



เศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัล



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม  
หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐกิจดิจิทัล  
คณะเศรษฐศาสตร์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2565



**CIVIL ECONOMY OF DIGITAL CITIZENS**

**BY**

**THITIMON WITHUPASSAKAN**



**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT  
OF THE REQUIREMENTS FOR  
THE DEGREE OF MASTER OF ECONOMICS IN DIGITAL ECONOMY  
FACULTY OF ECONOMICS**

**GRADUATE SCHOOL, RANGSIT UNIVERSITY**

**ACADEMIC YEAR 2022**

วิทยานิพนธ์เรื่อง  
เศรษฐกติกภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัล

โดย  
จิตติมนต์ วิฑูภาสกาญจน์

ได้รับการพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐกติกดิจิทัล

มหาวิทยาลัยรังสิต  
ปีการศึกษา 2565

ดร. วรณสินท์ สัตยานุวัตร  
ประธานกรรมการสอบ

ผศ. ดร. เทอดศักดิ์ ชมไต้สุวรรณ  
กรรมการ

ผศ. ดร. ชนย์พัทธ์ ไกร์วานิช  
กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ผศ. ร.ต. หญิง ดร. วรณิ สุขสาคร)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
31 สิงหาคม 2565

Thesis entitled

**CIVIL ECONOMY OF DIGITAL CITIZENS**

by

THITIMON WITHUPASSAKAN

was submitted in partial fulfillment of the requirements  
for the degree of Master of Economics in Digital Economy

Rangsit University  
Academic Year 2022

---

Wanasin Sattayanuwat, Ph.D.  
Examination Committee Chairperson

Asst. Prof. Thoedsak Chomtohsuwan, D.Econ.  
Member

---

Asst. Prof. Tanpat Kraiwanit, Ph.D.  
Member and Advisor

Approved by Graduate School

(Asst.Prof.Plт.Off. Vanee Sooksatra, D.Eng.)

Dean of Graduate School

August 31, 2022

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีจากความอนุเคราะห์ของคณาจารย์สถาบัน เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาจารย์ที่ปรึกษา ผศ.ดร.ธัญพัทธ์ ใควานิช ที่ ให้ความรู้ คำแนะนำและข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนาให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมถึง ดร.วรรณสินท์ สัตยานุวัตร์ ประธานกรรมการสอบ และ ผศ.ดร.เทอดศักดิ์ ชมโต๊ะสุวรรณ กรรมการ ที่ให้คำชี้แนะในการแก้ไขจุดบกพร่องของเนื้อหา ตลอดจนการ แนะนำข้อมูลที่เป็นส่วนสำคัญในการเขียนวิทยานิพนธ์ และขอขอบคุณ คุณวนิดา จรรยา ที่อำนวยความสะดวกและประสานงานให้เรียบร้อยตลอดมา

ขอขอบพระคุณครอบครัว เพื่อนร่วมหลักสูตรปริญญาโท และกัลยาณมิตรทุกท่านที่คอยให้การสนับสนุนในทุก ๆ ด้าน และเป็นแรงใจที่สำคัญตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาจนวิทยานิพนธ์เล่มนี้ เสร็จสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้อง และหากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ฐิติมนต์ วิฑูภาสกาญจน์

ผู้วิจัย

6206134 : รัฐมนตรี วิทยาศาสตร์  
 ชื่อวิทยานิพนธ์ : เศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัล  
 หลักสูตร : เศรษฐศาสตร์มหบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐกิจดิจิทัล  
 อาจารย์ที่ปรึกษา : ผศ. ดร. ธนย์พัทธ์ ไกรวานิช

**บทคัดย่อ**

การศึกษาเศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นพลเมืองดิจิทัล ที่มีผลต่อเศรษฐกิจภาคประชาชน การศึกษาในครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก ด้วยช่องทางแบบสอบถามออนไลน์ ผ่าน Google Form จำนวน 616 ราย และถูกนำไปวิเคราะห์ด้วยความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยสถิติแบบ (Multivariate Analysis of Covariance: MANCOVA) เนื่องจากการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระ 1 ตัวหรือมากกว่า และกลุ่มตัวแปรตามหลายตัว ผลการวิจัยพบว่า อาชีพ และอายุมีผลต่อเศรษฐกิจภาคประชาชน และเครื่องมือสื่อสารออนไลน์ ทวิตเตอร์ (Twitter) และยูทูป (Youtube) มีผลต่อเศรษฐกิจภาคประชาชน โดยปัจจัยด้านอายุ และอาชีพ ส่งผลกระทบต่อรายได้ที่มากขึ้นตามช่วงอายุ และตามประเภทของกลุ่มอาชีพ ทำให้รายได้มีความมั่นคงที่จะสามารถจัดสรรทั้งทางด้านเวลารวมถึงรายได้ เพื่อมีดำเนินกิจกรรมที่เป็นส่วนร่วมกับภาคประชาสังคมได้มากยิ่งขึ้น ด้านปัจจัยจากเครื่องมือสื่อสารออนไลน์ที่ทำให้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชนได้ในวงกว้าง และรวดเร็ว รวมถึงการเกิดการจูงใจผ่านสื่อทำให้ประชาชนที่มีการใช้งานเครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ที่กล่าวมาข้างต้นได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการมีส่วนร่วมภาคประชาสังคมและตัดสินใจเข้าร่วมได้ จากผลการทดลองที่ได้ทำให้มีข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ควรส่งเสริมอาชีพเพื่อชุมชน โดยอาจรวมกลุ่มประชาชนตามความสนใจให้สามารถจัดตั้งธุรกิจเพื่อสนับสนุนกิจกรรมของชุมชนและสังคม รวมถึงควรส่งเสริมสนับสนุน สร้างความรู้ความเข้าใจ โดยผ่านเครื่องมือสื่อสารออนไลน์ที่ประชาชนมีความชำนาญและเข้าถึงอยู่แล้วให้สามารถหลอมรวมและส่งเสริมกิจกรรมชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ จากการศึกษาครั้งนี้ไม่ได้มุ่งเน้นถึงวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจภาคประชาชน ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป การศึกษาผลกระทบของวิสาหกิจชุมชนที่มีต่อเศรษฐกิจภาคประชาชนยังจะทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจได้ลุ่มลึกมากขึ้น และการให้คำนิยามของคำว่า “เศรษฐกิจภาคประชาชน” ในการศึกษาครั้งต่อไปอาจเพิ่มเติมข้อมูลเชิงคุณภาพด้านการบริโภคของภาคเอกชนและประชาชน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

(วิทยานิพนธ์มีจำนวนทั้งสิ้น 94 หน้า)

คำสำคัญ: เศรษฐกิจภาคประชาชน, พลเมืองดิจิทัล, ลักษณะทางประชากร

6206134 : Thitimon Withupassakan  
 Thesis Title : Civil Economy of Digital Citizens  
 Program : Master of Economics in Digital Economy  
 Thesis Advisor : Asst. Prof. Tanpat Kraiwanit, Ph.D.

### Abstract

This study aimed to investigate the demographic characteristics and knowledge concerning digital citizens affecting the economy of the people's sector. A convenience sampling method was employed to collect the data from 616 participants who were Thai employees via online questionnaires. The data were analysed using statistical analysis and variable correlation. The findings revealed that occupation and age had an impact on the economy of the people's sector. Twitter and YouTube, two online communication tools, had an impact on the economy of the people's sector. Age and occupation had an impact on income, which increased with age and by professional group. This ensures income stability, which can be allocated in terms of both time and money in order to carry out more activities that benefit civil society. People who use the aforementioned social media tools were informed of the news on civil society participation and the decision to participate, which are factors of online communication tools that allow information dissemination to the public in a wide and fast manner, including the emergence of incentives through the media.

(Total 94 pages)

Keywords: Civil Economy, Digital Citizen, Demographic Characteristics

Student's Signature ..... Thesis Advisor's Signature .....

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูป	ช
<b>บทที่ 1</b>	
<b>บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตในการศึกษา	3
1.4 กรอบแนวคิด	4
1.5 สมมติฐานของงานวิจัย	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.7 นิยามศัพท์	5
<b>บทที่ 2</b>	
<b>ทบทวนวรรณกรรม</b>	<b>6</b>
2.1 แนวคิดทางเศรษฐกิจ	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน	11
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับดิจิทัล	13
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นพลเมืองดิจิทัล	19
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า	
<b>บทที่ 3</b>	<b>วิธีการดำเนินการวิจัย</b>	<b>31</b>
	3.1 ประชากรที่ศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง	31
	3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล	32
	3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	32
	3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	33
<b>บทที่ 4</b>	<b>ผลการศึกษา</b>	<b>39</b>
	4.1 ลักษณะทั่วไปของข้อมูล	39
	4.2 การทดสอบข้อตกลงการใช้ สถิติ MANCOVA	48
	4.3 การทดสอบสมมติฐาน	49
<b>บทที่ 5</b>	<b>สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	<b>65</b>
	5.1 สรุปผลการวิจัย	65
	5.2 อภิปรายผลการวิจัย	66
	5.3 ข้อจำกัดการวิจัย	68
	5.4 ข้อเสนอแนะ	68
<b>บรรณานุกรม</b>		<b>70</b>
<b>ภาคผนวก</b>		<b>74</b>
	ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	75
	ภาคผนวก ข บทความวิชาการ	80
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>		<b>94</b>

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	39
4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	39
4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการศึกษา	40
4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	40
4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้	41
4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครื่องมือสื่อสารสังคมออนไลน์ - ไลน์ (Line)	42
4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครื่องมือสื่อสารสังคมออนไลน์ - เฟซบุ๊ก (Facebook)	42
4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครื่องมือสื่อสารสังคมออนไลน์ - อินสตาแกรม (Instagram)	43
4.9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครื่องมือสื่อสารสังคมออนไลน์ - ทวิตเตอร์ (Twitter)	43
4.10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครื่องมือสื่อสารสังคมออนไลน์ - พินเทอเรส (Pinterest)	44
4.11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครื่องมือสื่อสารสังคมออนไลน์ - วอทสแอป (Whatsapp)	44
4.12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครื่องมือสื่อสารสังคมออนไลน์ - ยูทูป (Youtube)	44
4.13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครื่องมือสื่อสารสังคมออนไลน์ - วีแชท (Wechat)	45
4.14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครื่องมือสื่อสารสังคมออนไลน์ - บล็อก (Blog)	45
4.15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครื่องมือสื่อสารสังคมออนไลน์ ลิงก์อิน - (Linkedin)	46

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกความร่วมมือภาคประชาสังคมด้านการบริจาคทุนทรัพย์	46
4.17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกความร่วมมือภาคประชาสังคมด้านอาสาสมัคร	46
4.18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกความร่วมมือภาคประชาสังคมด้านการให้ความร่วมมือกับชุมชน	47
4.19 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกความร่วมมือภาคประชาสังคมด้านการรักษาสีแกวต้อม	47
4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพลเมืองดิจิทัลและรายได้ครัวเรือนต่อเดือน	48
4.21 สหสัมพันธ์ของตัวแปรตาม Correlations	48
4.22 การทดสอบความแปรปรวน (Variance)	49
4.23 ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยวิธี Multivariate Tests <sup>a</sup>	50
4.24 การวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้วิธี Tests of Between-Subjects Effects	51
4.25 การทดสอบความแปรปรวน (Variance)	53
4.26 ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยวิธี Multivariate Tests <sup>a</sup>	53
4.27 การวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้วิธี Tests of Between-Subjects Effects	55
4.28 การทดสอบความแปรปรวน (Variance)	57
4.29 ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยวิธี Multivariate Tests <sup>a</sup>	57
4.30 การวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้วิธี Tests of Between-Subjects Effects	59
4.31 การทดสอบความแปรปรวน (Variance)	60
4.32 ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยวิธี Multivariate Tests <sup>a</sup>	61
4.33 การวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้วิธี Tests of Between-Subjects Effect	62

## สารบัญรูป

รูปที่		หน้า
1.1	เหตุการณ์ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย	1
1.2	สถิติผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย	2
1.3	กรอบแนวคิด	4
2.1	กระแสการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ (Circular Flow) หรือวงจรเศรษฐกิจ (Economic Flow)	9
2.2	โลกดิจิทัลยุคต่าง ๆ	14
2.3	Digital 4.0 ในปัจจุบัน	16
2.4	ทักษะด้านดิจิทัล	22

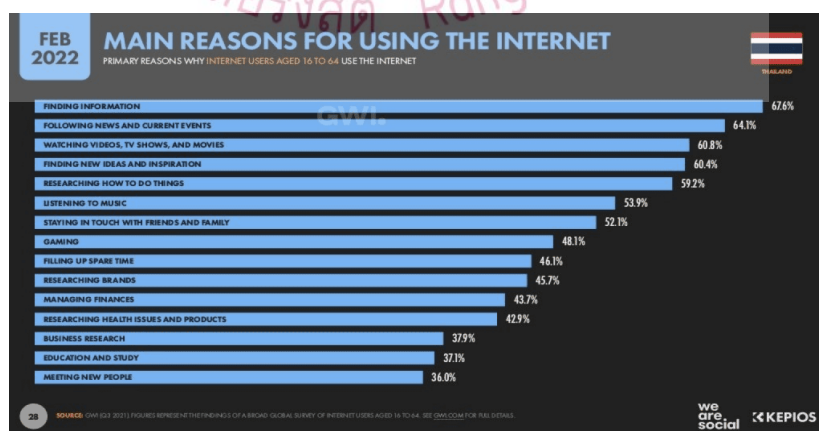


# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

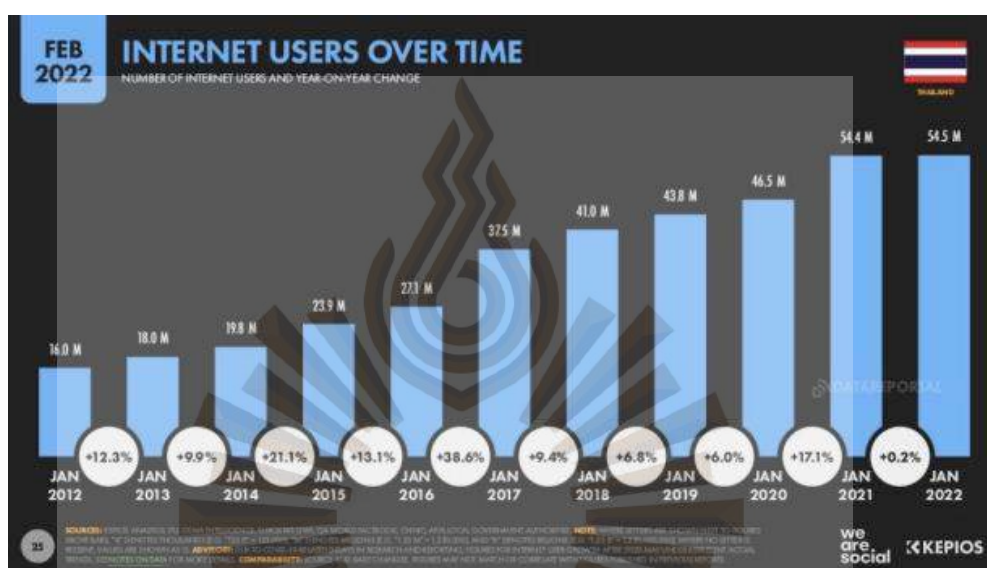
ปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในการอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันของประชาชนหลากหลายมิติซึ่งส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของประชาชน และบริบททางสังคมเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาชน จากโลกออฟไลน์ถูกแทนที่ด้วยโลกออนไลน์ทำให้การค้นหาข้อมูล ติดตามข่าวสารและกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงการติดต่อสื่อสาร สามารถทำได้ง่ายและรวดเร็วผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จากข้อมูล Digital 2022 Thailand ของ We Are Social (2022) ระบุว่า ข้อมูลผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต ในประเทศไทยมีอัตราการเพิ่มขึ้นของผู้ใช้งานมีปริมาณเพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะในปี 2021 ที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส ซึ่งเป็นตัวเร่งให้ผู้คนต้องเข้ามาใช้อินเทอร์เน็ตอย่างก้าวกระโดดถึง 54.4 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 17.1 จากปีก่อน โดยเหตุผลหลักในการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย 3 อันดับแรก ได้แก่ การค้นหาข้อมูล ร้อยละ 67.6 การติดตามข่าวสารและกิจกรรม ร้อยละ 64.1 และการรับชมภาพยนตร์หรือวิดีโอ ร้อยละ 60.8 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าช่องทางออนไลน์นับเป็น ช่องทางการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงคนได้จำนวนมาก



รูปที่ 1.1 เหตุผลการใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

ที่มา : We Are Social, 2022

ส่วนสถิติการซื้อของออนไลน์ของคนไทยในปี 2564 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตกว่าร้อยละ 68.3 ซื้อสินค้าหรือบริการทางออนไลน์เป็นประจำทุกสัปดาห์ โดยที่ตลาดสินค้าบริโภคของคนไทยนั้น การซื้อทางออนไลน์รวมกันเป็นมูลค่ากว่า 614,000 ล้านบาท จากสถิติดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าคนไทยมากกว่าครึ่งประเทศสามารถเรียนรู้ และปรับตัวที่จะรับเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในชีวิตประจำวันมากขึ้น



รูปที่ 1.2 สถิติผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

ที่มา : We Are Social, 2022

การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดังกล่าวจะเห็นได้ว่าโลกแห่งความเป็นจริงและโลกเสมือนเกิดขึ้นควบคู่กันไปทำให้ประชาชนซึ่งมีบทบาทเป็นพลเมืองของสังคม ต้องมีบทบาทของการเป็นพลเมืองดิจิทัลควบคู่ไปด้วยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ กล่าวคือ การเป็นพลเมืองของสังคมนั้น นอกจากการดำเนินชีวิตประจำวันแล้ว ประชาชนยังต้องมีส่วนรับผิดชอบต่อสังคมในด้านใดด้านหนึ่ง เช่น การบริจาคทุนทรัพย์ การเป็นอาสาสมัคร การมีส่วนร่วมกับชุมชน การรักษาสังแวดล้อม เป็นต้น เพื่อให้สังคมมีการพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น นำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีของพลเมือง ในขณะที่เดียวกันการเป็นพลเมืองดิจิทัล ก็ควรมีทักษะความรู้เท่าทันดิจิทัล เพื่อที่จะได้มีความรู้และความเข้าใจการใช้งานและทำธุรกรรมต่าง ๆ อย่างปลอดภัย มีความรู้ความเข้าใจ และทักษะการใช้งานเทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้เกิดประโยชน์ทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านการมีส่วนร่วมภาคประชาชน และด้านความเป็นพลเมืองดิจิทัล โดยทักษะความรู้ด้านดิจิทัลจึงเป็นทักษะใหม่ที่จำเป็นต่อการปรับตัวให้เข้ากับการทำงาน และความเป็นอยู่ในรูปแบบใหม่ ๆ หากบุคคล องค์กร หรือ

ชุมชนไหนมีผู้ที่รับรู้และเข้าใจทักษะด้านดิจิทัลมาก โดยต้องมีความรู้และความเข้าใจการใช้งานและทำธุรกรรมต่าง ๆ อย่างปลอดภัย บนความเข้าใจบรรทัดฐานของการปฏิบัติตัวให้เหมาะสมส่งผลต่อการปรับตัวที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้นตามไปด้วย นำไปสู่การศึกษาเศรษฐกิจภาคประชาชนกับพลเมืองดิจิทัล

งานวิจัยเล่มนี้ผู้ศึกษาจึงมีความประสงค์ จะมุ่งเน้นศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นพลเมืองดิจิทัลที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจภาคประชาชน เพื่อพัฒนาต่อยอดนโยบายด้านเศรษฐกิจและสังคมให้ตอบโจทย์ต่อการดำเนินชีวิตในยุคปัจจุบัน

## 1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาความเป็นพลเมืองดิจิทัลที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจภาคประชาชน
- 1.2.2 เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรกับส่งผลต่อเศรษฐกิจภาคประชาชน

## 1.3 ขอบเขตในการศึกษา

การวิจัยเรื่อง เศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัล มุ่งศึกษากลุ่มตัวอย่าง ประชาชนในประเทศไทยอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป และเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพแล้ว ทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือน พฤษภาคม - มิถุนายน พ.ศ. 2565 ซึ่งจะแบ่งเป็น 2 ขอบเขตดังต่อไปนี้

### 1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มบุคคลที่มีสัญชาติไทย อายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี และเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพแล้ว โดยไม่ใช่นักเรียนหรือนักศึกษา จำนวน 400 คนขึ้นไป

### 1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นการศึกษาความรู้ความเข้าใจความเป็นพลเมืองดิจิทัลด้านนโยบายด้านคุณสมบัติที่ดีของพลเมืองดิจิทัล ด้านความปลอดภัยในการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัล และ

เศรษฐกิจภาคประชาชนเกี่ยวกับผู้มีรายได้ที่มีส่วนร่วมกับภาคประชาสังคมด้านการบริจาคทุนทรัพย์  
ด้านการเป็นอาสาสมัคร ด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชน ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม

#### 1.4 กรอบแนวคิด

การศึกษาเรื่อง เศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัล สามารถสร้างกรอบแนวคิดได้  
ดังนี้



รูปที่ 1.3 กรอบแนวคิด

#### 1.5 สมมติฐานของงานวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะประชากรมีผลต่อเศรษฐกิจภาคประชาชน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การใช้สื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อเศรษฐกิจภาคประชาชน



## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ภาคประชาสังคม การนำไปพัฒนานโยบายทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน

1.6.2 ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจ ภาคประชาชน และความเป็นพลเมืองดิจิทัล

## 1.7 นิยามศัพท์

**เศรษฐกิจภาคประชาชน** หมายถึง ผู้ที่ประกอบอาชีพซึ่งสามารถสร้างรายได้ครัวเรือนต่อเดือน โดยไม่ใช่นักเรียน/นักศึกษา และมีความร่วมมือกับชุมชนหรือภาคประชาชน

**ความร่วมมือภาคประชาสังคม** หมายถึง การมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมทั้งรูปแบบการเสียสละเวลาหรือการเสียสละทุนทรัพย์ เพื่อพัฒนาให้สังคมเป็นไปในทางที่ดีขึ้น เช่น ด้านการบริจาคทุนทรัพย์ ด้านการเป็นอาสาสมัคร ด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชน ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่ช่วงอายุ 18 ปี ถึงปัจจุบันอย่างน้อยหนึ่งกิจกรรม

**พลเมืองดิจิทัล** หมายถึง ผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจในการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลทั้งด้านนโยบาย ด้านความปลอดภัยในการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัล และด้านใช้งานเพื่อสื่อสาร ค้นคว้าข้อมูลและทำธุรกรรมต่างๆ อย่างถูกต้องและเหมาะสม

## บทที่ 2

### ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยเรื่อง เศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัล ผู้ศึกษาได้ทบทวนวรรณกรรม โดยแบ่งเนื้อหาและสาระสำคัญออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

- 2.1 แนวคิดทางเศรษฐกิจ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับดิจิทัล
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นพลเมืองดิจิทัล
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดทางเศรษฐกิจ

##### 2.1.1 ความหมายของเศรษฐกิจ

สำนักงานราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจ (Economy) ไว้ว่า งานอันเกี่ยวกับการผลิต การจำหน่ายจ่ายแจก และการบริโภคใช้สอยสิ่งต่าง ๆ ของชุมชน

กาญจน์ ออกจาก (2556, น. 16) กล่าวว่า เศรษฐกิจ คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรที่มีจำกัดอันมีค่า เพื่อนำมาตอบสนองความต้องการของมนุษย์ที่ปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย เช่น รายได้ การผลิต เงินออม การจำหน่าย และการบริโภคใช้สอยต่าง ๆ ของชุมชนอย่างประหยัดที่สุด

วินิตา สุทธิสมบูรณ์, สมพิสา ฅ นคร, และสุวิมล อังควานิช (2544) กล่าวว่า เศรษฐกิจ เป็นเรื่องที่มีความสัมพันธ์กับมนุษย์อย่างใกล้ชิด ซึ่งเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกี่ยวกับเรื่องการเงินคือยู่ดี มีทรัพย์เก็บออมถือได้ว่ามีภาวะเศรษฐกิจดีในส่วนของบุคคลและครอบครัว ในส่วนของประเทศนั้นการวัดว่าระดับเศรษฐกิจของประเทศจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับความ

เป็นอยู่และมาตรฐานการครองชีพของประชากร ปัญหาการว่างงาน การขาดดุลการค้า และดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ

ธนาคารแห่งประเทศไทย (2555) ได้กล่าวว่า เศรษฐศาสตร์แตกต่างกับเศรษฐกิจ ซึ่งเศรษฐกิจจะเป็นตัวกิจกรรมที่เกี่ยวกับการผลิต การบริโภค การซื้อขายแลกเปลี่ยน การกระจายสินค้าและบริการต่าง ๆ ของคนที่อยู่ร่วมกันในสังคม ส่วนเศรษฐศาสตร์เป็นแขนงวิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคลและสังคมในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจดังกล่าว

ดังนั้นสรุปได้ว่า เศรษฐกิจ หมายถึง กิจกรรมที่มีความสัมพันธ์กับการผลิต การบริโภค การซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้ารวมถึงบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของมนุษย์ในแต่ละยุคสมัย

### 2.1.2 เศรษฐกิจภาคประชาชน

โครงสร้างระบบเศรษฐกิจในระดับมหภาค ซึ่งเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนผลผลิตและปัจจัยการผลิตในแต่ละภาคเศรษฐกิจ ประกอบด้วย ภาคครัวเรือน ภาคธุรกิจ ภาครัฐบาล และภาคต่างประเทศ ซึ่งในส่วนของภาคประชาชนเองมักจะถูกมองข้ามอยู่เสมอ ทั้ง ๆ ที่ ในความเป็นจริงแล้ว เศรษฐกิจภาคประชาชนเป็นภาคที่สร้าง GDP สูง ในหลาย ๆ ประเทศให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจภาคประชาชนเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นภาคของการบริโภคและการผลิต ทั้งแรงงาน ลูกจ้าง เกษตรกร และอาชีพอิสระอื่น ๆ (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ, 2563)

