

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตใน ชีวิตประจำวันของเยาวชนไทยในยุคโซเชียลมีเดีย

A Confirmatory Factor Analysis Model of Internet Using Behavior in Daily Life of Thai Youth in the Social Media

ดร.จักรศ เมตตะธำรงค์ (Dr.Jakret Mettathamrong)^{1*} ดร.ธัญญา พากเพียร (Dr.Thanya Pakpian)**

ปานิสร่า ประจูดทะศรี (Parnisara Prajudtasri)**

(Received: June 12, 2019; Revised: November 12, 2019; Accepted: November 19, 2019)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต 2) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต และ 3) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลโครงสร้างองค์ประกอบตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ กลุ่มตัวอย่างคือเยาวชนไทยในจังหวัดสกลนครจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มีพฤติกรรมใช้ Facebook และ Youtube บ่อยครั้งมาก อีกทั้งใช้ google หาข้อมูล การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต สามารถแบ่งพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของเยาวชนไทยได้ดังนี้ 1) พฤติกรรมในการติดต่อสื่อสาร 2) พฤติกรรมในการสื่อสารกับญาติพี่น้อง 3) พฤติกรรมเพื่อความบันเทิง 4) พฤติกรรมเพื่อสุนทรียภาพ 5) พฤติกรรมเพื่อการทำนายและการแลกเปลี่ยนข้อมูล 6) พฤติกรรมในการทำธุรกรรม 7) พฤติกรรมเพื่อหาข้อมูลที่มีประโยชน์ และ 8) พฤติกรรมเพื่อการเรียนรู้ ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างโมเดลโครงสร้างองค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของเยาวชนไทยในยุคโซเชียลมีเดียมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ABSTRACT

The purpose of this research are 1) to study internet using behavior 2) to analyze the confirmatory factors of internet using behavior and 3) to investigate the consistency between the hypothesis structure model and the empirical data. The sample group are 400 people of Thai youth at Sakon Nakhon province. This research use a questionnaire for data collection and analysis. The result found that most internet using behaviors are Facebook and Youtube, also use google to find information. Analysis of internet using behavior of Thai youth are divided to 1) communication behavior 2) communication with relatives 3) entertainment 4) aesthetic 5) prediction and information exchange 6) transaction 7) find useful information and 8) learning. So, the result internet using behavior in daily life of Thai youth are consistency between the hypothesis structure model and the empirical data.

คำสำคัญ: องค์ประกอบเชิงยืนยัน พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ยุค โซเชียลมีเดีย

Keywords: A confirm factor analysis, Internet-using behavior, Social media ear

¹Corresponding author: kkai6688@gmail.com

*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาบริหารธุรกิจ คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

**อาจารย์ สาขาบริหารธุรกิจ คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

บทนำ

ในปัจจุบันนี้ เป็นยุคของการสื่อสารไร้พรมแดน (Globalization) เราทุกคนสามารถที่จะติดต่อถึงกันได้อย่างสะดวกสบาย อินเทอร์เน็ตเปรียบเสมือนอีกหนึ่งปัจจัยของมนุษย์ซึ่งจะขาดไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็นการทำงาน การดำเนินชีวิต การติดต่อสื่อสารถึงกัน โดยเฉพาะในชีวิตประจำวันของเราทุกคนจะต้องใช้อินเทอร์เน็ตทุกวัน อินเทอร์เน็ตเปลี่ยนสังคมของมนุษย์จนกลายเป็นสังคมดิจิทัล ทุกเพศ ทุกวัย ต่างก็ใช้อินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะเยาวชนไทยในทุกวันนี้มีการใช้อินเทอร์เน็ตวันละหลายชั่วโมง ซึ่งในยุคนี้เป็นยุคที่คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยจากผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย โดย ETDA พบว่าในปี 2561 นี้ มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยสูงถึง 10.50 ชั่วโมง/วัน เพิ่มขึ้นจากปี 2560 ถึง 3 ชั่วโมง 41 นาที [1] นอกจากนี้แล้วจากผลการสำรวจเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (สพธอ.) หรือ ETDA(เอ็ตด้า) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้ศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตประเทศไทยปี 2561 พบว่า Gen Y (อายุ 18-37 ปี) มีพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยใช้อินเทอร์เน็ตในวันทำงาน-เรียน 10 ชั่วโมง 22 นาทีต่อวัน และในวันหยุดมีการใช้อินเทอร์เน็ต 11 ชั่วโมง 52 นาที กิจกรรมที่คนไทยใช้เน็ตมากที่สุดคือ Social Media อยู่ที่ 93.64% รองลงมาการรับ-ส่งอีเมลล์ อยู่ที่ 74.15% และการค้นหาข้อมูล 70.75% นอกจากนี้แล้วใน Gen Y (อายุ 18-37 ปี) และ Gen Z (อายุน้อยกว่า 18 ปี) ชอบความบันเทิงมาก ดังนั้น Social Media ที่ทั้ง 2 Gen นี้เลือกจึงเป็น YouTube ส่วนอันดับ 2 จะเป็นการ Chat online ผ่าน Line ที่คนไทยนิยมใช้งาน และ Gen X (อายุ 38-53 ปี) และ Baby Boomer (อายุ 54-74 ปี) นิยม Chat และการสนทนาแบบชุมชนออนไลน์ ดังจะเห็นได้จากความนิยมที่คนกลุ่มนี้เลือก Line อันดับ 2 จะเป็นการดูคลิป/หนัง ผ่าน YouTube สำหรับส่วนที่แตกต่างจากกลุ่มอื่น ๆ คือการพูดคุยแบบชุมชนออนไลน์ผ่านพันทิป [2] จากรายงานดังกล่าว จะพบว่าพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตของเยาวชนไทยมีการใช้งานหลากหลาย รวมถึงมีชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตที่ยาวนานมากยิ่งขึ้น

