถ่องแท้มีแนวโน้มลดลง และนักเรียนมีแนวโน้มที่จะยืมเนื้อหาของเพื่อนๆ เพิ่มขึ้น

กรอบแนวคิดของการวิจัย



Rapetti & Cantoni (2010) ทำการศึกษาการเรียนรู้ด้วยไอซีทีของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟในเมือง Ticino ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ประกอบด้วยพนักงานที่ทำงานอยู่ในธนาคาร 3 แห่ง บริษัทที่ปรึกษาด้านการธนาคาร สำนักพิมพ์และโรงไฟฟ้าอย่างละหนึ่งแห่ง รวมจำนวน 236 คน เกือบทั้งหมดจัดเป็นกลุ่มคนในเจเนอเรชั่นวายและเป็นกลุ่มที่เรียกว่าดิจิทัลเนทีฟด้วย ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มคนเหล่านี้ใช้เวลาอยู่กับไอซีทีเป็นกิจวัตรประจำวันโดยใช้เพื่อการทำงานและส่วนใหญ่เพื่อสื่อสารและพักผ่อนหย่อนใจ แต่บทบาทของไอซีทีในการเรียนรู้ของพวกเขาเป็นในรูปของตัวช่วย 2) วิธีการแสวงหาความรู้สามประการหลักเพื่อการทำงานที่สำคัญได้แก่ จากการใช้เสิร์ชเอนจิน จากเนื้อหาการบรรยายในห้องเรียน และจากการศึกษาด้วยตนเอง ส่วนการแสวงหาความรู้จากเว็บไซต์/เว็บบล็อก ออนไลน์ แพลตฟอร์มเอ็นโซโคพีเดีย อยู่ในระดับปานกลาง การหาความรู้จากเครือข่ายโซเชียลมีเดียอยู่ในระดับน้อยที่สุด 3) การใช้ไอซีทีออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นไปเพื่อส่งข่าวสาร การสื่อสารเครือข่ายในกลุ่ม การแชร์วิดีโอ เว็บไซต์วิกิพีเดีย การแชร์เพลง ซึ่งจะสังเกตว่าเป็นไปเพื่อการบันเทิงมากกว่าเพื่อการเรียนรู้ 4) เมื่อใดก็ตามที่เป็นความรู้ที่ต้องเอาไปใช้ในงานอาชีพที่ตนกำลังทำอยู่ กลุ่มคนเหล่านี้จะให้ความสำคัญน้อยกับทรัพยากรที่มีอยู่มากมายจากอินเทอร์เน็ต แต่จะทำการติดต่อโดยตรงกับกลุ่มเพื่อนของตน และแทบจะไม่พึ่งพาเว็บไซต์ วิกิพีเดีย บล็อกหรือเว็บไซต์ที่มีความเชี่ยวชาญโดยเฉพาะ 5) กลุ่มคนที่เป็นดิจิทัลเนทีฟนี้แตกต่างจากกลุ่มอื่นในความสามารถในการเสาะหาข้อมูลและความรู้เนื่องจากมีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยี

สมมติฐานการวิจัย

กลุ่มดิจิทัลเนทีฟที่มีปัจจัยพื้นฐานต่างกันมีระดับการใช้ไอซีทีแตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการใช้ไอซีทีของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟในประเด็นการสร้างโปรไฟล์ของตนเอง การใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต การสร้างสื่อดิจิทัลเผยแพร่ทางสังคมออนไลน์ และการประยุกต์ความรู้ที่มีบนโลกไซเบอร์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้คือนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญ ปีการศึกษา 2561 จากทั่วประเทศจำนวนมากกว่า 1 ล้านคน (สถิติการศึกษา จัดทำโดยกระทรวงศึกษาธิการในปีพ.ศ.2560 มีนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญจำนวน 1,242,079 คน) โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากตารางของทาโร ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน ($\pm 5\%$) ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมของประชากรที่มีจำนวนมากและไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนอยู่ที่ขนาด 400 คน โดยในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างไว้ 450 คน

การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ออกแบบวิธีการคัดเลือกตัวอย่างที่จะเป็นตัวแทนของดิจิทัลเนทีฟโดยยึดเกณฑ์ดังต่อไปนี้