จะเห็นได้ว่า เศรษฐกิจภาคประชาชนมีความสำคัญเป็นอย่างมากในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโต หากมีการให้ความสำคัญกับภาคประชาชนมากจะทำให้ GDP ของประเทศเติบโตไปด้วย

### 2.1.3 การบริโภคของครัวเรือน

เมื่อสมาชิกในครัวเรือนได้รับผลตอบแทนของปัจจัยการผลิต เช่น ได้รับค่าจ้างจากการขายแรงงานก็สามารถนำเอาค่าตอบแทนหรือรายได้ นั้น ไปใช้จ่ายใช้สอยซื้อหาสินค้าและบริการที่ต้องการได้การใช้จ่ายใช้สอยนี้เองที่เรียกว่าการบริโภค (Consumption) ซึ่งเมื่อครัวเรือนบริโภคสินค้า

หรือบริการที่ต้องการก็จะได้รับความสุขหรือได้รับประโยชน์จากการบริโภคตอบแทน ภาษาทางเศรษฐศาสตร์เราจะเรียกว่า อรรถประโยชน์จากการบริโภค (Utility)

ปัจจัยที่กำหนดการบริโภคของภาคครัวเรือน ได้จากการบริโภคของแต่ละคนในทุกครัวเรือนย่อย ๆ มารวมกัน เพราะฉะนั้นปัจจัยส่วนใหญ่ที่กำหนดอุปสงค์การซื้อสินค้าของแต่ละบุคคล จึงสามารถนำมาอธิบายการบริโภคของภาคครัวเรือนได้

1) ระดับรายได้ของผู้บริโภค เป็นปัจจัยอย่างแรกที่ผู้บริโภคจะพิจารณาเพราะรายได้มากก็บริโภคได้มาก รายได้น้อยก็บริโภคได้น้อยลงมา แต่ก็มีผู้บริโภคที่ไม่ขึ้นกับรายได้เหมือนกัน เพราะคนเราก็ต้องกินอาหารเพื่อประทังชีวิต มีเสื้อผ้าไว้สวมใส่ ซึ่งเราเรียกการบริโภคอย่างนี้ ว่าเป็นระดับการบริโภคขั้นต่ำที่จะดำรงชีวิตได้ และถึงจะไม่มีรายได้ เราก็ต้องกู้มาเพื่อซื้อหา มาบริโภค หรือขอคนอื่นมา

2) การคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต การคาดการณ์ของผู้บริโภคไม่ว่าจะเป็นรายได้ในอนาคต ราคาสินค้า ปริมาณสินค้า ส่วนส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคทั้งสิ้น เช่น ถ้าคาดว่าเงินเดือนจะขึ้น 10% หรือเงินโบนัสจะออกเดือนหน้า เขาอาจจะใช้จ่ายเพื่อการบริโภคเพิ่มขึ้นตั้งแต่วันนี้ ทำนองใช้ก่อนล่วงหน้า แต่ถ้าคาดการณ์ว่าในอนาคตรายได้ของเขาจะลดลง ก็จะลดการบริโภคลง และออมให้มากขึ้นเพื่อเอาไปใช้จ่ายในวันข้างหน้า

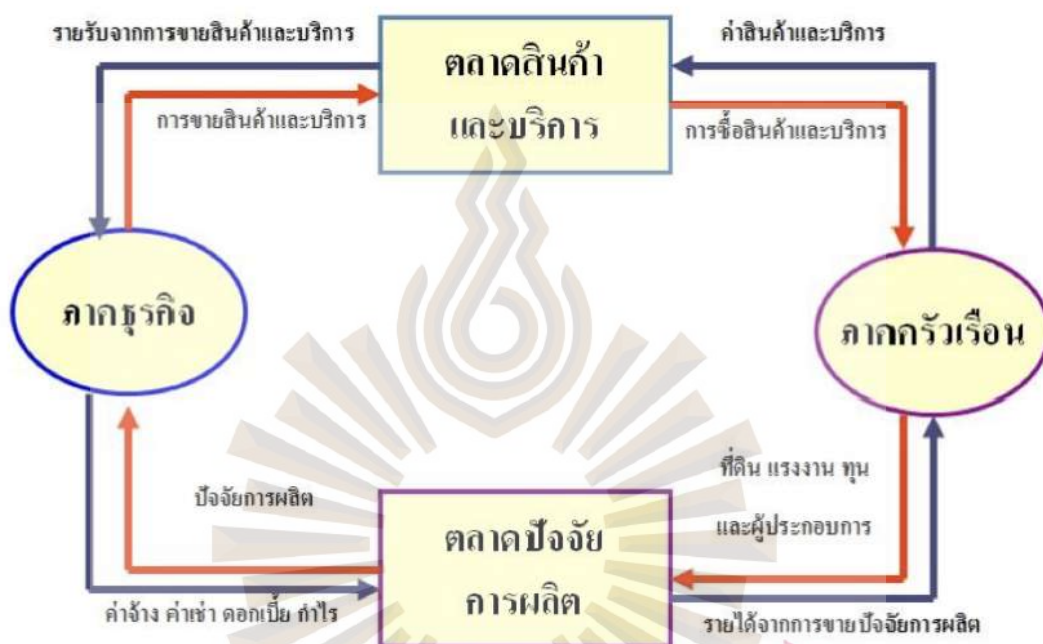
3) สินเชื่อเพื่อการบริโภค แม้ว่าผู้บริโภคจะมีรายได้ในขณะนี้ไม่พอจ่ายซื้อสินค้าและบริการ แต่ผู้บริโภคก็สามารถกู้ยืมโดยขอเงินสินเชื่อจากธนาคารเพื่อที่จะสามารถบริโภคสินค้าและบริการนั้น ๆ ได้ การบริโภคในปัจจุบันจึงสูงขึ้น แต่ผู้บริโภคก็มีภาระที่ต้องจ่ายคืนในอนาคต ทำให้ความสามารถในการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในอนาคตลดลง หรือเป็นการนำเงินในอนาคตมาจ่ายซื้อสินค้าเพื่อบริโภคในปัจจุบัน

4) อัตราดอกเบี้ย อัตราดอกเบี้ยส่งผลกระทบต่อทั้งผู้ออมและผู้กู้ โดยเมื่ออัตราดอกเบี้ยสูงขึ้น จูงใจให้คนออมเงินเพิ่มขึ้นและใช้จ่ายเพื่อการบริโภคน้อยลงส่วนผู้กู้ก็จะกู้มาบริโภคน้อยลง เพราะอัตราดอกเบี้ยซึ่งเป็นต้นทุนในการกู้ยืมสูงขึ้น

จะเห็นได้ว่า ปัจจัยที่กำหนดการบริโภคของครัวเรือนขึ้นอยู่กับ ระดับรายได้ การคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต สินเชื่อเพื่อการอุปโภค และอัตราดอกเบี้ย ซึ่งส่งผลต่อการเลือกซื้อบริการ เลือกซื้อสินค้าที่มาใช้ในชีวิตประจำวันของครัวเรือน

### 2.1.4 รายได้ครัวเรือน

ในกระแสการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ (Circular Flow) หรือ วงจรเศรษฐกิจ (Economic Flow) ที่ประกอบด้วย ภาคเศรษฐกิจที่สำคัญ 3 ส่วน ได้แก่ ภาคครัวเรือน ภาคธุรกิจ และภาครัฐบาล



รูปที่ 2.1 กระแสการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ (Circular Flow) หรือวงจรเศรษฐกิจ (Economic Flow) ที่มา : ปัญญา พันพอน, ชัยพัทธ์ ไคร้วานิช, และเสาวลักษณ์ กิตติประภัสร์, 2563

จากวงกระแสการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ (Circular Flow) หรือ วงจรเศรษฐกิจ (Economic Flow) จะเห็นความสัมพันธ์ พบว่า ในการผลิตเกิดขึ้น เมื่อภาคธุรกิจต้องการจะใช้ทรัพยากรทางเศรษฐกิจ ซึ่งในส่วนของภาคครัวเรือนที่เป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต นำมาผลิตสินค้าและบริการ แล้วได้รับค่าตอบแทนในการนำปัจจัยการผลิตมาใช้ในรูปแบบของค่าจ้าง ค่าเช่า ดอกเบี้ย กำไร ให้กับครัวเรือน โดยภาคครัวเรือนก็จะนำรายได้ในรูปแบบของค่าจ้าง ค่าเช่า ดอกเบี้ยหรือกำไรนี้ ไปซื้อผลผลิตในรูปแบบของสินค้าและบริการที่ถูกผลิตมาจากภาคธุรกิจอีกครั้ง หรือ เรียกว่า ค่าใช้จ่ายในการบริโภค ในส่วนของภาครัฐบาลจะมีการติดต่อสัมพันธ์กับภาคครัวเรือนและภาคธุรกิจ โดยซื้อปัจจัยการผลิตและสินค้าหรือบริการ เพื่อมาใช้ผลิตสินค้าและบริการแก่ภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ และมีรายได้

จากการเก็บภาษี นอกจากนั้นภาครัฐบาลยังทำหน้าที่ในการออกกฎหมาย และควบคุมหรือแทรกแซงตลาดทั้งสอง

รายได้ของครัวเรือน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564) จากการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน ในช่วง 6 เดือน ของปี 2564 พบว่า ครัวเรือนทั่วประเทศ มีรายได้เฉลี่ยทั้งสิ้นเดือนละ 28,454 บาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2554 ที่เฉลี่ยอยู่ที่ 23,236 บาท เป็น 26,946 บาท ในปี 2560 และลดลงในปี 2562 เหลือจำนวน 26,018 บาท เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจถดถอยและสภาวะวิกฤติการโรคระบาด แล้วเศรษฐกิจก็กลับมาเพิ่มขึ้นในปี 2564 ทั้งนี้เป็นผลมาจากนโยบายช่วยเหลือต่าง ๆ ที่รัฐอุดหนุน ทั้งที่รัฐจ่ายเงินเข้าบัญชีให้แก่ประชาชน และการอุดหนุนในรูปแบบที่ไม่เป็นตัวเงินผ่านแอปพลิเคชัน คุปอง หรือในรูปแบบของการลดค่าสาธารณูปโภค เช่น ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า เป็นต้น เมื่อพิจารณารายได้ที่มาจากการทำงาน จะเห็นได้ว่า ลดลงจากปี 2562 เพียง 238 บาท (18,255 ในปี 2564 และ 18,493 ในปี 2562) ในขณะที่แนวโน้มของรายได้ที่ไม่เป็นตัวเงินรวมถึงเงินที่รัฐอุดหนุน พบว่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 3,161 บาท ในปี 2554 เป็น 4,650 ในปี 2564 โดยในปี 2564 เพิ่มขึ้นจากปี 2562 ถึง 982 บาท รวมทั้งรายได้จากแหล่งอื่น/เงินช่วยเหลือก็เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

ปัจจุบันแนวโน้มของรายได้ครัวเรือนของไทยลดลงจากปีก่อน เนื่องจากค่าครองชีพที่เพิ่มขึ้นเร็วกว่ารายได้ ประกอบกับภาระผ่อนจ่ายหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง เป็นปัจจัยกดดันในเกิดกำลังซื้อ เพิ่มความเปราะบางต่อภาวะการเงินของครัวเรือน และขณะเดียวกันภาวะเศรษฐกิจที่ยังคงมีความไม่แน่นอนสูง ทำให้ภาคธุรกิจยังคงระมัดระวังการจ้างงานใหม่ เพื่อควบคุมต้นทุนและปรับจำนวนการจ้างงานให้สอดคล้องกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ จากผลสำรวจครัวเรือนทั่วประเทศ ยังพบว่า ภาคครัวเรือนไทยมีหนี้สินเฉลี่ยต่อครัวเรือนเพิ่มขึ้นจากปี 2554 ที่ 134,900 เป็น 205,679 ในปี 2564 ทั้งนี้พบว่าหนี้สินส่วนใหญ่เกิดขึ้นเพื่อใช้จ่ายในครัวเรือนในการทำธุรกิจ และการทำการเกษตรกรรม ตามลำดับ

จากสัดส่วนของรายได้และภาระหนี้สินของครัวเรือนที่มีค่อนข้างสูง ซึ่งทำให้ภาคครัวเรือนไทยมีการเก็บออมเงินไว้ใช้ในยามฉุกเฉินน้อยมาก โดยเฉพาะครัวเรือนกลุ่มรายได้รวมต่ำกว่า 25,000 บาทลงมา ที่ส่วนใหญ่ไม่เหลือเงินเก็บ ทั้งนี้ภาครัฐควรจัดการฟื้นฟูกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการจ้างงานในประเทศให้เข้าสู่ภาวะใกล้เคียงปกติให้ได้มากที่สุด และควรเข้ามาดูแลระดับราคาสินค้าอุปโภคบริโภคไม่ให้ปรับราคาขึ้นอย่างรวดเร็ว มีมาตรการบรรเทาค่าใช้จ่ายแก่ผู้มี

รายได้น้อย รวมถึงบริหารจัดการหนี้เหมาะสม โดยเฉพาะในกลุ่มครัวเรือนเปราะบาง เพื่อให้ภาคครัวเรือนสามารถปรับระดับครองชีพผ่านพ้นวิกฤติค่าครองชีพในภาวะยากลำบากนี้ไปได้

จะเห็นได้ว่า ในวงจรเศรษฐกิจนั้น ประกอบด้วย ภาคครัวเรือน ภาคธุรกิจ และภาครัฐบาลที่มีความสัมพันธ์กัน โดยภาคธุรกิจจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยการผลิตจากภาคครัวเรือนและให้ค่าตอบแทนเป็นค่าจ้าง ค่าเช่า ดอกเบี้ย หรือกำไร แก่ภาคครัวเรือน เพื่อนำไปเป็นค่าใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภคสินค้าที่ภาคธุรกิจนำมาจัดจำหน่าย โดยมีภาครัฐบาลเป็นผู้ซื้อปัจจัยการผลิต สินค้าและบริการ มีรายได้จากการเก็บภาษี และยังทำหน้าที่ในการออกกฎหมาย และควบคุมหรือแทรกแซงตลาดของทั้งภาคครัวเรือนและภาคธุรกิจ

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน

### 2.2.1 ความหมายของการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน

การมีส่วนร่วม (Participation) ตามพจนานุกรมอังกฤษฉบับอ็อกฟอร์ด ได้ให้คำนิยามไว้ว่า “เป็นการมีส่วนร่วม (ร่วมกับคนอื่น) ในการกระทำบางอย่างหรือบางเรื่อง” ฉะนั้น การมีส่วนร่วมจึงหมายถึง การที่บุคคลกระทำการในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือในประเด็นที่บุคคลนั้นสนใจไม่ว่าเขาจะปฏิบัติภารกิจเพื่อแสดงความสนใจอย่างจริงจังหรือไม่ก็ตาม และไม่จำเป็นที่บุคคลนั้นจะต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมนั้นโดยตรงก็ได้ แต่การมีทัศนคติ ความคิดเห็น ความสนใจ ห่วงใย ก็เพียงพอแล้วที่จะเรียกว่าเป็นการมีส่วนร่วมได้

Kasperson and Breitbank (1974 อ้างถึงใน ยุทธพงษ์ เข้าประมงค์, 2555, น. 7) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การที่ประชาชนทำตนเป็นผู้สร้างกิจกรรมในกระบวนการพัฒนาซึ่งจะบังเกิดผล คือ สามารถแสดงบทบาทที่สร้างสรรค์ได้และผลของกิจกรรมจะต้องย้อนกลับมาสู่พวกเขาเอง

ยุทธพงษ์ เข้าประมงค์ (2555, น. 10) ตามการมีส่วนร่วม หมายถึง การที่ประชาชนหรือกลุ่มบุคคลมีแนวคิดหรือจุดมุ่งหมายที่เหมือนกันเข้ามาดำเนินการให้แล้วเสร็จตามจุดมุ่งหมายที่กำหนด แล้วรับผลประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งต้องเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการมีส่วน

ร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

นอกจากนี้ยังมีคำจำกัดความของการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึงการที่กลุ่มประชาชน หรือ ขบวนการที่สมาชิกของชุมชนที่กระทำการออกมาในลักษณะของการทำงานร่วมกัน ที่จะแสดงให้เห็นถึงความต้องการร่วม ความสนใจร่วม มีความต้องการที่จะบรรลุถึงเป้าหมายร่วมทางเศรษฐกิจและสังคมหรือการเมือง หรือการดำเนินการเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อรองอำนาจทางการเมือง เศรษฐกิจ การปรับปรุงสถานภาพทางสังคมในกลุ่มชุมชน

จะเห็นได้ว่า จากความหมายของการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน หมายถึง การที่ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจ สังคม หรือการเมือง เพื่อดำเนินกิจกรรมใด ๆ ให้บรรลุผลตามที่มุ่งหวังไว้ รวมถึงการเข้าไปร่วมตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ทั้งการจัดสรรทรัพยากรของชุมชน และของประเทศชาติ เพื่อเกิดประโยชน์สูงสุดต่อคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน

### 2.2.2 ระดับการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน

การมีส่วนร่วมของประชาชนนั้น การแบ่งกันอยู่หลายระดับ โดยใช้เกณฑ์การแบ่งจากการเข้ามามีบทบาทร่วมกับภาครัฐจากน้อยไปหามาก (จุฑารัตน์ ชมพันธุ์, 2555, น. 133) ซึ่งสามารถแบ่งได้ดังนี้

1) ระดับการให้ข้อมูล (Inform) เป็นระดับที่ภาคประชาชนมีบทบาทในการมีส่วนร่วมต่ำที่สุด และเป็นวิธีที่ง่ายที่สุด เนื่องจากประชาชนเป็นเพียงแค่ผู้รับสารเท่านั้น เช่น การลงขาย จัดทำสื่อเพื่อเผยแพร่ ถึงแม้ว่าในระดับนี้ภาคประชาชนจะมีส่วนร่วมอยู่ในระดับต่ำ แต่ก็อยู่ในระดับที่มีความจำเป็น เพื่อที่จะได้ให้ประชาชนเข้ามามีบทบาทในการมีส่วนร่วมในระดับที่สูงขึ้นต่อไปได้

2) ระดับการมีส่วนร่วมในระดับหารือ (Consult) เป็นระดับที่เปิดโอกาสให้ภาคประชาชนเข้ามามีบทบาทในการให้ข้อมูล ข้อเท็จจริง แสดงความรู้สึกรู้สึกและความคิดเห็นประกอบการตัดสินใจ ซึ่งการมีส่วนร่วมในระดับนี้เราอาจจะแบ่งย่อยได้เป็น 2 ประเภท คือ ระดับเปิดโอกาสเพื่อรับฟังความคิดเห็นของภาคประชาชน และระดับการมีส่วนร่วมแบบปรึกษาหารือ

3) ระดับการมีส่วนร่วมในระดับการเข้ามามีบทบาท (Involve) เป็นลักษณะที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมทำงานตลอดจนกระบวนการตัดสินใจ โดยอาจจะเปิด



โอกาสให้ประชาชนเข้ามามีบทบาทในการวางแผน แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อมูล มีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจน

4) ระดับการมีส่วนร่วมในระดับสร้างความร่วมมือ (Collaboration) เป็นลักษณะการให้บทบาทของประชาชนในระดับสูง โดยประชาชนสามารถเข้าร่วมกระบวนการตัดสินใจ ร่วมการนำนโยบายที่กำหนดร่วมกันนำไปสู่การปฏิบัติร่วมกัน

5) ระดับการมีส่วนร่วมในระดับให้อำนาจแก่ประชาชน (Empower) เป็นระดับการมีส่วนร่วมที่ภาคประชาชนมีส่วนร่วมมากที่สุด เพราะมีการมอบอำนาจให้ประชาชนเป็นผู้ตัดสินใจ ทั้งนี้ต้องอาศัยความร่วมมือของภาครัฐที่จะสร้างความเข้าใจและให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วนแก่ประชาชน ทำให้เห็นถึงข้อดีและข้อเสียในทุกทางเลือกที่ประชาชนจะต้องตัดสินใจ เพื่อให้ประชาชนสามารถตัดสินใจได้และเกิดประโยชน์สูงสุด

จะเห็นได้ว่า ระดับการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในทุก ๆ ระดับล้วนแต่มีความสำคัญในแต่ระดับ ส่วนของภาครัฐเองต้องเข้ามามีบทบาทให้การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน เป็นที่ปรึกษาให้แก่ภาคประชาชน เพื่อจะได้นำประชาชนไปสู่การพัฒนาในทุกระดับได้อย่างยั่งยืน

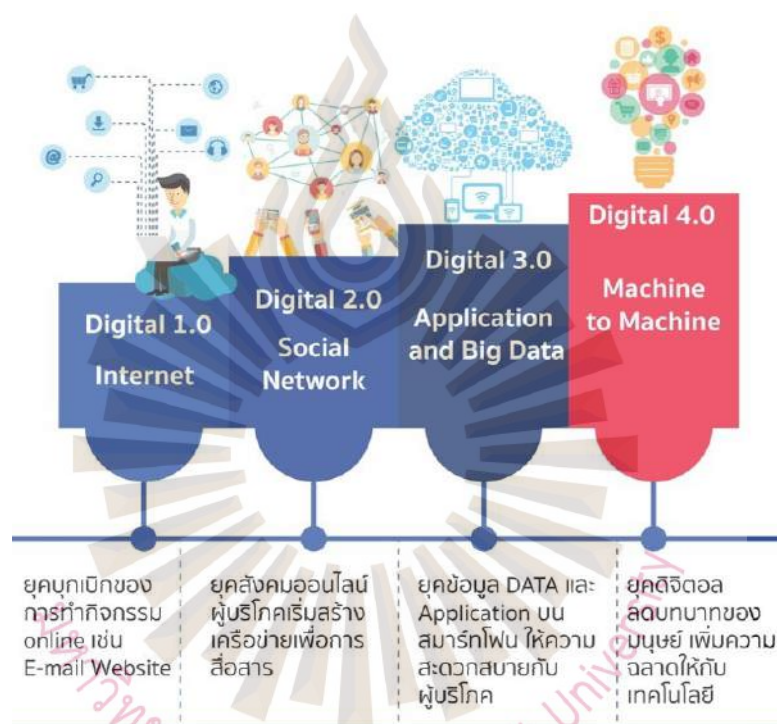
## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับดิจิทัล

### 2.3.1 ความหมายของดิจิทัล

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา (2561) ได้ให้ความหมายของ ดิจิทัล (Digital) ว่าเป็นคำทับศัพท์มาจากภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นคำที่ใช้เกี่ยวกับรูปแบบของข้อมูลตัวเลข โดยเฉพาะเลขฐานสอง ที่ไม่ต่อเนื่องกัน หรือเป็นคำที่นำไปใช้เกี่ยวกับรูปแบบข้อมูลที่คอมพิวเตอร์สามารถจัดเก็บและจัดการได้ ซึ่งต่างจากระบบแอนะล็อก (Analog) ที่ใช้ค่าต่อเนื่องหรือสัญญาณ แทนความหมายของข้อมูล โดยการใช้ฟังก์ชันที่ต่อเนื่อง ถึงแม้ว่า การแทนความหมายเป็นดิจิทัลไม่ต่อเนื่อง ข้อมูลที่ถูกแปลความหมายนั้นสามารถเป็นทั้งไม่ต่อเนื่อง เช่น ตัวเลข ตัวหนังสือ หรือเป็นแบบต่อเนื่อง เช่น เสียงภาพ และการวัดอื่น ๆ

### 2.3.2 นิยามของยุคดิจิทัล

ดิจิทัล 4.0 หรือ ดิจิทัลไทยแลนด์ ที่มีมีการกล่าวถึงกันอย่างแพร่หลาย ซึ่งคนไทยในปัจจุบันมีชีวิตที่ต้องอาศัยดิจิทัลมาก่อนช้านาน ไม่ว่าจะเป็นการใช้อินเทอร์เน็ต ซื้อขายออนไลน์ ระบบอีคอมเมิร์ซ การทำธุรกรรมการเงินผ่านแอปพลิเคชัน การสื่อสาร ก่อนที่จะก้าวเข้าไปสู่ ดิจิทัล 4.0 นั้น ในยุคแรก ๆ ของโลกดิจิทัล 1.0 – 3.0 ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไรบ้าง



รูปที่ 2.2 โลกดิจิทัลยุคต่าง ๆ

ที่มา : Wice Logistics, 2018

#### Digital 1.0 เปิดโลกอินเทอร์เน็ต

ยุคนี้เป็นยุคเริ่มต้นของ “Internet” เป็นช่วงเวลาที่กิจกรรมและการดำเนินชีวิตของผู้คน เปลี่ยนจากออฟไลน์ (Offline) มาเป็นออนไลน์ (Online) มากขึ้น เช่น การส่งจดหมายทางไปรษณีย์ก็ เปลี่ยนมาเป็นการส่งอีเมล E-mail และอีกหนึ่งตัวอย่างที่เห็นได้ชัด คือ การถือกำเนิดของเว็บไซต์ Website ที่ทำให้สามารถเข้าถึงทุกอย่างได้ง่ายขึ้นและทั่วถึง การอัปเดตรวดเร็วตลอด 24 ชั่วโมง การเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ได้ส่งผลกระทบต่อครั้งใหญ่และเป็นวงกว้าง การดำเนินกิจกรรมสะดวกและรวดเร็ว เริ่มมีกิจกรรมเชิงพาณิชย์และโฆษณาผ่านเครื่องมือออนไลน์เสมือนกับมีหน้าร้านที่ทุกคนบนโลกจะ เห็นเราได้ง่ายขึ้น

### Digital 2.0 ยุคโซเชียลมีเดีย

ต่อจากยุค 1.0 จะเป็นยุคที่ผู้บริโภคเริ่มสร้างเครือข่ายติดต่อสื่อสารกันในโลกออนไลน์ เครือข่ายสังคม Social Network เริ่มจากการคุยหรือแชทกับเพื่อน สมาคม กลุ่มเล็ก ๆ ของผู้คนที่ต้องการความสะดวกสบายในการติดต่อสื่อสาร จุดเล็ก ๆ นี้เริ่มพัฒนาและขยายวงกว้างไปสู่การค้าในกิจกรรมในเชิงธุรกิจ โดยนักธุรกิจส่วนใหญ่มองว่า Social Media เป็นเครื่องมือเชื่อมต่อและสร้างเครือข่ายทางธุรกิจได้เป็นอย่างดีด้วยการคลิกเพียงครั้งเดียว อีกทั้งยังช่วยในการพัฒนาแบรนด์ (Brand) วัตถุประสงค์ดำเนินงานของธุรกิจ ส่งเสริมภาพลักษณ์แบรนด์ เสมือนว่า Social Media เป็นกระบอกเสียงและเวทีเสนองานแก่นักธุรกิจสู่สายตาชาวโลกเป็นอย่างดี เครื่องมือโซเชียลยังสามารถเป็นอำนาจในการต่อรองของผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจเลือกสินค้าและบริการ เนื่องจากมีตัวเลือกและร้านค้าให้เห็นมากขึ้นอีกด้วย