เมื่อพิจารณาถึงปัญหา และพฤติกรรมที่เป็นปัญหาในการใช้งานอินเทอร์เน็ตของวัยรุ่น โดยเฉพาะปัญหาพฤติกรรมของเด็กวัยรุ่นที่ติดเกมส์คอมพิวเตอร์ออนไลน์ที่จะมีผลต่อพฤติกรรมสุขภาพของเด็กวัยรุ่น [3] หรือผลกระทบที่จะตามมาจากพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเวลานานของเยาวชน เช่น ปวดหลัง ปวดศีรษะ ผลกระทบทางด้านจิตใจ-อารมณ์ เช่น พฤติกรรมที่ก้าวร้าวรุนแรง ผลกระทบทางด้านสังคม เช่น ความไม่เข้าใจและความขัดแย้งในครอบครัว [4] ในบางงานวิจัยที่ศึกษาถึงพฤติกรรมและรูปแบบของการใช้บริการบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนักเรียน ก็กล่าวถึงการจำแนกพฤติกรรมในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของนักเรียนมัธยมศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้อินเทอร์เน็ตกันทุกวัน มีระยะเวลาในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต 3-4 ชั่วโมงต่อวัน และเว็บไซต์เพื่อการสื่อสารที่เป็นที่นิยมมากที่สุดคือ Facebook กับ YouTube รวมถึงเว็บไซต์เพื่อการค้นคว้าก็จะเป็น Google [5] จากปัญหาและพฤติกรรมที่กล่าวมานี้ เป็นพฤติกรรมของบรรดาวัยรุ่นที่บริโภคอินเทอร์เน็ตในแต่ละวัน ทั้งที่ใช้เป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้ ใช้เพื่อความบันเทิง หรือใช้เพื่อพัฒนาตนเอง ซึ่งการใช้อินเทอร์เน็ตจะทำให้ทั้งคุณประโยชน์และให้โทษแก่ผู้ใช้งาน หากนำอินเทอร์เน็ตไปใช้ไปในสิ่งไม่ถูกไม่ควร การศึกษาถึงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของเยาวชนไทยในยุคโซเชียลมีเดีย เป็นการศึกษาถึงแนวทางหรือพฤติกรรมของเยาวชนไทยในปัจจุบัน มีพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตไปกับกิจกรรมใดบ้างในชีวิตประจำวัน การศึกษาพฤติกรรมของการใช้อินเทอร์เน็ตจะช่วยให้รับรู้ถึงการใช้อินเทอร์เน็ตของเยาวชน การเข้าถึง รวมทั้งยังอาจจะนำไปสู่วิธีการในการช่วยแก้ไขปัญหาด้านสังคมได้อีกประการหนึ่ง

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของเยาวชนไทยในยุคโซเชียลมีเดีย อันเป็นสิ่งที่จำเป็นมากในปัจจุบัน บรรดาผู้ปกครอง ครู คณาจารย์ต่าง ๆ ต้องมีองค์ความรู้ และต้องรู้เท่าทันใน

พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของเยาวชนหรือลูกหลานที่อยู่ในความปกครอง อันเป็นส่วนสำคัญในการที่จะช่วยให้เยาวชนไทยใช้อินเทอร์เน็ตให้เป็นประโยชน์สูงสุด และไม่หลงมัวเมาไปกับอินเทอร์เน็ตมากเกินไป หรือใช้อินเทอร์เน็ตในทางที่ไม่ควร โดยการวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการ ศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของเยาวชนไทย อันเป็นการศึกษาตัวแปรเบื้องต้นในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของเยาวชนไทยในยุคโซเชียลมีเดีย รวมถึงมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดล โครงสร้างองค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของเยาวชนไทยในยุคโซเชียลมีเดียตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยศึกษากับบรรดาเยาวชนไทยที่อยู่ในจังหวัดสกลนคร ซึ่งผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นอีกหนึ่งแนวทางในการช่วยให้เยาวชนไทยมีการใช้อินเทอร์เน็ตได้เกิดประโยชน์สูงสุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของเยาวชนไทยในยุคโซเชียลมีเดีย
2. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของเยาวชนไทยในยุคโซเชียลมีเดีย
3. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดล โครงสร้างองค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของเยาวชนไทยในยุคโซเชียลมีเดียตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สมมติฐานการวิจัย

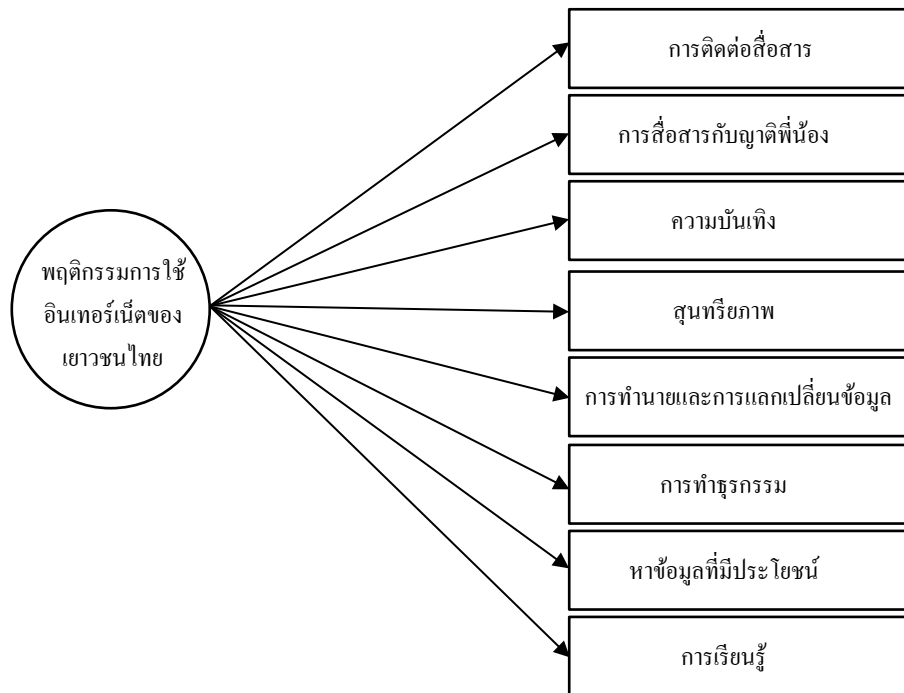
1. โมเดลโครงสร้างองค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของเยาวชนไทยในยุคโซเชียลมีเดีย ประกอบด้วย การติดต่อสื่อสาร การสื่อสารกับญาติพี่น้อง ความบันเทิง สุนทรียภาพ การทำนายและการแลกเปลี่ยนข้อมูล การทำธุรกรรม หาข้อมูลที่มีประโยชน์ และการเรียนรู้
2. โมเดลโครงสร้างองค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของเยาวชนไทยในยุคโซเชียลมีเดียมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ดำเนินการศึกษาทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของเยาวชนไทย ซึ่งคำว่าพฤติกรรม หมายถึง กิริยา อากา รท่าที บทบาท การปฏิบัติหรือการกระทำ รวมทั้งเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกให้เห็นได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า และสามารถวัดได้ด้วยเครื่องมือ โดยสิ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมประกอบด้วย พันธุกรรม สิ่งแวดล้อมทางบ้าน โรงเรียน ชุมชน และวัฒนธรรม ซึ่งแรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรม โดยเฉพาะแรงจูงใจทางสังคม เป็นความต้องการอย่างเดียวกัน เช่น การศึกษาค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ต จากพฤติกรรมที่ต่างกัน เช่น บางคนชอบใช้อินเทอร์เน็ตในการหาความรู้เพิ่มเติม [6]

