



ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Related to Utilization of Social Media for the Elderly in Bangkok

อารีย์ มัยงพงษ์

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ชื่อเรื่อง : ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
ผู้วิจัย : อารีย์ มัยงษ์พงษ์
พ.ศ. : 2564

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการรับรู้ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ทักษะการที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์ และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เปรียบเทียบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Method) โดยกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 320 คน เก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และ การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation)

ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์และการรับรู้ความง่ายในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.48 และ 2.95 ตามลำดับ ทักษะการที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.65 และ 3.54 ตามลำดับ การทดสอบสมมติฐานพบว่า 1) อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 2) ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และทักษะการที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก

Title : Factors Related to Utilization of Social Media for the Elderly in Bangkok
Researcher : Aree Mayungpong
Year : 2021

Abstract

The purposes of this research were 1) study the level of perceived usefulness, perceived ease of use, attitude towards social media and using social media of the elderly people in Bangkok, 2) compare the use of social media for the elderly people classified by personal factors, and 3) analyze the factors related to the use of social media for the elderly people in Bangkok. The quantitative approaches were applied by using questionnaire for data collection. The research samples were 320 elderly people in Bangkok. Descriptive and inference statistics were used; arithmetic mean, standard deviation, t-test, One-Way ANOVA, and Pearson correlation coefficient.

The results were found that the results were found that the level of perceived usefulness, perceived ease of use in social media were at a medium level (\bar{x} = 3.48, \bar{x} = 2.95). The elderly's attitude towards social media and using social media were at a high level (\bar{x} = 3.65, \bar{x} = 3.54). The hypothesis test revealed that: 1) the differences of age, educational level, and average monthly income affect the social media use of the elderly people differently was significant. 2) The perceived usefulness, perceived ease of use, and attitude towards social media were significant positively related to using social media of the elderly people in Bangkok.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องนี้ ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ผู้วิจัยขอขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้

ในการดำเนินงานวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยได้รับความร่วมมืออย่างดียิ่ง จากผู้ประสานงานชมรม ผู้สูงอายุและผู้สูงอายุที่ได้ให้ข้อมูลและความคิดเห็นเพิ่มเติม และขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิในการพิจารณา ตรวจสอบความเที่ยงตรงและความชัดเจนของแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งได้เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานวิจัยในเรื่องนี้จนทำให้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์

อารีย์ มัยงพงษ์



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(ก)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(ข)
กิตติกรรมประกาศ	(ค)
สารบัญ	(ง)
สารบัญตาราง	(ฉ)
สารบัญภาพ	(ช)
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ขอบเขตการวิจัย	4
สมมติฐานการวิจัย	4
กรอบแนวคิดการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ของผลการวิจัย	6
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
ส่วนที่ 1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์	7
1.1 ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์	7
1.2 องค์ประกอบของสื่อสังคมออนไลน์	9
1.3 ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์	11
1.4 หน้าที่ของสื่อสังคมออนไลน์	12
1.5 ประโยชน์และข้อจำกัดของสื่อสังคมออนไลน์	14
ส่วนที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี	15
2.1 การรับรู้ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์	16
2.2 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	17
2.3 ทศนคติที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์	18
ส่วนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับสังคมผู้สูงอายุ	18
3.1 ความหมายของผู้สูงอายุและการแบ่งกลุ่มอายุตามเกณฑ์	18

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
2	3.2 แนวโน้มของประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทย	21
	3.3 สื่อสังคมออนไลน์กับผู้สูงอายุ	23
	3.4 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ	23
	ส่วนที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	27
3	วิธีดำเนินการวิจัย	33
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	33
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	35
	ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ	36
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	37
	การวิเคราะห์ข้อมูล	37
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	38
	ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	39
	ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับสื่อสังคมออนไลน์	41
	ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ	44
	ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นของผู้สูงอายุที่มีต่อ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	45
	ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้ สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ	51
	ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	52
5	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	53
	สรุปผลการวิจัย	53
	อภิปรายผล	55
	ข้อเสนอแนะ	59
	บรรณานุกรม	60
	ภาคผนวก	65
	แบบสอบถาม	66
	ประวัติผู้วิจัย	70

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนผู้สูงอายุ พ.ศ.2562 ในกรุงเทพมหานครจำแนกตามจำนวนสมาชิกชมรม	33
2	ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	39
3	ระดับความคิดเห็นของปัจจัยการยอมรับสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกเป็นรายด้าน	41
4	ระดับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร	44
5	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามเพศ	45
6	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามอายุ	45
7	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่	46
8	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามระดับการศึกษา	47
9	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่	48
10	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	49
11	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่	50
12	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร	51
13	ข้อเสนอแนะโดยภาพรวมของผู้สูงอายุในการใช้สื่อสังคมออนไลน์	52

สารบัญญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดของการวิจัย	5
2.1	แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี	16
2.2	การคาดประมาณแนวโน้มประชากรผู้สูงอายุของประเทศไทย ปี 2548-2574	21
2.3	การคาดประมาณแนวโน้มประชากรผู้สูงอายุของประเทศไทย จำแนกตามช่วงอายุ ปี 2553-2583	22



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันโลกยุคดิจิทัลซึ่งเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารและการติดตามข่าวสารต่าง ๆ ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตประจำวันของบุคคลในสังคมโลก ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสาร การทำธุรกิจ การทำธุรกรรม ด้านการปฏิบัติงาน และด้านความบันเทิง ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านการสื่อสารอย่างรวดเร็วที่จะนำสังคมไทยไปสู่สังคมดิจิทัลมากขึ้น รวมทั้งเอื้อต่อคนทุกกลุ่มทุกเพศทุกวัย หรือแม้แต่กลุ่มคนผู้สูงอายุก็สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์สื่อเทคโนโลยีดิจิทัลได้ไม่จำกัดเวลาและสถานที่ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) ทั้งนี้รูปแบบและช่องทางการสื่อสารแบบดิจิทัลซึ่งทำให้การสื่อสารในสังคมเกิดความสะดวกรวดเร็วและประหยัดเวลาในการสื่อสารมากขึ้น เป็นการติดต่อสื่อสารด้วยการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน ผ่านแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Online) บนคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน (Smartphone) และแท็บเล็ต (Tablet) ที่มีอยู่หลากหลายประเภท ในปัจจุบัน เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) ทวิตเตอร์ (Twitter) และอินสตาแกรม (Instagram) เป็นต้น คุณสมบัติเด่นของสื่อสังคมออนไลน์ก็คือ ไม่มีค่าใช้จ่าย (Free) ใช้งานง่าย (Easy to use) ใช้ประโยชน์ในการสื่อสาร ข้อความและสารสนเทศได้ทุกรูปแบบทั้งข้อความ ภาพถ่าย วิดีทัศน์และเสียง เป็นโปรแกรมที่พัฒนาจากเทคโนโลยีเว็บ 2.0 ทำให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างและจัดการเนื้อหาได้ด้วยตนเอง ทั้งการแชร์หรือแบ่งปัน การจัดหมวดหมู่ การกำหนดคำค้น (Tag) มีความรวดเร็วในการใช้งาน และสามารถสื่อสารได้ ณ เวลาปัจจุบัน (Real time) จึงส่งผลต่อความนิยมในการใช้งานเพิ่มมากขึ้นและนำมาใช้ประโยชน์ในวงกว้างมากยิ่งขึ้น (จุฑารัตน์ ศรารณวงค์ และคณะ, 2560)

การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ สามารถช่วยในการยกระดับคุณภาพชีวิตของสังคมผู้สูงอายุให้ดีขึ้น และเป็นการลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงการใช้เทคโนโลยีของบุคคลทุกเพศทุกวัย จากการรายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทยว่า ประเทศไทย พ.ศ. 2557 ก้าวเข้าสู่การเป็น “สังคมผู้สูงอายุ” เนื่องจากมีจำนวนผู้สูงอายุสูงถึง 10 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 15 ของประชากรทั้งหมด มีแนวโน้มกลายเป็น “สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์” เมื่อผู้สูงอายุมีมากถึงร้อยละ 20 ในประมาณปี พ.ศ. 2568 มากไปกว่านั้น ในอีกไม่ถึง 10 ปีต่อไป ประเทศไทยถูกคาดการณ์ว่าจะเป็น “สังคมสูงวัยระดับสุดยอด” เมื่อมีผู้สูงอายุมีถึงร้อยละ 28 ถึงแม้ว่าการเพิ่มจำนวนขึ้นของผู้สูงอายุจะกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเพียงใด แต่ผู้สูงอายุยังคงมีบทบาทและหน้าที่ที่สำคัญในฐานะเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีค่าในครอบครัว ชุมชน สังคม และ ประเทศชาติ (สุวิช ธีระโคตร และ วีรพงษ์ พลนิกรกิจ,

2561) แผนนโยบายของภาครัฐดำเนินการเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุด้วยการสร้างความสามารถในการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อให้มีความรู้ แนวทาง และเตรียมความพร้อมทั้งกาย ใจ สติปัญญา ให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ (กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2560) ด้วยการพัฒนาระบบการเรียนรู้และสื่อสารสาธารณะ โดยเน้นพัฒนาศักยภาพผู้สูงอายุให้มีความสามารถจัดการความรู้ ข้อมูล เนื้อหาสารสนเทศ และการสื่อสารบนสื่อสังคมออนไลน์ให้เหมาะสมกับบริบทการสื่อสารสมัยใหม่ ซึ่งมักเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารได้สะดวกรวดเร็วโดยเฉพาะอย่างยิ่งบนสมาร์ตโฟน ดังนั้นเทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์ที่มีประโยชน์และเป็นสื่อที่อำนวยความสะดวกได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงทำให้ผู้สูงอายุยอมรับและมีแนวโน้มในการใช้งานมากขึ้น

เมื่อพิจารณาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ไอซีที) ของผู้สูงอายุ ในปี พ.ศ. 2561 จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่ากลุ่มผู้สูงอายุหรือผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 11.6 ล้านคน มีพฤติกรรมท่องอินเทอร์เน็ตผ่าน “สมาร์ตโฟน” เป็นหลัก โดยกิจกรรมที่มีการใช้มากที่สุดคือ โซเชียลเน็ตเวิร์ค เฟซบุ๊ก ไลน์ และอินสตาแกรม (93.1%) รองลงมาคือดาวนโหลด รูปภาพ วิดีโอ เพลง เกม ดูหนัง ฟังเพลง (70.2%) ค้นหาข้อมูลสินค้า ซื้อขายสินค้าออนไลน์และบริการด้านสุขภาพ (50.3%) อีพ็ลเล็ตชาร์คคอนเทนท์ (45.9%) และติดตามข่าวสาร (45.2%) ระยะเวลาที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เฉลี่ยอยู่ที่ 2 ชั่วโมงต่อวัน และยังมีผู้สูงอายุอีกเกือบ 85% ที่ล็อกอินเข้าใช้งานเป็นประจำทุกวัน ทั้งนี้ข้อมูลจากการสำรวจนั้นนอกจากจะช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตในกลุ่มผู้สูงอายุแล้ว ยังทำให้เห็นความสำคัญของกลุ่มผู้สูงอายุในแวดวงธุรกิจออนไลน์ ซึ่งนับว่าเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญและไม่ควรมองข้าม แสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้สูงอายุน่าจะมีแนวโน้มการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพิ่มสูงขึ้นตามสภาพสังคมของยุคเทคโนโลยีดิจิทัล โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนผู้สูงอายุมากกว่าภาคอื่น ๆ ของประเทศ จำเป็นต้องเร่งส่งเสริมให้มีความรู้และทักษะในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และรู้เท่าทันภัยที่อาจเกิดขึ้นได้บนสื่อสังคมออนไลน์

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ พบว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่มาแรงในกลุ่มผู้สูงอายุ สังคมผู้สูงอายุกลุ่มที่อยู่ในช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในปริมาณมาก เนื่องจากเป็นช่วงวัยที่มีเวลาและมีความต้องการเข้าสังคมเพื่อทำกิจกรรมทำเพื่อคลายเหงา จะเน้นการใช้เพื่อสร้างเครือข่ายเพื่อนเก่าและครอบครัว การติดตามเรื่องราวและพูดคุยระหว่างกัน มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อความบันเทิง (จุลณี เทียนไทย, 2563) โดยผู้สูงอายุที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ดังเช่นงานวิจัยของ กันตพล บันทัดทอง (2557) เรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งผลวิจัยพบว่าผู้สูงอายุที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยด้านรายได้ก็ส่งผลต่อพฤติกรรม

และความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน (ดวงพร เจริญรุกษ์, 2563) ผู้สูงอายุจำนวนมากได้ให้ความสนใจที่ต้องการจะเรียนรู้การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นสิ่งใหม่สำหรับคนวัยนี้ จึงพบปัญหาการแชร์สิ่งที่ไม่เป็นความจริง โดยเฉพาะการแชร์เพราะความสงสาร การอยากช่วยเหลือมากเป็นพิเศษ อาจเป็นเพราะวัยนี้มีความเห็นอกเห็นใจ และชอบทำบุญ ประกอบกับประสบการณ์ในการรู้เท่าทันของการใช้สื่อสังคมออนไลน์น้อยกว่าวัยอื่นๆ จึงถูกหลอกได้ง่าย (จุลณี เทียนไทย, 2563) ซึ่งประเด็นการป้องกันภัยอันตรายที่อาจจะเกิดขึ้นกับผู้สูงอายุจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์จึงต้องให้ความสำคัญ ฉะนั้นหน่วยงานภาครัฐที่ดูแลรับผิดชอบในงานส่วนนี้ หรือหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง จึงควรเร่งส่งเสริมการเรียนรู้การใช้สื่อสังคมออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในยุคดิจิทัลที่มีการพัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังอาจช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถเลือกพิจารณาถ่วงน้ำหนักข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์ว่า ประเด็นใดจริงหรือเท็จ ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

จากความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้นซึ่งเห็นได้ว่าปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคลทุกเพศทุกวัยโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้สูงอายุ ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้หลายประเทศให้ความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุด้วยการส่งเสริมการเรียนรู้เทคโนโลยี อีกทั้งปัจจุบันจากการเติบโตและวิวัฒนาการของโทรศัพท์เคลื่อนที่และแอปพลิเคชันของสื่อสังคมออนไลน์ ได้มีการเปลี่ยนแปลงทั้งรูปแบบและลักษณะการใช้งานที่หลากหลายมากขึ้น ทำให้ผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญของกลุ่มผู้สูงอายุที่จำเป็นต้องปรับตัว เพื่อการดำรงอยู่อย่างมีคุณภาพ และรู้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมที่ต้องสอดคล้องกับเทคโนโลยีดิจิทัล ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมของผู้สูงอายุว่ามีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันอย่างไรบ้าง มีปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดอย่างไรบ้างหรือไม่ ทั้งนี้ ผลการศึกษาอาจเป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม ในการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป เพื่อรองรับสังคมสูงวัยในยุคดิจิทัล 4.0

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ การรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้งาน และทัศนคติที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์ รวมทั้งการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและทัศนคติที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์ กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

1. ด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ได้นำแนวคิดทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย อันประกอบด้วยปัจจัยที่สำคัญ 2 ปัจจัย ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นการศึกษาในเชิงพฤติกรรม เพื่ออธิบายถึงเหตุผลของแต่ละบุคคลในการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ (Venkatesh and Davis, 2000 อ้างถึงใน สิงหะ ฉวีสุข และ สุรินทร์ วงศ์จตุรภัทร, 2555) นอกจากนี้ยังมีแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์

2. ด้านประชากร

ได้แก่ ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวน 12,656 คน โดยการศึกษาผู้สูงอายุที่เป็นสมาชิกของชมรมผู้สูงอายุในจำนวน 21 เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 96 ชมรม และเป็นชมรมผู้สูงอายุที่มีจำนวนสมาชิกระบุไว้ในทำเนียบองค์กรชมรมผู้สูงอายุ พ.ศ. 2562 กรุงเทพมหานคร สำนักส่งเสริมและพิทักษ์ผู้สูงอายุ สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชน ผู้ด้อยโอกาส และผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

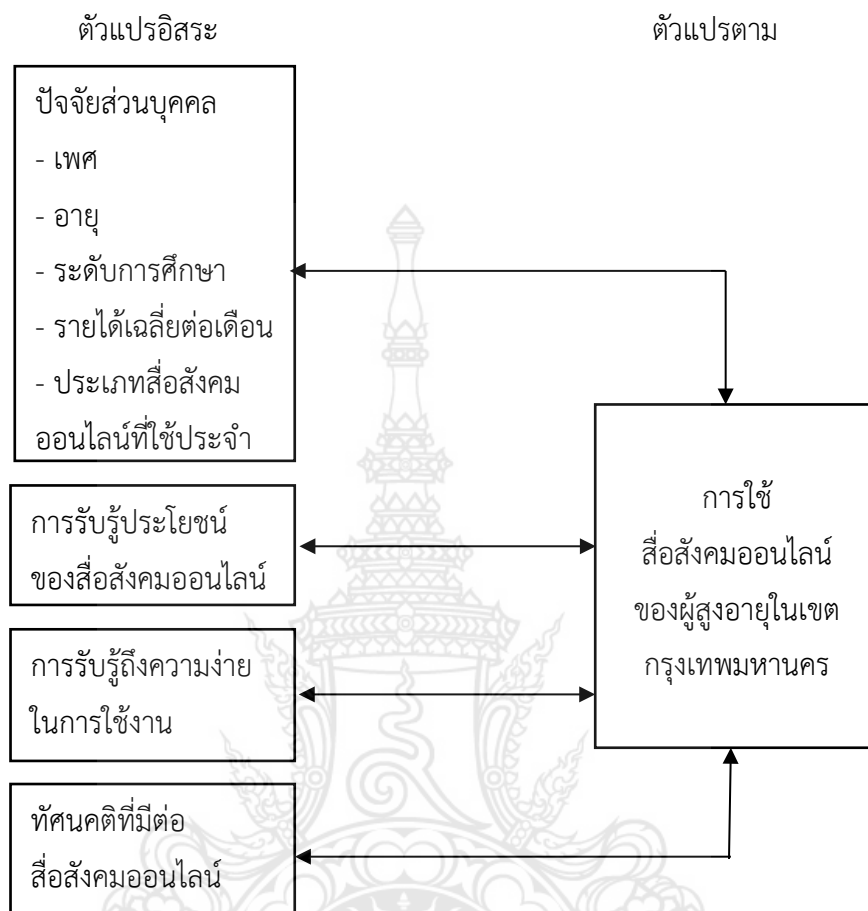
3. ด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการในระหว่างเดือนตุลาคม 2563 ถึงเดือนกันยายน 2564

สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน
2. การรับรู้ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
3. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
4. ทัศนคติที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิดของการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่ทำให้บุคคลต่าง ๆ สามารถสื่อสารกันผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นการติดต่อสื่อสารด้วยการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน ผ่านแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน (Smartphone) และแท็บเล็ต (Tablet) เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) ทวิตเตอร์ (Twitter) และอินสตาแกรม (Instagram) เป็นต้น

ผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งอยู่ในภาวะของผู้สูงอายุที่มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น ทั้งทางร่างกาย สรีระวิทยา จิตใจและการมีส่วนร่วมทางสังคมที่ถดถอยลง โดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้

การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง การทำความเข้าใจในเทคโนโลยี และการตัดสินใจที่จะยอมรับเทคโนโลยีแล้วนำเทคโนโลยีมาใช้ในชีวิตประจำวัน ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ทัศนคติที่มีต่อการใช้อุปกรณ์ และการนำมาใช้จริง เป็นต้น

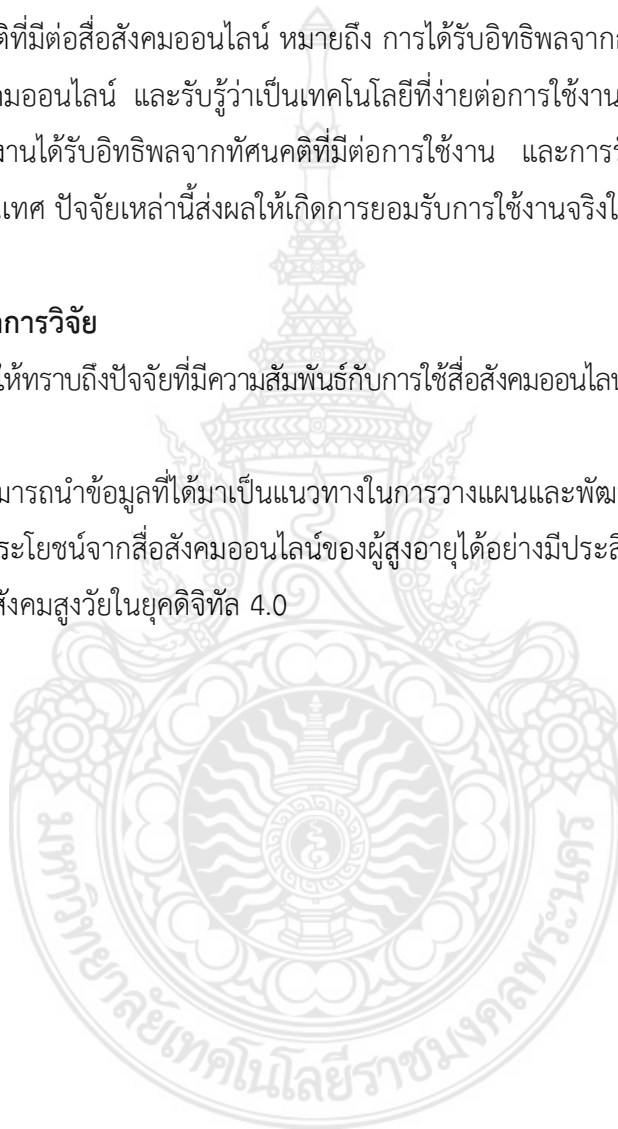
การรับรู้ประโยชน์ หมายถึงระดับความเชื่อถือของบุคคลที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์ในการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงาน และช่วยยกระดับคุณภาพการดำเนินชีวิต ดังนั้นเมื่อผู้ใช้รับรู้ถึงประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์นั้นแล้ว จะส่งผลต่อการยอมรับการใช้งาน