1. เป็นผู้เกิดในยุคดิจิทัลตามความหมายของ Prinsky ดังนั้นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในแต่ละปีมีคุณสมบัติเข้าข่ายทุกคน
2. เป็นผู้ที่ครอบครองเครื่องมือไอซีที (สมาร์ตโฟน แท็บเล็ต โน้ตบุ๊ก และ/หรือเดสก์ทอปคอมพิวเตอร์) อย่างใดอย่างหนึ่ง ในส่วนของสมาร์ตโฟนต้องมีเบอร์โทรศัพท์เป็นของตนเอง
3. มีโอกาสในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต พิจารณาจากการมีอีเมลแอดเดรสเป็นของตนเอง

ผู้วิจัยทำการคัดเลือกตัวแทนดิจิทัลเนทีฟโดยใช้

การเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่หนึ่ง ทำการคัดเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยเลือกกลุ่มนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการสหพัฒน์แอดมิชชันครั้งที่ 21 ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 1 ถึง 6 ตุลาคม พ.ศ.2561 ซึ่งมีนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายทั่วประเทศเข้าร่วมมากกว่า 150,000 คน โดยมีการส่งสัญญาณบรอดแบนด์ไปยังโรงเรียนและสถาบันการศึกษาทั่วประเทศ

ขั้นตอนที่สอง ทำการคัดเลือกนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเฉพาะที่มีอีเมลแอดเดรสเป็นของตนเองและแสดงความประสงค์เข้าร่วมโครงการที่จัดขึ้นที่มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยซึ่งเป็นศูนย์กลางของโครงการฯ จำนวน 12,876 คน

ขั้นตอนที่สาม ทำการคัดเลือกตัวอย่างจากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 450 คน จากรายชื่อนักเรียนที่มีอีเมลแอดเดรสเป็นของตนเองโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (systematic sampling)

ขั้นตอนที่สี่ ติดต่อนักเรียนตามอีเมลที่เลือกไว้ในขั้นตอนที่สาม ดำเนินการส่งแบบสอบถามให้ พร้อมทั้งให้ส่งแบบสอบถามที่กรอกข้อมูลแล้วซึ่งใช้เป็นใบตอบรับยืนยันการเข้าร่วมด้วยตนเองที่มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยกลับ โดยทั้งหมดนี้จะต้องเสร็จสิ้นก่อนวันเริ่มโครงการคือวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ.2561

ขั้นตอนที่ห้า ทำการรวบรวมแบบสอบถามที่กรอกข้อมูลแล้วทางอีเมล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งได้ผ่านการทดสอบ IOC (Item Objective Congruence) กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เนื้อหาในแบบสอบถามแบ่งเป็นปัจจัยพื้นฐาน ประเภทอุปกรณ์ที่ใช้ไอซีที และระดับของการใช้ไอซีทีเพื่อการสร้างโปรไฟล์ การใช้อินเทอร์เน็ต การสร้างสื่อดิจิทัลและการนำความรู้ที่มีปรากฏในโลกไซเบอร์ไปใช้ต่อยอดในการสร้างสื่อ โดยแต่ละข้อมีดัชนี IOC ไม่ต่ำกว่า 0.67

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 450 รายนำมาตรวจสอบความถูกต้อง พบว่ามีจำนวน 414 ราย

ที่มีความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ ทุกคนมีอุปกรณ์ไอซีทีตามที่กำหนดและมีอีเมลแอดเดรสเป็นของตนเอง

ทดสอบสถิติไครส์แคร์/การทดสอบ exact (exact test) และMultinomial Logistic Regression (MLR)

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

สถิติที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ซึ่งได้แก่ค่าความถี่ ร้อยละ และสถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) ซึ่งได้แก่การ