นอกจากนี้แล้วรูปแบบการใช้บริการอินเทอร์เน็ตยังสามารถจำแนก ตามวัตถุประสงค์ในการใช้งานมีอยู่ 6 รูปแบบ ประกอบด้วย ด้านการศึกษา ด้านการสื่อสาร ด้านการค้า ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านความบันเทิง และด้านการติดตามข่าวสาร [7] และ [8] การสกัดตัวแปรที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย การสื่อสารระหว่างครูกับนักเรียนหรือกับญาติ เพื่อน การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิงหรือสุนทรียภาพ การค้นหาข้อมูลที่มีความง่าย และ

อิสระที่จะเข้าเรียนรู้ได้ตลอดเวลา[9] พฤติกรรมการใช้เว็บบล็อกเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อเป็นการตอบสนองต่ออารมณ์เพื่อการพักผ่อน หรือใช้เพื่อการปลดปล่อยอารมณ์[10] และรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคล คือ พฤติกรรมในการดำเนินชีวิตที่แสดงออกมาในรูปของกิจกรรมหรือความสนใจ ซึ่งจะมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งที่แวดล้อมอยู่รอบตัวของเขาทั้งหมด โดยแสดงออกมาทางความคิด กิจกรรม หรือสุนทรียภาพของแต่ละคน[10] เมื่อวิเคราะห์จากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปแนวคิดเบื้องต้น ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยที่ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ เยาวชนในจังหวัดสกลนคร 223,116 คน อายุระหว่าง 15-25 ปี (ศูนย์ข้อมูลประเทศไทย) ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงตามสถานศึกษาทั้งระดับมัธยมศึกษา และอุดมศึกษา จำนวน 400 คน ซึ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดมีจำนวนมากเพียงพอต่อการวิเคราะห์ผล โดยการวิเคราะห์สมการเชิงเส้นที่มีจำนวนพารามิเตอร์ 33 พารามิเตอร์ ตามข้อเสนอของ Hair et al. [11] กล่าวถึงการใช้กลุ่มตัวอย่าง อย่างน้อย 10-20 เท่าต่อ 1 พารามิเตอร์ จากนั้นผู้วิจัยดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified random sampling) โดยแบ่งชั้นออกเป็น 18 อำเภอตามสถานศึกษาในจังหวัดสกลนคร หลังจากนั้นจะเป็นการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sample) ตามสถานศึกษาที่ได้กำหนดไว้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตใน 1 สัปดาห์ การใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวัน และช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 7 ข้อ ตอนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต มีทั้งหมด 33 ข้อคำถาม ซึ่งเป็นคำถาม

มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามมาตรวัด 5 ระดับแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) และตอนที่ 3 แบบสอบถาม
ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended)

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือสำหรับการวิจัยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ได้มีการปรับปรุงแก้ไขไปทดลอง
ใช้ (Try out) จำนวน 30 ชุด ดำเนินการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha
coefficient) ของ Cronbach's จากการทดสอบ แบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.900

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์ข้อมูล
ทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย การหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิง
ยืนยัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบ หมุนแกนแบบ Oblique Rotation มีเงื่อนไขที่ว่าตัวแปรของปัจจัยด้าน
เดียวกันต้องมีความสัมพันธ์กัน ใช้วิธี Varimax เพื่อให้ได้ตัวแปรที่แท้จริงในแต่ละองค์ประกอบจึงกำหนดให้ต้องมีค่า
น้ำหนักองค์ประกอบของแต่ละตัวแปร คือต้องมีค่าน้ำหนักตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป [12] มีหลักเกณฑ์ในการกำหนด
องค์ประกอบ ประกอบด้วย ค่าคอมมูนาลิตี (Communality: h^2) ไม่ควรมีค่าน้อยกว่า 0.50 แสดงถึงในแต่ละองค์ประกอบ
นั้นมีตัวแปรร่วมกับองค์ประกอบอื่นมากน้อยเพียงใด ค่าไอเกน (Eigen value) ค่าที่ได้จะต้องไม่น้อยกว่า 1.00 และมีค่า
น้ำหนักปัจจัย 0.30 ขึ้นไป จึงถือว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่แท้จริง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) แสดงถึงค่า
ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับองค์ประกอบ โดยที่ค่าน้ำหนักองค์ประกอบควรจะมีค่ามากกว่า 0.30 ขึ้นไป ตัวแปรใด
มีค่าน้ำหนักในองค์ประกอบใดมาก ควรจัดตัวแปรลงในองค์ประกอบนั้น และ 3) การวิเคราะห์โมเดลองค์ประกอบเชิง
ยืนยัน เป็นการยืนยันจำนวนองค์ประกอบและยืนยันถึงตัวบ่งชี้ขององค์ประกอบ ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน
ประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดลด้วยวิธีโลกลีคลิฮูดสูงสุด (Maximum likelihood) ดำเนินการตรวจสอบความตรงของ
โมเดลด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ที่ไม่มีนัยสำคัญ และค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ น้อยกว่า 3.00 [13] ค่า P-Value ต้องไม่มี
นัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) [14] ค่า RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) < 0.05 [15] ค่า CFI
(Comparative Fit Index) > 0.90 [16] ค่า TLI (Tucker-Lewis Index) > 0.90 [17] และค่า SRMR (Standardized Root
Mean Square Residual) < 0.050 [18]

