



Great Gen

(อายุ 77 ปีขึ้นไป)

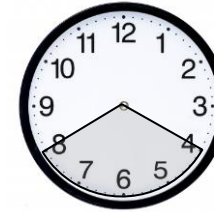
N = 26

พฤติกรรมการติดอินเทอร์เน็ต

Application ที่ใช้งานบ่อย

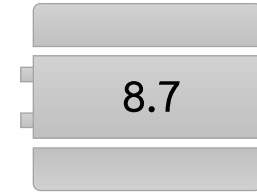


ช่วงเวลาต่อวันที่ใช้งาน



16.01 - 20.00 น.

ระยะเวลาที่ใช้งาน
(เฉลี่ย) ชั่วโมงต่อวัน



เหตุผลที่ใช้ Application



ผ่อนคลาย/ความบันเทิง

Entertainment



100%

E-Book



53.8%

Communication



50.0%

ปัจจัยที่มีผลกระทบ
ต่อการติดอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยทางด้านพฤติกรรม
ร้อยละ 89.2

Social Media

ผลกระทบจากพฤติกรรม
การติดอินเทอร์เน็ต

ผลกระทบต่อการเกิดพฤติกรรมต่างๆ
เช่น มีพฤติกรรมการติดอินเทอร์เน็ต
โดย Application ที่ใช้งานอยู่ในหมวด
“Entertainment” อาทิ ดู Youtube เช่น
รายการโชว์ต่างๆ, การ์ตูน, ติดตามข่าวด้านสื่อ/
ข่าวสาร/การเมือง

มีความเสี่ยง , 42.3

ระดับความเสี่ยง
ตามมาตรวัด

ไม่มีความเสี่ยง, 57.7





Baby Boom

(อายุ 58-76 ปี)

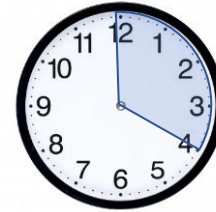
N = 62

พฤติกรรมการติดอินเทอร์เน็ต

Application ที่ใช้งานบ่อย

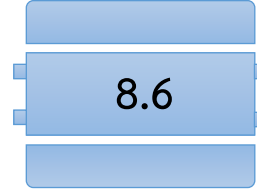


ช่วงเวลาต่อวันที่ใช้งาน



12.01 - 16.00 น.

ระยะเวลาที่ใช้งาน
(เฉลี่ย) ชั่วโมงต่อวัน



เหตุผลที่ใช้ Application



ผ่อนคลาย/ความบันเทิง

Entertainment



61.3%

Social Network



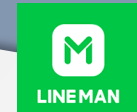
53.2%

Shopping Online



Lazada

Food Order



24.2%

ปัจจัยที่มีผลกระทบ
ต่อการติดอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยทางด้านสังคม
และทางด้านพฤติกรรม
ร้อยละ 87.7

Social Media

ผลกระทบจากพฤติกรรม

การติดอินเทอร์เน็ต

ผลกระทบต่อการเกิดความหมกหมุ่นกับ
โลกโซเชียล และมีผลกระทบต่อการเกิดพฤติกรรม
ต่างๆ เช่น มีพฤติกรรมการติดอินเทอร์เน็ต
โดย Application ที่ใช้งานอยู่ในหมวด
“Entertainment” อาทิ ดู Youtube เช่น
รายการโชว์ต่างๆ, ฟังเพลง, ติดตามข่าวด้านสื่อ/
ข่าวสาร/การเมือง

ระดับความเสี่ยง

ตามมาตรวัด



ไม่มีความเสี่ยง, 74.2

มีความเสี่ยงสูง, 6.5

มีความเสี่ยง, 19.4



Gen X

(อายุ 43-57 ปี)

N = 53

พฤติกรรมการติดอินเทอร์เน็ต

Application ที่ใช้งานบ่อย

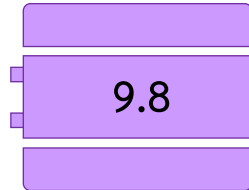


ช่วงเวลาต่อวันที่ใช้งาน



08.01 - 16.00 น.