### Digital 3.0 ยุคแห่งข้อมูลและบิ๊กดาต้า (Big Data)

ยุคแห่งการใช้ข้อมูลที่วิ่งเข้าออกเป็นล้าน ๆ ดาต้าให้เป็นประโยชน์ การเติบโตของโซเชียลมีเดียและ E-Commerce จากยุค 2.0 ทำให้เกิดการขยายของข้อมูลอย่างมหาศาล ทุกแพลตฟอร์มไม่ว่าจะเป็น สื่อโซเชียล เว็บไซต์เบราว์เซอร์ หรือแม้แต่ธุรกิจอย่างธนาคาร โลจิสติกส์ ประกันภัย ต่างมีข้อมูลเข้าออกเป็นจำนวนมากในแต่ละวัน และเริ่มมีการนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ดังคำกล่าวที่ว่า “ใครมีข้อมูลมาก ก็มีอำนาจมาก” ข้อมูลถูกนำมาประมวลผล จับสาระ วิเคราะห์ถึงความต้องการของผู้บริโภคเพื่อสร้างสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองโจทย์ของลูกค้าได้ ทุกองค์กรต่างเห็นความสำคัญของการนำบิ๊กดาต้ามาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด แต่การนำบิ๊กดาต้ามาตอบสนองอย่างเรียลไทม์นั้น จำเป็นต้องมีระบบคลาวด์ (Cloud Computing) มาช่วยอำนวยความสะดวก จัดเก็บข้อมูล เลือกรับพยากรณ์การใช้งาน และทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลบนคลาวด์จากที่ใดก็ได้ ผู้ใช้ทุกคนสามารถเข้าถึงระบบ ข้อมูลต่าง ๆ ผ่านอินเทอร์เน็ต สามารถจัดการ บริหารข้อมูล และแบ่งปันข้อมูลกับผู้อื่น (Shared Services) ลดต้นทุนและลดความยุ่งยากเพื่อโฟกัสกับงานหลัก เพิ่มความเร็วในการบริการและการทำธุรกิจได้มากขึ้น บิ๊กดาต้าสามารถนำมาต่อยอดโดยการคิดค้นค้นหา และประยุกต์ใช้ข้อมูลนั้น พัฒนาเป็นแอปพลิเคชัน (Application) ที่ให้ความสะดวกสบายแก่ผู้บริโภคผ่านทางสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตอีกด้วย

### Digital 4.0 เมื่อเทคโนโลยีมีมันสมอง

ยุคที่ความฉลาดของเทคโนโลยีจะทำให้อุปกรณ์ต่าง ๆ สื่อสารและทำงานกันเองได้อย่างอัตโนมัติ เทคโนโลยีในสามยุคแรกที่ถูกกล่าวไปเปรียบเสมือนเป็นแขนขา ให้แก่นมนุษย์ เป็น

เทคโนโลยีที่ช่วยเหลือ อำนวยความสะดวก หยิบจับ คำนวน ประมวลผลให้มนุษย์ มีแขน ขา แต่ไม่มีสมองเป็นของตัวเอง ในยุค 4.0 เทคโนโลยีถูกนำมาพัฒนาต่อยอดเพื่อลดบทบาทของมนุษย์และเพิ่มศักยภาพของมนุษย์ในการใช้ความคิดเพื่อข้ามขีดจำกัด สร้างสรรค์พัฒนาสิ่งใหม่ ๆ โดยยุคนี้เป็นยุค Machine-to-Machine เช่น สามารถเปิด-ปิด หรือสั่งงานอื่น ๆ กับเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านตัวเองผ่านแอปพลิเคชันโดยไม่ต้องเดินไปกดสวิตช์ หรือตัวอย่างที่ถูกนำมาใช้งานจริงแล้วอย่างการพูดคำว่า “แคปเจอร์” กับแอปถ่ายภาพในสมาร์ตโฟน โทรศัพท์ก็จะถ่ายรูปให้อัตโนมัติโดยที่ไม่ต้องกดถ่ายรูป หรือแม้แต่เทคโนโลยีซิมูเลชัน (Simulation) จำลองสถานการณ์เพื่อฝึกอบรมพนักงานวางแผนสถานการณ์โดยที่ไม่ต้องเดินทางไปถึงสถานที่จริง หรือเป็นสื่อการเรียนรู้แบบ Interactive เป็นต้น



### 2.3.3 ทักษะและความรู้ดิจิทัล

เทคโนโลยีดิจิทัลทำให้ภูมิทัศน์ด้านสื่อสารและบรรทัดฐานทางสังคมเปลี่ยนไป ชุดทักษะและความรู้ดิจิทัลจะช่วยให้เราใช้เทคโนโลยีเพื่อตอบโจทย์การเป็นพลเมืองในยุคดิจิทัลได้อย่างรอบด้าน นั่นคือ ใช้เครื่องมือดิจิทัลในการเข้าถึงแหล่งข้อมูล (Access) วิเคราะห์พร้อมทั้งประเมินคุณภาพและความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Analyze and Evaluate) สร้างสรรค์เนื้อหาในรูปแบบของสื่อผสมผ่านเครื่องมือดิจิทัล (Create) ตรวจสอบพฤติกรรมกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและการสื่อสารกับผู้อื่นโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและหลักจริยธรรม (Reflect) รวมถึงใช้เครื่องมือดิจิทัลแบ่งปันความรู้และแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในสังคมผ่านการทำงานร่วมกับผู้อื่น (Act) (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2561) ซึ่งประกอบไปด้วย

1) ความรู้ด้านสารสนเทศ (Information Literacy) ที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการจัดการและใช้ประโยชน์จากสารสนเทศออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างทันท่วงที รู้เท่าทันเนื้อหาจัดการกับข้อมูลได้อย่างเป็นระบบ

2) ความรู้ด้านสื่อ คือ ชุดความรู้ความสามารถในการเข้าใจ ตีความวิเคราะห์ ประเมิน สร้างสรรค์เนื้อหาสื่อ ทุกวันนี้เราใช้ชีวิตอยู่ในโลกที่มีข้อมูลจากสื่อมากมาย ไม่เพียงแต่สื่อเก่าอย่างโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ แต่รวมถึงสื่อดิจิทัล ทั้งโซเชียลมีเดีย วิดีโอ ไรรัล โฆษณาในรูปแบบใหม่ ๆ ซึ่งถูกส่งต่อและแพร่กระจายไปได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสิ่งที่เหมือนกันคือ มีคนสร้างขึ้นมาด้วยวัตถุประสงค์บางอย่าง

3) ความรู้ด้านไอซีที ทักษะและความรู้พื้นฐานด้านไอซีที (ICT Literacy) มีความสำคัญต่อการเลือกและการใช้เทคโนโลยีเพื่อตอบสนองเป้าหมายในฐานะพลเมือง ความรู้สำคัญด้านเทคโนโลยีที่พลเมืองดิจิทัลควรรู้ เข้าใจแนวคิด และการทำงานพื้นฐานของเครื่องมือดิจิทัล ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน เลือกใช้เทคโนโลยีได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ เข้าใจข้อดีข้อเสียของเทคโนโลยีที่มีอยู่ในตลาด เข้าใจประเด็นทางจริยธรรมและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเข้าถึงและการใช้ไอซีที

#### 2.3.4 ความมั่นคงปลอดภัยทางดิจิทัล (Digital Security)

ความมั่นคงปลอดภัยทางดิจิทัล หมายถึง ความสามารถในการตรวจจับภัยคุกคามในโลกไซเบอร์ เช่น การแฮ็ก (Hacking) การหลอกลวง (Scams) และมัลแวร์ (Malware) เพื่อทำความเข้าใจเลือกแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดและเลือกใช้เครื่องมือในการรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสมสำหรับการปกป้องข้อมูลความมั่นคงปลอดภัยทางโลกดิจิทัล ครอบคลุมถึงความมั่นคงปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เช่น การทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ การป้องกันภัยและควบคุมการทำรายการผ่านระบบออนไลน์ การป้องกันการละเมิดข้อมูล มาตรฐานที่เกี่ยวข้องและวิธีการจัดการความปลอดภัยและความเชื่อมั่นของผู้ใช้

ความมั่นคงปลอดภัยทางดิจิทัล แบ่งเป็น 3 องค์ประกอบ คือ

- 1) การป้องกันรหัสผ่าน (Password Protection)
- 2) ความมั่นคงปลอดภัยบนอินเทอร์เน็ต (Internet Security)
- 3) ความมั่นคงปลอดภัยทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Security)

### 2.3.5 อุปกรณ์ดิจิทัล

อุปกรณ์ดิจิทัล คือ เครื่องมือทางดิจิทัลในจะเป็นสื่อกลางในการเข้าถึง การสื่อสาร ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ/แท็บเล็ต คือ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการสื่อสารสองทางผ่านคลื่นวิทยุกับเครือข่าย ซึ่งมีหลากหลายบริการให้ประชาชนได้เลือกใช้ตามความจำเป็นเหมาะสมกับแต่ละบุคคล นอกจากนี้ในปัจจุบัน โทรศัพท์มือถือ/แท็บเล็ต ยังได้เพิ่มขีดความสามารถเพื่อตอบสนองต่อการใช้งานมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการส่งข้อความ ปฏิทิน นาฬิกาปลุก ตารางนัด เกมส์ อินเทอร์เน็ต บลูทูธ กล้องถ่ายภาพ วิทยุ และจีพีเอส นอกจากนี้ยังสามารถใช้เป็นคอมพิวเตอร์แบบพกพา สามารถตอบสนองการทำงานในยุคดิจิทัล อำนวยความสะดวกให้ประชาชนได้อย่างทันทั่วถึง บนอุปกรณ์ไร้สายสำหรับการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและระบบเครือข่ายภายใน

### 2.3.6 อินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ต คือ ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่สุดของโลก โดยจะเป็นการเชื่อมต่อเครื่องคอมพิวเตอร์หลายๆ เครื่องจากทั่วโลกมาเชื่อมต่อด้วยกัน ซึ่งจะช่วยให้สามารถติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันได้ทั่วโลก สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ การใช้บริการอินเทอร์เน็ต ต้องผ่านผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการอินเทอร์เน็ต (ISP) สำหรับในประเทศไทยมีอยู่หลายราย เช่น ศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตประเทศไทย (Internet Thailand) บริษัท Loxley Information (Loxifo) บริษัท C Internet Service จำกัด บริษัท InfoNews จำกัด บริษัท A-Net จำกัด เป็นต้น (ธัญพัทธ์ ไคร้วานิช, 2564)

การที่มีระบบอินเทอร์เน็ตทำให้สามารถเคลื่อนย้ายข่าวสารข้อมูลจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งได้โดยไม่จำกัดระยะทาง ส่งข้อมูลได้หลายรูปแบบทั้งข้อความตัวหนังสือ ภาพและเสียง โดยอาศัยเครือข่ายโทรคมนาคมเป็นตัวเชื่อมต่อ เครือข่ายอินเทอร์เน็ตนับเป็นอภิระบบเครือข่ายที่ยิ่งใหญ่มาก ทำให้คนทุกชาติทุกภาษาสามารถติดต่อสื่อสารกันได้โดยไม่ต้องเดินทางไป ทั่วโลกทั้งโลกเปรียบเสมือนเป็นบ้านหนึ่งที่ทุกคนในบ้านสามารถพูดคุยกันได้ตลอด 24 ชั่วโมง ประหยัดเวลาค่าใช้จ่าย แต่เกิดประโยชน์ต่อสังคมโลกปัจจุบันมา (พุทธรักษ์ มุลเมือง, 2556 อ้างถึงใน กิตติศ ทูปิยะ, 2560)

จะเห็นได้ว่าในยุคดิจิทัลนั้น ต้องอาศัยความทันสมัยของเทคโนโลยี ประกอบกับ ทักษะ และความรู้ในการเข้าใจดิจิทัล เนื่องจากในทุก ๆ ยุค ของความเป็นดิจิทัล มีการพัฒนาเรื่อยมา นอกจากนี้แล้วเรายังต้องค้นคว้าและเข้าใจในบริบทของความเป็นดิจิทัล เพื่อจะใช้ประโยชน์ได้อย่าง สูงสุดและใช้ดิจิทัลอย่างมีคุณค่า คุ่มค่า และก้าวสู่การเป็นพลเมืองดิจิทัลอย่างยั่งยืน

## 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นพลเมืองดิจิทัล

### 2.4.1 ความหมายของพลเมืองดิจิทัล

พลเมือง ในความหมายตามสำนักงานราชบัณฑิตยสภา (2556) คือ คนที่มีสิทธิและหน้าที่ ในฐานะประชาชนของประเทศใดประเทศหนึ่ง หรือประชาชนที่อยู่ภายใต้การปกครองเดียวกันและ มักมีวัฒนธรรมเดียวกัน แต่คนทั่วไปมักเข้าใจว่า พลเมือง คือ บุคคลที่เกิดในประเทศนั้น ๆ หรือ ได้รับสัญชาติและมีความจงรักภักดีต่อรัฐ รวมทั้งหมายถึงกลุ่มคนที่มีสิทธิและความรับผิดชอบ ร่วมกันในฐานะสมาชิกของสังคม อย่างไรก็ตาม ทุกวันนี้เราคำรงชีวิต ทำงาน และเรียนรู้อยู่ในสังคม ที่เชื่อมต่อกันในระดับโลก และหลาย ๆ กิจกรรมก็ดำเนินในโลกออนไลน์มากขึ้นเรื่อย ๆ จนโลก เสมือนและโลกจริงแทบจะหลอมรวมเป็นเนื้อเดียวกัน ฉะนั้นแล้ว การที่จะนิยามคำว่าพลเมืองโดย ยึดแต่เพียงประเทศใดประเทศหนึ่ง อาจไม่สอดคล้องกับความเป็นจริงในโลกสมัยใหม่อีกต่อไป

พลเมืองในศตวรรษที่ 21 นี้แตกต่างจากการเป็นพลเมืองในศตวรรษก่อนหน้า การใช้ชีวิต ในสังคมโลกและในสังคมออนไลน์ได้ขยายขอบเขตแนวคิดความเป็นพลเมืองออกไป ความเป็น พลเมืองทุกวันนี้จึงไม่ได้ถูกตีกรอบแคบ ๆ ว่าหมายถึงการไปเลือกตั้งหรือการมีส่วนร่วมกับรัฐบาล ชาติเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการทำความเข้าใจปรากฏการณ์ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับ โลกไปพร้อม ๆ กัน ไปจนถึงการใช้ชีวิตในโลกออนไลน์อย่างมีความรับผิดชอบ มีจริยธรรม และ ปลอดภัย

แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นพลเมืองออกเป็น 3 แนวคิดหลัก ซึ่งความเป็นพลเมืองทั้งสาม แบบนี้ทำงานร่วมกันมากกว่าแยกขาดจากกัน (วรพจน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง, 2561) นั่นคือ

1) ความเป็นพลเมืองชาติตามขนบ (Traditional Citizenship) แนวคิดความเป็น พลเมืองแบบเดิมเน้นให้ความสำคัญกับการเป็นสมาชิกภายใต้กฎหมายของชาติที่ตนสังกัด หรือที่

เรียกว่า ความเป็นพลเมืองภายใต้กฎหมาย สิ่งสำคัญสำหรับการเป็นพลเมืองที่ดีตามแนวคิดนี้คือ การมีความรู้เกี่ยวกับรัฐบาลและหน้าที่พลเมืองตามกฎหมาย เช่น การไปเลือกตั้งและจ่ายภาษี

2) ความเป็นพลเมืองโลก (Global Citizenship) แนวคิดความเป็นพลเมืองโลก วิพากษ์ความเชื่อที่ว่าพลเมืองจะต้องผูกติดกับความเป็นชาติและวัฒนธรรมชาติที่ตนสังกัดเพียงหนึ่งเดียว ซึ่งตีกรอบความเป็นพลเมืองไว้คับแคบและกีดกักรุ่นคนที่มีเชื้อชาติ ศาสนา ภาษา และวัฒนธรรมอันแตกต่างหลากหลายออกจากความเป็นพลเมือง แนวคิดความเป็นพลเมืองโลก ตระหนักถึงความเชื่อมโยงและการพึ่งพาอาศัยกันในระดับโลก และมีจิตสำนึกร่วมถึงปัญหาในระดับโลก เช่น ปัญหาโลกร้อน พลเมืองที่อาศัยในสังคมโลกจึงต้องมีความสามารถและความเข้าใจในระดับโลก ตัวอย่างเช่น ความสามารถในการเชื่อมโยงปรากฏการณ์ระหว่างท้องถิ่นกับโลก และทักษะการทำงานร่วมกับผู้คนที่มีความแตกต่างทั้งในเชิงภาษา วัฒนธรรม และเชื้อชาติ

3) ความเป็นพลเมืองดิจิทัล (Digital Citizenship) แนวคิดความเป็นพลเมืองดิจิทัลพูดถึงความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อมีส่วนร่วมในสังคมเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ มีความรับผิดชอบและปลอดภัย การปฏิวัติเทคโนโลยี การสื่อสารได้เปิดโอกาสและหยิบยื่นความท้าทายใหม่ ๆ ให้กับพลเมืองดิจิทัล เราสามารถเข้าถึงข้อมูลโดยไร้ข้อจำกัดเชิงภูมิศาสตร์ เข้าร่วมชุมชนที่มีความสนใจร่วมกัน สร้างสรรค์แนวคิดใหม่ ๆ ในการแก้ไขปัญหา และทำให้เสียงของพลเมืองดังขึ้นในสังคม แต่เราก็ต้องเผชิญกับความเสี่ยงใหม่ ๆ เช่น การสอดแนม ความเป็นส่วนตัว อาชญากรรมคอมพิวเตอร์ ดังนั้น เราในฐานะพลเมืองดิจิทัลจึงต้องตระหนักถึงโอกาสและความเสี่ยงในโลกดิจิทัล พัฒนาทักษะและความรู้ที่จำเป็นในโลกใหม่ และเข้าใจถึงสิทธิและความรับผิดชอบในโลกออนไลน์

#### 2.4.2 ความเป็นพลเมืองดิจิทัล (Digital Citizenship)

ความเป็นพลเมืองดิจิทัล คือ พลเมืองผู้ใช้งานสื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ที่เข้าใจบรรทัดฐานของการปฏิบัติตัวให้เหมาะสมและมีความรับผิดชอบในการใช้เทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสื่อสารในยุคดิจิทัลเป็นการสื่อสารที่ไร้พรมแดน สมาชิกของโลกออนไลน์ คือ ทุกคนที่ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตบนโลกใบนี้ ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ อายุ ภาษา และวัฒนธรรม พลเมืองดิจิทัลจึงต้องเป็นพลเมืองที่มีความรับผิดชอบ มีจริยธรรม เห็นอกเห็นใจและเคารพผู้อื่น มีส่วนร่วมและมุ่งเน้นความเป็นธรรมในสังคม (มูลนิธิส่งเสริมสื่อเด็กและเยาวชน [สสย.], 2563)



ความเป็นพลเมืองดิจิทัล (Digital Citizenship) เป็นพลเมืองที่มีความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตในการบริหารจัดการ ควบคุม กำกับตน รู้ผิดรู้ถูก และรู้เท่าทัน เป็นบรรทัดฐานในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเหมาะสม มีความรับผิดชอบ เรียนรู้ที่จะใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด และปลอดภัย พลเมืองดิจิทัลจึงต้องตระหนักถึงโอกาสและความเสี่ยงในโลกดิจิทัล เข้าใจถึงสิทธิและความรับผิดชอบในโลกออนไลน์ ความเป็นพลเมืองดิจิทัล นับเป็นมาตรฐานหนึ่งด้านเทคโนโลยีการศึกษาที่เสนอโดยสมาคมเทคโนโลยีการศึกษานานาชาติ (ISTE : International Society for Technology in Education) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถแสดงความเข้าใจประเด็นทางสังคม วัฒนธรรม และความเป็นมนุษย์ ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ และปฏิบัติตนอย่างมีจริยธรรมและตามครรลองกฎหมายให้ใช้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างปลอดภัย ถูกกฎหมาย ซึ่งมีความสำคัญในทักษะแห่งการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 (ฉัตรพงศ์ ชูแสงนิล, 2562)

ความเป็นพลเมืองดิจิทัล (Digital Citizenship) คือแนวคิดและแนวปฏิบัติที่สำคัญซึ่งจะช่วยทำให้พลเมืองเรียนรู้ว่าจะใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลและปกป้องตนเองจากความเสี่ยงต่าง ๆ อย่างไร รวมทั้งรู้จักเคารพสิทธิของตนเองและมีความรับผิดชอบต่อสังคมในโลกสมัยใหม่ ไปจนถึงเข้าใจผลกระทบของเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีต่อสังคม และใช้มันเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในเชิงบวก

กล่าวโดยสรุป การจะเป็นพลเมืองดิจิทัลที่ดีนั้น เราจะต้องมีชุดทักษะและความรู้ทั้งในเชิงเทคโนโลยีและการคิดขั้นสูง เพื่อใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารในโลกไซเบอร์ รู้จักป้องกันตนเองจากความเสี่ยงต่าง ๆ ในโลกออนไลน์ เข้าใจสิทธิ ความเป็นส่วนตัว และจริยธรรมที่สำคัญในยุคดิจิทัลและใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตในการมีส่วนร่วมทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม เพื่อตนเอง ชุมชน ประเทศและโลกต่อไป

### 2.4.3 ทักษะด้านดิจิทัล

การจะเป็นพลเมืองที่สมบูรณ์ในยุคดิจิทัลควรมีทักษะและความรู้ด้านดิจิทัลหลายด้านที่ช่วยให้การใช้ชีวิตในยุคดิจิทัลเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด เพื่อที่จะช่วยให้ใช้สื่อทางโลกดิจิทัลอย่างเข้าใจและรู้เท่าทันในการค้นหาข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งมี 8 ทักษะ ดังนี้



รูปที่ 2.4 ทักษะด้านดิจิทัล

ที่มา : สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล, 2564

1) เอกลักษณ์พลเมืองดิจิทัล (Digital Citizen Identity) เป็นความสามารถสร้างและบริหารจัดการอัตลักษณ์ที่ดีของตนเองไว้ได้อย่างดีทั้งในโลกออนไลน์และโลกความจริง อัตลักษณ์ที่ดีคือ การที่ผู้ใช้สื่อดิจิทัลสร้างภาพลักษณ์ในโลกออนไลน์ของตนเองในแง่บวก ทั้งความคิด ความรู้สึก และการกระทำ โดยมีวิจารณญาณในการรับส่งข่าวสารและแสดงความคิดเห็น มีความเห็นอกเห็นใจผู้ร่วมใช้งานในสังคมออนไลน์ และรู้จักรับผิดชอบต่อการกระทำ ไม่กระทำการที่ผิดกฎหมายและจริยธรรมในโลกออนไลน์ เช่น การละเมิดลิขสิทธิ์ การกลั่นแกล้งหรือการใช้วาจาที่สร้างความเกลียดชังผู้อื่นทางสื่อออนไลน์

2) การบริหารจัดการเวลาบนโลกดิจิทัล (Screen Time Management) เป็นความสามารถควบคุมตนเอง ความสามารถในการจัดสรรเวลาในการใช้งานอุปกรณ์ดิจิทัลและอุปกรณ์เทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการใช้งานสื่อสังคม (Social Media) และเกมออนไลน์ (Online Games) ด้วยความรับผิดชอบต่อตนเอง สามารถบริหารเวลาที่ใช้กับอุปกรณ์ดิจิทัล รวมไปถึงการควบคุมเพื่อให้เกิดสมดุลระหว่างโลกออนไลน์ และโลกความเป็นจริง อีกทั้งตระหนักถึงอันตราย และสุขภาพจากการใช้เวลาหน้าจอมากเกินไป และผลเสียของการเสพติดสื่อดิจิทัล

3) การจัดการการกลั่นแกล้งบนไซเบอร์ (Cyberbullying Management) เป็นความสามารถในการป้องกันตนเอง การมีภูมิคุ้มกันในการรับมือและจัดการกับ สถานการณ์การกลั่นแกล้งบนอินเทอร์เน็ตได้อย่างชาญฉลาด การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือหรือช่องทางเพื่อก่อให้เกิดการคุกคามล่วงละเมิดและการกลั่นแกล้งบนโลกอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ โดยกลุ่มเป้าหมาย

มักจะเป็นกลุ่มเด็กจนถึง เด็กวัยรุ่น การกลั่นแกล้งบน โลกไซเบอร์คล้ายกันกับการกลั่นแกล้งในรูปแบบอื่น หากแต่การกลั่นแกล้งประเภทนี้จะกระทำผ่านสื่อออนไลน์หรือสื่อดิจิทัล เช่น การส่งข้อความทางโทรศัพท์ ผู้กลั่นแกล้งอาจจะเป็นเพื่อนร่วมชั้น คนรู้จักในสื่อสังคมออนไลน์ หรืออาจจะเป็นคนแปลกหน้าก็ได้ แต่ส่วนใหญ่ผู้ที่กระทำจะรู้จักผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งรูปแบบของการกลั่นแกล้ง มักจะเป็นการว่าร้าย ไล่ความ ชูทำร้าย หรือใช้ถ้อยคำหยาบคาย การคุกคามทางเพศผ่านสื่อออนไลน์ การแอบอ้างตัวตนของผู้อื่น การแบล็กเมล์ การหลอกลวง การสร้างกลุ่มในโซเชียลเพื่อโจมตี โดยเฉพาะ