ผลการวิจัย

เยาวชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 291 คน คิดเป็นร้อยละ 72.80 อายุโดยมากแล้วอายุ 16-20 ปี คิดเป็นร้อยละ
57.30 ระดับการศึกษาส่วนมากอยู่ในระดับปริญญาตรี 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.80 สถานภาพโดยส่วนใหญ่โสด 377
คนคิดเป็นร้อยละ 94.30 ในช่วงระยะเวลา 1 สัปดาห์เยาวชนมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตทุกวันจำนวน 296 คน คิดเป็นร้อย
ละ 74.0 การใช้งานอินเทอร์เน็ตของเยาวชนเฉลี่ยต่อครั้งใช้ระยะเวลามากกว่า 3 ชั่วโมงขึ้นไป และช่วงเวลาที่เยาวชนใช้
งานอินเทอร์เน็ตบ่อยที่สุดในช่วงเวลา 19.00 น. – 21.00 น. จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0

1. การศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของเยาวชนไทยในยุคโซเชียลมีเดีย

พบว่าเยาวชนมีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ facebook สูงที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.37 รองลงมาคือ ความ
บ่อยครั้งในการใช้ youtube มีค่าเฉลี่ย 4.35 และเยาวชนมีความบ่อยครั้งในการใช้ google เพื่อหาข้อมูลในการเรียนรู้ มี
ค่าเฉลี่ย 4.29 ซึ่งพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมดอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้พฤติกรรมที่เยาวชนมีการใช้
อินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับน้อย 3 อันดับสุดท้ายประกอบด้วย เยาวชนใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสดงความคิดเห็นในพันทิป มี

ค่าเฉลี่ย 2.37 รองลงมา เยาวชนใช้อินเทอร์เน็ตทำธุรกรรมทางการเงิน มีค่าเฉลี่ย 2.19 และ เยาวชนใช้อินเทอร์เน็ตสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 2.08

2. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของเยาวชนไทยในยุคโซเชียลมีเดีย

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของเยาวชนไทยในยุคโซเชียลมีเดียโดยใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบ การวิเคราะห์ในขั้นตอนนี้เป็นการตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูล จากตารางที่ 1 พบว่า การตรวจสอบถึงความเหมาะสมของข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย พบว่า Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) มีค่าเท่ากับ 0.901 มีค่า Bartlett's Test of Sphericity ซึ่งได้ค่านัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ 0.000 เป็นค่าที่น้อยกว่า 0.05 แสดงได้ถึงว่าข้อมูลในแต่ละปัจจัยพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของเยาวชนไทยในยุคโซเชียลมีเดียมีความสัมพันธ์ต่อกันระหว่างตัวแปร และมีความเหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบได้ [19]

ตารางที่ 1 การตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลปัจจัยพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของเยาวชนไทยในยุคโซเชียลมีเดีย

แบบสอบถาม	จำนวน ข้อคำถาม (ตัวแปร)	KMO	Bartlett's Test of Sphericity		
			Approx. Chi-square	Df	Sig.
ปัจจัยพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของเยาวชนไทยในยุคโซเชียลมีเดีย	33	.901	5536.035	528	.000*

*P<.05

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของเยาวชนไทยในยุคโซเชียลมีเดีย

องค์ประกอบที่	ชื่อองค์ประกอบ	ค่าความผันแปร (Eigen value)	ค่าร้อยละ ของความแปรปรวน (Percent of variance)	ค่าร้อยละ ของความ แปรปรวนสะสม
1	พฤติกรรมในการติดต่อสื่อสาร	9.631	29.184	29.184
2	พฤติกรรมในการสื่อสารกับญาติพี่น้อง	2.674	8.103	37.288
3	พฤติกรรมเพื่อความบันเทิง	1.793	5.433	42.741
4	พฤติกรรมเพื่อสุนทรียภาพ	1.696	5.141	47.862
5	พฤติกรรมเพื่อการทำนุและ การแลกเปลี่ยนข้อมูล	1.350	4.092	51.954
6	พฤติกรรมในการทำธุรกรรม	1.160	3.516	55.470
7	พฤติกรรมเพื่อหาข้อมูลที่มีประโยชน์	1.073	3.252	58.722
8	พฤติกรรมเพื่อการเรียนรู้	1.008	3.053	61.776

ตารางที่ 3 ตารางแสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบ

การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัย		น้ำหนักของ องค์ประกอบ
องค์ประกอบที่ 1 พฤติกรรมในการติดต่อสื่อสาร (Commu)		
1	ใช้ facebook เพื่อโพสต์ข้อความ ภาพถ่าย (Nd6)	.764
2	ใช้ facebook เพื่อแสดงความคิดเห็น (Nd5)	.747
3	ใช้ facebook เพื่อระบายอารมณ์ (Nd7)	.741
4	ใช้ facebook และ line พูดคุยกับเพื่อนต่างเพศ (Na10)	.628
5	ความบ่อยครั้งในการนำภาพถ่ายขึ้น facebook (Nc5)	.527
6	ความบ่อยครั้งในการใช้ facebook (Na1)	.515
องค์ประกอบที่ 2 พฤติกรรมในการสื่อสารกับญาติพี่น้อง (Rela)		
1	ใช้ facebook และ line พูดคุยกับญาติพี่น้อง (Na8)	.782
2	ใช้ facebook และ line พูดคุยกับบิดาและมารดา (Na7)	.705
3	ใช้อินเทอร์เน็ตหาสถานที่ท่องเที่ยว (Nc7)	.567
4	ใช้ Google map หรือ GPRS เพื่อนำทาง (Nc6)	.513
5	ใช้ facebook และ line พูดคุยกับเพื่อน รุ่นพี่ รุ่นน้อง (Na9)	.484
องค์ประกอบที่ 3 พฤติกรรมเพื่อความบันเทิง(Ente)		
1	ใช้อินเทอร์เน็ตโหลดภาพยนตร์ (Ne2)	.819
2	ใช้อินเทอร์เน็ตโหลดเพลง (Ne3)	.763
3	ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเล่นเกมส์ (Ne1)	.656
4	ใช้อินเทอร์เน็ตชมซีรีส์ภาพยนตร์ (Ne4)	.487
5	ใช้อินเทอร์เน็ตร้องเพลง (Ne5)	.440
องค์ประกอบที่ 4 พฤติกรรมเพื่อสุนทรียภาพ(Aest)		
1	ใช้ Instagram เก็บสะสมภาพ (Nc4)	.654
2	ใช้โปรแกรมตกแต่งภาพ (Nc2)	.612
3	ใช้ google ในการดูภาพและค้นหาภาพ (Nc3)	.450
องค์ประกอบที่ 5 พฤติกรรมเพื่อการทำนายและการแลกเปลี่ยนข้อมูล(Foca)		
1	ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสดงความคิดเห็นในพันทิป (Nd4)	.659
2	ใช้อินเทอร์เน็ตเข้าทำนายโชคชะตา (Nd2)	.629
3	ใช้อินเทอร์เน็ตในการหาคู่ครอง (Nd3)	.619
4	ใช้อินเทอร์เน็ตติดตามข่าวศิลปิน และดารา (Nd1)	.514
5	ใช้อินเทอร์เน็ตกับกลุ่มเพื่อนเพื่อทำการบ้าน (Nd5)	.459

