



รายงานวิจัย

เรื่อง

พฤติกรรมการใช้และผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุใน
จังหวัดนนทบุรี

Usage Behaviors and the Results of the Elderly Social
Networking Services in Nonthaburi

โดย

พิชญาวี คณะผล

การวิจัยครั้งนี้ได้รับเงินทุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏ

ปีการศึกษา 2559

ชื่องานวิจัย: พฤติกรรมการใช้และผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุใน จังหวัดนนทบุรี

ชื่อผู้วิจัย: พิชญาวี คณะพล

ปีที่ทำการวิจัยแล้วเสร็จ: 2561

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการใช้และผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ One-Way ANOVA โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ประกอบไปด้วยข้อมูล 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านเจตคติ และด้านทักษะการให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า ผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรีที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในภาพรวม อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี โดยด้านที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านเจตคติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาด้านความรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 อยู่ในระดับปานกลาง และคะแนนเฉลี่ยที่มีสัดส่วนต่ำที่สุด คือ ด้านทักษะการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.66 อยู่ในระดับน้อย และศึกษาระดับผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี มีทั้งหมด 6 ด้าน คือ ด้านการสื่อสาร ด้านการแสดงออก ด้านเวลา ด้านสังคม ด้านบันเทิง และด้านธุรกิจ พบว่าผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรีที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านการสื่อสาร ด้านการแสดงออก ด้านเวลา ด้านสังคม ด้านบันเทิง และด้านธุรกิจ ในภาพรวม อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี โดยด้านที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาด้านการแสดงออกมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 อยู่ในระดับปานกลาง และคะแนนเฉลี่ยที่มีสัดส่วนต่ำที่สุด คือ ด้านเวลามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 อยู่ในระดับน้อย

คำสำคัญ: พฤติกรรมการใช้และผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุเครือข่ายสังคมออนไลน์

Research Title: Usage Behaviors and the Results of the Elderly Social Networking Services in Nonthaburi
Researcher: Pitchayawee Kanphon
Year: 2018

Abstract

The research on the use of social networking services and the results of the elderly people in Nonthaburi is aimed at studying the behaviour level and the use of the elderly social networks in Nonthaburi. Sample number 400 The research tool is a questionnaire. Analyze the data by finding the average percentage, standard deviation, t-test, and the way ANOVA, by defining a statistical significance at a level .05

The effect of the elderly social networking behaviour in Nonthaburi. It consists of three types of information, including knowledge of Chatekti and social networking services. I find that elderly people in Nonthaburi are most examples of using social networking behaviors. In an overview, the average level is as high as 3.07, by considering a list of the social networking behaviors of the elderly in Nonthaburi. The highest average rating is the Chatekti side. The average is equal to 3.36, a moderate level of knowledge. There is an average value of 3.19, and the minimum average score that is the lowest proportion is the service skill. The average is equal to 2.66 in a low level and studied the level of social networking services of the elderly in Nonthaburi. There are 6 aspects of the communication of social, entertainment and business Times, and the elderly has found that seniors in Nonthaburi as most examples have the use of social networks. In the middle of the company's economic, social and business-related communication, in an overview, is an average of 3.27 by considering that the level of social networking results of the elderly in Nonthaburi. The highest average rating is the communication. The average is as low as 3.62, it is moderate to the average expression equal to 3.43, and the average score with the lowest proportion is the average time equal to 2.94.

Keywords: Usage behaviors and the results of social networking services of the elderly social networks

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้ เป็นผลงานวิจัยที่ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย จากมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ประจำปีงบประมาณ 2559 ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณคณะผู้บริหารมหาวิทยาลัย ที่ให้ความสำคัญในการวิจัย และพิจารณาให้ทุนสนับสนุนสำหรับการทำวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถาม ในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีทุกท่าน ที่ได้สละเวลาช่วยตอบแบบสอบถาม ทำให้งานวิจัยในครั้งนี้เสร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณคณาจารย์สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ที่คอยแนะนำ และให้คำปรึกษา จนงานวิจัยในครั้งนี้สำเร็จ

พิชญาวี คณะผล

กรกฎาคม 2561



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามการวิจัย.....	5
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
1.4 สมมติฐานการวิจัย	6
1.5 ขอบเขตของการวิจัย	6
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
2.1 แนวคิดเครือข่ายสังคมออนไลน์.....	10
2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ.....	11
2.3 พฤติกรรมการใช้งานออนไลน์ของผู้สูงอายุ	16
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม	21
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ.....	23
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	29
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	29
3.2 กลุ่มตัวอย่าง.....	30
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย.....	31
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	31

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.6 การวิเคราะห์ปัจจัย.....	33
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
4.1 ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม	35
4.2 การศึกษาระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี	38
4.3 การศึกษาระดับผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี	46
4.4 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากร.....	49
4.5 การเปรียบเทียบผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของ กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากร	
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	60
5.1 สรุปผลการวิจัย	60
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	67
5.3 ข้อเสนอแนะ	71
บรรณานุกรม.....	73
ภาคผนวก แบบสอบถาม.....	80
ประวัติผู้วิจัย	92

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	13
3.2 สัดส่วนกลุ่มตัวอย่างประชากรของแต่ละอำเภอ	15
4.1 ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม	35
4.2 จำนวนและร้อยละลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามด้านระดับการศึกษา.....	38
4.3 จำนวนและร้อยละลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอาชีพ	41
4.4 จำนวนและร้อยละลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามด้านสถานภาพการสมรส.44	44
4.5 จำนวนและร้อยละลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามด้านรายได้	45
4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง ภาพรวมทั้งหมด	46
4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านความรู้	50
4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านเจตคติ	50
4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านทักษะการใช้บริการ	51
4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง ภาพรวมทั้งหมด	51
4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านการสื่อสาร.....	52
4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านการออก	53
4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านเวลา	53
4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านสังคม	54
4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านบันเทิง	54

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านธุรกิจ	55
4.17 ค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านเพศ	55
4.18 ค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านระดับการศึกษา	56
4.19 ค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านอาชีพ	57
4.20 ค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านสถานะภาพสมรส	57
4.21 ค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านรายได้.....	58
4.22 ค่าสถิติเปรียบเทียบผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านเพศ
4.23 ค่าสถิติเปรียบเทียบผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านการศึกษา.....
4.24 ค่าสถิติเปรียบเทียบผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านอาชีพ.....
4.25 ค่าสถิติเปรียบเทียบผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านสถานะภาพสมรส.....
4.26 ค่าสถิติเปรียบเทียบผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านรายได้.....

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 เครื่องถ่ายภาพออนไลน์ Facebook มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.....	28
2.2 เครื่องถ่ายภาพออนไลน์ MySpace	
2.3 เครื่องถ่ายภาพออนไลน์ Instagram	
2.4 เครื่องถ่ายภาพออนไลน์ Twitter.....	
2.5 เครื่องถ่ายภาพออนไลน์ YouTube.com	
2.6 เครื่องถ่ายภาพออนไลน์ LINE.....	
2.7 เครื่องถ่ายภาพออนไลน์ Google+	
2.8 เครื่องถ่ายภาพออนไลน์ blog.eduzones.com.....	



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประชากรในโลกพูดถึงกันมากในศตวรรษที่ 2000 ได้แก่ การสูงวัยของประชากร โครงสร้างอายุของประชากรโลกและของประเทศต่าง ๆ กำลังเปลี่ยนไปในทิศทางที่มีอายุสูงขึ้น ปรากฏการณ์ทางประชากรนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากอัตราเกิดของ ประชากรทั่วโลกได้ลดต่ำลง ในขณะที่ผู้คนมีอายุยืนยาวขึ้น การสูงวัยของประชากรย่อมมีผลอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในแต่ละประเทศ ในปี 2558 ประชากรโลกมี 7,349 ล้านคน ในจำนวนนี้เป็นประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปประมาณ 901 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 12 ของประชากรทั้งหมด นับได้ว่าประชากรรวมทั่วโลกได้เข้าเกณฑ์ที่เรียกได้ว่าเป็น “สังคมสูงวัย” แล้ว อย่างไรก็ตามประชากรในแต่ละภูมิภาคมีระดับ การสูงวัยไม่เท่ากัน ทวีปยุโรปมีสัดส่วนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปสูงสุด ในขณะที่ทวีปแอฟริกา มีสัดส่วนประชากรสูงอายุน้อยที่สุด ทวีปเอเชียซึ่งมีประชากรราวหนึ่งในสามของประชากรโลก มีประชากรสูงอายุประมาณ 508 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 56 ของประชากรสูงอายุทั่วโลก

สถานการณ์การสูงวัยของประชากรกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน ในปี 2558 อาเซียนมีประชากรรวมทั้งหมด 630 ล้านคน เกือบครึ่งหนึ่งของประชากรอาเซียนอยู่ในประเทศอินโดนีเซีย โดยรวมแล้วอาเซียนมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปอยู่ประมาณ 59 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 9 ของประชากรทั้งหมด ประเทศอาเซียนที่เข้าเกณฑ์เป็น สังคมสูงวัยแล้วมี 3 ประเทศ คือ สิงคโปร์ร้อยละ 18 ไทยร้อยละ 16 และเวียดนาม ร้อยละ 10 ส่วนประเทศที่มีประชากรมากที่สุดของอาเซียน คือ อินโดนีเซีย มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป ประมาณ 21 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 8 ของประชากรทั้งหมด (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล, 2558)

สถานการณ์การสูงวัยของประชากรไทย ในปี 2559 ประชากรไทยมีจำนวน 65.9 ล้านคน (ไม่นับรวมแรงงานข้ามชาติจากประเทศเพื่อนบ้านอีกประมาณ 3 ล้านคน) ในจำนวนนี้เป็นประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป 9.9 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 15.07 ของประชากรทั้งหมด ประเด็นสำคัญคือขณะนี้ประชากรไทยกำลังสูงวัยขึ้นอย่างรวดเร็ว ประเทศไทยได้กลายเป็น สังคมสูงวัยมาตั้งแต่ปี 2548 คือมีสัดส่วนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปสูงถึงร้อยละ 10 ประชากร สูงอายุกำลังเพิ่มขึ้นด้วยอัตรา

ที่เร็วมากคือ สูงกว่าร้อยละ 4 ต่อปี ในขณะที่ประชากรรวม เพิ่มขึ้นด้วยอัตราเพียงร้อยละ 0.5 เท่านั้น ตามการคาดประมาณประชากรของสำนักงาน คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ประเทศไทยจะกลายเป็นสังคมสูงวัย อย่างสมบูรณ์ คือมีสัดส่วนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปสูงถึงร้อยละ 20 ในปี 2564 และจะเป็น สังคมสูงวัยระดับสุดยอดเมื่อมีสัดส่วนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปสูงถึงร้อยละ 28 ในปี 2574

สภาวะที่เปลี่ยนแปลงทางด้านปัจจัยทั้งภายในและภายนอกของครอบครัวที่หลากหลายที่ส่งผลให้ผู้สูงอายุจำเป็นต้องอยู่ห่างจากลูกหลาน ไม่ว่าจะป็นอันเนื่องมาจากลูกหลานต้องศึกษาต่อในที่ห่างไกล และการเดินทางไปทำงานต่างถิ่น หรือขนาดของครอบครัวเล็กลงโดยการแยกตัวออกจากครอบครัวใหญ่มาใช้ชีวิตเป็นครอบครัวเล็ก ๆ จึงส่งผลให้ผู้สูงอายุจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการติดต่อสื่อสาร โดยการหันมาใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากขึ้นเพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ผู้สูงอายุต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการสื่อสารเพื่อที่จะเปิดรับเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อใช้ในการประกอบธุรกิจของตนเองหรือของลูกหลาน หรือแม้กระทั่งติดต่อสื่อสารกับผู้ที่อยู่ห่างไกล และการติดตามข่าวสารที่ง่ายกว่าเก่า (กันตพล บันทัดทอง, 2557) การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุนับได้ว่าเป็นรูปแบบพฤติกรรมใหม่ที่เกิดขึ้นในสังคมผู้สูงอายุในปัจจุบัน ซึ่งเป็นการเรียนรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยเรียนรู้วิธีการติดต่อสื่อสารแบบใหม่อาศัยเทคโนโลยีเป็นตัวกลาง การเข้าใจพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุจะช่วยให้เข้าใจรูปแบบการใช้งาน ปัญหาอุปสรรคในการใช้เทคโนโลยีของผู้สูงอายุ เพื่อให้ได้แนวทางในการติดต่อสื่อสารกับผู้สูงอายุที่มีประสิทธิภาพที่หลากหลายมากขึ้น การวิจัยนี้จึงเป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ

1.2 คำถามการวิจัย

- 1.2.1 พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุเป็นอย่างไร
- 1.2.2 ผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุเป็นอย่างไร
- 1.2.3 “ผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรีที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร”
- 1.2.4 “ผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรีที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร”

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี

1.3.2 เพื่อศึกษาระดับต่อผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี

1.3.3 เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะทางประชากร

1.3.4 เพื่อเปรียบเทียบผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะทางประชากร

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 ผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรีที่มีลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

1.4.2 ผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรีที่มีลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยมุ่งศึกษาตัวแปรต้นและตัวแปรตามดังนี้

- ตัวแปรต้น ลักษณะทางประชากร
- ตัวแปรตาม พฤติกรรมการใช้, ผลการให้บริการ

ตัวแปรต้น

ลักษณะทางประชากร

- เพศ
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ

- สถานภาพสมรส
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม

พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ความรู้

1. มีความรู้เรื่องรูปแบบบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์
2. มีความรู้วิธีการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์
3. มีความรู้วิธีการติดต่อสื่อสารผ่านบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์
4. มีความรู้ช่องทางการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์
5. ได้รับรู้และได้เรียนรู้สิ่งใหม่ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

เจตคติ

6. การบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความหลากหลาย
7. มีการแบ่งปัน เผยแพร่กิจกรรม ข้อมูล ความรู้ต่าง ๆ ได้รับรู้ร่วมกัน
8. ได้แสดงความรู้สึกรักใคร่ที่ดี
9. ช่วยผ่อนคลายด้านอารมณ์และได้สังคมนะหว่างกัน

ทักษะการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

10. มีความสามารถในการใช้บริการ Facebook
11. มีความสามารถในการใช้บริการ Line
12. มีความสามารถในการใช้บริการ Twitter
13. มีความสามารถในการใช้บริการ Instagram
14. มีความสามารถในการใช้บริการ Google+
15. มีความสามารถในการใช้บริการ YouTube

ผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

- ด้านการสื่อสาร
- ด้านการแสดงออกถึงตัวตน
- ด้านเวลา
- ด้านผลกระทบต่อสังคม

- ด้านบันเทิง
- ด้านธุรกิจ

1.5.2 ขอบเขตด้านประชากร

- ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรีที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป
- บัญชีผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และใช้เป็นประจำอย่างน้อยสัปดาห์ละ 4 วัน ซึ่งไม่ทราบขนาดประชากรที่แน่นอน

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง การกระทำหรือกิริยาอาการที่แสดงออกทางร่างกาย ความคิด หรือความรู้สึก ในการวิจัยครั้งนี้จะศึกษาพฤติกรรมของผู้สูงอายุในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในด้านความรู้ เจตคติ และ ทักษะการใช้บริการ

1.6.2 ความรู้หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นจากการเรียน การค้นคว้า ความคุ้นเคย ความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ ในการวิจัยครั้งนี้จะศึกษาความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ ได้แก่

- 1) มีความรู้เรื่องรูปแบบบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์
- 2) มีความรู้วิธีการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์
- 3) มีความรู้วิธีการติดต่อสื่อสารผ่านบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์
- 4) มีความรู้ช่องทางการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์
- 5) ได้รับรู้และได้เรียนรู้สิ่งใหม่ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

1.6.3 เจตคติ หมายถึง แนวความคิดเห็น มุมมอง ความรู้สึก ในการวิจัยครั้งนี้จะศึกษาเจตคติของผู้สูงอายุที่มีต่อบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ซึ่งอาจจะดี หรือไม่ดี อาจจะลบ หรือบวก ได้แก่

- 1) การบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความหลากหลาย
- 2) มีการแบ่งปัน เผยแพร่กิจกรรม ข้อมูล ความรู้ต่าง ๆ ได้รับรู้ร่วมกัน
- 3) ได้แสดงความรู้สึกนึกคิดที่ดี
- 4) ช่วยผ่อนคลายด้านอารมณ์และได้สังคมนะหว่างกัน

1.6.4 ทักษะการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง ความสามารถในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการวิจัยครั้งนี้จะศึกษาทักษะของผู้สูงอายุในบริการต่าง ๆ ได้แก่

- 1) มีความสามารถในการใช้บริการ Facebook
- 2) มีความสามารถในการใช้บริการ Line
- 3) มีความสามารถในการใช้บริการ Twitter
- 4) มีความสามารถในการใช้บริการ Instagram
- 5) มีความสามารถในการใช้บริการ Google+
- 6) มีความสามารถในการใช้บริการ YouTube

1.6.5 ผลการให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง ประโยชน์หรือโทษจากการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในการวิจัยครั้งนี้จะศึกษาผลการใช้บริการของผู้สูงอายุโดยแบ่งผลการใช้บริการแบ่งเป็น 6 ด้านได้แก่

- 1) ด้านการสื่อสาร หมายถึง ผลจากการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีต่อการสื่อสาร ได้แก่ ช่วยให้ติดต่อสื่อสาร, ช่วยให้ทราบข้อมูลข่าวสาร และช่วยสร้างการรับรู้และเรียนรู้
- 2) ด้านการแสดงออก หมายถึง ผลจากการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีการแสดงออก ได้แก่ เป็นที่แสดงความคิดเห็นหรือโต้ตอบ และเป็นสื่อในการนำเสนอรูปภาพ/ผลงาน
- 3) ด้านเวลา หมายถึง ผลจากการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีเวลา ได้แก่ ทำให้มีเวลาเป็นของตนเอง, ทำให้ได้พูดคุยกับผู้อื่น และใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์
- 4) ด้านสังคม หมายถึง ผลจากการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีต่อสังคม ได้แก่ เป็นแหล่งเผยแพร่สื่อ และก่อให้เกิดอาชญากรรม
- 5) ด้านบันเทิง หมายถึง ผลจากการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีต่อด้านบันเทิง ได้แก่ ช่วยให้ผ่อนคลายความเครียด, เป็นแหล่งให้ความบันเทิง และทำให้มีเพื่อน
- 6) ด้านธุรกิจ หมายถึง ผลจากการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีต่อธุรกิจ ได้แก่ ช่วยในการค้นหาสินค้าหรือบริการ และช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ

1.6.6 เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง รูปแบบของสังคมบนโลกอินเทอร์เน็ต ที่ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจะแบ่งปัน ข้อมูล ความรู้ ความสนใจ กิจกรรมหรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่ตนเองสนใจ โดยเผยแพร่ให้กับผู้ที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้วยกันได้รับรู้ และยังเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกันระหว่างผู้ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้วยกันได้ บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์สามารถสื่อสารออกมาในรูปแบบข้อความ รูปภาพ เสียง หรือวีดีโอได้ ตัวอย่างบริการ

เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมในปัจจุบันได้แก่ Facebook Line Twitter Instagram Google+ YouTube เป็นต้น

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ผลที่ได้จากการวิจัยเป็นประโยชน์ในเชิงธุรกิจ ในการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อให้มีความเหมาะสม มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน

1.7.2 ภาครัฐหรือภาคเอกชนสามารถนำไปพัฒนาช่องทางการติดต่อสื่อสารกับประชาชน หรือผู้รับบริการกลุ่มผู้สูงอายุ ผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ หรือนโยบายต่าง ๆ ขององค์กร รวมถึงเป็นทางเลือกใหม่ของประชาชนหรือผู้รับบริการกลุ่มผู้สูงอายุ ในการติดตาม ข่าวสาร สารประโยชน์ และกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรด้วย

1.7.3 ด้านวิชาการศึกษา สามารถนำผลที่ได้ไปพิจารณาพัฒนาการบริหารจัดการเรียนรู้ การจัดการเรียนการสอนกลุ่มผู้สูงอายุ ผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อให้เกิดความน่าสนใจและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้และผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและประยุกต์ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเครือข่ายสังคมออนไลน์
- 2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ
- 2.3 พฤติกรรมการใช้งานออนไลน์ของผู้สูงอายุ
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเครือข่ายสังคมออนไลน์

ผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทั่วโลกมีจำนวนมาก เป็นที่นิยมอย่างมากในโลกออนไลน์ และมีแนวโน้มการใช้งานที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต ด้วยประโยชน์ที่มากมายจากการใช้งาน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ สามารถสื่อสารได้ง่าย และเป็นวงกว้างหลากหลายรูปแบบ เช่น ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ เป็นต้น ในเชิงการใช้งานทั่วไปแล้ว สามารถสื่อสารกับคนที่มีความชื่นชอบในเรื่องเดียวกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือรวมตัวกันทำกิจกรรมที่มีประโยชน์ นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งพูดคุยกับเพื่อนที่ไม่เจอกันมานาน หรือเพื่อที่อยู่ไกลกัน และด้วยความที่เครือข่ายสังคมออนไลน์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็วและเป็นช่องทางการสื่อสารตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้จึงมีการนำมาใช้ทางด้านธุรกิจ ประชาสัมพันธ์สินค้า หรือองค์กร รวมถึงใช้เป็นช่องทางสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า สร้างกิจกรรมหรือพูดคุยตอบข้อซักถามถึงสินค้าและบริการ ผลการสำรวจจากประเทศสหรัฐอเมริกา ยังยืนยันการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีปริมาณเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี และเติบโตเป็นอันดับ

ต้น ๆ ดังนั้นนักการตลาดจึงมีแนวโน้มในการเลือกใช้สื่อรูปแบบนี้มากขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป (เอมิกา เหมมินทร์, 2556)

2.1.1 ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network)

มีผู้ให้ความหมายเครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้มากมาย ดังนี้

Tukko Nathida (2552) ได้อธิบายเกี่ยวกับ Social Media ว่าหมายถึง สังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้เป็นผู้สื่อสาร หรือเขียนเล่า เนื้อหา เรื่องราว ประสบการณ์ บทความ รูปภาพ และ วิดีโอ ที่ผู้ใช้เขียนขึ้นเอง ทำขึ้นเอง หรือพบเจอจากสื่ออื่น ๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตนผ่านทางเว็บไซต์ Social Media ที่ให้บริการบนโลกออนไลน์ ปัจจุบันการสื่อสารแบบนี้ จะทำผ่านทาง Internet และโทรศัพท์มือถือเท่านั้น

Thumbsupteam (2554) ได้อธิบายเกี่ยวกับ Social Media ว่าหมายถึง การใช้บริการ Web-based และเทคโนโลยีทางด้าน Mobile ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารไปสู่การปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันมากขึ้น

Kaplan และ Haentlein (ม.ป.ป.) ได้นิยาม Social Media ว่าหมายถึง กลุ่มของแอปพลิเคชันบนอินเทอร์เน็ตที่สร้างบนระบบความคิดอันเป็นรากฐานของสังคมและทางเทคโนโลยี ด้วยแนวความคิดของ Web 2.0 และเปิดให้คนแลกเปลี่ยนเนื้อหาที่เกิดจากผู้ใช้

ธัญวัฒน์ กาบคำ (2553) ได้อธิบายเกี่ยวกับ Social Media ว่าหมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการตอบสนองทางสังคมได้หลายทิศทาง โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้