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน หมายถึง ระดับความเชื่อถือในความสามารถของบุคคลที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์ว่าสื่อต่างๆ เหล่านี้มีความง่ายต่อการใช้งาน ง่ายต่อการเข้าถึง และง่ายต่อการเรียนรู้

ทัศนคติที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง การได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และรับรู้ว่าเป็นเทคโนโลยีที่ง่ายต่อการใช้งาน ในขณะที่ความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้งานได้รับอิทธิพลจากทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้เกิดการยอมรับการใช้งานจริงในที่สุด

ประโยชน์ของผลการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
2. สามารถนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนาหลักสูตรเพื่อการจัดฝึกอบรมการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไปเพื่อรองรับสังคมสูงวัยในยุคดิจิทัล 4.0



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี บทความวิชาการ บทความวิจัย และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นกรอบแนวคิดหลักในการดำเนินงานวิจัย ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์

- 1.1 ความหมายและคุณลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์
- 1.2 องค์ประกอบของสื่อสังคมออนไลน์
- 1.3 ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์
- 1.4 หน้าที่ของสื่อสังคมออนไลน์
- 1.5 ประโยชน์และข้อจำกัดของสื่อสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

- 2.1 การรับรู้ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์
- 2.2 การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน
- 2.3 ทักษะการที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุและสื่อสังคมออนไลน์

- 3.1 ความหมายของผู้สูงอายุและการแบ่งกลุ่มอายุตามเกณฑ์
- 3.2 แนวโน้มของประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทย
- 3.3 ผู้สูงอายุกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์
- 3.4 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ

ส่วนที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์

1.1 ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ (Social media หรือ Social network) ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Line, Twitter, Google+, Instagram, YouTube และอื่น ๆ ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในวงกว้างต่อระบบการสื่อสารเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการดำเนินชีวิตประจำวันของบุคคลทุกเพศทุกวัยและการประกอบอาชีพของหลายๆ คนในยุคสังคมดิจิทัล ทำให้สามารถเชื่อมต่อความสัมพันธ์กันอย่างกว้างขวาง ทั้งส่วนบุคคลและเป็นกลุ่ม ไม่จำกัดเวลา สถานที่และอุปกรณ์ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องคอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก

แท็บเล็ต และสมาร์ตโฟน อาจเรียกได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์ได้ก้าวเข้ามาเปลี่ยนโลกแห่งการสื่อสาร ทั้งนี้การให้นิยามความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ ได้มีนักวิชาการและนักวิจัยหลายคนให้ความหมายไว้คล้ายคลึงกัน ดังนี้

มนวรรรัตน์ ผ่องไพบูลย์ (2560) ได้สรุปความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ว่าหมายถึง สื่อที่มีรูปแบบของการใช้เทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์ช่วยในการสร้าง และการแลกเปลี่ยน ข้อมูล ข่าวสาร หรือข้อความผ่านสังคมเสมือนและเครือข่ายคอมพิวเตอร์โดยการเข้าถึงข้อมูลสามารถทำได้ผ่านทั้งทางเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์พกพา และอินเทอร์เน็ต

ธนะวัฒน์ วรรณประภา (2560) ได้ให้ความหมายไว้ว่า สื่อสังคมออนไลน์ เป็นส่วนหนึ่งของ เทคโนโลยีเว็บ 2.0 เป็นเครื่องมือที่ทำงานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทั้งในเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (PC) และอุปกรณ์หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยน การแบ่งปันเรื่องราวเหตุการณ์ต่างๆ ระหว่างบุคคลสองคน หรือกลุ่มบุคคลในลักษณะของการเข้าร่วมในเครือข่ายออนไลน์เดียวกัน

วรพร คำจับ (2562) ได้ให้ความหมายสื่อสังคมออนไลน์ เป็นการสื่อสารโดยผ่านเครือข่าย อินเทอร์เน็ต เป็นการนำเสนอ แบ่งปัน เนื้อหารูปภาพ เสียง ข้อความ คลิปวิดีโอ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยน การแบ่งปันเรื่องราวเหตุการณ์ต่าง ๆ ระหว่างบุคคลสองคน หรือกลุ่มบุคคลในลักษณะของการเข้าร่วมในเครือข่ายออนไลน์เดียวกัน

ณัฐกาญจน์ ศุภรัตน์เมธี และ นุชประภา โมกข์ศาสตร์ (2562) ได้ให้ความหมายสื่อสังคมออนไลน์ ว่าหมายถึง สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการสื่อสารระหว่างกันบนเครือข่ายสังคมผ่านอุปกรณ์ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้สามารถเป็นทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสารที่ผลิตเนื้อหาสารขึ้นเอง (user-generated content) หรือส่งต่อเนื้อหา (content sharing) เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook), ไลน์ (Line), ยูทูบ (YouTube) เป็นต้น

Obar and Wildman (2015) ได้ให้นิยามของสื่อสังคมออนไลน์ ว่าเป็นแอปพลิเคชันบน อินเทอร์เน็ตที่สร้างการเชื่อมโยงกันระหว่างผู้ใช้และเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างขึ้นบนออนไลน์ แอปพลิเคชันฯ สามารถใช้เพื่อโต้ตอบกับผู้อื่นผ่านบล็อก เว็บบอร์ด โซเชียลบุ๊กมาร์ค ชุมชนเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยการสร้าง แบ่งปัน ใช้ร่วมกันของเนื้อหาข้อมูล ภาพถ่าย และวิดีโอ ซึ่งโซเชียลมีเดียที่ได้รับความนิยม ได้แก่ Facebook, WhatsApp, LinkedIn, Skype, Google+, Instagram, Twitter และ Snapchat

Daniel Nations (2021) ได้ให้คำนิยามของสื่อสังคมออนไลน์ว่า เป็นเครื่องมือสื่อสารบน เว็บไซต์และแอปต่าง ๆ เช่น Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat และอื่นๆ ที่ช่วยให้ผู้คน สามารถโต้ตอบซึ่งกันและกันได้ด้วยการแบ่งปันและการบริโภคข้อมูล

กล่าวโดยสรุป สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง เครื่องมือสื่อสารดิจิทัลบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือทราบกันทั่วไปว่าเป็นแอปพลิเคชันที่ให้คุณและกลุ่มบุคคลสร้างโปรไฟล์ของตนเองได้ สามารถพูดคุยโต้ตอบกันได้ นำเสนอ แลกเปลี่ยน และแบ่งปันข่าวสาร ข้อความ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว ระหว่างกันได้อย่างไม่มีข้อจำกัดทั้งเวลา สถานที่ และอุปกรณ์

มนวรรรัตน์ ผ่องไพบุลย์ (2560) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์ไว้ดังนี้

1. สื่อสังคมออนไลน์เป็นอินเทอร์เน็ตแอปพลิเคชันที่ใช้เทคโนโลยี Web 2.0 จึงเป็นรูปแบบของการสื่อสารออนไลน์ ทำให้เนื้อหาที่อยู่บนสื่อสังคมออนไลน์เข้าถึงได้อย่างง่ายและรวดเร็วโดยคนจำนวนมาก

2. เนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ถูกสร้างโดยผู้ใช้งาน เนื้อหาที่มีความหลากหลาย เช่น บทความ ข้อมูล ข่าวสาร นิยาย หรือวิดีโอ ซึ่งสามารถถูกสร้างและเผยแพร่ได้โดยผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ทุกคน ผู้ใช้เป็นผู้เผยแพร่และผู้รับเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ในขณะเดียวกัน

3. ผู้ใช้สามารถสร้างข้อมูลส่วนตัวที่เป็นตัวแทนของผู้ใช้งานบนเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์นั้น โดยอนุญาตให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างข้อมูลส่วนตัว (User profile) เพื่อใช้แทนตัวตนของผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ เช่น บนแอปพลิเคชัน Facebook ผู้ใช้สามารถสร้าง Profile ของผู้ใช้ขึ้นมาเพื่อเป็นตัวแทนในขณะเข้าใช้งาน Facebook

4. สื่อสังคมออนไลน์ช่วยสร้างสังคมออนไลน์ โดยให้ผู้ใช้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลส่วนตัวของตนเองกับผู้ใช้คนอื่นหรือกลุ่มผู้ใช้คนอื่น การเชื่อมโยงนี้เรียกว่าเครือข่าย (Network) สังคมออนไลน์ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างความสัมพันธ์กับผู้ใช้คนอื่นได้ เกิดเป็นเครือข่ายของผู้ใช้คนนั้น หรือในบางครั้งผู้ใช้อาจสร้างความสัมพันธ์กับตัวแทนองค์กรหรือกลุ่มบุคคลได้ด้วย เช่น บน Facebook ผู้ใช้สามารถเป็นเพื่อนกับตัวแทนที่ไม่ใช่บุคคล เช่น เพจสำหรับองค์กรหรือชุมชน

1.2 องค์ประกอบของสื่อสังคมออนไลน์

องค์ประกอบของสื่อสังคมออนไลน์ ประกอบไปด้วยพื้นฐาน 5 ชนิด ดังที่ณัฐกาญจน์ ศุภรัตน์เมธี และ นุชประภา โมกข์ศาสตร์ (2562) ได้อธิบายไว้ดังนี้

1.2.1 ข้อความ เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของมัลติมีเดีย ใช้แสดงรายละเอียด หรือเนื้อหาของเรื่องที่น่าเสนอ ถือเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของมัลติมีเดีย ระบบมัลติมีเดียที่น่าเสนอผ่านจอภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ นอกจากจะมีรูปแบบและสีของตัวอักษรให้เลือกมากมายตามความต้องการแล้วยังสามารถกำหนดลักษณะของการปฏิสัมพันธ์ (โต้ตอบ) ในระหว่างการนำเสนอได้อีกด้วย ซึ่งปัจจุบันมีหลายรูปแบบ ได้แก่

1) ข้อความที่ได้จากการพิมพ์ เป็นข้อความปกติที่พบได้ทั่วไป ได้จากการพิมพ์ด้วยโปรแกรมประมวลผลงาน (Word Processor) เช่น NotePad, Text Editor, Microsoft Word โดยตัวอักษรแต่ละตัวเก็บในรหัส เช่น ASCII

2) ข้อความจากการสแกน เป็นข้อความในลักษณะภาพ หรือ Image ได้จากการนำเอกสารที่พิมพ์ไว้แล้ว (เอกสารต้นฉบับ) มาทำการสแกน ด้วยเครื่องสแกนเนอร์ (Scanner) ซึ่งจะได้ผลออกมาเป็นภาพ 1 ภาพ ปัจจุบันสามารถแปลงข้อความภาพเป็นข้อความปกติได้ โดยอาศัยโปรแกรม OCR ข้อความอิเล็กทรอนิกส์ เป็นข้อความที่พัฒนาให้อยู่ในรูปของสื่อที่ใช้ประมวลผลได้

3) ข้อความไฮเปอร์เท็กซ์ (Hyper Text) เป็นรูปแบบของข้อความที่ได้รับความนิยมสูงมากในปัจจุบัน โดยเฉพาะการเผยแพร่เอกสารในรูปของเอกสารเว็บ เนื่องจากสามารถใช้เทคนิคการลิงก์ หรือเชื่อมข้อความไปยังข้อความหรือจุดอื่นๆ ได้

1.2.2 เสียง ถูกจัดเก็บอยู่ในรูปของสัญญาณดิจิทัลซึ่งสามารถเล่นซ้ำกลับไปกลับมาได้ โดยใช้โปรแกรมที่ออกแบบมาโดยเฉพาะสำหรับการทำงานด้านเสียง หากในงานมัลติมีเดียมีการใช้เสียงที่เข้าใจและสอดคล้องกับเนื้อหาในการนำเสนอจะช่วยให้ระบบมัลติมีเดียนั้นเกิดความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยสร้างความน่าสนใจและน่าติดตามในเรื่องราวต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้เนื่องจากเสียงมีอิทธิพลต่อผู้ใช้มากกว่าข้อความหรือภาพหนึ่งดังนั้นเสียงจึงเป็นองค์ประกอบที่จำเป็นสำหรับมัลติมีเดียซึ่งสามารถนำเข้าสู่เสียงผ่านทางไมโครโฟน, แผ่นซีดี ดีวีดี, เทป และวิทยุ

1.2.3 ภาพนิ่ง เป็นภาพที่ไม่มีเคลื่อนไหว เช่น ภาพถ่าย ภาพวาด และภาพลายเส้น ภาพนิ่งนับว่ามีบทบาทต่อระบบงานมัลติมีเดียมากกว่าข้อความหรือตัวอักษร เนื่องจากภาพจะให้ผลในเชิงการเรียนรู้หรือรับรู้ด้วยการมองเห็นได้ดีกว่า นอกจากนี้ยังสามารถถ่ายทอดความหมายได้ลึกซึ้งมากกว่าข้อความหรือตัวอักษรซึ่งข้อความหรือตัวอักษรจะมีข้อจำกัดทางด้านความแตกต่างของแต่ละภาษา แต่ภาพนั้นสามารถสื่อความหมายได้กับทุกชนชาติ ภาพนิ่งมักจะแสดงอยู่บนสื่อชนิดต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์หรือวารสารวิชาการ เป็นต้น

1.2.4 ภาพเคลื่อนไหว ภาพกราฟิกที่มีการเคลื่อนไหวเพื่อแสดงขั้นตอนหรือปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างสรรค์จินตนาการให้เกิดแรงจูงใจจากผู้ชม การผลิตภาพเคลื่อนไหวจะต้องใช้โปรแกรมที่มีคุณสมบัติเฉพาะทาง ซึ่งอาจมีปัญหาเกิดขึ้นอยู่บ้างเกี่ยวกับขนาดของไฟล์ที่ต้องใช้พื้นที่ในการจัดเก็บมากกว่าภาพนิ่งหลายเท่า

1.2.5 วิดีโอ เป็นองค์ประกอบของมัลติมีเดียที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากวิดีโอในระบบดิจิทัล สามารถนำเสนอข้อความหรือรูปภาพ (ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว) ประกอบกับเสียงได้สมบูรณ์มากกว่าองค์ประกอบชนิดอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม ปัญหาหลักของการใช้วิดีโอในระบบมัลติมีเดียก็คือ การสิ้นเปลืองทรัพยากรของพื้นที่บนหน่วยความจำเป็นจำนวนมาก เนื่องจากการนำเสนอวิดีโอด้วยเวลาที่เกิดขึ้นจริง (Real-Time) จะต้องประกอบด้วยจำนวนภาพไม่ต่ำกว่า 30 ภาพ ต่อวินาที

(Frame/Second) ถ้าหากการประมวลผลภาพดังกล่าวไม่ได้ผ่านกระบวนการบีบอัดขนาดของสัญญาณมาก่อน การนำเสนอภาพเพียง 1 นาทีอาจต้องใช้หน่วยความจำมากกว่า 100 MB ซึ่งจะทำให้ไฟล์มีขนาดใหญ่เกินขนาดและมีประสิทธิภาพในการทำงานที่ลดลง

1.3 ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์มีหลายรูปแบบทั้งประเภทที่เป็นเครื่องมือและการประยุกต์ใช้งานสามารถแบ่งได้ดังนี้ (Williamson, 2013 อ้างถึงใน วราพร คำจับ, 2562 : 147)

1.3.1 เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social networking) เป็นเว็บไซต์ที่บุคคลหรือหน่วยงานสามารถสร้างข้อมูลและเปลี่ยนข้อมูล (สถานะของตน) เผยแพร่รูปภาพภาพเคลื่อนไหว โดยที่บุคคลอื่นสามารถเข้ามาแสดงความชอบ หรือส่งต่อ หรือเผยแพร่ หรือแสดงความเห็น ได้ต่อการสนทนา หรือแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้ ตัวอย่างเช่น Facebook, Badoo, Google+, LinkedIn และ Orkut

1.3.2 ไมโครบล็อก (Micro-blog) เป็นเว็บไซต์ที่ใช้เผยแพร่ข้อมูลหรือข้อความสั้น ในเรื่องที่น่าสนใจเฉพาะด้าน รวมทั้งสามารถใช้เครื่องหมาย # (hashtag) เพื่อเชื่อมต่อกับกลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันได้ ตัวอย่างเช่น Twitter, Blauk, Weibo, Tout และ Tumblr

1.3.3 เว็บไซต์ที่ให้บริการแบ่งปันสื่อออนไลน์ (Video and photo sharing website) เป็นเว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถฝากหรือนำสื่อข้อมูล รูปภาพ วิดีโอขึ้นเว็บไซต์เพื่อแบ่งปันแก่ผู้อื่น ตัวอย่างเช่น Flickr, Vimero, Youtube, Instagram และ Pinterest

1.3.4 บล็อก ส่วนบุคคลและองค์กร (Personal and corporate blogs) เป็นเว็บไซต์ที่ผู้เขียนบันทึกเรื่องราวต่างๆ เสมือนเป็นบันทึกไดอารี่ออนไลน์ สามารถเขียนในลักษณะไม่เป็นทางการ และแก้ไขได้บ่อย ซึ่งบล็อกสามารถใช้ได้ทั้งส่วนบุคคลและกลุ่ม หรือองค์กร ตัวอย่างเช่น Blogger, Wordpress, Bloggang และ Exteen

1.3.5 วิกี และพื้นที่สาธารณะของกลุ่ม (Wikis and online collaborative space) เป็นเว็บไซต์ที่เป็นพื้นที่สาธารณะออนไลน์ เพื่อรวบรวมข้อมูลและเอกสาร ตัวอย่างเช่น Wikipedia, Wikia

1.3.6 เกมออนไลน์ที่มีผู้เล่นหลายคน (Online multiplayer gaming platform) เป็นเว็บไซต์ที่เสนอรูปแบบการเล่นเกมออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสามารถเล่นได้คนเดียวหรือเป็นกลุ่ม ตัวอย่างเช่น Second life และ World of Warcraft

1.3.7 ข้อความสั้น (Instant messaging) การรับส่งข้อความสั้นจากมือถือ ตัวอย่างเช่น SMS (text messaging)

1.3.8 การแสดงตนว่าอยู่ ณ สถานที่ใด (Geo-spatial tagging) เป็นการแสดงตำแหน่งที่อยู่พร้อมความเห็นและรูปภาพในสื่อสังคมออนไลน์ ตัวอย่างเช่น Facebook และ Foursquare

จากการศึกษาผลงานวิจัยของสุชีรา พระมาลา และรุจเรข อัครจิตต์ภักดี (2559 : 458) ได้สรุปผลประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างรู้จักและใช้กันมาก แบ่งตามประเภทดังนี้

1) สื่อประเภทตีพิมพ์หรือบทความ ได้แก่ Blog (ร้อยละ 51.2 เรียงตามลำดับความนิยมคือ Bloggang, Exteen และ Okanation) โดยมีรูปแบบการใช้เพื่อให้ความรู้/ให้ข้อมูลข่าวสาร เพื่อสร้างแบรนด์ในเชิงการตลาด เพื่อการเขียน ไดอารี่ประจำวัน เพื่อแบ่งปันแนวคิด/ข้อคิดต่าง ๆ ให้ความจรรโลงใจ และใช้ในการติดตามข้อมูล/เรื่องราวต่าง ๆ รองลงมาคือ Wikipedia (ร้อยละ 48.8)

2) สื่อประเภทแบ่งปัน ได้แก่ YouTube (ร้อยละ 37.6) รองลงมาคือ Instagram (ร้อยละ 26.7) และ Foursquare (ร้อยละ 11.4) โดยมีรูปแบบการใช้เพื่อการเรียนการสอน ความบันเทิง รับรู้ข้อมูลข่าวสาร และแบ่งปัน เรื่องราวต่าง ๆ ตามลำดับ

3) สื่อประเภทอภิปราย/สนทนา ได้แก่ Line (ร้อยละ 57.8) รองลงมาคือ Skype (ร้อยละ 17.6) และ We chat (ร้อยละ 14.3) โดยมีรูปแบบการใช้คือเพื่อช่วยในการตัดสินใจ เพื่อรับรู้เหตุการณ์/ข้อมูลต่าง ๆ เพื่อแบ่งปันเรื่องราว/ ข้อมูล และเพื่อปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ /การพูดคุยต่าง ๆ ตามลำดับ

4) สื่อประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์/ชุมชนเสมือนจริง คือ Facebook (ร้อยละ 78.6) รองลงมาคือ Google+ (ร้อยละ 17.4) และ Game online (ร้อยละ 4.0) โดยมีรูปแบบการใช้เพื่อให้ความรู้/การเรียนการสอน ติดต่อสื่อสาร/ พูดคุย การตั้งกลุ่มพูดคุยเฉพาะด้าน เพื่อความบันเทิง เพื่อการแบ่งปันข้อมูล เพื่อการสร้างตัวตน และเพื่อการเข้าสังคม/ตามกระแส/ความนิยม ตามลำดับ

5) สื่อประเภทตีพิมพ์แบบไมโครบล็อก คือ Twitter (ร้อยละ 100) ทั้งนี้มีรูปแบบการใช้เพื่อเป็นช่องทางในการ ติดต่อสื่อสาร ติดตามข่าวสาร/ความรู้/ข้อมูลต่าง ๆ ตามกระแสความนิยม และเพื่อแบ่งปันข้อมูล/ข่าวสารต่าง ๆ ตามลำดับ

จากผลสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (2563) สรุปผลว่า Facebook, Youtube และ LINE เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ครองใจคนไทยอย่างต่อเนื่อง โดยผู้ตอบแบบสำรวจ ยกให้ Facebook เป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็น 98.2% รองลงมาคือ YouTube คิดเป็น 97.5% และ LINE คิดเป็น 96.0% สำหรับสื่อสังคมออนไลน์ที่มาแรงในปีนี้อย่าง TikTok ก็ยังได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว โดยมีผู้ใช้บริการ คิดเป็น 35.8%