ตารางที่ 3 ตารางแสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบ (ต่อ)

การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัย		น้ำหนักของ องค์ประกอบ
องค์ประกอบที่ 6 พฤติกรรมในการทำธุรกรรม(Fina)		
1	ใช้อินเทอร์เน็ตทำธุรกรรมทางการเงิน (Na4)	.767
2	ใช้อินเทอร์เน็ตสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ (Na5)	.751
3	ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อ VDO call (Na3)	.492
4	ความบ่อยครั้งในการใช้ line application (Na2)	.437
องค์ประกอบที่ 7 พฤติกรรมเพื่อหาข้อมูลที่มีประโยชน์(Data)		
1	ใช้ google เพื่อหาข้อมูลในการเรียนรู้ (Nb1)	.697
2	ความบ่อยครั้งในการใช้ youtube (Nc1)	.569
องค์ประกอบที่ 8 พฤติกรรมเพื่อการเรียนรู้(Lear)		
1	ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหางานทำ (Nb2)	.808
2	ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อฝึกทำแบบทดสอบออนไลน์ (Nb3)	.698
3	เรียน e-learning ผ่านอินเทอร์เน็ต (Nb4)	.474

จากตารางที่ 2 พบว่า ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบมีทั้งหมด 33 ตัวแปร สามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบ (Component) ได้จำนวน 8 องค์ประกอบ ในแต่ละองค์ประกอบมีค่าไอแกน (Eigenvalue) ทุกค่าเกิน 1.00 แสดงว่าแต่ละองค์ประกอบสามารถที่จะอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรได้ทั้งหมด 33 ตัวแปร ได้ร้อยละ 61.77 และผลการจัดกลุ่มองค์ประกอบตามตารางที่ 3 จะได้องค์ประกอบทั้ง 8 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) พฤติกรรมในการติดต่อสื่อสาร 2) พฤติกรรมในการสื่อสารกับญาติพี่น้อง 3) พฤติกรรมเพื่อความบันเทิง 4) พฤติกรรมเพื่อสุนทรียภาพ 5) พฤติกรรมเพื่อการนำข่าและการแลกเปลี่ยนข้อมูล 6) พฤติกรรมในการทำธุรกรรม 7) พฤติกรรมเพื่อหาข้อมูลที่มีประโยชน์ และ 8) พฤติกรรมเพื่อการเรียนรู้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 1 และจากตารางที่ 3 เป็นตารางแสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) อยู่ระหว่าง 0.437 - 0.819 ซึ่งเป็นค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่ามากกว่า 0.30

จากตารางที่ 3 ตารางแสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบ พบว่าการจัดกลุ่มองค์ประกอบทั้ง 8 องค์ประกอบมีพฤติกรรมในแต่ละด้านดังนี้

พฤติกรรมในการติดต่อสื่อสาร ประกอบด้วย การใช้ Facebook เพื่อใช้โพสต์ข้อความ ภาพถ่าย แสดงความคิดเห็น ชาวชนบางคนใช้เพื่อเป็นการระบายอารมณ์ มีพฤติกรรมในการใช้ Facebook และ Line พูดคุยกับเพื่อนต่างเพศ มีการนำภาพถ่ายขึ้น Facebook บ่อยครั้ง และมีการใช้ Facebook บ่อยครั้ง มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.515-0.764

พฤติกรรมในการสื่อสารกับญาติพี่น้อง ประกอบด้วย การใช้ทั้ง Facebook และ Line พูดคุยกับญาติพี่น้อง บิคา และมารดา รวมถึงใช้พูดคุยกับเพื่อน รุ่นพี่ รุ่นน้อง ใช้อินเทอร์เน็ตในการหาสถานที่ท่องเที่ยว และ การใช้ Google map หรือ GPRS เพื่อเป็นการนำทาง มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.484-0.782

พฤติกรรมเพื่อความบันเทิง ประกอบด้วย ใช้อินเทอร์เน็ตในการโหลดภาพยนตร์ โหลดเพลง เล่นเกมส์ ชมซีรีส์ภาพยนตร์ และใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อร้องเพลง มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.440-0.819

พฤติกรรมเพื่อสุนทรียภาพ ประกอบด้วย ใช้ Instagram เก็บสะสมภาพ ใช้โปรแกรมตกแต่งภาพ และการใช้ google ในการดูภาพและค้นหาภาพ มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.450-0.654

พฤติกรรมเพื่อการทำนายและการแลกเปลี่ยนข้อมูล ประกอบด้วย การแสดงความคิดเห็นในพันทิป การใช้ อินเทอร์เน็ตเข้าทำนายโชคชะตา การใช้อินเทอร์เน็ตในการหาข้อมูลในเว็บไซด์ การติดตามข่าวศิลปิน และดารา และการ ใช้อินเทอร์เน็ตกับกลุ่มเพื่อนเพื่อทำการบ้าน มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.459-0.659

พฤติกรรมในการทำธุรกรรม ประกอบด้วย การใช้อินเทอร์เน็ตทำธุรกรรมทางการเงิน สั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ การใช้ VDO call และการใช้ line application มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.437-0.767

พฤติกรรมเพื่อหาข้อมูลที่มีประโยชน์ ประกอบด้วย การใช้ google เพื่อหาข้อมูลในการเรียนรู้ และความบ่อยครั้งในการใช้ youtube มีค่าน้ำหนักอยู่ที่ 0.569 และ 0.697