ผลการวิจัย

ตาราง 1

ปัจจัยพื้นฐานของประชากร

ปัจจัยพื้นฐาน	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
-ชาย	121	29.2
-หญิง	293	70.8
แผนก		
-วิทย์คณิต	364	87.9
-ศิลปภาษา/ศิลปคำนวณ	50	12.1
โรงเรียน		
-รัฐบาล	341	82.4
-เอกชน	73	17.6
ชั้น		
-ม.4	15	3.7
-ม.5	73	17.6
-ม.6	326	78.7
เกรดเฉลี่ยสะสม		
-ไม่เกิน 2.50	14	3.38
-2.51 แต่ไม่เกิน 3.00	103	24.88
-3.01แต่ไม่เกิน 3.50	164	39.61
-3.51ถึง 4.00	133	32.13
มาจาก		
-กทม.+ภาคกลาง+ภาคตะวันตก+ภาคตะวันออก	336	81.2
-ภาคใต้	31	7.5
-ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	25	6.0
-ภาคเหนือ	22	5.3
ครอบครอง (อาจมากกว่าหนึ่งอย่าง)		
-สมาร์ทโฟน	382	92.3
-แท็บเล็ต	57	13.7
-เดสก์ทอปคอมพิวเตอร์	87	21.0
-โน้ตบุ๊กคอมพิวเตอร์	138	33.3

อาชีพหลักของบิดามารดา		
-ข้าราชการ	67	16.2
-พ่อค้า/เจ้าของกิจการ	146	35.3
-พนักงานบริษัทเอกชน	120	29.0
-ครูอาจารย์	13	3.1
-อื่นๆ	68	16.4

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 414 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 70.8) ศึกษาแผนกวิทย์คณิต (ร้อยละ 87.9) ในโรงเรียนรัฐบาล (ร้อยละ 82.4) ในชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 (ร้อยละ 78.7) มีเกรดเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ 3.0 ขึ้นไป (ร้อยละ 71.74) มาจากจังหวัดกรุงเทพมหานคร จังหวัดในภาคกลาง ภาคตะวันออกและภาคตะวันตก

(ร้อยละ 81.2) ในส่วนของการครอบครองเครื่องมือเครื่องใช้ไอซีทีพบว่าส่วนใหญ่ (ร้อยละ 92.3) เป็นผู้ครอบครองสมาร์ทโฟน และพบว่าร้อยละ 11.1 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ครอบครองทั้งเน็ตบุ๊กและเดสก์ท็อปคอมพิวเตอร์ในส่วนของอาชีพของผู้ปกครองพบว่าส่วนใหญ่ (ร้อยละ 35.3) มีอาชีพเป็นพ่อค้าหรือเจ้าของกิจการ

ตาราง 2

ระดับและลักษณะของการใช้ไอซีที

หัวข้อ	จำนวน	ร้อยละ
ระดับของการสร้าง profile ของตนเอง		
ไม่มีการใช้สื่อออนไลน์ในการสร้าง profile ของตนเอง	22	5.3
ใช้เฟซบุ๊ก อินสตาแกรมสร้างข้อมูลของตัวเองให้คนอื่นได้รู้จัก	311	75.1
ใช้เฟซบุ๊ก อินสตาแกรมสร้างข้อมูลให้คนอื่นได้รู้จัก เป็นเจ้าของเว็บเพจของตนเองเพื่อสร้างชุมชนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน	81	19.6
ระดับของการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต		
ไม่มีการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตในการเสาะหาข้อมูลเลย	2	.5
ใช้ google หรือเสิร์ชเอนจินเพื่อหาข้อมูล	49	11.8
มีการดาวน์โหลดคลิป youtube และ music video นอกเหนือจากการดาวน์โหลดข้อมูล	74	17.9
ใช้อินเทอร์เน็ตในการติดต่อสื่อสารสังคมออนไลน์นอกเหนือจากการดาวน์โหลดข้อมูลและคลิปวิดีโอ	289	69.8
ระดับของการสร้างสื่อดิจิทัลเผยแพร่ทางสังคมออนไลน์		
ไม่ได้สร้างสื่อและไม่ได้เป็นผู้เผยแพร่	18	4.3
ไม่สร้างสื่อ แต่เป็นผู้เสพ	310	74.9
สร้างสื่อแต่ไม่ได้รับความสนใจในแวดวงสังคมออนไลน์	55	13.3
สร้างสื่อและเป็นที่ยอมรับในแวดวงสังคมออนไลน์	31	7.5
ระดับการประยุกต์ความรู้ที่มีบนโลกไซเบอร์		
ไม่สนใจความรู้ที่มีเผยแพร่บนโลกไซเบอร์	7	1.7
มีความสนใจความรู้ที่มีบนโลกไซเบอร์และเคยมีการติดตามหัวข้อเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นการเฉพาะ	218	52.6
นำความรู้จากสื่อออนไลน์ที่มีไปใช้สร้างและพัฒนาความรู้ในการสร้างสื่อดิจิทัล	189	45.7