SEO (2554) ได้อธิบายเกี่ยวกับ Social Media ว่าหมายถึง สื่อในสังคมออนไลน์ที่ในปัจจุบันนิยมใช้งานกันมากและมีการใช้งานในรูปแบบการสื่อสารสองทาง (Interactive) ซึ่งผู้ใช้งานสามารถเข้าถึง Social Media ประเภทต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว โดยผู้ใช้งานสามารถเข้ามาแบ่งปันความรู้ ข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ให้แก่กันได้อย่างอิสระและสามารถโต้ตอบแสดงความคิดเห็นกันได้อย่างทันทีทันใด

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี (2560) ได้นิยามเกี่ยวกับ Social Media ว่าเป็นรูปแบบของเว็บไซต์ในการสร้างเครือข่ายสังคม สำหรับผู้ใช้งานในอินเทอร์เน็ต เขียนและอธิบายความสนใจ

และกิจการที่ได้ทำ และเชื่อมโยงกับความสนใจและกิจกรรมของผู้อื่น ในบริการเครือข่ายสังคมมักจะประกอบไปด้วย การแชท การส่งข้อความ อีเมล วิดีโอ เพลง อัฟโหลดรูป บล็อก

จากคำอธิบายของหลายท่าน พอจะสรุปได้ว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึงสังคมออนไลน์ที่มีการเชื่อมโยงกันเพื่อสร้างเครือข่ายในการตอบสนองความต้องการทางสังคมที่มุ่งเน้นในการสร้างและสะท้อนให้เห็นถึงเครือข่าย หรือความสัมพันธ์ทางสังคม ในกลุ่มคนที่มีความสนใจหรือมีกิจกรรมร่วมกัน บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์จะให้บริการผ่านหน้าเว็บ และให้มีการตอบโต้กันระหว่างผู้ใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต

2.1.2 ความเป็นมาของเครือข่ายสังคมออนไลน์

ภูตะวัน แก้วเกตุ (2556) ได้มีการกล่าวถึงที่มาของเครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้ว่า การเกิดขึ้นและเติบโตของเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้มาจากการพัฒนาทางเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตจากเว็บ 1.0 (เว็บเนื้อหา) มาสู่เว็บ 2.0 (เว็บเชิงสังคม) ซึ่งจุดเด่นของเว็บ 2.0 คือ การที่ผู้ใช้สามารถสร้างเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ตได้เอง โดยไม่จำกัดว่าจะต้องเป็นทีมงานหรือผู้ดูแลเว็บไซต์ ซึ่งเรียกว่า User Generate Content ข้อดีของการที่ผู้ใช้เข้ามาสร้างเนื้อหาได้เอง ทำให้มีการผลิตเนื้อหาเข้ามาเป็นจำนวนมาก และมีความหลากหลายของมุมมองความคิด เพราะจากเดิมผู้ดูแลจะเป็นคนคิดและหาเนื้อหามาลงแต่เพียงกลุ่มเดียว

2.1.3 บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่ได้รับความนิยมในไทย

เอมิกา เหมมินทร์ (2556) ได้กล่าวถึงบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่ได้รับความนิยมในไทยไว้ดังนี้

1) Facebook คือ บริการบนอินเทอร์เน็ตบริการหนึ่ง ที่จะทำให้ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารและร่วมทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งหรือหลายๆ กิจกรรมกับผู้ใช้ Facebook คนอื่น ๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นการตั้งประเด็นถามตอบในเรื่องที่สนใจ โพสต์รูปภาพ โพสต์คลิปวิดีโอ เขียนบทความหรือบล็อกแชทคุยกันแบบสดๆ เล่นเกมส์แบบเป็นกลุ่ม (เป็นที่นิยมกันอย่างมาก) และยังสามารถทำกิจกรรมอื่น ๆ ผ่านแอปพลิเคชันเสริมที่มีอยู่อย่างมากมาย ซึ่งแอปพลิเคชันดังกล่าวได้ถูกพัฒนาเข้ามาเพิ่มเติมอยู่เรื่อย ๆ

เมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548 Mark Zuckerberg ได้เปิดตัวเว็บไซต์ Facebook ซึ่งเป็นเว็บประเภท Social Media ซึ่งตอนนั้นเปิดให้เข้าใช้เฉพาะนักศึกษาของมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ดเท่านั้นและเว็บนี้ก็ตั้งขึ้นมาในช่วงพริบตา เพียงเปิดตัวได้สองสัปดาห์ ครั้งหนึ่งของนักศึกษาที่เรียนอยู่ที่มหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ด ก็สมัครเป็นสมาชิก Facebook เพื่อเข้าใช้งานกัน

อย่างล้นหลาม และเมื่อทราบข่าวนี้ มหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในเขตบอสตันก็เริ่มมีความต้องการ และอยากขอเข้าใช้งาน Facebook บ้าง Mark จึงได้ชักชวนเพื่อนชื่อ Dustin Moskowitz และ Christ Hughes เพื่อช่วยกันสร้าง Facebook และเพียงระยะเวลา 4 เดือนหลังจากนั้น Facebook จึงได้เพิ่มรายชื่อและสมาชิกของมหาวิทยาลัยอีก 30 กว่าแห่ง

Facebook ยังเติบโตต่อไป จนถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2549 ก็ได้เปิดในโรงเรียนในระดับมัธยมปลายเข้าร่วมใช้งานได้ และในเดือนถัดมา Facebook ได้เพิ่มฟังก์ชันใหม่ โดยสามารถให้สมาชิกเอารูปภาพมาแบ่งปันกันได้ ซึ่งฟังก์ชันนี้ได้รับความนิยมอย่างล้นหลาม ในฤดูใบไม้ผลิ Facebook ได้รับเงินจากการลงทุนเพิ่มอีกของ Greylock Partners, Meritech Capital พร้อมกับนักลงทุนชุดแรกคือ Accel Partners และ Peter Thiel เป็นจำนวนเงินถึง 25 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมูลค่าการประเมินมูลค่าในตอนนั้นเป็น 525 ล้านดอลลาร์ หลังจากนั้น Facebook ได้เปิดให้องค์กรธุรกิจหรือบริษัทต่าง ๆ ให้สามารถเข้าใช้งาน Facebook และสร้าง Network ต่าง ๆ ได้ ซึ่งในที่สุดองค์กรธุรกิจกว่า 20,000 แห่งได้เข้ามาใช้งาน และสุดท้ายในพ.ศ. 2550 Facebook ก็ได้เปิดให้ทุกคนที่มีอีเมลได้เข้าใช้งาน ซึ่งเป็นยุคที่คนทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นใครก็สามารถเข้าไปใช้งาน Facebook ได้ เพียงแค่คุณมีอีเมลเท่านั้น

ในพ.ศ. 2551 Facebook มีสมาชิกที่สมัครใหม่มากกว่า 1 ล้านคนต่อสัปดาห์ โดยเฉลี่ยจะอยู่ที่วันละ 200,000 คน ซึ่งรวมกันแล้วทำให้ Facebook มีสมาชิกมากถึง 50 ล้านคน โดย Facebook มียอดผู้เข้าชมเฉลี่ยอยู่ที่ 40,000 ล้านเพจวิวต่อเดือน จากวันแรกที่ Facebook เป็น Social Media ของนักศึกษามหาวิทยาลัย จนวันนี้สมาชิกของ Facebook 11% มีอายุมากกว่า 35 ปี และสมาชิกที่มีอายุมากกว่า 30 ปีก็เข้ามาสมัครใช้ Facebook กันเยอะมาก นอกเหนือจากนี้ Facebook ยังเติบโตอย่างยิ่งใหญ่ในตลาดต่างประเทศอีกด้วย โดย 15% ของสมาชิก เป็นคนที่อยู่ในประเทศแคนาดา ซึ่งมีรายงานออกมาด้วยว่า ค่าเฉลี่ยของสมาชิกที่มาใช้งาน Facebook นั้นอยู่ที่ 19 นาทีต่อวันต่อคน โดย Facebook ถือได้ว่าเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดเป็นอันดับ 6 ของสหรัฐอเมริกาและเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้อัพโหลดรูปภาพสูงที่สุดด้วยจำนวน 4 หมื่นหนึ่งพันล้านรูป ปัจจุบัน Facebook มีสมาชิกมากกว่า 1,000 ล้านบัญชีทั่วโลกสูงเป็นอันดับ 1

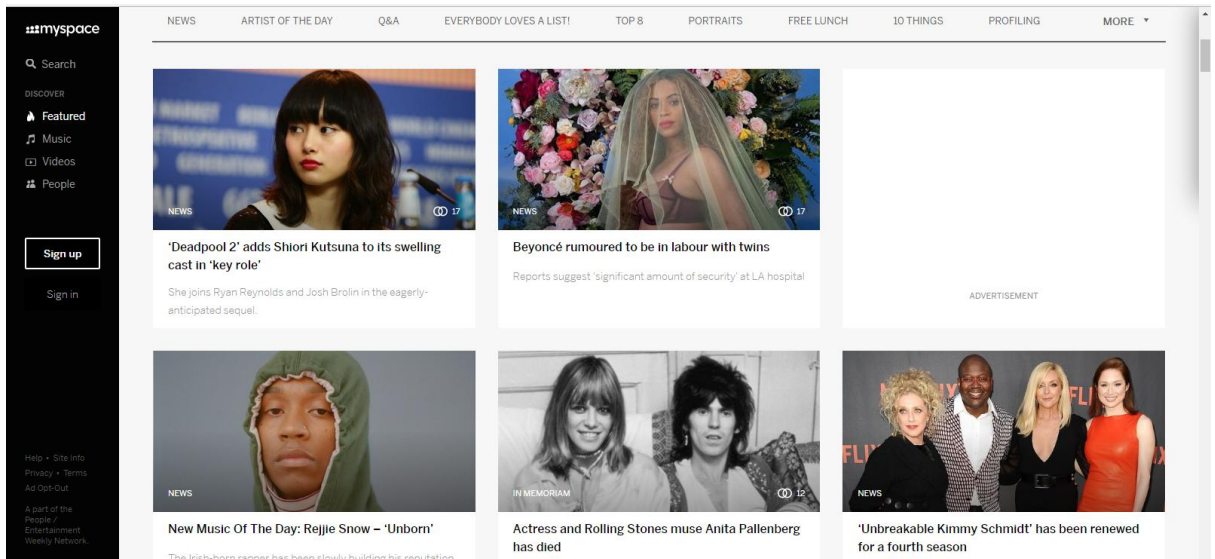


ภาพที่ 2.1 เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook มหาวิทยาลัยราชภัฏ

ที่มา: มหาวิทยาลัยราชภัฏ (2561: ออนไลน์)

2) MySpace เป็นเว็บไซต์ในรูปแบบของเครือข่ายชุมชนชื่อดังเว็บหนึ่ง ให้บริการทำเว็บส่วนตัว บล็อก การเก็บ ภาพ วิดีโอ ดนตรี และเชื่อมโยงเข้ากับกลุ่มคนอื่น My Space มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่เบเวอร์ลีฮิลล์ รัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา โดยมีลูกเล่นค่อนข้างมากกว่าไม่ว่าจะเป็นในส่วนของ Layout, Music, Photo และสามารถกำหนดสิทธิคนที่ จะเข้าดูได้หลายระดับ แต่เปิดแสดงผลได้ช้ามาก หากบล็อกมีลูกเล่นเยอะ ยังไม่สามารถใส่ script แบบไดอารี่ หรือบล็อกในหลายๆ ที่ได้ การเลือกจำนวนของ Entry หรือบทความที่จะแสดงในหน้าแรกของบล็อกได้ต่ำสุดที่ 5 และความสามารถในการกำหนดขนาดตัวอักษร ยังไม่มีมีการให้ใส่หรือเลือกขนาดตัวอักษรสำหรับบทความได้ในจุดไหน

MySpace ได้รับการก่อตั้งขึ้นในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2546 โดย ทอม แอนเดอร์สัน ร่วมกับคริส เดอวูล์ฟ ซึ่งต่อมาถูก บริษัท นิวส์ คอร์ปอเรชั่น ของ รูเพิร์ต เมอร์ด็อก ซื้อกิจการด้วยมูลค่า 580 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แต่สุดท้ายมาลงเอยที่บริษัทยักษ์ใหญ่อ่างกูเกิ้ล อีริค ชมิดต์ ประธานคณะผู้บริหารของกูเกิ้ล ยอมลงทุนทุ่มซื้อในราคา 803 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยจุดเด่นของ MySpace นั้น เป็นการพัฒนาเพื่อให้เป็นพื้นที่ชุมชนบนเครือข่ายโดยอาศัยประโยชน์จากเทคโนโลยี สร้างพื้นที่ส่วนตัวในโลกออนไลน์ อีกทั้งเป็นการสร้างมิตรภาพแสดงความเป็นตัวตนที่แท้จริง แบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ ไปจนถึงเป็นช่องทางสื่อสารในการนัดพบกันระหว่างกลุ่มเพื่อน MySpace เป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกได้มีพื้นที่บนเว็บเป็นของตัวเองฟรีๆ สมาชิกจะสามารถบันทึกเรื่องราวส่วนตัวรวมทั้งรูปภาพของตัวเองเอาไว้ หากใครมีความสนใจอยากแนะนำตัว และอยากรู้จักเป็นเพื่อนกันก็ต้องเข้ามาแนะนำตัวเสียก่อน และขอเป็นเพื่อน หากเจ้าของพื้นที่อนุญาต ก็จะสามารถเข้ามาโพสต์ข้อความหรือแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ในพื้นที่ของเว็บเพจของคนอื่นได้บนเว็บไซต์นี้ ปัจจุบัน MySpace มีสมาชิกอยู่ถึง 123 ล้านคนทั่วโลก



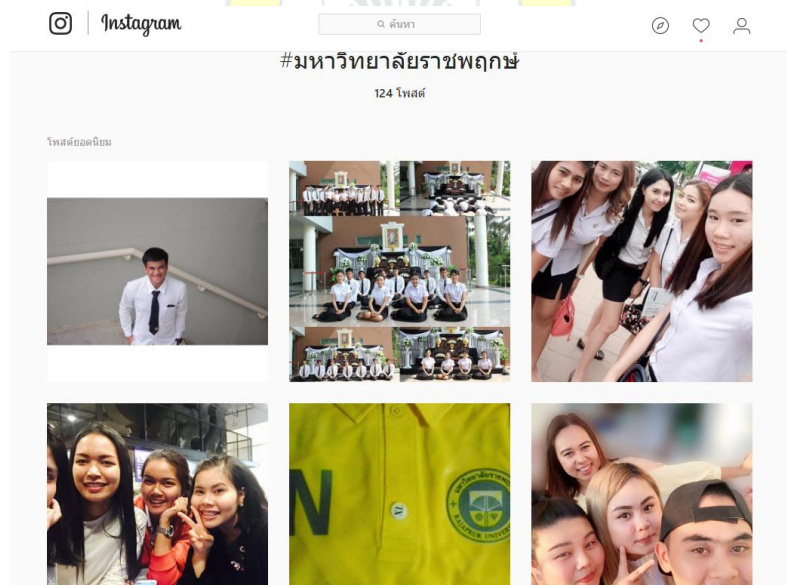
ภาพที่ 2.2 เครื่องข่ายสังคมออนไลน์ MySpace

ที่มา: myspace.com (2561: ออนไลน์)

3) Instagram คือ โปรแกรมที่สามารถนำรูปที่ถ่ายไว้ในแกลลอรี่ หรือวิดีโอมา ตกแต่งให้สวยงามในสไตล์ที่เราต้องการด้วยฟิลเตอร์ (Filter) และเครื่องมือที่มีอยู่ใน Instagram ซึ่งมีอยู่หลายรูปแบบให้เลือก แล้วนำรูปภาพที่ตกแต่งนั้นไปแชร์ให้เพื่อนๆ ใน Social Media ได้ดู เช่น Twitter, Facebook, Foursquare หรือ Tumblr และในทางกลับกันเราก็สามารถเปิดดู แสดงความชื่นชอบ (Likes) และแสดงความคิดเห็น (Comments) ในรูปหรือวิดีโอที่เพื่อนๆ ของเราแชร์ไว้ได้ด้วย เช่นเดียวกัน จุดเด่นที่ทำให้ Instagram ได้รับความนิยมอย่างสูงตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา คือ ใช้งานง่าย สะดวกรวดเร็ว มีผู้ใช้งานร่วมกันเยอะ มีอินเทอร์เฟซที่สวยงาม มีความสนุกอยู่ในตัว และยังมีดาราดังชอบใช้กันอีกก็ยิ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้กระแสของ Instagram แร่งขึ้นตามลำดับ สำหรับการอัปโหลดภาพและวิดีโอสามารถเลือกจาก Camera Roll ที่ถ่ายเอาไว้แล้วหรือจะถ่ายทสดจากกล้องเลยก็ได้ และก่อนที่คุณจะอัปโหลดรูป Instagram ยังให้คุณแต่งภาพได้ เช่น การ Crop ภาพ และการใส่ฟิวเจอร์ Instagram มีระบบ Followers และ Following ให้เลือกติดตามชมรูปภาพ ความเคลื่อนไหวการใช้งานของเพื่อนๆ ที่ใช้งานแอปพลิเคชันตัวนี้ หากถูกใจ ชอบรูปภาพไหนสามารถกด Like รวมไปถึง Comment รูปภาพนั้นได้

Instagram ได้ถูกคิดค้นขึ้นมาที่ ซานฟรานซิสโก โดย เควิน ซิสตรอม และ ไมเคิล ไมค์ครีเกอร์ โดยคิดค้นโดยเน้นระบบ HTML5 ในวันที่ 5 มีนาคม พ.ศ. 2553 ซิสตรอม ได้ลงทุนอีก 500,000 ดอลลาร์สหรัฐ ในการเพิ่มเติมแอปพลิเคชัน Instagram ได้เปิดตัวบนแพลตฟอร์ม

ของแอปเปิล ในวันที่ 6 ตุลาคม พ.ศ. 2553 หลังจากนั้น จอร์จ รีเดล ได้เข้ามาร่วมงานกับบริษัทในตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ซึ่งในขณะนั้นในบริษัทมีพนักงานไม่ถึง 10 คน และต่อมาก็ได้มีผู้เข้ามาร่วมงานกับบริษัทเพิ่มเติม คือ เซน สวีเนีย โดยเข้ามาในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2553 ในตำแหน่งวิศวกร และ เจสสิกา โชลแมน ก็ได้เข้ามาในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2553 ต่อมาในเดือนมกราคม พ.ศ. 2554 Instagram ได้เพิ่มแฮชแท็ก ซึ่งเป็นระบบที่สามารถทำให้ป้ายชื่อที่พิมพ์ลงไปในนั้น ค้นหาได้ง่ายขึ้น โดยการพิมพ์ "#" ตามด้วยป้ายชื่อที่จะพิมพ์ และต่อมาในเดือนกันยายน Instagram ได้ปล่อยเวอร์ชัน 2.0 ให้ดาวน์โหลดบนแอปสโตร์ โดยเพิ่มความสามารถของแอปหลาย ๆ อย่าง ในวันที่ 2 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2554 Instagram ได้ประกาศผลกำไรของบริษัท โดยอยู่ที่ 7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และมีมูลค่าของบริษัทอยู่ที่ 25 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อมาในวันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2555 หลังจากที่ได้ออกคอยกันมานาน Instagram ได้ปล่อยแอปพลิเคชันที่รองรับระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ และในสัปดาห์เดียวกันบริษัทได้ประกาศผลกำไรของบริษัท โดยอยู่ที่ 50 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งมูลค่าของบริษัทอยู่ที่ 500 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ วันที่ 12 เมษายน พ.ศ. 2555 Facebook ได้เข้ามาซื้อกิจการ ในราคา 1 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งทำให้ Facebook มีบริษัทที่กว้างขวางมากขึ้นโดย มาร์ก ซักเคอร์เบิร์ก ประธานบริษัท Facebook จะมุ่งมั่นเพื่อสร้าง Instagram ให้ก้าวหน้าต่อไป

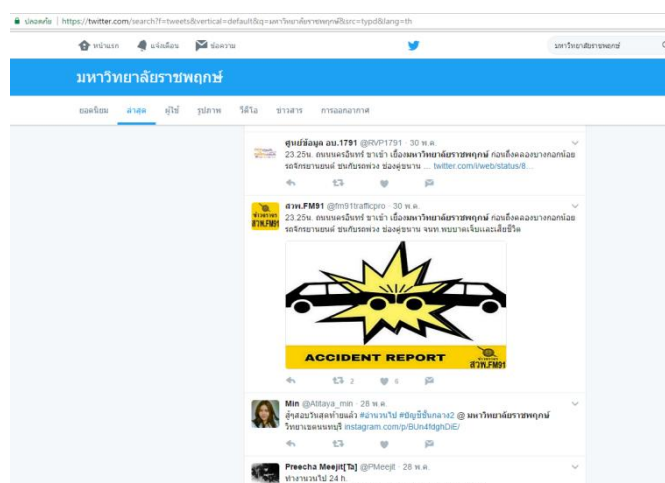


ภาพที่ 2.3 เครือข่ายสังคมออนไลน์ Instagram
ที่มา: มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ (2561: ออนไลน์)

4) Twitter เป็นบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์จำพวกไมโครบล็อก โดยผู้ใช้สามารถส่งข้อความยาวไม่เกิน 140 ตัวอักษร ว่าตัวเองกำลังทำอะไรอยู่ หรือ ทำการทวิต (Tweet) แสดง

ความรู้สึกอารมณ์ ต่าง ๆ ของเรา บอกให้ผู้คนที่รับรู้ถึงข้อความที่เราได้แสดงออกไป สามารถอัปเดตข้อความได้ตลอดเวลา Twitter ไม่ได้โพสต์เพียงข้อความเท่านั้น แต่สามารถโพสต์ภาพถ่าย, วิดีโอและไฟล์ต่าง ๆ ได้ด้วย โดยมีเว็บไซต์ที่ให้บริการฝากรูปภาพ จากนั้นก็แนบลิงค์เพื่อให้บุคคลอื่นคลิกเข้าไปดูจากเว็บไซต์แทน ข้อความอัปเดตที่ส่งเข้าไปยัง Twitter จะแสดงอยู่บนเว็บเพจของผู้ใช้คนนั้นบนเว็บไซต์ และผู้ใช้คนอื่นสามารถเลือกรับข้อความเหล่านี้ทางเว็บไซต์ Twitter, อีเมล, เอสเอ็มเอส, เมสเซนเจอร์หรือผ่านโปรแกรมเฉพาะอย่าง Twitterrific Twhirl ซึ่ง Twitter จะเน้นข้อความมากกว่ารูปภาพหรือวิดีโอ จึงทำให้อัปเดตข้อความใหม่ ๆ ได้อย่างรวดเร็ว อัปเดตข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน

Twitter ก่อตั้งขึ้นโดยบริษัท Obvious Corp เมื่อเดือน มีนาคม ค.ศ. 2006 ที่เมืองซานฟรานซิสโก ประเทศสหรัฐอเมริกา พัฒนาขึ้นโดย Evan Williams และ Meg Hourihan ปัจจุบัน Twitter มีหมายเลขโทรศัพท์สำหรับส่งเอสเอ็มเอสในสามประเทศ คือ สหรัฐอเมริกา แคนาดา และสหราชอาณาจักร ตัวระบบซอฟต์แวร์ของ Twitter เดิมทีนั้นพัฒนาด้วย Ruby on Rails จนเมื่อราวสิ้นปีพ.ศ. 2551 จึงได้เปลี่ยนมาใช้ภาษา Scala บนแพลตฟอร์มจาวา จนกระทั่งปี พ.ศ. 2552 Twitter ได้รับความนิยมสูงขึ้นอย่างมาก จนนิตยสารไทม์ ฉบับวันที่ 15 ปี พ.ศ. 2552 ได้นำเอา Twitter ขึ้นปก และเป็นเรื่องเด่นประจำฉบับ ภายในนิตยสารบทบรรณาธิการกล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงการนำเสนอข่าวที่มีที่มาจากเทคโนโลยีใหม่อย่าง Twitter บริการของ Twitter นั้นถึงจะเป็นแค่บริการเล็ก ๆ แต่ตอนนี้ บริการเล็ก ๆ ที่ว่านี้ ประสบความสำเร็จอย่างสวยงาม มีผู้ใช้งานเกือบ 300 ล้านคนทั่วโลก



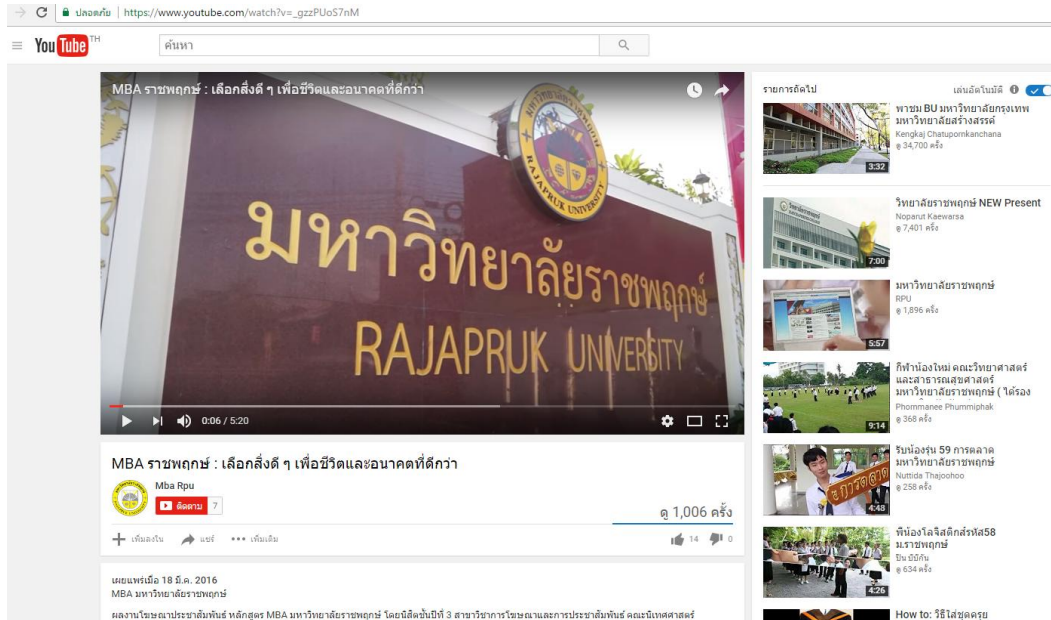
ภาพที่ 2.4 เครือข่ายสังคมออนไลน์ Twitter

ที่มา: มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ (2561: ออนไลน์)

5) YouTube คือเว็บไซต์ที่ให้บริการแลกเปลี่ยนภาพวิดีโอระหว่างผู้ใช้ได้ฟรี โดยนำเทคโนโลยีของ Adobe Flash Player มาใช้ในการแสดงภาพวิดีโอ โดยผู้ใช้สามารถเข้าดูวิดีโอต่าง ๆ พร้อมทั้งเป็นผู้อัปโหลดวิดีโอผ่าน YouTube ได้ฟรี เมื่อสมัครสมาชิกแล้วผู้ใช้จะสามารถใส่ภาพวิดีโอเข้าไป แบ่งปันภาพวิดีโอให้คนอื่นดูด้วย แต่หากไม่ได้สมัครสมาชิกก็สามารถเข้าไปเปิดดูภาพวิดีโอที่ผู้ใช้คนอื่น ๆ ใส่ไว้ใน YouTube ได้ แต่ไม่สามารถเป็นผู้อัปโหลดวิดีโอได้ วิดีโอที่สามารถอัปโหลดลง YouTube ได้ ต้องมีความยาวไม่เกิน 15 นาที ยกเว้นวิดีโอจากพาร์ทเนอร์ของ YouTube ที่ได้รับอนุญาตจาก YouTube ขนาดของไฟล์ไม่เกิน 2 GB สามารถรับ file วิดีโอที่อัปโหลดเข้ามาในนามสกุลต่าง ๆ ได้แก่ .AVI , .MOV, .MP4, .FLV, .DivX รวมทั้งรูปแบบ MPEG, VOB และ .WMV นอกจากนี้ยังรองรับไฟล์สกุล 3GP ที่อัปโหลดเข้ามาทางโทรศัพท์มือถืออีกด้วยในการรับชมวิดีโอผ่าน YouTube นั้นผู้ใช้งานสามารถเลือกชมวิดีโอในโหมดคุณภาพต่าง ๆ กัน ได้แก่ Standard Quality (SQ), High Quality (HQ) หรือ High Definition (HD) ตามความชอบและตามความเหมาะสมของความเร็วในการดาวน์โหลด โดยการรับชมวิดีโอจากเว็บไซต์ จากเดิมผู้ชมต้องติดตั้ง Adobe Flash Player ลงในเว็บเบราว์เซอร์จึงจะสามารถดูได้ แต่ในปัจจุบัน YouTube ได้เปิดให้บริการเว็บเวอร์ชันใหม่ ให้สามารถชมวิดีโอได้ผ่านเว็บเบราว์เซอร์ใด ๆ ที่รองรับมาตรฐาน HTML5 ซึ่งทำให้ไม่จำเป็นต้องติดตั้ง Flash Player อีกต่อไป

YouTube ก่อตั้งในพ.ศ. 2548 โดยพนักงานบริษัท PayPal จำนวน 3 คน ได้แก่ Steve Chen, Chad Hurley และ Jawed Karim โดยใช้โดเมนชื่อ www.YouTube.com โดยมีเป้าหมายให้ผู้คนสามารถแชร์วิดีโอถึงกันได้ผ่านเว็บฟรีไม่มีค่าใช้จ่าย เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2548 YouTube เปิดให้สาธารณะได้ลองใช้งานเว็บไซต์ในรูปแบบเบต้าทดสอบครั้งแรก และเปิดให้บริการอย่างเป็นทางการในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2548 และได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว จนใน พ.ศ. 2549 Google สามารถซื้อกรรมสิทธิ์เว็บไซต์ YouTube ไปในมูลค่า 1.65 พันล้านเหรียญสหรัฐ ทำให้ในปัจจุบัน YouTube ได้กลายมาเป็นบริษัทย่อยของ Google ซึ่งมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เมือง ซาน บรูโน รัฐแคลิฟอร์เนีย จากเริ่มต้นมาจนถึงปัจจุบัน YouTube ได้กลายมาเป็นหนึ่งในเว็บไซต์ที่ผู้เข้าชมมากที่สุดในโลกมีการอัปโหลดวิดีโอต่าง ๆ เข้ามายังเว็บไซต์ในทุกวินาทีจากทั่วโลก รองรับการเข้าชมมากกว่า 2 พันล้านวิดีโอต่อวัน และมียอดการชมวิดีโอกว่า 14 พันล้านครั้งในปี 2010 ที่ผ่านมานี้เส้นทางของ YouTube ก็มีได้โรยด้วยกลีบกุหลาบ เนื่องจากประสบปัญหาต่าง ๆ ได้แก่ การถูกแบนโดยบางประเทศจากเนื้อหาของวิดีโอ ประเทศไทยเคยแบนและบล็อก YouTube

ระหว่างพ.ศ. 2549-2550 จากการทำวีดิโอที่มีลักษณะลามกอนาจาร หรือการฟ้องร้องจากเจ้าของลิขสิทธิ์วีดิโอ



ภาพที่ 2.5 เครื่องมือส่งคอมออนไลน์ YouTube.com
ที่มา: มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ (2561: ออนไลน์)

6) LINE คือแอปพลิเคชันที่ผสมผสานบริการ Messaging และ Voice Over IP นำมาผนวกเข้าด้วยกัน จึงทำให้เกิดเป็นแอปพลิเคชันที่สามารถแชท สร้างกลุ่ม ส่งข้อความ โพสต์รูปต่าง ๆ หรือจะโทรคุยกันแบบเสียงก็ได้ โดยข้อมูลทั้งหมดไม่ต้องเสียเงิน หากเราใช้งานโทรศัพท์ที่มีแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตอยู่แล้ว แล้วยังสามารถใช้งานร่วมกันระหว่าง iOS และ Android รวมทั้งระบบปฏิบัติการอื่น ๆ ได้อีกด้วย ล่าสุดสามารถใช้งานได้บนคอมพิวเตอร์ PC และ Mac ได้แล้ว ด้วยความที่มีลูกเล่นมากมาย สามารถแชท ส่งรูป ส่งไอคอน ส่ง Sticker ตั้งค่าคุยกันเป็นกลุ่ม ฯลฯ ทำให้มีผู้ใช้งานแอปนี้เป็นจำนวนมาก การทำงานของ LINE นั้นต้องใช้เบอร์โทรศัพท์เพื่อยืนยันการใช้งาน

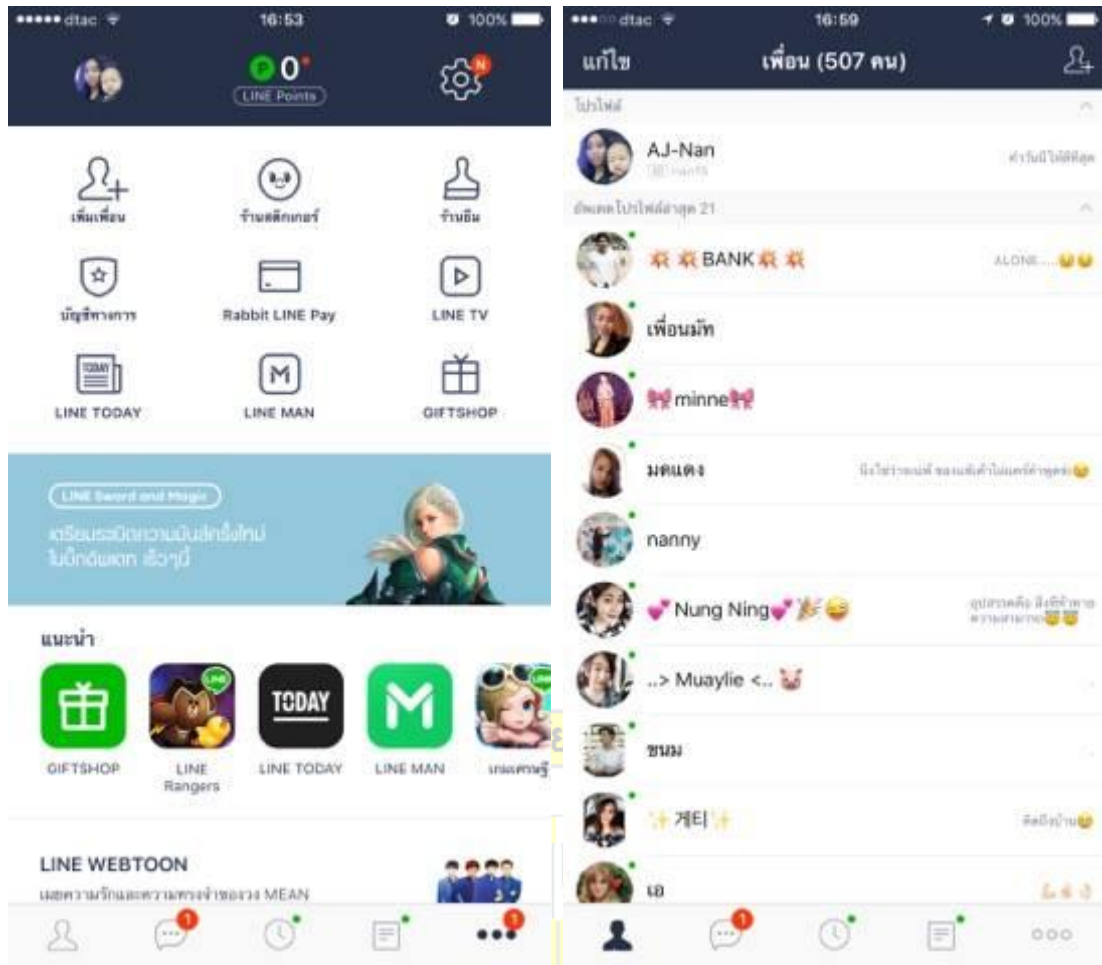
นอกจากนี้ LINE ยังมีโปรแกรมเสริม ทั้ง LINE Camera ที่ถ่ายภาพฟรี พร้อมกรอบกว่า 100 แบบ และแอสตมป์แต่งภาพมากกว่า 600 แบบ โดยจุดเด่นของแอปพลิเคชันนี้คือ การตกแต่งภาพหลากหลายรวมไปถึงการถ่ายภาพผ่านฟิลเตอร์ถึง 14 แบบ ที่ช่วยปรับแต่งภาพและรายละเอียดให้ภาพของคุณดูดียิ่งขึ้น พร้อมด้วยฟังก์ชันกว่า 156 ชนิด เพื่อให้ผู้ใช้ได้แต่งแต้มด้วยแอสตมป์และเลือกแบบตัวอักษรต่าง ๆ พิมพ์ข้อความลงบนภาพตามสไตล์ของตัวเอง และสามารถแชร์ภาพได้อีกทั้งโปรแกรมส่งการ์ดฟรีที่เรียกว่า LINE Card โดยผู้ใช้สามารถส่งข้อความส่วนบุคคล โดยเลือกจาก

ภาพการ์ดต่าง ๆ ได้ฟรีตามความชอบ และสามารถเลือกภาพของตัวเองจากคลังภาพและแทรกไปในภาพการ์ด เพื่อแต่งเติมและส่งต่อไปถึงบุคคลพิเศษนั่นเองแต่สิ่งทีถือว่าการต่อยอดแบบไม่มีหวังของ LINE ก็คือการนำโปรแกรม LINE มาไว้ใน PC สำหรับ Windows และ Mac รวมถึงเบราว์เซอร์สำหรับสมาร์ตแท็บเล็ต ที่ผู้ใช้อย่างยังสามารถใช้รหัส LINE QR เพื่อเข้าสู่ระบบในเวอร์ชันพีซีได้โดยไม่ต้องลงทะเบียนเพิ่มเติม ทำให้ผู้ใช้ไม่พลาดการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนผ่านโปรแกรม LINE ไม่ว่าจะเป็นที่บ้านหรือที่ทำงาน รวมถึงบริการของ Social Media ต่าง ๆ ได้อย่างง่ายดาย

จากการเติบโตที่รวดเร็วเมื่อเทียบกับ Social Media อื่น ๆ แล้ว ถือว่า LINE ได้เปรียบมากเพราะแค่ 257 วัน ก็มีผู้ใช้งานถึง 20 ล้านคน และหลังจากนั้นอีก 6 เดือน เพิ่มขึ้นถึง 35 ล้านคน จะเห็นได้ว่า LINE มีการเพิ่มขึ้นมากถึง 600 เปอร์เซ็นต์ เรียกได้ว่ามาแรงมากสำหรับโปรแกรม LINE นอกจากจะมีให้โหลดฟรีแล้ว ยังมีคุณสมบัติหลายอย่างให้เราได้เพลิดเพลินในการใช้ ซึ่งถือว่าการพัฒนาเพื่อตอบสนองกับโลกออนไลน์ในปัจจุบันที่ไม่มุ่งหวังแต่รายได้ ทำให้ไม่น่าแปลกใจที่ในสมาร์ตโฟนของคนส่วนใหญ่ จะมีโปรแกรมนี้บรรจุอยู่แทบจะ 100%

Naver คือ บริษัทผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน LINE เป็นบริษัทผลิตเกมสัญชาติเกาหลี มีสาขาที่ประเทศญี่ปุ่น ทีเดียว LINE มาจากเหตุการณ์วิกฤตตอนที่ญี่ปุ่นเกิดสึนามิ ระบบการสื่อสารประเภท Voice ล่มจนติดต่อกันไม่ได้ ทีมงาน 100 ชีวิตจึงระดมกำลังสร้างช่องทางสื่อสารผ่าน Data ซึ่งตอนนั้นยังใช้ได้อยู่ เพื่อติดต่อและให้กำลังใจกัน ในที่สุด LINE ก็ถือกำเนิดขึ้นในเวลา 2 เดือน

เมื่อ LINE ถูกพัฒนาขึ้นจากส่วนที่ทำงานอยู่ในญี่ปุ่น จึงมีส่วนผสมของความน่ารักของญี่ปุ่นที่เป็นจุดขายการส่งออกด้านวัฒนธรรมของญี่ปุ่นมาทั่วเอเชียอยู่แล้ว ทำให้การออกแบบคาแร็กเตอร์ของ LINE เข้าถึงคนไทยได้ไม่ยาก รวมทั้งประเทศอื่น ๆ อย่างรัสเซีย เบลารุส ซึ่งนอกจากความน่ารักแล้วยังมาจากคาแร็กเตอร์ที่มีพื้นฐานจากการใช้ชีวิต สถานการณ์ และอารมณ์ความรู้สึกของผู้คน LINE เปิดตัวเป็นครั้งแรกในระบบ iOS และ Android ในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2554 ต่อมาในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2555 สามารถใช้งานบน PC Windows Phone และ Mac ในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2555 มียอดดาวน์โหลด 50 ล้านครั้ง ในประเทศไทยเริ่มใช้งานได้ในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2555 ผ่าน Blackberry สำหรับการตลาดในประเทศไทย ผู้บริหารของ LINE ได้ว่าจ้างบริษัท Spark Communication ดูแลเรื่องการทำพรีอาร์ท แต่สำหรับดีลต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับคู่ค้าต่าง ๆ ผู้บริหารจะบินตรงมาเจรจา จากนั้นมีการประสานงานกันผ่านทางอีเมลอย่างต่อเนื่อง

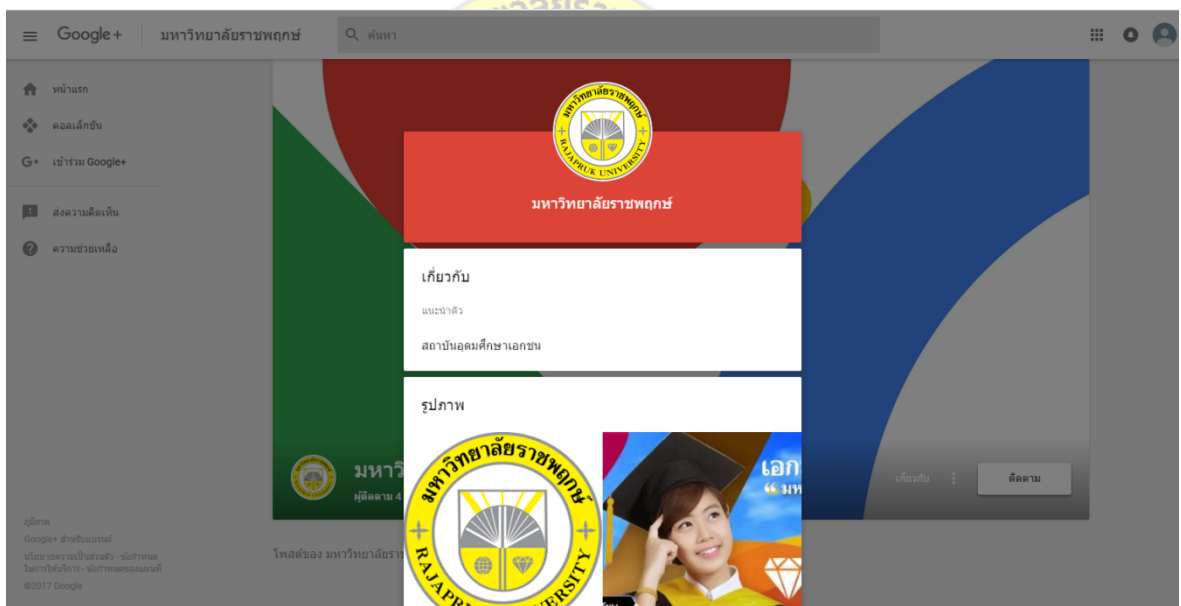


ภาพที่ 2.6 เครือข่ายสังคมออนไลน์ LINE
ที่มา: Pitchayawee (2561: ออนไลน์)

7) Google+ เป็นบริการเครือข่ายสังคมให้บริการโดย Google ทำธุรกรรมทุกอย่างที่เชื่อมโยงทางออนไลน์กับ Google ผ่าน Google+ ได้ทันที ไม่ว่าจะเป็นเช็คอีเมล ลงตารางนัดหมาย ส่งเอกสาร หาข้อมูล ใช้วิดีโอแอปพลิเคชัน ฯลฯ สามารถแบ่งปันทั้งข้อความ รูป วิดีโอ โดยจำกัดได้ว่า จะแบ่งปัน แชร์ สหรั้มกับเซอร์เคิลไหน หรือจะเลือกแค่คนเดียวก็ได้ เป็นต้น และสามารถจำแนกเพื่อนๆ ออกเป็นสัดส่วนได้ง่าย ทั้งการจำแนกกลุ่มยังส่งผลดีต่อการสหรั้มข้อความ (เหมือนการตั้งสเตทัสของเฟซบุ๊ก) เพราะเลือกให้เห็นเฉพาะกลุ่มได้ด้วย คุยรวมกันได้ผ่านวิดีโอ หน้าตาของแอป Google+ บนมือถือมีความเรียบง่าย สะอาดตา การจัดลำดับต่าง ๆ ก็ทำให้ใช้งานได้ง่าย ใช้งานได้ทั้งสมาร์ทโฟนและผ่านหน้าเว็บไซต์ทำให้ใช้งานได้สะดวก นอกจากนี้ยังสามารถเรียกข้อมูลที่เคยฝากไว้ใน Account คืนได้หมด ทั้งจากเว็บฝากรูปพิคาซ่า, กูเกิ้ลโพรไฟล์, กูเกิ้ลพลัส สหรั้ม, บัช และคอนแท็คต่าง ๆ Google+ ทำงานโดยรวมบริการหลายอย่างของทาง Google เข้าไว้ที่เดียวกัน อาทิ

เช่น กูเกิ้ล บัซซ์, กูเกิ้ล โพรไฟล์, กูเกิ้ล ทอล์ก และอีกหลายบริการ ปัจจุบันได้มีการรับรองการทำงานผ่านเว็บเบราว์เซอร์, แอปพลิเคชันของ Android และ แอปพลิเคชันของ iOS สำหรับ iPhone

Google+ เปิดให้ใช้งานครั้งแรกเมื่อวันที่ 28 มิถุนายน พ.ศ. 2554 เป็นโครงการใหญ่ของ Google ล่าสุด หลังจากความพยายามมานาน ในการคิดโครงการ Social Media ให้ออกมาประสบความสำเร็จ ตอนแรกผู้ที่จะเข้ามาทดลองใช้ต้องได้รับเชิญจากบุคคลที่ใช้อยู่เท่านั้น อย่างไรก็ตามระบบการเชิญถูกยุติเนื่องจากมีการใช้งานเป็นจำนวนมากเกินกว่าที่ระบบจะรองรับได้ ภายหลังในวันที่ 20 กันยายน พ.ศ. 2554 จึงเปิดให้ผู้ใช้ทั่วไปได้ใช้งาน โดเมนที่ใช้คือ <https://plus.google.com> ปัจจุบันได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ มีอัตราการเติบโตของผู้ใช้งานที่รวดเร็ว Google+ ข้อมูลจากเว็บไซต์ Globalwebindex.net ได้รายงานไว้ในขณะนี้ Google+ ได้มีผู้ใช้งานมากเป็นอันดับที่ 2 รองจาก Facebook เท่านั้น โดยจำนวนผู้ใช้งาน Google+ เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งที่เปิดให้บริการไปได้ไม่นาน แชนจ์หน้า Twitter ที่เปิดให้บริการไปก่อนหน้านี้หลายปี โดยมีคนใช้ Google+ เกือบ 400 ล้านคนทั่วโลก