1.4 หน้าที่ของสื่อสังคมออนไลน์

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์มีจำนวนมากและมีหน้าที่การทำงานที่ทับซ้อนกันโดยแต่ละหน้าที่จะมีผลต่อการเลือกใช้งานของผู้ใช้ และผลกระทบต่อองค์กรที่เลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์แต่ละประเภทตามที่ มนวรรรัตน์ ผ่องไพบูลย์ (2560) ได้อธิบายไว้ดังนี้

1.4.1 การระบุตัวตน (Identity) หมายถึงระดับการเปิดเผยตัวตนที่แท้จริงของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ข้อมูลตัวตนที่แท้จริงของผู้ใช้ ได้แก่ ชื่อ นามสกุล อายุ เพศ อาชีพ และข้อมูลอื่นที่ทำให้สามารถบอกลักษณะตัวตนของผู้ใช้ สื่อสังคมออนไลน์บางสื่อใช้ชื่อจริงบนสื่อสังคมออนไลน์ เช่น LinkedIn เนื่องจากผู้ใช้งานต้องการให้ผู้ใช้อื่นรู้จักตัวตนที่แท้จริงเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ สื่อสังคมออนไลน์หลายสื่อที่ใช้วิธีสร้างข้อมูลส่วนตัว (User profile) ทำให้ผู้ใช้งานสามารถระบุข้อมูลที่ต้องการเปิดเผยและไม่เปิดเผยบนสื่อสังคมออนไลน์ได้ ผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์หลายสื่อในเวลาเดียวกันอาจสร้างตัวตนที่ไม่เหมือนกันในแต่ละสื่อได้ ตัวอย่างเช่น ผู้ใช้ที่ใช้งาน LinkedIn Facebook และ YouTube

1.4.2 การสนทนา (Conversations) หมายถึงการเป็นช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของสังคมทำได้หลายรูปแบบขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของสื่อสังคมนั้น โดยเป็นเรื่องของการติดต่อสื่อสารให้กลุ่มผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้สื่อสารกัน สนทนากัน อย่างเช่น ใน Line ที่มีการสนทนาได้ทั้งส่วนบุคคลและเป็นกลุ่มบุคคล

1.4.3 การแบ่งปันข้อมูล (Sharing) หมายถึงการแลกเปลี่ยน เผยแพร่ และรับข้อมูล ข่าวสาร การแบ่งปันเนื้อหาข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นข้อความ เสียง รูปภาพ วิดีโอ เช่น Pinterest เป็นรูปภาพ และ YouTube เป็นวิดีโอ

1.4.4 การมีตัวตน (Presence) หมายถึงการที่ผู้ใช้งานสามารถระบุได้ว่าผู้ใช้งานอยู่บนสื่อสังคมออนไลน์นั้นหรือไม่ หรือการแสดงว่าผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์กำลังใช้งานอยู่หรือไม่ ตัวอย่างใน Facebook ในฝั่งที่มีการสนทนาจึงจะมีชื่อผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยจะมีปุ่มสีเขียวเล็ก ๆ แสดงว่ากำลัง Active อยู่ให้ทราบว่าผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มีตัวตนอยู่ในขณะนั้น

1.4.5 ความสัมพันธ์ (Relationships) หมายถึงรูปแบบการเชื่อมต่อของผู้ใช้กับผู้ใช้คนอื่น ซึ่งการเชื่อมต่อนี้จะนำไปสู่การสนทนา หรือการแบ่งปันข้อมูลระหว่างผู้ใช้ เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นเฉพาะบนสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ความสัมพันธ์ใน Facebook มีระบุความสัมพันธ์หลายรูปแบบ ได้แก่ ความสัมพันธ์แบบเพื่อน แบบครอบครัว เป็นต้น

1.4.6 ชื่อเสียง (Reputation) ตัวอย่าง YouTube การที่วิดีโอจะบ่งบอกถึงความน่าเชื่อถือหรือไม่ นั่นก็มาจากจำนวนในการเข้าชมและการให้คะแนนของผู้ใช้ ได้แก่ผู้คนเข้ามากด Like หรือ Comment วิดีโอนั้น ๆ และ Facebook ความน่าเชื่อถือหรือชื่อเสียงก็เกิดจากจำนวนของคนชื่นชอบ เป็นต้น

1.4.7 การสร้างกลุ่ม (Groups) หมายถึง ความสามารถของสื่อสังคมออนไลน์ที่จะให้ผู้ใช้สามารถสร้างกลุ่ม กลุ่มย่อยหรือชุมชนขึ้นมา เพื่อเป็นเครือข่ายและเพื่อสร้างความสนใจร่วมในบางสื่อ บางอย่าง ตัวอย่างการสร้างกลุ่มใน Facebook เพื่อเป็นการติดต่อสื่อสารกันภายในกลุ่ม

1.5 ประโยชน์และข้อจำกัดของสื่อสังคมออนไลน์

ณัฐธัญญาญจน์ ศุภรัตน์เมธี และนุชประภา โหมกษ์ศาสตร์ (2562) ได้อธิบายถึงประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ไว้ดังนี้

1.5.1 สื่อสังคมออนไลน์ที่มีลักษณะเป็นการสื่อสารสองทาง หรือการสนทนาที่มีผู้เข้าร่วมได้ทีละหลายคน สามารถโต้ตอบกันได้ทันที ช่วยลดการผูกขาดการแพร่กระจายข่าวสารแบบทางเดียวของสื่อกระแสหลักอย่างหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และวิทยุ ถือเป็นปรากฏการณ์เชิงบวกที่เปิดโอกาสให้พลเมืองเข้ามามีส่วนร่วมต่อประเด็นสาธารณะต่างๆ ในสังคม

1.5.2 เป็นช่องทางที่ประหยัด สะดวก และรวดเร็วในการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ในสิ่งที่สนใจร่วมกันได้อย่างกว้างขวาง สามารถสร้างและต่อยอดความรู้ใหม่ๆ เพื่อพัฒนาเนื้อหาที่มีประโยชน์จนเกิดเป็นคลังข้อมูลความรู้ขนาดย่อม เช่น Wikipedia และเว็บบอร์ดต่างๆ

1.5.3 เป็นช่องทางในการระดมทุน ความคิดเห็น หรือทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านต่างๆ เพื่อการพัฒนาสังคมด้านใดด้านหนึ่ง

1.5.4 เป็นสื่อในการนำเสนอผลงานของตนเอง เช่น ภาพถ่าย บทความ วิดีโอต่างๆ ทั้งที่เป็นสาระประโยชน์และความบันเทิง ช่วยสร้างผลงานและรายได้แก่ตนเองและครอบครัว

1.5.5 เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ทั้งแบบเร่งด่วนและไม่เร่งด่วน เช่น แจ้งจุดเกิดอุบัติเหตุ แจ้งเตือนภัยธรรมชาติ ขอรับบริจาคโลหิต ตำแหน่งงานว่าง เป็นต้น

1.5.6 เป็นสื่อในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์หรือบริการลูกค้าสำหรับบริษัทและองค์กรต่างๆ เพื่อช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า

1.5.7 สื่อสังคมออนไลน์สามารถเข้าถึงได้ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่อย่างสมาร์ทโฟน ซึ่งสะดวกต่อการพกพา ช่วยคลายเครียดและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีจากการสนทนากับเพื่อน และการเปิดรับความบันเทิงต่างๆ ได้

นอกจากสื่อสังคมออนไลน์จะมีประโยชน์อยู่หลายประการสำหรับผู้ใช้งานแล้ว แต่ก็ยังพบข้อจำกัดหลายประการด้วยกัน ดังนี้

1.5.8 การเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวในที่สาธารณะ ซึ่งเอื้อต่อการทำงานของมิชชันนารีหรือผู้ไม่ประสงค์ดี หากไม่ระวังตัวอาจเกิดอันตรายต่อตนเองได้

1.5.9 ถ้ามีการโพสต์รูปผลงานก็เสี่ยงต่อการถูกละเมิดลิขสิทธิ์ ขโมยไอเดียหรือถูกแอบอ้างในทางที่เสียหาย

1.5.10 การโพสต์ข้อความผ่าน Social Media ถือเป็นดาบสองคม บางทีคนโพสต์ไม่ได้คิดอะไรแต่คนอ่านกลับคิด และเป็นจุดเริ่มต้นของความเข้าใจผิดที่นำไปสู่ปัญหาในโลกแห่งความจริงได้

1.5.11 ข้อมูลที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง เช่น ข่าวลือ ข่าวปลอม ข่าวที่ส่งต่อมาแม้จะไม่เจตนา หลอกลวง แต่นำไปสู่การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของผู้อื่น

ส่วนที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี TMB (Technology acceptance model) ตามทฤษฎีของ Davis Bagozze และ Warshaw (1989 อ้างถึงใน สิงหะ ฉวีสุข และ สุนันทา วงศ์จตุรภัทร, 2012) เป็นแบบจำลองทางทฤษฎีที่ประสบความสำเร็จในการคาดการณ์พฤติกรรมของบุคคลในหลากหลายบริบทและเป็นปัจจัยที่เป็นสิ่งกระตุ้นให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีและพบว่าปัจจัยในแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลระหว่างพฤติกรรมความตั้งใจจะใช้เทคโนโลยีกับการใช้เทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง ให้ความสำคัญกับทัศนคติของผู้ใช้เทคโนโลยี

1. External Variable หมายถึง ตัวแปรภายนอก เช่น ประสบการณ์ ความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อ และพฤติกรรมทางสังคม เป็นต้น มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากเทคโนโลยี และการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน

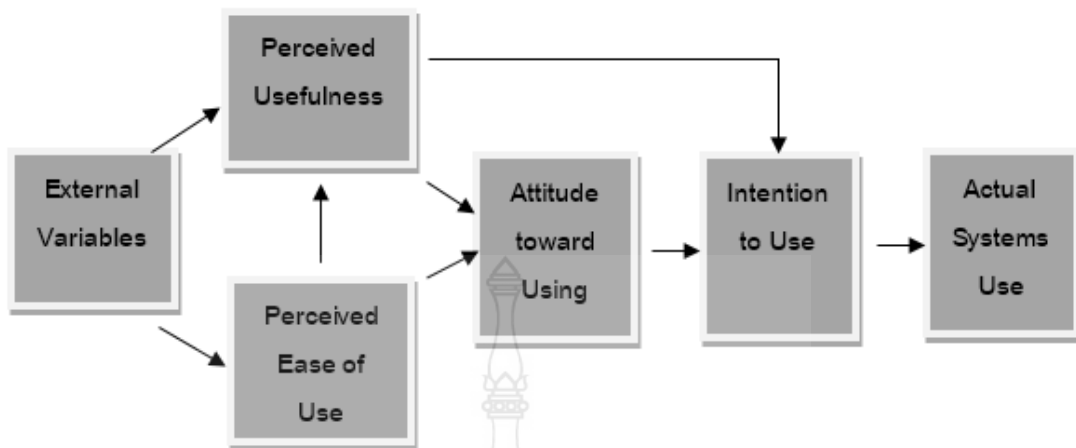
2. Perceived Usefulness หมายถึง การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี กล่าวคือ ปัจจัยที่กำหนดการรับรู้ในแต่ละบุคคลว่า เทคโนโลยีมีส่วนช่วยพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานได้อย่างไร และเป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้ด้วย

3. Perceived Ease to Use หมายถึง การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน กล่าวคือปัจจัยที่กำหนดในแง่ปริมาณหรือความสำเร็จที่ได้รับว่าตรงกับความต้องการหรือที่คาดหวังไว้หรือไม่ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีด้วย

4. Attitude toward Using หมายถึง ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี และการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน ในขณะที่ความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้งานได้รับอิทธิพลจากทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้เกิดการยอมรับการใช้งานจริงในที่สุด

5. Intention to Use หมายถึง ความตั้งใจที่จะใช้งาน ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี

6. Actual Systems use หมายถึง การที่แต่ละบุคคลมีการยอมรับเทคโนโลยี และนำมาใช้งานจริง



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี

ที่มา: Davis Bagozze และ Warshaw (1989 อ้างถึงใน สิงหะ ฉวีสุข และ สุนันทา วงศ์จตุรภัทร, 2012)

2.1 การรับรู้ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์

การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) หมายถึง ระดับความเชื่อถือของบุคคลที่มีต่อเทคโนโลยีสารสนเทศในการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงาน และช่วยยกระดับคุณภาพการดำเนินชีวิต อย่างเช่น เมื่อมีการนำสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์มาให้บริการเพื่อการซื้อขายสินค้าและบริการ ทำให้เกิดความสะดวกรสบาย ลดค่าใช้จ่าย ประหยัดเวลาและการเดินทาง สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง

นอกจากนี้การที่บุคคลเกิดการยอมรับสื่อเทคโนโลยียังมีอีกหลากหลายประเด็นด้วยกัน ที่มีผลมาจากการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ซึ่ง Charness and Boot (2009) ได้กล่าวไว้ว่า ความก้าวหน้าของการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาไอซีที ได้กลายมาเป็นส่วนสำคัญของการทำงาน การศึกษา การดูแลสุขภาพ การติดต่อสื่อสาร และ ความบันเทิง เหล่านี้เป็นเหตุผลของการยอมรับเทคโนโลยี ตัวอย่างเช่น ประโยชน์ด้านการดูแลสุขภาพทั้งการเลือกซื้อเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์และยาสมุนไพร ที่อาจเป็นคุณและโทษต่อสุขภาพร่างกายได้

สื่อสังคมออนไลน์หรือโซเชียลมีเดียนี้ว่ามีประโยชน์มากขึ้น สำหรับผู้สูงอายุที่มีข้อจำกัดในการเคลื่อนไหว ซึ่งไม่ได้ใกล้ชิดกับครอบครัวและเพื่อนในเชิงภูมิศาสตร์อีกต่อไป สื่อสังคมออนไลน์จึงทำให้ผู้สูงอายุสามารถรักษาความสัมพันธ์ทางสังคมและครอบครัวได้ โดยไม่คำนึงถึงเวลาและสถานที่ ปัจจุบันผู้สูงอายุมีความตื่นตัวและมีความกระตือรือร้นมากขึ้น ในการนำเครื่องมือเครือข่ายสื่อสารใหม่ที่สามารถทำให้พวกเขาแบ่งปันกับเครือข่ายผู้ติดต่อ ลิงก์ รูปภาพ วิดีโอ ข่าวสาร และการอัปเดตสถานะที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งได้พัฒนาทักษะและโอกาสในการสื่อสารข้อมูล การค้นหา การแบ่งปันความรู้ และการสร้างความสัมพันธ์ นอกจากนี้ผู้สูงอายุยังรับรู้ถึงประโยชน์โดยตรงจากการใช้คอมพิวเตอร์

เพื่อการกระตุ้นให้นิ้วมือเคลื่อนไหวและสมองได้คิดและจดจำ ด้านความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลและกลุ่มบุคคลผ่านอีเมลและสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ และการรับรู้ถึงการสามารถในการใช้เชื่อมติดต่อกาเพื่อนใหม่หรือกลุ่มใหม่ที่ตนเองให้ความสนใจ เป็นต้น

สรุปได้ว่า บุคคลที่มีแรงจูงใจสูงในการพัฒนาคุณภาพชีวิตอาจรับรู้ถึงประโยชน์มากมายที่สื่อสังคมออนไลน์หรือโซเชียลมีเดียสามารถนำมาได้ ตัวอย่างเช่น ผู้สูงอายุอาจพบว่าโซเชียลมีเดียสะดวกสำหรับการติดต่อลูกหลานที่อาศัยอยู่ในสถานที่ห่างไกลเมื่อใดก็ได้เพื่อให้รู้สึกเหงาน้อยลง (แรงจูงใจจากภายนอก) หรือหาเพื่อนใหม่ที่มีความสนใจคล้ายคลึงกันผ่านโซเชียลมีเดียเพื่อช่วยให้ชีวิตส่วนตัวของพวกเขาดีขึ้นทำให้ไม่เหงา (แรงจูงใจจากภายใน) ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าแรงจูงใจจากภายในและแรงจูงใจจากภายนอกจะสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการรับรู้ถึงประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ (Yang, Yuan, Archer & Ryan, 2016)

2.2 การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) หมายถึง ระดับความเชื่อถือในความสามารถของบุคคลต่อสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ว่าสื่อต่าง ๆ เหล่านี้มีความง่ายต่อการใช้งาน ง่ายต่อการเข้าถึง และง่ายต่อการเรียนรู้ ซึ่งนิยามของการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานของผู้สูงอายุหมายถึง ระดับที่ผู้สูงอายุเชื่อว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยไม่ต้องใช้ความพยายาม การใช้งานง่ายนั้นมีอิทธิพลอย่างมากต่อการยอมรับและการนำเทคโนโลยีไปใช้ของผู้สูงอายุ แต่หากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุเกิดปัญหาทางเทคนิคและการจัดการที่ยุ่งยากมากขึ้น ก็จะเป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับผู้สูงอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า Reisenwitz, Iyer, Kuhlmeier, & Eastman (2007 อ้างถึงในสมาน ลอยฟ้า, 2554) ศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุประมาณร้อยละ 40.0 ไม่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อทำธุรกรรมทางธุรกิจ และผู้สูงอายุผู้หญิงมีความมั่นใจน้อยกว่าผู้ชาย และยังพบว่าผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่าจะมีความสงสัยเกี่ยวกับความสามารถของตนเองน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีอายุน้อยกว่า

กล่าวได้ว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานจะสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการรับรู้ถึงประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งานจะสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความตั้งใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (Yang, Yuan, Archer & Ryan, 2016) ดังนั้นเมื่อบุคคลรับรู้ถึงประโยชน์และรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์แล้ว ย่อมจะก่อให้เกิดความตั้งใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีอยู่หลากหลายประเภทในยุคดิจิทัล

2.3 ทักษะที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์

ทักษะที่มีต่อการใช้สื่อเทคโนโลยี หมายถึง ปฏิกริยาทางความรู้โดยรวมของแต่ละบุคคลที่มีต่อการใช้งาน ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มนี้ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัดคือ 1) ทักษะที่มีต่อพฤติกรรมนำมาใช้วัดระดับ ความดี-ไม่ดี ความเป็นที่พอใจ-ไม่เป็นที่พอใจ และความชอบ-ไม่ชอบ อย่างเช่น ความกังวลเรื่องความเป็นส่วนตัวจะนำไปสู่การเปิดเผยตนเอง ผู้สูงอายุอาจรู้สึกไม่สบายใจที่จะให้คนอื่นรู้สถานการณ์ส่วนตัวของตนเอง เช่น ป่วย สูญเสียคู่สมรส ฯลฯ ในขณะที่สื่อสังคมออนไลน์อนุญาตให้ผู้คนแชร์อัตลักษณ์ส่วนบุคคล ความคิดเห็นส่วนตัว และความคิดเห็นส่วนตัวระหว่างบุคคล ในกลุ่มหรือในที่สาธารณะ ก็ทำให้เกิดข้อกังวลด้านความเป็นส่วนตัวมากขึ้น (Yang, Yuan, Archer & Ryan, 2016) 2) แรงจูงใจจากภายใน นำมาใช้วัดระดับความสามารถในการสร้างความสนุกสนาน ความพอใจ และความสนุก 3) ผลของการใช้งาน ถูกนำไปใช้วัดระดับความน่าสนใจ และความถี่ในการใช้งาน และ 4) ผลที่เกิดขึ้นจากการแสดงพฤติกรรม ใช้วัดระดับความชอบ ความรู้สึกผิดหวัง และความรู้สึกเบื่อ (สิงหะ ฉวีสุข และ สุรินทร์ วงศ์จตุรภัทร, 2555) อย่างเช่น ผู้สูงอายุหลายคนที่เคยใช้คอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ ความสนใจ และรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานคอมพิวเตอร์ (Slewyn, 2014) ฉะนั้นทักษะที่มีต่อการใช้งานสื่อเทคโนโลยีของบุคคล ก็นับเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้บุคคลยอมรับการใช้สื่อเทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ได้เช่นกัน

ส่วนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุและสื่อสังคมออนไลน์

3.1 ความหมายของผู้สูงอายุและการแบ่งกลุ่มอายุตามเกณฑ์

ความหมายของผู้สูงอายุ

คำนิยาม “ผู้สูงอายุ” ซึ่งได้มีหน่วยงานและนักวิชาการให้ความหมายไว้ ดังต่อไปนี้

องค์การอนามัยโลก ได้นิยามผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุ 60 ปี หรือมากกว่าเมื่อนับตามวัย หรือผู้ที่สังคมยอมรับว่าสูงอายุจากการกำหนดของสังคม หรือผู้ที่เกษียณอายุจากการทำงาน เมื่อนับตามสภาพเศรษฐกิจ ในประเทศพัฒนาแล้วส่วนใหญ่จะใช้เกณฑ์ที่อายุ 65 ปี

ชมรมผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย อธิบายความหมายของผู้สูงอายุ หมายถึงผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป เป็นผู้ที่มีความเสื่อมตามสภาพ มีกำลังลดลง เชื่องช้า เป็นผู้สมควรให้การอุปการะ (ชมรมผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย อ้างถึงใน จารุวรรณ พิมพิค้อ, 2552 : 8)

จารุวรรณ พิมพิค้อ (2552 : 8) ได้ให้ความหมายของคำว่าผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปทั้งชายและหญิง โดยนับอายุตามปฏิทินเป็นมาตรฐานสากล ในการเป็นผู้สูงอายุซึ่งทางราชการไทยได้กำหนดให้เป็นเกณฑ์ในการเกษียณอายุราชการของข้าราชการไทย