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ไอซีทีเพื่อสร้างโปรไฟล์ของตนเอง เพื่อใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต เพื่อสร้างสื่อดิจิทัลเผยแพร่ทางสังคมออนไลน์ และเพื่อประยุกต์ความรู้ที่มีอยู่บนโลกไซเบอร์ ทั้งนี้ร้อยละ 94.7 ของกลุ่มตัวอย่าง มีการสร้างโปรไฟล์ ของตนเอง โดยร้อยละ 19.6 มีระดับการใช้ Facebook, Instagram สร้างข้อมูลของตนเองให้คนอื่นได้รู้จัก และเป็นเจ้าของเว็บไซต์ ของตนเองเพื่อสร้างชุมชนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน ในส่วนระดับของการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกินกึ่งหนึ่งนอกจากใช้อินเทอร์เน็ตไปเพื่อหา

ข้อมูล เพื่อดาวน์โหลดคลิปต่างๆ แล้ว ยังใช้เพื่อการติดต่อสื่อสารสังคมออนไลน์ในส่วนของการสร้างสื่อดิจิทัลเผยแพร่ พบว่าระดับการใช้จะอยู่ในระดับต่ำ ทั้งนี้เพราะส่วนใหญ่ (ร้อยละ 79.2) ไม่สร้างสื่อแต่จะเป็นผู้เสพสื่อ มีเพียงหนึ่งในห้าของกลุ่มตัวอย่างเท่านั้นที่มีการสร้างสื่อ ในส่วนระดับของการประยุกต์ความรู้ที่มีบนโลกไซเบอร์นั้นอยู่ในระดับสูงเพราะกลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดมีความสนใจความรู้ทั้งหลายที่มีเผยแพร่บนโลกไซเบอร์ และเกือบครึ่งหนึ่งที่ได้มีการนำความรู้จากสื่อออนไลน์ที่มีไปใช้สร้างและพัฒนาความรู้ในการสร้างสื่อดิจิทัล

ตาราง 3

เปรียบเทียบการใช้ไอซีทีของกลุ่มตัวอย่าง

หัวข้อ	ภาค	เพศ	ระดับชั้น	ประเภทโรงเรียน	แผนกที่เรียน
การสร้าง profile ของตนเอง	ไม่แตกต่างกัน**	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน**	ไม่แตกต่างกัน**	ไม่แตกต่างกัน**
การใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต	แตกต่างกัน**	ไม่แตกต่างกัน**	ไม่แตกต่างกัน**	แตกต่างกัน**	ไม่แตกต่างกัน**
การสร้างสื่อดิจิทัลเผยแพร่ทางสังคมออนไลน์	ไม่แตกต่างกัน**	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน**	ไม่แตกต่างกัน**	ไม่แตกต่างกัน**
การประยุกต์ความรู้ที่มีบนโลกไซเบอร์	ไม่แตกต่างกัน**	ไม่แตกต่างกัน**	ไม่แตกต่างกัน**	ไม่แตกต่างกัน**	ไม่แตกต่างกัน**

หมายเหตุ:-*ทดสอบด้วยไครส์แคร์ ** ทดสอบด้วย Fisher's exact test กรณี expected frequency ในแต่ละเซลล์มีค่าต่ำกว่า 5

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นการเปรียบเทียบการใช้ไอซีทีของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ ภาค ระดับชั้น ประเภทโรงเรียน และแผนกที่เรียน (ผู้วิจัยมิได้นำข้อมูล GPA และอาชีพหลักของบิดามารดามารวมด้วย เนื่องจาก GPAของกลุ่มตัวอย่างมีค่าใกล้เคียงกันมาก ในส่วนอาชีพหลักของบิดามารดานั้นก็พบว่าราวสองในสามมีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจ ส่วนอาชีพอื่นๆ มีเป็นส่วนน้อย)