4) การจัดการความปลอดภัยบนระบบเครือข่าย (Cybersecurity Management) เป็นความสามารถในการสำรวจ ตรวจสอบ การป้องกัน และ การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในระบบเครือข่าย ป้องกันข้อมูลด้วยการสร้างระบบความปลอดภัยที่เข้มแข็ง และป้องกันการโจรกรรมข้อมูลหรือการถูกโจมตีออนไลน์ได้ มีทักษะในการรักษาความปลอดภัยของตนเองในโลกออนไลน์ การรักษาความปลอดภัยของตนเองในโลกไซเบอร์ คือการปกป้องอุปกรณ์ดิจิทัลข้อมูลที่จัดเก็บและข้อมูลส่วนตัวไม่ให้เสียหาย สูญหาย หรือถูกโจรกรรมจากผู้ไม่หวังดีในโลกไซเบอร์

5) การจัดการความเป็นส่วนตัว (Privacy Management) เป็นความสามารถในการจัดการกับความเป็นส่วนตัวของตนเองและของผู้อื่น การใช้ข้อมูลออนไลน์ร่วมกัน การแบ่งปันผ่านสื่อดิจิทัล ซึ่งรวมถึงการบริหารจัดการ รู้จักป้องกันข้อมูลส่วนบุคคลของตนเอง เช่น การแชร์ข้อมูลต่าง ๆ ด้วยเครื่องมือดิจิทัล การขโมยข้อมูลอัตลักษณ์ เป็นต้น โดยต้องมีความสามารถในการฝึกฝนใช้เครื่องมือ หรือวิธีการในการป้องกันข้อมูลตนเองได้เป็นอย่างดี รวมไปถึงปกปิดการสืบค้นข้อมูลต่างๆ ในเว็บไซต์เพื่อรักษาความเป็นส่วนตัวส่วนตัวในโลกออนไลน์ คือสิทธิการปกป้องข้อมูลความส่วนตัวในโลกออนไลน์ของผู้ใช้งานที่บุคคลหรือการบริหารจัดการข้อมูลส่วนตัว รวมถึงการใช้ดุลยพินิจปกป้อง ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลที่เป็นความลับของผู้อื่น

6) การคิดอย่างมีวิจารณญาณ (Critical Thinking) หมายถึง ความสามารถในการตัดสินใจของบุคคลว่าควรเชื่อ ไม่ควรเชื่อ ควรทำ หรือไม่ควรทำบนความคิดเชิงเหตุและผล มีความสามารถในการวิเคราะห์แยกแยะระหว่างข้อมูลที่ต้องการและข้อมูลที่ผิด ข้อมูลที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์และข้อมูลที่เข้าข่ายอันตราย ข้อมูลติดต่อทางออนไลน์ที่น่าตั้งข้อสงสัยและน่าเชื่อถือได้ เมื่อใช้อินเทอร์เน็ต ทราบว่าเนื้อหาใดมีประโยชน์ รู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ สามารถวิเคราะห์และประเมิน ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายได้ เข้าใจรูปแบบการหลอกลวงต่าง ๆ ในสื่อดิจิทัล เช่น ข่าวปลอม เว็บไซต์ปลอม ภาพตัดต่อ ข้อมูลอันที่เท็จ เป็นต้น

7) ร่องรอยทางดิจิทัล (Digital Footprints) เป็นความสามารถในการเข้าใจธรรมชาติของการใช้ชีวิตในโลกดิจิทัลว่าจะหลงเหลือร่องรอยข้อมูลทิ้งไว้เสมอ ร่องรอยทางดิจิทัล

อาจจะส่งผลกระทบต่อในชีวิตจริง ที่เกิดจากร่องรอยทางดิจิทัลเข้าใจผลลัพธ์ที่อาจเกิดขึ้น เพื่อนำมาใช้ในการจัดการกับชีวิตบทโลกดิจิทัลด้วยความรับผิดชอบ ข้อมูลร่องรอยทางดิจิทัล เช่น การลงทะเบียน อีเมล การโพสต์ข้อความหรือรูปภาพ ไฟล์งานต่าง ๆ เมื่อถูกส่งเข้าโลกอินเทอร์เน็ตแล้ว จะทิ้งร่องรอยข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งานไว้ให้ผู้อื่นสามารถติดตามได้และจะเป็นข้อมูลที่ระบุตัวบุคคลได้อย่างง่ายดาย

8) ความเห็นอกเห็นใจและสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่นทางดิจิทัล (Digital Empathy) เป็นความสามารถในการเข้าใจผู้อื่น การตอบสนองความต้องการของผู้อื่น การแสดงความเห็นใจและการแสดงน้ำใจต่อผู้อื่นบนโลกดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม มีปฏิสัมพันธ์อันดีต่อคนรอบข้าง ไม่ว่าพ่อแม่ ครู เพื่อนทั้งในโลกออนไลน์และในชีวิตจริง ไม่ด่วนตัดสินผู้อื่นจากข้อมูลออนไลน์แต่เพียงอย่างเดียว และจะเป็นกระบอกเสียงให้ผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือในโลกออนไลน์

จะเห็นว่าความฉลาดดิจิทัลในระดับพลเมืองดิจิทัลเป็นทักษะที่สำคัญสำหรับนักเรียน และบุคคลทั่วไปในการสื่อสารในโลกออนไลน์เป็นอย่างยิ่ง ทั้งเอกลักษณ์พลเมืองดิจิทัล การบริหารจัดการเวลาบนโลกดิจิทัล การจัดการการกลั่นแกล้งบนโซเชียล การจัดการความปลอดภัยบนระบบเครือข่าย การจัดการความเป็นส่วนตัว การคิดอย่างมีวิจารณญาณ ร่องรอยทางดิจิทัล ความเห็นอกเห็นใจและสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่นทางดิจิทัล หากบุคคลมีทักษะและความสามารถทั้ง 8 ประการจะทำให้บุคคลนั้นมีความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตในการบริหารจัดการ ควบคุม กำกับตน รู้ผิดรู้ถูก และรู้เท่าทัน เป็นบรรทัดฐานในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเหมาะสม เรียนรู้ที่จะใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด และปลอดภัย

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.5.1 งานวิจัยในประเทศ

อัคนันท์ กิตสม (2558) ได้ศึกษา ความเต็มใจจ่ายและการใช้โยชน์จากอินเทอร์เน็ต ความเร็วสูงและการผลักดันเศรษฐกิจดิจิทัล จากองค์การบริหารส่วนตำบล: กรณีศึกษา 3 ภูมิภาคเหนือของประเทศไทย โดยศึกษาข้อเท็จจริงในการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในพื้นที่ที่มีการเข้าถึงต่ำสุด 3 จังหวัดเป้าหมาย ในเขตภาคเหนือของประเทศไทย พร้อมทั้งศึกษาถึงความเต็มใจจ่ายและการใช้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในศูนย์อินเทอร์เน็ตชุมชน ในพื้นที่ดังกล่าว และยังได้ศึกษาเพิ่มเติมถึงความรู้ความเข้าใจขององค์การบริหารส่วนตำบลตัวอย่าง ใน

นโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลของรัฐบาล และความสามารถในการผลักดันนโยบายไปสู่ท้องถิ่นที่มีอยู่ในปัจจุบัน ผลการศึกษาด้านการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตในพื้นที่เป้าหมายนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์อินเทอร์เน็ตเพื่อการหาข้อมูลเพื่อการทำงาน และการคู่มือ การฝึกอบรม ในขณะที่เป็นที่น่าสังเกตว่ามีกลุ่มตัวอย่างในสัดส่วนค่อนข้างน้อย ที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการหาข้อมูลตลาดและราคาสินค้าการเกษตร หรือหาความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ อย่างไรก็ตามประโยชน์ชัดเจนในการใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่ ตัวอย่างส่วนใหญ่ได้ใช้เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับโรคภัยไข้เจ็บ ยา ตลอดจนการใช้ยาในการรักษาโรค ในขณะที่เมื่อพิจารณาถึงความเต็มใจจ่าย พบว่า กลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ยน่าจะยอมจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตต่อเดือนอยู่ในช่วง 300 ถึง 600 บาทต่อเดือน โดยได้ค่าเฉลี่ยต่อเดือนราว 454 บาทต่อเดือน โดยสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างยอมจ่ายมากกว่าเมื่อทราบว่าจะต้องรอนานเท่าใดหากจ่ายน้อย ผลการศึกษานโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลของรัฐบาลและกลไกการขับเคลื่อนที่มีอยู่ในปัจจุบัน พบว่า รัฐบาลพยายามผลักดันนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัล ผ่านยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อน 5 ด้าน โดยได้ผ่านร่างพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้อง 2 ฉบับ และมีคณะกรรมการเฉพาะด้าน 5 ด้าน เพื่อขับเคลื่อนประเด็นนี้ อย่างไรก็ตาม เมื่อศึกษาในเชิงพื้นที่เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในนโยบายและการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัล พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งเป็นตัวแทนจากองค์การบริหารส่วนตำบล ร้อยละ 60 ไม่เข้าใจความหมายของเศรษฐกิจดิจิทัล และไม่เคยได้ยินคำนี้มาก่อน นอกจากนี้ ร้อยละ 85 ของผู้ให้สัมภาษณ์ ไม่ทราบว่ารัฐบาลมีการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลสรุปได้ว่า ในภาพรวมยังไม่มีการเตรียมความพร้อมเพื่อขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัล อนาคต.

สุทาสินี นิยมเดช (2562) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยในการเลือกใช้ Mobile Payment ของผู้สูงอายุในประเทศไทย พบว่า วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการเลือกใช้ Mobile Payment ของผู้สูงอายุในประเทศไทย เพื่อตอบสนองและรองรับต่อการใช้งานของผู้สูงอายุและปัญหาในการใช้เทคโนโลยีของผู้สูงอายุต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด โดยข้อมูลพื้นฐาน ข้อมูลด้านพฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ และทัศนคติที่ส่งผลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือของผู้สูงอายุ จากผลการศึกษาด้านทัศนคติในภาพรวมที่ส่งผลต่อการใช้บริการทำให้ทราบว่า ผู้สูงอายุทั้งที่เคยใช้บริการและไม่เคยใช้บริการให้ความสำคัญกับ 4 ด้าน คือ ด้านบุตรหลานหรือผู้ใกล้ชิดมีความจำเป็นต่อการเรียนรู้วิธีการใช้บริการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ รองลงมา ได้แก่ การเดินทางไปธนาคารหรือไปซื้อสินค้านอกบ้านทำให้ท่านเสียเวลาและค่าใช้จ่าย การบริการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือให้ข้อมูลที่ถูกต้อง แม่นยำและรวดเร็วหลังจากทำธุรกรรมทางการเงินเสร็จสิ้น และการมีคู่มือหรือวิดีโอแนะนำการใช้แอปพลิเคชัน ทำให้การให้บริการผ่านชำระเงิน

โทรศัพท์มือถือง่ายขึ้นและเมื่อนำมาสร้างแบบจำลองสมการถดถอยโลจิสติกส์ พบว่า ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการเลือกใช้โทรศัพท์มือถือ (Mobile Payment) ได้แก่ ปัจจัยด้านการศึกษา ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนทัศนคติด้านการเดินทางไปธนาคารหรือไปซื้อสินค้านอกบ้านทำให้ท่านเสียเวลาและค่าใช้จ่าย และทัศนคติด้านบริการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือให้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำและรวดเร็วหลังจากทำธุรกรรมทางการเงินเสร็จสิ้น ดังนั้นผู้ที่เคยใช้และไม่เคยใช้บริการมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันในทัศนคติทั้ง 2 ด้านนี้ จึงแนะนำให้ภาครัฐ ภาคธุรกิจ ให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นและนำไปสู่การแก้ไขปรับปรุง เพื่อสะดวกแก่การใช้งานและเป็นการเพิ่มฐานผู้ใช้งานจากผู้ที่ไม่เคยใช้บริการหันมาใช้บริการให้มากขึ้น สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐที่ต้องการให้ประเทศขับเคลื่อนแบบเศรษฐกิจดิจิทัล และพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกอีกด้วย

ประคอง สุคนธ์จิตต์, สุนันทา งามเคโซ, และดาวพันธ์ เฉลยพงษ์ (2561) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสนับสนุนกับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน โดยใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 326 คน ครัวเรือน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน ทั้งภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับการมีส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่างจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการวางแผน ด้านการรับผลพระ โยชน์ ด้านการค้นหาปัญหา ด้านการติดตามผล และด้านการดำเนินการตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชากรที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส สถานภาพทางสังคมต่างกัน มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ส่วนประชาชนที่มีอาชีพรายได้ และรายจ่ายของครัวเรือนต่างกัน มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนแตกต่างกันเฉพาะบางด้านเท่านั้น นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยสนับสนุนทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ในระดับปานกลาง และสามารถเรียงลำดับความสัมพันธ์จากมากไปหาน้อยคือ ช่องทางการรับรู้ข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจชุมชน การรับรู้ข้อมูลข่าวสารและความเชื่อมั่นในกลุ่ม

จารุวรรณ ประวันเน (2563) ได้ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการเปลี่ยนแปลงสู่ความเป็นเมืองอัจฉริยะ โดยศึกษาผลกระทบที่เกิดจากกระบวนการเปลี่ยนแปลงสู่ความเป็นเมืองอัจฉริยะ และศึกษาการปรับตัวของประชาชนให้เข้ากับการเป็นพลเมืองอัจฉริยะ ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการเปลี่ยนแปลงสู่ความเป็นเมืองอัจฉริยะ เริ่มเกิดขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2556 โดยการพัฒนาเน้น 7 ด้าน ซึ่งได้แก่ 1) พลเมืองอัจฉริยะ 2) การดำรงชีวิตอัจฉริยะ 3) การศึกษาอัจฉริยะ 4) สิ่งแวดล้อมอัจฉริยะ 5) เศรษฐกิจอัจฉริยะ 6) การคมนาคมขนส่งอัจฉริยะ และ 7) การบริหารจัดการอัจฉริยะ สำหรับผลกระทบที่เกิดจากกระบวนการเปลี่ยนแปลง พบว่าประชาชนมีโอกาสในการเรียนรู้มากยิ่งขึ้น ประหยัดพลังงาน ทำให้ได้พลังงานที่สะอาด ลดค่าใช้จ่าย และภูมิทัศน์เมืองที่สวยงามยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สำหรับการปรับตัวของประชาชน ขณะนี้ประชาชนส่วนใหญ่ที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นและวัยกลางคน ได้มีการปรับตัวในวิถีชีวิตความเป็นอยู่ให้เข้ากับยุคสมัยและเทคโนโลยีที่กำลังจะพัฒนาในด้านต่าง ๆ เตรียมความพร้อมที่จะเป็นพลเมืองอัจฉริยะในอนาคต

เกศแก้ว เจริญวิริยะภาพ, พินิจ ดวงจินดา, และภานุ ธรรมสุวรรณ (2545) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมความร่วมมือของประชาสังคมในการสร้างเศรษฐกิจชุมชน : กรณีศึกษาจังหวัดพัทลุง โดยศึกษาพฤติกรรมความร่วมมือของประชาคมจังหวัดพัทลุงในการสร้างเศรษฐกิจชุมชน ผลการวิจัยพบว่า การรวมกลุ่มธุรกิจชุมชน เป็นแบบชุมชนนิยม สมาชิกส่วนใหญ่ต้องการรายได้เพิ่ม โดยเพศ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความร่วมมือของประชาสังคมในการสร้างเศรษฐกิจชุมชน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ชัยรติ แสงเพชร (2557) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบลโนนนาจาน อำเภอนาคู จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบลโนนนาจาน พบว่า อายุ และอาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งในการวิจัยมีข้อเสนอแนะการมีส่วนร่วมในด้านการตัดสินใจ การปฏิบัติการ ด้านการรับผลประโยชน์ และด้านการประเมินผล

ศิริพงษ์ นิมมา (2550) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบลหินลาด อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ข่าวสารของประชาชนมีความสัมพันธ์ต่อการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาองค์การบริหาร

ส่วนตำบล และแนะนำให้มีการเพิ่มช่องทางและความถี่เพื่อประชาสัมพันธ์ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารให้มากยิ่งขึ้น

จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์ และจุฑาทิพย์ พหลภาคย์ (2557) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรในเขตพื้นที่ภาคกลาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกกับสหกรณ์ พบว่า การได้รับข้อมูลข่าวสารจากสหกรณ์มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกกับสหกรณ์

### 2.5.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Felice (2018) ได้ศึกษาเศรษฐกิจโยธาในเศรษฐกิจตลาดเพื่อสังคม: มุมมองเชิงทฤษฎี การศึกษาได้อธิบายถึงเศรษฐกิจตลาดเพื่อสังคม (SME) อาจเป็นตัวแทนของทฤษฎีที่สะท้อนกลับสำหรับแนวคิดของ “เศรษฐกิจภาคประชาสังคม” ซึ่งภาคประชาสังคมเป็นตัวเชื่อมระหว่างภาครัฐกับการตลาด โดยที่การมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคม เป็นบริบทที่บุคคลสามารถแสดงความคิดเห็น เห็นอกเห็นใจ และตอบสนองต่อการกระทำที่เป็นไปได้ โดยปราศจากการแทรกแซงของรัฐ และเน้นย้ำเสรีภาพของประชาชน ดังนั้น ภาคประชาสังคมจึงควรส่งเสริมความสัมพันธ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมที่เพิ่มพูนความเป็นมนุษย์ให้สูงสุด นอกจากนี้ ภาคประชาสังคมเป็นกลไกที่รัฐและตลาดต้องดำเนินการ และเชื่อว่า หากภาคประชาสังคมมีส่วนร่วมมากขึ้น ก็จะทำให้กลไกตลาดและการดำเนินงานของภาครัฐเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น

Santori (2022) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การมุ่งเน้นความสัมพันธ์ไปที่บุคคลอื่นกับปรัชญาของ Adam Smith ในการสอนสังคมคาทอลิกและเศรษฐกิจของพลเมือง ซึ่งเป็นการวิจัยได้ศึกษาความเชื่อมโยงระหว่างแนวคิดทางเศรษฐกิจและปรัชญาของ Smith ในการสอนสังคมคาทอลิก ซึ่งนักวิชาการเชื่อว่าภูมิหลังทั่วไปของมานุษยวิทยามักมีความสัมพันธ์กับมุมมองของมนุษย์ ในการวิเคราะห์นี้มีข้อกังวลใจหลักประการหนึ่งคือ ปรัชญาของ Smith ไม่รองรับองค์ประกอบหลักที่มีอยู่ในมาตรฐาน CST ที่มุ่งเน้นการส่งเสริมความคิดของผู้อื่น ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญ ที่ให้ความสนใจกับบุคคลอื่น เช่น การให้ความรัก การให้ของกำนัล ซึ่ง Smith มีพื้นที่ที่แตกต่างกันในสังคม นอกจากนี้ ยังแสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ของ CST มีความสอดคล้องกับมุมมองของเศรษฐกิจภาคประชาสังคมมากขึ้นเพียงใด ในฐานะที่เป็นสถานที่ที่มีแต่การช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน ซึ่งแสดง



ให้เห็นว่า เศรษฐกิจเกี่ยวข้องกับสังคมมนุษย์ ที่ต้องอาศัยความร่วมมือกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทำให้เกิดมุมมองทางเศรษฐกิจสมัยใหม่ขึ้น

Akcil and Bastas (2021) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การตรวจสอบทัศนคติของนักศึกษา มหาวิทยาลัยที่มีต่ออิเลิร์นนิ่งระหว่างกระบวนการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 และความสัมพันธ์ของการเป็นพลเมืองดิจิทัล ซึ่งการศึกษานี้เป็นการสำรวจเชิงสัมพันธ์และทดสอบโดยการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างการเป็นพลเมืองดิจิทัลและอิเลิร์นนิ่ง การศึกษาได้ดำเนินการในหมู่นักศึกษาระดับอุดมศึกษา ซึ่งการวิจัยนี้ได้มีการตั้งข้อสังเกตว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างพฤติกรรมการเป็นพลเมืองดิจิทัลและทัศนคติทางอิเลิร์นนิ่ง นอกจากนี้ ยังได้ตั้งข้อสังเกตอีกว่าความวิตกกังวลเชิงลบของนักเรียนอันเนื่องมาจากการแพร่ระบาดนั้นสะท้อนให้เห็นในกระบวนการอิเลิร์นนิ่ง อย่างไรก็ตาม ผลลัพธ์จากการวิจัยแสดงให้เห็นว่ากระบวนการเรียนรู้ด้านพฤติกรรมการเป็นพลเมืองดิจิทัลทางดิจิทัลเป็นแนวโน้มในทิศทางตอบสนองเชิงบวกต่อช่วงการระบาดของโควิด-19

Ashok and Abhishek (2018) ได้ทำการศึกษาในหัวข้อ Digital Empowerment of Rural People-Issues and Challenges กล่าวถึงแผนงานและมาตรการต่าง ๆ ที่รัฐบาลได้ดำเนินการเพื่อส่งเสริมให้อินเดียในชนบทสามารถใช้บริการดิจิทัลได้ เพราะสำหรับประชาชนเพื่อตนเองได้ใช้บริการเหล่านี้แล้ว ควรมีความรู้ด้านดิจิทัล ดังนั้น การศึกษาเกี่ยวกับ Digital Empowerment of Rural People-Issues and Challenges จึงพยายามที่จะให้ความกระจ่างเกี่ยวกับการปฏิบัติดิจิทัลในอินเดีย โดยเน้นที่การเพิ่มขีดความสามารถทางดิจิทัลของพลเมืองเป็นพิเศษ การศึกษาดำเนินการผ่านสถิติเชิงพรรณนา เพื่อวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แหล่งข้อมูลทุติยภูมิกำลังถูกนำมาใช้ สามารถสรุปผลการศึกษาได้ว่าการเสริมขีดความสามารถทางด้านดิจิทัลในพื้นที่ชนบทอาจเป็นตัวเร่งให้เกิดเศรษฐกิจการพัฒนาโดยการส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่ไร้เงินสดและกระดาษน้อยลง

Machiri (2018) ได้ทำการวิจัยในหัวข้อ การปรับการสื่อสารการจัดส่งบริการของรัฐบาลในพื้นที่ให้สอดคล้องกับการมีส่วนร่วมของพลเมืองดิจิทัล: กรณีศึกษาของเทศบาลนครมากา ซึ่งงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนากรอบแนวทางในการจัดกระบวนการสื่อสารของเทศบาลด้วย ICT ที่เป็นนวัตกรรมใหม่ เพื่อสนับสนุนความรับผิดชอบต่อสังคมและความโปร่งใสอย่างต่อเนื่องผ่านพลเมืองในการมีส่วนร่วมในเขตเทศบาล การกำหนดกรอบงานวิจัยนี้สร้างขึ้นจากทฤษฎี Adaptive Structuration ซึ่งอิงจากการศึกษาการเปลี่ยนแปลงขององค์กรที่เกิดขึ้นเนื่องจากการนำไปใช้และการนำเทคโนโลยีมาใช้ โดยใช้แนวทางปฏิบัติและกรณีศึกษาของเทศบาลมาگان่า การ

ศึกษาวิจัยตรวจสอบโครงการริเริ่มการมีส่วนร่วมของพลเมืองดิจิทัลที่เรียกว่า MobiSAM (Mobile Social Accountability Monitoring) จากการตรวจสอบเชิงประจักษ์เชิงคุณภาพระบุว่า มีปัจจัยทางสังคมและการเมืองที่สำคัญที่ต้องพิจารณาเมื่อปรับความคิดริเริ่มการมีส่วนร่วมของพลเมืองดิจิทัลในสภาพแวดล้อมที่มีข้อจำกัดด้านทรัพยากร ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่ากระบวนการเปลี่ยนแปลงและการจัดตำแหน่งของ DCE ในเขตเทศบาลในท้องถิ่นนั้นอาศัยข้อมูลที่หลากหลายจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แตกต่างกัน และกระบวนการเปลี่ยนแปลงแบบไดนามิก ซึ่งส่งผลให้เกิดผลการมีส่วนร่วมที่สำคัญของพลเมืองในด้านการเพิ่มขีดความสามารถ ความรับผิดชอบ ความโปร่งใส และการมีส่วนร่วมที่เพิ่มขึ้น ขึ้นอยู่กับความสำเร็จของกระบวนการ ขอบเขตของผลลัพธ์จะแตกต่างกันไปตามประสิทธิภาพของการจัดการการเปลี่ยนแปลง การสร้างแนวคิด และการมีส่วนร่วม ซึ่งได้รับผลกระทบจากการรับรู้ถึงประโยชน์ ทักษะติดต่อระบบ และความตั้งใจของผู้ใช้



## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง เศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัล ผู้ศึกษาได้กำหนดขนาดของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล รวมทั้งการออกแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ โดยมีเนื้อหา ดังนี้

#### 3.1 ประชากรที่ศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง

จากข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติ (สสช.) จำนวนประชากรจากการทะเบียน จำแนกตามอายุ เพศ ภาค และจังหวัด ปี พ.ศ. 2562 ซึ่งเป็นกลุ่มประชาชนในประเทศไทย ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 51,589,247 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ผ่านช่องทางแบบสอบถามออนไลน์ Google Form แต่เนื่องจากจำนวนประชากร มีเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นไปได้ยากที่จะกระจายแบบสอบถามได้ถึง 1,250 คน จึงมีการกำหนดขนาดกลุ่ม จำนวนประชากร (Sample Size Determination) ซึ่ง Yamane (1973) นักเศรษฐศาสตร์ และ สถิติชาวญี่ปุ่น ได้คิดค้นทฤษฎีการคำนวณ สำหรับการกำหนดขนาดกลุ่มของจำนวนประชากรตัวอย่างขึ้น โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้จะอยู่ที่ 5% โดยมีสูตรสมการ การคำนวณดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + (Ne^2)} \quad (3-1)$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (%) โดยกำหนดเป็น .05 หรือ 5%

$$n = \frac{N}{1 + (Ne^2)}$$

$$n = \frac{N}{1 + (Ne^2)}$$

ดังนั้น ค่าที่คำนวณได้ คือ 399.9969 สามารถกล่าวได้ว่าจำนวนประชากรขั้นต่ำที่ต้องใช้ อยู่ที่ประมาณ 400 คน เพื่อให้จะให้ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ 0.05 หรือ 5% แต่เพื่อความเที่ยงตรงให้มากขึ้น ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างไว้ที่ 616 คน

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ซึ่งประกอบไปด้วยแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Questionnaire) โดยแบ่งโครงสร้างแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลักษณะคำถาม ปลายปิดที่มีลักษณะ เป็นแบบ Check List ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้