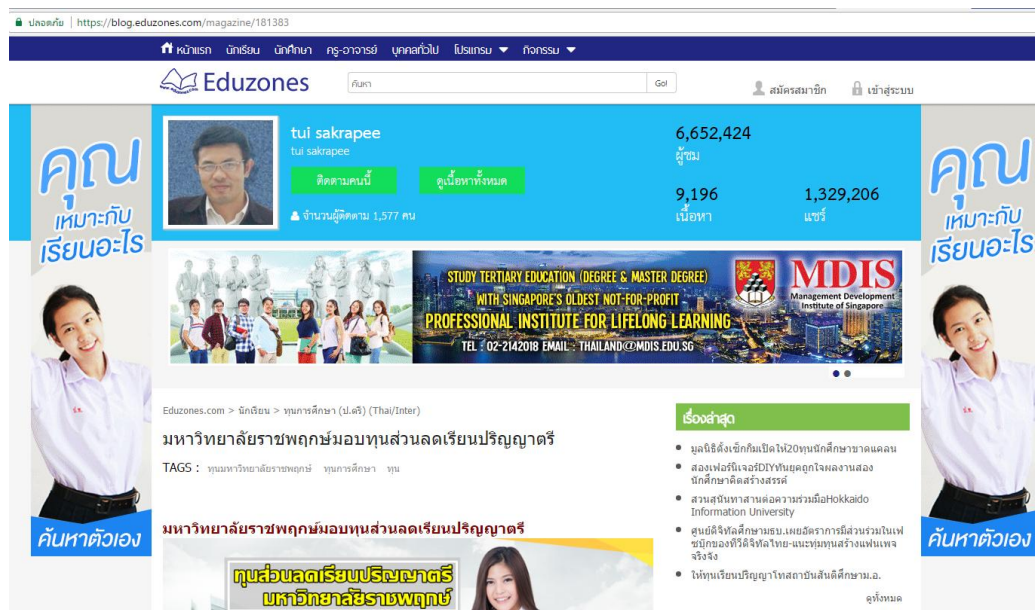


ภาพที่ 2.7 เครื่องมือถ่ายภาพออนไลน์ Google+
ที่มา: มหาวิทยาลัยราชภัฏ (2561: ออนไลน์)

8) Blog มาจากศัพท์คำเต็มว่า Weblogs คือ เว็บไซต์ประเภทหนึ่ง ที่เจ้าของ หรือ Blogger สามารถบันทึกเรื่องราวของตนเองลงในเว็บได้ตลอดเวลา นอกจากนี้แล้ว Blog ยังเป็นพื้นที่ให้ Blogger โพสต์ข้อมูล หรือใส่ความรู้ ประสบการณ์ เพื่อเป็นวิทยาทานให้คนอื่น ๆ เช่น คุณหมอ

เปิดบล็อกแนะนำเรื่องสุขภาพ เป็นต้น การสร้างเว็บบล็อกสามารถทำได้ง่ายๆ ด้วยตัวเอง ไม่ซับซ้อน ไม่จำเป็นต้องรู้ภาษา HTML อย่างน้อยขอให้มีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ ภายในเว็บบล็อก จะมีระบบบริหารจัดการเว็บไซต์พื้นฐานให้แล้ว โดยการสร้างเครื่องมือสำหรับ เขียนเรื่อง โปสรูป จัดหมวดหมู่ และลูกเล่นอื่น ๆ ที่ผู้จัดทำพยายามสร้างเพื่อดึงดูดผู้คนจากทั่วโลก ให้เข้าไปใช้บริการ เสน่ห์ของบล็อกอยู่ที่ผู้อ่านและผู้เขียนสามารถโต้ตอบกันได้ (Interactive) โดยการแสดงความคิดเห็นต่อท้ายที่เรื่องนั้น ๆ ข้อแตกต่างของบล็อกกับเว็บไซต์ทั่วไป คือ บล็อกจะเปิดให้ผู้เข้ามาอ่าน ข้อมูล สามารถแสดงความคิดเห็นต่อท้ายข้อความที่เจ้าของบล็อกเป็นคนเขียน ซึ่งทำให้ผู้เขียนสามารถได้ผลตอบกลับโดยทันที

ในปัจจุบันบล็อก ถูกใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารรูปแบบใหม่ ไม่ว่าจะเป็นการ ประกาศข่าวสาร การแสดงความคิดเห็น การเผยแพร่ผลงาน ฯลฯ และกำลังเป็นที่นิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยขณะนี้ได้มีผู้ให้บริการบล็อกมากมาย ทั้งแบบให้บริการฟรี และเสียค่าใช้จ่าย



ภาพที่ 2.8 เครือข่ายสังคมออนไลน์ blog.eduzones.com

ที่มา: tui sakrapee (2561: ออนไลน์)

2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

สถานการณ์ทางประชากรของประเทศไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว อัตราการเกิดลดลง อัตราการเสียชีวิตก็ลดลง ส่งผลให้อายุเฉลี่ยของคนไทยสูงขึ้น ปัจจัยที่ส่งผลให้มีผู้สูงอายุในสังคมไทยมีจำนวนมากขึ้น เนื่องมาจากปัจจัยหลายประการ ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการเทคโนโลยี

ทางการแพทย์ที่ล้ำสมัย การดำเนินการด้านสาธารณสุขมีการให้บริการอย่างครอบคลุมทั่วประเทศ การควบคุมโรคติดต่อที่สำคัญเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จึงนับได้ว่าปัจจุบันประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุเรียบร้อยแล้ว โดยพิจารณาจากข้อมูลการสำรวจจำนวนประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทยที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีมากกว่า 10 ล้านคน (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล 2559) อีกทั้งผู้สูงอายุมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกปีโดยเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 เป็นต้นมา ซึ่งจากการคาดคะเนแนวโน้มของจำนวนผู้สูงอายุ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 – 2573 ของประเทศไทย สัดส่วนประชากรผู้สูงอายุต่อประชากรรวมมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติยังกล่าวไว้อีกว่าในปีต่อ ๆ ไปจะมีจำนวนประชากรผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นไปอีก

2.2.1 ความหมายของผู้สูงอายุ

พจนานุกรมไทยฉบับราชบัณฑิตยสถานให้ ความหมายคำว่า “ชรา” ว่า แก่ด้วยอายุ, ชำรุดทรุดโทรม แต่คำนี้ไม่เป็นที่นิยมมากนักโดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุและกลุ่มนักวิชาการที่พิจารณาแล้วเห็นว่าคำนี้ก่อให้เกิดความหดหู่ใจและความถดถอยสิ้นหวัง ดังนั้นที่ประชุมคณะผู้อาวุโสโดยมี พล.ต.ต.หลวงอรรถสิทธิสุนทรเป็นประธานจึงได้กำหนดคำให้เรียกว่า ผู้สูงอายุ ขึ้นแทนตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2512 เป็นต้นมา ซึ่งคำนี้ได้ให้ความหมายที่ยกย่องให้เกียรติแต่ผู้ที่ชราภาพว่าเป็นผู้ที่สูงทั้ง วิทยุคุณวุฒิและประสบการณ์ด้วย (ศศิพัฒน์ ยอดเพชร, 2544)

เฉลิมพล แจ่มจันทร์ (2555) ได้กล่าวว่า ผู้สูงอายุคือ ผู้ชราภาพของระบบประกันสังคม ซึ่งกำหนดที่อายุ 55 ปี ขึ้นไป ภายใต้วัตถุประสงค์ข้างต้น การนำเสนอประกอบด้วย ข้อมูลและบทวิเคราะห์จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การกำหนดนิยามความเป็นผู้สูงอายุของบุคคล การกำหนดอายุเกษียณในมุมมองเชิงวิชาการและในทางปฏิบัติ

ศรีประภา ชัยสินธพ (2554) ความเป็นผู้สูงอายุ เริ่มต้นที่อายุเท่าไรนั้น เรื่องของตัวเลขที่แน่นอนยังเป็นปัญหาที่ไม่ยุติ ถ้ามองในด้านการเกษียณอายุ ในประเทศไทยถือว่าอายุ 60 ปี เป็นวัยที่ เกษียณอายุราชการ ขณะที่บางแห่งอาจจะใช้อายุ 55 หรือ 65 ปี ก็ได้ ในทางการแพทย์แล้ว ถือว่ามีการเปลี่ยนแปลงในทางเสื่อมลงของร่างกาย ซึ่งอวัยวะต่าง ๆ ก็เสื่อมลงในเวลาไม่เท่ากัน ความสูงอายุนี้อาจมีอัตราการเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละคนไม่เท่ากันด้วย บางคนแม้จะอายุเพียง 50 ปี ก็อาจจะมองดูสูงอายุทั้งด้านร่างกายและจิตใจ ขณะที่บางคนอายุ 65 ปีแล้วก็ยังคงดูต่างจากคนหนุ่มอายุ 50 ปี แต่อย่างไรใด

Hall (1976) ผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีการเปลี่ยนแปลงทั้งทาง ร่างกายและจิตใจไปในทางเสื่อมลง เป็นวัยที่ต้องปรับตัวในด้านต่าง ๆ ตามที่ควรจะเป็นเพื่อ

จะได้ ดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างภาคภูมิใจและมีสุขภาพกายและจิตใจดี โดยที่ Hall ได้แบ่งการสูงอายุของมนุษย์ออกเป็น 4 ประเภท คือ

1) การสูงอายุตามวัย (Chronological Aging) หมายถึง การสูงอายุตามปีปฏิทิน โดยการนับจากปีที่เกิดเป็นต้นไป และบอกได้ทันทีว่าใครมีอายุน้อยเพียงใด

2) การสูงอายุตามสภาพร่างกาย (Biological Aging) เป็นการเปลี่ยนแปลงด้านสภาพและกระบวนการหน้าที่ที่ปรากฏขณะที่มีอายุเพิ่มขึ้น เนื่องจากประสิทธิภาพการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ในร่างกายลดน้อยลงเป็นผลจากการเสื่อมตามกระบวนการสูงอายุ ซึ่งเป็นไปตามอายุขัยของแต่ละคน

3) การสูงอายุตามสภาพจิตใจ (Psychological Aging) เป็นการเปลี่ยนแปลงในหน้าที่ของการรับรู้ แนวความคิด ความจำ การเรียนรู้ เซวาร์ปัญญา และลักษณะบุคลิกภาพที่ปรากฏในระยะเวลาต่าง ๆ ของชีวิตแต่ละคนที่มีอายุเพิ่มขึ้น

4) การสูงอายุตามสภาพสังคม (Sociological Aging) เป็นการเปลี่ยนแปลงบทบาทหน้าที่ สถานภาพของบุคคลในระบบสังคม รวมทั้งความคาดหวังของสังคมต่อบุคคลนั้นซึ่งเกี่ยวกับอายุ การแสดงออกตามคุณค่าและความต้องการของสังคม

จันท์เพ็ญ เนียมอินทร์ (2539) ได้ให้ความหมายของคำว่า ผู้สูงอายุ หมายถึง การพัฒนา การเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องในระยะสุดท้ายของช่วงอายุของมนุษย์ซึ่งเริ่มตั้งแต่เกิดและดำเนินต่อไปจนสิ้นอายุขัยของสิ่งมีชีวิตนั้น ๆ และกำหนดให้บุคคลที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปเป็นผู้สูงอายุ

ศรีธรรม ธนภูมิ (2535) กล่าวว่า ผู้สูงอายุหรือวัยชรา เริ่มตั้งแต่อายุ 60 ปีขึ้นไป ภาวะชรา มีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคล ขึ้นอยู่กับการบำรุงรักษา พันธุกรรม และการพัฒนาในอดีต วัยชรา เป็นระยะสุดท้ายของชีวิตอาจยาวนาน 10-20 ปีหรือมากกว่านั้นแตกต่างกัน ถ้ามีการเตรียมตัวเตรียมใจก่อนเข้าสู่วัยนี้ล่วงหน้ามาตั้งแต่วัยกลางคนจะสามารถปรับตัวรับบทบาทของวัยชราได้ตามสมควรแก่ฐานะ วัยสูงอายุเป็นวัยของการพักผ่อนอย่างสงบ มีการพัฒนาจิตใจสามารถปรับตัวต่อสภาพต่าง ๆ ในชีวิตได้อย่างภาคภูมิใจ

ละออง สุวิทยาภรณ์ (2534) กล่าวว่า การที่จะกำหนดว่าเริ่มเข้าสู่วัยผู้สูงอายุเมื่อใดขึ้นอยู่กับความแตกต่างทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของแต่ละประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกาถือเอาอายุ 65 ปี กลุ่มประเทศสแกนดิเนเวียถือเอาอายุ 67 ปี สำหรับประเทศไทยได้กำหนดว่าผู้สูงอายุคือ ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ตามเกณฑ์การปลดเกษียณ ซึ่งตรงกับที่ประชุมสมัชชาโลกว่าด้วยเรื่องผู้สูงอายุ ณ กรุงเวียนนา ประเทศออสเตรีย ในปีพ.ศ. 2525 ตกลงให้อายุ 60 ปีเป็นเกณฑ์มาตรฐานโลกใน

สรุปได้ว่า การกำหนดผู้ที่เรียกว่าเป็นผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นวัยที่มีประสบการณ์ในชีวิตมากมาย อยู่ในช่วงที่ชีวิตมีการเสื่อมถอยทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ สังคม และอารมณ์และเป็นผู้ซึ่งสมควรได้รับการยกย่อง เทิดทูน ช่วยเหลือ และดูแลให้มีความสุข สาเหตุที่งานวิจัยเริ่มนี้ได้กำหนด ผู้สูงอายุไว้ที่ 60 เนื่องจากมีหลายแหล่งที่มาได้กล่าวไว้เกี่ยวกับเกณฑ์อายุของผู้สูงอายุที่ไม่เท่ากันบางแหล่งที่มากล่าวไว้ที่ 55 ปีขึ้นไป บางแหล่งที่มากล่าวไว้ที่ 60 ปีขึ้นไป และบางแหล่งที่มากล่าวไว้ที่ 65 ปีขึ้นไป ทางผู้วิจัยจึงตั้งไว้ที่ 60 เพื่อให้การเก็บข้อมูลต่าง ๆ สามารถครอบคลุมในหลาย ๆ องค์ประกอบในการเก็บข้อมูลได้มากขึ้น

2.2.2 การแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุ

ศรีเรือน แก้วกังวาล ได้กล่าวถึงการแบ่งกลุ่มของผู้สูงอายุตามลักษณะ ของจิตสังคม และชีววิทยา โดยแบ่งช่วงสูงอายุออกเป็น 4 ช่วง ดังนี้ (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2540)

1) ช่วงไม่ค่อแก่ (The Young-old) ช่วงนี้อายุประมาณ 60-69 ปี เป็นช่วงที่คนต้องประสบกับความเปลี่ยนแปลงของชีวิตที่เป็นภาวะวิกฤตหลายด้าน เช่น การเกษียณอายุ การจากไปของ มิตรสสนิท คู่ครอง รายได้ลดลง การสูญเสียตำแหน่งทางสังคม โดยทั่ว ๆ ไป ช่วงนี้บุคคลยังเป็นคนที่แข็งแรง แต่อาจต้องพึ่งพิงผู้อื่นบ้าง อย่างไรก็ตามสำหรับบุคคลที่มีการศึกษาสูงรู้จักปรับตัวช่วงนี้ยังเป็นช่วงที่เราจะมีสมรรถภาพด้านต่าง ๆ ใกล้เคียงกับคนหนุ่มสาวมากการปรับตัวในช่วงนี้มีข้อเสนอแนะว่าควรใช้แบบ engagement คือ ยังเข้าร่วมกับกิจกรรมต่าง ๆ ทางสังคมทั้งในครอบครัวและนอกครอบครัว

2) ช่วงแก่ปานกลาง (The Middle-aged Old) อายุประมาณตั้งแต่ 70-79 ปี เป็นช่วงที่คนเริ่มเจ็บป่วย เพื่อนและสมาชิกในครอบครัวที่อายุใกล้ๆ กันอาจเริ่มล้มหายตายจากมากขึ้น เข้าร่วมกิจกรรมของสังคมน้อยลง การปรับตัวในระยะนี้มักเป็นไปในรูปแบบ “Disengagement” คือ ไม่ค่อยยุ่งเกี่ยวกับกิจกรรมของครอบครัวและสังคมนักอีกต่อไป

3) ช่วงแก่จริง (The Old-old) อายุประมาณ 80-90 ปี ผู้มีอายุยืนถึงระดับนี้ปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เพราะสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับคนอายุถึงขั้นนี้ต้องมีความเป็นส่วนตัวมากขึ้น ไม่วุ่นวาย แต่ก็ต้องอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ยังกระตุ้นความมีสมรรถภาพในแง่ต่าง ๆ ตามวัย ผู้สูงอายุระยะนี้ต้องการความช่วยเหลือจากผู้อื่นมากกว่าในวัยที่ผ่านมา เริ่มย้อนนึกถึงอดีตมากยิ่งขึ้น

4) ช่วงแก่จริง ๆ (The Very Old-old) อายุประมาณ 90-99 ปีผู้มีอายุยืนถึงระดับนี้มีจำนวนค่อนข้างน้อย ความรู้ต่าง ๆ ด้านชีววิทยาสังคม และจิตใจของคนวัยนี้ยังไม่มี

การศึกษามากนัก แต่อาจกล่าวได้ว่าเป็นระยะที่มักมีปัญหาทางสุขภาพ ผู้สูงอายุในวัยนี้ควรทำกิจกรรมที่ไม่ต้องมีการแข่งขัน ไม่ต้องมีการบีบคั้นเรื่องเวลาที่ต้องทำให้เสร็จ ควรทำกิจกรรมอะไร ๆ ที่พอออกพอใจและอยากทำในชีวิต สำหรับผู้สูงอายุกลุ่มนี้ได้พบผ่านวิกฤตต่าง ๆ ของชีวิตมาแล้ว ด้วยดีมากมายจะเป็นคาบระยะแห่งความสุขสงบพอใจในตนเอง ประชากรในกลุ่มผู้สูงอายุทุกช่วงวัยนี้มีตั้งแต่ผู้ยังมีสมรรถภาพเต็มไปด้วยความรู้ความคิด ความเชี่ยวชาญ ความมีชีวิตชีวา เรื่อยไปถึงผู้ที่มีปัญหาทางอารมณ์จิตใจ สุขภาพ สังคม ไปจนถึงผู้แก่หง่อมที่ช่วยตนเองไม่ได้และหรือผู้ที่เลอะเลือน

จากผลสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับอายุที่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรกำหนดให้เป็นอายุเกษียณหรือหยุดการทำงาน ประชาชนส่วนใหญ่ระบุว่าควรกำหนดที่อายุ 60 ปีมากที่สุด (52.2%) รองลงมาคือ 55 ปี (19.8%) และ 65 ปี (12.3%) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในระดับภาคประชาชนในทุกภาคมีความคิดเห็นเหมือนกัน คือควรกำหนดเกษียณหรือหยุดการทำงานเมื่ออายุ 60 ปี ส่วนลำดับรองลงมาพบว่า ประชาชนในทุกภาคยกเว้นกรุงเทพมหานครระบุว่า ควรกำหนดที่อายุ 55 ปี ขณะที่กรุงเทพมหานครระบุว่า ควรกำหนดที่อายุ 65 ปีเมื่อพิจารณาในระดับเขตการปกครอง ประชาชนในทุกเขตการปกครองมีความคิดเห็นเหมือนกันคือ ควรกำหนดที่อายุ 60 ปี รองลงมาคือ 55 ปี และ 65 ปี ตามลำดับ

2.3 พฤติกรรมการใช้งานออนไลน์ของผู้สูงอายุ

เอเจนซี Fathom ในสหรัฐอเมริกาได้นำข้อเท็จจริงมานำเสนอผ่าน Info graphic ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจการใช้งานอินเทอร์เน็ตในกลุ่มผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น โดยได้สำรวจการใช้งานอินเทอร์เน็ตในกลุ่ม ผู้สูงอายุชาวอเมริกันที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป จนถึง 100 ปี มาวิเคราะห์จนพบว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 55-65 ปี ซึ่งเป็นการใช้งานผ่านคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์สมาร์ทโฟนเป็นหลัก โดยการใช้งานผ่านคอมพิวเตอร์มีจำนวนอยู่ที่ 90% และการใช้งานผ่านสมาร์ทโฟนมีจำนวน 34% การสำรวจนี้ช่วงปี 2004-2009 เป็นช่วงที่อินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มผู้สูงอายุอเมริกันจนทำให้มียอดผู้ใช้งานเพิ่มสูงถึง 55% และในระหว่างปี 2009-2011 ที่เริ่มมีการใช้งาน Social Media ก็ส่งผลทำให้ยอดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในกลุ่มผู้สูงอายุ โดยเฉพาะอายุ 65 ปีขึ้นไป มีจำนวนเพิ่มขึ้นจากเดิม 13% เป็น 26% ซึ่งคิดเป็นอัตราเติบโต 100% ระยะเวลาในการใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุชาวอเมริกันส่วนใหญ่เฉลี่ยอยู่ที่ 2 ชั่วโมงต่อวัน หรือราว 58 ชั่วโมงต่อ 1 เดือน และยังมีผู้สูงอายุอีกกว่า 70% ที่ออนไลน์เป็นประจำทุกวัน โดยกิจกรรมในกลุ่มผู้สูงอายุที่ชอบการออนไลน์นิยมทำกันมากที่สุดก็คือ การรับส่ง E-mail (55%) รองลงมาเป็นการติดตาม

ข่าวสาร (34%) การทำธุรกรรมทางการเงิน (19%) การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (13%) ดูประกาศ ซื้อขายสินค้าออนไลน์ (5%) และการใช้งาน Twitter (3%) หากพิจารณาเฉพาะการใช้งาน E-mail ที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 1 จะพบว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่ (89%) มีอายุ 65 ปีขึ้นไปและมากกว่าครึ่ง (55%) ยังมีการใช้งานรับส่ง E-mail เป็นประจำทุกวัน ส่วนในกลุ่มผู้สูงวัยหัวใจออนไลน์ในสหรัฐที่นิยมการใช้งาน Social Media อย่าง Facebook ก็พบว่ามียุทธศาสตร์มากถึง 16 ล้านคน โดยส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป และเมื่อปี 2012 พบว่ามีผู้สูงอายุที่ใช้งาน Social Media เพิ่มขึ้นเป็น 34% มากกว่าเดิมในปี 2010 ราว 8% ซึ่งจากสถิติยังพบว่ามีผู้สูงอายุอีก 18% ที่ล็อกอินเข้าใช้งานเป็นประจำทุกวัน ข้อมูลทั้งหมดนี้นอกจากจะช่วยทำให้เข้าใจพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตในกลุ่มผู้สูงอายุแล้ว ยังช่วยปรับทัศนคติที่มีต่อผู้สูงอายุด้านการใช้เทคโนโลยี รวมไปถึงทำให้เห็นความสำคัญของกลุ่มผู้สูงอายุในแวดวงธุรกิจออนไลน์ (“จับตาไลฟ์สไตล์การใช้งานออนไลน์”, 2556)