ผลจากการวิเคราะห์โดยใช้ตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มาจากภาคที่ต่างกันมีความแตกต่างกันในการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความแตกต่างกันในการสร้างโปรไฟล์ของตนเอง และในการสร้างสื่อดิจิทัลเผยแพร่ทางสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างที่เรียนอยู่ในระดับชั้นต่างกันมีความแตกต่างกันในการสร้างโปรไฟล์ของตนเองและในการสร้างสื่อดิจิทัลเผยแพร่ทางสังคมออนไลน์ และกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาใน

ประเภทโรงเรียนที่แตกต่างกันมีความแตกต่างกันในการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานกับระดับของการใช้ไอซีที

ในส่วนนี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานกับระดับของการใช้ไอซีทีหรือไม่ ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดลักษณะของบุคคลที่เอื้ออำนวยต่อการต่อยอดการใช้งานด้านไอซีที ตัวอย่างเช่นหากพบว่าการมีอุปกรณ์บางอย่างที่มีผลต่อระดับของการใช้ไอซีทีเพื่อการสร้างสื่อ หรือเพื่อประยุกต์ความรู้ที่มีบนโลกไซเบอร์ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจต้องหาทางผลักดันให้มีอุปกรณ์เช่นนั้นให้ได้

ถ้ากำหนดให้ปัจจัยพื้นฐานเป็นตัวแปรต้น และระดับของการใช้ไอซีทีเป็นตัวแปรตาม จะเห็นว่าตัวแปร

ตามในที่นี้เป็นตัวแปรแบบจัดประเภท (categorical variable) ดังนั้นเทคนิคทางสถิติที่สามารถนำมาใช้ได้แก่ discriminant analysis หรือ MLR (multinomial logistic regression) ในที่นี้ผู้วิจัยขอเลือก MLR เนื่องจากไม่ได้มี

ข้อสมมติฐานใดๆ เกี่ยวกับ normality, linearity หรือ homogeneity of variance ของตัวแปรอิสระเหมือนกับเทคนิคอื่นเช่น discriminant analysis

ตาราง 4

ผลจากการพยากรณ์โดยใช้ multinomial logistic regression

ตัวแปรตาม	Likelihood Ratio tests	Goodness-of-fit	Pseudo R-square	ตัวแปรอิสระที่ค่า sig.<0.05	ความน่าเชื่อถือของการพยากรณ์
การสร้าง profile ของตนเอง	ค่า sig. = .077	Pearson - ค่า sig. = .547 Deviance - ค่า sig. = 1.000	Coxand Snell: .106 Nagelkerke: .141 McFadden: .081	- - -	- 75.6 % (by chance)* -75.8% (โดย MLR)
การใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต	ค่า sig. = .075	Pearson - ค่า sig. = 1.000 Deviance - ค่า sig. = 1.000	Cox and Snell: .148 Nagelkerke: .182 McFadden: .095	- - -	- 66.64 % (by chance)* -70.8% (โดย MLR)
การสร้างสื่อดิจิทัลเผยแพร่ทางสังคมออนไลน์	ค่า sig. = .003	Pearson - ค่า sig. = .065 Deviance - ค่า sig. = 1.000	Cox and Snell: .182 Nagelkerke: .226 McFadden: .123	เพศ	- 72.56 % (by chance)* -75.4% (โดย MLR)
การประยุกต์ความรู้ที่มีบนโลกโซเชียล	ค่า sig. = .000	Pearson - ค่า sig. = 1.000 Deviance - ค่า sig. = 1.000	Cox and Snell: .169 Nagelkerke: .216 McFadden: .121	Smartphone Tablet	- 60.83 % (by chance)* -63.8% (โดย MLR)