มหาวิทยาลัยรามคำแหง สำนักหอสมุดกลาง (2552 อ้างถึงในพิชญพงษ์ จิระโกคานนท์, 2553 : 50) ได้ให้คำจำกัดความของผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปทั้งชายและหญิง ซึ่งในการศึกษารวบรวมข้อมูลประชากรผู้สูงอายุ ได้แบ่ง ผู้สูงอายุเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้สูงอายุตอนต้นคือบุคคลที่มีอายุ 60-69 ปี และผู้สูงอายุตอนปลาย คือบุคคลที่มีอายุ 70 ปีขึ้นไป

พิชญพงษ์ จิระโกคานนท์ (2553 : 52) อธิบายถึงความหมายและองค์ประกอบ ของผู้สูงอายุ ว่าหมายถึง ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป โดยมีองค์ประกอบที่มีการเปลี่ยนแปลงของร่างกายและจิตใจไปในทางที่เสื่อมลง มีบทบาททางสังคม และกิจกรรมในการประกอบอาชีพลดลง

องค์การสหประชาชาติ (United Nations : UN) กล่าวว่า ผู้สูงอายุ (Older Person) หมายถึง ประชากรทั้งเพศชายและหญิงที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป โดยได้แบ่งระดับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุเป็น 3 ระดับ (เฉลิมศักดิ์ บุญประเสริฐ, 2560) ได้แก่

1. ระดับการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) หมายถึง สังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งประเทศ หรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปี มากกว่าร้อยละ 7 ของประชากรทั้งประเทศ แสดงว่าประเทศนั้นกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ

2. ระดับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) หมายถึง สังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ หรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปี ขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ หรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปี มากกว่าร้อยละ 14 ของประชากรทั้งประเทศ แสดงว่าประเทศนั้นเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์

3. ระดับสังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มที่ (Super-aged society) หมายถึง สังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ แสดงว่าประเทศนั้นเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มที่

สรุปได้ว่า ผู้สูงอายุ หรือ ผู้สูงวัย หมายถึง บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งอยู่ในภาวะของผู้สูงอายุที่มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นทั้งทางร่างกาย สรีระวิทยา จิตใจ และการมีส่วนร่วมทางสังคมที่ถดถอยลง โดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ และจากในรายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2559 ได้กล่าวถึง สังคมสูงอายุ (Ageing society) หมายถึง สังคมที่ประชากรกำลังมีอายุสูงขึ้น สังเกตได้จาก อัตราร้อยละของประชากรสูงอายุที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ

การแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุ

การกำหนดว่าผู้สูงอายุควรเริ่มเมื่ออายุเท่าใดนั้นขึ้นอยู่กับความแตกต่างกันในแต่ละสังคม แต่ละประเทศ สำหรับสังคมไทยกำหนดว่า ผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลที่มีสัญชาติไทยและมีอายุตั้งแต่ 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป ซึ่งเป็นค่านิยมตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 ทั้งนี้ผู้สูงอายุไม่ได้มีลักษณะเหมือนกันหมด แต่จะมีความแตกต่างกันไปตามช่วงอายุ องค์การอนามัยโลก จึงได้แบ่งเกณฑ์อายุตามสภาพของการมีอายุเพิ่มขึ้น ดังนี้ (จารุวรรณ พิมพิค้อ, 2552 : 9)

1. ผู้สูงอายุ (Elderly) มีอายุระหว่าง 60 – 74 ปี
2. คนชรา (Old) มีอายุระหว่าง 75 – 90 ปี
3. คนชรามาก (Very Old) มีอายุ 90 ปีขึ้นไป

นอกจากนี้ยังสามารถแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุออกเป็น กลุ่มผู้สูงอายุวัยต้น (อายุ 60-69 ปี) เป็นช่วงที่ยังมีพลังช่วยเหลือตนเองได้ กลุ่มผู้สูงอายุวัยกลาง (อายุ 70-79 ปี) เป็นวัยเริ่มมีอาการเจ็บป่วย ร่างกายเริ่มอ่อนแอ มีโรคประจำตัวหรือโรคเรื้อรัง และกลุ่มผู้สูงอายุวัยปลาย (อายุ 80 ปีหรือมากกว่า) ซึ่งเป็นวัยเจ็บป่วยบ่อยขึ้น อวัยวะเสื่อมสภาพ และอาจมีภาวะทุพพลภาพ

การแบ่งผู้สูงอายุเป็น 3 ช่วงดังกล่าว สำหรับในสังคมไทยยังไม่ได้มีข้อสรุปว่าจะมีการจัดประเภทของผู้สูงอายุในลักษณะใด การจัดโดยใช้เกณฑ์อายุก็ยังมีข้อถกเถียงว่ายังไม่เหมาะสม นักวิชาการบางท่านจึงใช้เกณฑ์ความสามารถของผู้สูงอายุแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่ช่วยเหลือตนเองได้ดี

กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่ช่วยเหลือตนเองได้บ้าง

กลุ่มที่ 3 กลุ่มที่ช่วยเหลือตนเองไม่ได้ เนื่องจากมีปัญหาสุขภาพ มีความพิการ

สำหรับนักชราวิทยา ได้แบ่งช่วงของผู้สูงอายุออกเป็น 4 ช่วง (ประเสริฐ ประสมรักษ์, 2551) ดังนี้

1. ช่วงไม่ค่อมแก่ (the young-old)

- อายุประมาณ 60-69 ปี เป็นช่วงที่คนต้องประสบกับความเปลี่ยนแปลงของชีวิตที่เป็นภาวะวิกฤตหลายด้าน เช่น การเกษียณอายุ การจากไปของมิตรสนิท คู่ครอง โดยทั่วไปยังเป็นคนที่แข็งแรง แต่อาจต้องพึ่งพิงผู้อื่นบ้าง สำหรับบุคคลที่มีการศึกษานั้น จะรู้จักปรับตัว ยังเข้าร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ทางสังคมทั้งในครอบครัว และนอกครอบครัว

2. ช่วงแก่ปานกลาง (the middle-aged old)

- อายุประมาณ 70-79 ปี เป็นช่วงที่คนเริ่มเจ็บป่วย และเข้าร่วมกิจกรรมของสังคมน้อยลง

3. ช่วงแก่จริง (the old-old)

- อายุประมาณ 80-90 ปี เป็นช่วงวัยที่ปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมยากขึ้น เพราะสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับคนอายุถึงขั้นนี้ต้องมีความเป็นส่วนตัวมากขึ้น ต้องการความช่วยเหลือจากผู้อื่นมากกว่าในวัยที่ผ่านมา เริ่มย้อนนึกถึงอดีตมากขึ้น

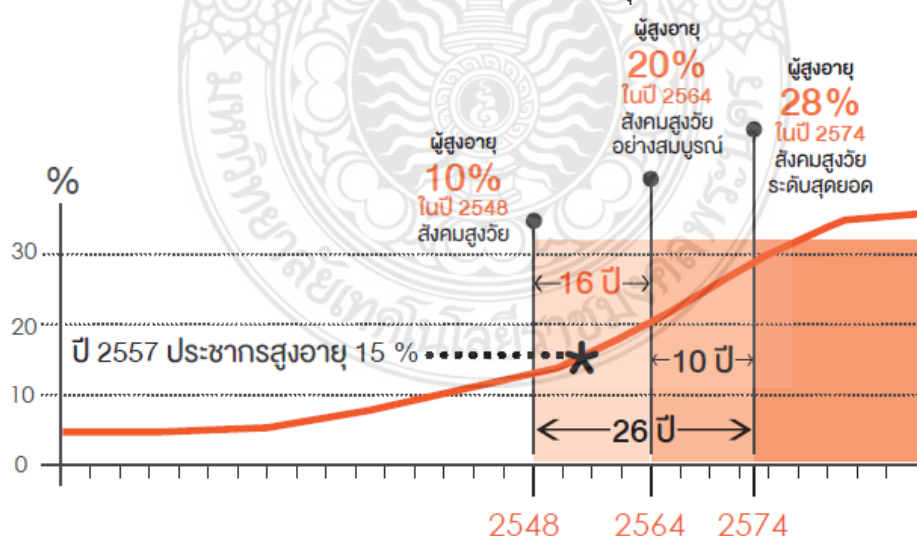
4. ช่วงแก่จริงๆ (the very old-old)

- อายุประมาณ 90-99 ปี ซึ่งผู้ที่มีอายุยืนถึงระดับนี้มีจำนวนค่อนข้างน้อย เป็นช่วงวัยที่มักมีปัญหาทางสุขภาพ ผู้สูงอายุในวัยนี้ควรทำกิจกรรมที่ไม่ต้องมีการแข่งขัน ควรทำกิจกรรมอะไรที่พอออกพอใจและอยากทำในชีวิต

จากการสำรวจประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2557 โดย สำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่าในประเทศไทยมีจำนวนผู้สูงอายุทั้งสิ้น 10,014,705 คน เป็นชาย 4,514,815 คน และหญิง 5,499,890 คน หรือคิดเป็นชาย ร้อยละ 45.1 และหญิงร้อยละ 54.9 ของผู้สูงอายุทั้งหมด เมื่อพิจารณาจำนวนผู้สูงอายุตามการแบ่งช่วงอายุ พบว่า โดยส่วนใหญ่ผู้สูงอายุของประเทศไทยจะมีอายุอยู่ในช่วงวัยต้น (อายุ 60 – 69 ปี) ถึงร้อยละ 56.5 ของผู้สูงอายุทั้งหมด

3.2 แนวโน้มของประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทย

จากการสำรวจประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทยของ สำนักงานสถิติแห่งชาติและมูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย พบว่าประเทศไทยมีจำนวนและสัดส่วนของผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ในขณะที่จำนวนรวมของประชากรไทยกำลังเพิ่มช้าลง จำนวนประชากรสูงอายุกำลังเพิ่มขึ้นด้วยอัตราที่สูงมาก โดยตั้งแต่ปี 2548 ประเทศไทยได้กลายเป็น “สังคมสูงวัย” (Aged society) โดยสัดส่วนประชากรสูงอายุ (60 ปีขึ้นไป) มีจำนวนมากถึงร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด ในปี 2559 มีจำนวนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 16.5 ของประชากรไทยทั้งหมด ประเทศไทยกำลังจะกลายเป็น “สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์” (Complete aged society) ในอีก 7 ปีข้างหน้า คือในปี 2564 โดยมีสัดส่วนมากถึงร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด และในปี 2574 ประเทศไทยก็จะเป็น “สังคมสูงวัยระดับสุดยอด” (Super aged society) โดยมีสัดส่วนประชากรสูงอายุมากถึงร้อยละ 28 ของประชากรทั้งหมด สาเหตุที่ทำให้ประชากรไทยสูงวัยขึ้นได้แก่ อัตราเกิดที่ลดลงอย่างรวดเร็วในเวลา 2-3 ทศวรรษที่ผ่านมา และอายุของคนไทยที่ยืนยาวขึ้น แสดงดังภาพ 2.1



แหล่งข้อมูล:

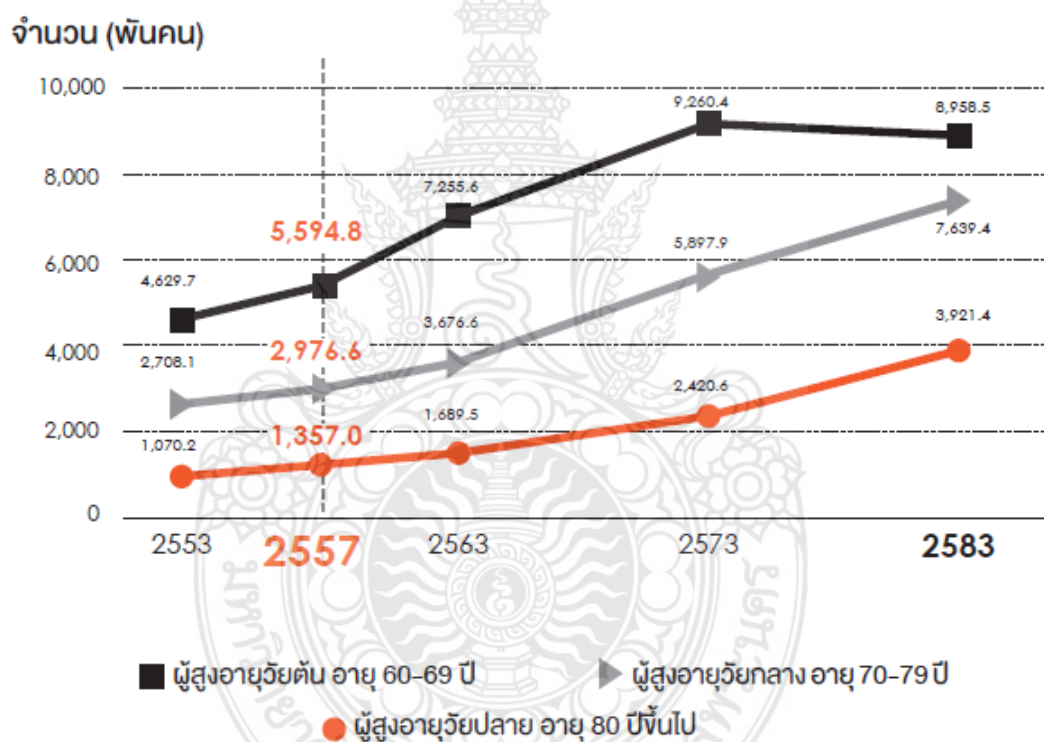
สถานะประชากรและคณะ ปี 2513, 2523, 2533, 2543 และ 2553, สำนักงานสถิติแห่งชาติ

การคาดประมาณประชากรของประเทศไทย ปี 2553-2583, สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ภาพที่ 2.2 การคาดประมาณแนวโน้มประชากรผู้สูงอายุของประเทศไทย ปี 2548 - 2574
ที่มา: มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย (2558)

จากการคาดการณ์โดยประมาณประชากรผู้สูงอายุของประเทศไทย ปี 2553 - 2583 ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มีดังนี้ ในปี 2557 ประเทศไทยมีผู้สูงอายุวัยต้น จำนวน 5.6 ล้านคน (ร้อยละ 8.6 ของประชากรทั้งหมด) ผู้สูงอายุวัยกลางจำนวน 3.0 ล้านคน (ร้อยละ 4.6) และผู้สูงอายุวัยปลายจำนวน 1.4 ล้านคน (ร้อยละ 2.1) ในปี 2563 คาดประมาณว่าจะมีผู้สูงอายุวัยต้น เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 7.2 ล้านคน ผู้สูงอายุวัยกลาง เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 3.6 ล้านคน ผู้สูงอายุวัยปลาย เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 1.7 ล้านคน และในปี 2573 ประมาณว่าจะมีประชากรสูงอายุวัยปลายหรือผู้ที่มีอายุ 80 ปีขึ้นไปเพิ่มขึ้นอีกเกือบเท่าตัว ซึ่งเพิ่มเร็วกว่าผู้สูงอายุในกลุ่มอื่น แสดงดังภาพ 2.2

จำนวนประชากรสูงอายุ วัยต้น วัยกลาง และวัยปลาย



ภาพที่ 2.3 การคาดประมาณแนวโน้มประชากรผู้สูงอายุของประเทศไทยจำแนกตามช่วงอายุ ปี 2553 - 2583

ที่มา: มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย (2558)

ลักษณะที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือแนวโน้มของการที่สัดส่วนของเพศหญิงจะสูงกว่าเพศชายอย่างชัดเจน หรือเรียกว่า ผู้สูงอายุเป็นเรื่องของผู้หญิง (feminization of the elderly) สาเหตุที่ทำให้สัดส่วนของประชากรเพศหญิงมีสูงกว่าประชากรเพศชายในวัยสูงอายุ เนื่องจากอัตราตายของประชากรเพศหญิงที่ต่ำกว่าเพศชาย Knodel และ Chayovan (2008) อ้างในคณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติ,

2553) ได้นำข้อมูลการคาดประมาณประชากร ภายใต้ข้อสมมติฐานภาวะเจริญพันธุ์ระดับกลางขององค์การสหประชาชาติ มาแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ในกลุ่มประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป สัดส่วนของประชากรเพศหญิง จะเพิ่มจากประมาณร้อยละ 55 ในปี พ.ศ. 2553 เป็นประมาณร้อยละ 59 ในปี พ.ศ. 2593 และเป็นที่น่าสังเกตว่า สัดส่วนของประชากรเพศหญิงจะเพิ่มสูงขึ้นตามอายุที่เพิ่มขึ้น ที่เห็นได้ชัดคือ ในกลุ่มผู้สูงอายุวัยปลาย (อายุ 80 ปีขึ้นไป) สัดส่วนของประชากรเพศหญิงจะเพิ่มจากประมาณร้อยละ 64 เป็นประมาณร้อยละ 71 ในปี พ.ศ. 2593

3.3 ผู้สูงอายุกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์

เทคโนโลยีเครือข่ายการสื่อสารเคลื่อนที่ซึ่งอำนวยความสะดวกให้กับสถานการณ์ต่างๆ และความพร้อมในการนำมาใช้งานได้อย่างกว้างขวางในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์อย่างสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต ร่วมกับแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ทำให้ผู้สูงอายุสามารถติดต่อและแบ่งปันข้อมูลกับครอบครัวและเพื่อนฝูงได้ง่ายขึ้นผ่านข้อความ เสียง และภาพ ที่อาจช่วยลดความเหงาและเพิ่มการสนับสนุนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางสังคมให้แก่ผู้สูงอายุ สื่อสังคมออนไลน์สามารถทำให้ผู้สูงอายุยังคงรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับครอบครัวและเพื่อนฝูงได้ แม้ว่าจะอยู่ห่างไกลกันมากเพียงใดก็ตามโดยไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่

ปัจจุบันผู้สูงอายุจำนวนมากให้ความสนใจและยอมรับการใช้อุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ร่วมกับแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ที่ช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถแบ่งปัน ติดต่อ ลิงก์ รูปภาพ วิดีโอ ข่าวสาร และการอัปเดตสถานะตนเอง (Finn, 2010) ส่งผลให้ผู้สูงอายุได้เกิดการเพิ่มทักษะและโอกาสการใช้งานมากขึ้น เพื่อการสื่อสาร การค้นหาข้อมูล การแบ่งปันความรู้ และการสร้างความสัมพันธ์ (Haris, Majid, Abdullah, & Osman, 2014)

แนวโน้มที่น่าสนใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุก็คือการดูแลสุขภาพ เพราะเป็นแหล่งสนับสนุนข้อมูลด้านสุขภาพที่ดีให้แก่ผู้สูงอายุ หรืออย่างกรณีผู้สูงอายุที่เจ็บป่วยก็สามารถค้นหาและรับข้อมูลบริการด้านสุขภาพ การดูแลสุขภาพจากโรคเฉพาะทาง และสามารถติดต่อสนทนากับผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพเพื่อขอความช่วยเหลือทางการแพทย์ได้ (Spagnoletti, Resca, & Sæbo, 2015) ในทางกลับกันจากการศึกษาของ Coelho and Duarte (2016) พบว่า กลุ่มผู้สูงอายุจำนวนหนึ่งอาจมีข้อจำกัดในการใช้สื่อสังคมออนไลน์อันเนื่องมาจากปัจจัยด้านการศึกษา ความรู้ความเข้าใจ ทักษะในการใช้ สรีระทางร่างกายที่เสื่อมถอยลง และประสบการณ์ในการใช้ เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่าผู้สูงอายุบางคนมีความกลัวเรื่องเทคโนโลยีซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งส่งผลต่อข้อจำกัดในการยอมรับสื่อสังคมออนไลน์

3.4 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ

ปัจจุบันกลุ่มผู้สูงอายุได้หันมาให้ความสนใจและใช้งานสื่อสังคมออนไลน์กันเป็นจำนวนมากอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Facebook หรือ Line ซึ่งจากการศึกษาบทความของ Tonkit (2561) ที่ได้รวบรวมกิจกรรมที่นิยมบนโลกออนไลน์ และเหตุผลที่ทำให้ผู้สูงอายุหันมาให้ความสนใจสื่อสังคมออนไลน์กัน สรุปได้ดังนี้

กิจกรรมที่นิยมกันมากของผู้สูงอายุ บน Facebook หรือ Line

- การส่งข้อความหรือภาพ
- การโทรหรือวิดีโอคอล
- การแชร์คอนเทนท์
- การอัปเดตสตั๊ส
- การอัปโหลดรูปและวิดีโอ
- การตอบแชท หรือตอบคอมเมนต์ ฯลฯ

เหตุผลที่ผู้สูงอายุสนใจสื่อสังคมออนไลน์

- 1) ลดช่องว่างระหว่างตนเองกับลูกหลาน ด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการพูดคุย หรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องราวหรือข่าวสารที่เกิดขึ้น และที่สำคัญสามารถเปิดหน้าต่างล่องคูดูแบบวิดีโอได้ ทำให้เหมือนได้อยู่ใกล้กับลูกหลาน
- 2) ได้พบปะสื่อสารกับกลุ่มเพื่อน ๆ ในวัยเดียวกัน (ทั้งเพื่อนเก่าและใหม่) ที่ไม่ค่อยมีโอกาสได้เจอกัน
- 3) เป็นเครื่องมือในการติดตามข่าวสาร ตลอดจนการส่งต่อข้อมูลหรือเรื่องราวที่น่าสนใจ
- 4) เป็นช่องทางในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ได้ตลอดเวลาและง่ายดาย
- 5) ช่วยคลายเหงา คลายความวุ่นวายจากการที่ต้องใช้ชีวิตอยู่บ้านหลังเกษียณ
- 6) การดูแลสุขภาพ สามารถเป็นแหล่งสนับสนุนสุขภาพที่ดี หากผู้สูงอายุมีอาการเจ็บป่วยสามารถค้นหาและรับข้อมูลการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ สามารถให้และรับข้อมูลได้เพื่อจัดการโรคเฉพาะ และสร้างความสัมพันธ์กับผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ

ปัญหาจากการใช้งานโซเชียลของสูงอายุ

- เรื่องสุขภาพ

การใช้งานโซเชียลนานๆ ส่งผลเสียต่อ“สายตา”เนื่องจากใช้เวลาอยู่ที่หน้าจอโทรศัพท์มือถือหรือหน้าจอกอมพิวเตอร์เป็นเวลานาน และยังอาจก่อให้เกิดอาการปวดหลัง เพราะต้องก้มเล่น หากปล่อยไว้ ก็อาจทำให้เกิดอาการเรื้อรังได้

- ถูกหลอกหลวง

ที่ผ่านมา “วัยผู้สูงอายุ” เติบโตมากับการรับสารทางเดียว อย่างหนังสือพิมพ์ หรือสำนักข่าว ผิดไปจากปัจจุบันที่ใครก็สามารถเขียนข่าวบนโลกออนไลน์ได้ เป็นผลให้ผู้สูงอายุที่เพิ่งเล่นใหม่ ๆ อาจไม่รู้ว่า ข่าวสารที่เห็นใน Facebook หรือ Line นั้น เป็นเรื่องหลอกหลวง

- กลายเป็นเครือข่ายแพร่ความเข้าใจผิด ๆ

เครือข่ายในโลกโซเชียลของผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่ก็มักจะเป็นกลุ่มเพื่อนเก่าสมัยเรียน หรือในที่ทำงาน ซึ่งต่างพร้อมส่งข้อความ ข้อมูล หรือข่าวผิด ๆ มาให้โดยไม่รู้ตัว อาทิ การส่งต่อข่าวน้ำมะนาว และโซดา รักษาโรคมะเร็งใน Line แม้เรื่องดังกล่าวเป็นการทำด้วยความหวังดี แต่เมื่อถูกเผยแพร่ออกไปเป็นวงกว้าง ก็สามารถก่อความวุ่นวายในหมู่คนที่ได้รับข่าวสารผิด ๆ ได้เช่นกัน

- เข้าใจผิดเพราะภาพตัดต่อ

ด้วยโปรแกรมโฟโต้ชอปหรือโปรแกรมแต่งภาพสมัยใหม่ที่ดีและเนียนกว่าในอดีต อาจทำให้ผู้สูงอายุหลงเชื่อไปว่าภาพที่ตนได้รับนั้น เป็นภาพเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง จนหลงเชื่อข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง

- ไม่อยากเข้าสังคมในโลกแห่งความจริง

เพราะมีความสุขกับการพูดคุย เห็นหน้า รวมถึงรับรู้ความเคลื่อนไหวผ่าน Facebook หรือ Line จนทำให้บางครั้งอาจหลงลืมการใช้เวลาร่วมกัน การได้พูดคุย การมีปฏิสัมพันธ์ หรือทำกิจกรรมร่วมกันแบบต่อหน้า ทำให้กระทบต่อความสัมพันธ์ในโลกจริง

- เกิดอาการงอนหรือน้อยใจได้ง่าย

เชื่อว่า มีผู้สูงอายุหลายคน เกิดอาการงอน หรือน้อยใจที่เพื่อน ญาติพี่น้อง หรือลูกหลาน ไม่สนใจตอบไลน์ ตอบซ้ำ หรืออ่านแล้วไม่ตอบอยู่บ่อย ๆ จนทำให้เข้าใจผิดกัน คิดว่าไม่ได้รับความสนใจ หรือไม่เห็นคุณค่าข้อความที่ส่งมา ฉะนั้น เพื่อไม่ให้ผู้สูงอายุเกิดอาการเช่นที่ว่ามาในข้างต้น จึงควรจัดระเบียบให้กรู๊ปคนใกล้ตัว เพื่อนสนิท ญาติพี่น้อง และครอบครัว อยู่ในหมวดที่ควรอ่านและควรตอบ

จากผลสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (2563) เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ของ Baby Boomer คือคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2489 -2507 (ผู้ที่มีอายุระหว่าง 56 – 74 ปี) ซึ่งเป็นเจนเนอเรชันที่อยู่ในยุคที่การพัฒนาเทคโนโลยียังไม่ทันสมัยมากเท่าไรนัก ผลสำรวจพบว่า มีการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยรวม 8 ชั่วโมง 41 นาที สื่อสังคมออนไลน์ 3 อันดับแรกของคนวัยนี้ที่นิยม ได้แก่ Facebook, LINE และ YouTube คิดเป็น 95.3%, 93.1% และ 88.4% ตามลำดับ กิจกรรมยอดฮิตบนอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ค้นหาข้อมูล และดูโทรทัศน์/ดูคลิป/ดูหนัง/ฟังเพลงออนไลน์ คิดเป็น 76.0% และ 71.4% ตามลำดับ ส่วนปัญหาจากการใช้อินเทอร์เน็ตที่ Baby Boomer พบเจอมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ปริมาณโฆษณาออนไลน์ที่มารบกวน ความล่าช้าในการเชื่อมต่อ/ใช้งานอินเทอร์เน็ต และไม่มั่นใจว่าข้อมูลที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ตจะเชื่อถือได้ โดยข้อสังเกตสำคัญ คือ ผู้สูงอายุมีความนิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ในทุก

ประเภทมากขึ้น สะท้อนให้เห็นว่าผู้สูงอายุมีรูปแบบการดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย มีการยอมรับเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน โดยจะเห็นว่าผู้สูงอายุเริ่มรู้จักและหันมาใช้นวัตกรรมสื่อสารแบบสื่อสังคมออนไลน์เช่นเดียวกับคนในเจนเนอเรชันอื่นๆ ด้วยวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไปทั้งในแง่ของการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคล และการเข้าถึงข้อมูลทางการตลาด (ดวงทิพย์ เจริญรุกษ์, 2563: 231)

สรุปการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุจะขึ้นอยู่กับแรงจูงใจทั้งภายในและภายนอก เป็นผลการศึกษาของจันจิรา วงษ์สมาน (2563) โดยสามารถแยกออกเป็นด้านต่างๆ ได้ดังนี้

1. ด้านการแสวงหาข้อมูล เนื่องจากปัจจุบันการเข้าถึงข้อมูลต่างๆ เพื่อการแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์ต่อตนเอง ทำให้มีโอกาสได้รับรู้ถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ คำแนะนำในการปฏิบัติตัวต่างๆ เมื่ออยู่ที่บ้าน ข้อมูลทางสุขภาพเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันต่อไป โดยข้อมูลต่างๆ เหล่านี้สามารถค้นหาได้จากสื่อสังคมออนไลน์

2. ด้านการสร้างตัวตน เนื่องจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้ผู้เข้าใช้งานได้มีพื้นที่ในการสร้างตัวตนขึ้นมาบนสื่อสังคมออนไลน์ และสามารถที่จะเผยแพร่เรื่องราวของตนเองผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยลักษณะของการเผยแพร่อาจจะเป็นรูปภาพ วิดีโอ หรือการค้นหาเพื่อนเก่าที่ขาดการติดต่อ

3. ด้านการติดต่อสื่อสาร เนื่องจากการสื่อสารของผู้สูงอายุจะสามารถสื่อสารกับบุคคลที่อยู่ห่างกันได้มากขึ้น การใช้สื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นตัวเลือกที่สำคัญในการใช้เป็นที่สื่อกลางในการติดต่อสื่อสารและยังสามารถสื่อสารกับบุคคลที่หลากหลายได้มากขึ้น สื่อสังคมออนไลน์แต่ละชนิดก็มีความแตกต่างกัน ดังนั้นผู้สูงอายุจะเลือกใช้ตามความสนใจของตน

4. ด้านการใช้เวลารว่าง เนื่องจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์จะใช้ในช่วงเวลาที่ว่างจากภารกิจหรือเรียกได้ว่าเป็นช่วงเวลาของการผ่อนคลาย ดังนั้นหากมีเวลารว่างเพิ่มขึ้นจึงมีพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

5. ด้านการสร้างปฏิสัมพันธ์กับสังคม เนื่องจากผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะมีการพบปะกับสังคมน้อยลงเริ่มห่างจากสังคมดังนั้นเมื่อมีเครือข่ายสังคมออนไลน์เข้ามาจะช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับสังคมได้มากขึ้น จึงเป็นผลให้มีพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นด้วย

6. ด้านความบันเทิง เนื่องจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้ผู้ใช้เกิดความเพลิดเพลินบันเทิงใจ เพื่อผ่อนคลายความเครียด เป็นการฆ่าเวลา ระบายอารมณ์ หรือหลีกเลี่ยงหนีจากปัญหาที่เกิดขึ้นกับชีวิตประจำวัน เป็นการปลีกตัวออกจากโลกแห่งความจริงเข้าไปอยู่ในโลกเสมือนจริงที่สามารถสร้างความสุขได้มากกว่า

7. ด้านธุรกิจ เนื่องจากปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์มีแนวโน้มเพื่อส่งเสริมด้านธุรกิจมากขึ้น ทำให้ผู้สูงอายุสามารถค้นหาสินค้าและบริการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สามารถตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการบนสื่อสังคมออนไลน์ และช่วยให้เข้าถึงสินค้าได้สะดวกและง่ายขึ้น

ส่วนที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จุฑารัตน์ ประเสริฐ (2557) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้แอปพลิเคชันไลน์กับการรับรู้ตนเอง และความสัมพันธ์ระหว่างการใช้แอปพลิเคชันไลน์กับการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นของผู้สูงอายุในสังคมไทย ผลการศึกษาพบว่า 1. ผู้สูงอายุใช้ฟังก์ชันสนทนาส่วนบุคคล สื่อสารกับบุตรหลาน/ญาติพี่น้อง และคนในครอบครัว เพื่อพูดคุย-แลกเปลี่ยน ข้อมูลข่าวสาร/เหตุการณ์ประจำวัน มากที่สุด โดยมีความถี่ในการใช้ฟังก์ชันประเภทต่างๆ ในการสื่อสารกับบุคคลอื่น และในการใช้เพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ อยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด 2. พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ตนเองเชิงบวกของผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้สูงอายุมีการรับรู้ตนเองเชิงบวกในระดับสูง 3. พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์มีความสัมพันธ์กับการสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับผู้อื่นของผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้สูงอายุมีการสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับบุคคลภายในและภายนอกครอบครัวอยู่ในระดับสูงทั้งสองกลุ่ม

กันตพล บรรทัดทอง (2558) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า 1) ผู้สูงอายุใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก 2) ผู้สูงอายุใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีแรงจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับแรงจูงใจมาก ผลการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยนี้เป็นดังนี้ 1) ผู้สูงอายุที่มีอายุรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 2) ผู้สูงอายุที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ช่องทางการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ สถานที่ที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ความบ่อยในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน 3) ผู้สูงอายุที่มีเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้ Facebook, Twitter และ Line แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน 4) แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ

ศตพล เกิดอยู่ (2558) ได้ศึกษาปัจจัยการรับรู้ ทั้งการรับรู้ในประโยชน์ ความง่าย และความเพลิดเพลินที่ส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ โดยศึกษาทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ทั้งในด้านจำนวนเดือนที่ใช้งาน ระยะเวลาที่ใช้งานต่อวัน จุดประสงค์หรือแรงจูงใจหลัก และคุณสมบัติที่ใช้งาน ตลอดจนการรู้เท่าทันการใช้ออปพลิเคชันไลน์ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 51-69 ปี (กลุ่มวัยเบบี้บูมเมอร์) และทั้งหมดเป็นผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า 1) การรับรู้ในประโยชน์ ความง่าย และความเพลิดเพลินในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับทัศนคติที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก 2) ทัศนคติที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับ พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ทั้งในด้านจำนวนเดือนที่ใช้งาน ระยะเวลาที่ใช้งานต่อวัน จุดประสงค์หรือแรงจูงใจหลักในการใช้งาน และคุณสมบัติที่ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก 3) พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ทั้งในด้านจำนวนเดือนที่ใช้งาน จุดประสงค์ หรือแรงจูงใจหลักในการใช้งาน และคุณสมบัติที่ใช้งานมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการรู้เท่าทันการใช้ออปพลิเคชันไลน์ โดยเป็นความสัมพันธ์กันทางบวก และ 4) ลักษณะประชากรกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ที่แตกต่างกันในด้าน เพศ อายุ และการศึกษา จะมีการรู้เท่าทันการใช้ออปพลิเคชันไลน์ที่ไม่แตกต่างกัน

พิทักษ์ ศิริวงษ์ และบัณฑิตา อุณหเลขจิตร (2560) ได้ทำการวิจัยเพื่อศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตตลาด ตำบลสามพราน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม และศึกษาปัญหาและอุปสรรคการใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ตามแนวคิดปรากฏการณ์วิทยา ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อสื่อสารกับครอบครัวและเพื่อน ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้สูงอายุนิยมใช้ในการติดต่อสื่อสาร คือ ไลน์และเฟซบุ๊ก ด้านปัญหาและอุปสรรคในการใช้สื่อสังคมออนไลน์คือ ขาดความรู้และทักษะในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และปัญหาสมรรถภาพทางร่างกายของผู้สูงอายุที่เสื่อมสภาพลงตามกาลเวลา

เฉลิมศักดิ์ บุญประเสริฐ (2560) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้ออปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ พบว่า พฤติกรรมการใช้ออปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุที่เคยใช้คิดเป็นร้อยละ 88 และมีการใช้งานทุกวัน ใช้งานแต่ละครั้งไม่เกิน 30 นาที ช่วงเวลาที่ใช้อยู่คือ 15.01-21.00 น. เรียนรู้การใช้งานจากบุคคลอื่น โดยมีวัตถุประสงค์หลักของการใช้งานคือเพื่อการพูดคุยหรือสนทนากับเพื่อนสนิท การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ ข้อที่มีความเห็นอยู่ในเกณฑ์มากที่สุดคือสามารถพูดคุยกับเพื่อนสนิทและคนในครอบครัวที่อยู่ห่างไกล โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ส่วนในด้านความบันเทิงแอปพลิเคชันไลน์ทำให้ผู้สูงอายุได้สื่อสารกับลูกหลานที่อยู่ห่างไกลได้ตลอดเวลา ในด้านความสะดวกสบายทำให้ผู้สูงอายุสร้างกลุ่มไลน์ และสามารถสนทนาเฉพาะกลุ่มได้ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ ความสะดวกสบายในการใช้งาน และความบันเทิงในการ

ใช้งาน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันไลน์ ส่วนการรับรู้ความง่าย ทัศนคติ และอิทธิพลทางสังคม ไม่ได้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ของผู้สูงอายุจังหวัดเชียงใหม่

วิภาวรรณ ลิขิตเลิศล้ำ และคณะ (2560) ได้ศึกษาความหมายและองค์ประกอบของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างเหมาะสมบนแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร โดยสัมภาษณ์เชิงลึกผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และผู้เชี่ยวชาญด้านผู้สูงอายุ รวม 10 คน ใช้วิธีวิเคราะห์แบบอนุমান พบว่า องค์ประกอบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างเหมาะสมมีขอบเขต 3 ประเด็น ดังนี้ 1) การใช้ให้เกิดประโยชน์ ได้แก่ 1.1) ด้านจิตใจ เป็นการได้รับความกำลังใจ ได้รับความสุข และคลายเหงา 1.2) ด้านค่าใช้จ่ายเป็นการช่วยผู้สูงอายุประหยัดทั้งค่าโทรศัพท์ ค่าเดินทางที่ต้องไปมาหาสู่กัน เป็นต้น 1.3) ด้านการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ 1.4) ด้านการสื่อสาร เป็นการติดต่อสื่อสาร ส่งข่าวคราวถึงกันและกัน ทำให้ผู้สูงอายุได้รับรู้ข้อมูลเรื่องราวต่างๆ ในปัจจุบันได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่ถูกจำกัดด้วยระยะทาง หรือสุขภาพร่างกายที่ถดถอยเสื่อมสภาพลงทุกวัน และ 1.5) ด้านการบันทึกข้อมูล เป็นบันทึกประจำวันเหมือนไดอารี่เพื่อเก็บเป็นความทรงจำส่วนตัว บันทึกสิ่งที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้นๆ ทำให้สามารถย้อนกลับมาดูได้ตลอดเวลา ทำให้ผู้สูงอายุได้ทบทวนความทรงจำในช่วงเวลานั้นๆ ได้ 2) การใช้โดยไม่เกิดอันตรายต่อตนเองและผู้อื่น เป็นการใช้อย่างไม่ประมาทและศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติม จะทำให้ไม่ถูกหลอกง่ายโดยการตรวจสอบแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ และ 3) การใช้อย่างพอดีทั้งเนื้อหาและเวลา เป็นการใช้ข้อมูลอย่างพอดีเหมาะสมด้วยการส่งต่อข้อมูลที่ไม่มากและส่งไม่ถึงเกินไป ตลอดจนการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เมื่อมีเวลาว่าง โดยไม่ใช้เป็นเวลานานหรือใช้ทั้งวัน เป็นต้น

พิชญาวี คณะผล (2561) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ ในจังหวัดนนทบุรี ประกอบไปด้วยข้อมูล 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านเจตคติ และด้านทักษะการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามลักษณะทางประชากร ผลการศึกษาว่า เพศชายกับเพศหญิงมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน สถานะภาพสมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน และรายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรีที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านเจตคติ รองลงมาด้านความรู้ และด้านทักษะการใช้บริการ ส่วนมากมีทักษะในการการใช้บริการ Facebook, Line, YouTube และศึกษาระดับผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี มีทั้งหมด 6 ด้าน

คือ ด้านการสื่อสาร ด้านการแสดงออก ด้านเวลา ด้านสังคม ด้านบันเทิง และด้านธุรกิจ พบว่า ผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านการสื่อสาร ด้านการแสดงออก ด้านเวลา ด้านสังคม ด้านบันเทิง และด้านธุรกิจ ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการสื่อสาร รองลงมาด้านการแสดงออก และด้านเวลา ตามลำดับ

สุทธยา สมสุข (2563) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ กระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ และความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก กับกระบวนการตัดสินใจซื้อ เก็บข้อมูลจากผู้สูงอายุในจังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุใช้เฟซบุ๊กมานาน มากกว่า 2 ปี ใช้สัปดาห์ละ 5 – 6 ครั้ง เพื่อติดต่อกับคนในครอบครัว มีเพื่อนในเฟซบุ๊กมากกว่า 50 คน ส่วนใหญ่ เป็นญาติพี่น้อง ใช้ในช่วงเวลาระหว่าง 16.01-18.00 น. และในที่พักอาศัยของตนเอง ใช้เฟซบุ๊กเพื่อติดตาม การโพสต์ของญาติพี่น้อง กระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้สูงอายุขึ้นอยู่กับความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำนวนเพื่อนในเฟซบุ๊ก และสถานที่ที่นิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ซึ่งทุกประเด็นมีความสัมพันธ์ ในระดับปานกลางยกเว้นระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กที่มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ณ ระดับ นัยสำคัญ 0.05 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย คือ ผู้สูงอายุที่มีเพื่อนในเฟซบุ๊กตั้งแต่ 50 คนขึ้นไปและใช้เฟซบุ๊ก มากกว่า สัปดาห์ละครั้งเป็นกลุ่มที่มีการตัดสินใจซื้อผ่านระบบออนไลน์ โดยเฉพาะ เมื่ออยู่นอกบ้าน เป็นกลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจ

ดวงทิพย์ เจริญรุกษ์ (2563) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์และการยอมรับนวัตกรรมจากการใช้ประโยชน์สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภท Facebook มากที่สุด ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร พบว่า โปรแกรมสื่อออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้มากที่สุด คือ เฟซบุ๊ก (Facebook) ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร พบว่า ประโยชน์ด้านสามารถติดต่อกับผู้อื่นได้ อย่างสะดวก ประหยัดเงินและเวลาอยู่ในระดับมากที่สุด มีระดับการยอมรับนวัตกรรมสื่อสังคมออนไลน์ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งานจริงมากที่สุด การทดสอบสมมติฐานพบว่า 1) ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ด้านเพศ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้/เดือน และอาชีพปัจจุบัน มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน มีเพียงลักษณะประชากรด้านสถานภาพเท่านั้นที่ไม่แตกต่างกัน 2) ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ด้านระดับการศึกษาสูงสุด รายได้/เดือน และอาชีพปัจจุบัน มีการยอมรับนวัตกรรมสื่อสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน มีเพียงด้านเพศและสถานภาพเท่านั้นที่ไม่แตกต่างกัน

และ 3) พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและการยอมรับนวัตกรรมสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กัน

โสภัทร นาสวัสดิ์ (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง รูปแบบของสื่อดิจิทัลที่ส่งผลกระทบต่อผู้สูงอายุ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบของสื่อดิจิทัลที่ส่งผลกระทบต่อผู้สูงอายุ ศึกษาผลของการใช้สื่อดิจิทัลที่ส่งผลกระทบต่อผู้สูงอายุ และเพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้สื่อดิจิทัลของผู้สูงอายุ โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถาม และคำตอบจากการสนทนากลุ่ม ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุมีรูปแบบการใช้สื่อที่วีดิทัศน์และใช้แอปพลิเคชันไลน์มากที่สุด โดยใช้เพื่อติดตามข่าวสาร ติดต่อสื่อสาร และความบันเทิง ตามลำดับ การสืบค้นข้อมูลที่นิยมมากที่สุดคือ Google โดยมีการเข้าถึงโซเชียลมีเดียผ่านโทรศัพท์มือถือมากที่สุด ผลของการใช้สื่อดิจิทัล พบว่า ผู้สูงอายุใช้สื่อดิจิทัลเพื่อความบันเทิงมากที่สุด นอกจากนั้นยังได้รับข้อมูลข่าวสาร การติดต่อสื่อสาร และ ประโยชน์จากการใช้สื่อดิจิทัล ผู้สูงอายุมีความพึงพอใจในการใช้สื่อดิจิทัลในระดับมาก โดยผลกระทบจากสื่อโทรทัศน์ดิจิทัลมีมากที่สุด รองลงมาคือโทรศัพท์มือถือ และอินเทอร์เน็ต โดยผลกระทบของสื่อดิจิทัลต่อผู้สูงอายุคือ ได้รับข้อมูลได้ง่าย ทันสมัย รวดเร็ว และได้รับความเพลิดเพลิน สนุกสนานจากการใช้สื่อดิจิทัล