จากแนวคิดที่ได้กล่าวมาข้างต้นสอดคล้องกับงานวิจัยของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2547) การใช้ คอมพิวเตอร์ของผู้สูงอายุจำแนกตามกิจกรรมที่ใช้พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ใช้คอมพิวเตอร์เพื่อทำงานร้อยละ 48.8 รองลงมาคือ เพื่อเล่นเกมส์ ดูหนัง ร้อยละ 31.5 เพื่อการศึกษา ร้อยละ 16.9 และอื่น ๆ ร้อยละ 2.9 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาการใช้คอมพิวเตอร์ของผู้สูงอายุจำแนกตามภาคและ กิจกรรม พบว่ากรุงเทพมหานครและทุกภาคผู้สูงอายุส่วนใหญ่ใช้คอมพิวเตอร์เพื่อทำงานรองลงมาคือ เพื่อเล่นเกมส์ ดูหนัง และเพื่อการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการใช้คอมพิวเตอร์เริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญ ในการทำงานของผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุที่ใช้อินเทอร์เน็ตจำแนกตามแหล่งที่ใช้ พบว่าส่วนใหญ่ใช้ที่บ้าน ร้อยละ 61.5 รองลงมาคือที่ทำงาน ร้อยละ 20.3 ร้านอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 14.1 โทรศัพท์มือถือ ร้อยละ 2.1 สถานศึกษา ร้อยละ 1.6 และบ้านญาติ เพื่อน ๆ ร้อยละ 0.3 เมื่อพิจารณาการใช้อินเทอร์เน็ตตามภาคต่าง ๆ พบว่าผู้สูงอายุที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร ภาคกลาง และภาคใต้ ส่วนใหญ่ใช้ อินเทอร์เน็ตที่บ้าน รองลงมาคือใช้ที่ทำงาน ส่วนภาคเหนือผู้สูงอายุใช้อินเทอร์เน็ตที่ทำงานมากกว่าที่ บ้าน น่าสังเกตคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือผู้สูงอายุใช้อินเทอร์เน็ตที่ร้านอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ ร้อยละ 54.0 รองลงมาคือที่บ้านร้อยละ 36.2 การใช้อินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุตามกิจกรรมที่ใช้ พบว่า ส่วนใหญ่ใช้เพื่อค้นหาข้อมูล ร้อยละ 60.4 รองลงมาคือติดตามข่าวสาร ร้อยละ 27.6 รับ-ส่งอีเมล ร้อยละ 6.7 เล่นเกมส์ร้อยละ 3.9 เพื่อชมหรือซื้อสินค้าร้อยละ 0.9 และดาวน์โหลดทุกประเภท ร้อยละ 0.5 เมื่อพิจารณาการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุตามภาค พบว่าในกรุงเทพมหานคร ภาคกลาง และ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูล รองลงมาเพื่อติดตาม ข่าวสารและรับ-ส่งอีเมล สำหรับภาคเหนือและภาคใต้ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อติดตาม

ข่าวสาร รองลงมาเพื่อค้นหาข้อมูล จากข้อมูลดังกล่าวพบว่าผู้สูงอายุไทยจำนวนหนึ่งมีความสนใจในการศึกษาและเรียนรู้ การใช้ คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต มีการปรับวิถีชีวิตให้เข้ากับความปลอดภัยและเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้สามารถสื่อสารกับบุคคลในครอบครัวและสังคมได้อย่างเข้าใจและทันโลก

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

พฤติกรรมเป็นการกระทำที่แสดงออกมาทั้งที่รู้ตัว หรือไม่รู้และที่สังเกตเห็นได้หรือไม่ก็ตาม หรืออาจจะมีทั้งต่อต้านหรือคล้อยตามหรือเป็นคุณหรือ โทษกับเจ้าของพฤติกรรม สิ่งเหล่านี้ถือเป็นพฤติกรรมทั้งสิ้น (เอมิกา เหมมินทร์, 2556) โดยพฤติกรรมแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. พฤติกรรมเปิดเผยหรือพฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกมาทำให้ผู้อื่นสามารถจะสังเกตเห็นได้โดยตรงเป็นการสังเกตโดยผ่านประสาทสัมผัสสามารถมองเห็นได้ สังเกตได้ เช่น การเดิน การหัวเราะ การพูด ฯลฯ

2. พฤติกรรมปกปิดหรือพฤติกรรมภายใน (Covert Behavior) เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในตัวบุคคลจะรู้หรือไม่รู้สีกตัวก็ตาม ผู้อื่นไม่สามารถมองเห็นได้ ไม่สามารถสังเกตได้โดยตรงจนกว่าผู้เป็นเจ้าของพฤติกรรมนั้นจะเป็นผู้บอกหรือแสดงบางอย่างเพื่อให้คนอื่นรับรู้ได้ เช่น ความคิด อารมณ์ การรับรู้ (โยธิน ศันสนยุท และจุมพล พูลภัทรชีวีต, 2540)

2.4.1 องค์ประกอบของพฤติกรรม

ครอนบาค (Cronbach, 1963: 68-70) ได้อธิบายว่าพฤติกรรมของบุคคลจะเกิดขึ้นจาก องค์ประกอบ 7 ประการ ดังนี้

1. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรมคนเรามี พฤติกรรมเกิดขึ้นก็เพราะต้องการตอบสนองความต้องการของตนเองหรือต้องการทำตามวัตถุประสงค์ที่ตนได้ตั้งไว้ คนเรามากมีความต้องการหลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกัน และมักจะเลือกสนองตอบความต้องการที่รีบด่วนก่อนความต้องการอื่น ๆ

2. ความพร้อม (Readiness) ระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการประกอบ พฤติกรรมเพื่อสนองตอบความต้องการ คนเราจะมีความพร้อมในแต่ละด้านที่ไม่เหมือนกัน ดังนั้น พฤติกรรมของทุกคนจึงไม่จำเป็นต้องเหมือนกันและไม่สามารถจะประกอบพฤติกรรมได้ทุกรูปแบบ

3. สถานการณ์ (Situation) คนเรามักจะประกอบพฤติกรรมที่ตนเองต้องการเมื่อมีโอกาสหรือสถานการณ์นั้น ๆ เหมาะสมสำหรับการประกอบพฤติกรรม

4. การแปลความหมาย (Interpretation) แม้จะมีโอกาสในการประกอบพฤติกรรมแล้วคนเราก็มักจะประเมินสถานการณ์หรือคิดพิจารณาก่อนที่จะทำพฤติกรรมนั้น ๆ ลงไปเพื่อให้พฤติกรรมนั้นมีความเสี่ยงน้อยที่สุดและสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของเขาได้มากที่สุด

5. การตอบสนอง (Respond) หลังจากได้แปลความหมายหรือได้ประเมินสถานการณ์แล้ว พฤติกรรมก็จะถูกกระทำตามวิธีการที่ได้เลือกในขั้นตอนของการแปลความหมาย

6. ผลที่ได้รับ (Consequence) เมื่อประกอบพฤติกรรมไปแล้วผลที่ได้จากการกระทำนั้น ๆ อาจจะตรงกับความต้องการหรืออาจจะไม่ตรงกับความต้องการที่ตนเองได้คาดหวังไว้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Threat) เมื่อคนเราไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ก็จะประสบกับความผิดหวัง ซึ่งเมื่อเกิดความผิดหวังแล้วคนๆ นั้นก็อาจจะกลับไปแปล ความหมายใหม่เพื่อที่จะหาวิธีที่จะสนองความต้องการของตนเองใหม่

จากแนวคิดดังกล่าวสรุปได้ว่า พฤติกรรมมนุษย์นั้นจะขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายอย่างด้วยกัน ได้แก่ เป้าหมาย ความพร้อม สถานการณ์ การแปลความหมาย การตอบสนอง ผลลัพธ์ที่ตามมา และ ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมต่าง ๆ เกิดขึ้นทั้งสิ้น นับว่าเป็นเงื่อนไขที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมของมนุษย์นั่นเอง

2.4.2 สิ่งที่กำหนดพฤติกรรมมนุษย์

ชูดา จิตพิทักษ์ (2525: 59-66) ได้อธิบายว่าสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมของมนุษย์มี 2 ประเภท คือ

1. ลักษณะนิสัยส่วนตัวของมนุษย์แต่ละคน ประกอบด้วย

1.1 ความเชื่อ หมายถึง การที่บุคคลคิดว่าการกระทำบางอย่างหรือปรากฏการณ์ บางอย่าง หรือสิ่งของบางอย่าง หรือคุณสมบัติของสิ่งของ หรือของบุคคลบางอย่างมีอยู่จริง หรือเกิดขึ้นจริง ๆ กล่าวโดยสรุปคือ การที่บุคคลหนึ่งคิดถึงอาจจะดีในแง่ข้อเท็จจริงได้ แต่ถ้าเขาคิดว่าความจริงเป็นเช่นนั้นแล้ว นั่นคือความเชื่อของเขา

1.2 ค่านิยม หมายถึง แนวความคิดทั้งที่เห็นได้อย่างชัดเจนและไม่เด่นชัด ซึ่งเป็น ลักษณะพิเศษของบุคคลหนึ่ง หรือกลุ่มหนึ่งเกี่ยวกับว่าอะไรเป็นสิ่งดี ซึ่งเป็นความคิดที่มีอิทธิพลให้บุคคลเลือกกระทำการอันใดอันหนึ่งที่มีอยู่หลายวิธี หรือเลือกเป้าหมายอันใดอันหนึ่งจากหลายๆ อันที่มีอยู่

1.3 ทศนคติหรือเจตนาคติ เป็นแนวโน้มหรือขั้นเตรียมพร้อมของพฤติกรรม นักจิตวิทยาบางท่านเรียกว่าทศนคติเป็นการตอบสนองสิ่งเร้าทางจิตใจซึ่งคล้ายกับการตอบสนองทางร่างกาย ต่างกันแต่ว่ายังไม่ได้ออกกำลังกายเท่านั้น (จิตวิทยา สุวรรณษา , 2517: 223) ทศนคติแม้จะเป็นผู้กำหนดทิศทางของพฤติกรรม แต่ทศนคติมิได้กำหนดเวลาที่จะแสดงพฤติกรรม ทั้งยังมีได้กำหนดว่าควรแสดงพฤติกรรมมากน้อยเพียงใด สิ่งที่กำหนดเวลาและปริมาณของพฤติกรรมนั้น เรียกว่าแรงจูงใจ ดังนั้นทศนคติจึงเป็นผู้วางแนวหรือทิศทางให้แรงจูงใจ และแรงจูงใจเป็นผู้กำหนดพฤติกรรมอีกทอดหนึ่ง

1.4 บุคลิกภาพ เป็นสิ่งที่คุณบอกว่าคุณจะปฏิบัติอย่างไรในสถานการณ์หนึ่งๆ การอธิบายว่าบุคลิกภาพได้มาอย่างไรนั้น จะต้องอาศัยทฤษฎีทางจิตวิทยา หรือทฤษฎีการเรียนรู้มาอธิบาย หลักของทฤษฎีนี้บ่งว่าคนหรือสัตว์ก็ตาม ถ้าพฤติกรรมใดนำมาซึ่งรางวัลสัตว์หรือคน สถานการณ์หนึ่งๆ จะมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมแบบนั้นเมื่อมีโอกาส แต่ถ้าพฤติกรรมใดนำมาซึ่งการลงโทษ สัตว์หรือคนนั้นจะมีแนวโน้มที่จะไม่ทำเช่นนั้นอีก

2. กระบวนการอื่น ๆ ทางสังคมซึ่งไม่เกี่ยวกับลักษณะนิสัยส่วนตัวของมนุษย์ สามารถแบ่งเป็นประเด็นได้ ดังนี้

2.1 สิ่งกระตุ้นพฤติกรรม (Stimulus Object) และความเข้มข้นของสิ่งกระตุ้น พฤติกรรม (Strength of Stimulus Object) พฤติกรรมจะเกิดขึ้นไม่ได้ถ้าไม่มีสิ่งกระตุ้น พฤติกรรม สิ่งกระตุ้นพฤติกรรมนั้นเป็นอะไรก็ได้ เช่น อาหาร เสียงปืน คำสบประมาท ฯลฯ

2.2 สถานการณ์ (Situation) หมายถึง สิ่งแวดล้อมทั้งที่เป็นบุคคล และไม่ใช่มนุษย์ ซึ่งอยู่ในสภาวะที่บุคคลกำลังจะมีพฤติกรรม

จากแนวคิดเรื่องพฤติกรรมข้างต้น ทำให้ทราบว่าพฤติกรรมจะมีพื้นฐานมาจากความรู้ และทศนคติที่คอยผลักดันให้เกิดพฤติกรรม ซึ่งในแต่ละบุคคลจะมีพฤติกรรมแตกต่างกันออกไป สืบเนื่องมาจากการได้รับความรู้จากแหล่งต่าง ๆ ไม่เท่ากัน รวมถึงการตีความหมายของสารที่ได้รับมาไปคนละทิศคนละทาง ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ มีประโยชน์ในการทำให้บุคคลมีความรู้ นำความรู้ที่ได้มาสร้างทศนคติ สุดท้ายจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคล สามารถนำแนวคิดที่ได้มาอ้างอิงในการสรุปผลการศึกษาในด้านแนวโน้มการเกิดพฤติกรรมของบุคคล ว่าต้องอาศัยปัจจัยในด้านใดบ้าง ที่มีส่วนให้แต่ละบุคคลมีแนวโน้มการเกิดพฤติกรรมจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง จึงมีพฤติกรรมการแสดงออกที่แตกต่างกัน

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติเป็นความสัมพันธ์ที่คาบเกี่ยวกันระหว่างความรู้สึก และความเชื่อหรือการรู้ของบุคคล กับ แนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมโต้ตอบในทางใดทางหนึ่งต่อเป้าหมายของทัศนคตินั้น ทัศนคติเป็นเรื่องของจิตใจ ท่าที ความรู้สึกนึกคิด และความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร และการเปิดรับ รายการกรองสถานการณ์ รายการของสถานการณ์ที่ได้รับมา ซึ่งเป็นได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ทัศนคติ มีผลให้มีการแสดงพฤติกรรมออกมา จะเห็นได้ว่าทัศนคติ ประกอบด้วยความคิดที่มีผลต่ออารมณ์และ แสดงความรู้สึกนั้นออกมาโดยทางพฤติกรรม (เอมิกา เหมมินทร์, 2556)

2.5.1 ความหมายของทัศนคติ

สำหรับการนิยามคำว่า ทัศนคตินั้น ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้ดังนี้

โรเจอร์ (อ้างถึงใน สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533: 122) ได้กล่าวถึงทัศนคติ ว่าเป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดย ทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่ออำนาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียง ความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบ ต่อ ประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคลที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสารอันจะมีผลต่อ พฤติกรรมต่อไป

นัลแนลลี (อ้างถึงใน สุทิน เตียนพลกรัง, 2546) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึงเครื่องมือ กำหนดทิศทางพฤติกรรมของบุคคล ที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดซึ่งความรู้สึกนั้นเป็นไปในทางที่พอใจหรือไม่ พพอใจก็ได้

โรเซนเบิร์ก และฮอฟแลนด์ (อ้างถึงใน มานพ จอดนอก, 2549) ได้ให้ความหมายของ ทัศนคติ ไว้ว่า ทัศนคติ โดยปกติสามารถนิยามว่า เป็นการจูงใจต่อแนวโน้มในการตอบสนองอย่าง เฉพาะเจาะจงกับสิ่งที่เกิดขึ้น

เคลเลอร์ (อ้างถึงใน มานพ จอดนอก, 2549) กล่าวว่า ทัศนคติหมายถึง สภาวะความ พร้อมของบุคคล ที่จะแสดงพฤติกรรมออกมาในทางสนับสนุนหรือต่อต้านบุคคล สถาบัน สถานการณ์ หรือแนวความคิด

อลพอร์ต (อ้างถึงใน สุทิน เตียนพลกรัง, 2546) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึงสภาวะความ พร้อมทางจิตใจ หรือประสาท ซึ่งเกิดจากการได้รับประสบการณ์ สภาวะความพร้อมนี้เป็นแรงที่ กำหนดทิศทางของปฏิกิริยาของบุคคลหรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลนั้น

เธอร์สโตร (อ้างถึงใน สุทิน เตียนพลกรัง, 2546) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นเรื่องของความไม่ ชอบ ความลำเอียง ความรู้สึกและความเชื่อมั่นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแต่สามารถวัดได้ในรูปความคิดเห็น หรือจากการแสดงออกทางภาษา

พจน์ เขยจรรยา และคณะ (2538: 115) ได้กล่าวถึง “ทัศนคติ” ว่าเป็นกลุ่มขององค์ประกอบที่มีการผสมผสานกันอย่างต่อเนื่องต่อวัตถุทางสังคม องค์ประกอบนี้รวมทั้งความเชื่อและการประเมินค่า(องค์ประกอบทางความคิด) ความรู้สึกและอารมณ์ และความเตรียมพร้อมทางพฤติกรรม

ศักดิ์ สุนทรเสณี (2531: 2) กล่าวถึง ทัศนคติ ที่เชื่อมโยงไปถึง พฤติกรรมของบุคคลว่า ทัศนคติ หมายถึง

1. ความสลับซับซ้อนของความรู้สึก หรือการมีอคติของบุคคล ในการที่จะสร้างความพร้อมที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ตามประสบการณ์ของบุคคลนั้นที่ได้รับมา
2. ความโน้มเอียง ที่จะปฏิบัติต่อบุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือ ต่อต้านสิ่งแวดล้อมที่จะมาถึงทางหนึ่งทางใด
3. ในด้านพฤติกรรม หมายถึง การเตรียมตัว หรือความพร้อมที่จะตอบสนองจากคำจำกัดความต่าง ๆ เหล่านี้ จะเห็นได้ว่ามีประเด็นร่วมที่สำคัญ คือ ความรู้สึกภายใน ความพร้อมหรือแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมในทางใดทางหนึ่ง

เอมิกา เหมมินทร์ (2556) กล่าวถึง ทัศนคติ ว่าเป็นความสัมพันธ์ที่คาบเกี่ยวกันระหว่างความรู้สึก และความเชื่อหรือการรับรู้ของบุคคล กับแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมโต้ตอบในทางใดทางหนึ่ง ต่อเป้าหมายของทัศนคตินั้น ทัศนคติเป็นเรื่องของจิตใจ ทาที่ ความรู้สึกนึกคิด และความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร และการเปิดรับ รายการกรองสถานการณ์ รายการของสถานการณ์ที่ได้รับมา ซึ่งเป็นได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ทัศนคติมีผลให้มีการแสดงพฤติกรรมออกมา จะเห็นได้ว่า ทัศนคติ ประกอบด้วยความคิดที่มีผลต่ออารมณ์และแสดงความรู้สึกนั้นออกมาโดยทางพฤติกรรม

สรุปได้ว่า ทัศนคติ หมายถึงแนวความคิดเห็น มุมมอง ความรู้สึก ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งอาจจะดี หรือไม่ดี อาจจะลบ หรือบวก ทั้ง ๆ ที่ความรู้สึก มุมมองความคิดเห็นนั้น อาจจะไม่ตรงกับความเป็นจริง เช่น ถ้าเรายืนอยู่กลางทุ่งนา ในยามเย็น เราจะมองเห็น พระอาทิตย์กำลังจะตกดิน นั่นคือ ความรู้สึก จากการมองเห็น แต่ใน ความเป็นจริง พระอาทิตย์ไม่ได้ตกลงไปในดินตามที่เรามองเห็น คนหลายๆคนมองเรื่องเดียวกันอาจจะคิดเห็นเหมือนกันหรือแตกต่างกันก็ได้ ขึ้นอยู่กับแนวความคิดเห็นของแต่ละคน

2.5.2 ภาพรวมของทัศนคติ

ถวิล ธาราโกชน (2532) ได้กล่าวว่าบุคคลที่จะมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้น จะต้องเกิดขึ้นตอนตามองค์ประกอบ 3 ประการ คือ

1. องค์ประกอบเกี่ยวกับความรู้ (Cognitive component) การที่บุคคลจะมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นบุคคลจำเป็นต้องมีความรู้ต่อสิ่งนั้นเสียก่อน การเกิดทัศนคติของแต่ละบุคคลจะไม่เหมือนกัน
2. องค์ประกอบเกี่ยวกับความรู้สึก (Affective component) เมื่อบุคคลมีความรู้ในสิ่งนั้นถ้าบุคคลนั้นรู้ว่ามีประโยชน์ก็จะมีทัศนคติต่อสิ่งนั้น ถ้าไม่มีประโยชน์ก็จะไม่มีทัศนคติต่อสิ่งนั้น
3. องค์ประกอบทางการกระทำ (Behavioral component) เมื่อบุคคลรู้ในสิ่งนั้นมาแล้วและรู้สึกชอบ ไม่ชอบตามมา บุคคลนั้นก็จะมีกระทำการสิ่งนั้นลงไป

2.5.3 แหล่งที่ทำให้เกิดทัศนคติ ได้แก่

ธงชัย สันติวงษ์ (2539: 166 – 167) กล่าวว่า ทัศนคติ ก่อตัวเกิดขึ้นมาและเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากปัจจัยหลายประการด้วยกัน คือ

1. การจูงใจทางร่างกาย (Biological Motivation) ทัศนคติ จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง กำลังดำเนินการตอบสนองตามความต้องการ หรือแรงผลักดันทางร่างกาย ตัวบุคคลจะสร้างทัศนคติที่ดี ต่อบุคคลหรือสิ่งของ ที่สามารถช่วยให้เขามีโอกาสตอบสนองความต้องการของตนได้
2. ข่าวสารข้อมูล (Information) ทัศนคติ จะมีพื้นฐานมาจากชนิดและขนาดของข่าวสารที่ได้รับรวมทั้งลักษณะของแหล่งที่มาของข่าวสาร ด้วยกลไกของการเลือกเฟ้นในการมองเห็น และเข้าใจปัญหาต่าง ๆ (Selective Perception) ข่าวสารข้อมูลบางส่วนที่เข้ามาสู่บุคคลนั้น จะทำให้บุคคลนั้นเก็บไปคิด และสร้างเป็นทัศนคติขึ้นมาได้
3. การเข้าเกี่ยวข้องกับกลุ่ม (Group Affiliation) ทัศนคติ บางอย่างอาจมาจากกลุ่มต่าง ๆ ที่บุคคลเกี่ยวข้องกับอยู่ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม เช่น ครอบครัว วัด กลุ่มเพื่อนร่วมงาน กลุ่มกีฬา กลุ่มสังคมต่าง ๆ โดยกลุ่มเหล่านี้ไม่เพียงแต่เป็นแหล่งรวมของค่านิยมต่าง ๆ แต่ยังมี การถ่ายทอดข้อมูลให้แก่บุคคลในกลุ่ม ซึ่งทำให้สามารถสร้าง ทัศนคติ ขึ้นได้โดยเฉพาะครอบครัวและกลุ่มเพื่อนร่วมงาน เป็นกลุ่มที่สำคัญที่สุด (Primary Group) ที่จะเป็แหล่งสร้างทัศนคติให้แก่บุคคลได้
4. ประสบการณ์ (Experience) ประสบการณ์ของคนที่มีต่อวัตถุสิ่งของ ย่อมเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้บุคคลต่าง ๆ ตีค่าสิ่งที่เขาได้มีประสบการณ์มาจนกลายเป็นทัศนคติได้
5. ลักษณะท่าทาง (Personality) ลักษณะท่าทางหลายประการต่างก็มีส่วนทางอ้อมที่สำคัญในการสร้าง ทัศนคติ ให้กับตัวบุคคล ปัจจัยต่าง ๆ ของการก่อตัวของทัศนคติเท่าที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ในความเป็นจริงจะมีได้มีการเรียงลำดับตามความสำคัญแต่อย่างใดเลย ทั้งนี้เพราะปัจจัยแต่ละทางเหล่านี้ ตัวไหนจะมีความสำคัญต่อการก่อให้เกิดของทัศนคติมากหรือน้อยย่อมสุดแล้วแต่ว่าการพิจารณาสร้างทัศนคติต่อสิ่งดังกล่าว