สัดส่วนที่สามารถเดาได้ถูกต้องโดยไม่ใช้แบบจำลองใดๆ = ผลบวกของสัดส่วนยกกำลังสอง

*สัดส่วนความถูกต้องในการพยากรณ์ (by chance) ที่คำนึงถึงความแปรปรวน = สัดส่วนที่สามารถเดาได้ถูกต้องโดยไม่ใช้แบบจำลองใดๆ * 1.25

ผลจากการใช้ multinomial logistic regression โดยกำหนดให้ตัวแปรอิสระประกอบด้วยตัวแปรนามบัญญัติ 10 ตัว (สายที่เลือกเรียน เพศ ระดับชั้นที่เรียน ประเภทของโรงเรียน ภาคที่โรงเรียนตั้งอยู่ การเป็นเจ้าของสมาร์ทโฟน การเป็นเจ้าของแท็บเล็ต การเป็นเจ้าของโน้ตบุ๊กคอมพิวเตอร์ การเป็นเจ้าของเดสก์ท็อปคอมพิวเตอร์ อาชีพหลักของผู้ปกครอง) ตัวแปรที่มีค่าต่อเนื่อง (G.P.A) เพื่อประเมินความแม่นยำในการพยากรณ์ค่าของตัวแปรตามมีแสดงตามตารางที่ 4 ซึ่งพบว่าการนำตัวแปรอิสระเข้ามาช่วยอธิบายความผันผวนของตัวแปรตามในประเด็นการ

สร้างสื่อดิจิทัลเผยแพร่ทางสังคมออนไลน์ และในประเด็นการประยุกต์ความรู้ที่มีบนโลกโซเชียล แต่ไม่สามารถอธิบายความผันผวนของตัวแปรตามในประเด็นการสร้างโปรไฟล์ของตนเอง และในประเด็นการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต เนื่องจากสัดส่วนความถูกต้องในการพยากรณ์ (by chance) มีค่าต่ำกว่าสัดส่วนความถูกต้องในการพยากรณ์โดยใช้ MLR (การสร้างสื่อดิจิทัลเผยแพร่ทางสังคมออนไลน์ - 72.56 % < 75.4% และการประยุกต์ความรู้ที่มีบนโลกโซเชียล - 60.83% < 63.8%) ดังนั้นแบบจำลองนี้มีประสิทธิภาพและสามารถเอาไปใช้ในการพยากรณ์ตัวแปร

ตามจากตัวแปรอิสระได้

เนื่องจากอุปกรณ์ไอซีที่มีอยู่มีข้อจำกัดในตัวของมันเอง ตัวอย่างเช่นหากมีสมาร์ตโฟนอย่างเดียวอาจสามารถสร้างสื่อในรูปวิดีโอคลิปออกเผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์ แต่มีข้อจำกัดในการนำสื่อที่มีเผยแพร่อยู่แล้วมาปรับ การ

จะต่อยอดงานและความรู้ทางดิจิทัลต้องอาศัยโน้ตบุ๊กและ/หรือเดสก์ทอปคอมพิวเตอร์เท่านั้นเมื่อเป็นเช่นนั้นผู้วิจัยจึงใช้การประยุกต์ที่มีในโลกไซเบอร์เป็นตัวแปรตาม ส่วนตัวแปรต้นมีการตัดเครื่องมือไอซีที่เป็นสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ตออกไป ผลที่เกิดขึ้นแสดงได้ดังนี้

ตาราง 5

เปรียบเทียบผลจากการพยากรณ์การประยุกต์ความรู้ที่มีบนโลกไซเบอร์โดยใช้ MLR

ค่าสถิติ	จำกัดเครื่องมือไอซีเฉพาะโน้ตบุ๊กและ/หรือเดสก์ทอปคอมพิวเตอร์	เครื่องมือไอซีทั้ง 4 อย่าง (จากตาราง 4)
Likelihood Ratio tests	ค่า sig=0.005	ค่า sig.=0.000
Goodness-of-fit	Pearson-ค่า sig.=1.000 Deviance-ค่า sig.=1.000	Pearson-ค่า sig.=1.000 Deviance-ค่า sig.=1.000
ตัวแปรอิสระที่ค่า sig.<0.05	Notebook PC	Smartphone Tablet