Teng & Joo (2017) ได้ศึกษาและวิเคราะห์การใช้โซเชียลมีเดีย: การศึกษาผู้สูงอายุในมาเลเซีย มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดและทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างผู้สูงอายุกับโซเชียลมีเดีย และวิธีการใช้โซเชียลมีเดียในชีวิต โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้โซเชียลมีเดียเพื่อติดต่อกับครอบครัว เพื่อนฝูง และเพื่อการพักผ่อน ผลการวิจัยสรุปได้ว่าผู้สูงอายุใช้โซเชียลมีเดียแตกต่างกันตามความต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification) เมื่อพิจารณาถึงการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุที่มีต่อโซเชียลมีเดียเป็นปัญหาที่ต้องดูแล เพราะความก้าวหน้าของโซเชียลมีเดียทำให้ผู้ที่มีความสะดวกในการรับข้อมูลและมีการแบ่งปันข้อมูล เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลโดยตรงทุกที่ทุกเวลา แต่ในทางกลับกันพบว่า เมื่อผู้สูงอายุมีส่วนร่วมในโซเชียลมีเดียแล้ว หากหมกมุ่นอยู่กับโซเชียลมีเดียมากเกินไป จะทำให้เกิดการลืมนัดหมายแบบเห็นหน้ากัน และทักษะทางสังคมจะเสื่อมลง ในขณะที่เดียวกันผลกระทบของโซเชียลมีเดียที่มีต่อผู้สูงอายุก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเนื่องจากความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ไม่ได้ปลูกฝังให้ชีวิตในวัยเด็กของผู้สูงอายุ ดังนั้นกลุ่มวัยนี้จึงมีแนวโน้มที่จะหมกมุ่นอยู่กับโซเชียลมีเดียมากกว่าคนหนุ่มสาว ทั้งนี้เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์ได้ถูกเชื่อมต่อและเสริมสร้างความสามารถในการเข้าถึงสังคมของผู้สูงอายุด้วยความเร็วของเทคโนโลยี

Ramzan, Adeeb & Asif (2019) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยจูงใจในการยอมรับสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ เพื่อตรวจสอบว่าปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อผู้สูงอายุในการใช้และไม่ใช้โซเชียลมีเดีย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน กับการยอมรับสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสุ่มประชากรจำนวน 150 คน ที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติ การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับการยอมรับสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ และความกลัวต่อเทคโนโลยีเป็นอุปสรรคสำคัญในการยอมรับสื่อสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยนี้มีประโยชน์สำหรับบริษัทโซเชียลมีเดียและนักพัฒนาในการดูแลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้ การใช้งานง่ายแบบอักษรและสีของเว็บไซต์ที่ง่ายในการใช้งาน ทั้งนี้เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถใช้เว็บไซต์โซเชียลมีเดียได้อย่างสบายใจและเกิดความมั่นใจ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการช่วยผู้สูงอายุในการนำโซเชียลมีเดียไปใช้ในชีวิตประจำวัน



บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการสำรวจข้อมูลเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีขั้นตอนดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรของการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวน 12,656 คน ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเฉพาะผู้สูงอายุที่เป็นสมาชิกของชมรมผู้สูงอายุในจำนวน 21 เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 96 ชมรม และเป็นชมรมผู้สูงอายุที่มีจำนวนสมาชิกครบไว้ในทำเนียบองค์กร ชมรมผู้สูงอายุ พ.ศ. 2562 กรุงเทพมหานคร ซึ่งจัดทำขึ้นจากการสำรวจโดยสำนักส่งเสริมและพิทักษ์ผู้สูงอายุ สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชน ผู้ด้อยโอกาส และผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ปรากฏดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนผู้สูงอายุ พ.ศ. 2562 ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามจำนวนสมาชิกตามชมรม

ลำดับที่	ชมรมผู้สูงอายุจำแนกตามเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร	จำนวน (ชมรม)	สมาชิก (คน)
1	ชมรมผู้สูงอายุเขตดอนเมือง	3	67
2	ชมรมผู้สูงอายุเขตคลองสาน	3	1,496
3	ชมรมผู้สูงอายุเขตจอมทอง	2	136
4	ชมรมผู้สูงอายุเขตทุ่งครุ	3	173
5	ชมรมผู้สูงอายุเขตธนบุรี	7	754
6	ชมรมผู้สูงอายุเขตบางขุนเทียน	18	1,520
7	ชมรมผู้สูงอายุเขตบางบอน	1	278
8	ชมรมผู้สูงอายุเขตราษฎร์บูรณะ	3	1,003
9	ชมรมผู้สูงอายุเขตพระนคร	4	977

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ลำดับที่	ชมรมผู้สูงอายุจำแนกตามเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร	จำนวน (ชมรม)	สมาชิก (คน)
10	ชมรมผู้สูงอายุเขตสะพานสูง	2	728
11	ชมรมผู้สูงอายุเขตบางซื่อ	13	776
12	ชมรมผู้สูงอายุเขตราชเทวี	3	681
13	ชมรมผู้สูงอายุเขตมีนบุรี	2	260
14	ชมรมผู้สูงอายุเขตภาษีเจริญ	1	115
15	ชมรมผู้สูงอายุเขตจตุจักร	11	1,765
16	ชมรมผู้สูงอายุเขตพญาไท	4	263
17	ชมรมผู้สูงอายุเขตลาดพร้าว	5	616
18	ชมรมผู้สูงอายุเขตบางจาก	1	52
19	ชมรมผู้สูงอายุเขตป้อมปราบ	4	515
20	ชมรมผู้สูงอายุเขตดุสิต	3	316
21	ชมรมผู้สูงอายุเขตวัฒนา	3	165
	รวมทั้งสิ้น	96	12,656

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย เป็นผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 368 คน โดยดำเนินการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบบหลายขั้นตอน ดังนี้

1. กำหนดขนาดจำนวนเขตพื้นที่ชมรมผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีแบบเจาะจง จากทั้งหมด 21 เขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร โดยเลือกมา 5 เขต ได้แก่ เขตพระนคร เขตบางซื่อ เขตจตุจักร เขตราชเทวี และเขตดุสิต

2. กำหนดขนาดจำนวนชมรมผู้สูงอายุจาก 5 เขต ได้จำนวนชมรมผู้สูงอายุ 34 ชมรม โดยมีสมาชิกทั้งหมด 4,515 คน

3. กำหนดขนาดจำนวนผู้สูงอายุได้เท่ากับ 368 คน ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ จากตาราง

สำเร็จรูปคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555 : 47) และกระจายสัดส่วนไปยังชมรมต่างๆ ที่สุ่มได้ เพื่อให้ได้ตัวแทนของประชากรที่เหมาะสม

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและสอดคล้องกับกรอบแนวคิดของการวิจัย

แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ทักษะคิดที่มีต่อการใช้งาน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีข้อคำถามจำนวน 20 ข้อ ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) ดังนี้

5	หมายถึง	ผู้ตอบมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	ผู้ตอบมีความคิดเห็นในระดับมาก
3	หมายถึง	ผู้ตอบมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง
4	หมายถึง	ผู้ตอบมีความคิดเห็นในระดับน้อย
1	หมายถึง	ผู้ตอบมีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 การใช้สื่อสังคมออนไลน์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีข้อคำถามจำนวน 10 ข้อ ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) ดังนี้

5	หมายถึง	ผู้ตอบมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	ผู้ตอบมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับมาก
3	หมายถึง	ผู้ตอบมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง
2	หมายถึง	ผู้ตอบมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับน้อย
1	หมายถึง	ผู้ตอบมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นที่คำนวณได้ กำหนดเป็นช่วงคะแนน ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555 : 456)

คะแนนเฉลี่ย	4.50 – 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.49	หมายถึง	ระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.50 – 3.49	หมายถึง	ระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย	1.50 – 2.49	หมายถึง	ระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.49	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้สูงอายุ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended)

3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดำเนินการดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร ตำรา สิ่งพิมพ์ บทความ รายงานการประชุมสัมมนาทางวิชาการ เว็บไซต์ และงานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ

2. สร้างแบบสอบถามเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและระดับปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และทัศนคติที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์ และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ

3. นำแบบสอบถามเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมด้านเนื้อหา และความชัดเจนของข้อคำถาม (Content Validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item – Objective Congruence : IOC) ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิได้ประเมินข้อคำถามแต่ละข้อ และมีเกณฑ์การให้คะแนน 3 ระดับ ดังนี้ (มนต์ชัย เทียนทอง, 2548 : 118)

- +1 หมายถึงแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นวัดตรงตามวัตถุประสงค์หรือตรงตามเนื้อหา
- 0 หมายถึงไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นวัดตรงตามวัตถุประสงค์หรือตรงตามเนื้อหา
- 1 หมายถึงแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่ได้วัดตรงตามวัตถุประสงค์หรือตรงตามเนื้อหา

$$\text{แล้วนำคะแนนที่ได้มาแทนค่าในสูตร } IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC แทน ค่าดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยเกณฑ์การพิจารณาความตรงของข้อคำถาม มีดังนี้

- ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 – 1.00 คัดเลือกไว้ใช้ได้
- ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ควรพิจารณาปรับปรุงหรือตัดทิ้ง

ค่า IOC ที่ได้มีค่าตั้งแต่ 0.4 – 1.0 ซึ่งข้อตกลงการเลือกข้อคำถาม ค่า IOC จะต้องมีค่ามากกว่า 0.5 ดังนั้นจึงได้นำข้อคำถามที่มีค่า IOC เท่ากับ 0.4 มาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และได้ทุกข้อคำถามมีค่า IOC เกินกว่า 0.5 และได้ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดเท่ากับ 0.90

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิไปทดลองใช้ (try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน
5. นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้แล้วมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach (Cronbach's Coefficient Alpha) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.892
6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้ว ไปใช้เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามและเก็บรวบรวมด้วยตนเอง โดยติดต่อประสานงานกับชมรมผู้สูงอายุ เพื่อขอความร่วมมือในการติดต่อกับผู้สูงอายุ
2. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม โดยได้รับแบบสอบถามที่ตอบสนองสมบูรณ์และครบถ้วน จำนวน 320 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 86.95

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ดำเนินการดังนี้

1. คุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)
2. ระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์ และระดับความคิดเห็นของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. เปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล วิเคราะห์โดยใช้ t-test และ One-Way ANOVA (F-test)
4. ปัจจัยด้านปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และทัศนคติที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ วิเคราะห์โดยใช้การหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation)
5. ข้อมูลจากแบบสอบถามแบบปลายเปิด ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 320 คน ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ประจำ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ ได้แก่

- ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์
- ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน
- ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 5 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการยอมรับสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 6 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติม

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ประจำ โดยมีรายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n = 320)		
ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	105	32.8
หญิง	215	67.2
อายุ		
60 – 64 ปี	164	51.3
65 – 69 ปี	107	33.4
70 – 74 ปี	37	11.6
75 – 79 ปี	7	2.2
80 ปีขึ้นไป	5	1.6
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	23	7.2
มัธยมศึกษาตอนต้น	53	16.6
มัธยมศึกษาตอนปลาย	65	20.3
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	50	15.6
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)/อนุปริญญา	42	13.1
ปริญญาตรี	77	24.1
ปริญญาโทขึ้นไป	10	3.1

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 1,000 บาท	5	1.6
1,000 – 4,999 บาท	32	10.0
5,000 – 9,999 บาท	56	17.5
10,000 – 19,999 บาท	105	32.8
20,000 – 29,999 บาท	78	24.4
30,000 บาท ขึ้นไป	44	13.8
รวม	320	100.0
ประเภทสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ประจำ (เรียงลำดับความถี่)		
เฟซบุ๊ก (Facebook)	294	91.9
ไลน์ (Line)	235	73.4
ยูทูบ (YouTube)	212	66.2
ติ๊กต็อก (Tik-Tok)	106	33.1
ทวิตเตอร์ (Twitter)	40	12.5

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67.2 ที่เหลือเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 32.8 อายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 60 – 64 ปี คิดเป็นร้อยละ 51.3 รองลงมาอายุระหว่าง 65 – 69 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.4 ส่วนน้อยที่สุดมีอายุ 80 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.6 ระดับการศึกษามากที่สุด คือระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 24.1 รองลงมาเป็นระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 20.3 ส่วนน้อยที่สุดคือ ระดับปริญญาโทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.1 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,000 – 19,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมามีรายได้อยู่ระหว่าง 20,000 – 29,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.4 และส่วนน้อยมีรายได้ต่ำกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.6

นอกจากนี้ยังพบว่าประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้กันเป็นประจำ อันดับหนึ่งคือ เฟซบุ๊ก (Facebook) คิดเป็นร้อยละ 91.9 รองลงมาคือ ไลน์ (Line) คิดเป็นร้อยละ 73.4 และ ยูทูบ (YouTube) คิดเป็นร้อยละ 66.2 ส่วนน้อย ได้แก่ ติ๊กต็อก (Tik-Tok) คิดเป็นร้อยละ 33.1 และน้อยที่สุดคือ ทวิตเตอร์ (Twitter) คิดเป็นร้อยละ 12.5

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านการยอมรับสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน โดยมีรายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็นของปัจจัยการยอมรับสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกเป็นรายด้าน

(n = 320)			
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. สื่อสังคมออนไลน์ทำให้สะดวกในการติดต่อบุตรหลานและครอบครัวที่อาศัยอยู่ในสถานที่ห่างไกลเมื่อใดก็ได้	4.06	0.644	มาก
2. สื่อสังคมออนไลน์ทำให้ได้ค้นหาข้อมูล ความรู้และรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพร่างกาย	3.90	0.882	มาก
3. สื่อสังคมออนไลน์ทำให้ได้กระตุ้นความสามารถในการคิด การเรียนรู้ การอ่าน ความจำ และชะลออาการภาวะสมองเสื่อม	3.66	0.712	มาก
4. สื่อสังคมออนไลน์ทำให้ค้นหาข้อมูลเพื่อสร้างความสุข สนุกสนาน เพลิดเพลิน เช่น การเดินทางท่องเที่ยว การกีฬา การฟังเพลง และการรับชมภาพยนตร์ เป็นต้น	3.84	0.811	มาก
5. สื่อสังคมออนไลน์ทำให้สร้างสังคมใหม่และพบเพื่อนใหม่ รวมทั้งสามารถเปิดรับและแบ่งปันข้อมูลข่าวสารระหว่างกลุ่มเพื่อนสมาชิก	2.81	1.075	ปานกลาง
6. สื่อสังคมออนไลน์ทำให้ติดต่อสนทนากับผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพเพื่อขอความช่วยเหลือทางการแพทย์ได้	2.51	1.356	ปานกลาง
7. สื่อสังคมออนไลน์สามารถสั่งซื้ออาหาร สินค้าและบริการได้ด้วยตนเอง ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายการเดินทาง	3.67	0.597	มาก
8. สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้การทำงานของท่านสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น	3.44	1.223	ปานกลาง

ตารางที่ 3 (ต่อ)

(n = 320)

ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
9. ท่านใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ โดยไม่ต้องใช้ความพยายามมาก	3.30	1.160	ปานกลาง
10. ท่านดาวน์โหลดแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ มาใช้ได้โดยง่าย	3.01	1.255	ปานกลาง
11. ท่านสามารถเรียนรู้การใช้แอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว	3.06	1.381	ปานกลาง
12. ท่านสามารถจดจำและเข้าใจถึงการใช้งานของแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ได้โดยง่าย	2.89	1.462	ปานกลาง
13. ท่านสามารถถ่ายทอดการใช้งานแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ให้กับบุคคลอื่นได้	2.10	1.687	น้อย
14. ท่านใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ได้ตลอดเวลาและง่ายดาย	3.40	1.203	ปานกลาง
15. ท่านรู้ว่าสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางที่บุคลากรทางการแพทย์สามารถติดต่อสื่อสารให้คำปรึกษาในการดูแลสุขภาพได้สะดวก รวดเร็ว	3.49	1.144	ปานกลาง
ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
16. ท่านรู้สึกสบายใจและเกิดความมั่นใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวัน	2.51	1.311	ปานกลาง
17. ท่านรู้สึกกังวลเรื่องความเป็นส่วนตัวในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพราะอาจนำไปสู่การเปิดเผยสถานการณ์ส่วนตัว เช่น อาการเจ็บป่วย เป็นต้น	3.57	1.470	มาก
18. ท่านชอบใช้สื่อสังคมออนไลน์เพราะสามารถสร้างความสนุกสนาน เพลิดเพลิน	3.84	0.812	มาก

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์	\bar{x}	S.D.	(n = 320)
			ระดับ ความคิดเห็น
19. ท่านวิตกกังวลเรื่องวิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพราะกลัวการผิดพลาดที่เกิดจากการใช้งาน ไม่กล้าลองผิดลองถูก	4.10	0.625	มาก
20. ท่านไม่เข้าใจระบบการทำงานของแอปพลิเคชันบนสื่อสังคมออนไลน์นั้นๆ ทำให้ไม่สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ด้วยตนเอง	4.23	0.633	มาก
รวม	3.60	1.455	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 320 คน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการยอมรับสื่อสังคมออนไลน์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า 1) ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งประเด็นที่ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก จำนวน 5 ข้อ โดยเรียงลำดับจากข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ทำให้สะดวกในการติดต่อกับบุตรหลานและครอบครัวที่อาศัยอยู่ในสถานที่ห่างไกลเมื่อใดก็ได้ ($\bar{x} = 4.06$) สื่อสังคมออนไลน์ทำให้ได้ค้นหาข้อมูล ความรู้ และรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพสภาพร่างกาย ($\bar{x} = 3.90$) และสื่อสังคมออนไลน์ทำให้ค้นหาข้อมูลเพื่อสร้างความสุข สนุกสนาน เพลิดเพลิน เช่น การเดินทางท่องเที่ยว การกีฬา การฟังเพลง และการรับชมภาพยนตร์ เป็นต้น ($\bar{x} = 3.84$) ตามลำดับ 2) ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งทุกประเด็นให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับจากข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ท่านรับรู้ว่าคุณภาพสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางที่บุคลากรทางการแพทย์สามารถติดต่อสื่อสารให้คำปรึกษาในการดูแลสุขภาพได้สะดวก รวดเร็ว ($\bar{x} = 3.49$) ท่านใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการเรียนรู้ สิ่งใหม่ๆ ได้ตลอดเวลาและง่ายดาย ($\bar{x} = 3.40$) และ ท่านใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดยไม่ต้องใช้ความพยายามมาก ($\bar{x} = 3.30$) แต่ในด้านนี้มีจำนวน 1 ข้อ ที่ได้ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยคือ ท่านสามารถถ่ายทอดการใช้งานแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ให้กับบุคคลอื่นได้ ($\bar{x} = 2.10$) และ 3) ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งทุกประเด็นให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ท่านไม่เข้าใจระบบการทำงานของแอปพลิเคชัน บนสื่อสังคมออนไลน์นั้นๆ ทำให้ไม่สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ด้วยตนเอง ($\bar{x} = 4.23$) ท่านวิตกกังวลเรื่องวิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพราะกลัวการผิดพลาดที่เกิดจากการใช้งาน ไม่กล้าลองผิดลองถูก ($\bar{x} = 4.10$) และท่าน

ชอบใช้สื่อสังคมออนไลน์เพราะสามารถสร้างความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ($\bar{X} = 3.84$) แต่ในด้านนี้มีจำนวน 1 ข้อ ที่ได้ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางคือ ท่านรู้สึกสบายใจและเกิดความมั่นใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวัน ($\bar{X} = 2.51$)

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 320 คน โดยมีรายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ระดับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

(n = 320)			
การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	4.24	0.671	มาก
2. ด้านการสร้างตัวตนบนสื่อสังคมออนไลน์ เช่น การเผยแพร่เรื่องราวของตนเอง	1.70	1.745	น้อย
3. ด้านการติดต่อสื่อสาร	4.48	0.596	มาก
4. ด้านการใช้เวลาว่าง	3.85	0.733	มาก
5. ด้านการสร้างปฏิสัมพันธ์กับสังคม	3.12	1.177	ปานกลาง
6. ด้านความบันเทิง	4.01	0.762	มาก
7. ด้านธุรกิจ เช่น ซื้อสินค้า/บริการบนสื่อสังคมออนไลน์	3.37	1.250	ปานกลาง
รวม	3.54	0.991	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 320 คน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการติดต่อสื่อสาร ($\bar{X} = 4.48$) ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 4.24$) ด้านความบันเทิง ($\bar{X} = 4.01$) และ ด้านการใช้เวลาว่าง ($\bar{X} = 3.85$) ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ด้านการสร้างตัวตนบนสื่อสังคมออนไลน์ เช่น การเผยแพร่เรื่องราวของตนเอง ($\bar{X} = 1.70$)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 5 - 11

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามเพศ

(n = 320)

ปัจจัยส่วนบุคคล	การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร			
	\bar{X}	S.D.	t	P
เพศ - ชาย	3.47	0.66	0.80	0.43
- หญิง	3.53	0.77		

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามอายุ

(n = 320)

ปัจจัยส่วนบุคคล	การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร			
	\bar{X}	S.D.	F	P
อายุ				
60 – 64 ปี	4.23	0.72	14.91	0.000**
65 – 69 ปี	4.11	0.68		
70 – 74 ปี	3.93	0.57		
75 – 79 ปี	3.35	0.50		
80 ปีขึ้นไป	3.15	0.45		

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงทำการทดสอบความเป็นแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

(n = 320)

การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร			
(I) อายุ	(J) อายุ	Mean Difference (I-J)	Sig.
60 – 64 ปี	65 – 69 ปี	0.123	0.083
	70 – 74 ปี	0.304	0.000**
	75 – 79 ปี	0.782	0.000**
	80 ปีขึ้นไป	0.890	0.000**
65 – 69 ปี	70 – 74 ปี	0.126	0.000**
	75 – 79 ปี	0.401	0.000**
	80 ปีขึ้นไป	0.768	0.000**
70 – 74 ปี	75 – 79 ปี	0.275	0.105
	80 ปีขึ้นไป	1.207	0.000**
75 – 79 ปี	80 ปีขึ้นไป	0.577	0.000**

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน โดยทดสอบเป็นรายคู่ ปรากฏดังนี้

ผู้ที่มีอายุ 60 – 64 ปี และ อายุ 65 – 69 ปี มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีอายุ 70 – 74 ปี, 75 – 79 ปี และอายุ 80 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนกลุ่มที่มีอายุ 70 – 74 ปี และ อายุ 75 – 79 ปี มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีอายุ 80 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่า ผู้สูงอายุที่มีอายุน้อยกว่า มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่าผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามระดับการศึกษา

(n = 320)

ระดับการศึกษา	การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร			
	\bar{x}	S.D.	F	P
ประถมศึกษา	3.22	0.77	7.483	0.000**
มัธยมศึกษาตอนต้น	3.67	0.60		
มัธยมศึกษาตอนปลาย	3.45	0.73		
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	3.65	0.59		
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)/อนุปริญญา	3.15	0.45		
ปริญญาตรี	3.93	0.55		
ปริญญาโทขึ้นไป	4.02	0.71		

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อ
การใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

(n = 320)

การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร			
(I) ระดับการศึกษา	(J) ระดับการศึกษา	Mean Difference (I-J)	Sig.
ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	0.109	0.485
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	0.029	0.824
	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	0.142	0.265
	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง	-0.271	0.044*
	ปริญญาตรี	-0.497	0.000**
	ปริญญาโทขึ้นไป	-0.485	0.000**
มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย	0.218	0.109
	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	0.019	0.886
	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง	0.045	0.735
	ปริญญาตรี	-0.260	0.034*
	ปริญญาโทขึ้นไป	-0.348	0.009**
มัธยมศึกษาตอนปลาย	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	0.200	0.071
	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง	0.030	0.791
	ปริญญาตรี	-0.479	0.000**
	ปริญญาโทขึ้นไป	-0.567	0.000**
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง	0.066	0.567
	ปริญญาตรี	-0.279	0.003**
	ปริญญาโทขึ้นไป	-0.367	0.001**
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นสูง	ปริญญาตรี	-0.609	0.000**
	ปริญญาโทขึ้นไป	-0.500	0.001**
ปริญญาตรี	ปริญญาโทขึ้นไป	0.088	0.345

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน โดยทดสอบเป็นรายคู่ ปรากฏดังนี้

ผู้สูงอายุที่จบการศึกษาระดับประถมศึกษามีการใช้สื่อสังคมออนไลน์น้อยกว่าผู้จบการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และน้อยกว่าผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และปริญญาโทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผู้สูงอายุที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์น้อยกว่าผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และน้อยกว่าผู้จบการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผู้สูงอายุที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ประกาศนียบัตรวิชาชีพ และประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์น้อยกว่าผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และปริญญาโทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

แสดงว่าผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาน้อยกว่า มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์น้อยกว่า ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่า

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

(n = 320)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร			
	\bar{x}	S.D.	F	P
ต่ำกว่า 1,000 – 4,999 บาท	3.53	0.64	8.068	0.000**
5,000 – 9,999 บาท	3.66	0.67		
10,000 – 19,999 บาท	3.75	0.55		
20,000 – 29,999 บาท	3.80	0.46		
30,000 บาท ขึ้นไป	4.02	0.44		

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe

ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อ
การใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

(n = 320)

การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร			
(I) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	(J) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Mean Difference (I-J)	Sig.
ต่ำกว่า 1,000 – 4,999 บาท	5,000 – 9,999 บาท	0.067	0.541
	10,000 – 19,999 บาท	-0.328	0.000**
	20,000 – 29,999 บาท	-0.642	0.000**
	30,000 บาท ขึ้นไป	-0.553	0.000**
5,000 – 9,999 บาท	10,000 – 19,999 บาท	-0.250	0.001**
	20,000 – 29,999 บาท	-0.615	0.000**
	30,000 บาท ขึ้นไป	-0.623	0.000**
10,000 – 19,999 บาท	20,000 – 29,999 บาท	-0.365	0.000**
	30,000 บาท ขึ้นไป	-0.373	0.000**
20,000 – 29,999 บาท	30,000 บาท ขึ้นไป	0.075	0.554

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน โดยทดสอบเป็นรายคู่ ปรากฏดังนี้

ผู้สูงอายุที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 1,000 – 9,999 บาท มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาท ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์น้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มากกว่า

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ
ในเขตกรุงเทพมหานคร

เพื่อให้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลชัดเจนและเข้าใจง่ายขึ้น ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

SOCIALUSE	แทน	การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ
USEFULNESS	แทน	ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์
EASEOFUSE	แทน	ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์
ATTITUDE	แทน	ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์

โดยเป็นการพิสูจน์สมมติฐานที่กำหนดไว้ตามสมการ ดังนี้

$$\text{SOCIALUSE} = b_0 + b_1\text{USEFULNESS} + b_2\text{EASEOFUSE} + b_3\text{ATTITUDE}$$

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ
ในเขตกรุงเทพมหานคร

(n = 320)

ตัวแปร	SOCIALUSE	USEFULNESS	EASEOFUSE	ATTITUDE
USEFULNESS	0.683**			
EASEOFUSE	0.556**	0.656**		
ATTITUDE	0.699**	0.676**	0.592**	
\bar{x}	3.276	3.991	3.643	3.261
S.D.	0.917	0.681	0.744	0.875

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสัมประสิทธิ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ต่างก็มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้สูงอายุมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยรวมที่เพิ่มขึ้น จะทำให้ปัจจัยทั้ง 3 ด้านดังกล่าวเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้สูงอายุในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

จากคำถามแบบปลายเปิด ผู้สูงอายุซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นการนำเสนอโดยภาพรวม ดังนี้

ตารางที่ 13 ข้อเสนอแนะโดยภาพรวมของผู้สูงอายุในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ประเด็นข้อเสนอแนะ	ความถี่	ร้อยละ
1. ต้องการเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์อ่านเข้าใจง่ายโดยเฉพาะความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพกายและสุขภาพจิตสำหรับผู้สูงอายุตามช่วงวัยที่ต่างกัน ซึ่งเป็นข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ได้จริงและทันทีทันใด	25	37.9
2. ต้องการได้รับความรู้และการฝึกทักษะการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ใหม่ๆ ที่หลากหลายในปัจจุบัน	18	27.3
3. ต้องการให้ปรับปรุงและพัฒนาโมบายแบงก์กึ่งแอปพลิเคชันสำหรับผู้สูงอายุให้สามารถเข้าใจได้ง่าย เพื่อใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคารได้สะดวกรวดเร็วในยุคปัจจุบันที่เน้นสังคมไร้เงินสด	13	19.7
4. ต้องการให้ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพิจารณาถึงพฤติกรรมการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุที่จำเป็นต้องใช้แอปพลิเคชันบนสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ โดยออกแบบและพัฒนาให้เหมาะสมกับการใช้ในชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุให้มากที่สุด	10	15.1
รวม	66	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้สูงอายุจำนวน 66 คน ได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยประเด็นที่มีค่าความถี่สูงสุดคือ ต้องการเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ที่อ่านเข้าใจง่ายโดยเฉพาะความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับ การดูแลสุขภาพกายและสุขภาพจิตสำหรับผู้สูงอายุตามช่วงวัยที่ต่างกัน ซึ่งเป็นข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ได้จริงและทันทีทันใด ประเด็นรองลงมา คือ ต้องการได้รับความรู้และการฝึกทักษะการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ใหม่ๆ ที่หลากหลายในปัจจุบัน และต้องการให้ปรับปรุงและพัฒนาโมบายแบงก์กึ่งแอปพลิเคชันสำหรับผู้สูงอายุให้สามารถเข้าใจได้ง่ายเพื่อใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคารได้สะดวกรวดเร็วในยุคสังคมไร้เงินสด

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และทัศนคติที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์ รวมทั้งการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ด้วยวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้สูงอายุ และได้รับแบบสอบถามที่ตอบอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวน 320 ฉบับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) การทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีแบบ Scheffe และ การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation)

สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดเป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่อายุอยู่ระหว่าง 60 – 64 ปี รองลงมาอายุระหว่าง 65 – 69 ปี และส่วนน้อยมีอายุ 80 ปีขึ้นไป ระดับการศึกษามากที่สุด คือระดับปริญญาตรี รองลงมาเป็นระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และน้อยที่สุดคือระดับปริญญาโทขึ้นไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,000 – 19,999 บาท รองลงมามีรายได้อยู่ระหว่าง 20,000 – 29,999 บาท และมีรายได้ต่ำกว่า 1,000 บาท เป็นส่วนน้อย สำหรับประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้กันเป็นประจำ อันดับหนึ่งคือ เฟซบุ๊ก (Facebook) รองลงมาคือ ไลน์ (Line) และ ยูทูบ (YouTube) ส่วนน้อย ได้แก่ ตี๊กต็อก (Tik-Tok) และน้อยที่สุดคือ ทวิตเตอร์ (Twitter)

2. ปัจจัยการยอมรับสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับสื่อสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ 1) ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งประเด็นที่ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก จำนวน 5 ข้อ โดยเรียงลำดับจากข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก

ได้แก่ 1.1) สื่อสังคมออนไลน์ทำให้มีความสะดวกในการติดต่อกับบุตรหลานและครอบครัวที่อาศัยอยู่ในสถานที่ห่างไกลเมื่อใดก็ได้ 1.2) สื่อสังคมออนไลน์ทำให้ได้ค้นหาข้อมูล ความรู้ และรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพร่างกาย และ 1.3) สื่อสังคมออนไลน์ทำให้ค้นหาข้อมูลเพื่อสร้างความสุข สนุกสนาน เพลิดเพลิน เช่น การเดินทางท่องเที่ยว การกีฬา การฟังเพลง และการรับชมภาพยนตร์ เป็นต้น 2) ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งทุกประเด็นให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับจากข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 2.1) รับรู้ว่าสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางที่บุคลากรทางการแพทย์จะสามารถติดต่อสื่อสารให้คำปรึกษาในการดูแลสุขภาพได้สะดวก รวดเร็ว 2.2) สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ได้ตลอดเวลาและง่ายดาย และ 2.3) ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดยไม่ต้องใช้ความพยายามมาก แต่ปัจจัยด้านนี้มีอยู่จำนวน 1 ข้อ ที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยก็คือ ความสามารถถ่ายทอดการใช้งานแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ให้กับบุคคลอื่นได้ และ 3) ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ทุกประเด็นให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 3.1) ไม่เข้าใจระบบการทำงานของแอปพลิเคชันบนสื่อสังคมออนไลน์นั้นๆ ทำให้ไม่สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ด้วยตนเอง 3.2) วิตกกังวลเรื่องวิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพราะกลัวการผิดพลาดที่เกิดจากการใช้งาน ทำให้ไม่กล้าลองผิดลองถูก และ 3.3) ความชอบในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพราะสามารถสร้างความสนุกสนาน เพลิดเพลิน แต่ปัจจัยด้านนี้มีจำนวน 1 ข้อ ที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางคือ ความรู้สึกสบายใจและเกิดความมั่นใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวัน

3. การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก จำแนกออกเป็นด้านที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ด้านความบันเทิง และ ด้านการใช้เวลาว่าง ด้านที่มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการสร้างปฏิสัมพันธ์กับสังคม และด้านธุรกิจ เช่น ซื้อสินค้า/บริการบนสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนด้านที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ด้านการสร้างตัวตนบนสื่อสังคมออนไลน์ เช่น การเผยแพร่เรื่องราวของตนเอง

4. การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้สูงอายุที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน แต่ปัจจัยส่วนบุคคลเกี่ยวกับอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนล้วนมีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้

เมื่อพิจารณาความแตกต่างเป็นรายคู่แล้ว สามารถสรุปได้ว่า 1) ผู้สูงอายุที่มีอายุน้อยกว่า มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่าผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า 2) ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาน้อยกว่า มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์น้อยกว่า ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่า และ 3) ผู้สูงอายุที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์น้อยกว่า ผู้สูงอายุที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า

5. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ และด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ต่างก็มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้สูงอายุมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยรวมที่เพิ่มขึ้น จะทำให้ปัจจัยทั้ง 3 ด้านดังกล่าวเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

6. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผู้สูงอายุให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ดังนี้ 1) ต้องการเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ที่อ่านเข้าใจง่าย โดยเฉพาะความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพกายและสุขภาพจิตสำหรับผู้สูงอายุตามช่วงวัยที่ต่างกันซึ่งเป็นข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ได้จริงและทันทีทันใด 2) ต้องการได้รับความรู้และฝึกทักษะการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์(Social Media) ใหม่ ๆ ที่หลากหลายในปัจจุบัน 3) ต้องการให้ปรับปรุงและพัฒนาโมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชันสำหรับผู้สูงอายุให้สามารถเข้าใจได้ง่ายเพื่อใช้ทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคารได้สะดวกรวดเร็วในยุคสังคมไร้เงินสด และ 4) ต้องการให้ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พิจารณาลงทุนอุดหนุนการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุที่จำเป็นต้องใช้แอปพลิเคชันบนสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ โดยออกแบบและพัฒนาให้เหมาะสมกับการใช้ในชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุให้มากที่สุด

อภิปรายผล

ข้อค้นพบจากการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีประเด็นที่นำมาอภิปรายดังนี้

1. ผู้สูงอายุมีความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ ในระดับมาก ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ทำให้สะดวกในการติดต่อกับบุตรหลานและครอบครัวที่อาศัยอยู่ในสถานที่ห่างไกลเมื่อใดก็ได้ สาเหตุเช่นนี้เนื่องจากปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุ โดยเฉพาะข้อจำกัดในการเคลื่อนไหวทางร่างกายจึงทำให้ไม่สะดวกในการเดินทางไปมาหาสู่และใกล้ชิดกับครอบครัวและเพื่อนได้อีกต่อไป จำเป็นต้องติดต่อผ่าน

สื่อสังคมออนไลน์ที่สะดวกรวดเร็ว สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิภาวรรณ ลิขิตเลิศล้ำ และคณะ (2560) ที่พบว่าองค์ประกอบของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างเหมาะสมบนแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครเป็นการติดต่อสื่อสาร ส่งข่าวคราวถึงกันและกัน ทำให้ผู้สูงอายุได้รับรู้ข้อมูลเรื่องราวต่างๆ ในปัจจุบันได้อย่างรวดเร็วโดยไม่ถูกจำกัดด้วยระยะทาง หรือสุขภาพร่างกายที่ถดถอยเสื่อมสภาพลงทุกวัน และสอดคล้องกับ Teng & Joo (2017) ที่พบว่าผู้สูงวัยส่วนใหญ่ใช้โซเชียลมีเดียเพื่อการติดต่อกับครอบครัว ญาติมิตรและเพื่อนฝูง รวมทั้งสอดคล้องกับดวงทิพย์ เจริญรุักษ์ (2563) พบว่าพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ใช้ด้านติดต่อสื่อสารกับผู้คนได้ อย่างสะดวก ประหยัดเงินและเวลา ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รวมทั้งยังสอดคล้องกับ โสภัทร นาสวัสดิ์ (2564) ที่พบว่า ผู้สูงวัยมีรูปแบบการใช้สื่อที่วิถีดิจิทัลและใช้แอปพลิเคชันไลน์มากที่สุด โดยใช้ติดตามข่าวสาร ติดต่อสื่อสารและความบันเทิง ตามลำดับ

2. ผู้สูงอายุมีความคิดเห็นด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ โดยทุกประเด็นอยู่ในระดับปานกลาง และประเด็นที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุดคือ การรับรู้ข่าวสารสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางที่บุคลากรทางการแพทย์สามารถติดต่อสื่อสารให้คำปรึกษาในการดูแลสุขภาพได้สะดวกรวดเร็ว สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะว่าปัจจุบันผู้สูงอายุหันมาให้ความสนใจสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากสามารถเป็นแหล่งสนับสนุนสุขภาพที่ดี หากผู้สูงอายุมีอาการเจ็บป่วยก็สามารถค้นหาและรับข้อมูลการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ สามารถให้และรับข้อมูลเพื่อจัดการโรคเฉพาะได้เบื้องต้น และสร้างความสัมพันธ์กับผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ (ต้นคิด, 2561) อีกทั้งจากการเกิดโรคระบาดโควิด-19 ทำให้ทุกคนจำเป็นต้องเว้นระยะห่างทางสังคม จึงทำให้ผู้สูงอายุไม่สามารถไปปรึกษาแพทย์หรือรับการรักษาได้สะดวกที่โรงพยาบาลหรือคลินิก สอดคล้องกับ Spagnoletti, Resca, & Sæbo (2015) ซึ่งศึกษาพบว่าแนวโน้มที่น่าสนใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุก็คือการดูแลสุขภาพ เพราะเป็นแหล่งสนับสนุนข้อมูลด้านสุขภาพที่ดีให้แก่ผู้สูงอายุ หรืออย่างกรณีผู้สูงอายุที่เจ็บป่วยก็สามารถค้นหาและรับข้อมูลบริการด้านสุขภาพ การดูแลสุขภาพจากโรคเฉพาะทาง และยังสามารถติดต่อสนทนากับผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพเพื่อขอความช่วยเหลือทางการแพทย์ได้ แต่ปัจจัยด้านนี้ยังพบว่ามีอยู่หนึ่งประเด็นที่ผู้สูงอายุได้ให้ความคิดเห็นไว้ในระดับน้อย คือ ความสามารถถ่ายทอดการใช้งานแอปพลิเคชันให้กับบุคคลอื่นได้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้สูงอายุต่างก็ทราบดีว่าตนเองยังมีทักษะการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ได้ไม่คล่องแคล่ว มีความล่าช้า และมีความเสื่อมถอยลงทางความจำ บางครั้งจำเป็นต้องอาศัยลูกหลานช่วยสอนการใช้งานอยู่เป็นประจำ จึงทำให้ไม่สามารถไปสอนการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ให้กับเพื่อนฝูงหรือผู้อื่นได้ สอดคล้องกับพิทักษ์ ศิริวงษ์ และบัณฑิตา อุนทเลขจิตร (2560) ที่ศึกษาพบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในอำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม คือการขาดความรู้และทักษะในการใช้สื่อสังคมออนไลน์และปัญหาสมรรถภาพทางร่างกายของผู้สูงอายุที่เสื่อมสภาพลงตามกาลเวลา

3. ผู้สูงอายุมีความคิดเห็นด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก และประเด็นที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ผู้สูงอายุไม่เข้าใจระบบการทำงานของแอปพลิเคชันบนสื่อสังคมออนไลน์นั้นๆ ทำให้ไม่สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ด้วยตนเอง และมีความวิตกกังวลเรื่องวิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพราะกลัวการผิดพลาดที่เกิดจากการใช้งาน จึงไม่กล้าลองผิดลองถูก ซึ่งสอดคล้องกับ Coelho and Duarte (2016) ที่พบว่าผู้สูงอายุบางคนมีความกลัวเรื่องเทคโนโลยี ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อข้อจำกัดในการยอมรับสื่อสังคมออนไลน์ อันเนื่องมาจากปัจจัยด้านการศึกษา ความรู้ความเข้าใจ ทักษะการใช้ สรีระทางร่างกายที่เสื่อมถอยลง และประสบการณ์ในการใช้ เป็นต้น และสอดคล้องกับ Ramzan, Adeeb & Asif (2019) ที่ศึกษาพบว่าความกลัวต่อเทคโนโลยีของผู้สูงอายุเป็นอุปสรรคสำคัญในการยอมรับสื่อสังคมออนไลน์

4. ผู้สูงอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ด้านความบันเทิง และ ด้านการใช้เวลาว่าง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิชญาวี คณະผล (2561) ที่พบว่าผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านการสื่อสาร ด้านการแสดงออก ด้านเวลา และด้านบันเทิง และสอดคล้องกับวิภาวรรณ ลิขิตเลิศล้ำ และคณะ (2560) ที่พบว่าองค์ประกอบของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างเหมาะสมบนแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร คือ ด้านการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์และด้านการสื่อสาร นอกจากนี้ยังพบว่าประเด็นการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครได้ให้ความคิดเห็นไว้ในระดับน้อยก็คือ ด้านการสร้างตัวตนบนสื่อสังคมออนไลน์ เช่น การเผยแพร่เรื่องราวของตนเอง สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากผู้สูงอายุส่วนใหญ่รับรู้ว่าการแสดงสถานะ ประวัติ หรือรูปภาพตนเองบนสื่อสังคมออนไลน์นั้น ย่อมจะนำมาซึ่งการถูกหลอกลวงได้จากผู้ที่ไม่หวังดีโดยเฉพาะบุคคลที่เป็นมิจฉาชีพ และทำให้เกิดภัยกับตนเองได้ สอดคล้องกับ ศตพล เกิดอยู่ (2558) ที่ศึกษาพบว่าประชากรกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ (อายุ 51-69 ปี) จะมีการรู้เท่าทันการใช้แอปพลิเคชันไลน์ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นด้านเพศ อายุ และการศึกษา ที่แตกต่างกันก็ตาม ดังนั้นการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุโดยไม่ให้เกิดอันตรายต่อตนเองได้ จึงไม่ควรเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวในสาธารณะ ต้องเป็นการใช้อย่างไม่ประมาท และควรศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติม จะทำให้ไม่ถูกหลอกลวงง่าย โดยการตรวจสอบแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ (วิภาวรรณ ลิขิตเลิศล้ำ และคณะ, 2560)