2.5.4 ประเภทของทัศนคติ

เอมิกา เหมมินทร์ (2556) กล่าวว่า ทัศนคติอาจแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. ทัศนคติ ทางเชิงบวก เป็นทัศนคติ ที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึก หรือ อารมณ์จากสภาพจิตใจโต้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือ เรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่งรวมทั้งหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรอื่น ๆ เช่น กลุ่มชาวเกษตรกรย่อมมีทัศนคติ ทางบวก หรือมีความรู้สึกที่ดีต่อสหกรณ์การเกษตร และให้ความสนับสนุนร่วมมือด้วยการเข้าเป็น สมาชิก และร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ อยู่เสมอ เป็นต้น
2. ทัศนคติทางลบหรือไม่ดี คือ ทัศนคติ ที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสียไม่ได้รับความ เชื่อถือหรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคล หนึ่ง เรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่งหรือหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการของ องค์กร และอื่น ๆ เช่น พนักงานเจ้าหน้าที่บางคน อาจมี ทัศนคติ เชิงลบต่อบริษัท ก่อให้เกิดอคติขึ้น ในจิตใจจนพยายามประทุษร้ายและปฏิบัติต่อต้านกฎระเบียบของบริษัทอยู่เสมอ
3. ทัศนคติ ที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือต่อ บุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กร และอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง เช่น นักศึกษาบางคนอาจมีทัศนคติหนึ่งเฉย อย่างไม่มีความคิดเห็นต่อปัญหา ได้เถียงเรื่องกฎระเบียบว่าด้วยระเบียบของนักศึกษาทัศนคติ ทั้ง 3 ประเภทนี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประการเดียวหรือหลายประการก็ได้ ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในความรู้สึก นึกคิด ความเชื่อ หรือค่านิยมอื่น ๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การกระทำ หรือสถานการณ์หน้าที่หรือกลไก ของทัศนคติ

2.5.5 การศึกษาทัศนคติ

รวีวรรณ อังคนุรักษ์พันธุ์ (2533) กล่าวว่า การศึกษาทัศนคติของบุคคลเริ่มต้นด้วย การศึกษาแบบนาร์รองเพื่อหาจุดเริ่มต้นและขอบข่ายของทัศนคติ การที่จะตัดสินใจว่าจะวัดอะไร ด้าน ใดบ้างแล้วรวบรวมข้อความเกี่ยวกับทัศนคติซึ่งอาจทำให้มีผลกับพฤติกรรมที่แท้จริงของบุคคลนั้นได้ วิธีการศึกษาทัศนคติมีหลายวิธีดังนี้

1. การสังเกต (Observation) หมายถึง การศึกษาคุณลักษณะและพฤติกรรมของบุคคล รวมถึงปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อค้นหาความจริงโดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้งห้าของผู้สังเกต โดยทำเป็นข้อมูลแบบปฐมภูมิ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 วิธี คือ

1.1 การสังเกตทางตรง (Direct Observation) เป็นการสังเกตที่ผู้สังเกตต้องเฝ้าดู พฤติกรรมที่เกิดขึ้นด้วยตนเองโดยอาศัยประสาททางตาและประสาททางหู

1.2 การสังเกตทางอ้อม (Indirect Observation) เป็นการสังเกตที่ผู้สังเกตไม่เห็น พฤติกรรมหรือเหตุการณ์ด้วยตนเองอาศัยการถ่ายทอดจากผู้อื่นหรือจากเครื่องมือที่ใช้เป็นสื่อต่าง ๆ เช่น เครื่องบันทึกเสียง เครื่องบันทึกภาพ เป็นต้น

2. การสัมภาษณ์ (Interview) หมายถึง การสนทนาหรือพูดคุยกันอย่างมีจุดหมายเพื่อให้ได้ข้อมูลตามที่วางแผนไว้ล่วงหน้า การสัมภาษณ์นอกจากจะได้ข้อมูลตามต้องการแล้วยังได้ทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผู้ถูกสัมภาษณ์ในด้านปฏิภาณไหวพริบ ท่วงที วาจาอุปนิสัย เป็นต้น แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 การสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง (Structured Interview)

2.2 การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview)

3. แบบสอบถาม (Questionnaire) หมายถึง ชุดของคำถามที่สร้างขึ้นเพื่อใช้รวบรวมข้อเท็จจริงเรื่องใดเรื่องหนึ่งเกี่ยวกับความคิดเห็น ความสนใจ ความรู้สึกต่าง ๆ

4. การรายงานตนเอง (Self-Report) เป็นวิธีหนึ่งที่ยิยมใช้ในการศึกษาทัศนคติความสนใจและบุคลิกภาพของบุคคล กล่าวคือ ให้เจ้าตัวรายงานความรู้สึกที่มีต่อเรื่องราวหรือเหตุการณ์นั้นออกมาว่าชอบ ไม่ชอบอย่างไร ด้วยการพูดหรือเขียนบรรยาย

5. โพรเจกทีฟเทคนิค (Projective Technique) เป็นการใช้สิ่งเร้าที่มีลักษณะไม่ค่อยชัดเจนกระตุ้นให้บุคคลระบายความรู้สึกออกมา เครื่องมือนี้จะไปกระตุ้นให้แสดงปฏิกิริยาความรู้สึกความคิดเห็นออกมาเพื่อที่จะได้สังเกตดูว่ามีความรู้สึกอย่างไร

6. สังคมมิติ (Sociometry) เป็นวิธีการแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคลที่อยู่รวมกันเป็นหมู่คณะโดยให้บุคคลอื่นประเมินค่าตัวเรา ประเมินค่าบุคคลอื่น เมื่อได้ข้อมูลให้นำมาทำแผนผังแสดงความสัมพันธ์ดูว่าใครเลือกใครบ้างโดยใช้ลูกศรโยงไปยังผู้ที่ถูกเลือก

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภัทรา เรื่องสวัสดิ์ (2553) ศึกษาารูปแบบดำเนินชีวิต พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook มีการเข้าใช้บริการในช่วงเวลา 18.01–22.00 น. มีความถี่ในการเข้าใช้ 7 วัน ต่อสัปดาห์ใช้เวลาในการเข้าเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์แต่ละครั้งโดยเฉลี่ย 90 นาทีที่เปิดเข้าใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์จากที่บ้าน หอพักผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์มากที่สุด กิจกรรมที่คนทำงานทำเป็นประจำมากที่สุด 3 อันดับแรกเมื่อเข้าใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์คือ สนทนากับเพื่อนออฟเทคสถานะ ข้อมูลส่วนตัว รูปภาพและหาข้อมูล แลกเปลี่ยนข้อมูล คนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ กลุ่มรักครอบครัวโดยแสดงให้เห็นถึงกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในครอบครัว นอกจากนี้ยังพบว่า คนวัยทำงานที่มีอาชีพและรายได้แตกต่างกันมีช่วงเวลาในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ขวัญวิทย์ ดาน้อย (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ และเพื่อศึกษาแรงจูงใจที่มีต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 19–22 ปี อยู่ชั้นปีการศึกษาที่ 2 หรือมากกว่า มีรายได้ต่อเดือน (จากผู้ปกครอง) เท่ากับ 8,001–10,000 บาท พักอาศัยอยู่ที่หอพัก พฤติกรรมในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นสมาชิก เฟสบุ๊ก ใช้บริการ 7 วันต่อสัปดาห์ กิจกรรมที่ทำใช้อัพเดทสถานะ ข้อมูลส่วนตัว รูปภาพ

ปณิชา นิติพรมงคล (2555) ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า คนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครให้ความนิยมเว็บเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook ในการเป็นสมาชิกมากที่สุด โดยพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้ของคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ การศึกษา รายได้แตกต่างกัน มีการแสดงพฤติกรรมการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ส่วนอาชีพที่ต่างกันมีการแสดงพฤติกรรมการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

ประเวศ iverseไพรสนธิ์ (2556) ได้ศึกษาการใช้บริการสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และพฤติกรรมของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าพฤติกรรมการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุระหว่าง 25–34 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีตำแหน่งงานระดับปฏิบัติการ และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,000–29,999 บาท มีการใช้บริการคนละ 2 บัญชี และเครือข่ายที่เข้าใช้งานบ่อยที่สุด คือ เฟสบุ๊ก โดยส่วนใหญ่เข้าใช้บริการเพื่อค้นหาเพื่อนใหม่และสื่อสารกับเพื่อนปัจจุบัน โดยใช้บริการผ่านช่องทางโทรศัพท์มือถือ พีดีเอและสมาร์ตโฟนมากที่สุด โดยช่วงเวลาที่เข้าใช้บริการไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับเวลาว่าง ความถี่ของระยะเวลาที่ใช้งานใน 1 วัน ใช้บริการไม่เกิน 3 ชั่วโมงต่อวัน พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการทำงานในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการทำงานในระดับมากที่สุด ในด้านความสามารถในการปฏิบัติงานและความสามารถในการปฏิสัมพันธ์เชิงสร้างสรรค์ ตามลำดับ และด้านความสามารถในการสรรหาและรักษามีพฤติกรรมการทำงานในระดับมาก การใช้บริการสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์มี

ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ระดับ .01



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้และผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยดังนี้

3.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้แก่ ประชากรในจังหวัดนนทบุรีทั้งหมด จำนวน 1,211,924 คน (ระบบสถิติทางการทะเบียน กรมการปกครอง จำนวนประชากร จังหวัดนนทบุรี เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2559) สามารถแบ่งจำนวนประชากรในเขตการปกครองระดับอำเภอและเทศบาล ได้ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 รายชื่อเขตการปกครองระดับอำเภอและเทศบาลที่อยู่ในจังหวัดนนทบุรี

ลำดับ	อำเภอ/เทศบาล	จำนวนประชากร
1	อำเภอเมืองนนทบุรี	53,650
2	อำเภอบางกรวย	30,586
3	อำเภอบางใหญ่	126,464
4	อำเภอบางบัวทอง	218,176
5	อำเภอไทรน้อย	61,336
6	อำเภอปากเกร็ด	54,635
7	เทศบาลตำบลศาลากลาง	14,548
8	เทศบาลตำบลไทรมา้า	21,969
9	เทศบาลตำบลไทรน้อย	2,529
10	เทศบาลตำบลบางใหญ่	10,960
11	เทศบาลตำบลบางม่วง	5,670
12	เทศบาลตำบลปลายบาง	41,915
13	เทศบาลตำบลบางศรีเมือง	31,700

ตารางที่ 3.1 รายชื่อเขตการปกครองระดับอำเภอและเทศบาลที่อยู่ในจังหวัดนนทบุรี (ต่อ)

ลำดับ	อำเภอ/เทศบาล	จำนวนประชากร
14	เทศบาลเมืองบางกรวย	42,390
15	เทศบาลนครปากเกร็ด	189,258
16	เทศบาลเมืองบางบัวทอง	50,345
17	เทศบาลนครนนทบุรี	255,793
รวมทั้งสิ้น		1,211,924

3.2 กลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้สูงอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ที่เป็นผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเก็บแบบสอบถามในช่วงเดือน กันยายน-พฤศจิกายน 2560 โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย โดยใช้ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมของ ทาโรยามาเน่ Yamane (1967) ซึ่งว่าหากจำนวนประชากรมากกว่า 100,000 ขึ้นไป ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% นั้น สามารถใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรทั้งหมด 1,211,924 คน จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

3.2.2 ผู้วิจัยทำการเทียบสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างจากประชากรโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิอย่างมีสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) ซึ่งจะได้สัดส่วนตามขนาดของประชากรในแต่ละเขตการปกครองระดับอำเภอและเทศบาล ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 สัดส่วนกลุ่มตัวอย่างประชากรของแต่ละเขตการปกครองระดับอำเภอและเทศบาล

ลำดับ	อำเภอ/เทศบาล	จำนวนประชากร	สัดส่วน	กลุ่มตัวอย่าง
1	อำเภอเมืองนนทบุรี	53,650	4.43 %	18
2	อำเภอบางกรวย	30,586	2.52 %	10
3	อำเภอบางใหญ่	126,464	10.43 %	42
4	อำเภอบางบัวทอง	218,176	18.00 %	72
5	อำเภอไทรน้อย	61,336	5.06 %	20

ตารางที่ 3.2 สัดส่วนกลุ่มตัวอย่างประชากรของแต่ละเขตการปกครองระดับอำเภอและเทศบาล (ต่อ)

ลำดับ	อำเภอ/เทศบาล	จำนวน ประชากร	สัดส่วน	กลุ่มตัวอย่าง
6	อำเภอปากเกร็ด	54,635	4.51 %	18
7	เทศบาลตำบลศาลากลาง	14,548	1.20 %	5
8	เทศบาลตำบลไทรม้า	21,969	1.81 %	7
9	เทศบาลตำบลไทรน้อย	2,529	0.21 %	1
10	เทศบาลตำบลบางใหญ่	10,960	0.90 %	4
11	เทศบาลตำบลบางม่วง	5,670	0.47 %	2
12	เทศบาลตำบลปลายบาง	41,915	3.46 %	14
13	เทศบาลตำบลบางศรีเมือง	31,700	2.62 %	10
14	เทศบาลเมืองบางกรวย	42,390	3.50 %	14
15	เทศบาลนครปากเกร็ด	189,258	15.62 %	62
16	เทศบาลเมืองบางบัวทอง	50,345	4.15 %	17
17	เทศบาลนครนนทบุรี	255,793	21.11 %	84
รวมทั้งสิ้น		1,211,924	100%	400

3.2.3 การเลือกตัวอย่างโดยความสะดวก (Convenience Sampling) โดยตัวอย่างคือผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป เป็นผู้ที่เคยใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ และสะดวกยินดีให้ข้อมูล เพื่อทำการเก็บข้อมูลให้ครบตามจำนวนตัวอย่างที่กำหนดไว้ในตารางที่ 3.2

3.3 เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีลักษณะรายละเอียดดังนี้

3.3.1 ผู้วิจัยจัดทำแบบสอบถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้และผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Checklist) เพียงคำตอบเดียว และเป็นคำถามปลายเปิด (Open Ended) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามนั้นได้ตอบคำถามมากขึ้น จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งปัจจัยออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

ด้าน 1 ความรู้

- มีความรู้เรื่องรูปแบบบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์
- มีความรู้วิธีการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์
- มีความรู้วิธีการติดต่อสื่อสารผ่านบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์
- มีความรู้ช่องทางการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์
- ได้รับความรู้และได้เรียนรู้สิ่งใหม่ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

ด้าน 2 เจตคติ

- การบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความหลากหลาย
- มีการแบ่งปัน เผยแพร่กิจกรรม ข้อมูล ความรู้ต่าง ๆ ได้รับความรู้ร่วมกัน
- ได้แสดงความรู้สึกรักใคร่ที่ดี
- ช่วยผ่อนคลายด้านอารมณ์และได้สังสรรค์ระหว่างกัน

ด้าน 3 ทักษะการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

- มีความสามารถในการใช้บริการ Facebook
- มีความสามารถในการใช้บริการ Line
- มีความสามารถในการใช้บริการ Twitter
- มีความสามารถในการใช้บริการ Instagram
- มีความสามารถในการใช้บริการ Google+
- มีความสามารถในการใช้บริการ YouTube

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับผลที่การใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ประกอบด้วยคำถามจำนวน 6 ด้าน 14 ข้อ ได้แก่ ด้านการสื่อสาร ด้านการแสดงออก ด้านเวลา ด้านสังคม ด้านบันเทิง และด้านธุรกิจ ดังนี้

ด้านการสื่อสาร

- ช่วยให้ติดต่อสื่อสาร
- ช่วยให้ทราบข้อมูลข่าวสาร
- ช่วยสร้างการรับรู้และเรียนรู้

ด้านการแสดงออก

- เป็นที่แสดงความคิดเห็นหรือโต้ตอบ
- เป็นสื่อในการนำเสนอรูปภาพ ผลงาน

ด้านเวลา

- เป็นสื่อในการนำเสนอรูปภาพ ผลงาน
- ทำให้ได้พูดคุยกับผู้อื่น
- ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

ด้านสังคม

- เป็นแหล่งเผยแพร่สื่อ
- ก่อให้เกิดอาชญากรรม

ด้านบันเทิง

- ช่วยให้ผ่อนคลายความเครียด
- เป็นแหล่งให้ความบันเทิง
- ทำให้มีเพื่อน

ด้านธุรกิจ

- ช่วยในการค้นหาสินค้าหรือบริการ
- ช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ

ลักษณะของแบบสอบถามตอนนี้มีลักษณะ เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามวิธีการของลิเคิร์ต (Likert) โดยผู้วิจัยกำหนดค่าคะแนนของความคิดเห็น ได้ดังนี้

- 5 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

3.3.2 กำหนดรูปแบบของคำถาม ดังนี้

3.3.2.1 ตัวแปรต้น ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

3.3.2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

3.3.3 การตรวจสอบและวิเคราะห์เครื่องมือ

การตรวจสอบและวิเคราะห์เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

3.3.3.1 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อทำการตรวจสอบและเสนอแนะเพิ่มเติม

3.3.3.2 นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขถูกต้องและมีความเหมาะสมของเนื้อหา นำมาปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้งเพื่อทำการตรวจพิจารณาข้อความให้ตรงตามเนื้อหาและถูกต้องปรับปรุงให้ชัดเจนก่อนนำไปใช้

3.3.4 การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

3.3.4.1 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อใช้ในการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

3.3.4.2 นำแบบสอบถามที่ได้ทำการทดลองจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alfa Coefficient) โดยวิธีของครอนบาค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543) ซึ่งค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับของความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 < \alpha < 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ .986

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตัวเองจากแบบสอบถาม โดยแจกแบบสอบถามให้แก่ประชากรในจังหวัดนนทบุรีโดยมีแบ่งเป็นเขตการปกครองดังนี้

อำเภอเมืองนนทบุรี 18 คน

อำเภอบางกรวย 10 คน

อำเภอบางใหญ่ 42 คน

อำเภอบางบัวทอง 72 คน

อำเภอไทรน้อย 20 คน

อำเภอปากเกร็ด 18 คน

เทศบาลตำบลศาลากลาง 5 คน

เทศบาลตำบลไทรมา้า 7 คน

เทศบาลตำบลไทรน้อย 1 คน

เทศบาลตำบลบางใหญ่ 4 คน

เทศบาลตำบลบางม่วง 2 คน

เทศบาลตำบลปลายบาง 14 คน

เทศบาลตำบลบางศรีเมือง 10 คน

เทศบาลเมืองบางกรวย 14 คน

เทศบาลนครปากเกร็ด 62 คน

เทศบาลเมืองบางบัวทอง 17 คน

เทศบาลนครนนทบุรี 84 คน

รวมตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน ซึ่งจะใช้ระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูลประมาณ 60 วัน

3.4.3 นำข้อมูลไปวิเคราะห์ แล้วนำเสนอข้อมูลในรูปตาราง

3.4.4 แปลผลโดยการบรรยายตามลำดับ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาประมวลผลตามระเบียบวิธีวิจัย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science) ซึ่งมีการประมวลข้อมูลเป็นขั้นตอน คือ หลังจากการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้มาเปลี่ยนแปลงเป็นรหัสตัวเลข (Code) แล้วบันทึกรหัสลงในเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้ค่าสถิติดังนี้

3.5.1 การศึกษาระดับวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อบรรยายลักษณะกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ดังนี้

3.5.1.1 วิเคราะห์ข้อมูลโดยแจกแจงจำนวนความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรแบบสอบถามส่วนที่ 1 ได้แก่ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยนำมา

3.5.1.2 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ตารางแจกแจงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เพื่ออธิบายพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แบบสอบถามส่วนที่ 2 และผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แบบสอบถามส่วนที่ 3

3.5.2 การศึกษาเปรียบเทียบวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยการใช้การวิเคราะห์ ค่าสถิติ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ สมมติฐานที่ 1.1 ในการทดสอบความแตกต่างของลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน และสมมติฐานที่ 1.2 ในการทดสอบความแตกต่างของลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น .05

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้และผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลตัวอย่างผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในจังหวัดนนทบุรีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป จำนวนทั้งสิ้น 400 คน เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ผลการให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะทางประชากร และเปรียบเทียบผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรีจำแนกตามลักษณะทางประชากร ผลการวิเคราะห์สามารถแบ่งออกเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การศึกษาระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี

ตอนที่ 3 การศึกษาผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี

ตอนที่ 4 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะทางประชากร

ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะทางประชากร

4.1 ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษาลักษณะประชากรของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ที่เป็นตัวอย่างได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการศึกษาปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	199	49.8
หญิง	201	50.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 การศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรีที่เป็นตัวอย่างจำนวน 400 คน ด้านเพศ ผลการศึกษาพบว่า มีลักษณะทางประชากรที่ใกล้เคียงกัน โดยเพศหญิงจำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 และเพศชายมีจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามด้านระดับการศึกษา

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
2. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	241	60.3
ปริญญาตรี	139	34.8
สูงกว่าปริญญาตรี	20	5.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 การศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรีที่เป็นตัวอย่างจำนวน 400 คน ด้านการศึกษา ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมาการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 และสัดส่วนที่น้อยที่สุดคือการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอาชีพ

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
3. อาชีพ		
เกษตรกร	10	2.5
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	119	29.8
รับจ้าง	92	23.0
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	119	29.8
อื่น ๆ	60	15
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 การศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรีที่เป็นตัวอย่างจำนวน 400 คน ด้านอาชีพ ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 และทำงานในส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 รองลงมามีอาชีพรับจ้าง จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23 รองลงมามีอาชีพอื่น ๆ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15 และสัดส่วนที่น้อยที่สุดคืออาชีพเกษตรกร จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามด้านสถานภาพการสมรส

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
4. สถานภาพการสมรส		
โสด	30	7.5
สมรส	310	77.5
หย่าร้าง-หม้าย	60	15
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.4 การศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรีที่เป็นตัวอย่างจำนวน 400 คน ด้านสถานภาพการสมรส ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่สมรส จำนวน 310 คน คิดเป็นร้อยละ 77.5 รองลงมา หย่าร้าง-หม้าย จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15 และสัดส่วนที่น้อยที่สุดคือ โสด จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามด้านรายได้

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
5. รายได้		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	110	27.5
10,001 – 20,000 บาท	111	27.8
20,001 – 30,000 บาท	90	22.5
30,001 บาทขึ้นไป	89	22.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.5 การศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรีที่เป็นตัวอย่างจำนวน 400 คน ด้านรายได้ ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมารายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 รองลงมารายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 และสัดส่วนที่น้อยที่สุดคือรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 ตามลำดับ

4.2 การศึกษาระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี

การศึกษาระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี มีทั้งหมด 3 ด้าน คือ ด้านความรู้ ด้านเจตคติ และด้านทักษะการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยใช้สถิติพื้นฐาน คือ การหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำมาอ่านค่าเพื่อใช้ในการอภิปรายผลและนำเสนอผลงานการศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง ภาพรวมทั้งหมด

พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	ระดับ		แปลความหมาย
	\bar{X}	SD	
1. ด้านความรู้	3.19	1.09	ปานกลาง
2. ด้านเจตคติ	3.36	1.00	ปานกลาง
3. ด้านทักษะการใช้บริการ	2.66	1.13	น้อย
รวมเฉลี่ย	3.07	1.01	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความรู้ ด้านเจตคติ ด้านทักษะการใช้บริการ ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ระดับปานกลาง 2 ด้านคือ ด้านความรู้และด้านเจตคติและระดับน้อย 1 ด้านคือ ด้านทักษะการใช้บริการ โดยด้านเจตคติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 ด้านความรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 และด้านทักษะการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.66

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านความรู้

พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	ระดับ		แปลความหมาย
	\bar{X}	SD	
1. มีความรู้เรื่องรูปแบบบริการ	3.28	1.07	ปานกลาง
2. มีความรู้วิธีการใช้บริการ	3.10	1.09	ปานกลาง
3. มีความรู้วิธีการติดต่อสื่อสาร	3.18	1.18	ปานกลาง
4. มีความรู้ช่องทางการใช้บริการ	3.02	1.24	ปานกลาง
5. ได้รับรู้และได้เรียนรู้สิ่งใหม่	3.40	1.24	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.19	1.09	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.7 พบว่าผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความรู้ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ ในจังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ได้รับความรู้และได้เรียนรู้สิ่งใหม่ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 รองลงมา มีความรู้เรื่องรูปแบบบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 และคะแนนเฉลี่ยที่มีสัดส่วนต่ำที่สุด คือ มีความรู้ช่องทางการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านเจตคติ

พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	ระดับ		แปล ความหมาย
	\bar{X}	SD	
1. การบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความหลากหลาย	3.42	1.07	ปานกลาง
2. มีการแบ่งปัน เผยแพร่กิจกรรม ข้อมูล ความรู้ต่าง ๆ ได้รับความรู้ร่วมกัน	3.35	1.17	ปานกลาง
3. ได้แสดงความรู้สึกรักใคร่ที่ดี	3.21	1.06	ปานกลาง
4. ช่วยผ่อนคลายด้านอารมณ์และได้สังคมระหว่างกัน	3.45	1.05	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.36	1.00	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านเจตคติ อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ ในจังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับปานกลางทั้ง 4 ข้อ โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ช่วยผ่อนคลายด้านอารมณ์และได้สังคมระหว่างกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 รองลงมา การบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความหลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 และคะแนนเฉลี่ยที่มีสัดส่วนต่ำที่สุด คือ ได้แสดงความรู้สึกรักใคร่ที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านทักษะการใช้บริการ

พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	ระดับ		แปลความหมาย
	\bar{x}	SD	
1. มีความสามารถในการใช้บริการ Facebook	3.05	1.32	ปานกลาง
2. มีความสามารถในการใช้บริการ Line	3.22	1.34	ปานกลาง
3. มีความสามารถในการใช้บริการ Twitter	1.85	1.09	น้อยมาก
4. มีความสามารถในการใช้บริการ Instagram	1.95	1.23	น้อยมาก
5. มีความสามารถในการใช้บริการ Google+	2.82	1.45	น้อย
6. มีความสามารถในการใช้บริการ YouTube	3.05	1.36	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	2.66	1.13	น้อย

จากตารางที่ 4.9 พบว่าผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรม การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านทักษะการใช้บริการ อยู่ในระดับ น้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.66

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ ในจังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับปานกลาง 3 ข้อ ระดับน้อย 1 ข้อ และระดับน้อยมาก 2 ข้อ โดยข้อที่มี ค่าคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด คือ มีความสามารถในการใช้บริการ Line มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 รองลงมา มีความสามารถในการใช้บริการ Facebook และ YouTube มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 และคะแนนเฉลี่ย ที่มีสัดส่วนต่ำที่สุด คือ มีความสามารถในการใช้บริการ Twitter มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.85

4.3 การศึกษาระดับผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี

การศึกษาระดับผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี มีทั้งหมด 6 ด้าน คือ ด้านการสื่อสาร ด้านการแสดงออก ด้านเวลา ด้านสังคม ด้านบันเทิง และด้าน ธุรกิจ โดยใช้สถิติพื้นฐาน คือ การหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำมาอ่านค่าเพื่อใช้ในการอภิปรายผลและนำเสนอผลงานการศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง ภาพรวมทั้งหมด

ผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์	ระดับ		แปล ความหมาย
	\bar{x}	SD	
1. ด้านการสื่อสาร	3.62	1.13	ปานกลาง
2. ด้านการแสดงออก	3.43	1.25	ปานกลาง
3. ด้านเวลา	2.94	1.01	น้อย
4. ด้านสังคม	3.14	1.00	ปานกลาง
5. ด้านบันเทิง	3.33	1.15	ปานกลาง
6. ด้านธุรกิจ	3.15	1.08	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.27	1.01	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 พบว่าผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านการสื่อสาร ด้านการแสดงออก ด้านเวลา ด้านสังคม ด้านบันเทิง และด้านธุรกิจ ในภาพรวม อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับปานกลาง 5 ข้อ และระดับน้อย 1 ข้อ โดยด้านที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 รองลงมาด้านการแสดงออก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 และคะแนนเฉลี่ยที่มีสัดส่วนต่ำที่สุดคือ ด้านเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านการสื่อสาร

ผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์	ระดับ		แปล ความหมาย
	\bar{x}	SD	
1. ช่วยให้ติดต่อสื่อสาร	3.62	1.04	ปานกลาง
2. ช่วยให้ทราบข้อมูลข่าวสาร	3.75	1.18	ปานกลาง
3. ช่วยสร้างการรับรู้และเรียนรู้	3.50	1.32	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.62	1.13	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.11 พบว่าผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านการสื่อสาร อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับปานกลางทั้ง 3 ข้อ โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ช่วยให้ทราบข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 รองลงมา ช่วยให้ติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และคะแนนเฉลี่ยที่มีสัดส่วนต่ำที่สุด คือ ช่วยสร้างการรับรู้และเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านการแสดงออก

ผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์	ระดับ		แปล ความหมาย
	\bar{x}	SD	
1. เป็นที่แสดงความคิดเห็นหรือโต้ตอบ	3.37	1.24	ปานกลาง
2. เป็นสื่อในการนำเสนอรูปภาพ/ผลงาน	3.49	1.36	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.43	1.26	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.12 พบว่าผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านการแสดงออก อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับปานกลางทั้ง 2 ข้อ โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ เป็นสื่อในการนำเสนอรูปภาพ ผลงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 รองลงมา ช่วยแสดงความคิดเห็นหรือโต้ตอบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านเวลา

ผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์	ระดับ		แปล ความหมาย
	\bar{X}	SD	
1. เป็นสื่อในการนำเสนอรูปภาพ/ผลงาน	2.73	1.00	น้อย
2. ทำให้ได้พูดคุยกับผู้อื่น	3.23	1.24	ปานกลาง
3. ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	2.86	1.09	น้อย
รวมเฉลี่ย	2.94	1.01	น้อย

จากตารางที่ 4.13 พบว่าผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านเวลา อยู่ในระดับ น้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ และระดับน้อย 2 ข้อ โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ทำให้ได้พูดคุยกับผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 รองลงมา ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 และคะแนนเฉลี่ยที่มีสัดส่วนต่ำที่สุดคือ เป็นสื่อในการนำเสนอรูปภาพ ผลงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.73

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านสังคม

ผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์	ระดับ		แปล ความหมาย
	\bar{X}	SD	
1. เป็นแหล่งเผยแพร่สื่อ	3.35	1.02	ปานกลาง
2. ก่อให้เกิดอาชญากรรม	2.92	1.23	น้อย
รวมเฉลี่ย	3.14	0.99	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.14 พบว่าผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านสังคม อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ ระดับน้อย 1 ข้อ โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ เป็นแหล่งเผยแพร่สื่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 รองลงมา ก่อให้เกิดอาชญากรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านบันเทิง

ผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์	ระดับ		แปลความหมาย
	\bar{x}	SD	
1. ช่วยให้ผ่อนคลายความเครียด	3.28	1.14	ปานกลาง
2. เป็นแหล่งให้ความบันเทิง	3.43	1.18	ปานกลาง
3. ทำให้มีเพื่อน	3.33	1.23	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.34	1.15	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.15 พบว่าผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านบันเทิง อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับปานกลางทั้ง 3 ข้อ โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ เป็นแหล่งให้ความบันเทิง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 รองลงมา ทำให้มีเพื่อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และคะแนนเฉลี่ยที่มีสัดส่วนต่ำที่สุด คือ ช่วยให้ผ่อนคลายความเครียด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านธุรกิจ

ผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์	ระดับ		แปลความหมาย
	\bar{x}	SD	
1. ช่วยในการค้นหาสินค้าหรือบริการ	3.2	1.10	ปานกลาง
2. ช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ	3.1	1.14	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.15	1.08	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.16 พบว่าผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านธุรกิจ อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับปานกลางทั้ง 2 ข้อ โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ช่วยในการค้นหาสินค้าหรือบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.2 รองลงมา ช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.1

4.4 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรีของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากร

1) ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านเพศ

ตารางที่ 4.17 ค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านเพศ

พฤติกรรมการใช้บริการ เครือข่ายสังคมออนไลน์	ลักษณะทางประชากร (เพศ)				t	Sig
	เพศชาย		เพศหญิง			
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD		
1. ด้านความรู้	2.88	1.05	3.50	1.04	-1.87	.069
2. ด้านเจตคติ	3.14	1.07	3.57	0.87	-1.43	.159
3. ด้านทักษะการใช้บริการ	2.38	1.12	2.94	1.08	-1.37	.178
รวมเฉลี่ย	2.80	1.00	3.34	0.94	-1.67	.104

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านเพศ พบว่า เพศชายกับเพศหญิงมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านเจตคติ และด้านทักษะการใช้บริการ ไม่พบความแตกต่างกัน

2) ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านระดับการศึกษา

ตารางที่ 4.18 ค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านระดับการศึกษา

พฤติกรรมการใช้ บริการเครือข่าย สังคมออนไลน์	ลักษณะทางประชากร (การศึกษา)						F	Sig
	ต่ำกว่า ป.ตรี		ป.ตรี		สูงกว่า ป.ตรี			
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD		
1. ด้านความรู้	2.62	0.97	4.09	0.56	3.9	0.10	13.63	0.00
2. ด้านเจตคติ	2.98	1.05	3.90	0.55	4.13	0.38	5.06	0.11
3. ด้านทักษะการใช้	2.12	1.01	3.46	0.82	3.5	0.17	10.29	0.00
รวมเฉลี่ย	2.57	0.94	3.82	0.58	3.84	0.15	11.01	0.00

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความรู้ และด้านทักษะการใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านเจตคติ ไม่พบความแตกต่าง

3) ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านอาชีพ

ตารางที่ 4.19 ค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านอาชีพ

พฤติกรรม การใช้ บริการ เครือข่าย สังคม ออนไลน์	ลักษณะทางประชากร (อาชีพ)										F	Sig
	เกษตรกร		ค้าขาย		รับจ้าง		ราชการ		อื่น ๆ			
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD		
1. ด้าน ความรู้	3.20	0.45	3.63	1.00	2.35	0.71	3.75	0.56	2.50	1.42	4.02	0.01
2. ด้าน เจตคติ	4.00	0.68	3.81	0.69	2.65	1.16	3.75	0.45	2.63	1.08	3.75	0.02
3. ด้าน ทักษะ การใช้ บริการ	2.33	0.56	2.97	1.06	1.94	0.95	3.09	0.68	2.33	1.61	2.09	0.10
รวมเฉลี่ย	3.17	0.49	3.47	0.85	2.32	0.85	3.53	0.49	2.49	1.36	3.55	0.02

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านอาชีพ พบว่า อาชีพที่ต่างกันมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านความรู้และเจตคติมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านทักษะการใช้บริการ ไม่พบความแตกต่างกัน

4) ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านสถานะภาพสมรส

ตารางที่ 4.20 ค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านสถานะภาพสมรส

พฤติกรรมการใช้ บริการเครือข่าย สังคมออนไลน์	ลักษณะทางประชากร (สถานะภาพสมรส)						F	Sig
	โสด		สมรส		หย่าร้าง-หม้าย			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
1. ด้านความรู้	4.67	0.48	3.19	0.99	2.47	1.07	5.01	0.01
2. ด้านเจตคติ	4.58	0.32	3.39	0.84	2.59	1.26	5.04	0.01
3. ด้านทักษะการใช้ บริการ	4.22	0.79	2.63	1.02	2.03	1.11	4.53	0.02
รวมเฉลี่ย	4.49	0.43	3.07	0.88	2.36	1.11	5.61	0.01

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านสถานะภาพสมรส พบว่า สถานะภาพสมรสที่ต่างกันมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านเจตคติ และด้านทักษะการใช้บริการ มีความแตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5) ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านรายได้

ตารางที่ 4.21 ค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านรายได้

พฤติกรรมการใช้ บริการเครือข่าย สังคมออนไลน์	ลักษณะทางประชากร (รายได้)								F	Sig
	< 10,000		10,001– 20,000		20,001– 30,000		> 30,001			
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD		
1. ด้านความรู้	1.96	0.71	3.23	0.94	3.89	0.64	3.96	0.51	15.70	0.00
2. ด้านเจตคติ	2.90	1.07	3.59	0.65	4.00	0.50	3.72	0.51	10.47	0.00
3. ด้านทักษะการ ใช้บริการ	1.48	0.53	2.76	1.20	3.54	0.76	3.08	0.62	10.45	0.00
รวมเฉลี่ย	1.91	0.72	3.19	0.84	3.81	0.56	3.59	0.49	14.98	0.00

จากตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านรายได้ พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านเจตคติ และด้านทักษะการให้บริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.5 การเปรียบเทียบผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากร

1) ผลการเปรียบเทียบผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านเพศ

ตารางที่ 4.22 ค่าสถิติเปรียบเทียบผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัด นนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านเพศ

ผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์	ลักษณะทางประชากร				t	Sig
	เพศชาย		เพศหญิง			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
1. ด้านการสื่อสาร	3.37	1.24	3.89	0.96	-1.55	0.13
2. ด้านการแสดงออก	3.38	1.41	3.43	1.12	-0.15	0.89
3. ด้านเวลา	2.77	0.98	3.20	1.06	-1.36	0.18
4. ด้านสังคม	3.00	0.99	3.34	1.02	-1.10	0.28
5. ด้านบันเทิง	3.22	1.29	3.52	1.01	-0.84	0.41
6. ด้านธุรกิจ	3.03	1.06	3.34	1.11	-0.94	0.35
รวมเฉลี่ย	3.13	1.07	3.45	0.93	-1.06	0.30

จากตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ที่เปรียบเทียบความแตกต่างของผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านเพศ พบว่า เพศชายกับเพศหญิงมีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสาร ด้านการแสดงออก ด้านเวลา ด้านสังคม ด้านบันเทิง และด้านธุรกิจ ไม่พบความแตกต่างกัน

2) ผลการเปรียบเทียบผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านการศึกษา

ตารางที่ 4.23 ค่าสถิติเปรียบเทียบผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัด นนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านการศึกษา

ผลการใช้บริการ เครือข่ายสังคม ออนไลน์	ลักษณะทางประชากร (การศึกษา)						F	Sig
	ต่ำกว่า ป.ตรี		ป.ตรี		สูงกว่า ป.ตรี			
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD		
1. ด้านการสื่อสาร	3.28	1.24	4.19	0.50	4.50	0.71	4.17	0.02
2. ด้านการ แสดงออก	3.02	1.37	3.89	0.63	4.19	0.14	4.62	0.02
3. ด้านเวลา	2.69	1.14	3.45	0.61	3.67	0.16	3.23	0.05
4. ด้านสังคม	2.96	1.14	3.50	0.65	3.75	0.35	1.70	0.20
5. ด้านบันเทิง	3.12	1.35	3.76	0.55	4.00	0.04	1.83	0.17
6. ด้านธุรกิจ	2.90	1.24	3.61	0.53	3.75	0.06	2.72	0.08
รวมเฉลี่ย	3.00	1.15	3.73	0.38	4.15	0.20	3.64	0.04

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสื่อสาร ด้านแสดงออก และด้านเวลา มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านสังคม ด้านบันเทิง และด้านธุรกิจ ไม่พบความแตกต่างกัน

3) ผลการเปรียบเทียบผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านอาชีพ

ตารางที่ 4.24 ค่าสถิติเปรียบเทียบผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านอาชีพ

ผลการใช้ บริการ เครือข่าย สังคม ออนไลน์	ลักษณะทางประชากร (อาชีพ)										F	Sig
	เกษตรกร		ค้าขาย		รับจ้าง		ราชการ		อื่น ๆ			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
1. ด้านการ สื่อสาร	3.86	1.26	4.22	0.86	2.91	1.09	4.22	0.57	2.61	1.22	6.13	0.00
2. ด้านการ แสดงออก	2.77	1.35	4.04	0.94	2.77	1.23	4.04	0.69	1.92	1.11	7.07	0.00
3. ด้านเวลา	2.33	1.16	3.44	0.80	2.48	1.16	3.64	0.36	1.83	0.78	6.99	0.00
4. ด้านสังคม	2.00	1.18	3.63	0.80	2.73	1.17	3.54	0.81	2.58	0.86	2.84	0.04
5. ด้าน บันเทิง	3.67	1.35	3.86	0.69	2.88	1.30	4.06	0.53	1.89	0.93	7.64	0.00
6. ด้านธุรกิจ	3.00	1.24	3.83	0.81	2.45	1.01	3.83	0.44	2.00	0.89	9.59	0.00
รวมเฉลี่ย	2.93	1.25	3.84	0.72	2.70	1.02	3.89	0.38	2.14	0.88	8.39	0.00

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านอาชีพ พบว่า อาชีพที่ต่างกันมีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสาร ด้านการแสดงออก ด้านเวลา ด้านสังคม ด้านบันเทิง และด้านธุรกิจ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4) ผลการเปรียบเทียบผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านสถานะภาพสมรส

ตารางที่ 4.25 ค่าสถิติเปรียบเทียบผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี
ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านสถานะภาพสมรส

ผลการใช้บริการ เครือข่ายสังคม ออนไลน์	ลักษณะทางประชากร (สถานะภาพสมรส)						F	Sig
	โสด		สมรส		หย่าร้าง-หม้าย			
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD		
1. ด้านการสื่อสาร	4.44	0.69	3.68	1.08	3.06	1.36	1.66	0.20
2. ด้านการ แสดงออก	4.00	1.00	3.50	1.20	2.58	1.46	1.80	0.18
3. ด้านเวลา	3.33	0.33	3.03	0.96	2.61	1.60	.58	0.56
4. ด้านสังคม	3.17	0.29	3.32	0.93	2.42	1.36	2.16	0.13
5. ด้านบันเทิง	3.33	0.33	3.56	1.05	2.39	1.51	2.86	0.07
6. ด้านธุรกิจ	3.33	0.58	3.29	0.99	2.58	1.63	1.11	0.34
รวมเฉลี่ย	3.60	0.52	3.39	0.91	2.61	1.45	1.78	0.18

จากตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านสถานะภาพสมรสที่ต่างกันมีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในภาพรวมไม่พบความแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสาร ด้านการแสดงออก ด้านเวลา ด้านสังคม ด้านบันเทิง และด้านธุรกิจ ไม่พบความแตกต่างกัน

5) ผลการเปรียบเทียบผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านรายได้

ตารางที่ 4.26 ค่าสถิติเปรียบเทียบผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านรายได้

ผลการใช้บริการ เครือข่ายสังคม ออนไลน์	ลักษณะทางประชากร (รายได้)								F	Sig
	< 10,000		10,001– 20,000		20,001– 30,000		> 30,001			
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD		
1. ด้านการ สื่อสาร	2.45	1.23	3.82	0.90	4.33	0.53	4.15	0.47	9.88	0.00
2. ด้านการ แสดงออก	2.41	1.66	3.31	0.93	4.06	0.58	4.11	0.74	5.47	0.00
3. ด้านเวลา	1.85	0.91	3.13	0.89	3.44	0.53	3.74	0.52	12.30	0.00
4. ด้านสังคม	2.36	1.12	3.27	0.88	3.61	0.70	3.61	0.78	4.46	0.01
5. ด้านบันเทิง	2.27	1.58	3.56	0.60	3.81	0.69	4.00	0.50	6.92	0.00
6. ด้านธุรกิจ	1.86	0.90	3.50	0.84	3.72	0.67	3.83	0.35	16.13	0.00
รวมเฉลี่ย	2.20	1.14	3.43	0.73	3.83	0.46	3.91	0.34	11.16	0.00

จากตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์ที่เปรียบเทียบความแตกต่างของผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านรายได้ พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสาร ด้านการแสดงออก ด้านเวลา ด้านสังคม ด้านบันเทิง และด้านธุรกิจ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้และผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี 2) เพื่อศึกษาระดับต่อผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี 3) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะทางประชากร และ 4) เพื่อเปรียบเทียบผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรีจำแนกตามลักษณะทางประชากร ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในจังหวัดนนทบุรีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป จำนวนทั้งสิ้น 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม มีทั้งหมด 5 ข้อ ลักษณะแบบสอบถาม เป็นแบบคำถามมีรายการให้เลือกในรูปแบบ (Multiple choice questions) ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี มีทั้งหมด 9 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี มีทั้งหมด 14 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตอนที่ 4 ความคิดเห็น

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการนำเสนอเป็นภาพรวมดังต่อไปนี้

1) การศึกษาระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาข้อมูลประกอบไปด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านเจตคติ และด้านทักษะการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า ผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรีที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในภาพรวม อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี โดยด้านที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านเจตคติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาด้านความรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 อยู่ในระดับปานกลาง และคะแนนเฉลี่ยที่มีสัดส่วนต่ำที่สุด คือ ด้านทักษะการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.66 อยู่ในระดับน้อย

2) การศึกษาระดับผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี มีทั้งหมด 6 ด้าน คือ ด้านการสื่อสาร ด้านการแสดงออก ด้านเวลา ด้านสังคม ด้านบันเทิง และด้านธุรกิจ พบว่าผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านการสื่อสาร ด้านการแสดงออก ด้านเวลา ด้านสังคม ด้านบันเทิง และด้านธุรกิจ ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี โดยด้านที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาด้านการแสดงออก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 อยู่ในระดับปานกลาง และคะแนนเฉลี่ยที่มีสัดส่วนต่ำที่สุด คือ ด้านเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 อยู่ในระดับน้อย

3) การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสรุปผลได้ดังนี้

3.1) จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านเพศ พบว่า เพศชายกับเพศหญิงมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านเจตคติ และด้านทักษะการให้บริการ ไม่พบความแตกต่างกัน

3.2) จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความรู้ และด้านทักษะการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านเจตคติ ไม่พบความแตกต่าง

3.3) จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านอาชีพ พบว่า อาชีพที่ต่างกันมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านความรู้และเจตคติมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านทักษะการให้บริการ ไม่พบความแตกต่างกัน