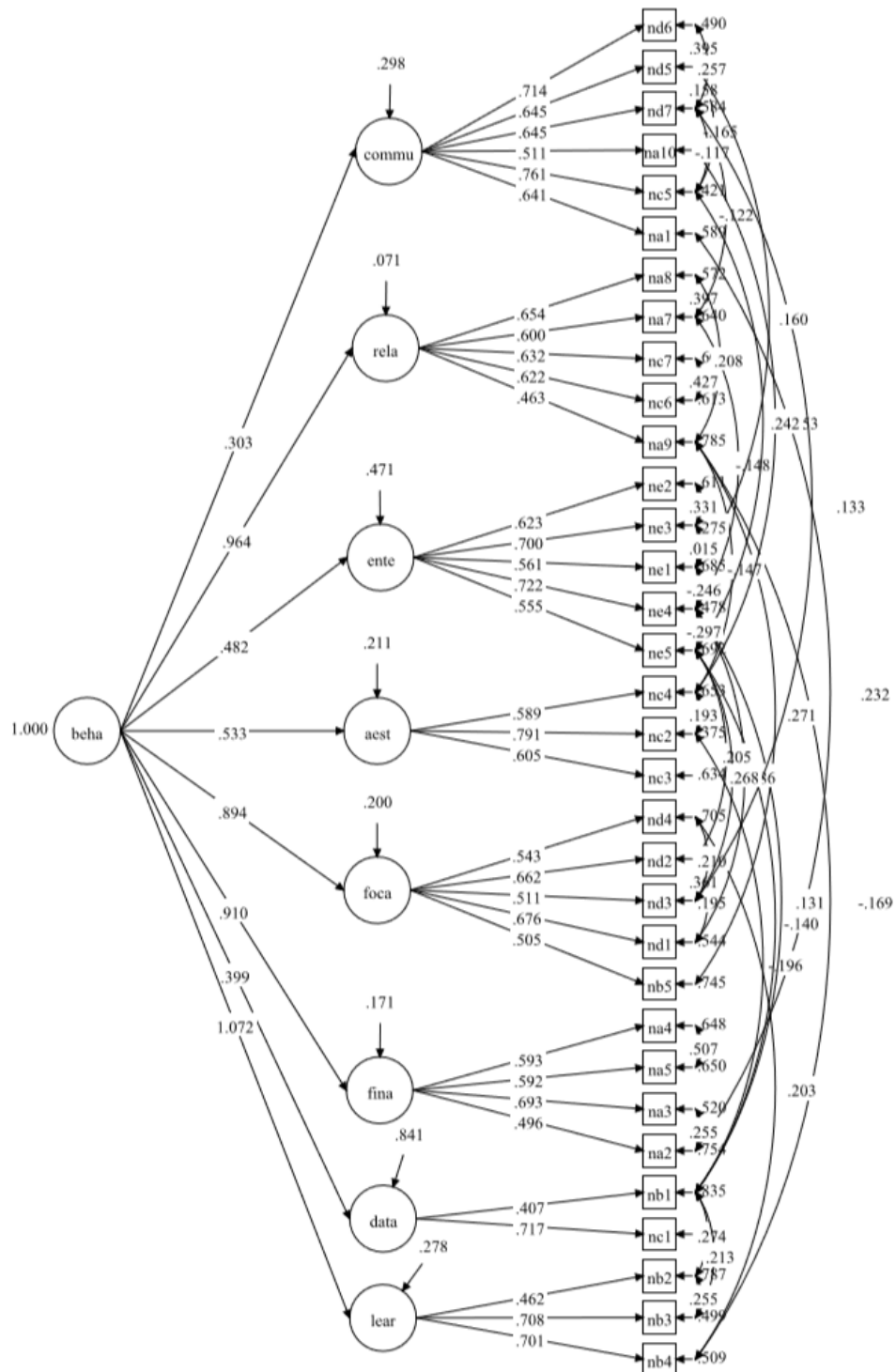
พฤติกรรมเพื่อการเรียนรู้ ประกอบด้วย การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหางานทำ การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อฝึกทำแบบทดสอบออนไลน์ และการเรียน e-learning มีค่าน้ำหนักอยู่ที่ 0.474-0.808

การตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดล โครงสร้างองค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของเยาวชนไทยในยุคโซเชียลมีเดียตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3. การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ตามภาพที่ 2 พบว่าค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบจำลองที่ผ่านเกณฑ์ได้ดี ได้แก่ ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ = 2.047 มีค่าน้อยกว่า 3.00 ค่า RMSEA = 0.049 มีค่าน้อยกว่า 0.050 แสดงว่ามีความสอดคล้องกลมกลืนดี ค่า CFI = 0.919 มีค่ามากกว่า 0.900 แสดงว่ามีความสอดคล้องกลมกลืนพอใช้ได้ ค่า TLI = 0.904 มีค่ามากกว่า 0.900 แสดงว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และค่า SRMR=0.058 มีค่าเท่ากับ 0.050 แสดงว่ามีความสอดคล้องกลมกลืน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 2

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของเยาวชนไทยในยุคโซเชียลมีเดีย เป็นการศึกษาพฤติกรรมของเยาวชนไทยซึ่งจากการศึกษาโดยส่วนใหญ่จะเป็นเยาวชนเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 16-20 ปี สถานภาพโสด โดยส่วนมากแล้วเยาวชนไทยใช้งานอินเทอร์เน็ตทุกวัน มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อครั้งจะใช้เวลานานกว่า 3 ชั่วโมง และส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงเวลา 19.00 – 21.00 น. ซึ่งสอดคล้องกับ วราพร และ เกศราภรณ์[20] กล่าวถึงพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษา นักศึกษามีการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 3.61 ชั่วโมงต่อวันทำการ และสอดคล้องกับ ขนิษฐา[21] กล่าวถึงพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของนักเรียนมัธยมศึกษาส่วนใหญ่แล้วจะใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้านและใช้อินเทอร์เน็ตทุกวัน อีกทั้งยังใช้เวลาในการเล่นอินเทอร์เน็ต 3-4 ชั่วโมงต่อวัน



Chi-square 909.017 df=444, P-Value=0.000, RMSEA=0.049, CFI=0.919, TLI=0.904, SRMR=0.058

ภาพที่ 2 โมเดลโครงสร้างองค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของเยาวชนไทยในยุคโซเชียลมีเดีย

พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของเยาวชนไทยในยุคโซเชียลมีเดีย โดยส่วนมากแล้วจะเข้าถึง Facebook บ่อยครั้งมากที่สุด พฤติกรรมการใช้ Facebook มีหลากหลายกิจกรรม อาทิ การโพสต์ข้อความแสดงอารมณ์และความรู้สึก การโพสต์ภาพถ่ายที่ตนเองได้ไปเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ การโพสต์ภาพถ่ายอาหาร และอื่น ๆ อีกมาก ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้จะพบเจอเสมอในบรรดาเยาวชนไทย ซึ่งมีความสอดคล้องกับ ธัญมาส และ ปรีชา [22] กล่าวถึงเยาวชนที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อกิจกรรม Social Network กันเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะ Facebook และสอดคล้องกับ เสกสรร [23] กล่าวถึงการใช้ Facebook ซึ่งนักศึกษามีการใช้กันมาก ใช้เพื่อการสนทนากับเพื่อนและคณาจารย์ นอกเหนือจากการใช้ Facebook แล้วรองลงมาก็ยังมีการใช้ Youtube และการใช้ Google การใช้ Youtube โดยมากแล้วจะใช้เพื่อความบันเทิงหรือผ่อนคลาย ดูภาพยนตร์ และเพลงที่ชื่นชอบ อีกทั้งยังมีการใช้ Youtube เพื่อการเรียนรู้ หรือแสวงหาความรู้ที่ยังขาด สอดคล้องกับ พรทรัพย์ และ วรรณ [24] กล่าวถึงการพัฒนาการจัดการเรียนการสอน โดยใช้เทคโนโลยี มีการใช้ Youtube ที่มีวิดีโอ ทั้งแบบการสร้างโดยผู้สอนและสร้างโดยผู้เรียน มีการประเมินผลการเรียนรู้ด้วย สอดคล้องกับ ชุพิน และ สุธิดา [25] กล่าวถึงการใช้วิดีโอภาษาอังกฤษจาก Youtube ซึ่งสามารถใช้พัฒนาทักษะการพูดของนักเรียนอาชีวศึกษาได้ และสอดคล้องกับ ชลธิชา [26] กล่าวถึง การใช้วีดิทัศน์จาก Youtube มาเป็นตัวอย่างในการเรียนรู้ทางดนตรี ทำให้นักศึกษาและเยาวชนมีความรู้ และมีความสามารถมากยิ่งขึ้น พฤติกรรมการใช้ Google ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ค้นหาข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิภาพ และเยาวชนทุกวันนี้ก็มีการใช้ Google ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ดังเช่น ประกาศ และ กันยายนรัตน์ [27] และ ประดิษฐ์ และ ศักดา [28] กล่าวโดยสรุปถึงการ ใช้ Google ซึ่งเป็นวิธีที่ดีที่สุดในการค้นคว้าในสิ่งที่ไม่รู้ อีกทั้ง Google สามารถนำไปสู่แหล่งข้อมูลเฉพาะเจาะจงทางกฎหมาย ใช้ Google เพื่อสืบค้นข้อมูลประกอบการเรียนได้

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของเยาวชนไทยในยุคโซเชียลมีเดีย จากการวิเคราะห์องค์ประกอบทั้งหมด 33 ตัวแปร สามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบ (Component) ได้จำนวน 8 องค์ประกอบ ซึ่งทั้ง 8 องค์ประกอบมีดังนี้ 1) พฤติกรรมในการติดต่อสื่อสาร 2) พฤติกรรมในการสื่อสารกับญาติพี่น้อง 3) พฤติกรรมเพื่อความบันเทิง 4) พฤติกรรมเพื่อสุนทรีย์ภาพ 5) พฤติกรรมเพื่อการทำนายและการแลกเปลี่ยนข้อมูล 6) พฤติกรรมในการทำธุรกรรม 7) พฤติกรรมเพื่อหาข้อมูลที่มีประโยชน์ และ 8) พฤติกรรมเพื่อการเรียนรู้ โดยทั้ง 8 พฤติกรรมเป็นพฤติกรรมที่เยาวชนส่วนใหญ่จะดำเนินเป็นกิจวัตรประจำวันอยู่แล้ว ทุกวันนี้มนุษย์เราไม่สามารถปฏิเสธอินเทอร์เน็ตได้ เด็กที่เกิดขึ้นมาใหม่ในยุคปัจจุบันต่างก็เติบโตมากับอินเทอร์เน็ต จากพฤติกรรมที่กล่าวมาก็มีผลการวิจัยที่มีความสอดคล้องคือ ภาวนา [29] กล่าวถึงวัตถุประสงค์ในการใช้สารสนเทศบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อประกอบการเรียน ความบันเทิง การติดตามข่าวสารที่สนใจ และการใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ การใช้เสิร์ชเอนจิน การใช้ Social Network ที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการศึกษา กีฬาและสุขภาพ คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต สังคม และความบันเทิง และยังคงสอดคล้องกับ นิรุวรรณ [30] กล่าวถึงพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตของครอบครัวนักเรียนชั้นมัธยมต้น ซึ่งพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตสามารถพยากรณ์ได้ถึงความสัมพันธ์ในครอบครัวของนักเรียน อาทิ การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิง การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายในครอบครัวและเครือข่าย ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้เป็นพฤติกรรมที่พบได้ทั่วไปของเยาวชน ดังนั้นแล้วทุกภาคส่วนต้องช่วยกันตรวจสอบและดูแลพฤติกรรมของเยาวชนในยุคนี้อย่างเข้มงวด บางพฤติกรรมที่ไม่ได้กล่าวมานี้อาจจะมีหลายพฤติกรรมที่เป็นด้านลบ อาทิ พฤติกรรมการติดเกมสั่นเยาวชน หรือหลงไปในโซเชียลมีเดียมากเกินไป เป็นต้น

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยขอเสนอข้อคิดเห็นและข้อเสนอบางประการให้กับผู้ที่สนใจในการศึกษาพฤติกรรม การใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของเยาวชนไทยในยุคโซเชียลมีเดีย ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาในครั้งนี้ นำเสนอผลงานวิจัยในเชิงบวกที่เป็นพฤติกรรมโดยทั่วไป แต่มีบางแง่มุมที่เป็น พฤติกรรมเชิงลบ อาทิ พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในด้านที่ไม่ดี หรือพฤติกรรมบางแง่มุมที่เป็นพฤติกรรมที่ไม่ควร ปฏิบัติของเยาวชน เพื่อตีแผ่ให้สังคมได้รับรู้ จะได้นำประเด็นดังกล่าวมาพัฒนาสังคมให้ดียิ่งขึ้น

2. การศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของเยาวชนไทย ยังมีอีกหลายประเด็นที่ต้อง ทำการศึกษาค้นคว้า อาจจะนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปดำเนินการวิจัยต่อยอดแนวความคิดในประเด็นอื่น ๆ ที่ นอกเหนือจากองค์ประกอบทั้ง 8 พฤติกรรมที่กล่าวมาข้างต้น

3. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นการศึกษาจากเอกสาร วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แนวคิด และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาสร้างเป็นแบบสอบถาม ดังนั้นแล้วเพื่อให้ได้มาซึ่งองค์ความรู้เชิงลึก อาจจะดำเนินการวิจัยเชิง คุณภาพ การลงพื้นที่ การเฝ้าสังเกตพฤติกรรมในสถานศึกษา ที่บ้าน หรือตามสถานที่ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม การใช้อินเทอร์เน็ตของบรรดาเยาวชน

4. นอกเหนือจากการศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของเยาวชนไทยแล้ว พฤติกรรม ของรุ่นอื่น ๆ ก็มีความน่าสนใจเหมือนกัน อาทิ พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในสังคมผู้สูงอายุ ซึ่งในปัจจุบันนี้ ผู้สูงอายุ เริ่มยอมรับ และปรับมุมมอง แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีในปัจจุบัน ยอมรับเทคโนโลยีหรือโซเชียลมีเดียกันมากยิ่งขึ้น จึงเป็นประเด็นที่มีความน่าสนใจมากในปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

1. ETDA Annual Report 2018 [Internet]. 2018. Retrieved January, 2019, from <https://www.etcha.or.th/publishing-detail/etcha-annual-report-2018.html>
2. Electronic Transactions Development Agency (Public Organization) [Internet]. 2018. Retrieved January, 2019, from <https://www.etcha.or.th/publishing-detail/internet-for-better-life-handbook.html>
3. Srivichai C. Health behavior in game addiction of early adolescents: A planned behavior theory. Journal of the police nurse. 2014 July-December; 6(2): 1 – 15. Thai
4. Wonganantont P. Excessive internet usage behavioral in adolescents. Journal of The Royal Thai Army Nurses. 2014 May-August; 15(2): 173-178. Thai.
5. Jitsaeng K. Internet use behaviors of and types of internet service used by secondary school students in Khon Kaen province. 2013 May-August; 30(2): 217-242. Thai.
6. Suwansaeng K. General psychology 5th edition. Aksornvittaya: Bangkok. 2004. Thai.
7. Malithong K. Educational technology and innovation. Chulalongkorn University press. Bangkok. 1997. Thai.
8. Tanasugran K, Kruavan J, Yoonaidharma S. Laws of internet services in Thailand; Suggestion framework and service supervision. Nititam. Bangkok. 1998. Thai.
9. Chanhom N. Factors affecting the use of internet by student: case study the North Eastern Polytechnic Vocational College, Ubon Ratchatani: the North Eastern Polytechnic Vocational College. 2012. Thai.

10. Lunpha K. The usage behavior and expectation for benefits that will get from new media usages for population in Bangkok area weblog case study. Independent study Master of Journalism and mass communication, Thammasat University; 2008. Thai.
11. Kotler P. Marketing management: The Millennium Edition. New Jersey: Prentice Hall; 2000.
12. Hair F, Black CW, Anderson ER. Multivariate data Analysis. 7th Edition. Pearson. 2010.
13. Hair F, Anderson ER., Tatham RL, Black CW. Multivariable data analysis. 5th edition. Upper Saddle River. NJ: Prentice-Hall; 1998.
14. Bollen KA. Structural Equations with Latent Variables. New York: Wiley; 1989.
15. Diamantopoulos A, Siguaw AD. Introducing LISREL: A guide for the uninitiated. Sage Publications: London; 2000.
16. Schumacker RE, Lomax RG. A Beginner's guide to structural equation modeling 2. Lawrence Erlbaum Associate; 2004.
17. Hu LT, Bentler PM. Cutoff criteria for Fit index in covariance structure Analysis: conventional criteria versus new alternations structural equation Modeling: A Multidisciplinary Journal. 1995; 6: 1-55.
18. Joreskog KG, Sorbom D. Advance in Factor analysis and Structural Equation models. Cambridge, MA: Abt book; 1989.
19. Hair F, Anderson ER, Tatham RL, Black CW. Multivariable data analysis. 5th edition. Upper Saddle River. NJ: Prentice-Hall; 1998.
20. Wanchaitanawong W, Choopun K. A survey of internet utilization and impacts of internet utilization on students of Boromarajonnani College of nursing, Chiang Mai. Journal of Nursing and Education. 2014 July-September; 7(3): 124-132. Thai.
21. Jitsaeng K. Internet use behaviors of and types of internet services used by secondary school students in Khon Kaen province. Humanities and Social Science. 2013 May-August; 30(2): 217-242. Thai.
22. Thongmullek T, Vichitthamaros P. The study of factors affecting acceptance and use of social network of people in Thailand. The Journal of Social Communication Innovation. 2017 July-December; 5(2): 114-124. Thai.
23. Saisrisod S. Behavior and satisfaction toward the use of new media to enhance student learning at school of communication arts. Panyapiwat Journal. 2013 January-June; 4(2): 72-91. Thai.
24. Pornsawad P, Panitsupakamon W. Learning outcomes and attitudes of students in Engineering Mathematics to learning with Youtube. Veridian E-Journal, Silpakorn University. 2019 January-February; 12(1): 133-148. Thai.
25. Boonbandol Y, Soontornwipat S. Using English videos on YouTube to develop vocational students' speaking skills at Singburi Vocational College. Liberal Arts Review. 2017 Supplement January- June; 12(23): 1-9. Thai.
26. Chiangthong C. Exposure to YouTube music media by students at college of music, Mahidol University. Journal of Fine and Applied Arts, Khon Kaen University. 2013 January-June; 5(1): 45-59. Thai.
27. Pawinun P, Tongkaew K. Digital information searching and seeking of graduate students of Law Faculty, Ramkhamhaeng University. VRU Research and Development Journal Humanities and Social Science. 2018 September-December; 13(3): 174-185. Thai.



28. Ratsmeerot P, Chanprasert S. Information searching using search engine undergraduates students of Khon Kaen University. *KKU Research Journal (Graduate Study)*. 2017 January-March; 17(1): 105-113. Thai.
29. Poomsawai P, Khumpetch S, Chaikul P, Tehlah A. Information utilization on internet by undergraduate students. *AL-Hikmah Journal of Fatoni University*. 2017 January-June; 7(13): 81-96. Thai.
30. Turnbull N, Thiabrithi S, Buddawong S. Effects of internet use within family relationships among secondary school students in Mueang, Maha Sarakham, Maha Sarkham Province. 2018; 29(2): 27-37. Thai