ระยะเวลาที่ใช้งาน
(เฉลี่ย) ชั่วโมงต่อวัน



เหตุผลที่ใช้ Application



ติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น

Communication



75.5%

Social Network



71.7%

Entertainment

Shopping Online



Lazada

43.4%

Food Order



LINE MAN

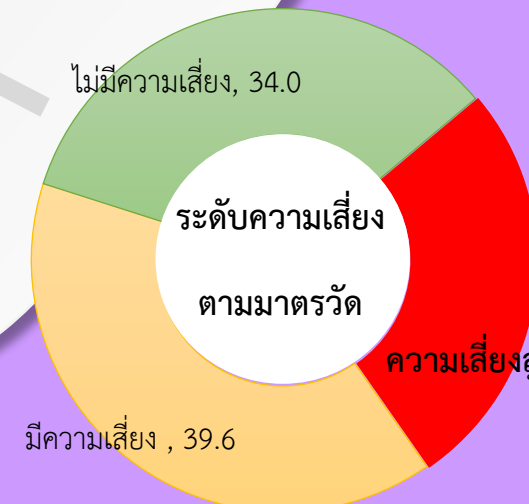
ปัจจัยที่มีผลกระทบ
ต่อการติดอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยทางด้านสังคม
ร้อยละ 77.6

ผลกระทบจากพฤติกรรม
การติดอินเทอร์เน็ต

ผลกระทบต่อการเกิดความหมกหมุ่นกับ
โลกไซเบอร์ เช่น มีพฤติกรรมการติด
อินเทอร์เน็ต โดย Application ที่ใช้งาน
อยู่ในหมวด “Communication” Line
ใช้สำหรับการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นๆ

ไม่มีความเสี่ยง, 34.0



ระดับความเสี่ยง
ตามมาตรวัด

มีความเสี่ยง, 39.6

ความเสี่ยงสูง, 26.4





Gen Y

(อายุ 25-42 ปี)

N = 111

พฤติกรรมการติดอินเทอร์เน็ต

Application ที่ใช้งานบ่อย



ช่วงเวลาต่อวันที่ใช้งาน



12.01 - 20.00 น.

ระยะเวลาที่ใช้งาน
(เฉลี่ย) ชั่วโมงต่อวัน

14.2

เหตุผลที่ใช้ Application



ติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น

Entertainment

Communication



100.0%

Social Network



98.2%

Shopping Online



Shopee

87.4%

ปัจจัยที่มีผลกระทบ
ต่อการติดอินเทอร์เน็ต

ปัจจัย
ทางกายภาพ - ชีวภาพ
ร้อยละ 82.0

ผลกระทบจากพฤติกรรม
การติดอินเทอร์เน็ต

ผลกระทบต่อการรบกวนชีวิตประจำวัน
เช่น มีพฤติกรรมการติดอินเทอร์เน็ต
โดย Application ที่ใช้งานอยู่ในหมวด
“Communication” และ
“Entertainment” อาทิ Line, Facebook
Messenger ดู Youtube เช่น ฟังเพลง,
ดูหนัง/ซีรีส์, รายการโชว์ต่างๆ

ไม่มีความเสี่ยง, 17.1

ความเสี่ยงสูง, 45.0

ระดับความเสี่ยง
ตามมาตรวัด

มีความเสี่ยง, 37.8



Gen Z

(อายุ 15-24 ปี)



N = 149

พฤติกรรมการติดอินเทอร์เน็ต

Application ที่ใช้งานบ่อย

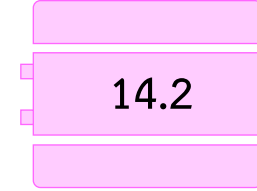


ช่วงเวลาต่อวันที่ใช้งาน



16.01 - 20.00 น.

ระยะเวลาที่ใช้งาน
(เฉลี่ย) ชั่วโมงต่อวัน



เหตุผลที่ใช้ Application



ผ่อนคลาย/ความบันเทิง

Entertainment



100.0%

Social Network



95.3%

Communication



93.3%

ปัจจัยที่มีผลกระทบ
ต่อการติดอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยทางด้านสังคม
ร้อยละ 89.8

Social Media

ผลกระทบจากพฤติกรรม
การติดอินเทอร์เน็ต

ผลกระทบต่อการเกิดความหมกหมุ่นกับ
โลกไซเบอร์ เช่น มีพฤติกรรมการติด
อินเทอร์เน็ต โดย Application ที่ใช้งาน
อยู่ในหมวด "Entertainment"
อาทิ ดู Youtube เช่น ฟังเพลง, ดูรายการ
โชว์ต่างๆ, ดูหนัง/ซีรีส์

ไม่มีความเสี่ยง, 18.8

มีความเสี่ยง, 7.4

ความเสี่ยงสูง, 73.8

ระดับความเสี่ยง
ตามมาตรวัด