3.4) จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านสถานะภาพสมรส พบว่า สถานะภาพสมรสที่ต่างกันมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านเจตคติ และด้านทักษะการให้บริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.5) จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านรายได้ พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านเจตคติ และด้านทักษะการใช้บริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4) การเปรียบเทียบผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสรุปผลได้ดังนี้

4.1) จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านเพศ พบว่า เพศชายกับเพศหญิงมีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสาร ด้านการแสดงออก ด้านเวลา ด้านสังคม ด้านบันเทิง และด้านธุรกิจ ไม่พบความแตกต่างกัน

4.2) จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสื่อสาร ด้านแสดงออก และด้านเวลา มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านสังคม ด้านบันเทิง และด้านธุรกิจ ไม่พบความแตกต่างกัน

4.3) จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านอาชีพ พบว่า อาชีพที่ต่างกันมีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสาร ด้านการแสดงออก ด้านเวลา ด้านสังคม ด้านบันเทิง และด้านธุรกิจ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4) จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านสถานะภาพสมรส พบว่า สถานะภาพสมรสที่ต่างกันมีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในภาพรวมไม่พบความแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสาร ด้านการแสดงออก ด้านเวลา ด้านสังคม ด้านบันเทิง และด้านธุรกิจ ไม่พบความแตกต่างกัน

4.5) จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านรายได้ พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสาร ด้านการแสดงออก ด้านเวลา ด้านสังคม ด้านบันเทิง และด้านธุรกิจ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมการใช้และผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผล โดยการนำเสนอผลการวิจัยเป็นรายด้าน รายข้อ และเสนองานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอ้างอิงดังนี้

5.4.1 ผลการวิจัยพฤติกรรมการใช้และผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี เป็นรายด้านและรายข้อดังนี้

1) การศึกษาระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาด้านเจตคติ พบว่า ผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรีที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ช่วยผ่อนคลายด้านอารมณ์และได้สังคมระหว่างกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา การบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความหลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 อยู่ในระดับปานกลาง และคะแนนเฉลี่ยที่มีสัดส่วนต่ำที่สุด คือ ได้แสดงความรู้สึกรักนึกคิดที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

2) การศึกษาระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาด้านความรู้ พบว่า ผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรีที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ได้รับรู้และได้เรียนรู้สิ่งใหม่ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา มีความรู้เรื่องรูปแบบบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 อยู่ในระดับปานกลาง และคะแนนเฉลี่ยที่มีสัดส่วนต่ำที่สุด คือ มีความรู้ช่องทางการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02 อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

3) การศึกษาระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาด้านทักษะการใช้บริการ พบว่า ผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรีที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับ น้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.66 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความสามารถในการใช้บริการ Line มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา มีความสามารถในการใช้บริการ Facebook และ YouTube

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 อยู่ในระดับปานกลาง และคะแนนเฉลี่ยที่มีสัดส่วนต่ำที่สุด คือ มีความสามารถในการใช้บริการ Twitter มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.85 อยู่ในระดับน้อยมาก ตามลำดับ

4) การศึกษาระดับผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษา ด้านการสื่อสาร พบว่าผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าระดับผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ช่วยให้ทราบข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา ช่วยให้ติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 อยู่ในระดับปานกลาง และคะแนนเฉลี่ยที่มีสัดส่วนต่ำที่สุด คือ ช่วยสร้างการรับรู้และเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

5) การศึกษาระดับผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษา ด้านการแสดงออก พบว่าผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด คือ เป็นสื่อในการนำเสนอรูปภาพ/ผลงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา ช่วยแสดงความคิดเห็นหรือโต้ตอบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

6) การศึกษาระดับผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษา ด้านเวลา พบว่าผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับ น้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าระดับผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ทำให้ได้พูดคุยกับผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 อยู่ในระดับน้อย และคะแนนเฉลี่ยที่มีสัดส่วนต่ำที่สุด คือ เป็นสื่อในการนำเสนอรูปภาพ/ผลงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.73 อยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ

7) การศึกษาระดับผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษา ด้านสังคม พบว่าผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าระดับผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด คือ เป็นแหล่งเผยแพร่สื่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา ก่อให้เกิดอาชญากรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 อยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ

8) การศึกษาระดับผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาด้านบันเทิง พบว่าผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านบันเทิง อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ เป็นแหล่งให้ความบันเทิง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา ทำให้มีเพื่อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 อยู่ในระดับปานกลาง และคะแนนเฉลี่ยที่มีสัดส่วนต่ำที่สุด คือ ช่วยให้ผู้ผ่อนคลายความเครียด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

9) การศึกษาระดับผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาด้านธุรกิจ พบว่าผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านธุรกิจ อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี โดยข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ช่วยในการค้นหาสินค้าหรือบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.2 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา ช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.1 อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

5.4.2 การศึกษาพฤติกรรมการใช้และผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผล โดยการนำงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอ้างอิงดังนี้

1) พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่รับราชการและประกอบธุรกิจส่วนตัว มีสถานภาพสมรส รายได้ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ต่อเดือน ส่วนใหญ่มีความรู้ มีเจตคติ และทักษะการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนมากมีทักษะในการการใช้บริการ Facebook, Line, YouTube สอดคล้องกับกันตพล บรรทัดทอง (2557) ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้สูงอายุนิยมใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่าน Facebook และ Line มากที่สุด และสอดคล้องกับการสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยจากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ปี 2560 พบว่าผู้สูงอายุมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวันมากถึง 4 ชั่วโมง 54 นาทีต่อวัน โดยมีกิจกรรมที่ทำในอินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือการใช้บริการ Social Media หรือบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อวันนานถึง 2 ชั่วโมง 36 นาทีต่อวัน ซึ่งบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีการใช้บริการมากที่สุดได้แก่

Facebook, Line, YouTube แต่ขัดแย้งกับงานวิจัยจรรยาบรรณ พิมพ์คือ (2552) ศึกษาการใช้และความต้องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครขอนแก่น พบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่ไม่ต้องการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต เนื่องจากผู้สูงอายุส่วนใหญ่เห็นว่าไม่มีความจำเป็นต้องใช้ ไม่มีความรู้ความเข้าใจในการใช้ และไม่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ กล่าวคือในช่วงปี พ.ศ. 2552 ผู้สูงอายุยังไม่เห็นความสำคัญในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์จึงทำให้ผู้สูงอายุมีการใช้งานน้อยมากประกอบกับบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงนั้นอาจจะยังไม่มีการใช้งานอย่างแพร่หลายครอบคลุมไปจนกลุ่มผู้สูงอายุ ต่างกับในปัจจุบันผู้สูงอายุเห็นว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์มีบริการที่หลากหลายมากขึ้น สามารถแบ่งปัน เผยแพร่กิจกรรม ข้อมูลความรู้ต่าง ๆ ได้รับความรู้ร่วมกัน ได้แสดงความรู้สึกนึกคิดที่ดี ช่วยผ่อนคลายอารมณ์และได้สังคมนะหว่างกันมากขึ้น โดยมีการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่าน Facebook, Line, และ YouTube เป็นส่วนใหญ่

2) ผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสาร ด้านการแสดงออก ด้านเวลา ด้านสังคม ด้านบันเทิง และด้านธุรกิจ พบว่า ผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรีที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรีในภาพรวม อยู่ในระดับ ปานกลาง โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือด้านการสื่อสาร สอดคล้องกับงานวิจัย นลินี ศรีวิลาส และปริญญา หุ่นโพธิ์ (2560) ศึกษาการใช้งานอินเทอร์เน็ตของกลุ่มผู้สูงอายุอำเภอบางแพ จังหวัดราชบุรี พบว่าผู้สูงอายุใช้งานอินเทอร์เน็ตที่นิยมมากที่สุดคือด้านการสื่อสาร และสอดคล้องกับงานวิจัยของกันตพล บรรทัดทอง (2557) ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้สูงอายุมีความพึงพอใจจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านการติดต่อสื่อสาร เพื่อสนทนากับเพื่อนหรือผู้ที่ต้องการที่จะสื่อสารด้วย มากที่สุด กล่าวคือผลการศึกษาทำให้เห็นว่า ผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่ได้รับประโยชน์มากที่สุดคือด้านการติดต่อสื่อสาร ทำให้ผู้สูงอายุได้ทราบข้อมูลข่าวสาร ได้สร้างการรับรู้และการเรียนรู้เป็นสำคัญ

3) การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านเจตคติ และด้านทักษะการใช้บริการ จำแนกตามลักษณะทางประชากร โดยสรุปผลได้ดังนี้

3.1) ด้านเพศ พบว่า เพศชายกับเพศหญิงมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน

3.2) ด้านระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมแตกต่างกัน

3.3) ด้านอาชีพ พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมแตกต่างกัน

3.4) ด้านสถานะภาพสมรส พบว่า สถานะภาพสมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมแตกต่างกัน

3.5) ด้านรายได้ พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมแตกต่างกัน

4) การเปรียบเทียบผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสาร ด้านการแสดงออก ด้านเวลา ด้านสังคม ด้านบันเทิง และด้านธุรกิจ จำแนกตามลักษณะทางประชากร โดยสรุปผลได้ดังนี้

4.1) ด้านเพศ พบว่า เพศชายกับเพศหญิงมีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน

4.2) ด้านการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมแตกต่างกัน

4.3) จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านอาชีพ พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมแตกต่างกัน

4.4) จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านสถานะภาพสมรส พบว่า สถานะภาพสมรสที่แตกต่างกันมีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน

4.5) จำแนกตามลักษณะทางประชากรทางด้านรายได้ พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีผลการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมแตกต่างกัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.5.1 ข้อเสนอแนะทางวิชาการจากผลวิจัย

1) หน่วยงานราชการควรพิจารณาเพิ่มเติมช่องทางการประชาสัมพันธ์ การติดต่อสื่อสาร กับผู้สูงอายุ โดยใช้บริการเครือข่ายสื่อสารเพิ่มเติมอีกช่องทาง โดยเฉพาะสื่อทาง Facebook, Line, YouTube เพื่อประโยชน์ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของผู้สูงอายุได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น เช่น การแจ้งผลการรับเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ เงื่อนไขหลักเกณฑ์การลงทะเบียนสวัสดิการแห่งรัฐต่าง ๆ เป็นต้น

2) บริษัทเอกชนผู้ประกอบการทำธุรกิจการค้าที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ ควรพัฒนาช่องทางในการประชาสัมพันธ์ ติดต่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุ ควรพิจารณาสื่อหรือช่องทางการติดต่อสื่อสารโดยใช้บริการเครือข่ายสื่อสารเพิ่มเติมอีกช่องทาง โดยเฉพาะสื่อทาง Facebook, Line, YouTube เพื่อให้ได้รับการตอบรับจากผู้สูงอายุมากยิ่งขึ้นและเพื่อให้การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับผู้สูงอายุประสบความสำเร็จ เช่น การประชาสัมพันธ์สินค้าผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ การสอบถามความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่รับบริการ เป็นต้น

3) ลูก หลาน พี่ น้อง และญาติของผู้สูงอายุ ควรเห็นความสำคัญในการติดต่อสื่อสารกับผู้สูงอายุผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะสื่อทาง Facebook และ Line ซึ่งจะช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถสนทนาผ่าน Video Call ช่วยให้ผู้สูงอายุได้คลายความเครียด คลายความเหงา ในเวลาที่ลูก หลาน จะต้องไปทำงานต่างจังหวัด ไม่มีผู้คอยอยู่ดูแล

4) หน่วยงานที่ดูแลผู้สูงอายุ ควรจัดสวัสดิการให้ผู้สูงอายุได้มีโอกาสในการเรียนรู้ในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อสนับสนุนให้ผู้สูงอายุได้มีกิจกรรมร่วมกันระหว่างสังคมมากยิ่งขึ้น เช่น อบรมพัฒนาความรู้ด้านการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ อำนวยความสะดวกทรัพยากรอินเทอร์เน็ตบริการผู้สูงอายุ เป็นต้น

5.5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาความพึงพอใจและปัญหาของการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ เพื่อทราบข้อมูลและเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาและส่งเสริมผู้สูงอายุใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์มากยิ่งขึ้น

2) ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้สูงอายุที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อได้รับข้อมูลเนื้อหาในเชิงลึกอธิบายพฤติกรรมและผลการใช้บริการของผู้สูงอายุได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

3) ควรมีการศึกษากลุ่มผู้สูงอายุในเขตปริมนทลอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ

บรรณานุกรม

- กันตพล บันทัดทอง. (2557). **พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคน ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล** (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ขวัญวิทย์ ตาน้อย. (2553). **พฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี**.วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขา สารสนเทศ). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- จันทร์เพ็ญ เนียมอินทร์. (2539). **สุขภาพจิตและการปรับตัวของผู้สูงอายุ**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จารุวรรณ พิมพ์ค้อ. (2552). **การใช้และความต้องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครขอนแก่น**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการสารสนเทศ), บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เฉลิมพล แจ่มจันทร์. (2555). **ข้อพิจารณาโมทัศน์ใหม่ของ “นิยามผู้สูงอายุ” และ “อายุเกษียณ” ในประเทศไทย**. วารสารประชากร, 4(1), 131–150.
- ชูดา จิตพิทักษ์. (2525). **พฤติกรรมศาสตร์เบื้องต้น**. (ครั้งที่พิมพ์ 2). กรุงเทพฯ: สารมวลชน.
- จิตยา สุวรรณชนก. (2517). **วิทยาศาสตร์สังคม**. กรุงเทพฯ: สำนักวิจัยสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ถวิล ธาราโกชน. (2532). **จิตวิทยาสังคม**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2539). **องค์การและการบริหาร**. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธัญวัฒน์ กาบคำ. (2553). **Social Media คืออะไร** (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อวันที่ 01 มิถุนายน 2560 จากเว็บไซต์ <https://krunum.wordpress.com/2010/06/02/social-network/>
- ธานนท์ ศิลป์จารุ. (2551). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- นลินี ศรีวิลาส และปริญญา หุ่นโพธิ์. (2560). **พฤติกรรม การเข้าถึงและการใช้งานอินเทอร์เน็ตของกลุ่มผู้สูงอายุอำเภอบางแพะ จังหวัดราชบุรี**. รายงานการวิจัย สาขาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- ปณิชา นิตติพรมงค. (2555). **พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ประเวทย์ ประเวสไพโรสนธิ. (2556). **การใช้บริการสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และ พฤติกรรมการทำงานของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). **วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์** (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พัชรี เขยจรยา และคณะ. (2538). **แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์** (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ข้าวฟ่าง.
- ภัทรา เรืองสวัสดิ์. (2553). **รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภูตะวัน แก้วเกตุ. (2556). **เครือข่ายสังคมออนไลน์** (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อวันที่ 01 มิถุนายน 2560 จากเว็บไซต์ <http://phutthawan.blogspot.com/>
- _____. (2561). **Facebook มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์** (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อวันที่ 01 มิถุนายน 2560 จากเว็บไซต์ <https://www.facebook.com/rajaprukuniversity/>
- _____. (2561). **Google+ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์** (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อวันที่ 01 มิถุนายน 2560 จากเว็บไซต์ <https://plus.google.com/116556595060196554450>
- _____. (2561). **Instagram มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์** (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อวันที่ 01 มิถุนายน 2560 จากเว็บไซต์ <https://www.instagram.com/explore/tags/มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์/>
- _____. (2561). **Twitter มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์** (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อวันที่ 01 มิถุนายน 2560 จากเว็บไซต์ <https://twitter.com/hashtag/มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์>
- _____. (2561). **YouTube มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์** (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อวันที่ 01 มิถุนายน 2560 จากเว็บไซต์ https://www.youtube.com/results?search_query=
- มานพ จอดนอก. (2549). **พฤติกรรมมองकार** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- โยธิน คันสนยุท และจุมพล พูลภัทรชีวิน. (2540). **จิตวิทยาสังคม**. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- รวีวรรณ อังคนุรักษ์พันธุ์. (2533). **การวัดทัศนคติเบื้องต้น**. ชลบุรี : ภาควิชาหลักสูตรและการสอนคณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.

- ระบบสถิติทางการทะเบียน กรมการปกครอง. (2559). **จำนวนประชากร จังหวัดนนทบุรี 2559** (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อวันที่ 01 มิถุนายน 2560 จากเว็บไซต์ http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age.php
- ละออง สุวิทยาภรณ์. (2534). **ปัญหาสุขภาพอนามัยของผู้สูงอายุในชนบท : กรณีศึกษาเฉพาะอำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2560). **Social Media** (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อวันที่ 01 มิถุนายน 2560 จากเว็บไซต์ <https://th.wikipedia.org/wiki/บริการเครือข่ายสังคม>
- ศรีธรรม ธนภูมิ. (2535). **การพัฒนาการทางอารมณ์และบุคลิกภาพ**. กรุงเทพฯ: ชวนพิมพ์.
- ศรีประภา ชัยสินธพ. (2554). **สภาพจิตใจของผู้สูงอายุ** (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อวันที่ 01 มิถุนายน 2560 จากเว็บไซต์ <http://www.health2click.com/articles/42158751.html>
- ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2540). **จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย** (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศักดิ์ สุนทรเสณี. (2531). **เจตคติ**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์รุ่งวัฒนา.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2559). **รายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2558**.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2547). **การสำรวจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของครัวเรือน** (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อวันที่ 01 มิถุนายน 2560 จากเว็บไซต์ <http://www.popterms.mahidol.ac.th/newsletter/showarticle.php?articleid=15>.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2560). **รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2560**. สำนักยุทธศาสตร์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2559). **ข้อมูลสถิติจำนวนผู้สูงอายุประเทศไทย ปี 2559** (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อวันที่ 01 มิถุนายน 2560 จากเว็บไซต์ <http://www.dop.go.th/th/know/1>
- เอมิกา เหมมินทร์. (2556). **พฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Cronbach.L.J. (1963). **Educational of Psychology**. New York: Harper Collin.
- Hall, D. A. (1976). **Medical care of the elderly**. New York: John Wiley & Sons.

- Kaplan และ Haenlein. (ม.ป.ป.). **Social Media** (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อวันที่ 01 มิถุนายน 2560 จากเว็บไซต์ <https://sites.google.com/site/runchida590110401/4-social-media-tang-cak-social-network-xyangri>
- SEO. (2011). **Social Media** (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อวันที่ 01 มิถุนายน 2560 จากเว็บไซต์ <https://www.seo.co.th/smm.php>
- Thumbsupteam. (2011). **Social Media** (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อวันที่ 01 มิถุนายน 2560 จากเว็บไซต์ <https://thumbsup.in.th/2011/08/how-social-network-different-from-social-media/thumbsupteam> | August 28, 2011
- _____. (2013). **จับตาไลฟ์สไตล์การใช้งานออนไลน์** (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อวันที่ 01 มิถุนายน 2560 จากเว็บไซต์ <https://thumbsup.in.th/2013/02/seniors-boomers-internet-usage/>
- Tui sakrapee. (2018). **เครือข่ายสังคมออนไลน์ blog.eduzones.com** (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อวันที่ 01 มิถุนายน 2560 จากเว็บไซต์ <https://blog.eduzones.com/magazine/181383>
- Tukko Nathida. (2009). **Social Media** (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อวันที่ 01 มิถุนายน 2560 จากเว็บไซต์ <https://www.marketingoops.com/media-ads/social-media/what-is-social-media/>
- Yamane, T. (1967). **Statistics: An introductory analysis** (2nd ed.). New York: Harper & Row.

ภาคผนวก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย



แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมการใช้และผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นแบบสอบถามเพื่อศึกษา พฤติกรรมการใช้และผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี

ตอนที่ 3 ผลการให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี

ตอนที่ 4 ความคิดเห็น

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้สูงอายุ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน () ที่ตรงกับความเป็นจริงที่เกี่ยวกับตัวท่านมากที่สุด

1) เพศ

1. () ชาย

2. () หญิง

2) ระดับการศึกษาที่จบการศึกษา

1. () ต่ำกว่าปริญญาตรี

2. () ปริญญาตรี

3. () สูงกว่าปริญญาตรี

3) อาชีพ

1. () เกษตรกร

2. () ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

3. () รับจ้าง

4. () ราชการ/รัฐวิสาหกิจ

5. อื่น (ระบุ).....

4) สถานะภาพสมรส

1. () โสด

2. () สมรส

3. () หย่าร้าง

5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. () ต่ำกว่า 10,000

2. () 10,000-20,000

3. () 20,001-30,000

4. () 30,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน () ที่ตรงกับความเป็นจริง

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ด้านความรู้					
1. มีความรู้ความเข้าใจการใช้งานของบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นอย่างดี					
2. มีประสบการณ์ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านเจตคติ					
3. มีความรู้สึกดีต่อการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์					
4. มีความคิดว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์มีประโยชน์ต่อชีวิตประจำวัน					
5. สนับสนุนให้ผู้สูงอายุใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์					
ด้านทักษะการให้บริการ					
6. สมัครใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ด้วยตนเอง					
7. พิมพ์สนทนาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เองได้					
8. ส่งข้อความเสียงผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เองได้					
9. สนทนาเป็นวิดีโอผ่านสังคมออนไลน์ได้, เผยแพร่ข้อความ ภาพ เสียง และวิดีโอ ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้					

ตอนที่ 3 ผลการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน () ที่ตรงกับความเป็นจริง

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ด้านการสื่อสาร					
10. ช่วยให้เราติดต่อสื่อสารได้สะดวกรวดเร็วขึ้น					
11. ช่วยให้ทราบข้อมูลข่าวสารได้เร็วขึ้น					
ด้านการแสดงออก					
12. แสดงความคิดเห็นหรือระบายอารมณ์ได้					
13. เป็นสื่อในการนำเสนอรูปภาพหรือผลงานตนเอง					
ด้านเวลา					
14. มีเวลาส่วนตัวน้อยลง					
15. พูดคุยกับผู้อื่นน้อยลง					
16. ทำให้การทำงานลดลง					
ด้านสังคม					
17. เป็นแหล่งเผยแพร่สื่อที่ไม่เหมาะสม					
18. เกิดอาชญากรรมได้ง่าย					
ด้านบันเทิง					
19. ช่วยผ่อนคลายจากความเครียด					
20. แหล่งรวบรวมความบันเทิง					
21. รู้จักเพื่อนเพิ่มมากขึ้น					
ด้านธุรกิจ					
22. ค้นหาสินค้าได้ง่ายขึ้น					
23. ช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าได้					

ตอนที่ 4 ความคิดเห็น

4.1 ด้านพฤติกรรมการใช้เครือข่าย

.....
.....

4.2 ด้านผลการใช้บริการเครือข่าย

.....
.....

4.3 ด้านอื่น ๆ

.....
.....



ประวัติผู้วิจัย

ผู้วิจัยชื่อ	นางสาวพิชญาวี คณະผล
การศึกษา	ระดับปริญญาตรี สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยเฉลิมกาญจนา เมื่อปี พ.ศ.2552 ระดับปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต เมื่อปี พ.ศ. 2554
การทำงาน	พ.ศ. 2552 ตำแหน่งครูคอมพิวเตอร์ โรงเรียนเทคโนโลยีระยองเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดระยอง พ.ศ. 2553-2555 ตำแหน่งอาจารย์คอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยเฉลิมกาญจนา จังหวัดเพชรบูรณ์ พ.ศ. 2556 – ปัจจุบัน ตำแหน่งอาจารย์ประจำ สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และสาธารณสุข มหาวิทยาลัยราชภัฏ จังหวัดนนทบุรี