ส่วนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเป็นพลเมืองดิจิทัล

ส่วนที่ 3 การมีส่วนร่วมของภาคประชาชน เช่น ด้านการบริจาคทุนทรัพย์ ด้านการเป็นอาสาสมัคร ด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชน และด้านการรักษาสังแวดล้อม

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลในการศึกษาเศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัลเป็นการศึกษาโดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ทำการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนพฤษภาคม – มิถุนายน พ.ศ. 2565 โดยวิธีการแจกแบบสอบถามออนไลน์ ได้ศึกษาและรวบรวมเนื้อหาข้อมูลต่างๆ จากแหล่งที่มาดังต่อไปนี้

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ผ่านช่องทาง Google Forms จากกลุ่มประชากรตัวอย่างจำนวน 616 ตัวอย่าง

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ทำการค้นคว้าสืบหาข้อมูลจากเอกสารวารสาร หนังสือ วิทยานิพนธ์ ต่าง ๆ ที่สามารถนำมาอ้างอิงได้ รวมทั้งผลลัพธ์จากการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องนี้ รวมถึงแหล่งข้อมูลจากช่องทาง Internet ด้วย เพื่อที่จะนำมาประกอบการสร้างแบบสอบถาม

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล และเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1) การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม โดยใช้ตารางแสดงค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ (Percentage) ข้อมูลประชากรศาสตร์

2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) ในการทดสอบสมมติฐานนั้น นักวิจัยจะทำการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยสถิติแบบ (Multivariate Analysis of Covariance: MANCOVA) เนื่องจากเป็นการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระ 1 ตัวหรือมากกว่า และกลุ่มตัวแปรตามหลาย ๆ ตัว ดังนั้นวิธีที่เหมาะสมคือการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย MANCOVA

#### 3.4.1 ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุคูณ (Multivariate Analysis of Covariance: MANCOVA)

1) ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ต้องเป็นตัวแปรต่อเนื่อง (Continuous) จัดอยู่ในมาตราการวัดตั้งแต่อันดับ (Interval Scale) ขึ้นไป และมีจำนวนตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไป

2) ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) เป็นตัวแปรแบ่งกลุ่ม (Categories) หรืออยู่ในมาตรานามบัญญัติ (Nominal Scale) หรือถ้าอยู่ในมาตราที่สูงกว่านี้ ให้ปรับลงมาอยู่ในมาตรานามบัญญัติ มีจำนวนตั้งแต่ 1 ตัวแปรขึ้นไป

3) ตัวแปรร่วม (Covariate Variable) มีลักษณะเหมือนกันตัวแปรตามคือต้องอยู่ในมาตราอันดับ (Interval Scale) ขึ้นไป เป็นตัวแปรที่ผู้วิจัยคาดว่าทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างกลุ่มในตอนต้น ซึ่งหากไม่ขจัดอิทธิพลของตัวแปรดังกล่าวแล้ว ผลการวิจัยจะขาดความเที่ยงตรงภายใน (Internal Validity) นั่นคือการที่เกิดความแตกต่างของตัวแปรตาม ไม่ใช่เป็นผลอันเนื่องมาจากตัวแปรอิสระ แต่เป็นเหตุที่กลุ่มมีความแตกต่างกันมาก่อนแล้ว

### ข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุคูณ

ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุคูณ มีความจำเป็นที่นักวิจัยจะต้องตรวจสอบว่าข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์นั้นเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้น (Basic Assumptions) หรือไม่ เพราะหากฝ่าฝืนข้อตกลงเบื้องต้น (Violate Assumptions) ก็จะทำให้อำนาจการทดสอบ (Power of test) ของสถิติดังกล่าวลดน้อยลง ข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุคูณมีหลายประการ บางตำรานำเสนอแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับว่าต้องการขยายข้อตกลงเบื้องต้นในข้อใดเป็นพิเศษ แต่โดยภาพรวมแล้วก็จะกล่าวถึง 3 ส่วนคือ เกี่ยวกับการแจกแจง (Distribution) เกี่ยวกับความสัมพันธ์ (Correlation) และเกี่ยวกับความแปรปรวน (Variance) ดังนี้

1) ข้อตกลงเบื้องต้นที่เกี่ยวกับการแจกแจงของประชากร (Distribution) การวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุคูณ ประชากรจะต้องมีการแจกแจงแบบปกติหลายตัวแปร (Multivariate Normal Distribution) ข้อตกลงเบื้องต้นข้อนี้มีความสำคัญในการตรวจสอบก่อนวิเคราะห์ ซึ่งก็คือตัวแปรตามที่สร้างขึ้นใหม่ (Linear Combination) จะต้องมีการแจกแจงแบบปกติ นั่นเอง โดยจะเกี่ยวข้องกับลักษณะหลายประการ เช่น ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และการแจกแจงแบบปกติตัวแปรเดียว (Univariate Normal Distribution) ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างไม่มีข้อยุติว่าต้องใช้กลุ่มตัวอย่างเท่าใด บางคนเสนอเป็นตาราง บางคนเสนอเป็นจำนวนเท่าของตัวแปร โดยความเป็นจริงแล้วอาจจะไม่มีความจำเป็นเสมอไปที่กลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่จะต้องเป็นตัวแทนของประชากรที่มีการแจกแจงแบบปกติเสมอ หรือในทางกลับกันกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็กก็สามารถที่จะเป็นตัวแทนของประชากรที่มีการแจกแจงแบบโค้งปกติเช่นเดียวกัน ดังนั้น จึงขึ้นอยู่กับลักษณะการแจกแจงของประชากรมากกว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่าง อย่างไรก็ตามหากการวิจัยหนึ่ง ๆ ใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่ ก็มีความเสี่ยงน้อยในการฝ่าฝืนข้อตกลงเบื้องต้นข้อนี้ Tabachnick and Fidel (2001, p. 329) กล่าวว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีตั้งแต่ 20 หน่วยตัวอย่างขึ้นไปในแต่ละ Cell จะมีความแกร่ง (Robustness) ในข้อตกลงดังกล่าว นั่นคือ ไม่ทำให้อำนาจการทดสอบเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ส่วนอีกประเด็นนั้น การที่ตัวแปรตามแต่ละตัวมีการแจกแจงแบบปกติ ไม่ได้หมายความว่าจำเป็นต้องมีการแจกแจงแบบโค้งปกติหลายตัวแปรด้วย แต่ก็มีโอกาสสูงที่จะเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นดังกล่าว การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย MANCOVA ค่อนข้างจะมีความไว (Sensitive) ต่อข้อมูลสุดโต่ง (ข้อมูลที่มีค่าแตกต่างไปจากค่าอื่น ๆ อย่างมาก) ซึ่งควรที่จะทำการตรวจสอบข้อมูลสุดโต่งในแต่ละตัวแปรตาม Univariate Outliers และ Multivariate Outliers ซึ่งก็คือหน่วยตัวอย่างที่มีคะแนนแปลง รูปของกลุ่มตัวแปรตาม แตกต่างไปจากหน่วยตัวอย่างอื่น ๆ นั่นเอง หากนำมาวิเคราะห์อาจส่งผลกระทบต่อลักษณะการแจกแจงได้

2) ข้อตกลงเบื้องต้นที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ (Correlation) ในส่วนของข้อตกลงเบื้องต้นในกลุ่มนี้จะกล่าวถึงความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรตาม (Linearity) การร่วมกันเชิงเส้นพหุ (Multicollinearity) และความเป็นหนึ่งเดียว (Singularity) นั่นคือ เป็นการตรวจสอบเกี่ยวกับความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรตามทีละคู่ ซึ่งสามารถพิจารณาได้หลายวิธี วิธีหนึ่งที่สามารถพิจารณาได้คือ Scatterplots ระหว่างตัวแปรตาม โดยแยกตามกลุ่มของตัวแปรอิสระ ซึ่งในการวิเคราะห์จะต้องทำการเลือก (Select Case) หรือแบ่งไฟล์ (Split File) เพื่อแยกพิจารณาตามกลุ่ม อย่างไรก็ตาม การพิจารณาจาก Scatterplots จะบอกได้โดยคร่าว ๆ เท่านั้น โดยพิจารณาจากแนวโน้มของเส้นกราฟว่าเป็นเส้นตรงหรือไม่ (Linearity) แต่จะไม่สามารถบอกได้อย่างชัดเจน (Exactly) นักวิจัยยังสามารถตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามด้วยวิธีการของเพียร์สัน (Pearson) ได้ การวิเคราะห์ความแปรปรวน พหุคูณจะมีความเหมาะสมเมื่อตัวแปรตามที่น่ามาพิจารณา มีความสัมพันธ์กัน (อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ) ถ้าตัวแปรตามดังกล่าวไม่มีความสัมพันธ์กัน ก็ควรดำเนินการวิเคราะห์ความแปรปรวนแยกตัวแปรตาม (Univariate Test) แต่การมีความสัมพันธ์กันของตัวแปรตามนี้ไม่ควรสูงเกินไป (ตั้งแต่ 80 ขึ้นไป) (Pallant, 2005, p. 255) เพราะถ้ามีความสัมพันธ์ที่เข้าใกล้ 1.00 นั้นแสดงว่านักวิจัยกำลังวัดในสิ่งเดียวกันหรือเครื่องมือที่สร้างขึ้นมีความซ้ำซ้อนในการวัด ซึ่งนักวิจัยจะต้องกลับไปพิจารณาเครื่องมือที่นำไปวัดตัวแปรตามดังกล่าว ถ้าเกิดเหตุการณ์ดังกล่าวแล้ว บางทีอาจจะต้องทำการตัดตัวแปรตามบางตัวออก (Removing) หรือรวมตัวแปรตามดังกล่าวให้เป็นตัวแปรหรือองค์ประกอบเดียวกันก่อนทำการวิเคราะห์ (Singularity) หรือหากมั่นใจโดยอิงทฤษฎี พบว่าตัวแปรทั้ง 2 ตัวดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องกันแต่ไม่ได้เป็นตัวแปรเดียวกัน นักวิจัยอาจจะต้องพิจารณาปรับปรุงเครื่องมือวัดใหม่ และเก็บข้อมูลใหม่อีกครั้ง

3) ข้อตกลงที่เกี่ยวกับความแปรปรวน (Variance) จะทดสอบความเป็นเอกพันธ์ของเมตริกความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วมของประชากร (Homogeneity of Variance Covariance Matrices) ข้อตกลงข้อนี้เน้นว่ามีความสำคัญอีกข้อหนึ่งของการวิเคราะห์ความแปรปรวน พหุคูณ สามารถทดสอบได้จากสถิติทดสอบ Box's M ซึ่งจะได้อีกกล่าวในรายละเอียดต่อไปนึ่ง ในการวิเคราะห์ด้วยสถิติใด ๆ มีความจำเป็นที่นักวิจัยจะต้องตรวจสอบข้อมูลว่าเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นหรือไม่ หากมีบางข้อที่ฝ่าฝืนก็จะต้องทำการปรับเพื่อให้เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้น เช่น การแปลงข้อมูล (Transformation) ด้วยวิธีที่เหมาะสม เช่น Square-Root Transformation, Logarithmic Transformation, Reciprocal Transformation : Angular or Inverse Sine Transformation (Kirk, 1982) ส่วนในกรณีที่ไม่สามารถจัดการกับข้อมูลให้เป็นไปตาม ข้อตกลงเบื้องต้นดังกล่าวได้ บางทีนักวิจัยที่มีความจำเป็นที่จะต้องเลือกใช้สถิติทดสอบอื่นที่มีความเหมาะสมในการวิเคราะห์

มากกว่า มีความยืดหยุ่นหรือผ่อนปรนเกี่ยวกับข้อตกลงเบื้องต้น หรือ บางครั้งอาจจะต้องเก็บข้อมูลเพิ่มเป็นต้น

#### การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้น

โดยมากข้อตกลงเบื้องต้นสามารถตรวจสอบได้ด้วยวิธีเดียวกันกับ ANCOVA มีข้อตกลงเบื้องต้นที่เพิ่มขึ้นมาคือ การแจกแจงพหุตัวแปรเป็นโค้งปกติและความเป็นเอกพันธ์ของเมตริกความแปรปรวนร่วมที่ต้องการกระบวนการตรวจสอบที่แตกต่างกัน ข้อตกลงเบื้องต้นการเป็นโค้งปกติของพหุตัวแปร ไม่สามารถทดสอบด้วย SPSS และมีเฉพาะการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการเป็นโค้งปกติของตัวแปรเดียว โดยวิเคราะห์ตัวแปรตามทีละตัว ซึ่งง่ายที่จะใช้และมีประโยชน์ เพราะการเป็นโค้งปกติของตัวแปรเดียวเป็นเงื่อนไขการเป็นโค้งปกติของพหุตัวแปร) แต่ไม่รับประกันว่าจะ Multivariate Normality ดังนั้นกระบวนการนี้ดีที่สุดที่สามารถทำได้

ข้อตกลงเบื้องต้นของการเท่ากันของเมตริกความแปรปรวนร่วม ข้อตกลงเบื้องต้นนี้ง่ายในการตรวจสอบด้วยการทดสอบของลาเวน หากการทดสอบลาเวนไม่มีนัยสำคัญสำหรับตัวแปรตามแต่ละตัวอย่างไรก็ตาม กรณีตัวแปรตามหลายตัว ควรจะเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มโดยใช้ Box's M Test การทดสอบนี้ควรจะไม่มีนัยสำคัญ

#### 3.4.2 สถิติทดสอบ MANCOVA

Olson (1974) และ Stevens (2009) ได้ศึกษาอำนาจการทดสอบของสถิติ MANCOVA ทั้ง 4 ตัวในการประเมินความมีนัยสำคัญของความแตกต่างระหว่างกลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย

##### 1) Pillai – Bartlett Trace (V) สถิตินี้แสดงดังสมการ

$$V = \sum_{i=0}^s \frac{\lambda_i}{1 + \lambda_i} \quad (3-2)$$

สัญลักษณ์  $\lambda$  จะเป็นค่าไอเกนสำหรับตัวแปรจำแนกประเภทแต่ละตัว และ  $s$  จะเป็นจำนวนตัวแปร สูตรนี้ผลรวมของสัดส่วนของความแปรปรวนอธิบายบนฟังก์ชันการจำแนก



2) Hotelling's  $T^2$  เป็นสูตรของ Hotelling - Lawlet Trace เป็นผลรวมของค่าไอเกนสำหรับแต่ละตัวแปร

$$T = \sum_{i=1}^s \lambda_i \quad (3-3)$$

3) Wilks's Lambda ( $\lambda$ ) แลมด้าของ Wilks จะเป็นผลผลิตของความแปรปรวนที่ไม่สามารถอธิบายได้ในแต่ละตัวแปร สัญลักษณ์  $\Pi$  หมายถึงผลคูณแลมด้าของ Wild's จะแสดงอัตราส่วนของความแปรปรวนคลาดเคลื่อนกับความแปรปรวนรวม ( $SS_e/SS_t$ ) สำหรับแต่ละตัวแปร

$$A = \prod_{i=1}^s \frac{1}{1 + \lambda} \quad (3-4)$$

4) Roy's Largest Root สถิตินี้ง่ายมาก ค่าไอเกนสำหรับตัวแปรแรกเป็นค่าที่มากที่สุด ดังนั้นในกรณีนี้จะคล้ายกับ Hotelling - Lawlet Trace แต่สำหรับตัวแปรแรกเท่านั้น

$$Largest\_root = \lambda_{largest} \quad (3-5)$$

การเลือกสถิติทดสอบ

Olson (1974) สังเกตว่าสำหรับขนาดกลุ่มตัวอย่างน้อย ๆ สถิติทั้ง 4 จะมีความแตกต่างกันน้อยใน ทอมของอำนาจการทดสอบ ถ้าขนาดของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกันในตัวแปรตามตัวเดียวกัน สถิติ Roy จะเสริมอำนาจการทดสอบที่มากกว่า เพราะจะใช้เฉพาะตัวแปรตัวแรก) ตามด้วย Hotelling, Wilks's และ Roy มีอำนาจน้อยที่สุด ประเด็นสุดท้ายเกี่ยวข้องกับอำนาจการทดสอบของขนาดกลุ่มตัวอย่างและจำนวนของตัวแปรตาม Steven แนะนำว่า ถ้าตัวแปรตามน้อย ๆ (น้อยกว่า 10 ตัวแปร) กลุ่มตัวอย่างควรมีขนาดใหญ่

ในทอมของความแกร่ง (Robustness) สถิติทดสอบทั้ง 4 ตัว จะเกี่ยวข้องกับความแกร่งในการละเมิดข้อตกลงเบื้องต้นของการแจกแจงปกติพหุตัวแปร ในการศึกษาของ Olson (1974) และ Steven (2009) สรุปว่า เมื่อขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากัน Pilla - Bartlet จะแข็งแกร่งมากในการละเมิด

ข้อตกลงเบื้องต้น การตรวจสอบข้อตกลงของเมตริกความแปรปรวนร่วมที่เป็นเอกพันธ์จะใช้ Box's Test ถ้าการ ทดสอบนั้นไม่มีนัยสำคัญ ข้อตกลงเบื้องต้นการแจกแจงปกติพหุตัวแปรจะเป็นจริง



## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

#### 4.1 ลักษณะทั่วไปของข้อมูล

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	257	41.7
หญิง	343	55.7
ไม่ต้องการระบุ	16	2.6
รวม	616	100.0

จากตารางที่ 4.1 เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 343 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และไม่ต้องการระบุเพศ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	234	38.0
25-34 ปี	205	33.3
35-44 ปี	76	12.3
45 -54 ปี	67	10.9
55 ปีขึ้นไป	34	5.5
รวม	616	100.0

จากตารางที่ 4.2 เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่อายุ 25-34

ปี จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่อายุ 35-44 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่อายุ 45-54 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และที่น้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่อายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยม	25	4.1
ระดับมัธยม หรือ ปวช. ปวส.	124	20.1
ระดับปริญญาตรี	424	68.8
ระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า	43	7.0
รวม	616	100.0

จากตารางที่ 4.3 เมื่อจำแนกตามการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 424 คน คิดเป็นร้อยละ 68.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยม หรือ ปวช. ปวส. จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 20.1 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และที่น้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาด้านต่ำกว่ามัธยม จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ลูกจ้างเอกชน	184	29.9
ลูกจ้างภาครัฐ/รัฐวิสาหกิจ	58	9.4
ทำธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	164	26.6
ประกอบอาชีพอิสระ	118	19.2
เกษตรกรรวม	84	13.6
วิสาหกิจชุมชน	8	1.3
รวม	616	100.0

จากตารางที่ 4.4 เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพลูกจ้างเอกชน จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 29.9 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพทำ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 26.6 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพอิสระ จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพลูกจ้างภาครัฐ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และที่น้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพวิสาหกิจ ชุมชน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท	14	2.3
10,001 – 20,000 บาท	56	9.1
20,001 – 30,000 บาท	91	14.8
30,001 – 40,000 บาท	57	9.3
40,001 – 50,000 บาท	85	13.8
50,001 – 60,000 บาท	56	9.1
60,001 – 70,000 บาท	14	2.3
70,001 – 80,000 บาท	33	5.4
80,001 – 90,000 บาท	13	2.1
90,001 – 100,000 บาท	71	11.5
มากกว่า 100,001 บาทขึ้นไป	126	20.5
รวม	616	100.0

จากตารางที่ 4.5 เมื่อจำแนกตามรายได้ครัวเรือนต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มี รายได้ มากกว่า 100,001 บาทขึ้นไป จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 ของ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 85 คน คิด เป็นร้อยละ 13.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 90,001 – 100,000

บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท และ 50,001 – 60,000 บาท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 70,001 – 80,000 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และที่น้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 80,001 – 90,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครื่องมือสื่อสารสังคมออนไลน์ - ไลน์ (Line)

ไลน์ (Line)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ใช้	6	1.0
ใช้	610	99.0
รวม	616	100.0

จากตารางที่ 4.6 เมื่อจำแนกตามเครื่องมือสื่อสารสังคมออนไลน์ ไลน์ (Line) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ไลน์ (Line) มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ใช้งาน โดยกลุ่มตัวอย่างมีการใช้ไลน์ (Line) จำนวน 610 คน คิดเป็นร้อยละ 99.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ใช้งานจำนวน 6 คน คิดเป็น ร้อยละ 1.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครื่องมือสื่อสารสังคมออนไลน์ - เฟซบุ๊ก (Facebook)

เฟซบุ๊ก (Facebook)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ใช้	25	4.1
ใช้	591	95.9
รวม	616	100.0

จากตารางที่ 4.7 เมื่อจำแนกตามเครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก (Facebook) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ใช้งาน โดยกลุ่มตัวอย่างมีการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) จำนวน 591 คน คิดเป็นร้อยละ 95.9 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ใช้งาน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ - อินสตาแกรม (Instagram)

อินสตาแกรม (Instagram)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ใช้	112	18.2
ใช้	504	81.8
รวม	616	100.0

จากตารางที่ 4.8 เมื่อจำแนกตามเครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ อินสตาแกรม (Instagram) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้อินสตาแกรม (Instagram) มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ใช้งาน โดยกลุ่มตัวอย่างมีการใช้อินสตาแกรม (Instagram) จำนวน 504 คน คิดเป็นร้อยละ 81.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ใช้งาน จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ - ทวิตเตอร์ (Twitter)

ทวิตเตอร์ (Twitter)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ใช้	298	48.4
ใช้	318	51.6
รวม	616	100.0

จากตารางที่ 4.9 เมื่อจำแนกตามเครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ ทวิตเตอร์ (Twitter) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ทวิตเตอร์ (Twitter) มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ใช้งาน โดยกลุ่มตัวอย่างมีการใช้ทวิตเตอร์ (Twitter) จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 51.6 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ใช้งาน จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 48.4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ - พินเทอเรส (Pinterest)

พินเทอเรส (Pinterest)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ใช้	410	66.6
ใช้	206	33.4
รวม	616	100.0

จากตารางที่ 4.10 เมื่อจำแนกตามเครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ พินเทอเรส (Pinterest) พบว่ากลุ่มตัวอย่างไม่มีการใช้พินเทอเรส (Pinterest) มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้ใช้งาน โดยกลุ่มตัวอย่างไม่มีการใช้พินเทอเรส (Pinterest) จำนวน 410 คน คิดเป็นร้อยละ 66.6 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และกลุ่มตัวอย่างที่ได้ใช้งาน จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 33.4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ - วอชแอป (Whatsapp)

วอชแอป (Whatsapp)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ใช้	506	82.1
ใช้	110	17.9
รวม	616	100.0

จากตารางที่ 4.11 เมื่อจำแนกตามเครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ วอชแอป (Whatsapp) พบว่ากลุ่มตัวอย่างไม่มีการใช้วอชแอป (Whatsapp) มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้ใช้งาน โดยกลุ่มตัวอย่างไม่มีการใช้วอชแอป (Whatsapp) จำนวน 506 คน คิดเป็นร้อยละ 82.1 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และกลุ่มตัวอย่างที่ได้ใช้งาน จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ - ยูทูป (Youtube)

ยูทูป (Youtube)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ใช้	58	9.4
ใช้	558	90.6
รวม	616	100.0



จากตารางที่ 4.12 เมื่อจำแนกตามเครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ ยูทูป (Youtube) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ ยูทูป (Youtube) มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ใช้งาน โดยกลุ่มตัวอย่างมีการใช้ยูทูป (Youtube) จำนวน 558 คน คิดเป็นร้อยละ 90.6 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ใช้งาน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ - วีแชท (Wechat)

วีแชท (Wechat)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ใช้	529	85.9
ใช้	87	14.1
รวม	616	100.0

จากตารางที่ 4.13 เมื่อจำแนกตามเครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ วีแชท (Wechat) พบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่มีการใช้วีแชท (Wechat) มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้ใช้งาน โดยกลุ่มตัวอย่างไม่มีการใช้วีแชท (Wechat) จำนวน 529 คน คิดเป็นร้อยละ 85.9 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และกลุ่มตัวอย่างที่ได้ใช้งาน จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 14.1 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ - บล็อก (Blog)

บล็อก (Blog)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ใช้	558	90.6
ใช้	58	9.4
รวม	616	100.0

จากตารางที่ 4.14 เมื่อจำแนกตามเครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ บล็อก (Blog) พบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่มีการใช้ บล็อก (Blog) มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้ใช้งาน โดยกลุ่มตัวอย่างไม่มีการใช้ บล็อก (Blog) จำนวน 558 คน คิดเป็นร้อยละ 90.6 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และกลุ่มตัวอย่างที่ได้ใช้งาน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครื่องมือสื่อสารสังคมออนไลน์ ลิงก์อิน - (Linkedin)

ลิงก์อิน (Linkedin)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ใช้	556	90.3
ใช้	60	9.7
รวม	616	100.0

จากตารางที่ 4.15 เมื่อจำแนกตามเครื่องมือสื่อสารสังคมออนไลน์ ลิงก์อิน (Linkedin) พบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่มีการใช้ ลิงก์อิน (Linkedin) มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้ใช้งาน โดยกลุ่มตัวอย่างไม่มีการใช้ลิงก์อิน (Linkedin) จำนวน 556 คน คิดเป็นร้อยละ 90.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และกลุ่มตัวอย่างที่ได้ใช้งาน จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกความร่วมมือภาคประชาสังคม ด้านการบริจาคทุนทรัพย์

การบริจาคทุนทรัพย์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เคยทำ/ไม่เคยร่วม	128	20.8
เคยทำ/ร่วม	488	79.2
รวม	616	100.0

จากตารางที่ 4.16 เมื่อจำแนกความร่วมมือภาคประชาสังคมด้านการบริจาคทุนทรัพย์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยทำ/ร่วมการบริจาคทุนทรัพย์ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยทำ/ไม่เคยร่วม โดยกลุ่มตัวอย่างที่เคยทำ/ร่วมการบริจาคทุนทรัพย์ จำนวน 488 คน คิดเป็นร้อยละ 79.2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และมีผู้ที่ไม่เคยทำ/ไม่เคยร่วม จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกความร่วมมือภาคประชาสังคม ด้านอาสาสมัคร

อาสาสมัคร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เคยทำ/ไม่เคยร่วม	138	22.4
เคยทำ/ร่วม	478	77.6
รวม	616	100.0