ผลของตารางที่ 5 สอดรับสมเหตุสมผลกับความเป็นจริง ทั้งนี้เพราะการเรียนรู้จากโลกไซเบอร์และการนำความรู้ไปต่อยอดจะทำให้ได้ดีกว่าเดิมอุปกรณ์ไอซีที่เป็นโน้ตบุ๊กและ/หรือเดสก์ทอปคอมพิวเตอร์

ในบรรดากลุ่มตัวอย่างที่มีการนำความรู้จากสื่อออนไลน์ที่มีไปใช้สร้างและพัฒนาความรู้ในการสร้างสื่อดิจิทัลจำนวน 189 คนพบว่าร้อยละ 93.6 ของผู้ที่มีสมาร์ตโฟนอย่างเดียวมีการนำความรู้จากสื่อออนไลน์ไปใช้สร้างและพัฒนาความรู้ในการสร้างสื่อดิจิทัล ร้อยละ 100 ของผู้ที่มีโน้ตบุ๊กคอมพิวเตอร์ซึ่งอาจมีสมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ตใช้มีการนำความรู้จากสื่อออนไลน์ไปใช้สร้างและพัฒนาความรู้ในการสร้างสื่อดิจิทัล และร้อยละ 100 ของผู้ที่มีโน้ตบุ๊กและเดสก์ทอปคอมพิวเตอร์ซึ่งอาจมีสมาร์ตโฟนด้วยมีการนำความรู้จากสื่อออนไลน์ไปใช้สร้างและพัฒนาความรู้ในการสร้างสื่อดิจิทัล นี่เป็นการยืนยันให้เห็นว่าไอซีที่เหมาะสมที่สุดที่นำไปใช้ต่อยอดงานสร้างสรรค์ทางดิจิทัลต้องเป็นโน้ตบุ๊กและ/หรือเดสก์ทอปคอมพิวเตอร์เป็นหลักเท่านั้น

การอภิปรายผล

ผลการวิจัยประเด็นระดับของการสร้าง profile ของตนเองพบว่านักเรียนส่วนใหญ่มีการใช้Facebook, Instagram สร้างข้อมูลของตนเองให้คนอื่นได้รู้จักมากที่สุด

สอดคล้องกับงานวิจัยของเฟื่องฟ้า หิรัญกาญจน์ (2556) ที่พบว่านักเรียนส่วนใหญ่มีการใช้ facebook มากที่สุดเช่นกัน ในส่วนของระดับการใช้อินเทอร์เน็ตพบว่านักเรียนส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตในการติดต่อสื่อสารสังคมออนไลน์นอกเหนือจากการดาวน์โหลดข้อมูลและคลิปวิดีโอ สอดคล้องกับงานวิจัยของเฟื่องฟ้า หิรัญกาญจน์ (2556) และ Efit & Wiranata (2015) ที่พบว่านักเรียนและนักศึกษาส่วนใหญ่มีการติดต่อสื่อสารออนไลน์เป็นกิจวัตรประจำวัน โดยมีจุดประสงค์ในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อพูดคุยกับเพื่อน