5. ผู้สูงอายุทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน แต่ปัจจัยส่วนบุคคลเกี่ยวกับอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ล้วนมีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของพิชญาวี คณະผล (2561) ที่พบว่า

ผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรีที่เป็นเพศชายและเพศหญิง มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษา อาชีพ สถานะภาพสมรส และรายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ทั้งนี้ผลการวิจัยครั้งนี้ยังพบว่า เมื่อพิจารณาความแตกต่างเป็นรายคู่แล้ว ปรากฏว่า 1) ผู้สูงอายุที่มีอายุน้อยกว่า มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่าผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า 2) ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาน้อยกว่า มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์น้อยกว่า ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่า และ 3) ผู้สูงอายุที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์น้อยกว่า ผู้สูงอายุที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า สาเหตุเช่นนี้สะท้อนให้เห็นว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่ในกรุงเทพมหานครซึ่งมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นจำนวนมากหรือน้อย อาจจะมาจกปัจจัยส่วนบุคคล โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่มีอายุน้อยกว่าย่อมจะมีความคล่องแคล่วต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และยังไม่ค่อยมีข้อจำกัดเรื่องการเสื่อมถอยของสภาพร่างกายมากนัก รวมทั้งระดับการศึกษาและรายได้ของผู้สูงอายุที่มีมากกว่า ก็ย่อมส่งผลต่อการยอมรับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้วยเช่นกัน

6. ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ และด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ต่างก็มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ โดยเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าเมื่อผู้สูงอายุมีแรงจูงใจและรับรู้ถึงประโยชน์มากมายที่สื่อสังคมออนไลน์สามารถนำมาใช้ได้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต และรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์แล้ว ย่อมจะก่อให้เกิดความตั้งใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีอยู่หลากหลายประเภทในปัจจุบัน สอดคล้องกับ Ramzan, Adeb & Asif (2019) ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติ การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับการยอมรับสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ และสอดคล้องกับศตพล เกตอยู่ (2558) ที่ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ในประโยชน์และความง่ายในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับทัศนคติที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก และทัศนคติที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยที่ค้นพบในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย

1.1 ควรสนับสนุนให้ผู้สูงอายุได้มีการสร้างปฏิสัมพันธ์กับสังคม เนื่องจากผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะมีการพบปะกับสังคมน้อยลง เริ่มห่างจากสังคม ดังนั้นเมื่อมีเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์เข้ามา จะช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับสังคมได้มากขึ้น ซึ่งจะเป็นผลให้มีพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นด้วย

1.2 ควรพัฒนาช่องทางการติดต่อสื่อสารบนสื่อสังคมออนไลน์ให้กับกลุ่มผู้สูงอายุเป็นการเฉพาะ เพื่อกระตุ้นให้ผู้สูงอายุเกิดความเชื่อมั่นและเห็นประโยชน์ต่อการใช้งานในเชิงธุรกิจมากขึ้น เช่น การซื้อสินค้า/บริการบนออนไลน์ และทำการธุรกรรมทางการเงินให้มากยิ่งขึ้น

1.3 หน่วยงานภาครัฐ/ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ควรจัดการอบรมให้องค์ความรู้อย่างต่อเนื่องกับผู้สูงอายุ เพื่อให้ผู้สูงอายุที่นับวันจะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นได้รับรู้เท่าทันภัยอันเกิดจากบุคคลที่ไม่ประสงค์ดีหรือกลุ่มมิจฉาชีพที่แฝงตัวอยู่บนสื่อสังคมออนไลน์ทุกประเภท

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

2.1 ควรมีการวิจัยเพื่อค้นหาปัจจัยอื่น ๆ นอกเหนือจากการศึกษาในครั้งนี้เกี่ยวกับข้อมูลจากผู้สูงอายุโดยจำแนกออกเป็นช่วงอายุและจำแนกผู้สูงอายุออกตามเขตพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบผลของความแตกต่างในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลชัดเจนมากยิ่งขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้นำผลวิจัยไปพัฒนาแอปพลิเคชันบนสื่อสังคมออนไลน์ให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุได้

2.2 ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับเทคนิคและกระบวนการในวิธีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเชิงลึก เนื่องจากปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ได้มีการพัฒนาขึ้นมาหลากหลายประเภทอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้และทักษะของผู้สูงอายุได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 ควรวิจัยเกี่ยวกับมาตรฐานเบื้องต้นในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุ เพื่อนำมากำหนดเป็นมาตรฐานกลางทั้งด้านปริมาณและคุณภาพต่อการพัฒนาคุณภาพของผู้สูงอายุให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

บรรณานุกรม

- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2560). แผนยุทธศาสตร์กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) (มีนาคม 2560). [Online] แหล่งที่มา: http://socialfund.dsdw.go.th/content/strategec_ministry [12 มีนาคม 2564].
- กันตพล บรรทัดทอง. (2558). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. [Online] แหล่งที่มา: <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/1298> [7 มีนาคม 2564].
- คณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2553). แผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545-2564) ฉบับปรับปรุง ครั้งที่ 1 พ.ศ. 2552. กรุงเทพฯ : เทพเพ็ญวานิสัย.
- จารุวรรณ พิมพิค้อ. (2552). การใช้และความต้องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครขอนแก่น. หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- จุฑารัตน์ ประเสริฐ. (2557). พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์กับการรับรู้ตนเองและการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นของผู้สูงอายุไทย. หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จুলนี เทียนไทย. (2563). ผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมไทยในมุมมองของนักมานุษยวิทยา. [Online] แหล่งที่มา: <https://www.chula.ac.th/news/27969/> [6 มีนาคม 2563].
- จันจิรา วงษ์สมาน. (2563). แรงจูงใจและผลที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เฉลิมศักดิ์ บุญประเสริฐ. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุ. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- ณัฐกาญจน์ ศุภรัตน์เมธี และ นุชประภา โมกข์ศาสตร์. (2562). การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนเพื่อการเป็นพลเมืองในสังคมประชาธิปไตย. สำนักวิจัยและพัฒนา สถาบันพระปกเกล้า.

- ดวงทิพย์ เจริญรุกษ์. (2563). พฤติกรรมการใช้และการยอมรับนวัตกรรมสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. **วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์** ปีที่ 24 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม - สิงหาคม 2563) : 231.
- ต้นคิด. (2561). **พฤติกรรมการใช้ Social Media ของผู้สูงอายุ**. [Online] แหล่งที่มา: <https://tonkit360.com/32265> [2 มีนาคม 2564].
- ธนวัฒน์ วรณประภา. (2560). สื่อสังคมออนไลน์กับการศึกษา. **วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม** ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มีนาคม 2560) : 14.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS**. กรุงเทพมหานคร : เอส. อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์.
- ประเสริฐ ประสมรักษ์. (2555). **สถานการณ์ผู้สูงอายุ**. [Online] แหล่งที่มา: http://www.commed1.md.kku.ac.th/Site_data/myort2_78/29/summer2012/ [14 กุมภาพันธ์ 2564].
- พิชญาวี คณะผล. (2561). **รายงานวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้และผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.
- พิทักษ์ ศิริวงษ์ และบัณฑิตา อุณหเลขจิตร. (2560). **การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตตลาด ตำบลสามพราน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม**. [Online] แหล่งที่มา: https://repository.rmutr.ac.th/bitstream/handle/123456789/748/rmutrconth_102.pdf?sequence=1&isAllowed=y [23 มิถุนายน 2564].
- พิษณุพงษ์ จิระโกคานนท์. (2553). **ความคิดเห็นและความต้องการของผู้สูงอายุต่อการเรียนคอมพิวเตอร์ : กรณีศึกษาสมาชิกชมรมผู้สูงอายุเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร**. หลักสูตรสังคมสงเคราะห์ศาสตร์มหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มนวรรรัตน์ ผ่องไพบูลย์. (2560). **ธุรกิจดิจิทัลและการประยุกต์ (Digital Business and Applications)**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช พิมพ์ครั้งที่ 1 หน้า 7-6.
- มนต์ชัย เทียนทอง. (2548). **สถิติและวิธีการวิจัยทางเทคโนโลยีสารสนเทศ**. กรุงเทพมหานคร : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2558). **สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ.2557**. กรุงเทพมหานคร : อมรินทร์พรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- วรภาพ ดำจับ. (2562). สื่อสังคมออนไลน์กับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. **วารสารศิลปศาสตร์มหาวิทยาลัยแม่โจ้** ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2562) : 144.

- วิภาวรรณ ลิขิตเลิศล้ำ, อรพินทร์ ชูชม และประทีป จินนี่. (2560). การศึกษาความหมายและองค์ประกอบของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างเหมาะสมบนแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. **วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา** ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 (สิงหาคม 2560) : 114-115.
- ศตพล เกิดอยู่. (2558). **ทัศนคติ พฤติกรรม และการรู้เท่าทันการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มวัยเบบี้บูมเมอร์**. หลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมาน ลอยฟ้า. (2554). ผู้สูงอายุกับเทคโนโลยีสารสนเทศ. **วารสารสนเทศศาสตร์** ปีที่ 29 ฉบับที่ 2. (พฤษภาคม – สิงหาคม 2554) : 57-58.
- สิงหะ ฉวีสุข และ สุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2555). ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ. **KMITL Information Technology Journal**. (มกราคม – มิถุนายน 2555). [Online] แหล่งที่มา: <http://journal.it.kmitl.ac.th> [25 มีนาคม 2564].
- สุชีรา พระมาลา และรุจเรข อัครจิตต์ภักดี. (2559). การวิเคราะห์ประเภท รูปแบบ เนื้อหา และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้ใช้ ภูมิศึกษา: มหาวิทยาลัยราชธานี **ในเอกสารประกอบการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 3 ก้าวสู่ทศวรรษที่ 2: บูรณาการงานวิจัย ใช้องค์ความรู้ สู่ความยั่งยืน** วันที่ 17 มิถุนายน 2559 ณ วิทยาลัยนครราชสีมา : 458.
- สุทธยา สมสุข. (2563). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ. **วารสารปาริชาติ** ปีที่ 33 ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน 2563) : 63.
- สุวิษ ธีระโคตร และวีรพงษ์ พลนิกรกิจ. (2561). พฤติกรรมการใช้และการรู้เท่าทันอินเทอร์เน็ตและทัศนคติการใช้เนื้อหา ด้านสุขภาวะบนอินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุ. **วารสารการพยาบาลและการดูแลสุขภาพ** ปีที่ 36 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มีนาคม 2561) : 74.
- โสภัทร นาสวัสดิ์. (2564). รูปแบบของสื่อดิจิทัลที่ส่งผลกระทบต่อผู้สูงอายุ. **วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต** ปีที่ 15 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2564) : 242.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎมนตรี. (2560). **สรุปสาระสำคัญ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)**. [Online] แหล่งที่มา: <http://www.library.coj.go.th/Info/48341?c=7236996> [15 ธันวาคม 2563]
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2563). **รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2563 พิมพ์ครั้งที่ 1** (ธันวาคม 2563).

- Charness, N. & Boot, W. R. (2009). **Aging and Information Technology Use: Potential and Barriers**. *Current Directions in Psychological Science*, 18(5): 253-258.
- Coelho, J. & Duarte, C. (2016). **A literature survey on older adults' use of social network services and social applications**. Retrieved January 26, 2021. From <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.053>
- Coto, M., Lizano, F., Mora, S. & Fuentes, J. (2017). **Social Media and Elderly People: Research Trends**. Retrieved March 20, 2021, from https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-58562-8_6
- Finn, K. (2010). **Social media use by Older Adults**. Retrieved January 26, 2021, from <http://wiserusability.com/wpfs/wpcontent/uploads/2015/07/Social-Media-Use-by-Older-Adults.pdf>
- Haris, N., Majid, R.A., Abdullah, N. & Osman, R. (2014). **The role of social media in supporting elderly quality daily life**. In: 2014 3rd International Conference on IEEE Presented at the User Science and Engineering (i-USER): 253–257.
- Nations, D. (2021). **What Is Social Media?** Retrieved January 26, 2021, from <https://www.lifewire.com/what-is-social-media-explaining-the-big-trend-3486616/article/view/1894/3344>
- Obar, J. & Wildman, S. (2015). **Social media definition and the governance challenge: an introduction to the special issue**. Retrieved January 30, 2021, from <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2647377>
- Quinn, K. (2018). **Cognitive Effects of Social Media Use: A Case of Older Adults**. Retrieved January 26, 2021, from <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/>
- Ramzan, M., Adeeb, H., & Asif, M. (2019). **Factors Motivating Older Population for Social Media Adoption**. Retrieved March 20, 2021, from <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/3795>
- Selwyn N. (2014). The information aged: A qualitative study of older adults' use of information and communications technology. *Journal of Aging Studies*, 18(4): 369-384.

- Spagnoletti, P., Resca, A. & Sæbo, O. (2015). **Design for social media engagement: insights from elderly care assistance.** Retrieved March 20, 2021, from <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2015.04.002s>
- Teng, C., E. & Joo, T., M. (2017). Analyzing the Usage of Social Media: A Study on Elderly in Malaysia. **World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Humanities and Social Sciences** 11(3): 95.
- Yang, Y., Yuan, Y., Archer, N. & Ryan, E. (2016). **Adoption of Social Media and the Quality of Life of Older Adults.** Retrieved June 20, 2021, from <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/7427577>





แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ทศนคติที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์ และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนและพัฒนาหลักสูตรการใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุที่จำเป็นสำหรับใช้ดำเนินชีวิตยุคดิจิทัลได้ ดังนั้นจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านได้โปรดให้ข้อมูลตามความเป็นจริงและตามความคิดเห็นให้มากที่สุด

แบบสอบถามฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

- ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
 ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับและการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ
 ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้สูงอายุ

1.1 เพศ

- (1) ชาย (2) หญิง

1.2 อายุ

- (1) 60 – 64 ปี (2) 65 – 69 ปี
 (3) 70 – 74 ปี (4) 75 – 79 ปี
 (5) 80 ปีขึ้นไป

1.3 ระดับการศึกษา

- (1) ประถมศึกษา (2) มัธยมศึกษาตอนต้น
 (3) มัธยมศึกษาตอนปลาย (4) ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)
 (5) ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) / อนุปริญญา
 (6) ปริญญาตรี (7) ปริญญาโท

1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- (1) ต่ำกว่า 1,000 บาท (2) 1,000 – 4,999 บาท
 (3) 5,000 – 9,999 บาท (4) 10,000 – 19,999 บาท
 (5) 20,000 – 29,999 บาท (6) 30,000 บาทขึ้นไป

1.5 ประเภทสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ประจำ (โปรดระบุหมายเลข 1-5 เรียงลำดับความถี่ในการใช้)

_____ เฟซบุ๊ก (Facebook)

_____ ไลน์ (Line)

_____ ยูทูบ (YouTube)

_____ ตี๊กต็อก (Tik-Tok)

_____ ทวิตเตอร์ (Twitter)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับและการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน ในแต่ละข้อต่อไปนี้

การรับรู้ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. สื่อสังคมออนไลน์ทำให้สะดวกในการติดต่อบุตรหลานและครอบครัวที่อาศัยอยู่ในสถานที่ห่างไกลเมื่อใดก็ได้					
2. สื่อสังคมออนไลน์ทำให้ได้ค้นหาข้อมูล ความรู้และรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพร่างกาย					
3. สื่อสังคมออนไลน์ทำให้ได้กระตุ้นความสามารถในการคิด การเรียนรู้ การอ่าน ความจำ และชะลออาการภาวะสมองเสื่อม					
4. สื่อสังคมออนไลน์ทำให้ค้นหาข้อมูลเพื่อสร้างความสุข สนุกสนาน เพลิดเพลิน เช่น การเดินทางท่องเที่ยว การกีฬา การฟังเพลง และการรับชมภาพยนตร์ เป็นต้น					
5. สื่อสังคมออนไลน์ทำให้สร้างสังคมใหม่และพบเพื่อนใหม่ รวมทั้งสามารถเปิดรับและแบ่งปันข้อมูลข่าวสารระหว่างกลุ่มเพื่อนสมาชิก					
6. สื่อสังคมออนไลน์ทำให้ติดต่อสนทนากับผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพเพื่อขอความช่วยเหลือทางการแพทย์ได้					
7. สื่อสังคมออนไลน์สามารถสั่งซื้ออาหาร สินค้าและบริการได้ด้วยตนเอง ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายการเดินทาง					
8. สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้การทำงานของท่านสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น					

การรับรู้ความง่ายในการใช้สื่อสังคมออนไลน์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
9. ท่านใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ โดยไม่ต้องใช้ความพยายามมาก					
10. ท่านดาวน์โหลดแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ มาใช้ได้โดยง่าย					
11. ท่านสามารถเรียนรู้การใช้แอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว					
12. ท่านสามารถจดจำและเข้าใจถึงการใช้งานของแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ได้โดยง่าย					
13. ท่านสามารถถ่ายทอดการใช้งานแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ให้กับบุคคลอื่นได้					
14. ท่านใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ได้ตลอดเวลาและง่ายดาย					
15. ท่านรู้ว่าสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางที่บุคลากรทางการแพทย์สามารถติดต่อสื่อสารให้คำปรึกษาในการดูแลสุขภาพได้สะดวก รวดเร็ว					
ทัศนคติที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
16. ท่านรู้สึกสบายใจและเกิดความมั่นใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวัน					
17. ท่านรู้สึกกังวลเรื่องความเป็นส่วนตัวในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพราะอาจนำไปสู่การเปิดเผยสถานการณ์ส่วนตัว เช่น อาการเจ็บป่วย เป็นต้น					
18. ท่านชอบใช้สื่อสังคมออนไลน์เพราะสามารถสร้างความสนุกสนาน เพลิดเพลิน					
19. ท่านวิตกกังวลเรื่องวิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพราะกลัวการผิดพลาดที่เกิดจากการใช้งาน ไม่กล้าลองผิดลองถูก					

ทัศนคติที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
20. ท่านไม่เข้าใจระบบการทำงานของแอปพลิเคชันบนสื่อสังคมออนไลน์นั้นๆ ทำให้ไม่สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ด้วยตนเอง					

การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร					
2. ด้านการสร้างตัวตนบนสื่อสังคมออนไลน์ เช่น การเผยแพร่เรื่องราวของตนเอง					
3. ด้านการติดต่อสื่อสาร					
4. ด้านการใช้เวลาว่าง					
5. ด้านการสร้างปฏิสัมพันธ์กับสังคม					
6. ด้านความบันเทิง					
7. ด้านธุรกิจ เช่น ซื้อสินค้า/บริการบนสื่อสังคมออนไลน์					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

โปรดให้ข้อมูลความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติม (ถ้ามี)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

ประวัติผู้วิจัย

1. ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย) ดร. อารีย์ มัยยังพงษ์
(ภาษาอังกฤษ) Dr. Aree Mayoungpong
2. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ สังกัดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
3. หน่วยงานที่อยู่ติดต่อได้สะดวก
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร คณะบริหารธุรกิจ
86 ถนนพินิจโลก แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10300
โทร. 02 6652555 ต่อ 2361 โทรสาร 02 2829711
E-mail : aree.m@rmutp.ac.th
4. ประวัติการศึกษา
 - บธ.บ. (ระบบสารสนเทศ) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล
 - ศศ.บ. (การจัดการทั่วไป) สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา
 - ค.อ.ม. (ธุรกิจอุตสาหกรรม) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
 - บธ.ด. (การพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์)
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
5. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัย
 - 5.1 ภาพลักษณ์ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตบพิตรพิมุขจักรวรรดิ
: ศึกษาเฉพาะกรณีโรงเรียนมัธยมในเขตกรุงเทพมหานคร
- ทุนสนับสนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2546
วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล
 - 5.2 การศึกษาสภาพ ปัญหา และการรับรู้เกี่ยวกับศูนย์วิทยบริการของนักศึกษา
และบุคลากรในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร วิทยาเขตพณิชยการพระนคร
- ทุนสนับสนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2549
วิทยาเขตพณิชยการพระนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
 - 5.3 การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลพระนคร
- ทุนสนับสนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2551
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

- 5.4 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการสอนของคณาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
- ทูลสนับสนุนการวิจัยจากงบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2551 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
- 5.5 สภาพความต้องการและคุณลักษณะของบุคลากรซอฟต์แวร์ในประเทศไทย
- ทูลสนับสนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2553 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
- 5.6 คุณลักษณะของบัณฑิตเทคโนโลยีสารสนเทศที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ
- ทูลสนับสนุนการวิจัยจากเงินกองทุน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2554 สมาคมศิษย์เก่าพาณิชย์การพระนคร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
- 5.7 สภาพและความต้องการการฝึกอบรมด้าน ICT ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
- ทูลสนับสนุนการวิจัยจากงบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2555 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
- 5.8 รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย
- ทูลสนับสนุนการวิจัยจากงบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
- 5.9 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการเรียนรู้สื่อเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในยุคหลอมรวมเทคโนโลยี
- ทูลสนับสนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
- 5.10 การพัฒนาสมรรถนะที่จำเป็นด้านการพัฒนาซอฟต์แวร์สำหรับบัณฑิตใหม่ก่อนเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย
- ทูลสนับสนุนการวิจัยจากงบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559
- 5.11 รูปแบบสมรรถนะเพื่อการเรียนรู้เทคโนโลยีดิจิทัลของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
- ทูลสนับสนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
- 5.12 สภาพและความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี
- ทูลสนับสนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

5.13 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้แอปพลิเคชันไลน์เพื่อการสื่อสารทางการเรียนของ
นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

- ทุนสนับสนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