จากตารางที่ 4.17 เมื่อจำแนกความร่วมมือภาคประชาสังคมด้านอาสาสมัคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยทำ/ร่วมอาสาสมัคร มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยทำ/ไม่เคยร่วม โดยกลุ่มตัวอย่างที่เคยทำ/ร่วมอาสาสมัคร จำนวน 478 คน คิดเป็นร้อยละ 77.6 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และมีผู้ที่ไม่เคยทำ/ไม่เคยร่วม จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกความร่วมมือภาคประชาสังคมด้านการให้ความร่วมมือกับชุมชน

การให้ความร่วมมือกับชุมชน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เคยทำ/ไม่เคยร่วม	154	25.0
เคยทำ/ร่วม	462	75.0
รวม	616	100.0

จากตารางที่ 4.18 เมื่อจำแนกความร่วมมือภาคประชาสังคมด้านการให้ความร่วมมือกับชุมชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยทำ/ร่วมการให้ความร่วมมือกับชุมชน มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยทำ/ไม่เคยร่วม โดยกลุ่มตัวอย่างที่เคยทำ/ร่วมการให้ความร่วมมือกับชุมชน จำนวน 462 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และมีผู้ที่ไม่เคยทำ/ไม่เคยร่วม จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกความร่วมมือภาคประชาสังคมด้านการรักษาสีเขียว

การรักษาสีเขียว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เคยทำ/ไม่เคยร่วม	87	14.1
เคยทำ/ร่วม	529	85.9
รวม	616	100.0

จากตารางที่ 4.19 เมื่อจำแนกความร่วมมือภาคประชาสังคมด้านการรักษาสีเขียว พบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยทำ/ร่วมการรักษาสีเขียว มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยทำ/ไม่เคยร่วม โดยกลุ่มตัวอย่างที่เคยทำ/ร่วมการรักษาสีเขียว จำนวน 529 คน คิดเป็นร้อยละ 85.9 ของกลุ่ม

ตัวอย่างทั้งหมด และมีผู้ที่ไม่เคยทำ/ไม่เคยร่วม จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 14.1 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพลเมืองดิจิทัล และรายได้ครัวเรือนต่อเดือน

	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ค่าคะแนนพลเมืองดิจิทัล	616	5.97	2.071
รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	616	164153.003	503283.0856
รวม	616		

จากตารางที่ 4.20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าคะแนนพลเมืองดิจิทัลเฉลี่ยเท่ากับ 5.97 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.071 และรายได้ครัวเรือนต่อเดือนเฉลี่ย เท่ากับ 164153.003 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 503283.0856

## 4.2 การทดสอบข้อตกลงการใช้ สถิติ MANCOVA

เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว ว่ามีความสัมพันธ์สอดคล้องกันหรือไม่ และมีความสัมพันธ์กันมากน้อยเพียงใด

ตารางที่ 4.21 แสดงสหสัมพันธ์ของตัวแปรตาม Correlations

สหสัมพันธ์ของตัวแปร		ความร่วมมือภาค ประชาสังคม	รายได้ครัวเรือนต่อ เดือน
ความร่วมมือภาค ประชา สังคม	Pearson Correlation	1	0.083**
	Sig. (2-tailed)		0.039
	N	616	616
รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	Pearson Correlation	0.083**	1
	Sig. (2-tailed)	0.039	
	N	616	616

\*\*Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ความร่วมมือภาคประชาสังคมมีความสัมพันธ์กับรายได้ครัวเรือน ต่อเดือน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และมีทิศทางบวกมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมากซึ่ง พิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยทั่วไปใช้เกณฑ์ดังนี้ (แสงเดือน วณิชดำรงศักดิ์, 2555)

0.81 - 1.00	สูงมาก
0.61 - 0.80	ค่อนข้างสูง
0.41 - 0.60	ปานกลาง
0.21 - 0.40	ค่อนข้างต่ำ
0.01 - 0.20	ต่ำมาก

### 4.3 การทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาครั้งนี้ จะใช้สถิติ MANCOVA ในการทดสอบสมมติฐาน เป็นสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มที่มีตัวแปรอิสระ 1 ตัวหรือ มากกว่า มีการศึกษาตัวแปรตามหลายตัว และมีตัวแปรปรวนร่วม

การทดสอบตัวแปรอิสระกลุ่มที่หนึ่ง ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และความเป็นพลเมืองดิจิทัล ที่มีผลต่อเศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัล แสดงผลในตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 แสดงการทดสอบความแปรปรวน (Variance)

Box's M	483.914
F	19.653
df1	24
df2	33668.954
Sig.	0.000

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ค่าความแปรปรวนของตัวแปรอิสระ โดยใช้วิธี Box's Test of Equality of Covariance Matrices มีความแตกต่างของค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มของตัวแปรอิสระ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามข้อตกลง หรือมีการฝ่าฝืนข้อตกลง (Violation Assumptions) ซึ่งอาจนำไปสู่ความแกร่ง (Robustness) ของการทดสอบ หรืออำนาจการทดสอบ (Power of Test) ลดลงนั่นเอง ทำให้การทดสอบสถิติ MANCOVA ปกติจะใช้ค่า Wik's

Lambda (Tabachnick & Fidell, 2001, p.348) หากมีการฝ่าฝืนข้อตกลง ให้ใช้ค่า Pillai's Trace แทน  
ซึ่งมีค่าความแกร่ง (Robustness) มากกว่า อย่างไรก็ตาม สถิติทดสอบมักจะมีค่าสอดคล้องกัน

ตารางที่ 4.23 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยวิธี Multivariate Tests<sup>a</sup>

	Effect	Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
Intercept	Pillai's Trace	0.480	276.728 <sup>b</sup>	2.000	599.000	0.001
	Wilks' Lambda	0.520	276.728 <sup>b</sup>	2.000	599.000	0.001
	Hotelling's Trace	0.924	276.728 <sup>b</sup>	2.000	599.000	0.001
	Roy's Largest Root	0.924	276.728 <sup>b</sup>	2.000	599.000	0.001
เพศ	Pillai's Trace	0.012	1.736	4.000	1200.000	0.140
	Wilks' Lambda	0.988	1.739 <sup>b</sup>	4.000	1198.000	0.139
	Hotelling's Trace	0.012	1.741	4.000	1196.000	0.139
	Roy's Largest Root	0.012	3.488 <sup>c</sup>	2.000	600.000	0.031
อายุ	Pillai's Trace	0.040	3.056	8.000	1200.000	0.002
	Wilks' Lambda	0.960	3.058 <sup>b</sup>	8.000	1198.000	0.002
	Hotelling's Trace	0.041	3.060	8.000	1196.000	0.002
	Roy's Largest Root	0.030	4.513 <sup>c</sup>	4.000	600.000	0.001
การศึกษา	Pillai's Trace	0.013	1.266	6.000	1200.000	0.270
	Wilks' Lambda	0.987	1.265 <sup>b</sup>	6.000	1198.000	0.271
	Hotelling's Trace	0.013	1.263	6.000	1196.000	0.272
	Roy's Largest Root	0.009	1.746 <sup>c</sup>	3.000	600.000	0.156
อาชีพ	Pillai's Trace	0.069	4.313	10.000	1200.000	0.001
	Wilks' Lambda	0.932	4.323 <sup>b</sup>	10.000	1198.000	0.001
	Hotelling's Trace	0.072	4.332	10.000	1196.000	0.001
	Roy's Largest Root	0.053	6.374 <sup>c</sup>	5.000	600.000	0.001
ความเป็น พลเมือง ดิจิทัล	Pillai's Trace	0.001	0.252 <sup>b</sup>	2.000	599.000	0.777
	Wilks' Lambda	0.999	0.252 <sup>b</sup>	2.000	599.000	0.777
	Hotelling's Trace	0.001	0.252 <sup>b</sup>	2.000	599.000	0.777
	Roy's Largest Root	0.001	0.252 <sup>b</sup>	2.000	599.000	0.777

- a. Design: Intercept + เพศ + อายุ + การศึกษา + อาชีพ + ความเป็นพลเมืองดิจิทัล  
 b. Exact statistic  
 c. The statistic is an upper bound on F that yields a lower bound on the significance level.  
 d. Computed using alpha = 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่ามีเพียง อายุและอาชีพมีผลต่อเศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 โดยสามารถดูจากค่า Pilla's Trace นอกจากนั้นค่าสถิติอื่น Wiks' Lambda และ Hotelling's Trace หรือ Roy's Largest Root ก็แสดงค่าการทดสอบออกมาสอดคล้องกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.24 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้วิธี Tests of Between-Subjects Effects

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	8.500 <sup>a</sup>	15	12.566	2.692	0.001
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	2.550 <sup>b</sup>	15	0.170	3.002	0.001
Intercept	รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	97066792290	1	970667922	5.741	0.017
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	56.229	1	9056.229	554.291	0.001
เพศ	รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	54070559931	2	270352799	1.599	0.203
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	55.952	2	6577.976	1.584	0.206
อายุ	รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	26974208939	4	674355223	3.988	0.003
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	010.223	4	4752.556	2.364	0.052
	รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	0.536	4	0.134		

ตารางที่ 4.24 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้วิธี Tests of Between-Subjects Effects (ต่อ)

Source	Dependent Variable	Type III		Mean Square	F	Sig.
		Sum of Squares	df			
การศึกษา	รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	8808495138	3	2936165046	1.737	0.158
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	739.617	3	246.539	0.822	0.482
อาชีพ	รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	2363808377	5	4727616755	2.796	0.017
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	8805.992	5	761.198	5.640	0.001
ความเป็นพลเมืองดิจิทัล	รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	8183798743	1	8183798743	0.484	0.487
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	65.944	1	65.944	0.043	0.836

a. R Squared = 0.063 (Adjusted R Squared = .040)

b. R Squared = 0.070 (Adjusted R Squared = .047)

c. Computed using alpha = 0.05

จากตารางที่ 4.24 พบว่า เพศ การศึกษา และความเป็นพลเมืองดิจิทัล ไม่ส่งผลต่อเศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญ อายุ และอาชีพมีผลต่อเศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับตารางที่ 25 ทดสอบก่อนหน้านี้นี้ และยังสามารถอธิบายการอธิบายตัวแปรตาม โดยมีค่า R Squared = 0.063 นั่นคือ อายุและอาชีพสามารถอธิบายเศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัลได้ ร้อยละ 6.3 นั่นเอง

การทดสอบตัวแปรอิสระกลุ่มที่สอง เครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ ไลน์ (Line) เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) พินเทอเรส (Pinterest) และความเป็นพลเมืองดิจิทัล ที่มีผลต่อเศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัล แสดงผลในตารางที่ 4.25



ตารางที่ 4.25 แสดงการทดสอบความแปรปรวน (Variance)

Box's M	394.649
F	16.095
df1	24
df2	87952.720
Sig.	0.000

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ค่าความแปรปรวนของตัวแปรอิสระ โดยใช้วิธี Box's Test of Equality of Covariance Matrices มีความแตกต่างของค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มของตัวแปรอิสระ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามข้อตกลง หรือมีการฝ่าฝืนข้อตกลง (Violation Assumptions) ซึ่งอาจนำไปสู่ความแกร่ง (Robustness) ของการทดสอบ หรืออำนาจการทดสอบ (Power of Test) ลดลงนั่นเอง ทำให้การทดสอบสถิติ MANCOVA ปกติจะใช้ค่า Wilk's Lambda (Tabachnick & Fidell, 2001, p.348) หากมีการฝ่าฝืนข้อตกลง ให้ใช้ค่า Pillai's Trace แทน ซึ่งมีค่าความแกร่ง (Robustness) มากกว่า อย่างไรก็ตาม สถิติทดสอบมักจะมีค่าสอดคล้องกัน

ตารางที่ 4.26 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยวิธี Multivariate Tests<sup>a</sup>

	Effect	Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
Intercept	Pillai's Trace	0.280	118.213 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.001
	Wilks' Lambda	0.720	118.213 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.001
	Hotelling's Trace	0.389	118.213 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.001
	Roy's Largest Root	0.389	118.213 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.001
ไลน์ (Line)	Pillai's Trace	0.002	0.613 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.542
	Wilks' Lambda	0.998	0.613 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.542
	Hotelling's Trace	0.002	0.613 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.542
	Roy's Largest Root	0.002	0.613 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.542
เฟซบุ๊ก (Facebook)	Pillai's Trace	0.012	3.588 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.028
	Wilks' Lambda	0.988	3.588 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.028
	Hotelling's Trace	0.012	3.588 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.028
	Roy's Largest Root	0.012	3.588 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.028

ตารางที่ 4.26 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยวิธี Multivariate Tests<sup>a</sup> (ต่อ)

	Effect	Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
อินสตาแกรม (Instagram)	Pillai's Trace	0.014	4.471 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.012
	Wilks' Lambda	0.986	4.471 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.012
	Hotelling's Trace	0.015	4.471 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.012
	Roy's Largest Root	0.015	4.471 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.012
ทวิตเตอร์ (Twitter)	Pillai's Trace	0.032	9.940 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.001
	Wilks' Lambda	0.968	9.940 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.001
	Hotelling's Trace	0.033	9.940 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.001
	Roy's Largest Root	0.033	9.940 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.001
พินเทอเรส (Pinterest)	Pillai's Trace	0.006	1.738 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.177
	Wilks' Lambda	0.994	1.738 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.177
	Hotelling's Trace	0.006	1.738 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.177
	Roy's Largest Root	0.006	1.738 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.177
ความเป็น พลเมือง ดิจิทัล	Pillai's Trace	0.001	0.322 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.725
	Wilks' Lambda	0.999	0.322 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.725
	Hotelling's Trace	0.001	0.322 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.725
	Roy's Largest Root	0.001	0.322 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.725

a. Design: Intercept + ไลน์ (Line) + เฟซบุ๊ก (Facebook) + อินสตาแกรม (Instagram) + ทวิตเตอร์ (Twitter) + พินเทอเรส (Pinterest) + ความเป็นพลเมืองดิจิทัล

b. Exact statistic

c. The statistic is an upper bound on F that yields a lower bound on the significance level.

d. Computed using alpha = 0.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่า เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) และทวิตเตอร์ (Twitter) มีผลต่อเศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 โดยสามารถดูจากค่า Pillai's Trace นอกจากนั้นค่าสถิติอื่น Wilks' Lambda และ Hotelling's Trace หรือ Roy's Largest Root ก็แสดงค่าการทดสอบออกมาสอดคล้องกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.27 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้วิธี Tests of Between-Subjects Effects

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	159887061486	6	266478435	1.521	0.169
	เดือน	69.625 <sup>a</sup>		8111.604		
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	1.651 <sup>b</sup>	6	0.275		
Intercept	รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	237501801507.027	1	237501801507.027	0.136	0.713
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	13.534	1	13.534		
ไลน์ (Line)	รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	204589641173	1	204589641173	1.168	0.280
	เดือน	1.441		1731.441		
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	0.002	1	0.002		
เฟซบุ๊ก (Facebook)	รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	358319188663.570	1	358319188663.570	0.205	0.651
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	0.408	1	0.408		
อินสตาแกรม (Instagram)	รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	944783279503	1	944783279503	5.394	0.021
	เดือน	2.834		5032.834		
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	0.240	1	0.240		
ทวิตเตอร์ (Twitter)	รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	318432837688	1	318432837688	1.818	0.178
	เดือน	1.644		6881.644		
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	1.078	1	1.078		

ตารางที่ 4.27 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้วิธี Tests of Between-Subjects Effects (ต่อ)

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
พินเทอเรส (Pinterest)	รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	34124138947	1	341241389	1.948	0.163
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	90.858	1	4790.858	1.291	0.256
	รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	68724148910	1	687241489	0.392	0.531
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	0.074	1	0.074	0.298	0.585
ความเป็นพลเมืองดิจิทัล	รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	68724148910	1	687241489	0.392	0.531
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	7.208	1	107.208	0.298	0.585
	รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	68724148910	1	687241489	0.392	0.531
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	0.017	1	0.017	0.298	0.585

a. R Squared = 0.015 (Adjusted R Squared = 0.005)

b. R Squared = 0.045 (Adjusted R Squared = 0.036)

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ไลน์ (Line) พินเทอเรส (Pinterest) และความเป็นพลเมืองดิจิทัลไม่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญ เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) และทวิตเตอร์ (Twitter) มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับตารางที่ 28 ทดสอบก่อนหน้านี้ และยังสามารถในการอธิบายตัวแปรตาม โดยมีค่า R Squared = 0.015 นั่นคือ เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) และทวิตเตอร์ (Twitter) สามารถอธิบายเศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัลได้ร้อยละ 1.5 นั่นเอง

การทดสอบตัวแปรอิสระกลุ่มที่สาม เครื่องมือสื่อสารสังคมออนไลน์ ได้แก่ วอทซแอป (Whatsapp) ยูทูบ (Youtube) วีแชท (Wechat) บล็อก (Blog) ลิงก์อิน (Linkedin) และความเป็นพลเมืองดิจิทัล ที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัล

ตารางที่ 4.28 แสดงการทดสอบความแปรปรวน (Variance)

Box's M	501.555
F	20.416
df1	24
df2	72543.751
Sig.	0.000

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ค่าความแปรปรวนของตัวแปรอิสระ โดยใช้วิธี Box's Test of Equality of Covariance Matrices มีความแตกต่างของค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มของตัวแปรอิสระ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามข้อตกลง หรือมีการฝ่าฝืนข้อตกลง (Violation Assumptions) ซึ่งอาจนำไปสู่ความแกร่ง (Robustness) ของการทดสอบ หรืออำนาจการทดสอบ (Power of Test) ลดลงนั่นเอง ทำให้การทดสอบสถิติ MANCOVA ปกติจะใช้ค่า Wilk's Lambda (Tabachnick & Fidell, 2001, p.348) หากมีการฝ่าฝืนข้อตกลง ให้ใช้ค่า Pillai's Trace แทนซึ่งมีค่าความแกร่ง (Robustness) มากกว่า อย่างไรก็ตาม สถิติทดสอบมักจะมีค่าสอดคล้องกัน

ตารางที่ 4.29 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยวิธี Multivariate Tests<sup>a</sup>

	Effect	Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
Intercept	Pillai's Trace	0.534	348.204 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.001
	Wilks' Lambda	0.466	348.204 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.001
	Hotelling's Trace	1.145	348.204 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.001
	Roy's Largest Root	1.145	348.204 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.001
วอชแอป (Whatsapp)	Pillai's Trace	0.006	1.916 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.148
	Wilks' Lambda	0.994	1.916 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.148
	Hotelling's Trace	0.006	1.916 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.148
	Roy's Largest Root	0.006	1.916 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.148
ยูทูป (Youtube)	Pillai's Trace	0.019	5.777 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.003
	Wilks' Lambda	0.981	5.777 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.003
	Hotelling's Trace	0.019	5.777 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.003
	Roy's Largest Root	0.019	5.777 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.003

ตารางที่ 4.29 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยวิธี Multivariate Tests<sup>a</sup> (ต่อ)

	Effect	Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
	Pillai's Trace	0.003	0.950 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.387
วีแชท	Wilks' Lambda	0.997	0.950 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.387
(Wechat)	Hotelling's Trace	0.003	0.950 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.387
	Roy's Largest Root	0.003	0.950 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.387
	Pillai's Trace	0.004	1.202 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.301
บล็อก	Wilks' Lambda	0.996	1.202 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.301
(Blog)	Hotelling's Trace	0.004	1.202 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.301
	Roy's Largest Root	0.004	1.202 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.301
	Pillai's Trace	0.008	2.413 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.090
ลิงก์อิน	Wilks' Lambda	0.992	2.413 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.090
(Linkedin)	Hotelling's Trace	0.008	2.413 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.090
	Roy's Largest Root	0.008	2.413 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.090
	Pillai's Trace	0.001	0.350 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.705
ความเป็น	Wilks' Lambda	0.999	0.350 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.705
พลเมือง	Hotelling's Trace	0.001	0.350 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.705
ดิจิทัล	Roy's Largest Root	0.001	0.350 <sup>b</sup>	2.000	608.000	0.705

a. Design: Intercept + วอชแอป (Whatsapp) + ยูทูป (Youtube) + วีแชท (Wechat) + บล็อก (Blog) + ลิงก์อิน (Linkedin) + ความเป็นพลเมืองดิจิทัล

b. Exact statistic

c. The statistic is an upper bound on F that yields a lower bound on the significance level.

d. Computed using alpha = .05

จากตารางที่ 4.29 พบว่ามีเพียงยูทูป (Youtube) มีผลต่อเศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 โดยสามารถดูจากค่า Pilla's Trace นอกจากนั้นค่าสถิติอื่น Wilks' Lambda และ Hotelling's Trace หรือ Roy's Largest Root ก็แสดงค่าการทดสอบออกมาสอดคล้องคล้อยกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.30 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้วิธี Tests of Between-Subjects Effects

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	รายได้ครัวเรือน	2281550096	6	38025834944	2.185	0.043
	ต่อเดือน	6695.250 <sup>a</sup>				
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	1.335 <sup>b</sup>				
Intercept	รายได้ครัวเรือน	1410876226	1	14108762265	8.106	0.005
	ต่อเดือน	5255.096				
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	40.272				
วอชแอป (Whatsapp)	รายได้ครัวเรือน	4602099253	1	46020992530	0.264	0.607
	ต่อเดือน	07.630				
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	0.214				
ยูทูป (Youtube)	รายได้ครัวเรือน	8815395971	1	88153959714	0.506	0.477
	ต่อเดือน	42.445				
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	0.657				
วีแชท (Wechat)	รายได้ครัวเรือน	2136127561	1	21361275611	1.227	0.268
	ต่อเดือน	117.191				
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	0.047				
บล็อก (Blog)	รายได้ครัวเรือน	4012102895	1	40121028959	2.305	0.129
	ต่อเดือน	953.352				
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	0.011				
ลิงก์อิน (Linkedin)	รายได้ครัวเรือน	1744362621	1	17443626210	0.100	0.752
	ต่อเดือน	02.455				
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	0.266				

ตารางที่ 4.30 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้วิธี Tests of Between-Subjects Effects (ต่อ)

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ความเป็น พลเมือง ดิจิทัล	รายได้ครัวเรือน ต่อเดือน	1186019709	1	11860197092	0.681	0.409
	ความร่วมมือภาค ประชาสังคม	274.432	1	74.432	0.041	0.839

a. R Squared = 0.021 (Adjusted R Squared = 0.011)

b. R Squared = 0.037 (Adjusted R Squared = 0.027)

จากตารางที่ 4.30 พบว่า วอชแอป (Whatsapp) วีแชท (Wechat) บล็อก (Blog) ลิงก์อิน (Linkedin) และความเป็นพลเมืองดิจิทัลไม่ส่งผลต่อเศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญ ยูทูบ (Youtube) มีผลต่อเศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับตารางที่ 31 ทดสอบก่อนหน้านี้ และยังสามารถในการอธิบายตัวแปรตาม โดยมีค่า R Squared = 0.021 นั่นคือ ยูทูบ (Youtube) สามารถอธิบายเศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัลได้ ร้อยละ 2.1 นั่นเอง

จากการศึกษาตัวแปรที่มีนัยสำคัญ พบว่า อายุ อาชีพ เครื่องมือสื่อสารออนไลน์ได้แก่ ทวิตเตอร์ (Twitter) และยูทูบ (Youtube) มีผลต่อเศรษฐกิจภาคประชาชน อย่างมีนัยสำคัญ .05 โดยสามารถดูจากค่า Pilla's Trace นอกจากนั้นค่าสถิติอื่น Wiks' Lambda และ Hotelling's Trace หรือ Roy's Largest Root ก็แสดงค่าการทดสอบออกมาสอดคล้องกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.31 แสดงการทดสอบความแปรปรวน (Variance)

Box's M	560.076
F	13.207
df1	39
df2	6688.102
Sig.	<.001

a. Design: Intercept + เพศ + อายุ + ทวิตเตอร์ + ยูทูบ + ความเป็นพลเมืองดิจิทัล

b. Tests the null hypothesis that the observed covariance matrices of the dependent variables are equal across groups



จากตารางที่ 4.31 พบว่า ค่าความแปรปรวนของตัวแปรอิสระ โดยใช้วิธี Box's Test of Equality of Covariance Matrices มีความแตกต่างของค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มของตัวแปรอิสระ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามข้อตกลง หรือมีการฝ่าฝืนข้อตกลง (Violation Assumptions) ซึ่งอาจนำไปสู่ความแกร่ง (Robustness) ของการทดสอบ หรืออำนาจการทดสอบ (Power of Test) ลดลงนั่นเอง ทำให้การทดสอบสถิติ MANCOVA ปกติจะใช้ค่า Wilks' Lambda (Tabachnick & Fidell, 2001, p.348) หากมีการฝ่าฝืนข้อตกลง ให้ใช้ค่า Pillai's Trace แทนซึ่งมีความแกร่ง (Robustness) มากกว่า อย่างไรก็ตาม สถิติทดสอบมักจะมีค่าสอดคล้องกัน

ตารางที่ 4.32 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยวิธี Multivariate Tests<sup>a</sup>

	Effect	Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
Intercept	Pillai's Trace	.568	394.887 <sup>b</sup>	2.000	601.000	<.001
	Wilks' Lambda	.432	394.887 <sup>b</sup>	2.000	601.000	<.001
	Hotelling's Trace	1.314	394.887 <sup>b</sup>	2.000	601.000	<.001
	Roy's Largest Root	1.314	394.887 <sup>b</sup>	2.000	601.000	<.001
อายุ	Pillai's Trace	.049	3.799	8.000	1204.000	<.001
	Wilks' Lambda	.951	3.802 <sup>b</sup>	8.000	1202.000	<.001
	Hotelling's Trace	.051	3.805	8.000	1200.000	<.001
	Roy's Largest Root	.037	5.549 <sup>c</sup>	4.000	602.000	<.001
อาชีพ	Pillai's Trace	.061	3.806	10.000	1204.000	<.001
	Wilks' Lambda	.940	3.808 <sup>b</sup>	10.000	1202.000	<.001
	Hotelling's Trace	.063	3.809	10.000	1200.000	<.001
	Roy's Largest Root	.044	5.251 <sup>c</sup>	5.000	602.000	<.001
ทวีตเตอร์	Pillai's Trace	.029	9.051 <sup>b</sup>	2.000	601.000	<.001
	Wilks' Lambda	.971	9.051 <sup>b</sup>	2.000	601.000	<.001
	Hotelling's Trace	.030	9.051 <sup>b</sup>	2.000	601.000	<.001
	Roy's Largest Root	.030	9.051 <sup>b</sup>	2.000	601.000	<.001