หากยึดถือวันที่เกิดเป็นเกณฑ์ กลุ่มดิจิทัลเนทีฟในงานวิจัยนี้จะมีอายุน้อยกว่าดิจิทัลเนทีฟในงานวิจัยของ Efit & Wiranata (2015), Kennedy&Fox (2013), Watson (2013) ซึ่งเป็นนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา และRapetti & Cantoni (2010) ซึ่งเป็นดิจิทัลเนทีฟที่จบการศึกษาแล้วและทำงานอยู่ แม้จะมีอายุน้อยกว่า แต่งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า ดิจิทัลเนทีฟในวัยเยาว์ของไทยไม่ได้เป็นแค่ผู้บริโภคเนื้อหาแต่เพียงอย่างเดียว แต่มีการเรียนรู้ต่อยอด มีการสร้างสื่อดิจิทัลของตนเอง โดยใช้ความรู้ทางเทคโนโลยีที่มีอยู่ในโลกไซเบอร์ไปประยุกต์ใช้สร้างสรรค์สร้างสื่อ มีลักษณะของการใช้ไอซีในระดับที่มีความซับซ้อน (sophistication) มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยที่พบว่าดิจิทัลเนทีฟที่เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายมีระดับของการประยุกต์ความรู้ที่มีบนโลกโซเชียลในระดับสูง โดยกลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดมีความสนใจความรู้ทั้งหลายที่มีเผยแพร่บนโลกโซเชียล และเกือบครึ่งหนึ่งที่ได้มีการนำความรู้จากสื่อออนไลน์ที่มีไปใช้สร้างและพัฒนาความรู้ในการสร้างสื่อดิจิทัล และพบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างการประยุกต์ความรู้ที่มีบนโลกโซเชียลกับเครื่องมือไอซีทีที่เป็นโน้ตบุ๊กและ/หรือเดสก์ทอปคอมพิวเตอร์ ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ภาครัฐควรกำหนดนโยบายส่งเสริมการใช้ไอซีทีที่เป็นคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ในรูปของการให้สินเชื่อเพื่อซื้อคอมพิวเตอร์ในอัตราดอกเบี้ยต่ำและเงินผ่อนชำระยาวผ่านธนาคารของรัฐ โดยเริ่มที่ครอบครัวของเยาวชนที่บิดามารดาอยู่ในฐานะที่จะสามารถผ่อนชำระได้ เช่น นักธุรกิจ ครู ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ทั้งนี้เพื่อช่วยให้นักเรียนสามารถใช้ประโยชน์จากไอซีทีในการผลิตวิดิทัศน์

คลิปหรือสร้างสรรค์งานสื่อได้มากขึ้น

2. ภาครัฐกิจที่เป็นสถาบันการศึกษาซึ่งมีคณะวิชาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การพัฒนาเกมส์และดิจิทัลมีเดียสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นดิจิทัลเนทีฟนี้ได้โดยการเข้าไปแนะนำนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้พวกเขาเห็นว่าอาชีพด้านนี้เป็นอาชีพหนึ่งที่น่าสนใจ หางานได้ง่าย รายได้ดีไม่แพ้หลายอาชีพ พร้อมทั้งชี้ให้เด็กเหล่านี้เห็นว่าการงานด้านนี้ไม่มีข้อจำกัด ความสำเร็จอยู่ที่การฝึกฝน และการจินตนาการ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษา digital literacy ของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟที่เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเปรียบเทียบกับนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัย
2. ควรทำการศึกษากลยุทธ์ของครูอาจารย์ที่ใช้ในโรงเรียนที่ประกอบด้วยดิจิทัลเนทีฟโดยเฉพาะโรงเรียนที่ประกอบด้วยนักเรียนในชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย



References

- Efta, D., & Wiranata, A. (2015). *Digital Native: A study on the first-year student*. Retrieved from https://www.researchgate.net/.../291138716_DIGITAL_NATIVE_A_ST...
- Hirangarn, F. (2013). *Secondary school students under the secondary education service area office 11, Suratthanee Province and their behavior in the use of online social media*. Independent study, Graduate School of Business Administration, Walailuk University. (in Thai)
- Kennedy, D. M., & Fox, B. (2013). Digital natives: An Asian perspective for using learning technologies. *International Journal of Education and Development using Information and Communication Technology*, 9(1), 64-79
- National Statistical Office, Ministry of Digital Economy and Society (2017). *A survey of household's use in ICT technology*. Retrieved from www.nso.go.th. (in Thai)
- Prensky, M. (2001). *Digital natives, digital immigrants*. Retrieved from <https://www.marcprensky.com/.../Prensky%20-%20Digital%20Natives,%>
- Purcell, K., Rainie, L., Heaps, A., Buchanan, J., Frierich, L., Jacklin, A., Chen, C., & Zickuhr, K. (2012). *How teens do research in the digital world*. Retrieved from <http://pewinternet.org/Reports/2012/Student-Research>.
- Rapetti, E., & Cantoni, L. (2010). Digital natives and learning with the ICT: The GenY @ work research in Ticino, Switzerland. *Journal of e-Learning and Knowledge Society*, 6(1), 39-49.

Watson, I. R. (2013). Digital natives or digital tribes?. *Universal Journal of Educational Research*, 1(2), 104-112.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. New York: Harper & Row