ตารางที่ 4.32 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยวิธี Multivariate Tests<sup>a</sup>(ต่อ)

	Effect	Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
ยูทูป	Pillai's Trace	.014	4.229 <sup>b</sup>	2.000	601.000	.015
	Wilks' Lambda	.986	4.229 <sup>b</sup>	2.000	601.000	.015
	Hotelling's Trace	.014	4.229 <sup>b</sup>	2.000	601.000	.015
	Roy's Largest Root	.014	4.229 <sup>b</sup>	2.000	601.000	.015
ความเป็น พลเมือง ดิจิทัล	Pillai's Trace	.001	.174 <sup>b</sup>	2.000	601.000	.841
	Wilks' Lambda	.999	.174 <sup>b</sup>	2.000	601.000	.841
	Hotelling's Trace	.001	.174 <sup>b</sup>	2.000	601.000	.841
	Roy's Largest Root	.001	.174 <sup>b</sup>	2.000	601.000	.841

a. Design: Intercept + เพศ + อายุ + ทวิตเตอร์ + ยูทูป + ความเป็นพลเมืองดิจิทัล

b. Exact statistic

c. The statistic is an upper bound on F that yields a lower bound on the significance level

จากตารางที่ 4.32 พบว่ามีเพียง อายุ อาชีพ เครื่องมือสื่อสารออนไลน์ได้แก่ ทวิตเตอร์ (Twitter) และยูทูป (Youtube) มีผลต่อเศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 โดยสามารถดูจากค่า Pilla's Trace นอกจากนั้นค่าสถิติอื่น Wilks' Lambda และ Hotelling's Trace หรือ Roy's Largest Root ก็แสดงค่าการทดสอบออกมาสอดคล้องกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.33 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้วิธี Tests of Between-Subjects Effect

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	รายได้ครัวเรือน ต่อเดือน	3.503 <sup>a</sup>	13	.269	4.911	<.001
	ความร่วมมือภาค ประชาสังคม	6806352157 9864.250 <sup>b</sup>	13	52356555061 43.404	3.106	<.001

ตารางที่ 4.33 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้วิธี Tests of Between-Subjects Effect (ต่อ)

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Intercept	รายได้ครัวเรือน ต่อเดือน	43.335	1	43.335	789.855	<.001
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	1473134364	1	14731343648	8.740	.003
อายุ	รายได้ครัวเรือน ต่อเดือน	.804	4	.201	3.663	.006
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	2830480393	4	70762009832	4.198	.002
อาชีพ	รายได้ครัวเรือน ต่อเดือน	1.159	5	.232	4.223	<.001
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	2734296548	5	54685930969	3.244	.007
ทวิตเตอร์	รายได้ครัวเรือน ต่อเดือน	.752	1	.752	13.712	<.001
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	9242337518	1	92423375184	5.483	.020
ยูทูป	รายได้ครัวเรือน ต่อเดือน	.408	1	.408	7.442	.007
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	2394523934	1	23945239347	1.421	.234
ความเป็นพลเมืองดิจิทัล	รายได้ครัวเรือน ต่อเดือน	.002	1	.002	.033	.856
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	5511069825	1	55110698255	.327	.568
Error	รายได้ครัวเรือน ต่อเดือน	33.028	602	.055		
	ความร่วมมือภาคประชาสังคม	1014706594	602	16855591264		
		124275.100		52.284		

ตารางที่ 4.33 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้วิธี Tests of Between-Subjects Effect (ต่อ)

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Total	รายได้ครัวเรือน ต่อเดือน	577.000	616			
	ความร่วมมือภาค ประชาสังคม	1193892786	616			
		250000.000				
Corrected Total	รายได้ครัวเรือน ต่อเดือน	36.531	615			
	ความร่วมมือภาค ประชาสังคม	1082770115	615			
		704139.400				

a. R Squared = .096 (Adjusted R Squared = .076)

b. R Squared = .063 (Adjusted R Squared = .043)

จากตารางที่ 4.33 พบว่า อายุ อาชีพ เครื่องมือสื่อสารออนไลน์ ได้แก่ ทวิตเตอร์ (Twitter) และยูทูป (Youtube) มีผลต่อเศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับตารางที่ 8 ทดสอบก่อนหน้านี้นี้ และยังสามารถในการอธิบายตัวแปรตาม โดยมีค่า R Squared = 0.096 นั่นคือ อายุ อาชีพ เครื่องมือสื่อสารออนไลน์ ได้แก่ ทวิตเตอร์ (Twitter) และยูทูป (Youtube) สามารถอธิบายเศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัลได้ ร้อยละ 9.6 นั่นเอง

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงเศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นพลเมืองดิจิทัลที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจภาคประชาชน ศึกษาลักษณะทางประชากรของประเทศไทยกับความรู้ความเข้าใจต่อการเป็นพลเมืองดิจิทัล เนื่องจากปัจจุบันประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล จำเป็นต้องศึกษาความเป็นพลเมืองดิจิทัล โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มบุคคลที่มีสัญชาติไทย อายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี และเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพแล้ว โดยไม่ใช่นักเรียนหรือนักศึกษา จำนวน 400 คนขึ้นไป และทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนพฤษภาคม - มิถุนายน พ.ศ. 2565 การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ผ่านช่องทางแบบสอบถามออนไลน์ Google Form เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ซึ่งแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Questionnaire) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม โดยใช้ตารางแสดงค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ (Percentage) ข้อมูลประชากรศาสตร์ และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) ในการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยสถิติแบบ (Multivariate Analysis of Covariance: MANCOVA) เนื่องจากเป็นการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระ 1 ตัวหรือมากกว่า และกลุ่มตัวแปรตามหลาย ๆ ตัว ดังนั้นวิธีที่เหมาะสมคือการใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย MANCOVA และกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ และเครื่องมือการสื่อสารออนไลน์ ซึ่งได้แก่ ไลน์ (Line) เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) พินเทอเรส (Pinterest) วอชแอป (Whatsapp) ยูทูบ (Youtube) วีแชท (Wechat) บล็อก (Blog) และลิงก์อิน (Linkedin) สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในส่วนของ อายุ และอาชีพ มีผลต่อเศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัล และเครื่องมือสื่อสารออนไลน์ ได้แก่ ทวิตเตอร์ (Twitter) และยูทูป (Youtube) มีผลต่อเศรษฐกิจภาคประชาชน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในส่วนของเพศ การศึกษา และความเป็นพลเมืองดิจิทัล ไม่ส่งผลต่อเศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัล และเครื่องมือสื่อสารออนไลน์ เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) อินสตาแกรม (Instagram) พินเทอเรส Pinter วอชแอป (Whatsapp) วีแชท (Wechat) บล็อก (Blog) และลิงก์อิน (Linkedin) ไม่มีผลต่อเศรษฐกิจภาคประชาชน

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ค้นพบประเด็นที่ควรนำมาอภิปราย ดังนี้

ด้านประชากรศาสตร์หมวดอายุ และอาชีพ มีผลต่อเศรษฐกิจภาคประชาชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศแก้ว เจริญวิริยะภาพ และคณะ (2545) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของประชาสังคมในการสร้างเศรษฐกิจชุมชน: กรณีศึกษาจังหวัดพัทลุง พบว่า อายุ และอาชีพ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของประชาสังคมในการสร้างเศรษฐกิจชุมชน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 อาจกล่าวได้ว่าปัจจัยด้านอายุ และอาชีพ ส่งผลต่อรายได้ที่มากขึ้นตามช่วงอายุ และตามประเภทของกลุ่มอาชีพ ทำให้รายได้มีความมั่นคงที่จะสามารถจัดสรรทั้งทางด้านเวลารวมถึงรายได้ เพื่อมีดำเนินกิจกรรมที่เป็นส่วนร่วมกับภาคประชาสังคมได้มากยิ่งขึ้น อีกทั้งการมีส่วนร่วมกับภาคประชาสังคมยังเป็นประโยชน์ในด้านธุรกิจในบางกลุ่มอาชีพได้อีกด้วย เช่น การทำ Corporate Social Responsibility (CSR) ซึ่งสามารถนำมาลดหย่อนภาษีได้ เป็นต้น อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยรัตน์ แสงเพชร (2557) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบลโนนนาจาน อำเภอนาคู จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า อายุ และอาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นอกจากนี้แล้วยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ประคอง สุคนธ์จิตต์ และคณะ (2561) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งพบว่า ประชากรที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส สถานภาพทางสังคมต่างกัน มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และยัง

สอดคล้องกับการศึกษาของ สุทาสินี นิยมเดช (2562) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยในการเลือกใช้ Mobile Payment ของผู้สูงอายุในประเทศไทย พบว่า ผู้สูงอายุมีความพร้อมในการก้าวเข้าสู่สังคมดิจิทัล ซึ่งสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สูงอายุในการทำธุรกรรมทางการเงินหรือการเลือกซื้อสินค้าอย่างมาก ทั้งนี้หากภาครัฐ ภาคธุรกิจ ให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นและนำไปสู่การแก้ไขปรับปรุง เพื่อสะดวกแก่การใช้งานและเป็นการเพิ่มฐานผู้ใช้งานจากผู้ที่ไม่เคยใช้บริการหันมาใช้บริการให้มากขึ้น สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐที่ต้องการให้ประเทศขับเคลื่อนแบบเศรษฐกิจดิจิทัล และพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกอีกด้วย

ด้านเครื่องมือสื่อสารออนไลน์ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) และยูทูบ (Youtube) ยังที่มีผลต่อเศรษฐกิจภาคประชาชน เนื่องจากปัจจุบันอยู่ในสังคมดิจิทัล มีการใช้เครื่องมือสื่อสาร รวมถึงสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชนได้ในวงกว้าง และทำได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงการเกิดการจูงใจผ่านสื่อทำให้ประชาชนที่มีการใช้งานเครื่องมือสื่อสารออนไลน์ที่กล่าวมาข้างต้น ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการมีส่วนร่วมภาคประชาสังคมและตัดสินใจเข้าร่วมได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริพงษ์ นิมมา (2550) ที่ทำการศึกษารื่องปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาองค์กรบริหารส่วนตำบล หินลาด อำเภอบางพลี จังหวัดนครนายก ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ข่าวสารและแรงจูงใจมีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์ และจุฑาทิพย์ พหลภักย์ (2557) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรในเขตพื้นที่ภาคกลาง พบว่า การรับรู้ข่าวสารจากสหกรณ์มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรในเขตพื้นที่ภาคกลาง และสอดคล้องกับการศึกษาของ Machiri (2018) ได้ศึกษาวิจัยในหัวข้อ การปรับการสื่อสารการจัดส่งบริการของรัฐบาลในพื้นที่ให้สอดคล้องกับการมีส่วนร่วมของพลเมืองดิจิทัล: กรณีศึกษาของเทศบาลนครมากา พบว่า ปัจจัยทางสังคมและการเมืองที่สำคัญที่ต้องพิจารณาเมื่อปรับความคิดริเริ่มการมีส่วนร่วมของพลเมืองดิจิทัลในสภาพแวดล้อมที่มีข้อจำกัดด้านทรัพยากร ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่ากระบวนการเปลี่ยนแปลงและการจัดตำแหน่งของ DCE ในเขตเทศบาลในท้องถิ่นนั้นอาศัยข้อมูลที่หลากหลายจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แตกต่างกัน และกระบวนการเปลี่ยนแปลงแบบไดนามิก ซึ่งส่งผลให้เกิดผลการมีส่วนร่วมที่สำคัญของพลเมืองในด้านการเพิ่มขีดความสามารถ ความรับผิดชอบ ความโปร่งใส และการมีส่วนร่วมที่เพิ่มขึ้น ขึ้นอยู่กับความสำเร็จของกระบวนการขอบเขตของผลลัพธ์จะแตกต่างกันไปตามประสิทธิภาพของการจัดการ การเปลี่ยนแปลง การสร้าง

แนวคิด และการมีส่วนร่วม ซึ่งได้รับผลกระทบจากการรับรู้ถึงประโยชน์ ทักษะคิดต่อระบบ และ ความตั้งใจของผู้ใช้

### 5.3 ข้อจำกัดการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง เศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัล ผู้ศึกษาพบข้อจำกัดในการวิจัย ดังนี้

1) เนื่องจากการศึกษาเกี่ยวกับเศรษฐกิจภาคประชาชนทั้งในและต่างประเทศยังมีไม่มาก ทำให้การอ้างอิงถึงความหมายของคำว่า “เศรษฐกิจภาคประชาชน” นั้น ไม่มีการกำหนดอย่างตายตัว ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้กำหนดคำนิยามโดยใช้ปัจจัยรายได้ครัวเรือนต่อเดือน ร่วมกับการมีส่วนร่วมกับภาคประชาสังคมอย่างน้อยหนึ่งกิจกรรมนับตั้งแต่อายุ 18 ปี เป็นต้นไป ซึ่งเป็นการให้คำนิยามที่กว้างเกินไปควรสอบถามข้อมูลดังกล่าวในช่วงรอบปีที่ผ่านมา เนื่องจาก ช่วงอายุ 17-20 ปี อาจเป็นข้อบ่งชี้การมีส่วนร่วมกับภาคประชาสังคมจากการเรียน ไม่ใช่การเข้าร่วมโดยสมัครใจ

2) การหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามทั้ง 2 ตัว พบว่า ความร่วมมือภาคประชาสังคมมีความสัมพันธ์กับรายได้ครัวเรือนต่อเดือน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งตรงตามข้อกำหนดของการทดสอบสถิติ MANCOVA ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีทิศทางบวกแต่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

### 5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยจึงสามารถกำหนดเป็นข้อเสนอแนะได้ดังนี้

#### 5.4.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) ควรส่งเสริมอาชีพเพื่อชุมชนโดยการรวมกลุ่มประชาชนตามความสนใจให้สามารถจัดตั้งธุรกิจเพื่อสนับสนุนกิจกรรมของชุมชนและสังคม เพื่อเป็นการสร้างความเข้มแข็งสำหรับชุมชน ทั้งนี้ต้องรวมความหลากหลายของกลุ่มอายุ เพื่อการเข้าร่วมกิจกรรมให้ครอบคลุมและมีสความหลากหลายมากขึ้น



2) ควรส่งเสริม และสนับสนุนการเข้าถึงเครื่องมือสื่อสารออนไลน์ โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ที่มีความสนใจในการใช้สื่อออนไลน์ รวมไปถึงการพัฒนาต่อยอดสำหรับผู้ที่มีความชำนาญในการใช้สื่อออนไลน์ รวมไปถึงมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในชุมชน เพื่อเป็นการส่งเสริม และสนับสนุนการใช้เครื่องมือสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ในชุมชน และถือเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมในชุมชน

#### 5.4.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

1) จากการศึกษาครั้งนี้ไม่ได้มุ่งเน้นถึงวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจภาคประชาชน ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป การศึกษาผลกระทบของวิสาหกิจชุมชนที่มีต่อเศรษฐกิจภาคประชาชนยังจะทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจมากขึ้น

2) การให้คำนิยามของคำว่า “เศรษฐกิจภาคประชาชน” ในการศึกษาครั้งต่อไป อาจเพิ่มเติมข้อมูลเชิงคุณภาพด้านการบริโภคของภาคเอกชนและประชาชน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

## บรรณานุกรม

- กิตติศ ฐปียะ. (2560). *พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและสารสนเทศของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา* (Master's thesis). สืบค้นจาก [http://digital\\_collect.lib.buu.ac.th/dcims/files/58930117.pdf](http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcims/files/58930117.pdf)
- เกศแก้ว เจริญวิริยะภาพ, พินิจ ดวงจินดา, และภานุ ธรรมสุวรรณ. (2545). *รายงานการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมมีส่วนร่วมของประชาสังคมในการสร้างเศรษฐกิจชุมชน : กรณีศึกษา จังหวัดพัทลุง*. สงขลา: มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์, และจุฑาทิพย์ พหลภาคย์. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรในเขตพื้นที่ภาคกลาง. *วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การ จัดการ*, 1(1), 1-12.
- จารุวรรณ ประวันเน. (2563). กระบวนการเปลี่ยนแปลงสู่ความเป็นเมืองอัจฉริยะ : กรณีศึกษา เทศบาลนครขอนแก่น. *วารสารการบริหารท้องถิ่น*, 13(3), 267 – 284.
- จุฑารัตน์ ชมพันธุ์. (2555). การวิเคราะห์หลักการมีส่วนร่วมของประชาชน ใน The Public Participation Handbook: Making Better Decisions through Citizen Involvement ใน บริบทประเทศไทย. *วารสารการจัดการสิ่งแวดล้อม*, 8(1), 123-141.
- ฉัตรพงษ์ ชูแสงนิล. (2562). *ความฉลาดทางดิจิทัล*. สืบค้นจาก <https://www.scimath.org/article-technology/item/10611-digital-intelligence>
- ชัยรัตน์ แสงเพชร. (2557). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาองค์การบริหารส่วน ตำบล โนนนาจาน อำเภอนาคู จังหวัดกาฬสินธุ์* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. (2563). *เศรษฐกิจไทยดีหรือไม่ดีกันแน่?? กระบวนทัศน์ใหม่ขับเคลื่อน เศรษฐกิจภาคประชาชน*. สืบค้นจาก <https://econ.rsu.ac.th/econ/เศรษฐกิจไทยดีหรือไม่ดี-2/>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2555). *เศรษฐศาสตร์เล่มเดียวอยู่*. กรุงเทพฯ: ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- ชัยพัทธ์ ไกรวานิช. (2564). *เศรษฐกิจดิจิทัล*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ปัญญา พันพอน, ชัยพัทธ์ ไกรวานิช, และเสาวลักษณ์ กิตติประภัสร์. (2563). *เศรษฐศาสตร์จุลภาค*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ประคอง สุคนธจิตต์, สุนันทา งามเดโช, และดาวพันธ์ เฉลยพงษ์. (2561). การมีส่วนร่วมของ ประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน. *วารสารร่วมพฤษ*, 36(1), 182 - 200.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- ภาณุพันธ์ ออกช่อ. (2556). *ความคิดเห็นของชุมชนตำบลมาบตาพุด อำเภอเมือง จังหวัดระยองต่อผลกระทบการดำเนินงานของโรงแยกก๊าซธรรมชาติระยอง บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)* (Master's thesis). สืบค้นจาก <http://library1.nida.ac.th/termpaper6/sd/2556/19822.pdf>
- มูลนิธิส่งเสริมสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.). (2563). *ความฉลาดทางดิจิทัล*. สืบค้นจาก [http://cclickthailand.com/wp-content/uploads/2020/04/dq\\_FINAL.pdf](http://cclickthailand.com/wp-content/uploads/2020/04/dq_FINAL.pdf)
- ยุทธพงษ์ เข้าประมงค์. (2555). *การมีส่วนร่วมของคณะกรรมการชุมชนในการพัฒนาชุมชนในเขตเทศบาล ตำบลบางพระ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี* (Master's thesis). สืบค้นจาก [http://digital\\_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/52930412/title.pdf](http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/52930412/title.pdf)
- วรพจน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง. (2561). *คู่มือพลเมืองดิจิทัล*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- วินิตา สุทธิสมบุรณ์, สมพิศ าน นกร, และสุวิมล อังควานิช. (2544). *ความรู้ความเข้าใจหลักเศรษฐกิจ สังคม ศิลปะและวัฒนธรรมของชาติ คุณธรรมนำสังคม*. ใน *เอกสารประกอบการสอนวิชา RU 100 ความรู้คู่คุณธรรม (หน่วยที่ 9)*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิริพงษ์ นิมมา. (2550). *ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบล หินลาด อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- สุทาสินี นิยมเดช. (2562). *การศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้ Mobile payment ของผู้สูงอายุในประเทศไทย* (Master's thesis). สืบค้นจาก [https://digital.library.tu.ac.th/tu\\_dc/frontend/Info/item/dc:175437](https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:175437)
- แสงเดือน วณิชดำรงศักดิ์. (2555). *การรับรู้ภาพลักษณ์และคุณภาพบริการ: กรณีศึกษา ธนาคารเกียรตินาคิน สาขากรุงเทพมหานครและปริมณฑล* (Master's thesis). สืบค้นจาก <http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/handle/123456789/1158>
- สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล. (2564). *ความฉลาดทางดิจิทัล DQ (Digital Intelligence) ที่คนรุ่นใหม่ต้องมี*. สืบค้นจาก <https://www.dga.or.th/document-sharing/infographic/49422/>
- สำนักงานราชบัณฑิตยสถาน. (2542). *เศรษฐกิจ*. สืบค้นจาก <https://dictionary.orst.go.th>.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2556). *พลเมือง*. สืบค้นจาก <http://legacy.orst.go.th/?knowledges>  
พลเมือง-31-ธันวาคม-2556
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2561). *ว่าด้วยดิจิทัล*. สืบค้นจาก <http://legacy.orst.go.th/wp-content/uploads/2018/04/01182561-ว่าด้วย-ดิจิทัล.pdf>
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2561). *ทักษะแห่งศตวรรษใหม่: ทักษะและความรู้ดิจิทัล*. สืบค้นจาก <https://thaidigizen.com/digital-citizenship/ch2-digital-literacies/>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). *สถิติประชากรศาสตร์ ประชากรและเคหะ*. สืบค้นจาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). *สรุปผลเบื้องต้นการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนในช่วง 6 เดือนแรก ของปี 2564*. สืบค้นจาก [http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/ด้านสังคม/สาขารายได้/เศรษฐกิจสังคมครัวเรือน/64/Exclusive\\_64.pdf](http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/ด้านสังคม/สาขารายได้/เศรษฐกิจสังคมครัวเรือน/64/Exclusive_64.pdf)
- อักรินทร์ กิตตสม. (2558). ความเต็มใจจ่ายและการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและการผลักดันเศรษฐกิจดิจิทัล จากองค์การบริหารส่วนตำบล : กรณีศึกษา 3 จังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 12(2), 54 – 56.
- Akcil, U., & Bastas, M. (2021). Examination of University Students' Attitudes towards E-learning during the COVID-19 Pandemic Process and the Relationship of Digital Citizenship. *Contemporary Educational Technology*, 13(1), 1-13. doi:10.30935/cedtech/9341
- Ashok, M. L., & Abhishek, N. D. (2018). Digital empowerment of rural people: issues and challenges. *Seshadripuram Journal of Social Sciences*, 1(1), 1-10.
- Felice, F. (2018). Civil Economy in the Social Market Economy: a Theoretical Perspective. *Journal for Markets and Ethics, Sciendo*, 6(1), 87-97. doi:10.2478/jome-2018-0030
- Kirk, R. E. (1982). *Experimental Design: Procedures for the Behavioral Sciences* (2<sup>nd</sup> ed.). Monterey, Calif: Brooks/Cole.
- Machiri, M. C. (2018). *Aligning Local Government Service Delivery Communication with Digital Citizen Engagement: A Case Study of Makana Municipality* (Master's thesis). Retrieved from file:///C:/Users/Administrator/Downloads/MACHIRI-MCom-TR18-219\_embargo%201%20year.pdf%20(1).pdf

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Olson, C. L. (1974). Comparative Robustness of Six Tests in Multivariate Analysis of Variance. *Journal of the American Statistical Association*, 69, 894-908. doi:10.2307/2286159
- Pallant, J. F. (2005). *SPSS survival manual: A step by step guide to data analysis using SPSS* (2<sup>nd</sup> ed.). Crows Nest, N.S.W. : Allen & Unwin.
- Santori, P. (2022). Is Relationality Always Other-Oriented? Adam Smith, Catholic Social Teaching, and Civil Economy. *Philosophy of Management*, 21, 49-68. doi:10.1007/s40926-021-00175-z
- Stevens, J. R. (2009). *Applied Multivariate Statistics for Social Sciences*. New York: Routledge Taylor Francis Company.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2001). *Using multivariate statistics* (4<sup>th</sup> ed.). Needham Heights, MA: Allyn and Bacon.
- We Are Social. (2022). *Digital 2022 Thailand*. Retrieved from <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2022-thailand-february-2022-v01>
- Wice Logistics. (2018). *Digital 4.0 Technology*. Retrieved from <https://www.wice.co.th/2018/01/11/digital-4-0-technology/>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3<sup>rd</sup> ed.). New York: Harper and Row. Publications.





## แบบสอบถาม

## เรื่อง เศรษฐกิจภาคประชาชนของพลเมืองดิจิทัล

คำชี้แจง โปรดกรอกเครื่องหมาย / ในช่อง ( ) หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน  
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

## 1. เพศ

- ( ) 1.ชาย ( ) 2.หญิง

## 2. อายุ

- ( ) 1.ต่ำกว่า 25 ปี ( ) 2.25-34 ปี  
( ) 3.35-44 ปี ( ) 4.45 -54 ปี  
( ) 5.55 ปีขึ้นไป

## 3. การศึกษา

- ( ) 1.ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ( ) 2.ระดับมัธยมศึกษา หรือ ปวช./ปวส.  
( ) 3.ระดับปริญญาตรี ( ) 4.ระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า

## 4. อาชีพ

- ( ) 1.ลูกจ้างเอกชน ( ) 2.ลูกจ้างภาครัฐ/รัฐวิสาหกิจ  
( ) 3.ทำธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ( ) 4.ประกอบอาชีพอิสระ  
( ) 5.เกษตรกร ( ) 6.วิสาหกิจชุมชน

## 5. รายได้ต่อเดือน (โปรดระบุ)

.....

## 6. เครื่องมือสื่อสารออนไลน์ที่ใช้

- ( ) 1.ไลน์ (Line) ( ) 2.เฟสบุ๊ก (Facebook)  
( ) 3.อินสตาแกรม (Instagram) ( ) 4.ทวิตเตอร์ (Twitter)  
( ) 5.พินเทอเรส (Pinterest) ( ) 6.วอชแอป (Whatsapp)  
( ) 7.ยูทูบ (Youtube) ( ) 7.วีแชท (Wechat)  
( ) 9.บล็อก (Blog) ( ) 10.ลิงค์อิน (Linkedin)



## ส่วนที่ 2 ความร่วมมือภาคประชาสังคม (นับกิจกรรมที่เข้าร่วมตั้งแต่อายุ 18 ปี ขึ้นไป)

1. ความร่วมมือภาคประชาสังคมด้านการบริจาคทุนทรัพย์
 

<input type="checkbox"/> 1. เคยทำ/ร่วม	<input type="checkbox"/> 2. ไม่เคยทำ/ไม่เคยร่วม
--	---
2. ความร่วมมือภาคประชาสังคมด้านอาสาสมัคร
 

<input type="checkbox"/> 1. เคยทำ/ร่วม	<input type="checkbox"/> 2. ไม่เคยทำ/ไม่เคยร่วม
--	---
3. ความร่วมมือภาคประชาสังคมด้านการให้ความร่วมมือกับชุมชน
 

<input type="checkbox"/> 1. เคยทำ/ร่วม	<input type="checkbox"/> 2. ไม่เคยทำ/ไม่เคยร่วม
--	---
4. ความร่วมมือภาคประชาสังคมด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม
 

<input type="checkbox"/> 1. เคยทำ/ร่วม	<input type="checkbox"/> 2. ไม่เคยทำ/ไม่เคยร่วม
--	---

## ส่วนที่ 3 ความเป็นพลเมืองดิจิทัล

1. ข้อใดเป็นองค์ประกอบคุณลักษณะที่ดีของพลเมืองดิจิทัล
 

<input type="checkbox"/> 1. การเคารพต่อกฎหมายและกฎระเบียบ
<input type="checkbox"/> 2. เรียนรู้วิธีการเสริมสร้างความปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี
<input type="checkbox"/> 3. การตระหนักถึงความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศของผู้อื่น
<input type="checkbox"/> 4. ถูกทุกข้อ
2. พลเมือง Digital Citizenship มีบทบาทเข้ามาผลักดันนโยบายอะไร
 

<input type="checkbox"/> 1. นโยบายการคลัง
<input type="checkbox"/> 2. นโยบายเศรษฐกิจดิจิทัล
<input type="checkbox"/> 3. นโยบายการเงิน
<input type="checkbox"/> 4. นโยบายทางทหาร
3. ข้อใดเป็นโทษของเทคโนโลยียุคดิจิทัล
 

<input type="checkbox"/> 1. เข้าถึงเทคโนโลยีให้มากที่สุด
<input type="checkbox"/> 2. การบริจาคช่วยบำเพ็ญประโยชน์สาธารณะ
<input type="checkbox"/> 3. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างสม่ำเสมอและมีประสิทธิภาพ
<input type="checkbox"/> 4. การแชร์รูปตัดต่อเพื่อความบันเทิง

4. ข้อใดคือการแสดงถึงความก้าวหน้าในยุคดิจิทัล
- ( ) 1. การใช้สื่อสังคมออนไลน์
  - ( ) 2. การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลต่างๆ
  - ( ) 3. การใช้แอปพลิเคชัน ทางการเงิน เช่น Internet Banking
  - ( ) 4. ถูกทุกข้อ
5. ปัจจุบันประเทศไทยอยู่ยุคใด
- ( ) 1. 3G
  - ( ) 2. 4G
  - ( ) 3. 5G
  - ( ) 4. ถูกทุกข้อ
6. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ไม่เหมาะสมอาจส่งผลเสียด้านใด
- ( ) 1. ความเครียด
  - ( ) 2. ถูกหลอกหลวง
  - ( ) 3. ความสามารถในการเรียนรู้
  - ( ) 4. ความรู้เท่าไม่ถึงการณ์
7. พลเมืองดิจิทัลที่ดีเป็นอย่างไร
- ( ) 1. ไม่ควรเลือกปฏิบัติและดูหมิ่นบุคคลผู้ขาดทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล
  - ( ) 2. คุก หรือ ตำหนิผู้ที่ใช้เทคโนโลยีไม่เป็น
  - ( ) 3. หลีกเลี่ยงผู้ขาดความรู้เพราะไม่อยากตอบคำถาม
  - ( ) 4. ใช้ประโยชน์และรู้อย่างเท่าทัน
8. ข้อใดเป็นข้อดีของตลาดในระบบอิเล็กทรอนิกส์
- ( ) 1. ผู้ซื้อแน่ใจว่าสั่งซื้อแล้วจะได้รับสินค้าจริง
  - ( ) 2. ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปซื้อสินค้า
  - ( ) 3. ได้รับสินค้าที่เป็นไปตามคาดหวัง
  - ( ) 4. สินค้าดีมีคุณภาพ

**9.การทำธุรกรรมออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย**

- ( ) 1. การดาวน์โหลดหนังสือออนไลน์จากเว็บเถื่อน
- ( ) 2. หลอกลวงผู้อื่นให้ซื้อสินค้าและบริการที่ไม่มีคุณภาพ
- ( ) 3. ซื้อสินค้าที่มี ลิขสิทธิ์ จากเว็บที่ถูกกฎหมาย
- ( ) 4. การดาวน์โหลดหนังสือออนไลน์จากเว็บเถื่อน และ หลอกลวงผู้อื่นให้ซื้อสินค้าและบริการที่ไม่มีคุณภาพ

**10. รัฐบาลผลักดันนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) เพื่ออะไร**

- ( ) 1. เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับระบบเศรษฐกิจ
- ( ) 2. เป็นแบบอย่างตามต่างประเทศ
- ( ) 3. เพื่อให้เด็กๆ ได้เล่นเกมส์
- ( ) 4. เพื่อความทันสมัยและเท่าทันเทคโนโลยี





## Civil Economy of the Digital Citizens

Thitimon Withupassakan<sup>\*</sup>, Tanpat Kraiwanit<sup>\*\*</sup>

<sup>\*</sup> Corresponding author, Faculty of Economics, Rangsit University, Thailand

Contact details: Faculty of Economics, Rangsit University, 52/347 Phahon Yothin Road, Muang

Eke, Pathum Thani 12000, Thailand

<sup>\*</sup>e-mail: thitimon.s62@rsu.ac.th

<sup>\*\*</sup> Faculty of Economics, Rangsit University, Thailand

<sup>\*\*</sup>e-mail: tanpat.k@rsu.ac.th

### Abstract

This study aimed to investigate the demographic characteristics and knowledge concerning digital citizens affecting the economy of the people's sector. A convenience sampling method was employed to collect the data from 616 participants who were Thai employees via online questionnaires. The data were analysed using statistical analysis and variable correlation. The findings revealed that occupation and age had an impact on the economy of the people's sector. Twitter and YouTube, two online communication tools, had an impact on the economy of the people's sector. Age and occupation had an impact on income, which increased with age and by professional group. This ensures income stability, which can be allocated in terms of both time and money in order to carry out more activities that benefit civil society. People who use the aforementioned social media tools were informed of the news on civil society participation and the decision to participate, which are factors of online communication tools that allow information dissemination to the public in a wide and fast manner, including the emergence of incentives through the media.

**Keywords:** Civil Economy, Digital Citizen, Demographic Characteristics

**JEL Classification:** A13, I31, L82, L86, M30

**Authors' individual contribution:** Conceptualization — T.W. and T.K.; Methodology — T.W. and T.K.; Software — T.W.; Formal Analysis — T.W. and T.K.; Investigation — T.W.; Resources — T.K.; Writing — Original Draft —T.W.; Writing — Review & Editing —T.K.; Visualization — T.K.; Supervision — T.K.

**Declaration of conflicting interests:** The Authors declare that there is no conflict of interest.

## 1. INTRODUCTION

As evidenced by the growing number of Internet users each year, digital technology has become a part of people's daily lives. In addition, social media plays a critical role, and has triggered a revolution and necessitated a paradigm shift in the operational strategies of organisations all over the world (Livingstone and Helsper, 2007; Limna et al., 2021). From the previous year in 2021, Thailand's Internet usage statistics increased by 17.1 per cent. The social environment has shifted both financially and socially. Online consumers use social media to buy, sell and exchange goods and services. According to the Thai consumer goods market, online purchases totalled more than 614 billion baht, a figure that increased 77.5 per cent from the previous year. Social media is used to search for information, follow the news and various activities because it is a channel through which people can quickly obtain information (Kemp, 2022). The use of such technology demonstrates that the real world and the virtual world coexist, affecting people who must act as citizens of society and digital citizens (Wells, 2015). People must also participate in social responsibility in some way, such as donating funds, volunteering in the community, participating in environmental protection and so on, in order for society to develop in a positive way, resulting in a high quality of life for citizens (Khan et al., 2021; Santori, 2022). Simultaneously, digital citizens should have knowledge and skills to keep up with digital development in order to have knowledge and understanding of the use and transactions with safety, knowledge and understanding, as well as skills to use technology appropriately for economic benefits (Ribble, 2015; Wannaree, and Kraiwanit, 2020; Detlertwarapat, and Sonsuphap, 2021).

This study focuses on the understanding of digital citizenship in policy, the good qualities of a digital citizen, security in the use of digital technology and the people's economy regarding income

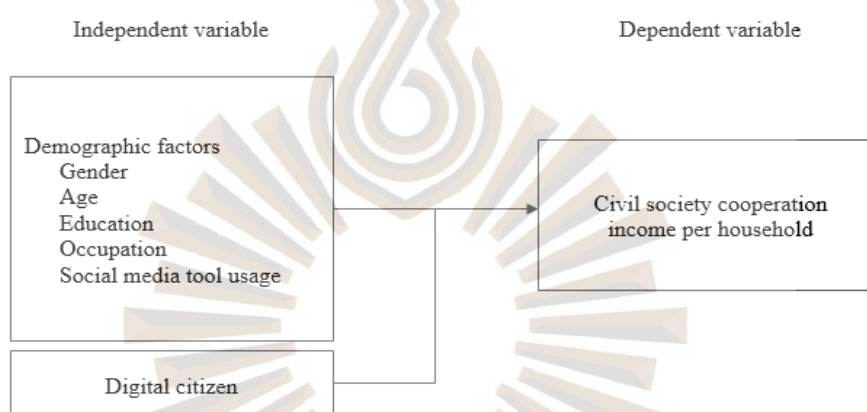
earners who engage with civil society in donating funds, as well as volunteer involvement with community environmental protection.

## 2. RESEARCH OBJECTIVES

The aims of this study were to investigate how digital citizenship affects the economy; and to investigate demographic characteristics and their impact on the economy.

## 3. CONCEPTUAL FRAMEWORK

**Figure 1.** Conceptual framework of the study



## 4. METHODOLOGY

In this study, a convenience sampling method was employed to collect data from 616 participants. The participants were salaried employees who were Thai and over 18 years old. The researchers gathered the information through online self-administered questionnaires. The questionnaires were divided into three parts: 1) general information of respondents; 2) public participation; and 3) digital citizen cognitive test. The study's purpose was explained to the respondents before online questionnaire distribution. Data collection duration was between 15 March 2022, and 15 May 2022. The data were analysed using statistical analysis and variable correlation (Multivariate Analysis of Covariance: MANCOVA), which examines the differences between groups of one or more independent variables and a group of dependent variables. Gender, age, education, occupation and social media tool usages were used as independent variables. The covariate was digital citizenship, and the dependent variables were social cooperation and economic activities.

## 5. RESULTS

**Table 1.** Mean and standard deviation of digital citizens and income

	<b>Samples</b>	<b>Mean</b>	<b>SD.</b>
Digital citizen	616	5.97	2.071
Monthly household income	616	164153.003	503283.0856
Total	616		

Table 1 describes the people's economy in this study; the median monthly household income was 164153.003, and Tables 2 to 5 describe civil society cooperation. At least one activity, which is a dummy variable if participation is one and non-participation is zero. It was also discovered that the average digital citizen score was 5.7, indicating a covariance.

**Table 2.** Classification of civil society cooperation in fundraising

<b>Civil society cooperation in fundraising</b>	<b>Samples</b>	<b>Percentage (%)</b>
No	128	20.8
Yes	488	79.2
Total	616	100.0

Table 2 shows that when it comes to civil society cooperation in the field of fundraising, 20.8 per cent never participated and 79.2 per cent had participated.

**Table 3.** Classification of civil society cooperation in volunteerism

<b>Civil society cooperation in volunteerism</b>	<b>Samples</b>	<b>Percentage (%)</b>
No	138	22.4
Yes	478	77.6
Total	616	100.0

Table 3 shows that 22.4 per cent never participated, and 77.6 per cent had participated in civil society cooperation in volunteerism.



**Table 4.** Classification of civil society cooperation in community cooperation

<b>Civil society cooperation in community cooperation</b>	<b>Samples</b>	<b>Percentage (%)</b>
No	154	25.0
Yes	462	75.0
Total	616	100.0

Table 4 shows that when it comes to civil society cooperation in community cooperation, 25.0 per cent never participated, and 75.0 per cent had participated.

**Table 5.** Classification of civil society cooperation in environmental protection

<b>Civil society cooperation in environmental protection</b>	<b>Samples</b>	<b>Percentage (%)</b>
No	87	14.1
Yes	529	85.9
Total	616	100.0

Table 5 categorises civil society cooperation in environmental protection as 14.1 per cent never participating, and 85.9 per cent having participated.

**Table 6.** The correlations of variables by Pearson correlation

<b>Pearson correlations</b>		<b>Civil society cooperation</b>	<b>Income</b>
Civil society cooperation	Pearson correlation	1	0.083**
	Sig. (2-tailed)		0.039
	N	616	616
Income	Pearson correlation	0.083**	1
	Sig. (2-tailed)	0.039	
	N	616	616

\*\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

The MANCOVA statistical agreement test was used to determine whether or not a relationship existed between two variables and the degree of correlation

Table 6 revealed that social cooperation was related to economic activities at the statistical significance level of 0.05, and the positive direction had a very low correlation.

The study of significant variables revealed that age, occupation and online communication tools such as Twitter and YouTube had an impact on the economy of the people's sector, significant at 0.05, as evidenced by Pillai's trace and other statistics. Wilks' lambda and Hotelling's trace or Roy's largest root showed significant concordance at the 0.05 level.

**Table 7.** Variance

<b>Box's M</b>	<b>560.076</b>
F	13.207
df1	39
df2	6688.102
Sig.	<.001

Tests the null hypothesis that the observed covariance matrices of the dependent variables are equal across groups.

a. Design: Intercept + Gender + Age + Twitter + YouTube + Digital Citizen

According to Table 7, the variance of the independent variables using the Box's Test of Equality of Covariance Matrices method revealed a difference in variance between the groups of independent variables, statistically significant at the 0.05 level, which was not in accordance with the agreement or violation assumptions. This can lead to the test's robustness or power being reduced, causing the MANCOVA Stats Test to normally use Wilk's lambda (Tabachnick and Fidell, 2001). If there is a breach of agreement, Pillai's trace should be used, which has greater robustness; however, the test statistics tended to be consistent.

**Table 8.** Multivariate tests <sup>a</sup>

Effect		Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
Intercept	Pillai's trace	.568	394.887 <sup>b</sup>	2.000	601.000	<.001
	Wilks' lambda	.432	394.887 <sup>b</sup>	2.000	601.000	<.001
	Hotelling's trace	1.314	394.887 <sup>b</sup>	2.000	601.000	<.001
	Roy's largest root	1.314	394.887 <sup>b</sup>	2.000	601.000	<.001
Age	Pillai's trace	.049	3.799	8.000	1204.000	<.001
	Wilks' lambda	.951	3.802 <sup>b</sup>	8.000	1202.000	<.001
	Hotelling's trace	.051	3.805	8.000	1200.000	<.001
	Roy's largest root	.037	5.549 <sup>c</sup>	4.000	602.000	<.001
Occupation	Pillai's trace	.061	3.806	10.000	1204.000	<.001
	Wilks' lambda	.940	3.808 <sup>b</sup>	10.000	1202.000	<.001
	Hotelling's trace	.063	3.809	10.000	1200.000	<.001
	Roy's largest root	.044	5.251 <sup>c</sup>	5.000	602.000	<.001
Twitter	Pillai's trace	.029	9.051 <sup>b</sup>	2.000	601.000	<.001
	Wilks' lambda	.971	9.051 <sup>b</sup>	2.000	601.000	<.001
	Hotelling's trace	.030	9.051 <sup>b</sup>	2.000	601.000	<.001
	Roy's largest root	.030	9.051 <sup>b</sup>	2.000	601.000	<.001
YouTube	Pillai's trace	.014	4.229 <sup>b</sup>	2.000	601.000	.015
	Wilks' lambda	.986	4.229 <sup>b</sup>	2.000	601.000	.015
	Hotelling's trace	.014	4.229 <sup>b</sup>	2.000	601.000	.015
	Roy's largest root	.014	4.229 <sup>b</sup>	2.000	601.000	.015
Digital Citizen	Pillai's trace	.001	.174 <sup>b</sup>	2.000	601.000	.841
	Wilks' lambda	.999	.174 <sup>b</sup>	2.000	601.000	.841
	Hotelling's trace	.001	.174 <sup>b</sup>	2.000	601.000	.841
	Roy's largest root	.001	.174 <sup>b</sup>	2.000	601.000	.841

a. Design: Intercept + Gender + Age + Twitter + YouTube + Digital Citizen

b. Exact statistic

c. The statistic is an upper bound on F that yields a lower bound on the significance level.

According to Table 8, only age, occupation and online communication tools such as Twitter and YouTube had a significant impact on the people's economy of digital citizens by 0.05, as shown by the Pillai's trace value. Wilks' lambda, Hotelling's trace and Roy's largest root also showed significant conformity at the 0.05 level.

**Table 9.** Tests of between-subject effects

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Corrected model	Civil society Cooperation	3.503 <sup>a</sup>	13	.269	4.911	<.001
	Income	68063521579 864.250 <sup>b</sup>	13	52356555061 43.404	3.106	<.001
Intercept	Civil society Cooperation	43.335	1	43.335	789.85 5	<.001
	Income	14731343648 823.555	1	14731343648 823.555	8.740	.003
Age	Civil society Cooperation	.804	4	.201	3.663	.006
	Income	28304803932 839.383	4	70762009832 09.846	4.198	.002
Occupation	Civil society Cooperation	1.159	5	.232	4.223	<.001
	Income	27342965484 565.480	5	54685930969 13.096	3.244	.007
Twitter	Civil society Cooperation	.752	1	.752	13.712	<.001
	Income	92423375184 40.932	1	92423375184 40.932	5.483	.020
Youtube	Civil society Cooperation	.408	1	.408	7.442	.007

Source	Dependent Variable	Type iii sum of squares	Df	Mean square	F	Sig.
	Income	23945239347 63.788	1	23945239347 63.788	1.421	.234
Digital citizen	Civil society Cooperation	.002	1	.002	.033	.856
	Income	55110698255 0.558	1	55110698255 0.558	.327	.568
Error	Civil society Cooperation	33.028	602	.055		
	Income	10147065941 24275.100	602	16855591264 52.284		
Total	Civil society Cooperation	577.000	616			
	Income	11938927862 50000.000	616			
Corrected total	Civil society Cooperation	36.531	615			
	Income	10827701157 04139.400	615			

A.  $R^2 = .096$  (adjusted  $r^2 = .076$ )

B.  $R^2 = .063$  (adjusted  $r^2 = .043$ )

Table 9 shows that age, occupation and online communication tools such as Twitter and YouTube had a significant 0.05 effect on the people's economy of digital citizens, which is consistent with Table 8 previously tested. They also describe dependent variables with R Squared ( $R^2$ ) = 0.096, such as age, occupation and social media tools such as Twitter and YouTube, which accounted for 9.6 per cent of the digital citizen's economy.

## 6. DISCUSSION AND CONCLUSION

A relationship between demographic factors (gender, age, education and occupation) and online communication tools such as LINE, Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, Pinterest, WhatsApp, YouTube, WeChat, Blog and LinkedIn was revealed. Demographics, age and occupational factors influenced the economy of digital citizens, and online communication tools such as Twitter and YouTube had an impact on the economy of the people's sector.

Demographics, age category and occupation all had an impact on the economy of the people's sector. Chareanviriyapab et al., (2002) studied the participation behaviour of civil society in building a community economy in Phatthalung Province. It revealed participation of civil society in building a community economy at the 0.05 level of statistical significance. It can be stated that age and occupation factors influence income, which rises with age and by professional group. This ensures income stability, which can be allocated in terms of both time and money to carry out more activities that benefit civil society. Furthermore, participation in civil society is beneficial in some occupations, such as corporate social responsibility (CSR), which can be used for tax deduction. Furthermore, Sukhonthajit et al., (2018) discovered that the population's participation in community economic management differed depending on personal factors such as gender, age, education, marital status and social status. At a level of statistical significance of .05, participate in the management of the community economy in a different way. Niyomdech (2019) investigated factors influencing elderly mobile payment in Thailand and discovered that the elderly were ready to enter the digital society. This can greatly help the elderly with financial transactions or purchases. However, if the government and business sectors focus on changes that occur and result in improvements for ease of use, as well as increasing the user base of those who have never used the service to use the service more frequently, it is consistent with the government's policy of wanting the country to drive the digital economy while also being ready to change the world. Furthermore, in terms of online communication tools, such as Twitter and YouTube, they also have an impact on the economy of the people's sector because, in today's digital society, these tools are being used to disseminate information to the general public in a timely manner. People who use the aforementioned social media tools can be informed about civil society participation and make decisions to participate, including the emergence of media incentives. Nimma (2007) investigated

the factors influencing participation in the preparation of the development plan of the Hin Lat Subdistrict Administrative Organisation, Pak Phli District, Nakhon Nayok Province, and discovered that public participation was influenced by news awareness and motivation. Moreover, Kittinorarat and Phahonphak (2014) investigated the factors influencing the participation of agricultural cooperative members in the central region. It was discovered that cooperative members' perceptions of information influenced their participation. Machiri (2018) studied the alignment of local government service delivery communications with digital citizen engagement in Makana Municipality. This study revealed critical social and political factors to consider when revising engagement initiatives in joining digital citizens in resource-constrained environments. It was also indicated that the process of changing and aligning communication devices in local municipalities is dependent on a wide range of information from various stakeholders and dynamic processes. As a result, significant civic engagement has resulted in empowerment. Accountability, transparency and participation have all been improved. They are dependent on the process's success. The magnitude of the results vary according to the effectiveness of change management. Participation and conceptualisation are influenced by the perception of benefits, system attitude, as well as user intent.

## **7. RECOMMENDATION**

Proposed policies for the community should be promoted by organising groups of people based on their interests in order to establish businesses to support community and social activities that will strengthen the community. To participate in the activities more fully, a diverse range of age groups must be included. Moreover, they should promote, support and create knowledge and understanding through online communication tools in which people have expertise and access in order to integrate and promote effective community activities.

This study did not focus on community enterprises that have an impact on people's economies. Thus, for future research, a study of the impact of community enterprises on the people's economy will provide deeper knowledge and understanding. Qualitative research, such as focus groups and interviews, could also provide more insight in future research.

## REFERENCES

1. Chareanviriyapab, K., Duangchinda, P., & Thamsuwan, P. (2002). *Participative Behavior of Civic Groups in Establishing Community Economy: A Case Study of Phatthalung Province*. Thaksin University.
2. Detlertwarapat, T., & Sonsuphap, R. (2021). Internet Business Governance in Thailand. *Journal of Philosophical Vision*, 26(2), 102–112.
3. Kemp, S. (2022). *Digital 2022: Thailand*. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2022-thailand>.
4. Khan, S. A. R., Yu, Z., & Umar, M. (2021). How Environmental Awareness and Corporate Social Responsibility Practices Benefit the Enterprise? An Empirical Study in the Context of Emerging Economy. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 32(5), 863-885. <https://doi.org/10.1108/MEQ-08-2020-0178>
5. Kittinorarat, C., & Phahonphak, C. (2014). Factors Affecting to Participation of Agricultural Cooperatives Members in Central Region. *Journal of Economics and Management Strategy*, 1(1), 1-12.
6. Limna, P., Siripipatthanakul, S., & Phayaphrom, B. (2021). The Role of Big Data Analytics in Influencing Artificial Intelligence (AI) Adoption for Coffee Shops in Krabi, Thailand. *International Journal of Behavioral Analytics*, 1(2), 1-17.
7. Livingstone, S., & Helsper, E. (2007). Gradations in Digital Inclusion: Children, Young People and the Digital Divide. *New Media & Society*, 9(4), 671-696. <https://doi.org/10.1177/1461444807080335>
8. Machiri, M. C. (2018). *Aligning Local Government Service Delivery Communication with Digital Citizen Engagement: A Case Study of Makana Municipality*. Department of Information Systems, Rhodes University.
9. Nimma, S. (2007). *Factors Affecting Participation in Making the Subdistrict Development Plan of Hin Lat Subdistrict Administrative Organization, Pak Phli District, Nakhon Nayok Province*. Khon Kaen University.
10. Niyomdech, S. (2019). *Factors Affecting the Elderly's Decision of Mobile Payment in Thailand*. (Master of Economics), Thammasat University. 10.14457/TU.the.2019.650



11. Ribble, M. (2015). *Digital Citizenship in Schools: Nine Elements all Students Should Know*. International Society for Technology in Education.
12. Santori, P. (2022). Is Relationality Always Other-Oriented? Adam Smith, Catholic Social Teaching, and Civil Economy. *Philosophy of Management*, 21(1), 49-68.  
<https://doi.org/10.1007/s40926-021-00175-z>
13. Sukhonthajit, P., Ngamdecho, S., & Chaleoypong, D. (2018). Public Participation in Community Economic Management. *Romphruek Journal*, 36(1), 181-200.
14. Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2001). *Cleaning Up Your Act. Using Multivariate Statistics*. (4th ed.). Needham Heights, MA: Allyn and Bacon.
15. Wannaree, A., & Kraiwanit, T. (2020). *Roles of Social Credit System (SCS): A Case Study Of Nong Sarai's Social Banking, Phanom Thuan District, Kanchanaburi*, Nakhon Pathom Rajabhat University. <https://publication.npru.ac.th/jspui/handle/123456789/986>
16. Wells, C. (2015). *The Civic Organization and the Digital Citizen: Communicating Engagement in a Networked Age*. Oxford University Press.



## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	ฐิติมนต์ วิทยาสภาคุณจน์
วัน เดือน ปีเกิด	1 ธันวาคม 2536
สถานที่เกิด	จังหวัดราชบุรี ประเทศไทย
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปริญญาวารสารศาสตรบัณฑิต, 2559 มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา เศรษฐกิจดิจิทัล, 2565
ที่อยู่ปัจจุบัน	ตำบลเสาธงหิน อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี 11140
สถานที่ทำงาน	กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
ตำแหน่งปัจจุบัน	นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ

