



รายงานวิจัย

เรื่อง

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของ

ผู้สูงอายุในจังหวัดภูเก็ต

Media Exposure Behavior Affected the Lifestyle of Elderly in
Phuket Province

โดย

เศรษฐวิฐณ์ คงกะพันธ์

การวิจัยครั้งนี้ได้รับเงินทุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏราชบุรี

ปีการศึกษา 2557

ชื่องานวิจัย: พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุใน
จังหวัดภูเก็ต
ชื่อผู้วิจัย: เศรษฐวิรุทธิ์ คงกะพันธ์
ปีที่ทำการวิจัยแล้วเสร็จ: 2559

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เรื่องมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ 2) ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต 3) เปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและรูปแบบการดำเนินชีวิต จำแนกตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลและ 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้สูงอายุตั้งแต่อายุ 60 ปีขึ้นไปที่อยู่ในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันและการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุ

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุจังหวัดภูเก็ต โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด ได้แก่ ด้านสื่อมวลชน ด้านสื่อเฉพาะกิจ และอิเล็กทรอนิกส์ตามลำดับ
2. รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดภูเก็ต โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจและด้านความคิดเห็น ตามลำดับ
3. ผู้สูงอายุจังหวัดภูเก็ตที่มี อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา และที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้สูงอายุในจังหวัดภูเก็ตที่มีเพศและศาสนาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและรูปแบบการดำเนินชีวิตไม่แตกต่างกัน
4. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดภูเก็ต พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยรวมด้านความคิดเห็น ความสนใจและด้านกิจกรรม ตามลำดับ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ด้านโดยรวม และด้านกิจกรรม ตามลำดับ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทเฉพาะกิจ ที่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนิน

ชีวิตด้านความคิดเห็น ด้านกิจกรรมและด้านโดยรวม ตามลำดับ และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวม ที่มี ความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ด้านกิจกรรม และด้านโดยรวม ตามลำดับ ที่ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ

5. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดภูเก็ต เรียง ตามลำดับจากส่งผลมากไปยังส่งผลน้อย ได้แก่ สื่อมวลชน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อเฉพาะกิจ ตามลำดับ โดยสามารถพยากรณ์ความผันแปรของแบบการดำเนินชีวิตได้ร้อยละ 19.7%

คำสำคัญ: พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ รูปแบบการดำเนินชีวิต ผู้สูงอายุ จังหวัดภูเก็ต

Research Title: Media Exposure Behavior Affected the Lifestyle of Elderly in Phuket Province
Researcher: Setthawit Kongkaphan
Year: 2016

Abstract

The purposes of this research were: 1) to study media exposure of elderly in Phuket, 2) to study life style of elderly in Phuket, 3) to compare media exposure and life style of elderly in Phuket with different personal factor, and 4) to study the relationship between media exposure and life style of elderly in Phuket. The samples were 400 elderly in Phuket. The research instrument was questionnaire. Descriptive statistics; Frequency, Percentage, Mean, and Standard Deviation and inferential statistics; t-test, One-Way ANOVA, Pearson's Correlation Coefficient, and Multiple Regression Analysis were used in the data analysis.

The results of research were as follow:

1. The media exposure behavior of the elderly in Phuket province was totally in moderate level which were mass media, and specialized media, and electronics media respectively.

2. The lifestyle of the elderly in Phuket province was totally in moderate level which were activities, interesting and respectively.

3. The study of the relationship between media exposure behavior and the life style of the elderly in Phuket province at the statistical significance at .01 level were found that 1) the mass media totally had the relationship at moderate level with lifestyle at $r=.367$ and opinions aspect at $r=.362$ respectively, 2) there was low level of relationship with interesting aspect at $r=.284$ and activities aspect at $r=.280$ respectively, 3) the electronic media had the relationship at moderate level with lifestyle in opinions aspect at $r=.609$, totally lifestyle and activities aspect were equal at $r=.311$ respectively, 4) the specialized media had the relationship at the moderate level with lifestyle in

opinions aspect at $r=.437$, activities aspect at $r=.413$ and the totally of lifestyle at $r=.310$ respectively, 5) the media had relationship with lifestyle in opinions aspect at $r=.603$ activities aspect at $r=.441$) and totally lifestyle at $r=.425$ respectively.

4. The results of analysis were found that media exposure behavior that affected to the lifestyle of the elderly in Phuket province in 3 types of media ordering from high to low level: mass media, electronic media, and specialized respectively. In term of equation, it could be explained that the media exposure behavior could be forecasted the variation of lifestyle at 19.7% and the rest 80.3% was from other factors

Keywords: media exposure, life style, elderly, Phuket

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของ
สูงอายุในจังหวัดภูเก็ต เป็นงานวิจัย กลุ่มสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ซึ่งได้รับทุนการ
วิจัยจากมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ปีการศึกษา 2557 เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความช่วยเหลือจาก
มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ดร.อนาวุฒิ ชูทรัพย์ อธิการบดี ประธานกรรมการการวิจัย
คณะกรรมการการวิจัยทุกท่านที่ได้พิจารณาทุนอุดหนุนการวิจัยให้แก่ข้าพเจ้า รวมถึงที่
ปรึกษาโครงการวิจัย รศ.ดร.วิรัช วรรณรัตน์ ที่ได้ให้คำแนะนำและช่วยแก้ไขข้อบกพร่องมา
ตลอด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ดร.ณิ มูเก็ม อาจารย์ณิชา ปะณะรักษ์และ
อาจารย์ทิพย์พิรุณ พุ่มดวง ที่ให้ความช่วยเหลือแนะนำในการตรวจสอบและแก้ไขเครื่องมือ
วิจัย ตลอดจนคณะผู้บริหารของมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ศูนย์ฯ ภูเก็ต ทุกท่าน ที่คอยให้การ
สนับสนุนและเอื้ออำนวยในเรื่องข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้สละเวลาในการให้ข้อมูล ซึ่ง
ทำให้งานวิจัยเรื่องนี้เสร็จสมบูรณ์

เศรษฐวิฐณ์ คงกะพันธ์

กรกฎาคม 2559

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ณ
สารบัญแผนภาพ.....	ด
บทที่ 1 .บทนำ.....	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
2. คำถามการวิจัย.....	4
3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
4. สมมติฐานการวิจัย.....	4
5. ขอบเขตการวิจัย.....	5
6. นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
7. ประโยชน์ของงานวิจัย.....	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
1. แนวคิดเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต.....	9
2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ.....	12
3. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร.....	20
4. แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ.....	22
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	27
6. กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	39

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 3	วิธีดำเนินการวิจัย	40
1.	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	40
2.	เครื่องมือในการวิจัย	41
3.	การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	43
4.	การเก็บรวบรวมข้อมูล	44
5.	สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล	45
บทที่ 4.	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
ส่วนที่ 1	วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล	50
ส่วนที่ 2	วิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ของผู้สูงอายุ	53
ส่วนที่ 3	วิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ	54
ส่วนที่ 4	วิเคราะห์การเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ของผู้สูงอายุ จำแนกตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	57
ส่วนที่ 5	วิเคราะห์การเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ ของผู้สูงอายุ	72
ส่วนที่ 6	วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ	86
ส่วนที่ 7	วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ	88

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	96
1. สรุปผลการวิจัย	98
2. อภิปรายผล.....	108
3. ข้อเสนอแนะ	111
5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้.....	111
5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	112
บรรณานุกรม.....	113
ภาคผนวก.....	118
ภาคผนวก ก	119
ภาคผนวก ข	121
ภาคผนวก ค	128
ประวัติผู้วิจัย.....	135

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิต.....	11
2.2 สรุปแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยหรือวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรของงานวิจัย.....	33
3.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอำเภอ.....	41
3.2 ผลการทดสอบหาค่า IOC จำแนกตามประเภทตัวแปร.....	43
3.4 ผลการทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Chronbach's alpha coefficient).....	44
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล.....	50
4.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ (ความถี่) ของผู้สูงอายุ.....	53
4.3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ โดยพิจารณาเป็นรายข้อ.....	53
4.4 รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงด้านต่าง ๆ	54
4.5 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม (Activities)	55
4.6 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ (Interests).....	55
4.7 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น (Opinions).....	56
4.8 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ จำแนกตามเพศ.....	57
4.9 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ จำแนกตามศาสนา.....	57
4.10 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ จำแนกตามอายุ.....	58
4.11 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อโดยรวม จำแนกตามอายุเป็นรายคู่.....	58
4.12 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน ของผู้สูงอายุจำแนกตามอายุเป็นรายคู่.....	59
4.13 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดสื่อเฉพาะกิจ ของผู้สูงอายุจำแนกตามอายุเป็นรายคู่.....	59

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.14 การเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ของผู้สูงอายุจำแนกตามสถานภาพ.....	60
4.15 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชน ของผู้สูงอายุจำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่.....	61
4.16 การเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ของผู้สูงอายุจำแนกตามระดับการศึกษา.....	61
4.17 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวม ของผู้สูงอายุจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่.....	62
4.18 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน ของผู้สูงอายุจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่.....	63
4.19 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ของผู้สูงอายุจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่.....	64
4.20 การเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ของผู้สูงอายุจำแนกตามอาชีพ.....	64
4.21 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวม ของผู้สูงอายุจำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่.....	65
4.22 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ของผู้สูงอายุจำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่.....	66
4.23 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ ของผู้สูงอายุจำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่.....	67
4.24 การเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ของผู้สูงอายุจำแนกตามระดับรายได้.....	67

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.25 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวม ของผู้สูงอายุจำแนกตามรายได้เป็นรายคู่.....	68
4.26 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ของผู้สูงอายุจำแนกตามรายได้เป็นรายคู่.....	69
4.27 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ ของผู้สูงอายุจำแนกตามรายได้เป็นรายคู่.....	70
4.28 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ของผู้สูงอายุ จำแนกตามที่อยู่อาศัย.....	70
4.29 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวม ของผู้สูงอายุจำแนกตามที่อยู่อาศัยเป็นรายคู่.....	71
4.30 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน ของผู้สูงอายุจำแนกตามที่อยู่อาศัยเป็นรายคู่.....	72
4.31 การเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ ของผู้สูงอายุจำแนกตามเพศ.....	72
4.32 การเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านต่างๆ ของผู้สูงอายุ จำแนกตามศาสนา.....	73
4.33 การเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ ของผู้สูงอายุ จำแนกตามอายุ.....	73
4.34 การเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม ของผู้สูงอายุจำแนกตามอายุเป็นรายคู่.....	74

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.35 การเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม จำแนกตามอายุเป็นรายคู่.....	74
4.36 เปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตความคิดเห็น จำแนกตามอายุเป็นรายคู่.....	75
4.37 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ ของผู้สูงอายุ จำแนกตามสถานภาพ.....	75
4.38 การเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม จำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่.....	76
4.39 การเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านด้านความสนใจ จำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่.....	77
4.40 การเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตความคิดเห็น จำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่.....	77
4.41 การเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	78
4.42 การเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่.....	79
4.43 การเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่.....	79
4.44 การเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ จำแนกตามอาชีพ.....	80
4.45 การเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่.....	81
4.46 การเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ จำแนกตามรายได้.....	81
4.47 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่.....	82

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.48 การเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ จำแนกตามที่อยู่อาศัย.....	83
4.49 การเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม จำแนกตามที่อยู่อาศัยเป็นรายคู่.....	84
4.50 การเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม จำแนกตามที่อยู่อาศัยเป็นรายคู่.....	84
4.51 การเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ จำแนกตามที่อยู่อาศัยเป็นรายคู่.....	85
4.52 การเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น จำแนกตามที่อยู่อาศัยเป็นรายคู่.....	85
4.53 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ กับรูปแบบ การดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ.....	86
4.54 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆกับรูปแบบการดำเนิน ชีวิตด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็นของผู้สูงอายุ.....	87
4.55 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อประเภทต่างๆ.....	89
4.56 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆที่ส่งกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ของผู้สูงอายุ.....	89
4.57 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆที่ส่งกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมของผู้สูงอายุ.....	91
4.58 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆที่ส่งกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจของผู้สูงอายุ.....	93

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.59	พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อประเภทต่างๆที่ส่งกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็นของผู้สูงอายุ..... 94
5.1	ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อมวลชน สื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน.....106
5.2	ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันให้มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ด้านความสนใจและด้านความคิดเห็นแตกต่าง..... 107
5.3	พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ.....107
5.4	พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อเฉพาะกิจ และสื่อโดยรวมส่งผลกระทบต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ.....108

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
2.1 องค์ประกอบของรูปแบบการดำเนินชีวิต.....	12
2.2 ขั้นตอนในการเลือกเปิดรับข่าวสาร 3 ชั้น.....	13
2.3 องค์ประกอบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ.....	19
2.4 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้สูงอายุ.....	27
2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	39
4.1 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต.....	90
4.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม.....	92
4.3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ.....	94
4.4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น.....	95

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงจากเดิม สืบเนื่องจากแรงผลักดันจากสภาพแวดล้อมภายนอก ไม่ว่าจะเป็นทางด้านสังคม การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี ความไม่แน่นอนทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง รวมถึงการแข่งขันที่รุนแรงทั้งจากทางตรงและทางอ้อม ที่ยากจะหลีกเลี่ยง สินค้าประเภทเดียวกันแต่ผู้ขายกลับเติมเกลื่อนตลาด ใครสร้างนวัตกรรมขึ้นมาใหม่ก็พยายามฉกฉวยความได้เปรียบทางการตลาดให้ได้มากและยาวนานที่สุด เพราะไม่นานก็จะมีรายใหม่ในธุรกิจเข้ามาแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด สงครามด้านราคาก็ยังมีให้เห็นสำหรับธุรกิจรายใหญ่ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้รังแกผู้ที่อ่อนแอกว่า การส่งเสริมการตลาดยังคงมีทั้งการลดแลกแจกแถม ช่องทางการจัดจำหน่ายหันมาปรับเปลี่ยนไปตามพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้บริโภคจากเดิมที่มีความภักดีในตราสินค้าสูง ทุกวันนี้เริ่มลดน้อยลงเพราะไม่เห็นความแตกต่างระหว่างตราหือสินค้านักและมักจะลองใช้ลองซื้อตราหือใหม่ ๆ “การใช้กลยุทธ์แบบเดิมๆ คงไม่สามารถตอบโจทย์ธุรกิจยุคใหม่ได้อีกต่อไปแล้ว การสร้างตลาดใหม่และกลยุทธ์สำหรับตลาดใหม่ ถือเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับโลกธุรกิจปัจจุบัน ” (ชูศักดิ์เดชเกรียงไกรกุล, 2543) ทำให้นักการตลาดไม่สามารถหยุดนิ่งที่จะหากลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ๆ มาช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ทางการตลาดที่มีความเปลี่ยนแปลง การตลาดที่มีเป้าหมายในการสร้างการเติบโตให้กับธุรกิจขององค์กรนั้นนอกจากจะแย่งส่วนครองตลาดในกลุ่มเป้าหมายเก่าๆ เดิมๆ ที่มีอยู่ นักการตลาดจะต้องมองหาตลาดใหม่ซึ่งเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมและส่วนประกอบทางประชากรศาสตร์ซึ่งเวลานี้มีให้เห็นมากมาย หากนักการตลาดใช้ความรู้ทางด้านสังคมศาสตร์พฤติกรรมศาสตร์ติดตามการเปลี่ยนแปลงด้านค่านิยมและรูปแบบในการดำเนินชีวิตของกลุ่มใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมก็จะมองเห็นโอกาสทางการตลาดมากขึ้น

การหาตลาดใหม่ (New Market) ถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่มีความสำคัญมากกับสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบัน เป็นโอกาสทางการตลาดที่นักการตลาดควรจะพยายามศึกษาให้ลึกซึ้ง มองให้เห็นโอกาสในการจะนำเสนอสินค้าและบริการใหม่สำหรับผู้บริโภคที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเปลี่ยนไป ค่านิยมเปลี่ยนไป แทนที่จะนำเสนอแต่สิ่งเดิมๆกับกลุ่มเป้าหมายเดิมๆ มองกลุ่มใหม่ให้เข้าใจ แล้วมองให้เห็นโอกาสในการจะตอบสนองความต้องการของกลุ่มคนที่มีวิถีชีวิตใหม่ มีค่านิยม

ใหม่ให้ได้ก่อนคู่แข่งตามหลักของ Economy of speed แล้วตัดดวงความได้เปรียบจากการเป็นรายแรกในตลาด (เสรี วงษ์มณฑา, 2549)

ตลาดผู้สูงอายุ คือตลาดผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นวัยช่วงเกษียณอายุในการทำงาน ซึ่งเป็นตลาดที่มีความสำคัญและน่าสนใจมาก เนื่องจากปัจจุบันโครงสร้างทางด้านอายุประชากรผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น การประมาณการณ์ประชากร ในปี พ.ศ.2568 (50 ปี ข้างหน้าจาก พ.ศ.2518) คาดว่าประชากรทั่วโลกจะเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่า คือ เป็น 8,200 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 100 จากปี พ.ศ. 2518 ซึ่งมีประชากรทั่วโลกเพียง 4,100 ล้านคน ในขณะที่ประชากรผู้สูงอายุจะเพิ่มเป็น 1,100 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 224 จากปี พ.ศ.2518 ที่มีจำนวนผู้สูงอายุเพียง 350 ล้านคน (บรรลุ ศิริพานิช, 2003)

สำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย ดัชนีผู้สูงอายุ” ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นตลอดเวลา และช่วง พ.ศ. 2558 – 2563 ดัชนีผู้สูงอายุยิ่งเพิ่มเร็วมาก คือสูงถึงร้อยละ 7 ต่อปี หลังจากช่วงนี้ไปแล้ว อัตราเพิ่มของดัชนีผู้สูงอายุลดลงมาอยู่ที่ประมาณร้อยละ 4 – 5 ต่อปีระหว่างปี พ.ศ. 2563 – 2564 เป็นช่วงเวลาที่ดัชนีผู้สูงอายุเท่ากับ 100 หมายความว่าช่วงเวลานี้ประเทศไทยมีประชากรวัยเด็กเท่า ๆ กับผู้สูงอายุ หลังจากปี พ.ศ. 2564 ไปแล้วประเทศไทยจะมีผู้สูงอายุมากกว่าเด็กต่อไปเรื่อย ๆ (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม, 2549) จึงเห็นได้ว่าตลาดกำลังจะกลายเป็นตลาดของผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นประเด็นหนึ่งที่ควรให้ความสนใจและสนใจมากขึ้นนอกจากการเปลี่ยนแปลงประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นทุกๆปีอันเนื่องจากอายุเฉลี่ยของคนไทยสูงมากขึ้น ประกอบกับอัตราการเกิดที่ลดลงและความเจริญก้าวหน้าทางการแพทย์ที่เจริญมากขึ้นทำให้ประชากรมีอายุขัยเฉลี่ยมากขึ้น จึงส่งผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านทัศนคติและรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในปัจจุบันด้วยเช่นกัน

ในอดีตนักการตลาดมักจะมองว่ากลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ล้าสมัยไม่มีแรงจูงใจ จึงทำให้ตลาดของกลุ่มสูงอายุเป็นส่วนแบ่งการตลาดที่ไม่น่าสนใจมากนัก อีกทั้งผู้บริโภคกลุ่มนี้มักจะมีพฤติกรรมเปิดรับสื่อและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมือนกันหมด คือ ไม่ชอบทดลองสิ่งใหม่ๆ และรับรู้แต่สิ่งเดิมๆ ดังนั้น นักการตลาดไม่มีความจำเป็นต้องสร้างให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีความจงรักภักดีต่อตราสินค้า เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้มีความภักดีต่อตราสินค้าสูงอยู่แล้ว แต่ในงานวิจัยของ Uncles และ Ehrenberg ค้นพบว่าพฤติกรรมซื้อสินค้าของผู้สูงอายุจะมีลักษณะเฉพาะ โดยชี้ว่ากลุ่มผู้สูงอายุจะเป็นพวกกระตือรือร้น มีการตัดสินใจซื้อร่วมกันระหว่างสามีภรรยา เป็นพวกที่ไม่ยึดติดกับตราสินค้าเดิมๆ ชอบทดลองของใหม่ (เลิศหญิง หิรัญไตร, 2545) จึงเห็นได้ว่ารูปแบบการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุมีความน่าสนใจไม่น้อย

ดังนั้นประชากรกลุ่มนี้จึงมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจมากขึ้นตามลำดับ ทั้งจากการที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะมีจำนวนมากขึ้น มีขนาดตลาดที่ใหญ่ขึ้น มีอำนาจซื้อที่สูงหรือมีสถานภาพทางการเงินที่ไม่

ควรมองข้าม มีความมั่นคง มีการสะสมทรัพย์สินสมบัติทั้งในรูปการออมหรือมีที่ดินและอสังหาริมทรัพย์ มีเวลาจับจ่ายใช้สอยและพักผ่อนและเป็นกลุ่มที่ประสบความสำเร็จในตำแหน่งระดับสูงทางธุรกิจหรือหน้าที่การงาน และมีประชากรบางส่วนที่ไม่ได้ทำงานแล้วแต่ยังคงมีภาระต่างๆ ที่ต้องใช้จ่ายอยู่ เช่น ค่าศึกษาของบุตรหลาน เป็นต้นกรอบกับในปัจจุบันรัฐบาลมีการปรับโครงสร้างทางระบบบริหารราชการและมีโครงการเกษียณอายุราชการก่อนครบกำหนด ดังนั้นทำให้ผู้บริโภคนวัยสูงอายุนี้มีเงินทั้งในรูปเงินบำเหน็จ บำนาญหรือเงินกองทุนต่างๆ ไว้เพื่อจับจ่ายใช้สอยในจำนวนที่มากขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีอำนาจซื้อมากยิ่งขึ้น

จังหวัดภูเก็ต ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย ในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาปีละหลายล้านคน จำนวนประชากรเมื่อปี พ.ศ.2543 มีจำนวน 249,446 คน จำนวนประชากรผู้สูงอายุ 16,383 คนและมีจำนวนเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ.2557 เป็นจำนวน ประชากร 378,364 คน และประชากรผู้สูงอายุ 42,191 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 35 จำแนกเป็นผู้ชาย 21,353คน ผู้หญิง 20,839 คนซึ่งถือเป็นจำนวนที่สูงการเปลี่ยนแปลงจากด้านต่างๆไม่ว่าจะเป็นด้านเทคโนโลยีสังคมเศรษฐกิจการเมืองฯลฯ ย่อมมีผลกระทบต่อพฤติกรรม การเปิดรับสื่อและรูปแบบการดำเนินชีวิตของประชากรผู้สูงอายุ (สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต, 2557)

การศึกษาพฤติกรรม การเปิดรับสื่อของผู้บริโภคผู้สูงอายุ สามารถเข้าใจลักษณะต่างๆของผู้บริโภคเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มสื่อมวลชนเช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร กลุ่มสื่ออิเล็กทรอนิกส์เช่น อินเทอร์เน็ต อีเมล ข้อความทางมือถือ ไลน์ (Line) เฟซบุ๊ก (Facebook) กลุ่มสื่อเฉพาะกิจเช่น แพนพับ ไบบลิว โปสเตอร์ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง/บิลบอร์ด งานแสดงสินค้า สื่อโรงภาพยนตร์ จดหมายตรงแค็ตตาล็อก เป็นต้นซึ่งจะส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ ทั้งในด้านการใช้เวลาในการทำกิจกรรมต่างๆ เช่น การทำงานงานอดิเรกกิจกรรมทางสังคมการพักผ่อน การบันเทิงการเป็นสมาชิกชมรมชุมชนซื้อปิ้งกีฬา เป็นต้น การให้ความสนใจต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น ด้านครอบครัวบ้านงานชุมชนสนทนาการแพชั่นอาหารสื่อความสำเร็จ หรือความคิดเห็นที่มีต่อสิ่งต่างๆ เช่น ด้านตัวเองประเด็นทางสังคมการเมืองธุรกิจเศรษฐกิจการศึกษาสินค้าอนาคตวัฒนธรรมทำให้ธุรกิจสามารถวางแผนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและด้านการใช้สื่อ ให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ ซึ่งเท่าที่ผ่านมายังมีธุรกิจส่วนน้อยที่ให้ความสำคัญกับตลาดกลุ่มนี้

การศึกษาพฤติกรรม การเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในจังหวัดภูเก็ต จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจยิ่ง และด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจเรื่องนี้ เพื่อได้ทราบถึงพฤติกรรม การเปิดรับสื่อและรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดภูเก็ต และทราบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต ซึ่งจะทำให้สามารถนำผลที่ได้มาวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุในจังหวัดภูเก็ต จากที่กล่าวมาข้างต้น

2. คำถามการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในจังหวัดภูเก็ตผู้วิจัยมีคำถามในการดำเนินการศึกษาวิจัย 4 ประเด็น ดังนี้

1. ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในจังหวัดภูเก็ตมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออย่างไร
2. ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในจังหวัดภูเก็ตมีรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างไร
3. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุอย่างไร
4. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุอย่างไร

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย จำนวน 4 ข้อ ได้แก่

1. เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในจังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและรูปแบบการดำเนินชีวิต จำแนกตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดภูเก็ต

4. สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยตั้งสมมติฐานการวิจัย ไว้ทั้งหมด 4 ข้อ ได้แก่

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันทำให้มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็นแตกต่าง
3. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ
4. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อเฉพาะกิจ และสื่อโดยรวมส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ

5. ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในจังหวัดภูเก็ต ครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตของการศึกษาเฉพาะประชากรที่อาศัยในจังหวัดภูเก็ตเท่านั้น

5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยเกี่ยวข้องของโดยศึกษาจาก แนวคิดด้านปัจจัยส่วนบุคคล (ศิริพันธ์ ถาวรทวิวงษ์, 2543: 11-12) แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ (เสรี วงษ์มณฑา, 2540 ,Seared, 1995อ้างอิงใน ลัดดา จิตคุตตานนท์, 2542) แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538, Tigert 1971, cited in Gunter & Furnham, 1992, Reynolds and Darden 1974, cited in Gunter & Fumbam, 1992, Reynolds and Darden อ้างถึงใน Engel, Blackwell, และ Miniard, 1993, Plummer,J.T.,1974) และได้กำหนดตัวแปรในการศึกษาโดยจำแนกเป็นตัวแปรต้นและตัวแปรตามไว้ดังนี้

5.1.1 ตัวแปรต้น คือ

1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุอาชีพ รายได้การศึกษา สถานภาพศาสนา ที่อยู่ อาศัย

2) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มประกอบด้วย

2.1) กลุ่มสื่อมวลชน ได้แก่โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร

2.2) กลุ่มสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่อินเทอร์เน็ตอีเมลล์ ข้อความทางมือถือไลน์ (Line) เฟซบุ๊ก (Facebook)

2.3) กลุ่มสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง/บิลบอร์ดงานแสดงสินค้าสื่อโรงภาพยนตร์จดหมายตรงแค็ตตาล็อก

5.1.2 ตัวแปรตาม คือรูปแบบการดำเนินชีวิตประกอบด้วยกัน 3 ด้าน

1) กิจกรรม (Activities) ได้แก่การทำงานงานอดิเรกกิจกรรมทางสังคม การพักผ่อน การพักผ่อน การบันเทิงการเป็นสมาชิกชมรมชุมชน ซ้อมปิ้ง กีฬา

2) ความสนใจ (Interests) ได้แก่ครอบครัวบ้านงานชุมชนสันตนาการ แพชั่นสื่ออาหารความสำเร็จ

3) ความคิดเห็น (Opinions) ได้แก่ งานตัวเองประเด็นทางสังคม การเมืองธุรกิจเศรษฐกิจการศึกษาสินค้าอนาคตวัฒนธรรม

5.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ในการศึกษาค้นครั้งนี้ ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต โดยศึกษาทั้ง 3 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมือง อำเภอกะทู้และอำเภอถลาง

5.3 ขอบเขตด้านประชากรกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้บริโภคสูงอายุ ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุทั่วไป จำแนกตามที่อยู่อาศัยอยู่ในจังหวัดภูเก็ต โดยแบ่งออกเป็น 3 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมืองภูเก็ต จำนวน 24,417 คน อำเภอกะทู้ จำนวน 7,499 คนและอำเภอถลางจำนวน 10,276 คน รวมจำนวนทั้งหมด 42,192 คน (ที่มา: สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต, 2553: ออนไลน์)

5.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา สำหรับระยะเวลาในการดำเนินงานเริ่มตั้งแต่ 19 มีนาคม 2558ถึง 19 มีนาคม 2559 รวมเป็นระยะเวลา 1 ปี

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

1. รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง วิธีการดำเนินชีวิตของบุคคล โดยที่ลักษณะของพฤติกรรม จะเป็นตัวบ่งบอกถึงบุคคลที่มีต่อกิจกรรมต่างๆ การให้ความสนใจต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และความคิดเห็นที่มีต่อสิ่งต่างๆ

1.1 กิจกรรม (Activities) หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกอย่างเด่นชัด ของผู้สูงอายุ ที่ใช้เวลาในกิจกรรมต่างๆ ประกอบด้วย ด้านการทำงาน งานอดิเรก กิจกรรมทางสังคม การพักผ่อน การพักผ่อน การบันเทิง การเป็นสมาชิกชมรม ชุมชน ซ็อบปิ้ง กีฬา

1.2 ความสนใจ (Interests) หมายถึง เป็นความสนใจในบางวัตถุประสงค์ บางสถานการณ์ หรือบางเรื่อง ซึ่งหมายถึง ระดับความตื่นตัวที่เกิดขึ้น พร้อมกับความเอาใจใส่พิเศษ หรือเอาใจใส่แบบต่อเนื่องโดยครอบคลุมถึง ด้านครอบครัว บ้าน งาน ชุมชน สันทนาการ แฟชั่น อาหาร สื่อ ความสำเร็จ

1.3 ความคิดเห็น (Opinions) หมายถึง การแสดงออกทางความคิดบนพื้นฐานของ ค่านิยมที่มีต่อตนเองและต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีความคิดเห็นที่ใช้เพื่ออธิบายแปล ความหมาย การคาดคะเนและการประเมินค่า โดยครอบคลุมใน ด้านตัวเอง ประเด็นทางสังคม การเมือง ธุรกิจ เศรษฐกิจ การศึกษา สินค้า อนาคต วัฒนธรรม

2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) หมายถึง ความถี่ในการเปิดรับสื่อต่างๆโดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มสื่อมวลชน กลุ่มสื่ออิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มสื่อเฉพาะกิจ

2.1 สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งประกอบด้วยคนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว ภายในเวลาที่ใกล้เคียงกัน และทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ฝังแน่นได้ โดยทั่วไปสื่อมวลชน ประกอบด้วย โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร

2.2 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง สื่อที่บันทึกสารสนเทศด้วย วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์อาจอยู่ในรูปของ สื่อบันทึกข้อมูลประเภทสารแม่เหล็ก ให้ข้อมูลข่าวสารได้มาก มีภาพ

เสียง สามมิติ หรืออาจมีการเคลื่อนไหว มีภาพเสมือนจริง ประกอบด้วย อินเทอร์เน็ต อีเมล ข้อความ จากโทรศัพท์มือถือ (SMS,MMS) ไลน์ (Line) เฟซบุ๊ก (Facebook)

2.3 สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะและมีเนื้อหาหลัก อยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม สื่อประเภทนี้ ประกอบด้วย แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง/บิลบอร์ด งานแสดงสินค้า สื่อในโรงภาพยนตร์ จัดหมายตรงแค็ตตาล็อก

3. ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ชายหรือผู้หญิงที่มีอายุเกิน 60 ปีขึ้นไปและอาศัยอยู่ในจังหวัดภูเก็ต

4. ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวของบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา สถานภาพ ที่อยู่อาศัย และศาสนา

4.1 เพศ หมายถึง ลักษณะของผู้สูงอายุในจังหวัดภูเก็ต ที่แสดงออกเป็น เพศชาย หรือ เพศหญิง

4.2 อายุ หมายถึง อายุ หมายถึง ช่วงระดับอายุของผู้สูงอายุในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ 60-64 ปี 65-69 ปี 70-74 ปี และ 75 ปี ขึ้นไป

4.3 อาชีพ หมายถึง การทำมาหากิน ทำธุรกิจ ตามความชอบหรือความถนัดของผู้สูงอายุในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งได้รับค่าตอบแทนเป็นค่าจ้างหรือเงินเดือน ประกอบไปด้วย อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ค่าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ว่างาน งานบ้าน/เกษียณอายุ และ อาชีพอื่นๆ

4.4 รายได้ต่อเดือน หมายถึง เงินที่ได้รับโดยรวมในแต่ละเดือน ซึ่งอาจจะมาจากการทำงาน ประกอบอาชีพหรือเงินสนับสนุน/ให้/บริจาคจากแหล่งต่างๆ โดยมีการแบ่งช่วงระดับรายได้ของผู้สูงอายุ ได้แก่ ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท/เดือน 20,001-30,000 บาท/เดือน 30,001-40,000 บาท/เดือน และ 40,001 บาท/เดือนขึ้นไป

4.5 การศึกษา หมายถึง ระดับการเรียนรู้ของผู้สูงอายุ สามารถแบ่งเป็นช่วงได้แก่ ระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา มัธยมปลาย/ปวช. อนุปริญญา/ปวส. ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

4.6 สถานภาพ หมายถึง ลักษณะการครองเรือนของผู้สูงอายุ ประกอบไปด้วย โสด แต่งงานแล้ว หย่าหรือแยกกันอยู่ และหม้าย

4.7 ศาสนา หมายถึง ลัทธิความเชื่อถือ อย่างหนึ่ง ๆ พร้อมด้วยหลักคำสอนที่ผู้สูงอายุนับถือ ประกอบด้วย ศาสนาพุทธ ศาสนาอิสลาม ศาสนาอื่นๆ

4.8 ที่อยู่อาศัย หมายถึง สถานที่พักอาศัยของผู้สูงอายุในจังหวัดภูเก็ต จำแนกเป็น 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอกะทู้ อำเภอกะทู้

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการดำเนินการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในจังหวัดภูเก็ตนั้นมีผลและประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ดังนี้

1. ด้านหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ประกอบพิจารณาดำเนินนโยบายและมาตรการ รวมทั้งวางแผน การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ไปยังผู้สูงอายุในจังหวัดภูเก็ตในด้านต่างๆ

2. ด้านภาคเอกชน นำผลวิจัยครั้งนี้เป็นข้อมูล ในการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุและใช้การสื่อสารทางการตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสมและเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด ให้สามารถใช้เครื่องมือทางการตลาดได้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อองค์กรและนำมาซึ่งความประทับใจแก่ลูกค้าในที่สุด

3. ด้านหน่วยงานสถาบันการศึกษา ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบในการดูแลหรือพัฒนาหลักสูตรของสถาบันศึกษา ที่เกี่ยวข้องกับด้านการตลาด อาจนำผลวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการสร้างหรือปรับปรุงรายวิชาที่เกี่ยวข้องให้มีความทันสมัย

4. สำหรับผู้ที่สนใจศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ สามารถนำไปประยุกต์และต่อยอดงานวิจัยของตนให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดภูเก็ต” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อและรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อและรูปแบบการดำเนินชีวิต จำแนกตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดภูเก็ต โดยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต
2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ
3. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร
4. แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต

มีผู้ให้ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิต ไว้ดังนี้

สมจิตร ล้วนจำเจริญ (2556: 198) กล่าวว่ารูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึงแบบที่ประชาชนได้ใช้ชีวิตและใช้จ่ายเงินและเวลา แบบการดำรงชีวิตมีส่วนเกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ สิ่งจูงใจ ครอบครัว กลุ่มอ้างอิงชั้นทางสังคม วัฒนธรรม และวัฒนธรรมย่อย ทั้งนี้เพราะว่าคนเราเกิดมาจะต้องใช้ชีวิตที่สัมพันธ์กับสิ่งต่างๆ ภายนอกตัว ประกอบกับการใช้ชีวิตที่ได้รับอิทธิพลมาจากความเป็นบุคลิกภาพของตัวเองที่ผลักดันให้เกิดแบบการดำเนินชีวิตของตนขึ้นมา ดังนั้นแบบการดำเนินชีวิตของคนจึงสามารถแตกต่างกันออกไปได้ สอดคล้องกับ Assael (1995: 249) ที่นิยามว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตนั้นก็คือลักษณะของความเป็นอยู่ที่แสดงถึงการใช้เวลาของแต่ละคนว่าเป็นอย่างไร (Activities) การให้ความสนใจกับสภาพแวดล้อมรอบตัว (Interests) และความคิดเห็นที่มีต่อตัวเองและสิ่งรอบข้าง (Opinions) ซึ่งตัวแปรเหล่านี้คือ ลักษณะทางจิตวิทยา (Psychological Characteristics) นั่นเอง

นอกจากนี้ยังมีผู้ที่ให้ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิตในมุมมองที่เพิ่มขึ้น คือ Reimer (1995, อ้างถึงใน ขวัญใจ เกียรติศักดิ์ดีสาร, 2541) ที่กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต คือรูปแบบเฉพาะของกิจกรรมในแต่ละวันที่แสดงถึงความเป็นตัวของคนๆ นั้น โดยที่รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลเป็นเอกลักษณ์ที่ไม่มีใครเหมือน คนแต่ละคนจะเลือกทำในสิ่งที่แตกต่างจากคน

อื่นๆ ซึ่งก็อาจจะจะมีใครคนอื่นๆ ทำในสิ่งเหล่านี้เหมือนกันก็เป็นได้ จึงมีคนจำนวนหนึ่งที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมือนกัน โดยที่ Reimer ให้ความสำคัญกับความเป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนใครนั่นเอง

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ Reimer (1995, อ้างถึงใน ขวัญใจ เกียรติศักดิ์สาคร, 2541) ได้จัดแบ่งไว้ นั้น มีพื้นฐานความคิดในกรอบที่ว่า แต่ละบุคคลนั้นมีความสนใจที่แน่นอนในการดำเนินชีวิต และมีการกระทำที่สนองต่อความสนใจนั้นๆ อย่างแน่นอนเป็นประจำ รูปแบบการดำเนินชีวิตนี้ไม่ได้หมายถึงกิจกรรมที่ทำเพื่อจุดประสงค์ต่างๆ เฉพาะเหตุการณ์ เพราะบางครั้งกิจกรรมที่ทำนั้นอาจมีวัตถุประสงค์ที่ต่างกันในแต่ละครั้ง

รูปแบบการดำเนินชีวิต 5 กลุ่ม ของ Reimer มีดังนี้ Cultural Orientation คือรูปแบบของกิจกรรมแสดงถึงวัฒนธรรม หรือประเพณีนิยมในแต่ละสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ไม่ว่าจะ เป็นวัฒนธรรมระดับชาวบ้านหรือวัฒนธรรมชั้นสูงก็ตาม Societal Orientation คือรูปแบบที่นอกเหนือจากสิ่งที่เป็นอยู่ทั่วไป เป็นสิ่งที่มีความสำคัญและควรค่าต่อการที่แต่ละบุคคลจะเข้าไปร่วมทำ เช่น เรื่องการเมือง Entertainment Orientation คือรูปแบบที่มีลักษณะคล้ายกับ Culture Orientation แต่ละเป็นเรื่องที่ใกล้ตัว และมีจุดมุ่งหมายเพื่อความพึงพอใจและความบันเทิงของตนเองมากกว่า Home and Family Orientation คือรูปแบบของกิจกรรมที่มีลักษณะของความใกล้ชิดและเรื่องที่เป็นส่วนตัวและ Sports and Outdoor Orientation คือสิ่งที่ทำเพื่อสุขภาพ ซึ่งประกอบด้วยการเล่นในรูปแบบต่างๆ

Reimer (1995, อ้างถึงใน ขวัญใจ เกียรติศักดิ์สาคร, 2541) ยังได้ทำการศึกษา รูปแบบของเยาวชนในประเทศสวีเดนมีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ Entertainment Orientation คือไปในทางที่เกี่ยวกับความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ เพราะนอกเหนือจากกิจกรรมที่ทำเป็นประจำอย่างเรื่อง การเรียน หรือการทำงานแล้ว ความสนใจในเรื่องความสุข ความบันเทิงก็นับเป็นเรื่องที่สำคัญ และสำหรับเยาวชนแล้วได้ถือเอาเรื่องนี้เป็นจริงเป็นจังกว่าวัยผู้ใหญ่ รูปแบบการดำเนินชีวิตในแบบบันเทิงนี้เป็นสิ่งที่เหมือนกันในกลุ่มเยาวชนทุกระดับชั้นทางสังคมและเศรษฐกิจ ส่วนรูปแบบอื่นๆ นั้นจะรวมอยู่ในสัดส่วนที่มากน้อยต่างๆ กันไปตามแต่กิจกรรม เช่น การดูโทรทัศน์ เป็นกิจกรรมเพื่อความบันเทิง และในขณะเดียวกันอาจเป็นกิจกรรมทางด้านครอบครัว ซึ่งเป็นรูปแบบของ Home and Family Orientation ด้วยก็เป็นได้

ศาสตร์ที่ใช้ในการวัดและแบ่งกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคซึ่งเป็นที่รู้จักกันดี นั้นมีหลายศาสตร์ อาทิเช่น AIOs ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรม (Activity) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinion) โดย ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้ให้ความไว้วางใจว่า กิจกรรม คือ วิธีการที่บุคคลใช้เวลาในกิจกรรมต่างๆ ความสนใจ คือ ความสนใจหรือความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค และความคิดเห็น คือ ความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับตนเองและรอบๆ ตัวคืออะไร ซึ่งเป็นความหมายที่ไปในทางเดียวกับ Tigert (1971, cited in Gunter & Furnham, 1992) นิยามว่า กิจกรรม คือ การ

ที่ผู้บริโภคใช้เวลาอย่างไรบ้าง, ความสนใจ คือ อะไรคือสิ่งที่มีความสำคัญสำหรับเขา และความคิดเห็น คือ การที่เขามองตนเองและโลกรอบๆ ตัวอย่างไรบ้าง นอกจากนี้ยังมีค่านิยมที่ค่อนข้างครอบคลุมมากขึ้น คือค่านิยมของ Reynolds และ Darden (1974, cited in Gunter & Fumbam, 1992) ให้คำจำกัดความว่า กิจกรรม คือ การกระทำที่สามารถวัดได้ เช่น การดูโทรทัศน์ การไปซื้อของ หรือ การคุยกับเพื่อนบ้าน ถึงแม้ว่าการกระทำจะเป็นสิ่งที่สามารถสังเกตเห็นได้ แต่เหตุผลเบื้องหลังการกระทำล้วนเป็นอวัสัยที่ไม่สามารถวัดได้โดยตรง ความสนใจ คือระดับของความตื่นตัวที่ได้ให้ความสนใจ (Attention) กับประเด็นหรือหัวข้อต่างๆ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวและความคิดเห็น คือ คำพูดหรือการเขียนคำตอบซึ่งบุคคลตอบสนองต่อคำถามในสถานการณ์ที่เป็นสิ่งเร้า ดังแสดงในตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 ลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิต

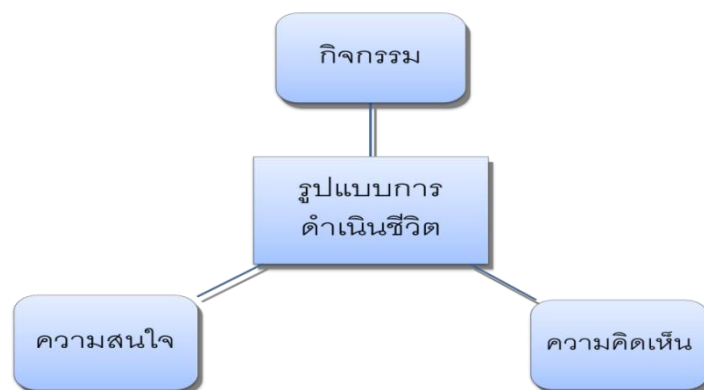
กิจกรรม (A)	ความสนใจ (I)	ความคิดเห็น (O)
งาน	ครอบครัว	ตัวเอง
งานอดิเรก	บ้าน	ประเด็นทางสังคม
กิจกรรมทางสังคม	งาน	การเมือง
การพักผ่อน	ชุมชน	ธุรกิจ
การบันเทิง	สันตนาการ	เศรษฐกิจ
การเป็นสมาชิกชมรม	แฟชั่น	การศึกษา
ชุมชน	อาหาร	สินค้า
ช้อปปิ้ง	สื่อ	อนาคต
กีฬา	ความสำเร็จ	วัฒนธรรม

ที่มา: Plummer, J. T. (1974) .

การบรรยายกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นในการศึกษาทางจิตวิทยานั้นอาจจะเป็นการบรรยายโดยกว้างหรือเฉพาะเจาะจงก็ได้ โดยที่ผู้บริโภคจะต้องเลือกคำตอบจากมาตรลิเคิร์ต (Likert scales) ที่ว่า เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย เฉยๆ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยการคิดคำบรรยาย (statements) เหล่านี้จะพัฒนามาจากข้อคำถามจำนวนมากที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของผู้บริโภค จากนั้นนักวิจัยจะนำคำถามมาเลือกอีกครั้งเพื่อให้เหลือคำถามจำนวนน้อยลง ซึ่งวิธีการนี้สามารถช่วยให้การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคเป็นไปได้ด้วยดีหรืออาจเรียกได้ว่าดีที่สุด โดยนักวิจัยจะนำคำบรรยายเหล่านี้มาวิเคราะห์โดยการใช่ตารางไขว้ (Cross-tabulation) คำ

บรรยายแต่ละข้อจะถูกนำมาวิเคราะห์กับตัวแปรที่เชื่อว่าจะมีความสำคัญกับการแบ่งส่วนตลาด เช่น เพศ หรือ อายุ การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) หรือเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลจากตัวแปรมากกว่า 2 ตัว (Multivariate) อาจถูกนำมาใช้เพื่อจัดกลุ่มคำบรรยายเหล่านี้ให้มีรูปแบบที่แคบลง การวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างคำบรรยาย (Statements) เพื่อพยายามกำหนดปัจจัยที่จะอธิบายตัวแปรต่างๆ ซึ่งสังเกตมาได้ (Gunte & Furnham, 1992)

จากแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ทั้งด้านความหมายและลักษณะต่างๆ ผู้วิจัยสามารถสรุปให้เห็นถึงตัวแปรในการศึกษา ได้ดังนี้ รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง การดำเนินชีวิตในด้านต่างๆ ทั้งในรูปแบบของกิจกรรม ซึ่งได้แก่ งานงานอดิเรกกิจกรรมทางสังคมการพักผ่อนการบันเทิงการเป็นสมาชิกชมรมชุมนุมซอปปิงกีฬา ด้านความสนใจ ได้แก่ ครอบครัวบ้านงานชุมชน สันทนาการแฟชั่นอาหารสื่อความสำเร็จ และความคิดเห็น ได้แก่ ตัวเองประเด็นทางสังคมการเมืองธุรกิจเศรษฐกิจการศึกษาสินค้าอนาคตวัฒนธรรม ซึ่งแต่ละคนก็จะมี ความแตกต่างกันไป ทั้งในด้านปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมดังภาพดังนี้



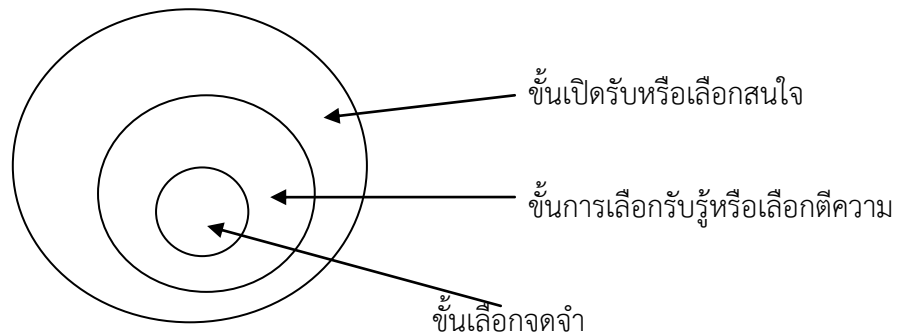
แผนภาพที่ 2.1 องค์ประกอบของรูปแบบการดำเนินชีวิต

2. แนวคิดเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

แนวคิดเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ได้มีผู้การอธิบายไว้ดังนี้

Hoyer และ MacInnis (2001) อธิบายถึงการเปิดรับ (Exposure) ว่าเป็นสิ่งสะท้อนถึงกระบวนการที่ผู้บริโภครับรู้ถึงสิ่งกระตุ้นที่เข้ามาผ่านสัมผัสทั้งห้า และกล่าวถึงสิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimuli) ว่าเป็นเครื่องมือที่นักการตลาดใช้สื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือตราสินค้าผ่านทางการโฆษณา พนักงานขาย บรรจุภัณฑ์ ฯลฯ หรือผ่านทางแหล่งข้อมูลที่ไม่ใช่การตลาด เช่น การพูดปากต่อปาก เป็นต้น

ในปัจจุบันข่าวสารมีความจำเป็นในการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ มีบทบาทในการช่วยตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ Atkin, Charles Clarke และ Peter (1973) กล่าวว่า บุคคลมีความต้องการข่าวสารเพื่อนำไปปรับตัวยิ่งคนเราเกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าไร ความต้องการข่าวสารเพื่อนำไปใช้ในการปรับตัวจะยิ่งมากขึ้นเท่านั้น นอกจากนี้จากแนวคิดของ Klapper (1960) ที่ได้กล่าวว่า คนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารจากสื่อหรือเลือกใช้สื่อบางชนิดที่มีการเผยแพร่ข่าวสารที่ตรงกับทัศนคติหรือความสนใจของตนเอง ซึ่งมีขั้นตอนในการเลือกเปิดรับข่าวสารที่ตรงกับทัศนคติหรือความสนใจของตนเอง ซึ่งมีขั้นตอนในการเลือกเปิดรับข่าวสาร (Selective Process) ดังนี้



แผนภาพที่ 2.2 ขั้นตอนในการเลือกเปิดรับข่าวสาร 3 ขั้น

ที่มา: Hoyer, W. D., & MacInnis, D. J. (2001) .

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention)

คือ การที่บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาและสนองความต้องการของตน โดยใช้สนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่เดิม และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกริเริ่มคิดเดิมของตน เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่ตรงกับความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมของตนจะก่อให้เกิดความไม่สบายใจที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

2. การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation)

เป็นกระบวนการกลั่นกรองที่บุคคลจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปในทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ ประสบการณ์เดิมของตน ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง สภาวะร่างกายหรืออารมณ์ในขณะนั้น

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกให้ความสนใจเฉพาะข้อมูลข่าวสารที่สอดคล้องกับความต้องการ ทศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของตน ทั้งยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของข่าวสารในส่วนที่ต้องการจะจำเข้าไปเก็บไว้เป็นประสบการณ์เพื่อจะนำไปใช้ในโอกาสต่อไป และพยายามจะลืมในส่วนที่ต้องการจะลืม

Becker (1972) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสารโดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร คือ

การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือเรื่องทั่ว ๆ ไป

การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองอยากรู้ เช่น เปิดดูโทรทัศน์เฉพาะรายการที่ตนเองสนใจหรือมีผู้แนะนำ หรือขณะที่อ่านหนังสือพิมพ์หรือชมโทรทัศน์ หากมีข้อมูลที่มีความสำคัญสำหรับตนเอง ก็จะทำให้ความเอาใจใส่อ่านหรือเปิดดูเป็นพิเศษ

การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

ขวัญเรือนกิตติวัฒน์ (2531 อ้างถึงใน พรกมล รัชนาภรณ์, 2542) กล่าวว่า ทุกคนมีธรรมชาติที่จะเปิดรับข่าวสารตลอดเวลา เพียงแต่จะเปิดรับสื่อใด อย่งไรนั้น ก็ด้วยปัจจัยที่กำหนด คือ

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคลมีแนวคิดว่าคุณเราแต่ละคนมีความแตกต่างกันเฉพาะตัวบุคคลเป็นอย่างมากในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกันซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทศนคติ ตลอดจนกระบวนการรับรู้ การเรียนรู้ การสนใจ

ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มทางสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงพฤติกรรมใดๆ ก็ตาม นั่นคือ มักจะคล้อยตามกลุ่มในความคิด ทศนคติ และพฤติกรรม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

ปัจจัยสภาพแวดล้อมนอกระบบสื่อสารโดยเชื่อว่าลักษณะต่างๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้ายของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองของเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

Shramp (1973) ได้กล่าวถึง การเลือกรับข่าวสารยังขึ้นกับปัจจัยอื่นๆ ด้วย คือ

1. ประสบการณ์ ประสบการณ์ทำให้ผู้รับข่าวสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง

3. ภูมิหลังแตกต่างกันทำให้มีความสนใจต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อมทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมกรเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร
5. ความสามารถในการรับสารเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจ ที่ทำให้พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน
6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง ทศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้ผู้รับเข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็ได้
8. ทศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้พบจากองค์ประกอบเหล่านี้ จะพบว่า การเลือกเปิดรับข่าวสารมีปัจจัยทั้งในส่วนของตัวเองไม่ว่าจะเป็นประสบการณ์ ความรู้ ความสนใจหรืออื่นๆ รวมไปถึงปัจจัยภายนอก อันได้แก่ ความสัมพันธ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อมต่างๆ อันจะทำให้การเปิดรับข่าวสารของบุคคลมีความแตกต่างกัน

สำหรับสื่อที่ใช้กันในปัจจุบัน สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือสื่อมวลชน และสื่อบุคคล (วชิษฐ์ ด้วงสงค์, 2541)

สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่ทำให้ผู้ส่งสารซึ่งอาจจะเป็นบุคคลเพียงคนเดียวหรือกลุ่มบุคคลสามารถส่งข่าวสารข้อมูลไปยังผู้รับที่เป็นเป้าหมายจำนวนมากและกระจายไปได้ในเวลาอันรวดเร็ว

สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัว คือ ทั้งฝ่ายผู้รับและผู้ส่งสารสามารถที่จะติดต่อแลกเปลี่ยนข่าวสารกันได้โดยตรง

สื่อโฆษณา (Advertising Media) แบ่งออกเป็น 4ประเภทใหญ่ ดังนี้

1. สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media) แบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

หนังสือพิมพ์ (Newspaper) หนังสือพิมพ์โดยส่วนใหญ่จะแบ่งเป็นส่วนต่าง ๆ เช่น การเมือง กีฬา บันเทิง ซึ่งในการเลือกลงโฆษณาต้องเลือกให้เหมาะสมกับส่วนนั้น ๆ และเหมาะสมกับสินค้า หนังสือพิมพ์มีทั้งแบบท้องถิ่น (Local) แบบทั่วประเทศ (National) และแบบต่างประเทศ (International)

นิตยสาร (Magazine) สื่อนิตยสารเป็นสื่อที่เฉพาะเจาะจง โดยอาจแบ่งผู้อ่านจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น เพศ หรืออาจจะแบ่งตามความสนใจของผู้อ่าน เช่น นิตยสาร

รถยนต์ นิตยสารเครื่องเสียง เป็นต้น บางครั้งเจ้าของสินค้าอาจมีการทำนิตยสารขึ้นเอง และทำการขายเอง ซึ่งเนื้อหาจะเกี่ยวกับตัวสินค้า เรียกนิตยสารประเภทนี้ว่า Megalog เป็นนิตยสารที่ทำเพื่อขายสินค้าโดยเฉพาะ

2. สื่อกระจายเสียง (Broadcast Media) ได้แก่

วิทยุ (Radio) เป็นสื่อที่สามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายได้โดยผ่านรูปแบบรายการที่แตกต่างกัน จัดเป็นสื่อที่มีการแบ่งกลุ่มผู้ฟัง เช่น เพลงช้า เพลงร็อค เพลงลูกทุ่ง เพลงรัก ข่าว เป็นต้น กลุ่มเป้าหมายของสื่อวิทยุ ได้แก่ วัยรุ่น นักศึกษามหาวิทยาลัย คนที่เริ่มทำงาน กลุ่มคนเหล่านี้สื่อวิทยุจะเข้าถึงได้ง่ายกว่ากลุ่มอื่น ๆ

สื่อโทรทัศน์ (Television) สื่อโทรทัศน์ในประเทศไทยจะเป็นแบบที่มีรายการหลากหลาย (Variety) มากกว่าแบบที่เฉพาะเจาะจง (Selective) เช่น เคเบิลทีวี และจะเป็นแบบออกอากาศทั่วประเทศมากกว่าออกอากาศภายในท้องถิ่น ข้อได้เปรียบของสื่อโทรทัศน์ คือ เป็นสื่อที่สร้างภาพพจน์ได้ดี เพราะผู้ชมสามารถเห็นภาพและได้ยินเสียง

3. สื่อจดหมายตรง (Direct Mail Media)

เป็นสื่อที่เฉพาะเจาะจงที่สุด สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยเฉพาะ เป็นสิ่งที่ผู้รับสามารถตอบกลับได้ มีความเป็นส่วนตัวสูงแต่บางคนจะมองว่าเป็นจดหมายขยะ ปัจจุบันมีบริษัทที่ขายข้อมูลพื้นฐานของลูกค้า ซึ่งผู้ทำโฆษณาสามารถเข้ามาได้ เป็นสื่อที่มีการลงทุนค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับผลตอบแทน

4. สื่อกลางแจ้ง (Outdoor Media)

เป็นสื่อที่ไม่เฉพาะเจาะจงนักเหมาะกับสินค้าปริมาณมาก ๆ เป็นสื่อเสริมที่ในปัจจุบันใช้กันค่อนข้างมาก แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) สื่อกลางแจ้งไม่เคลื่อนที่ ได้แก่

- 1.1) บิลบอร์ด (Billboard) ป้ายโฆษณาใหญ่ตามสี่แยก อาคาร หรือข้างทางด่วน
- 1.2) คัตเอาต์ (Cutout) ป้ายโฆษณาทำด้วยโครงไม้สำหรับวางบนพื้นราบ
- 1.3) แบนเนอร์ (Banner) ป้ายโฆษณาทำด้วยผ้า
- 1.4) ป้ายรถเมล์ มี 2 แบบ คือ แบบกล่องไฟและแบบไตรวิชั่น

2) สื่อกลางแจ้งเคลื่อนที่ (Transit Media) เป็นการใช้อยานพาหนะต่าง ๆ เช่น รถโดยสารประจำทาง รถแท็กซี่ สามล้อเครื่อง เรือโดยสาร เครื่องบิน เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีสื่อเสริมอื่น ๆ อีก เช่น

1. สื่อสปอนเซอร์ เข้าไปสนับสนุนกีฬาต่างๆ ซึ่งจะเห็นโลโก้สินค้าในงานหรือชุดที่นักกีฬาสวมใส่

2. สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่เข้าถึงคนได้ทั่วโลก

3. สื่อภาพยนตร์ คือ การฉายภาพยนตร์โฆษณาก่อนที่จะฉาย
4. สื่อวิดีโอ มีทั้งวิดีโอที่ทำเป็นคู่มือสินค้า วิดีโอแคตตาล็อกหรือโบชัวร์ เป็นต้น สื่อการวางสินค้าในภาพยนตร์ (Product Placement) คือ การนำสินค้าไปประกอบในภาพยนตร์ โทรทัศน์ วิทยุ วิดีโอ นวนิยาย เพลง เป็นต้น

ตั้งที่มีผู้ทำการวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อไว้หลายท่าน เกี่ยวกับคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ต่างกันด้วย ยุกบล เบ็ญจรงค์กิจ (2534) ได้กล่าวสรุปและแยกประเด็นเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้ดังนี้ (พรกมล รัชนาภรณ์, 2542)

เพศกับการเปิดรับสื่อ เพศชายกับเพศหญิงมีการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน เพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า

อายุกับการเปิดรับสื่อ จากการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของเด็กอเมริกา พบว่า เด็กตั้งแต่วัยสองถึงแปดขวบดูโทรทัศน์มากขึ้นเมื่อวัยมากขึ้น และเปิดรับสื่อทุกชนิดเมื่อวัยมากขึ้น โดยส่วนใหญ่จะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง ซึ่งเด็กจะดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าสื่ออื่น ๆ และเริ่มอ่านหนังสือเมื่ออายุมากขึ้น ส่วนเด็กวัยรุ่นนิยมฟังเพลงมากกว่าดูโทรทัศน์

สำหรับผู้ใหญ่มีการเปิดรับโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน แต่เมื่อถึงวัย 40 ปีขึ้นไป ปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์จะลดลง และเมื่อถึงวัยเกษียณอายุ 55 - 60 ปี ปริมาณการดูโทรทัศน์จะเพิ่มขึ้นอีกครั้ง ขณะที่วัยรุ่นและหนุ่มสาวให้เวลากับการดูโทรทัศน์มากกว่าการอ่านหนังสือพิมพ์ และเป็นวัยที่ให้ความสนใจในสื่อวิทยุและภาพยนตร์มากกว่าวัยอื่น

การศึกษากับการเปิดรับสื่อ การศึกษามีความสัมพันธ์สูงกับการเปิดรับสื่อ โดยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการเปิดรับข่าวสารและเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสาธารณชน แต่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการเปิดรับเนื้อหาด้านความบันเทิง ผู้รับสารที่มีการศึกษาสูงจะเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าผู้รับสารที่มีการศึกษาน้อย โดยผู้ที่มีการศึกษาน้อยจะฟังวิทยุมากกว่า

รายได้กับการเปิดรับสื่อ รายได้เป็นปัจจัยที่มีบทบาทใกล้เคียงกับการศึกษา คือ มีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงมาก โดยเฉลี่ยผู้ที่มีการศึกษาสูงมักมีรายได้สูงไปด้วย ส่วนผู้ที่มีการศึกษาน้อยนั้น มักมีรายได้น้อยถึงปานกลาง ผู้ที่รายได้สูงมักนิยมเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์และนิยมข่าวสารที่มีเนื้อหาค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยสนใจเนื้อหาด้านบันเทิง ผู้ที่มีฐานะดีและมีการศึกษาสูง เป็นกลุ่มคนที่ได้รับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด ทั้งนี้ผู้ที่มีรายได้สูงมักมีการศึกษาสูง จึงถูกผลักดันให้มีความจำเป็นที่ต้องเรียนรู้ข่าวสารต่างๆ ให้ทันเหตุการณ์เสมอ การเปิดรับข่าวสารจึงจำเป็น

สำหรับกลุ่มนี้มากกว่า ในขณะที่ผู้ที่มีศึกษาน้อยและรายได้ต่ำ มีทักษะในการอ่านน้อย จึงมักเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากกว่า (ลัดดา ประเสริฐวิทยากุล, 2540)

สื่อที่ใช้สารแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ประกอบด้วย (เสรี วงษ์มณฑา, 2540)

1. **สื่อบุคคล** เป็นสื่อที่สามารถใช้สื่อสารได้สองทาง สามารถโต้ตอบกันได้แต่มักเป็นไปในทางแคบ เช่น พนักงานขาย พนักงานแนะนำสินค้า เป็นต้น
2. **สื่อมวลชน** ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ
3. **สื่ออิเล็กทรอนิกส์** เช่น อินเทอร์เน็ต อีเมล ซึ่งมีข้อดีคือ ให้ข้อมูลข่าวสารได้มาก มีภาพเสียง สามมิติ มีการเคลื่อนไหว มีภาพเสมือนจริง มีลูกเล่นมาก แต่มีข้อเสียคือ มีราคาสูง จำนวนผู้รับสารอยู่ในวงแคบ จึงเป็นสื่อเพื่อสนองภาพลักษณ์มากกว่า

Seared, 1995 (อ้างในลัดดา จิตคุตตานนท์, 2542) ได้กล่าวถึงประเภทของสื่อที่ใช้ในการสื่อสาร สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. **สื่อบุคคล** หมายถึง ตัวคนที้นำมาใช้ในการสื่อสารกับผู้รับสาร ในลักษณะการเผชิญหน้า การใช้สื่อบุคคลในการสื่อสาร สามารถทำได้ทั้งในรูปของการสนทนา กับผู้รับสารเพียงคนเดียวหรือในรูปของการประชุมกลุ่มซึ่งประกอบไปด้วยผู้รับสารมากกว่า 1 คนก็ได้
2. **สื่อมวลชน** หมายถึง สื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งประกอบด้วยคนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว ภายในเวลาที่ใกล้เคียงกัน และทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ฝังแน่นได้ โดยทั่วไปสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสารและภาพยนตร์
3. **สื่อเฉพาะกิจ** หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะและมีเนื้อหาหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม สื่อประเภทนี้ได้แก่ หนังสือ คู่มือ จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ ภาพนิทรรศการ เป็นต้น

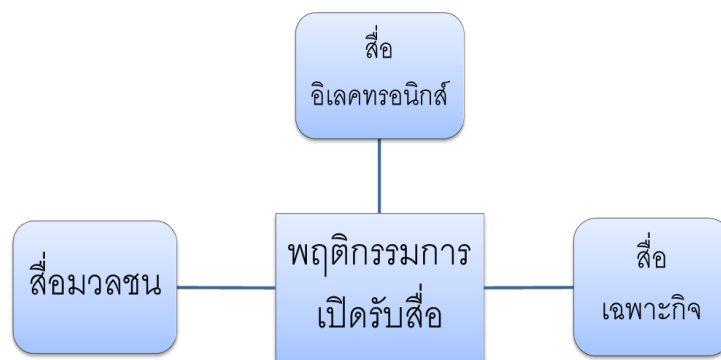
สื่อที่ใช้ในการสื่อมวลชนหรือที่เรียกว่า สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ (ปรมะ สตะเวทิน 2546: 127) ศาสตราจารย์ ดร.ชัยยงค์ พรหมวงศ์ จำแนกสื่อมวลชนไว้ครอบคลุมสื่อ 6 ประเภท คือ (ชัยยงค์ พรหมวงศ์ 2525: 270)

สิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร หนังสือ และสิ่งตีพิมพ์ประเภทอื่นๆ ภาพยนตร์ ทั้งภาพยนตร์เรื่อง ภาพยนตร์สารคดี และภาพยนตร์ทางการศึกษาบางประเภท วิทยุกระจายเสียง ได้แก่วิทยุที่ส่งรายการออกอากาศ ทั้งระบบ AM และ FM รวมไปถึงระบบเสียงตามสายวิทยุโทรทัศน์ เป็นสื่อทางภาพและทางเสียงที่เผยแพร่ออกไป ทั้งประเภทออกอากาศและส่งตามสาย

สื่อสารโทรคมนาคม เป็นผลจากความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี มีการส่งข้อความ เสียง ภาพตัวพิมพ์ สัญลักษณ์ต่างๆ ได้หลากหลาย ครอบคลุมกิจการสื่อสารผ่านดาวเทียม โทรภาพ โทรพิมพ์

สื่อวัสดุบันทึก ได้แก่ เทปบันทึกเสียง เทปบันทึกภาพ แผ่นบันทึกเสียง แผ่นบันทึกภาพ ซึ่งกลายเป็นสื่อมวลชน เพราะเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าทำให้สามารถผลิตเผยแพร่ได้มากและรวดเร็ว

จากแนวคิดด้านพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเป็นความต้องการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือสิ่งที่ตนเองสนใจ โดยพฤติกรรมการเปิดรับสื่อผู้วิจัยสามารถจำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มสื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งประกอบด้วยคนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว ภายในเวลาที่ใกล้เคียงกัน และทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ฝังแน่นได้ โดยทั่วไปสื่อมวลชนประกอบด้วย โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร 2) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง สื่อที่บันทึกสารสนเทศด้วย วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์อาจอยู่ในรูปของ สื่อบันทึกข้อมูลประเภทสารแม่เหล็ก ให้ข้อมูลข่าวสารได้มาก มีภาพ เสียง สามมิติ หรืออาจมีการเคลื่อนไหว มีภาพเสมือนจริง ประกอบด้วย อินเทอร์เน็ต อีเมล ข้อความจากโทรศัพท์มือถือ (SMS, MMS) ไลน์ (Line) เฟซบุ๊ก (Facebook) 3) กลุ่มสื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะและมีเนื้อหาหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม สื่อประเภทนี้ ประกอบด้วย แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง/บิลบอร์ด งานแสดงสินค้า สื่อในโรงภาพยนตร์ จดหมายตรง แคมเปญสื่อจากการสรุปพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุ สามารถอธิบายด้วยแผนภาพที่ 2.4 ดังนี้



แผนภาพที่ 2.3 องค์ประกอบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

3.แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร

สื่อมวลชน (Mass Communication) คือรูปแบบของการสื่อสารที่กลุ่มผู้รับสารจะต้องเป็นกลุ่มชนขนาดใหญ่ที่มีความหลากหลายและไม่จำเป็นต้องเคยรู้จักอยู่ในสังคมเดียวกันหรือมีประสบการณ์ร่วมกันมาก่อนผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลาย ๆ ด้านโดยเฉพาะลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) ซึ่งได้แก่อายุเพศการศึกษาและสถานทางเศรษฐกิจและสังคมโดยผู้รับข่าวสารที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมความสนใจในการรับข่าวสารแตกต่างกันไปด้วยการศึกษาคั้งนี้ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์เพื่อทำความเข้าใจความเกี่ยวพันระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการรับสารมีรายละเอียดดังนี้

1. เพศ (Sex) หญิงชายมีความแตกต่างกันทั้งในด้านสรีระความถนัดสภาวะทางจิตใจอารมณ์จากงานวิจัยทางด้านจิตวิทยาทั้งหลายได้แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างมากในเรื่องความคิดค่านิยมและทัศนคติทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองทั้งเพศไว้แตกต่างกัน

Mckee, 1962 (อ้างถึงใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546) ศึกษาพบว่าผู้ชายมีความสามารถทางการจำรูปทรงสิ่งของได้แม้ว่าจะตั้งพลิกแพลงในท่าต่างๆหรือสามารถที่จะเห็นความสัมพันธ์ของ Space - form ในจินตนาการได้ส่วนพาเทลและกอร์ดอน Patel and Gordon, 1960 (อ้างถึงในกิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546) ศึกษาพบว่าเด็กหญิงมีแนวโน้มที่จะสามารถคล้อยตามผู้อื่นหรือถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าเด็กชายสอดคล้องกับการวิจัยของ Kimber, 1974 (อ้างถึงใน สุชา จันทรเอม, 2544) ที่ศึกษาพบว่าเด็กหญิงสามารถรับสารและเลียนแบบพฤติกรรมบุคลิกภาพของผู้อื่นได้ง่ายกว่าเด็กชาย ผลการศึกษาและวิจัยของ Bennett And Cohen, 1959 (อ้างถึงใน สุรางค์ คุ้มตระกูล, 2541) ที่ศึกษาเกี่ยวกับธรรมชาติของความแตกต่างกันระหว่างเพศชายกับเพศหญิงยังพบว่าเพศชายมีความคิดหนักแน่นมากกว่าความคิดของเพศหญิงแต่เพศหญิงจะมีความละเอียดอ่อนและรอบคอบในด้านความคิดมากกว่าเพศชายซึ่งจะส่งผลต่อกระบวนการรับรู้ข่าวสารและการวิเคราะห์ข้อมูลและนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตในขั้นต่อไปอีกด้วย

2. อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งต่อพฤติกรรมสื่อสารของมนุษย์เนื่องจากอายุจะเป็นตัวกำหนดหรือเป็นสิ่งที่บ่งบอกเกี่ยวกับความมีประสบการณ์ในเรื่องต่างๆของบุคคลดังคำกล่าวที่ว่าผู้ใหญ่อาบน้ำร้อนมาก่อนเกิดมาหลายฝนหรือเรียกคนที่มีประสบการณ์น้อยกว่าว่าเด็กเมื่อวานขึ้นเป็นต้นสิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นเครื่องบงชี้หรือแสดงความคิดความเชื่อลักษณะการโต้ตอบต่อเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นบุคคล คนเราโดยทั่วไปเมื่ออายุเพิ่มขึ้น ประสบการณ์สูงขึ้นความฉลาดรอบคอบก็เพิ่มมากขึ้นวิธีคิดและสิ่งที่สนใจก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย

3. การศึกษา (Education) การศึกษาหรือความรู้เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสารการที่คนได้รับการศึกษาที่ต่างกันในยุคสมัยที่ต่างกันในระบบการศึกษาที่แตกต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สึกนึกคิดอุดมการณ์และความต้องการที่แตกต่างกันคนทั่วไปมักจะสนใจหรือยึดแนวความคิดในแนวสาขาของตนเป็นสำคัญและบุคคลมักมีลักษณะบางประการที่แสดงหรือบ่งชี้ถึงพื้นฐานการศึกษาหรือสาขาวิชาที่เรียนมาเนื่องจากสถาบันการศึกษาเป็นสถาบันที่อบรมกล่อมเกลาให้บุคคลมีบุคลิกภาพไปในทิศทางที่แตกต่างกันทางด้านครูผู้สอนก็มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้เรียนโดยการสอดแทรกความรู้สึคนึกคิดของตัวเองให้แก่ผู้เรียนดังนั้นการศึกษาจึงเป็นตัวกำหนดในกระบวนการเลือกสรรของผู้รับ

4. สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-Economic Status) อันได้แก่ เชื้อชาติและชาติพันธุ์ถิ่นฐานภูมิลาเนาพื้นฐานของครอบครัวอาชีพรายได้และฐานะทางการเงินปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อผู้รับซึ่งในการวิจัยทางด้านนิเทศศาสตร์ได้ชี้ให้เห็นว่าสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิภพการรับรู้ของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกันมีประสบการณ์ที่ต่างกันมีทัศนคติค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกันข่าวสารผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจสูงจะมีโอกาสที่ดีกว่าในการแสวงหาสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อการดูแลตนเองผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจต่ำจะมีการศึกษาน้อยทำให้มีข้อจำกัดในการรับรู้เรียนรู้ตลอดจนการแสวงหาความรู้และประสบการณ์ในการดูแลตนเอง

5. ศาสนา (Religion) การนับถือศาสนาเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งของผู้รับสารที่มีอิทธิพลต่อตัวผู้รับสารทั้งทางด้านทัศนคติค่านิยมและพฤติกรรมโดยศาสนาได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับคนและกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตคนตลอดทั้งชีวิตChilds (n.d. อ้างถึงใน ประมะ สตะเวทิน, 2546: 7) ได้สรุปถึงอิทธิพลของศาสนาที่มีต่อบุคคลไว้ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านศีลธรรมคุณธรรมความเชื่อทางจรรยาของบุคคลด้านการเมืองและด้านเศรษฐกิจ

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ อื่นๆ อีก อาทิ เช่น

อาชีพ และลักษณะการรวมกลุ่มของผู้ฟังลักษณะอาชีพหรือลักษณะแห่งการรวมกลุ่มจะบ่งบอกลักษณะเฉพาะของบุคคลช่วงเวลาที่เปิดรับข่าวสารเรื่องที่กลุ่มผู้ฟังสนใจเช่นกลุ่มชานาก็จะสนใจเกี่ยวกับเรื่องข้าวราคาข้าวปุยเป็นต้นในบางกรณีคนที่มีความเชื่ออย่างหนึ่งแต่อาจจะไปรวมกลุ่มกับคนที่มีความเชื่อหนึ่งก็ได้ซึ่งก็จะทำให้ความสนใจของเขาขยายวงกว้างออกไป

สถานภาพสมรส หมายถึงการครองเรือนซึ่งอาจแบ่งออกได้เป็นคนโสดสมรสหม้ายหย่าหรือแยกกันอยู่ลักษณะความแตกต่างด้านขนบธรรมเนียมประเพณีความเชื่อถือทางด้านศาสนาย่อมมีอิทธิพลต่อสถานภาพการสมรสซึ่งมีผลโดยตรงต่อการรับรู้ข่าวสารสถานภาพสมรสของบุคคลจะบ่งบอกถึงความมีอิสระในการตัดสินใจและอิทธิพลต่อกระบวนการคิดการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารสตรีที่

สมรสแล้วและสตรีที่ยังโสดย่อมมีกระบวนการรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันอันเนื่องมาจากสภาพครอบครัวและอิทธิพลของจำนวนบุคคลรอบข้าง

จากแนวคิดด้านประชากรนั้นยังมีคุณลักษณะต่างๆ ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ส่วนตัว ระดับการศึกษา สถานภาพ ที่อยู่อาศัยและศาสนา สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจกับการสื่อสารได้โดยอยู่ภายใต้แนวความคิดที่ว่า ถ้าบุคคลมีปัจจัยเหล่านั้นแตกต่างกันความคิดและการกระทำก็มีแนวโน้มที่จะแตกต่างกันไปด้วยซึ่งแนวความคิดนี้สามารถนำไปใช้อธิบายปัจจัยของประชากรด้านอื่นๆ ได้โดยเฉพาะเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ ซึ่งจะทำให้ทราบถึงคุณลักษณะด้านประชากรต่างๆ มีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

4. แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

จากสภาพร่างกายที่เหี่ยวลงอายุมากผมสีขาวเคลื่อนไหวเชื่องช้าซึ่งบุคคลทั่วไปเรียกว่าผู้สูงอายุพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542: 347) ให้ความหมายคำว่าชราว่าแก่ด้วยอายุขำรดทรุดโทรม

ศิริพันธ์ ถาวรทวิวงษ์ (2543: 11-12) วยสูงอายุหรือวัยชราหมายถึงมนุษย์ที่มีอายุอยู่ในช่วงปลายของชีวิตนิยามของผู้สูงอายุอาจแตกต่างกันไปเมื่อพิจารณาจากแง่มุมต่างๆอาทิทางชีววิทยา ประชากรศาสตร์การจ้างงานและทางสังคมวิทยาในทางสถิติมักถือว่าผู้ที่อยู่ในวัยสูงอายุคือบุคคลที่มีอายุ 60-65ปี ขึ้นไป สำหรับประเทศไทยกำหนดไว้ว่าผู้สูงอายุคือบุคคลที่มีอายุตั้งแต่60ปีขึ้นไป ประเทศพัฒนาแล้วส่วนใหญ่จะมีสัดส่วนผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งประเทศสูงกว่าประเทศกำลังพัฒนา สำหรับประเทศไทยมีสัดส่วนของผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ

สุรกุล เจนอบรม (2541: 6-7) ได้กำหนดการเป็นบุคคลสูงอายุว่าบุคคลผู้จะเข้าข่ายเป็นผู้สูงอายุมีเกณฑ์ในการพิจารณาแตกต่างกันโดยกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาความเป็นผู้สูงอายุไว้ 4 ลักษณะดังนี้

1) พิจารณาความเป็นผู้สูงอายุจากอายุจริงที่ปรากฏ (Chronological Aging) จากจำนวนปีหรืออายุที่ปรากฏจริงตามปฏิทินโดยไม่นำเอาปัจจัยอื่นมารวมพิจารณาด้วย

2) พิจารณาความเป็นผู้สูงอายุจากลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย (Physiological Aging หรือ Biological Aging) กระบวนการเปลี่ยนแปลงนี้จะเพิ่มขึ้นตามอายุขัยในแต่ละปี

3) พิจารณาความเป็นผู้สูงอายุจากลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางจิตใจ (Psychological Aging) จากกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจสติปัญญาการรับรู้และเรียนรู้ที่ถดถอยลง แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ลอว์ตัน (Lawton, 1985 อ้างถึงใน สิทธิอาภรณ์ชวนปี, 2540: 17 และ ลลิลญา ลอยลม, 2545: 42) ได้ศึกษาคุณภาพชีวิตหรือการมีชีวิตที่ดีในผู้สูงอายุและกล่าวว่าผู้สูงอายุที่มีคุณภาพชีวิตที่ดีต้องประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 4 ด้าน คือ

1) การมีความผาสุกทางด้านจิตใจ (Psychological Well-Being) หมายถึงการที่บุคคลสามารถประเมินได้ว่าประสบการณ์ในชีวิตที่ผ่านมามีคุณภาพโดยประเมินได้จากผลกระทบระดับความสุขที่ได้รับและความสำเร็จที่ได้บรรลุตามความต้องการหรือเป้าหมายที่ตั้งไว้

2) ความสามารถในการแสดงพฤติกรรม (Behavioral Competence) หมายถึงความสามารถในการทำหน้าที่ของบุคคลซึ่งรวมถึงการทำหน้าที่ของร่างกายการมีสุขภาพที่ดีการรับรู้ที่ถูกต้องและการมีพฤติกรรมทางสังคมที่ถูกต้อง

3) สิ่งแวดล้อมของบุคคล (Objective Environment) หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุประกอบด้วย5ส่วนได้แก่สิ่งแวดล้อมทางกายภาพลักษณะภูมิอากาศภูมิประเทศและที่อยู่อาศัยบุคคลที่มีความสำคัญต่อผู้สูงอายุเช่นสมาชิกในครอบครัวเพื่อนบุคคลอื่นทั่วไปที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้สูงอายุสถานภาพทางสังคมอายุเชื้อชาติและเศรษฐกิจสภาพสังคมและวัฒนธรรมภายในชุมชนที่ผู้สูงอายุอาศัยอยู่

4) การรับรู้คุณภาพชีวิต (Perceived Quality of Life) หมายถึง การที่บุคคลมีการประเมินตนเองเกี่ยวกับความผาสุกทางด้านจิตใจความสามารถในการทำหน้าที่ตลอดจนสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อบุคคลดังที่ได้กล่าวมาจากแนวคิดดังกล่าวสรุปได้ว่าคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุต้องอาศัยปัจจัยด้านความผาสุกด้านจิตใจอันเป็นเครื่องชี้วัดคุณภาพชีวิตที่สำคัญยิ่งของการดำเนินชีวิตมีความใกล้เคียงกับความพึงพอใจในชีวิตเป็นสิ่งที่พึงปรารถนาของบุคคลเพราะเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพชีวิตของบุคคลนั้นและในการศึกษาด้านวิทยาการผู้สูงอายุ (Gerontology) มักใช้ความพึงพอใจในชีวิตเป็นตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุนอกจากที่ได้กล่าวมาแล้วนั้นยังมีผู้ให้นิยามของความพึงพอใจในชีวิตของผู้สูงอายุไว้เพิ่มเติมอีกดังนี้

วอร์แมน (Wolman, 1973 อ้างถึงใน สุรกุล เจนอบรม, 2541: 48) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจในชีวิตว่าเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองบาร์โรและสมิท (Barrow and Smith, 1977อ้างถึงใน สุรกุล เจนอบรม, 2541:48) กล่าวถึงความพึงพอใจในชีวิตว่าเป็นความรู้สึกที่เป็นสุขประกอบด้วยความสนุกสนานไม่ต้องเผชิญความเครียดความไม่พึงประสงค์และความขอกช้าซึ่งความรู้สึกนี้เกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้เปรียบเทียบสถานการณ์ปัจจุบันที่เป็นอยู่กับสถานการณ์ที่เขาคาดหวังให้เป็นซึ่งความสุขนั้นไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นจากการที่บุคคลได้รับการตอบสนองอย่างสมบูรณ์ในทุกๆสิ่งที่ต้องการแต่หมายถึงความสุขที่เกิดจากการปรับตัวรับสภาพที่เกิดขึ้นจากสิ่งต่างๆหรือจากสภาพแวดล้อมได้เป็นอย่างดี บริบูรณ์ พรพิบูลย์ (2528: 112-113) กล่าวถึงความสุขของผู้สูงอายุว่าควรประกอบด้วยองค์ประกอบ3ประการคือประการแรกมีสุขภาพดีสองมีความพอใจในการดำรงชีวิตและประการที่สามมีความสุขตามสภาพตนเองนอกจากนั้นยังกล่าวถึงทางเลือกในการหาความสุขของผู้สูงอายุ2ทางคือการหาความสุขในทางโลกและการมุ่งหาความสุขในทางธรรมประสพรัตนากร (อ้างถึงใน แสงเดือน มุสิกรมณี, 2545: 9-10) ได้กล่าวถึง

คุณลักษณะ 7 ประการที่ผู้สูงอายุพึงมีอันจะนำไปสู่การมีความสุขทางใจหรือการที่ผู้สูงอายุจะมี ความพึงพอใจในชีวิตได้คือข้อแรกเป็นผู้มีสุขภาพดีเป็นผู้ที่ไม่เคยหมดหวังเป็นผู้ที่มีความขยันขันแข็งเป็นผู้ที่ ทำตัวดีเป็นผู้ที่เชื่อถือได้เป็นผู้ที่มีเกียรติในตนเองและเป็นผู้ที่มีความสุภาพ

จิราพร เกศพิชญวัฒนา, จันทรเพ็ญ แสงเทียนฉาย และ ยุพิน อังสุโรจน์ (2543) สรุปแนวคิดเกี่ยวกับความผาสุกทางใจของผู้สูงอายุไทยซึ่งประกอบด้วยมิติต่างๆ 5 มิติคือความสามัคคีปรองดอง การพึ่งพาอาศัยกันและกันความสงบสุขและการยอมรับการเคารพนับถือและความเบิกบานปัจจุบัน นักการตลาดเริ่มให้ความสำคัญกับตลาดผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น สาเหตุจากการเพิ่มขึ้นของประชากรกลุ่มนี้เอง นักการตลาดในสหรัฐอเมริกาได้แบ่งกลุ่มของผู้บริโภคกลุ่มนี้ออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือกลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป (50 plus) และกลุ่มผู้สูงอายุ อายุ 65 ปีขึ้นไป (Elderly) (Hoyer & MacInnis, 2001) แต่เนื่องจากตลาดผู้สูงอายุมีความหลากหลายมากกว่าที่คิดขึ้นมีการแบ่งกลุ่มเป็นช่วงอายุต่าง ๆ ย่อยลง

Louden & Della Bitta (1993) ได้แบ่งกลุ่มของผู้สูงอายุตามลักษณะประชากรได้เป็นกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 55-84 ปี คือ “Older” กลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 65-74 ปี คือ “Elderly” กลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 75-84 ปี คือ “Aged” และกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 85 ปีขึ้นไปเรียกว่า “Very old” Assael (1995) กล่าวถึงตลาดผู้สูงอายุ (mature market) ว่าหมายถึงผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป (50-plus) และยังแบ่งกลุ่มนี้เป็นกลุ่มย่อย ๆ ตามช่วงอายุได้แก่ 50-64 ปี, 65-74 ปี, 75-84 ปี และ 85 ปีขึ้นไป

Schiffman และ Kanuk (1997) กล่าวว่าอายุที่เรารู้สึกหรือมองดูตนเองว่าเป็น (congnitive ages) มีความสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมมากกว่าอายุจริง ๆ (Chronological Ages) ของเราเอง เช่น ในสหรัฐอเมริกากำหนดอายุการเกษียณไว้ที่ 65 ปี แต่คนที่อายุ 70 ปีส่วนมากยังมองว่าตนเองดู แก่น้อยกว่าอายุจริงมากเท่าไรพวกเขาจะมีความสุขพอใจในชีวิตเพิ่มมากขึ้นในด้านกำลังซื้อสินค้าแม้ว่า รายได้รวมของกลุ่มผู้สูงอายุจะไม่สูงแต่เมื่อเทียบกับรายได้รวมของกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่าแล้วมักจะมีเงินเหลือมากกว่า เนื่องจากมีภาระหน้าที่น้อยกว่า เช่น ไม่มีบุตรที่ต้องให้การศึกษาเลี้ยงดู ค่าใช้จ่าย จากการทำงานลดลง ได้รับการยกเว้นภาษีรายได้ มีการช่วยเหลือทางการแพทย์ และ 3 ใน 4 มักจะมีบ้านเป็นของตนเอง (Louden & Della Bitta, 1993) มุมมองทั่วไปของนักการตลาดที่ว่ากลุ่มผู้สูงอายุมีการเลือกตราสินค้าน้อยกว่าคนกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า (Younger Consumer) เนื่องมาจาก ลักษณะนิสัย ความลังเลใจที่จะเปลี่ยนและข้อจำกัดทางร่างกาย ทำให้มองว่ากลุ่มผู้สูงอายุ ทั้งยากที่จะชักจูง ให้เปลี่ยนมาใช้สินค้าตราอื่น และไม่มี ความจำเป็นที่จะรักษาการซื้อในปัจจุบันเพราะอย่างไร คนกลุ่มนี้ก็มีความภักดีต่อตัวสินค้าสูงอยู่แล้ว (brand loyalty) (Uncle & Ehrenberg, 1990)

จากการวิจัยของ Uncles และ Ehrenberg (1990) พบว่า กลุ่มผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ไม่แตกต่างจากกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า แต่บางงานวิจัยพบว่าพฤติกรรมการซื้อของกลุ่มผู้สูงอายุ จะมีลักษณะเฉพาะ โดยชี้ว่ากลุ่มผู้สูงอายุจะเป็นพวกกระตือรือร้นในการซื้อ และจะมีการตัดสินใจซื้อ

ร่วมกันระหว่างสามีและภรรยา ของสินค้าตั้งแต่ที่เป็นสินค้าสะดวกซื้อในชีวิตประจำวันไปจนถึงสินค้าคงทนที่มีราคาแพง

อย่างไรก็ตามมีผลิตภัณฑ์หรือโฆษณาเพียงส่วนน้อยที่สร้างขึ้นสำหรับกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุและเกือบจะทั้งหมดจะเป็นการแสดงภาพความอ่อนแอของผู้สูงอายุ ปัญหาสองประการของนักการตลาดที่ไม่จับกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้คือ ประการแรกนักการตลาดส่วนมากอายุน้อยกว่า 50 ปีและไม่เข้าใจวิธีการในการดึงดูดผู้บริโภคสูงอายุ ประการที่สองผู้สูงอายุมักจะไม่ชอบให้ไปเตือนให้นึกถึงเรื่องของอายุ วิธีการโดยทั่วไปของนักโฆษณาจะโฆษณาสินค้าสำหรับกลุ่มวัยกลางคนโดยหวังว่าผู้บริโภคสูงอายุกลุ่มหนึ่งจะซื้อสินค้าด้วย ซึ่งวิธีการนี้บางครั้งได้ผลดีเพราะผู้สูงอายุจะคิดว่าตนเองอายุน้อยกว่าอายุจริงประมาณ 15 ปี และในบางงานวิจัยพบว่าผู้บริโภคที่เป็นผู้สูงอายุจะชอบโฆษณาที่ใช้โฆษณาหรือนักแสดงที่มีอายุน้อยกว่าตนเองเป็นผู้แนะนำสินค้า (Assael, 1995)

Assael, (1995) แนะนำว่าการที่ใช้กลยุทธ์ที่แสดงถึงภาพในด้านลบของผู้สูงอายุจะไม่เป็นผลดี ควรจะเน้นที่ความมีชีวิตชีวาและมีความสุขสนุกสนานมากกว่าจะเน้นที่เรื่องอายุของผู้สูงอายุและสำหรับผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 75 ปีขึ้นไป นักการตลาดควรเน้นที่การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงความสะดวกสบายเป็นหลัก เป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในใจผู้บริโภคผู้สูงอายุ เช่น บริษัท AT&T พัฒนาที่ขยายเสียงของเครื่องรับโทรศัพท์, เพิ่มระบบเรียกสายฉุกเฉินเข้าไปและให้ส่วนลดในการโทรศัพท์ทางไกลสำหรับผู้บริโภคที่เกษียณอายุแล้ว เป็นต้น

จากการวิจัยของ Hanson (1987) สนับสนุนว่า 3 ใน 4 ของกลุ่มผู้สูงอายุในประเทศสหรัฐอเมริกา มักจะเปลี่ยนตราสินค้า (Switch brand) และทดลองสินค้าใหม่ ๆ แสดงว่า กลุ่มผู้สูงอายุไม่ได้เป็นพวกที่มีความภักดีต่อตราสินค้าสูงเสมอไป ความคิดที่ว่าคนกลุ่มนี้จะจำกัดตนเองแค่การซื้อสินค้าที่พึงพอใจซ้ำ ๆ เดิมไม่ก็ตราสินค้าจึงน่าจะไม่เป็นตามนั้นเสมอไป

กลุ่มผู้สูงอายุในประเทศสหรัฐอเมริกามักจะซื้อสินค้าตามห้างสรรพสินค้าบ่อยครั้งกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่าแต่จะชื่อน้อยกว่าถ้าเป็นการซื้อในร้านที่ลดราคา (Discount store) ปัจจัยอีกอย่างคือการที่ไม่มีรถยนต์เป็นของตนเองเป็นสาเหตุให้เกิดความภักดีต่อร้านค้าในกลุ่มผู้สูงอายุแต่ความภักดีต่อร้านค้าจะหายไปเมื่อราคาของสินค้าต่อหน่วยเพิ่มขึ้นและการถี่ในการซื้อลดลง (Uncle & Ehrenberg, 1990)

จากเดิมที่คนส่วนใหญ่มักจะมองว่ากลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่ชอบการลองซื้อสินค้าที่ออกมาใหม่โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อสินค้านั้นเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี แต่จากการศึกษาของ Uncle & Ehrenberg (1990) พบว่ากลุ่มของผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไปจะเป็นพวกชอบลองสินค้าใหม่มากกว่ากลุ่มวัยกลางคน (Middle-aged) โดยให้เหตุผลในการซื้อว่าซื้อเพราะความสนุกและต้องการจะทดลองใช้สักครั้ง และ Hoyer และ Macinnis (2001) ยังกล่าวถึงกลุ่มผู้สูงอายุรุ่นใหม่

ว่าให้ความสนใจกับการใช้อินเทอร์เน็ต โดยกล่าวว่าร้อยละ 36 ของผู้บริโภครุ่นสูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 50-64 ปีในอเมริกา มีคอมพิวเตอร์เป็นของตนเอง

Mowen and minor (1998) กล่าวถึงความแตกต่างระหว่างผู้บริโภครุ่นสูงอายุกับผู้สูงอายุก่อนหน้านี้ ผู้บริโภครุ่นสูงอายุมีอายุต่ำกว่า 16 ปีสองประเด็นคือ ประเด็นแรกผู้สูงอายุก่อนหน้านี้มีการประมวลข้อมูลที่รับมาไม่ดีเท่ากับผู้บริโภครุ่นสูงอายุเนื่องจากสภาพร่างกายที่เสื่อมลง การมองเห็นได้ไม่ดีเท่าเดิม การตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าแต่ละชนิดจะใช้เวลาในการประมวลข้อมูลที่ลดลง วิธีที่จะช่วยผู้สูงอายุคือการให้เวลาในการประมวลข้อมูลนั้น ๆ เพิ่มขึ้น เช่น สร้างโฆษณาที่มีความยาวมากขึ้น มีพนักงานขายที่สามารถให้คำแนะนำแก่ผู้สูงอายุได้ เป็นต้น

ประเด็นที่สองคือความแตกต่างทางสภาพร่างกายที่เสื่อมลงเรื่อย ๆ ของผู้สูงอายุ ความสามารถในการเดิน เขียน พูด การขับรถลดลง แต่ในเมืองใหญ่ ๆ มีบริษัทที่ให้บริการที่จะช่วยให้ผู้สูงอายุสะดวกสบายขึ้น เช่น การจัดส่งอาหารตามบ้าน บริการทำความสะอาดบ้านและสวน บริการซ่อมแซมต่าง ๆ และบริการด้านดูแลรักษาสุขภาพ เป็นต้น

การเปรียบเทียบนิสัยการบริโภคระหว่างผู้บริโภครุ่นสูงอายุกับผู้บริโภครุ่นสูงอายุก่อนหน้านี้ (Mowen และ Minor, 1988)

1. ลักษณะนิสัยในการซื้อสินค้า

- 1) ผู้สูงอายุมีความถี่ในการซื้อสินค้ามากกว่า
- 2) ผู้สูงอายุใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งน้อยกว่า
- 3) ผู้สูงอายุมักจะใช้คูปองในการซื้อ
- 4) ผู้สูงอายุจะจ่ายเป็นเงินสดมากกว่าใช้บัตรเครดิต
- 5) ผู้สูงอายุจะไปซื้อที่ร้านขายส่งที่ลดราคา (discount store) น้อยกว่า

2. ลักษณะนิสัยในการเปิดรับสื่อ

- 1) ผู้สูงอายุดูโทรทัศน์มากโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงกลางวัน
- 2) ผู้สูงอายุอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า
- 3) ผู้สูงอายุฟังวิทยุน้อยกว่า

3. สิ่งที่ผู้สูงอายุต้องการจากผู้ขาย

- 1) การบริการที่สุภาพอ่อนโยน มีมารยาท
- 2) การช่วยเหลือดูแลเป็นการส่วนตัว (Personal Assistance)
- 3) การบริการจัดส่งสินค้าถึงบ้าน
- 4) ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ม้านั่ง

จากแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร และแนวคิดเกี่ยวกับตลาดผู้สูงอายุ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ผู้สูงอายุคือบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร (ผู้สูงอายุ) ที่ผู้วิจัยมุ่งในการศึกษาได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ส่วนตัว ระดับการศึกษา สถานภาพ ศาสนาและที่อยู่อาศัย ซึ่งลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านที่อยู่อาศัยผู้วิจัยได้เพิ่มเป็นตัวแปรในการศึกษาอีก 1 ตัวแปร เหตุผลเนื่องจาก วิจัยสนใจลักษณะทางภูมิศาสตร์ของประชากรผู้สูงอายุในจังหวัดภูเก็ต ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน อาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน และอาจส่งผลให้ผู้สูงอายุมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันไปด้วย



แผนภาพที่ 2.4 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้สูงอายุ

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุคี ศิริวงศ์พากร (2556) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการพึ่งตนเองของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับผู้สูงอายุพบว่าส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรทัศน์เป็นประจำเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงนานๆครั้งเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์นานๆครั้งเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตนานๆเปิดรับสื่อกิจกรรมนานๆครั้งและเปิดรับสื่อบุคคลบ่อยครั้งและมีความสามารถในการพึ่งตนเองของผู้สูงอายุในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าการศึกษารายได้และจำนวนสมาชิกในครอบครัวต่างกันความสามารถในการพึ่งตนเองของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมี

นัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนเพศและสถานการณ์พักอาศัยต่างกันความสามารถในการพึ่งตนเองของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกันและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผู้สูงอายุจากทุกสื่อได้แก่วิทยุโทรทัศน์วิทยุกระจายเสียงสิ่งพิมพ์อินเทอร์เน็ตสื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการพึ่งตนเองของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วรณารถ ดวงอุดม (2555) ได้ศึกษาการพัฒนาสื่อที่เหมาะสมกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุผลการศึกษาพบว่าคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุใน 2 จังหวัดมีทั้งที่เหมือนและแตกต่างกันโดยส่วนใหญ่คุณภาพชีวิตด้านร่างกายเหมือนกันส่วนที่แตกต่างกันคือด้านจิตใจอารมณ์และสังคมพบว่าสื่อวิทยุวิทยุชุมชนโทรทัศน์มีบทบาทต่อการพัฒนาชีวิตผู้สูงอายุโดยรวมสื่อเพื่อผู้สูงอายุยังมีไม่เพียงพอและขาดความน่าสนใจสื่อที่มีความเหมาะสมกับผู้สูงอายุควรสามารถตอบสนองการใช้ประโยชน์ของผู้สูงอายุในด้านต่างๆได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ประโยชน์ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้สำหรับคุณลักษณะของผู้จัดรายการมีความสำคัญ เช่นเดียวกันในงานวิจัยได้สรุป คุณลักษณะของผู้จัดรายการที่เหมาะสมไว้หลายประการประเภทของสื่อและระยะเวลาที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุทั้ง 2 จังหวัดมีทั้งส่วนที่เหมือนและแตกต่างกันโดยกรุงเทพฯผู้สูงอายุใช้สื่อโทรทัศน์มากที่สุดส่วนจังหวัดแพร่ใช้ สื่อวิทยุมากที่สุดส่วนระยะเวลาในการรับชมของผู้สูงอายุพบว่าทั้ง 2 จังหวัดมีความเห็นเหมือนกันในอันดับแรกโดยช่วงเวลาที่เหมาะสมคือเวลาเช้ารองลงมามีความต่างกันในกรุงเทพฯคือเวลาเย็นและเวลาเช้ามืดส่วนในจังหวัดแพร่คือหัวค่ำและช่วงเวลาเย็นนอกจากนี้งานวิจัยยังได้วิเคราะห์ สื่อที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ ทางด้านเนื้อหาของสื่อโดยได้วิเคราะห์ประมวล ทั้งเนื้อหาที่สอดคล้องกับความต้องการเนื้อหาที่สื่อควรระมัดระวังในการนำเสนอต่อครอบครัวและสังคมในประเด็นผู้สูงอายุและยังพบว่าการตอบสนองของภาครัฐและสื่อยังไม่ความสอดคล้องกับ ความต้องการของสังคมการบูรณาการด้านสื่อและนโยบายที่เตรียมรองรับเพื่อก้าวสู่สังคม ผู้สูงอายุยังไม่เพียงพอและควรให้มีสื่อสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เตรียมก้าวสู่ผู้สูงอายุด้วย

อารดา ธีระเกียรติกำจร (2554) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลสุเทพ อำเภอ จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 60-74 ปี สมรสและคู่สมรสยังมีชีวิตอยู่ มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ก่อนอายุ 60 ปี ประกอบอาชีพหลักมีรายได้ไม่แน่นอน เช่น รับจ้างทั่วไป แม่บ้าน เป็นต้น

นครไทย จันสวัสดิ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ในโครงการหลักประกันคุณภาพระดับท้องถิ่นในกลุ่มผู้สูงอายุกรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลวังจี้ใต้ อำเภอคงเจริญ จังหวัดพิจิตร ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ในการดูแลสุขภาพตามหลักโครงการหลักประกันสุขภาพท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 23.9 ระดับปานกลาง ร้อยละ 48.3 และระดับน้อย ร้อยละ 27.8 เมื่อจำแนก

ตามประเภทแหล่งข้อมูลข่าวสาร ผู้สูงอายุรับรู้ข่าวสารจาก อสม. มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมา เจ้าหน้าที่สาธารณสุข (หมออนามัย) (ค่าเฉลี่ย 4.19) และแผนพับ (ค่าเฉลี่ย 3.09) ผู้สูงอายุมีความรู้เกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ในการดูแลสุขภาพขั้นพื้นฐานในโครงการหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 26.8 ระดับปานกลาง ร้อยละ 51.2 และระดับน้อย ร้อยละ 22.0 ที่ระดับนี้สำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้คือ “การรับรู้ข่าวสารที่มีความสัมพันธ์กับความรู้ในการดูแลสุขภาพตามโครงการหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่น” จากผลการศึกษา พบว่า ผู้สูงอายุมีการรับรู้ข่าวสารจากสื่อบุคคลมากที่สุด ดังนั้นควรมีการประชุมชี้แจงหรือพัฒนาศักยภาพของสื่อบุคคลในเรื่อง สิทธิประโยชน์ในโครงการหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่นในกลุ่มผู้สูงอายุเพื่อจะได้ให้ข้อมูลแก่ผู้สูงอายุได้อย่างถูกต้อง

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ และคณะ (2552) วิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับความต้องการการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์ของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานครผลการวิจัยพบว่าผู้สูงวัยมีใช้เวลาในการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์ค่อนข้างมากคือ 3 ชั่วโมงเพื่อค้นหารายการที่ตรงกับความต้องการของตนเองซึ่ง ผลการวิจัยปรากฏว่ารายการที่กลุ่มผู้สูงวัยรับชมมากที่สุดได้แก่ “ข่าว” โดยวัตถุประสงค์ในการรับชมสื่อโทรทัศน์ของผู้สูงอายุคือชมเพื่อความบันเทิงและเพื่อเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารเพราะคนวัยนี้จะมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสังคมน้อยลงดังนั้นโทรทัศน์จึงเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญของผู้สูงอายุเมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจพบว่าการดูรายการโทรทัศน์ของผู้สูงวัยมีข้อจำกัดเมื่อผู้สูงวัยพอใจแล้วก็จะลดการดูโทรทัศน์ลงและอาจหาความพึงพอใจจากกิจกรรมอื่นๆ เพิ่มเติมซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าโทรทัศน์อาจไม่สามารถตอบรับกับความต้องการของผู้สูงวัยได้เสียทั้งหมด

สุรเดช สำราญจิต (2550) ศึกษาเรื่อง วิถีชีวิตของผู้สูงอายุเขตเมืองภาคกลางในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า วิถีชีวิตของผู้สูงอายุเขตเมืองภาคกลางในประเทศไทย ประกอบด้วย 12 แบบ แบบใช้สติปัญญา แบบเฝ้าระวังสุขภาพ แบบทำกิจกรรม แบบออกกำลังกาย แบบสร้างความสัมพันธ์ แบบวางแผนชีวิต แบบดูแลครอบครัว แบบรื่นเริง แบบทำงาน แบบสนใจอาหารและโภชนาการ แบบติดตามข่าวสารและแบบเคลื่อนย้ายตามในการทดสอบความสัมพันธ์ การเข้าถึงแหล่งบริการทางสุขภาพของรัฐ มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของผู้สูงอายุ 11 แบบ รองลงมาเป็นบทบาทในครอบครัวที่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิต 10 แบบ และสถานภาพสมรสของผู้สูงอายุ มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตน้อยสุด 3 แบบ คือ วิถีชีวิตแบบเฝ้าระวังสุขภาพ แบบวางแผนชีวิต และแบบดูแลครอบครัว และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน พบว่า บทบาทในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตแบบวางแผนชีวิตมากที่สุด และพบว่า บทบาทในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตแบบติดตามข่าวสารน้อยที่สุด เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยการอธิบาย พบว่า ลักษณะส่วนบุคคลคือ เพศ อายุ การปฏิบัติกิจทางศาสนา สถานภาพสมรส บทบาทในครอบครัว การสนับสนุนทางสังคม การเข้าถึงแหล่งบริการทางสุขภาพ

ของรัฐ การรับรู้ภาวะชราภาพ ทั้งหมดสามารถอธิบายการผันแปรของวิถีชีวิตของผู้สูงอายุเขตเมือง แบบทำกิจกรรมมากที่สุดร้อยละ 21.9 รองลงมาเป็น เฝ้าระวังสุขภาพ ร้อยละ 19.50 แบบสร้างความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 19.40 แบบวางแผนชีวิตได้ร้อยละ 19.20 แบบใช้สติปัญญาร้อยละ 18.30 แบบทำงานร้อยละ 11.70 แบบออกกำลังกายร้อยละ 11.40 แบบรื่นเริงร้อยละ 10.80 แบบสนใจอาหารและโภชนาการ ร้อยละ 10.20 แบบดูแลครอบครัวร้อยละ 8.10 และแบบคล้อยตาม ร้อยละ 5.70

เสาวคนธ์ พนมเริงศักดิ์ (2549) ได้ศึกษาการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอเมือง จังหวัดเลย พบว่า ส่วนใหญ่ผู้สูงอายุมีสถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับประถมศึกษาอยู่ในครอบครัวขยาย ไม่มีหนี้สิน ไม่มีงานทำ ไม่มีตำแหน่งในชุมชนไม่เป็นสมาชิกกลุ่ม มีบุตร 3-4 คน และอยู่นอกเขตเทศบาล ระดับการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุโดยภาพรวม พบว่า ส่วนใหญ่ผู้สูงอายุมีการดำเนินชีวิตในแต่ละด้านอยู่ในระดับนานๆ ครั้ง ค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความพึงพอใจในชีวิต ด้านสุขภาพและรับประทานอาหาร ตามลำดับ ผลเปรียบเทียบความแตกต่าง ในการดำเนินชีวิต ของผู้สูงอายุ พบว่า การดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ แตกต่างตามสถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ลักษณะครอบครัว ภาระหนี้สิน การมีงานทำ ตำแหน่งในชุมชน การเป็นสมาชิกกลุ่ม จำนวนบุตร และที่ตั้งของที่อยู่อาศัย และไม่แตกต่างกันตามเพศ

เลิศหญิง หิรัญโร (2545) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและพฤติกรรมกรบริโภคสินค้าและบริการของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครผลการวิจัยพบว่า ผลการวิจัยพบว่า 1. กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครสามารถแบ่งได้เป็น 8 รูปแบบ คือ 1) กลุ่มอนุรักษ์นิยม 2) กลุ่มชอบกิจกรรม 3) กลุ่มหัวก้าวหน้านักทำทนาย 4) กลุ่มมีความสุขในชีวิต 5) กลุ่มห่วงใยดูแล 6) กลุ่มยึดถือศาสนา 7) กลุ่มพ่อบ้านแม่เรือน 8) กลุ่มมองโลกในแง่ร้าย 2. ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อโทรทัศน์สูงกว่าสื่ออื่นๆ 3. ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมกรบริโภคสินค้าและบริการโดยรวมค่อนข้างต่ำ 4. กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่กลุ่มชอบกิจกรรมกลุ่มหัวก้าวหน้านักทำทนายกลุ่มมีความสุขในชีวิตและกลุ่มห่วงใยดูแล 5. กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรบริโภคสินค้าและบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่กลุ่มอนุรักษ์นิยมกลุ่มชอบกิจกรรมกลุ่มหัวก้าวหน้านักทำทนายกลุ่มมีความสุขในชีวิตกลุ่มห่วงใยดูแลและกลุ่มมองโลกในแง่ร้าย 6. พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมกรบริโภคสินค้าและบริการของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กรกมล บำรุงวัด (2545) ศึกษาเรื่อง สภาพและวิถีชีวิตผู้สูงอายุ ศึกษาเฉพาะผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษา พบว่า ผู้สูงอายุมีภารกิจที่ปฏิบัติ อยู่ประจำและที่ปฏิบัติเป็นส่วน

ใหญ่ คือการทำงานบ้าน ถ้ามีเวลาว่างผู้สูงอายุนิยมที่จะดูโทรทัศน์ ปลูกต้นไม้ เลี้ยงสัตว์ เป็นต้น ผู้สูงอายุมีการออกกำลังกายน้อยและกิจกรรมที่ออกกำลังกายได้คือ การเดินเร็วและแกว่งแขน นอกจากนี้ยังมีการสวดมนต์เป็นประจำ และมีการดูแลสุขภาพร่างกายได้ดี รู้จักเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ รับประทานผักและผลไม้เป็นประจำ มีการรักษาความสะอาดของร่างกายเป็นประจำ เมื่อเจ็บป่วยจะรีบไปพบแพทย์และปฏิบัติตามคำแนะนำของแพทย์ได้ดี ผลการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสภาพและวิถีชีวิต ของผู้สูงอายุ ในเรื่องการรับประทานอาหาร การรักษาความสะอาด การปฏิบัติตามภารกิจประจำวัน และพบว่าผู้สูงอายุ มีการยอมรับภาวะถดถอย อันเกิดจากความเปลี่ยนแปลงของร่างกายและสังคมได้ดี

Davis & French (1989) อ้างอิงใน เลิศหญิง หิรัญโร (2545) เรื่อง Exploring Advertising Usage Segments among the Aged กลุ่มตัวอย่างที่ทำการเก็บข้อมูลเป็นผู้หญิงอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ให้ตอบคำถามที่เกี่ยวกับทัศนคติ ความสนใจและความคิดเห็น พบว่า กลุ่ม Engaged ใช้สื่อที่ให้ข่าวสาร News Media โดยเฉพาะ หนังสือพิมพ์และโทรทัศน์มากที่สุด กลุ่ม Autonomous จะใช้สื่อต่างๆ ในการช่วยตัดสินใจน้อยและกลุ่ม Receptive จะใช้ รายการตลกทางโทรทัศน์มาก นอกจากนี้ยังพบอีกว่ากลุ่มแรกเหมาะแก่การแนะนำสินค้าใหม่ๆ กลุ่มที่สองเป็นกลุ่มที่เข้าถึงยากที่สุด และกลุ่มที่สามเป็นกลุ่มที่มีทัศนคติที่ดีต่อโฆษณามากที่สุด จากข้อมูลที่ได้นี้นักการตลาดและนักโฆษณาสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเข้าถึงผู้บริโภคในกลุ่มต่างๆได้

โครงการวิจัยครบวงจรเรื่องผู้สูงอายุในประเทศไทย มหาวิทยาลัยมหิดล (2538) เรื่อง คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในประเทศไทย ในประเด็นภาวะสุขอนามัยและการดูแลตนเองเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยของผู้สูงอายุ กิจกรรมการที่ได้ออกกำลังกาย ส่วนใหญ่เป็นเรื่องการเลี้ยงสัตว์ การทำความสะอาดบ้าน การทำอาหาร และการเดินเล่น ทั้งนี้เมื่ออายุมากขึ้นสัดส่วนการทำกิจกรรมดังกล่าวก็ยิ่งลดลง และเมื่อดูความแตกต่างระหว่างเพศแล้ว สัดส่วนการทำกิจกรรมระหว่างเพศหญิงและชายจะแตกต่างกันตามลักษณะของงานกล่าวคือ ถ้าเป็นเรื่องการทำอาหาร การทำความสะอาดบ้าน การซักเสื้อผ้า การจ่ายตลาด ส่วนใหญ่จะเป็นงานของผู้สูงอายุหญิง ถ้าเป็นการปลูกไม้ เลี้ยงสัตว์ ซ่อมแซมสิ่งของในบ้าน ส่วนใหญ่จะเป็นงานที่ผู้สูงอายุชายทำ ส่วนกิจกรรมเดินเล่น เลี้ยงหลานหรือทำงานฝีมือ หัตถกรรม พบว่าทั้งสองเพศมีสัดส่วนการทำใกล้เคียงกัน

กิจกรรมที่ทำให้มีปฏิสัมพันธ์กับสังคม เป็นกิจกรรมที่แสดงถึงเครือข่ายทางสังคมที่ ผู้สูงอายุได้เข้าไปเกี่ยวข้องในครอบครัวและชุมชนที่ตนเองอาศัยอยู่ เรื่องของการพูดคุยทั้งในและนอกครอบครัวและการไปงานสังคม ประเพณีงานศพ งานแต่งงานและงานบวชเป็นกิจกรรมที่ผู้สูงอายุทำมา แต่เมื่อยิ่งอายุมากขึ้นสัดส่วนการทำกิจกรรมทุกประเภทยิ่งลดลง เมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างเพศชายเพศหญิงแล้ว ผู้สูงอายุทั้งสองเพศจะทำกิจกรรมที่ทำให้มีปฏิสัมพันธ์กับสังคมไม่แตกต่างกัน

กิจกรรมที่ทำให้ได้พัฒนาจิตใจและเขาวัวปัญญา กิจกรรมประเภทนี้ผู้สูงอายุทำมากในเรื่อง การเล่นเกม การดูโทรทัศน์ การดูทรสพนอกบ้าน ท่องเที่ยว อ่านหนังสือพิมพ์ และที่น่าแปลกคือยิ่งอายุมากขึ้น สัดส่วนการทำกิจกรรมประเภทที่ทำให้ได้พัฒนาจิตใจและเขาวัวปัญญาของผู้สูงอายุยิ่งมากขึ้น แต่ผู้ชาย จะทำกิจกรรมดังกล่าวมากกว่าผู้สูงอายุเพศหญิงเกือบทุกเรื่อง ยกเว้นบางเรื่องที่มีหญิงสูงอายุมีกิจกรรมมากกว่า เช่น การดูทรสพนอกบ้าน การบุญ และการสวดมนต์

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุมีความแตกต่างกัน ไปในแต่ละคน ทั้งในด้านจิตใจ อารมณ์และสังคม การรับสื่อผู้บริโภคสื่อ โทรทัศน์และวิทยุมากที่สุด โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ เหตุผลเพราะต้องการรับชมข่าวสารเพื่อความบันเทิงและเป็นแหล่งข้อมูล ข่าวสารสื่อภายในชุมชน ผู้สูงอายุได้รับสื่อจากบุคคล มากที่สุดเพราะเข้าถึงง่ายที่สุด แต่ยังขาดผู้ให้ ข้อมูลที่ดี บทบาทในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตแบบวางแผนชีวิตมากที่สุดและบทบาทใน ครอบครัวมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตแบบติดตามข่าวสารน้อยที่สุด ผู้สูงอายุมีภารกิจที่ปฏิบัติอยู่ประจำ และที่ปฏิบัติเป็นส่วนใหญ่ คือการทำงานบ้าน ถ้ามีเวลาว่างผู้สูงอายุนิยมที่จะดูโทรทัศน์ ปลูกต้นไม้ เลี้ยงสัตว์ เป็นต้น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสภาพและวิถีชีวิตของผู้สูงอายุในเรื่องการรับประทานอาหาร การรักษาความสะอาด การปฏิบัติตามภารกิจประจำวัน กลุ่ม Engaged ใช้สื่อที่ให้ข่าวสาร (News Media) โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์มากที่สุดกลุ่มAutonomousจะใช้สื่อต่างๆ ในการช่วย ตัดสินใจน้อยและกลุ่มReceptiveจะใช้รายการตลกทางโทรทัศน์มาก

ตารางที่ 2.2 สรุปแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยหรือวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรของงานวิจัย

ประเภทตัวแปร	ตัวแปรที่ใช้ศึกษา	แนวคิด / ทฤษฎี/ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ผู้แต่ง
ตัวแปรอิสระ	ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา สถานภาพ ศาสนา ที่อยู่ อาศัย	<p>วัยสูงอายุหรือวัยชราหมายถึงมนุษย์ที่มี อายุอยู่ในช่วงปลายของชีวิตนิยามของผู้สูงอายุอาจแตกต่างกันไปเมื่อพิจารณาจากแง่มุมต่างๆ อาทิทางชีววิทยา ประชากรศาสตร์การจ้างงานและทางสังคมวิทยาในทางสถิติมักถือว่าผู้ที่อยู่ในวัย สูงอายุคือบุคคลที่มีอายุ60-65ปีขึ้นไปสำหรับประเทศไทยกำหนดไว้ว่า ผู้สูงอายุคือบุคคลที่มีอายุ ตั้งแต่60ปีขึ้นไปประเทศพัฒนาแล้วส่วนใหญ่จะมี สัดส่วนผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งประเทศสูงกว่า ประเทศกำลังพัฒนา สำหรับประเทศไทยมีสัดส่วนของผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ</p> <p>ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 60-74 ปี สมรสและคู่สมรสยังมีชีวิตอยู่ มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี ก่อนอายุ 60 ปี ประกอบอาชีพหลักมีรายได้ไม่แน่นอน เช่น รับจ้างทั่วไป แม่บ้าน เป็นต้น</p>	<p>ศิริพันธ์ ถาวรทวิวงศ์ (2543: 11-12)</p> <p>อารดา ธีระเกียรติกำจร (2554)</p>

ตารางที่ 2.1 สรุปแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยหรือวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรของงานวิจัย (ต่อ)

ประเภทตัวแปร	ตัวแปรที่ใช้ศึกษา	แนวคิด / ทฤษฎี/ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ผู้แต่ง
ตัวแปรอิสระ	<p>พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ</p> <p>ตัวแปร ประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สื่อมวลชน 2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ 3. สื่อเฉพาะกิจ 	<p>ประเภทของสื่อที่ใช้สื่อสารแบ่งออกเป็น 3 ประเภทประกอบด้วย1. สื่อบุคคลเป็นสื่อที่สามารถใช้สื่อสารได้สองทางสามารถโต้ตอบกันได้แต่มักเป็นไปในทางแคบเช่นพนักงานขายพนักงานแนะนำสินค้า เป็นต้น2. สื่อมวลชนได้แก่โทรทัศน์วิทยุหนังสือพิมพ์นิตยสารฯลฯ3. สื่ออิเล็กทรอนิกส์เช่นอินเทอร์เน็ตอีเมลซึ่งมีข้อดีคือให้ข้อมูลข่าวสารได้มากมีภาพเสียงสามมิติมีการเคลื่อนไหวมีภาพเสมือนจริงมีลูกเล่นมากแต่มีข้อเสียคือมีราคาสูงจำนวนผู้รับสารอยู่ในวงแคบจึงเป็นสื่อเพื่อสนองภาพลักษณ์มากกว่า</p> <p>ประเภทของสื่อที่ใช้ในการสื่อสาร สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) สื่อบุคคล หมายถึง ตัวคนที่นำมาใช้ในการสื่อสารกับผู้รับสาร ในลักษณะการเผชิญหน้า การใช้สื่อบุคคลในการสื่อสาร สามารถทำได้ทั้งในรูปของการสนทนา กับผู้รับสารเพียงคนเดียวหรือในรูปของการประชุมกลุ่มซึ่งประกอบไปด้วยผู้รับสารมากกว่า 1 คนก็ได้ 2) สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งประกอบด้วยคนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว ภายในเวลาที่ใกล้เคียงกัน และทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ฝังแน่นได้ โดยทั่วไปสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์วิทยุ 	<p>เสรีวงษ์มณฑา, (2540)</p> <p>Searad, 1995 (อ้างใน ลัดดา จิตคุตตานนท์, 2542)</p>

ตารางที่ 2.1 สรุปแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยหรือวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรของงานวิจัย (ต่อ)

ประเภทตัวแปร	ตัวแปรที่ใช้ศึกษา	แนวคิด / ทฤษฎี/ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ผู้แต่ง
ตัวแปรตาม	รูปแบบการดำเนินชีวิต ประกอบด้วย กิจกรรม (Activity) ความสนใจ (Interest) และความ คิดเห็น (Opinion)	<p>นิตยสารและภาพยนตร์</p> <p>3) สื่อเฉพาะกิจ หมายถึงสื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะและมีเนื้อหาหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม สื่อประเภทนี้ได้แก่ หนังสือ คู่มือ จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ ภาพนิทรรศการ เป็น</p> <p>ศาสตร์ที่ใช้ในการวัดและแบ่งกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีนั้นมีหลายศาสตร์ อาทิเช่น AIOs ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรม (Activity), ความสนใจ (Interest) โดย และความคิดเห็น (Opinion) นิยามว่า</p> <p>กิจกรรม คือ การที่ผู้บริโภคใช้เวลาอย่างไรบ้าง, ความสนใจ คือ อะไรคือสิ่งที่มีความสำคัญสำหรับเขา และความคิดเห็น คือ การที่เขามองตนเองและโลกรอบๆ</p> <p>กิจกรรม คือ การกระทำที่สามารถวัดได้ เช่น การดูโทรทัศน์ การไปซื้อของหรือการคุยกับเพื่อนบ้าน ถึงแม้ว่าการกระทำจะเป็นสิ่งที่สามารถสังเกตเห็นได้ แต่เหตุผลเบื้องหลังการกระทำล้วนเป็นอัตวิสัยที่ไม่สามารถ</p>	<p>ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538)</p> <p>Tigert (1971, cited in Gunter & Furnham, 1992)</p> <p>Reynolds & Darden (1974, cited in Gunter & Fumbam, 1992)</p>

ตารางที่ 2.1 สรุปแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยหรือวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรของงานวิจัย (ต่อ)

ประเภทตัวแปร	ตัวแปรที่ใช้ศึกษา	แนวคิด / ทฤษฎี /งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ผู้แต่ง
		<p>วัดได้โดยตรง ความสนใจ คือระดับของความตื่นตัวที่ได้ให้ความใส่ใจ (Attention) กับประเด็นหรือหัวข้อต่างๆ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวและ</p> <p>ความคิดเห็น คือ คำพูดหรือการเขียนคำตอบซึ่งบุคคลตอบสนองต่อคำถามในสถานการณ์ที่เป็นสิ่งเร้า</p> <p>คำจำกัดความของกิจกรรม (Activity) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinion) ไว้ว่า</p> <p>กิจกรรม หมายถึง การซื้อสินค้าหรือการคุยกับเพื่อนบ้าน เกี่ยวกับบริการใหม่ๆ ซึ่งแม้ว่าการแสดงออกเหล่านั้นจะสามารถสังเกตได้ แต่ก็เป็นเรื่องยากที่จะวัดถึงเหตุผลของการกระทำโดยตรง</p> <p>ความสนใจ เป็นความสนใจในบางวัตถุประสงค์ บางสถานการณ์ หรือบางเรื่อง ซึ่งหมายถึง ระดับความตื่นตัวที่เกิดขึ้น พร้อมกับ</p> <p>ความเอาใจใส่พิเศษ หรือเอาใจใส่แบบต่อเนื่อง</p> <p>ความคิดเห็นเป็น “คำตอบ” เป็นคำตอบของแต่ละบุคคลในการตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้น ซึ่งเปรียบเสมือนเป็น “คำถาม” ในลักษณะของการตีความ การคาดหวัง และการประเมินผลดีและผลเสียของการเลือกที่จะกระทำการใดสิ่งหนึ่ง</p>	<p>Reynolds และ Darden (อ้างใน Engel, Blackwell, และ Miniard,1993)</p>

ตารางที่ 2.1 สรุปแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยหรือวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรของงานวิจัย (ต่อ)

ประเภทตัวแปร	ตัวแปรที่ใช้ศึกษา	แนวคิด / ทฤษฎี / งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ผู้แต่ง
ตัวแปรตาม	<p>องค์ประกอบของกิจกรรม ได้แก่ งานงานอดิเรก กิจกรรมทางสังคมการพักผ่อนการบันเทิงการเป็นสมาชิกชมรมชุมชนซื้อปลีกกีฬา</p> <p>องค์ประกอบของ ความสนใจ ได้แก่ ครอบครัว บ้านงานชุมชนสันตนาการ แ พ ชั น อ า ห า ร สื่ อ ความสำเร็จ</p> <p>องค์ประกอบของ ความคิดเห็น ได้แก่ ตัวเอง ประเด็นทางสังคม การเมืองธุรกิจเศรษฐกิจ การศึกษาสินค้าอนาคต วัฒนธรรม</p>	<p>ลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle หรือ AIOs Framework) ด้านกิจกรรม (Activity) ประกอบด้วย งานงานอดิเรกกิจกรรมทางสังคมการพักผ่อนการบันเทิงการเป็นสมาชิกชมรมชุมชนซื้อปลีกกีฬาด้านความสนใจ (Interest) ประกอบด้วย ครอบครัวบ้านงานชุมชนสันตนาการแพชชั่นอาหารสื่อ ความสำเร็จ ด้านความคิดเห็น (Opinion) ประกอบด้วยตัวเองประเด็นทางสังคมการเมืองธุรกิจเศรษฐกิจการศึกษาสินค้าอนาคตวัฒนธรรม</p>	<p>Plummer, J. T. (1974) .The Concept and Application of Lifestyle Segmentation. Journal of Marketing. 38, pp. 33-37.</p>

สรุปเข้าสู่ประเด็นปัญหาการวิจัย

รายงานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของบริโภคผู้สูงอายุจังหวัดภูเก็ต ในการดำเนินการผู้วิจัยได้พบทบทวนวรรณกรรม เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยเกี่ยวข้อง โดยศึกษาจาก แนวคิดด้านปัจจัยส่วนบุคคล (ศิริพันธ์ ถาวรทวิวงศ์, 11-12 และอารดา ธีระเกียรติกำจร, 2554) แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (เสรี วงษ์มณฑา, 2540, อ่างถึงใน ลัดดา จิตคุตตานนท์, 2542) แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538, Tigert 1971, cited in Gunter & Furnham, 1992 ,Reynolds and Darden 1974, cited in Gunter & Fumbam, 1992 ,Reynolds and Darden อ่างถึงใน Engel, Blackwell, and niard,1993 ,Plummer,J.T., 1974) และได้กำหนดตัวแปรในการศึกษาและเพื่อจะได้ทราบความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านการบริโภคของผู้สูงอายุจังหวัดภูเก็ต โดยผู้วิจัยได้สร้างกรอบแนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรมและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปดังต่อไปนี้

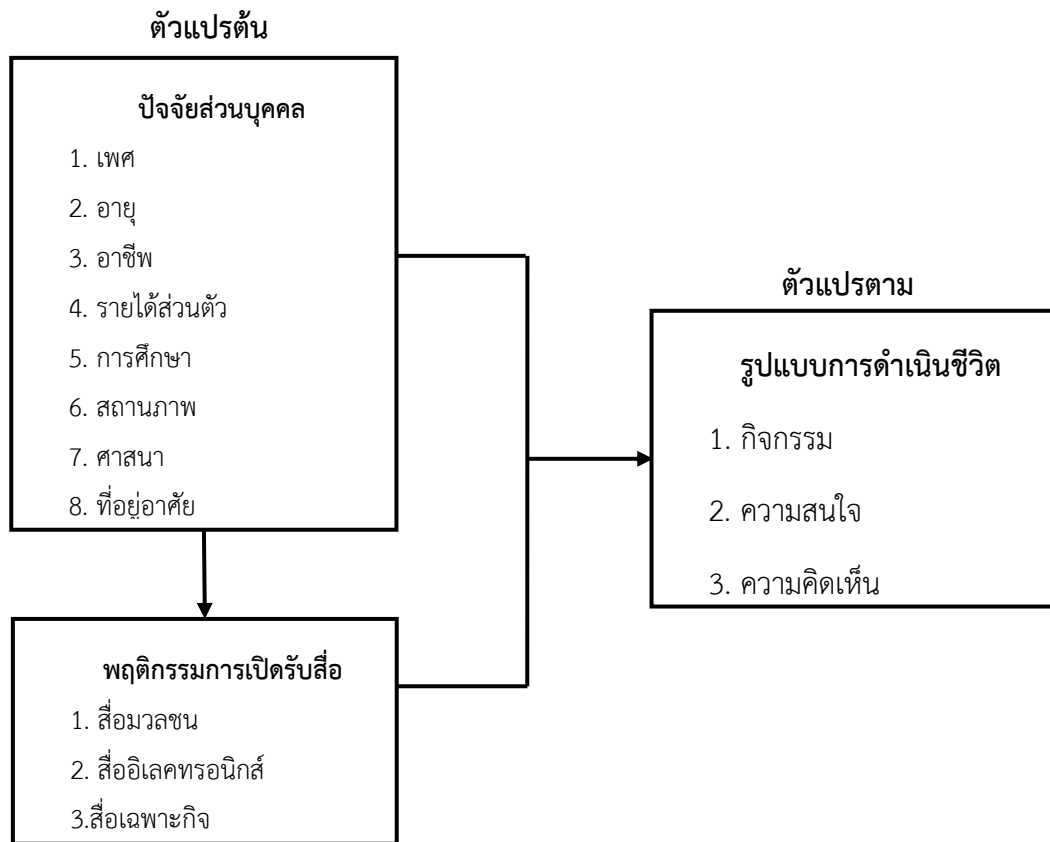
ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ประกอบด้วย 1) ตัวแปรด้านปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา สถานภาพ ศาสนาและที่อยู่อาศัย 2) ตัวแปรด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ มี 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มสื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร 2) กลุ่มสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต อีเมลล์ ข้อความจากโทรศัพท์มือถือ (SMS,MMS) ไลน์ (Line) เฟซบุ๊ก (Facebook) 3) กลุ่มสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ ประกอบด้วย แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง/บิลบอร์ด งานแสดงสินค้า สื่อในโรงภาพยนตร์ จดหมายตรง แคมเปญสื่อ

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ รูปแบบการดำเนินชีวิต ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ 1) ด้านกิจกรรม มีองค์ประกอบย่อย 9 รายการ ได้แก่ ด้านการทำงาน งานอดิเรก กิจกรรมทางสังคม การพักผ่อน บันทึกลง การเป็นสมาชิกชมรม ชุมชน ซ้อมปิ้ง กีฬา 2) ด้านความสนใจ มีองค์ประกอบย่อย 9 รายการ ได้แก่ ด้านครอบครัวบ้านงานชุมชนสนทนาการแพ้น้ำอาหารสื่อความสำเร็จและ 3) ด้านความคิดเห็น มีองค์ประกอบย่อย 9 รายการ ได้แก่ ด้านตัวเอง ประเด็นทางสังคม การเมือง ธุรกิจ เศรษฐกิจ การศึกษา สินค้า อนาคต วัฒนธรรม

จากแนวคิดเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ในประเทศไทยกำหนดไว้ว่าผู้สูงอายุคือบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร (ผู้สูงอายุ) ที่ผู้วิจัยมุ่งในการศึกษาได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้

ส่วนตัว ระดับการศึกษา สถานภาพ ศาสนาและที่อยู่อาศัย ซึ่งลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านที่อยู่อาศัย ผู้วิจัยได้เพิ่มเป็นตัวแปรในการศึกษาอีก 1 ตัวแปร เหตุผลเนื่องจาก ผู้วิจัยสนใจลักษณะทางภูมิศาสตร์ของ ประชากรผู้สูงอายุในจังหวัดภูเก็ต ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน อาจส่งผลต่อพฤติกรรมการ เปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน และอาจส่งผลให้ผู้สูงอายุมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันไปด้วย ปัจจุบันนี้ ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการซื้อที่เปลี่ยนไป สำหรับในด้านลักษณะนิสัยในการซื้อสินค้าเวลาในการประมวล ข้อมูลสินค้าลดลง ผู้สูงอายุมีความถี่ในการซื้อสินค้ามากกว่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งน้อยกว่า มักจะใช้ คุปองในการซื้อ จะจ่ายเป็นเงินสดมากกว่าใช้บัตรเครดิตจะไปซื้อที่ร้านขายส่งที่ลดราคา (discount store) น้อยกว่า โดยคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุจะสะท้อนออกมาในรูปแบบของ การกิจกรรม ความสนใจ และการแสดงความคิดเห็นต่อสิ่งต่างๆ

จากการศึกษาผู้วิจัยสามารถสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปร ต่างๆ ดังแผนภาพที่ 2.6



แผนภาพที่ 2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในจังหวัดภูเก็ต โดยเนื้อหาของบทนี้เป็นการอธิบายถึงวิธีดำเนินการวิจัยสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งใช้รูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประกอบด้วยวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือในการวิจัย
3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ศึกษาในครั้งนี้ได้แก่ ผู้สูงอายุตั้งแต่อายุ 60 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ใน อำเภอเมือง ภูเก็ต อำเภอกะทู้ และอำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต จำนวน 42,191คน (ที่มา: สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต 2553 [ระบบออนไลน์]).

กลุ่มตัวอย่าง การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973 อ้างถึงใน ชีรวิทย์ เอกะกุล, 2543) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับค่าคลาดเคลื่อน (e) ที่ 5% จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400คน **วิธีการสุ่มตัวอย่าง** ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยใช้ตัวแปรด้านที่อยู่อาศัยเป็นเกณฑ์ในการจำแนก ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอกะทู้ อำเภอถลาง และจากนั้นผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วน (Proportional Allocation) ของประชากรแต่ละอำเภอเพื่อให้ได้จำนวนที่เหมาะสมและครอบคลุมลักษณะประชากร จากนั้นใช้วิธีการสุ่มแบบอย่างง่าย (Simple Sampling) เป็นขั้นตอนต่อไป

ตารางที่ 3.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอำเภอ

ผู้สูงอายุ	จำนวนประชากร (คน)	สัดส่วนประชากร (%)	กลุ่มตัวอย่าง (400 คน)
อำเภอเมือง	24,417	57.9	232
อำเภอกะทู้	7,499	17.8	71
อำเภอถลาง	10,276	24.4	97
รวม	42,192	100	400

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยค้นคว้าจากตำราต่างๆ และพัฒนามาจากงานวิจัยเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้หญิงวัยทำงานที่มีสถานภาพโสดในกรุงเทพมหานคร ของพนิดาหอมบุญยงค์ (2552) พร้อมคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญด้านวิจัยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นผู้วิจัยได้แบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) มีทั้งหมด 8 ข้อประกอบด้วย เพศอายุอาชีพรายได้การศึกษาสถานภาพศาสนาที่อยู่อาศัย

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert Scale) มี 3กลุ่มประกอบด้วยพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อเฉพาะกิจ จำนวน 16 รายการ

ตอนที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกรรมต่างๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert Scale) มี 9 ด้านประกอบด้วยการทำงาน งาน อดิเรก กิจกรรมทางสังคม การพักผ่อนการบันเทิง การเป็นสมาชิกชมรมชุมชน ซื่อปึงและกีฬา รวมจำนวน 27รายการ

ตอนที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจต่างๆ ของ ผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert Scale) มี 9 ด้าน ประกอบด้วย ครอบครัว บ้าน งาน ชุมชน สันทนาการ แฟชั่น อาหาร สื่อ ความสำเร็จ รวมจำนวน 27รายการ

ตอนที่ 5 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่างๆ ของผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะแบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของ

การประเมินเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) มี 9 ด้าน ประกอบด้วย ตัวเองประเด็นทางสังคมการเมืองธุรกิจเศรษฐกิจการศึกษาสินค้าอนาคตวัฒนธรรม รวมจำนวน 27 รายการ

เกณฑ์การให้คะแนน ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

1. ด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ การเปิดรับสื่อใช้มาตราวัดระดับความถี่ Rating Scale 5 ระดับ คือ

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ	ค่าน้ำหนักคะแนนของคำตอบ
เปิดรับบ่อยมาก	5 คะแนน
เปิดรับค่อนข้างบ่อย	4 คะแนน
เปิดรับบ้างครั้ง	3 คะแนน
นานๆ เปิดรับที	2 คะแนน
ไม่เปิดรับเลย	1 คะแนน

2. รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมต่าง ๆ ใช้มาตราวัดระดับความถี่ Rating Scale 5 ระดับ คือ

ระดับความถี่ในกิจกรรมต่างๆ	ค่าน้ำหนักคะแนนของคำตอบ
ทำเป็นประจำ	5 คะแนน
ทำค่อนข้างบ่อย	4 คะแนน
ทำบ้างไม่ทำบ้าง	3 คะแนน
นานๆ ทำที	2 คะแนน
ไม่ทำเลย	1 คะแนน

3. รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจต่างๆ ใช้มาตราวัดระดับความถี่ Rating Scale 5 ระดับ คือ

ระดับความสนใจในกิจกรรมต่างๆ	ค่าน้ำหนักคะแนนของคำตอบ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5 คะแนน
เห็นด้วย	4 คะแนน
เฉยๆ ไม่แน่ใจ	3 คะแนน
ไม่ค่อยเห็นด้วย	2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1 คะแนน

4. รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่างๆ ใช้มาตราวัดระดับความถี่ Rating Scale 5 ระดับ คือ

ระดับความคิดเห็นด้านต่างๆ	ค่าน้ำหนักคะแนนของคำตอบ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5 คะแนน
เห็นด้วย	4 คะแนน

เฉยๆ ไม่แน่ใจ	3	คะแนน
ไม่ค่อยเห็นด้วย	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน

3. การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

จากการที่ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม (Review Literature) พร้อมทั้งสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework) ได้สรุปตัวแปรต่างๆ พร้อมวัตถุประสงค์และแบบสอบถามให้กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของข้อมูล โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ที่มีเกณฑ์ในการพิจารณาให้คะแนนดังนี้ (Rovinelli and Hambleton, 1977: 49-60)

โหดคะแนน+1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามสามารถวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

โหดคะแนน0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามสามารถวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

โหดคะแนน -1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามไม่สามารถวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ผลการทดสอบหาค่า (Index of Item Objective Congruence: IOC) มีดังนี้

ตารางที่ 3.2 ผลการทดสอบหาค่า IOC จำแนกตามประเภทตัวแปร

ประเภทตัวแปร	ชื่อตัวแปร	ตัวแปรย่อย	จำนวน (ข้อ)	ค่า IOC
ตัวแปรอิสระ	พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ	กลุ่มสื่อมวลชน	4	1.00
		กลุ่มสื่ออิเล็กทรอนิกส์	6	1.00
		กลุ่มสื่อเฉพาะกิจ	8	1.00
		รวม	18	1.00
ตัวแปรตาม	รูปแบบการดำเนินชีวิต	ด้านกิจกรรม	29	0.72
		ด้านความสนใจ	30	0.84
		ด้านความคิดเห็น	29	0.84
		รวม	88	0.86
รวมค่า IOC			106	0.82

ค่า (Index of Item Objective Congruence: IOC) เท่ากับ 0.82 ดัชนีความสอดคล้องเป็นที่ยอมรับได้ สามารถนำไปใช้ได้

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ หลังจากที่ได้ผู้วิจัยได้ปรับข้อแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว และได้นำไปปรับปรุงแก้ไขแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาทดสอบคุณภาพเครื่องมือกับประชากรที่

ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Chronbach's Alpha Coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550, หน้า33)

สำหรับการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามได้ทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างและคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ แล้วทำการเปรียบเทียบเกณฑ์การประเมิน (สิน พันธุ์พินิจ, 2549) ดังนี้

ระดับความเชื่อมั่น	เกณฑ์การประเมิน
0.80 – 1.00	มีความเชื่อถือได้สูงมาก
0.60 – 0.79	มีความเชื่อถือได้ค่อนข้างสูง
0.40 – 0.59	มีความเชื่อถือได้ปานกลาง
0.20 – 0.39	มีความเชื่อถือได้ต่ำ
0.01 – 0.19	มีความเชื่อถือได้ต่ำมาก

ตารางที่ 3.4 ผลการทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Chronbach's alpha Coefficient)

ประเภทตัวแปร	ชื่อตัวแปร	ตัวแปรย่อย	จำนวน (ข้อ)	ค่า Chronbach's Alpha Coefficient
ตัวแปรอิสระ	พฤติกรรม การเปิดรับสื่อ	กลุ่มสื่อมวลชน	4	0.72
		กลุ่มสื่ออิเล็กทรอนิกส์	6	0.70
		กลุ่มสื่อเฉพาะกิจ	8	0.88
ตัวแปรตาม	รูปแบบการดำเนินชีวิต	ด้านกิจกรรม	29	0.74
		ด้านความสนใจ	30	0.74
		ด้านความคิดเห็น	29	0.82
รวม			106	0.78

ความเชื่อมั่น (Reliability) โดยรวม เท่ากับ 0.93 ของเครื่องมือวิจัยอยู่ในระดับ มีความเชื่อถือค่อนข้างสูง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูล จากแบบสอบถามโดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ ทั้ง 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอกะทู้ อำเภอกลาง ตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 แต่งตั้งผู้ช่วยวิจัยและประชุมชี้แจงรายละเอียด

แต่งตั้งผู้ช่วยวิจัย ทั้งหมด 5 คน ซึ่งเป็นนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่มีใจรักในงานวิจัยและมีความรู้ความเข้าใจในการทำวิจัยเป็นอย่างดีจากนั้นนัดประชุมชี้แจงรายละเอียดเพื่อทำความเข้าใจ ในการเตรียมตัวเก็บข้อมูลภาคสนาม

ขั้นตอนที่ 2 การดำเนินการเก็บข้อมูลภาคสนาม

กำหนดพื้นที่ในการเข้าเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยเก็บข้อมูลตามวิธีการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ชุด เก็บจริงเพิ่มอีก 10 เปอร์เซนต์เพื่อเป็นข้อมูลสำรองรวมทั้งเป็นจำนวน 440 ชุด ในการดำเนินการภาคสนามจะครอบคลุมพื้นที่ทั้ง 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง จำนวนแบบสอบถามที่เก็บ 255 ชุด จำนวนผู้ช่วย 3 คน อำเภอกะชู้ จำนวนแบบสอบถาม 78 ชุด ผู้วิจัยจำนวน 1 คน และอำเภอดง จำนวน 107 ชุด ผู้วิจัยจำนวน 1 คน ระยะเวลาในการเก็บ เป็นเวลา 4 สัปดาห์

ขั้นตอนที่ 3 การตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล

หลังจากดำเนินการเก็บข้อมูลภาคสนาม ผู้วิจัยเป็นผู้รวบรวมแบบสอบถามเพื่อนำมาตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล หากมีข้อมูลที่ไม่ครบถ้วนหรือไม่สมบูรณ์จะใช้ข้อมูลได้สำรองไว้แทนชุดข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ ซึ่งผลจากการตรวจสอบข้อมูลที่ได้รับมาและตัดข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ออกไป ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์จำนวนทั้งหมด 400 ตามจำนวนขนาดตัวอย่างที่กำหนดไว้

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปในการประมวลผล โดยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาเปลี่ยนเป็นรหัสตัวเลข (Code) แล้วบันทึกลงในโปรแกรม เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1) ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามตอนที่ 1 มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ใช้วิธีหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

2) ข้อมูลพฤติกรรมการเปิดรับสื่อต่างๆ (ความถี่) ของผู้สูงอายุ จากแบบสอบถามตอนที่ 2 ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean: \bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

3) ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมต่างๆ ความสนใจและความเห็นต่างๆ ของผู้สูงอายุ จากแบบสอบถาม ตอนที่ 3-5 ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean: \bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

4) การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ของผู้สูงอายุ จำแนกตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วย t-test สำหรับด้านเพศและศาสนา ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่มสำหรับตัวแปรด้าน อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพและที่อยู่อาศัย กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม จะวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่มเป็นรายคู่อีกครั้งโดยใช้ Scheffe Analysis (ตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1)

5) การเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ ในด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น จำแนกตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วย t-test สำหรับด้านเพศและศาสนา ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่มสำหรับตัวแปรด้าน อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพและที่อยู่อาศัย กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม จะวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่มเป็นรายคู่อีกครั้งโดยใช้ Scheffé Analysis (ตามสมมติฐานข้อที่ 2)

6) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อต่างๆ กับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านการบริโภค โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient:r) (ตามสมมติฐานข้อที่ 3)

7) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุโดยการใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (Dependent Variable) จำนวนหนึ่งตัวแปรกับตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไปเป็นสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานโดยเมื่อทราบค่าตัวแปรหนึ่งก็จะสามารถทำอีกตัวแปรหนึ่งได้ (ตามสมมติฐานข้อที่ 4)

ค่าระดับความสัมพันธ์ของค่าสหสัมพันธ์ (วิเชียรเกตุสิงห์. 2543: 72)

$1 < r < 0$	หมายถึงสัมพันธ์กันเชิงลบ
$0 < r < 1$	หมายถึงสัมพันธ์กันเชิงบวก
$ r = 0.71-1.00$	หมายถึงมีความสัมพันธ์กันระดับสูง
$ r = 0.31-0.70$	หมายถึงมีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง
$ r = 0.01-0.30$	หมายถึงมีความสัมพันธ์กันระดับต่ำ

การกำหนดช่วงคะแนนค่าเฉลี่ยของปัจจัยต่างๆมีดังนี้ (บุญชมศรีสะอาด, 2545)

ช่วงคะแนนของค่าเฉลี่ย		ระดับของปัจจัยต่างๆที่ได้รับ
4.50 – 5.00คะแนน	หมายถึง	ได้รับมากที่สุด
3.50 – 4.49คะแนน	หมายถึง	ได้รับมาก
2.50 – 3.49คะแนน	หมายถึง	ได้รับปานกลาง
1.50 – 2.49คะแนน	หมายถึง	ได้รับน้อย
1.00 – 1.49คะแนน	หมายถึง	ได้รับน้อยที่สุด

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของสูงอายุในจังหวัดภูเก็ตเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติอนุมาน (Reference Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ตามลำดับขั้นตอนต่อไปนี้

1) ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามตอนที่ 1 มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ใช้วิธีหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

2) ข้อมูลพฤติกรรมการเปิดรับสื่อต่างๆ (ความถี่) ของผู้สูงอายุ จากแบบสอบถามตอนที่ 2 ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean: \bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

3) ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ความสนใจและความเห็นต่างๆ ของผู้สูงอายุ จากแบบสอบถาม ตอนที่ 3-5 ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean: \bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

4) การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ของผู้สูงอายุ จำแนกตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล สำหรับด้านเพศและศาสนา ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วย t-test ส่วนด้านอาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพ และที่อยู่อาศัย ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนของตัวแปรเป็นรายกลุ่ม กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่อีกครั้งโดยใช้ Scheffé analysis (ตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1)

5) การเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ของผู้สูงอายุ จำแนกตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล สำหรับด้านเพศและศาสนา ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วย t-test ด้านอาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพและที่อยู่อาศัย ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนของตัวแปรเป็นรายกลุ่ม กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่อีกครั้งโดยใช้ Scheffé Analysis (ตามสมมติฐานข้อที่ 2)

6) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อต่างๆกับรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient: r) (ตามสมมติฐานข้อที่ 3)

7) การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (Dependent Variable) จำนวนหนึ่งตัวแปรกับตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไป เป็นสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานโดยเมื่อทราบค่าตัวแปรหนึ่งก็จะสามารถทำอีกตัวแปรหนึ่งได้ (ตามสมมติฐานข้อที่ 4)

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{x}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t - Distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F - Distribution
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
P	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกค่านัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
a	แทน	ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ
$b_1, b_2 \dots b_k$	แทน	ค่าน้ำหนักคะแนนหรือสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์) ตัวที่ 1 ถึงตัวที่ k ตามลำดับ
Z	แทน	คะแนนพยากรณ์ในรูปของคะแนนมาตรฐาน
$\beta_1, \beta_2 \dots \beta_k$	แทน	ค่าน้ำหนักเบต้าหรือสัมประสิทธิ์การถดถอย
Z1, Z2...Zk	แทน	คะแนนมาตรฐานของตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์) ตัวที่ 1 ถึง ตัวที่k ตามลำดับ
$X_{(tot)}$	แทน	สื่อโดยรวม
$X_{(mass)}$	แทน	สื่อมวลชน
$X_{(electronic)}$	แทน	สื่ออิเล็กทรอนิกส์
$X_{(specialized)}$	แทน	สื่อเฉพาะกิจ

Y _(tot)	แทน	รูปแบบการดำเนินชีวิต
Y _(activities)	แทน	รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม
Y _(interests)	แทน	รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ
Y _(opinions)	แทน	รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1) เพศ		
ชาย	193	48.2
หญิง	207	51.7
รวม	400	100.0
2) อายุ		
60-64 ปี	164	41.0
65-69 ปี	150	37.5
70-74 ปี	62	15.5
75 ปีขึ้นไป	24	6.0
รวม	400	100.0
3) สถานภาพ		
โสด	62	15.5
แต่งงานแล้ว	256	64.0
หย่า	72	18.0
หม้าย	10	2.5
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล (ต่อ)

ข้อมูลทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
4) ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	52	13.0
มัธยมต้น	112	28.0
อนุปริญญา	91	22.8
มัธยมปลาย	108	27.0
ปริญญาตรี	34	8.5
สูงกว่าปริญญาตรี	3	0.8
รวม	400	100.0
5) อาชีพ		
พนักงานบริษัทเอกชน	33	8.3
ค้าขาย/ทำธุรกิจส่วนตัว	167	41.8
ดูแลบ้าน/เกษียณอายุ	170	42.5
ว่างงาน/กำลังหางานใหม่	27	6.8
อื่นๆระบุ	3	.8
รวม	400	100.0
6) รายได้		
ไม่มีรายได้	91	22.8
ไม่เกิน 10,000 บาท	123	30.8
10,001-20,000 บาท	114	28.5
20,001-30,000 บาท	72	18.0
รวม	400	100.0
7) ที่อยู่อาศัย		
อำเภอเมือง	238	59.5
อำเภอกะทู้	73	18.3
อำเภอถลาง	89	22.3
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล (ต่อ)

ข้อมูลทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
8) ศาสนา		
พุทธ	307	76.8
อิสลาม	93	23.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน โดยใช้สถิติพรรณนา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามร้อยละ 51.7 เป็นเพศหญิงมีจำนวน 207 คน เพศชายร้อยละ 48.2 จำนวน 193 คน กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 60-64 ปี และ 65-69 ปี จำนวน 164 และ 150 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 และ 37.5 ตามลำดับ ด้านสถานภาพ ส่วนใหญ่แต่งงานแล้ว จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 รองลงมาได้แก่ หย่า จำนวน 72 คน ร้อยละ 18.0 และ โสด จำนวน 62 คน ร้อยละ 15.5 ด้านระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ศึกษาในระดับมัธยมต้น จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมาได้แก่ ระดับมัธยมปลาย จำนวน 108 คน ร้อยละ 27.0 และระดับอนุปริญญา จำนวน 91 คน ร้อยละ 22.8 ตามลำดับ ด้านอาชีพ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอาชีพดูแลบ้าน/เกษียณอายุ จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมา ค้าขาย/ทำธุรกิจส่วนตัว จำนวน 167 คน ร้อยละ 41.8 ตามลำดับ ด้านรายได้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมามีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 ด้านที่อยู่อาศัย ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จำนวน 238 คนคิดเป็นร้อยละ 59.5 รองลงมาอำเภอกลาง จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 และ อำเภอกะทู้ จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 ตามลำดับ ด้านศาสนา ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 76.8 และศาสนาอิสลาม จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ของผู้สูงอายุ

ตารางที่ 4.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ (ความถี่) ของผู้สูงอายุ

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	S.D.	ระดับ
1. สื่อมวลชน	3.97	.794	มาก
2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์	2.14	.765	น้อย
3. สื่อเฉพาะกิจ	2.63	.978	ปานกลาง
รวม	2.91	.846	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.91 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าสื่อมวลชนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.97 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือสื่อเฉพาะกิจ ค่าเฉลี่ย 2.63 ในระดับปานกลางและสื่อที่ผู้สูงอายุเปิดรับค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ค่าเฉลี่ย 2.14 อยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 4.3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ โดยพิจารณาเป็นรายข้อ ของผู้สูงอายุ

ประเภทสื่อต่างๆ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	S.D.	ระดับ
1. สื่อมวลชน	3.97	0.794	มาก
1.1 โทรทัศน์	4.63	0.711	มากที่สุด
1.2 วิทยุ	3.97	0.983	มาก
1.3 หนังสือพิมพ์	3.91	0.988	มาก
1.4 นิตยสาร	3.47	0.895	ปานกลาง
2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์	2.14	0.765	น้อย
2.1 อินเทอร์เน็ต	2.26	1.229	น้อย
2.2 อีเมลล์	2.07	1.332	น้อย
2.3 ข้อความจากมือถือ	2.73	1.063	ปานกลาง
2.4 ไลน์	2.56	1.512	ปานกลาง
2.5 เฟซบุ๊ก	2.58	1.541	ปานกลาง
3. สื่อเฉพาะกิจ	2.62	0.978	ปานกลาง
3.1 แผ่นพับ	3.15	1.166	ปานกลาง

ตารางที่ 4.3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ โดยพิจารณาเป็นรายข้อ ของผู้สูงอายุ (ต่อ)

ประเภทสื่อต่างๆ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	S.D.	ระดับ
3.2 โปสเตอร์	3.03	1.210	ปานกลาง
3.3 ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	3.72	0.872	มาก
3.4 งานแสดงสินค้า	2.62	1.126	ปานกลาง
3.5 โรงภาพยนตร์	1.62	0.887	น้อย
3.6 จดหมายตรง	2.19	1.185	น้อย
3.7 แคมเปญสื่อ	2.39	1.155	น้อย
รวม	2.91	0.846	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านสื่อมวลชน เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้แก่ โทรทัศน์ ($\bar{X}=4.6$) วิทยุ ($\bar{X}=3.91$) หนังสือพิมพ์ ($\bar{X}=3.91$) และนิตยสาร ($\bar{X}=3.47$) ตามลำดับ ด้านสื่อเฉพาะกิจ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง ($\bar{X}=3.72$) แผ่นพับ ($\bar{X}=3.15$) โปสเตอร์ ($\bar{X}=3.03$) งานแสดงสินค้า ($\bar{X}=2.62$) แคมเปญสื่อ ($\bar{X}=2.39$) จดหมายตรง ($\bar{X}=2.19$) โรงภาพยนตร์ ($\bar{X}=1.62$) ตามลำดับ ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้แก่ ข้อความจากมือถือ ($\bar{X}=2.73$) เพชบุ๊ก ($\bar{X}=2.58$) ไลน์ ($\bar{X}=2.56$) อินเทอร์เน็ต ($\bar{X}=2.26$) อีเมล ($\bar{X}=2.07$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ

ตารางที่ 4.4 รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงด้านต่างๆ

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	S.D.	ระดับ
1. ด้านกิจกรรม (Activities)	3.10	.928	ปานกลาง
2. ด้านความสนใจ (Interests)	3.62	.915	มาก
3. ด้านความคิดเห็น (Opinions)	3.09	.898	ปานกลาง
รวม	3.27	.495	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.27$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจาก-

ค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความสนใจ ($\bar{X}=3.62$) ระดับปานกลาง ด้านกิจกรรม ($\bar{X}=3.10$) ระดับปานกลางและด้านความคิดเห็น ($\bar{X}=3.09$) ระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม (Activities)

กิจกรรม (Activities)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	S.D.	ระดับ
1.การทำงาน (Working)	3.37	.827	มาก
2.งานอดิเรก (Hobbies)	2.19	.954	น้อย
3.กิจกรรมสังคม (Social Event)	3.09	.907	ปานกลาง
4.การใช้เวลาว่าง (Vacation)	2.89	.939	ปานกลาง
5.การพักผ่อน (Entertainment)	3.69	1.002	มาก
6.การเป็นสมาชิก (Club Membership)	2.16	1.059	น้อย
7.การร่วมกิจกรรมชุมชน (Community)	3.21	.877	ปานกลาง
8.การเลือกซื้อ (Shopping)	3.54	.863	มาก
9.กีฬา (Sport)	3.02	.921	ปานกลาง
รวม	3.10	.928	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.5 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม (Activities) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีกิจกรรมในด้านต่างๆ โดยรวมในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.10$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ ด้านการพักผ่อน ($\bar{X}=3.69$) ด้านการเลือกซื้อ ($\bar{X}=3.54$) และด้านการทำงาน ($\bar{X}=3.37$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ (Interests)

ความสนใจ (Interests)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	S.D.	ระดับ
1.ด้านครอบครัว (Family)	3.72	1.026	มาก
2.บ้าน (Home)	4.08	.747	มาก
3.งาน (Job)	3.91	.964	มาก
4.การร่วมกิจกรรมชุมชน (Community)	3.30	.881	ปานกลาง
5.สันทนาการ (Recreation)	3.14	.857	ปานกลาง

ตารางที่ 4.6 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ (Interests) (ต่อ)

ความสนใจ (Interests)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	S.D.	ระดับ
6.เสื้อผ้า (Fashion)	3.77	.968	มาก
7.อาหาร (Food)	3.82	.955	มาก
8.สื่อ (Media)	3.42	.940	ปานกลาง
9.ความสำเร็จ (Achievement)	3.45	.898	ปานกลาง
รวม	3.62	.915	มาก

จากตารางที่ 4.6 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ (Interesting) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจด้านต่างๆ โดยรวมในระดับมาก ($\bar{X}=3.62$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ บ้าน ($\bar{X}=4.08$) งาน ($\bar{X}=3.91$) และอาหาร ($\bar{X}=3.82$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น (Opinions)

ความคิดเห็น (Opinion)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	S.D.	ระดับ
1.ต่อตนเอง (Themselves)	3.83	.915	มาก
2.ปัญหาสังคม (Social Issues)	3.54	.770	มาก
3.การเมือง (Politics)	3.09	1.099	ปานกลาง
4.ธุรกิจ (Business)	3.39	.933	ปานกลาง
5.เศรษฐกิจ (Economics)	2.63	.893	ปานกลาง
6.การศึกษา (Education)	3.87	.638	มาก
7.ผลิตภัณฑ์ (Product)	2.56	1.122	ปานกลาง
8.อนาคต (Future)	2.37	.825	น้อย
9.วัฒนธรรม (culture)	2.58	.885	ปานกลาง
รวม	3.09	.898	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.7 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น (Opinions) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านต่างๆ โดยรวมในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.09$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจาก

ค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ การศึกษา ($\bar{X}=3.87$) ต่อตนเอง ($\bar{X}=3.83$) และปัญหาสังคม ($\bar{X}=3.54$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 วิเคราะห์การเปรียบเทียบพฤติกรรม的开รับสื่อประเภทต่างๆ ของผู้สูงอายุ จำแนกตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 4.8 การเปรียบเทียบพฤติกรรม的开รับสื่อประเภทต่างๆ ของผู้สูงอายุ จำแนกตามเพศ

สื่อประเภทต่าง	ชาย		หญิง		t	P
	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
1. สื่อมวลชน	4.04	.777	3.90	.806	1.737	.083
2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์	3.47	.890	3.47	.902	.060	.952
3. สื่อเฉพาะกิจ	2.66	1.501	2.54	1.551	.160	.873
รวม	3.05	1.204	3.73	.878	.806	.421

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบพฤติกรรม的开รับสื่อประเภทต่างๆ ของผู้สูงอายุ จำแนกตามเพศ พบว่า โดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9 การเปรียบเทียบพฤติกรรม的开รับสื่อประเภทต่างๆ จำแนกตามศาสนา

สื่อประเภทต่าง	พุทธ		อิสลาม		t	P
	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
1. สื่อมวลชน	3.97	.794	3.95	.800	.260	.795
2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์	3.89	.983	3.88	.989	.812	.418
3. สื่อเฉพาะกิจ	2.08	.710	2.34	1.230	-.710	.479
รวม	2.94	1.473	2.56	1.536	.081	.936

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบพฤติกรรม的开รับสื่อประเภทต่างๆ ของผู้สูงอายุ จำแนกตามศาสนา พบว่า โดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 การเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ จำแนกตามอายุ

สื่อประเภทต่างๆ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. สื่อมวลชน	Between Groups	14.090	3	4.697	7.826	.000*
	Within Groups	237.642	396	.600		
	Total	251.732	399			
2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์	Between Groups	7.327	3	2.442	4.279	.005
	Within Groups	226.031	396	.571		
	Total	233.358	399			
3. สื่อเฉพาะกิจ	Between Groups	25.872	3	8.624	9.594	.000*
	Within Groups	355.962	396	.899		
	Total	381.834	399			
รวม	Between Groups	13.974	3	4.658	11.812	.000*
	Within Groups	156.157	396	.394		
	Total	170.131	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ของผู้สูงอายุ จำแนกตามอายุ พบว่า โดยภาพรวมและรายด้านได้แก่ ด้านสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อนำทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 4.11-4.13 ดังนี้

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการเปิดสื่อโดยรวม จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่

อายุ	Mean	60-64 ปี	65-69 ปี	70-74 ปี	75 ปีขึ้นไป
	\bar{X}	3.45	2.71	2.09	2.03
60-64 ปี	3.45	-	0.74	1.36	1.42*
65-69 ปี	2.71		-	0.62	0.68*
70-74 ปี	2.09			-	0.06
75 ปีขึ้นไป	2.03				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.11 เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวมของผู้สูงอายุ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ 75 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวม น้อยกว่ากลุ่มอายุ 60-64 ปี และ 65-69 ปี

ตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชน จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

อายุ	Mean \bar{X}	60-64 ปี	65-69 ปี	70-74 ปี	75 ปีขึ้นไป
60-64 ปี	4.17	-	0.30*	0.37*	0.60*
65-69 ปี	3.87		-	0.07	0.30
70-74 ปี	3.80			-	0.23
75 ปีขึ้นไป	3.57				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.12 เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชนของผู้สูงอายุ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ 60-64 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชนมากกว่ากลุ่มอายุ 65-69 ปี 70-74 ปี และ 75 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

อายุ	Mean \bar{X}	60-64 ปี	65-69 ปี	70-74 ปี	75 ปีขึ้นไป
60-64 ปี	4.16	-	0.45*	0.32	0.41
65-69 ปี	3.71		-	0.13	0.04
70-74 ปี	3.84			-	0.09
75 ปีขึ้นไป	3.75				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.13 เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อเฉพาะกิจของผู้สูงอายุ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ 60-64 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อเฉพาะกิจมากกว่ากลุ่มอายุ 65-69 ปี

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ จำแนกตามสถานภาพ

สื่อประเภทต่างๆ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. สื่อมวลชน	Between Groups	5.229	3	1.743	2.800	.040*
	Within Groups	246.504	396	.622		
	Total	251.732	399			
2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์	Between Groups	.652	3	.217	.370	.775
	Within Groups	232.705	396	.588		
	Total	233.358	399			
3. สื่อเฉพาะกิจ	Between Groups	2.921	3	.974	1.018	.385
	Within Groups	378.913	396	.957		
	Total	381.834	399			
รวม	Between Groups	.352	3	.117	.274	.844
	Within Groups	169.778	396	.429		
	Total	170.131	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ของผู้สูงอายุ จำแนกตามสถานภาพ พบว่า โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายได้ พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ด้านสื่อมวลชน และเมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 4.15 ดังนี้

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทกลุ่มสื่อมวลชน
จำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่

สถานภาพ	Mean \bar{X}	โสด	แต่งงานแล้ว	หย่า	หม้าย
		3.80	4.01	4.00	3.43
โสด	3.80	-	0.21	0.20	0.37
แต่งงานแล้ว	4.01		-	0.01	0.58*
หย่า	4.00			-	0.57*
หม้าย	3.43				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.15 เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชนของผู้สูงอายุ จำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มสถานภาพต่างๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ หม้าย มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชนน้อยกว่าคนที่แต่งงานและหย่า

ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ จำแนกตามระดับการศึกษา

สื่อประเภทต่างๆ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. สื่อมวลชน	Between Groups	7.997	5	1.599	2.586	.026*
	Within Groups	243.735	394	.619		
	Total	251.732	399			
2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์	Between Groups	23.777	5	4.755	8.940	.000*
	Within Groups	209.581	394	.532		
	Total	233.358	399			
3. สื่อเฉพาะกิจ	Between Groups	8.233	5	1.647	1.737	.125
	Within Groups	373.601	394	.948		
	Total	381.834	399			

ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

	สื่อประเภทต่างๆ	Sum of Squares	df	ean Square	F	Sig.
รวม	Between Groups	7.393	5	1.479	3.580	.004*
	Within Groups	162.737	394	.413		
	Total	170.131	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ของผู้สูงอายุ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ สื่อมวลชนและสื่ออิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 4.17-4.19 ดังนี้

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	Mean \bar{X}	ประถมศึกษ	มัธยมต้น	อนุปริญญา	มัธยมปลาย	ปริญญาตรี	สูงกว่าป.ตรี
		2.63	2.85	3.04	2.92	3.10	3.11
ประถมศึกษา	2.63	-	0.22*	0.41*	0.29*	0.47*	0.48
มัธยมต้น	2.85		-	0.19*	0.07	0.25*	0.26
อนุปริญญา	3.04			-	0.12	0.06	0.07
มัธยมปลาย	2.92				-	0.18	0.19
ปริญญาตรี	3.10					-	0.01
สูงกว่าป.ตรี	3.11						-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.17 เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวมของผู้บริโภค จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า ระดับการศึกษาต่างๆ มีพฤติกรรมกรรมการเปิดรับโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ ระดับประถมศึกษา มีพฤติกรรม

การเปิดรับสื่อโดยรวมน้อยกว่ามัธยมต้น อนุปริญญา มัธยมปลายและปริญญาตรี ระดับมัธยมต้น พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวมน้อยกว่าอนุปริญญาและปริญญาตรี

ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชน จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	Mean \bar{X}	ประถม ศึกษา	มัธยมต้น	อนุปริญญา	มัธยม ปลาย	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ป.ตรี
		3.77	3.90	3.95	4.11	3.99	4.89
ประถมศึกษา	3.77	-	0.13	0.18*	0.34	0.22	1.12*
มัธยมต้น	3.90		-	0.05	0.21*	0.09	0.99
อนุปริญญา	3.95			-	0.16	0.04	0.94*
มัธยมปลาย	4.11				-	0.12	0.78
ปริญญาตรี	3.99					-	0.90*
สูงกว่าป.ตรี	4.89						-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.18 เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชนของผู้สูงอายุ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า ระดับการศึกษาต่างๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ ประถมศึกษา มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชนน้อยกว่าอนุปริญญา ระดับสูงกว่าปริญญาตรี พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชนสูงกว่าประถม มัธยม อนุปริญญาและปริญญาตรี และมัธยมปลายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชนมากกว่ามัธยมต้น

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	Mean \bar{X}	ประถม ศึกษา	มัธยมต้น	อนุปริญญา	มัธยม ปลาย	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ป.ตรี
		1.76	1.95	2.43	2.14	2.52	2.22
ประถมศึกษา	1.76	-	0.19	0.67*	0.38*	0.76*	0.46
มัธยมต้น	1.95		-	0.48*	0.19	0.57*	0.27
อนุปริญญา	2.43			-	0.29*	0.09	0.21
มัธยมปลาย	2.14				-	0.38*	0.08
ปริญญาตรี	2.52					-	0.30
สูงกว่าป.ตรี	2.22						-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.19 เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของผู้สูงอายุ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า ระดับการศึกษาต่างๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 7 คู่ ได้แก่ ระดับประถมศึกษา มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์น้อยกว่าอนุปริญญา มัธยมปลายและปริญญาตรี ระดับมัธยมต้นพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์น้อยกว่าอนุปริญญาและปริญญาตรี ระดับอนุปริญญาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากกว่ามัธยมปลาย และระดับมัธยมปลายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์น้อยกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ จำแนกตามอาชีพ

สื่อประเภทต่างๆ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. สื่อมวลชน	Between Groups	5.173	4	1.293	2.072	.084
	Within Groups	246.560	395	.624		
	Total	251.732	399			

ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

สื่อประเภทต่างๆ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
2.สื่ออิเล็กทรอนิกส์	Between Groups	13.761	4	3.440	6.188	.000*
	Within Groups	219.597	395	.556		
	Total	233.358	399			
3.สื่อเฉพาะกิจ	Between Groups	10.221	4	2.555	2.716	.030*
	Within Groups	371.613	395	.941		
	Total	381.834	399			
รวม	Between Groups	4.625	4	1.156	2.759	.028*
	Within Groups	165.506	395	.419		
	Total	170.131	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ของผู้สูงอายุ จำแนกตามอาชีพ พบว่า โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อเฉพาะกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 4.21-4.23 ดังนี้

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อโดยรวม จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	Mean \bar{X}	พนักงานบริษัทเอกชน	ค้าขาย/ทำธุรกิจส่วนตัว	ดูแลบ้าน/เกษียณอายุ	ว่างงาน/กำลังหางานใหม่	อื่นๆ ระบุ
		3.12	2.92	2.86	2.97	1.97
พนักงานบริษัทเอกชน	3.12	-	0.20	0.06	0.15	1.15*
ค้าขาย/ทำธุรกิจส่วนตัว	2.92		-	0.06	0.05	0.95*
ดูแลบ้าน/เกษียณอายุ	2.86			-	0.11	0.89
ว่างงาน/กำลังหางานใหม่	2.97				-	1.00
อื่นๆ ระบุ	1.97					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.21 เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวมของผู้สูงอายุ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ อาชีพอื่นๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวมน้อยกว่าพนักงานบริษัทเอกชนและค้าขาย/ทำธุรกิจส่วนตัว

ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	Mean \bar{X}	พนักงาน บริษัทเอกชน	ค้าขาย/ทำ ธุรกิจ ส่วนตัว	ดูแลบ้าน/ เกษียณอายุ	ว่างงาน/ กำลังหา งานใหม่	อื่นๆ ระบุ
		2.65	2.16	2.00	2.33	1.67
พนักงานบริษัทเอกชน	2.65	-	0.49*	0.65*	0.32	0.98
ค้าขาย/ทำธุรกิจส่วนตัว	2.16		-	0.16	0.17	0.49
ดูแลบ้าน/เกษียณอายุ	2.00			-	0.33	0.33
ว่างงาน/กำลังหางานใหม่	2.33				-	0.66
อื่นๆระบุ	1.67					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.22 เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของผู้สูงอายุ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากกว่าค้าขาย/ทำธุรกิจส่วนตัว และน้อยกว่าการดูแลบ้าน/เกษียณอายุ

ตารางที่ 4.23 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่

อาชีพ	Mean \bar{X}	พนักงาน บริษัทเอก ชน	ค้าขาย/ทำ ธุรกิจ ส่วนตัว	ดูแลบ้าน/ เกษียณอายุ	ว่างงาน/ กำลังหา งานใหม่	อื่นๆ ระบุ
		2.94	2.65	2.55	2.68	1.24
พนักงานบริษัทเอกชน	2.94	-	0.29	0.39	0.26	1.70*
ค้าขาย/ทำธุรกิจส่วนตัว	2.65		-	0.10	0.03	0.14
ดูแลบ้าน/เกษียณอายุ	2.55			-	0.13	1.31
ว่างงาน/กำลังหางานใหม่	2.68				-	1.44
อื่นๆระบุ	1.24					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.23 เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของผู้สูงอายุ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 1 คู่ คือ พนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจมากกว่าอาชีพอื่นๆ

ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ จำแนกตามระดับรายได้

สื่อประเภทต่างๆ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. สื่อมวลชน	Between Groups	4.834	4	1.209	1.934	.104
	Within Groups	246.898	395	.625		
	Total	251.732	399			
2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์	Between Groups	29.851	4	7.463	14.485	.000*
	Within Groups	203.507	395	.515		
	Total	233.358	399			

ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ จำแนกตามระดับรายได้ (ต่อ)

สื่อประเภทต่างๆ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
3.สื่อเฉพาะกิจ	Between Groups	11.228	4	2.807	2.992	.019*
	Within Groups	370.606	395	.938		
	Total	381.834	399			
รวม	Between Groups	12.281	4	3.070	7.683	.000*
	Within Groups	157.850	395	.400		
	Total	170.131	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ของผู้สูงอายุ จำแนกตามระดับรายได้ พบว่า โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อเฉพาะกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 4.25-4.27 ดังนี้

ตารางที่ 4.25 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวม จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่

รายได้	Mean \bar{X}	ไม่มีรายได้	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 ขึ้นไป
		2.64	2.80	3.02	3.14	3.00
ไม่มีรายได้	2.64	-	0.16	0.38*	0.50*	0.36
ไม่เกิน 10,000 บาท	2.80		-	0.22	0.34*	0.20
10,001-20,000 บาท	3.02			-	0.12	0.02
20,001-30,000 บาท	3.14				-	0.14
30,001 ขึ้นไป	3.00					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.25 เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวมของผู้สูงอายุ จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ 20,001-30,000 บาท มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อโดยรวมมากกว่า ไม่มีรายได้และไม่เกิน 10,000 บาท กลุ่มไม่มีรายได้ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวมน้อยกว่า 10,000-20,000 บาท

ตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่

รายได้	Mean \bar{X}	ไม่มีรายได้	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 ขึ้นไป
		1.69	1.99	2.32	2.43	2.45
ไม่มีรายได้	1.69	-	0.30	0.63*	0.74*	0.76*
ไม่เกิน 10,000 บาท	1.99		-	0.33*	0.44*	0.46
10,001-20,000 บาท	2.32			-	0.11	0.13
20,001-30,000 บาท	2.43				-	0.02
30,001 ขึ้นไป	2.45					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.26 เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของผู้สูงอายุ จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 5 คู่ ได้แก่ ไม่มีรายได้ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์น้อยกว่า 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาทและ30,001 ขึ้นไป กลุ่มรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์น้อยกว่า10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท

ตารางที่ 4.27 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ จำแนกตามรายได้ เป็นรายคู่

รายได้	Mean \bar{X}	ไม่มีรายได้	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 ขึ้นไป
		2.42	2.48	2.73	2.86	2.74
ไม่มีรายได้	2.42	-	0.06	0.31	0.44*	0.32
ไม่เกิน 10,000 บาท	2.48		-	0.25	0.38*	0.26
10,001-20,000 บาท	2.73			-	0.13	0.01
20,001-30,000 บาท	2.86				-	0.12
30,001 ขึ้นไป	2.74					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.27 เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของผู้สูงอายุ จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ 20,001-30,000 บาท มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจมากกว่า ไม่มีรายได้และไม่เกิน 10,000 บาท

ตารางที่ 4.28 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ จำแนกตามที่อยู่อาศัย

สื่อประเภทต่างๆ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. สื่อมวลชน	Between Groups	21.626	2	10.813	18.656	.000*
	Within Groups	230.106	397	.580		
	Total	251.732	399			
2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์	Between Groups	1.053	2	.526	.899	.408
	Within Groups	232.305	397	.585		
	Total	233.358	399			

ตารางที่ 4.28 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ จำแนกตามที่อยู่อาศัย (ต่อ)

สื่อประเภทต่างๆ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
3.สื่อเฉพาะกิจ	Between Groups	2.880	2	1.440	1.509	.222
	Within Groups	378.954	397	.955		
	Total	381.834	399			
รวม	Between Groups	5.986	2	2.993	7.239	.001*
	Within Groups	164.145	397	.413		
	Total	170.131	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ของผู้สูงอายุ จำแนกตามที่อยู่อาศัย พบว่า โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านสื่อมวลชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 4.29-4.30 ดังนี้

ตารางที่ 4.29 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวม จำแนกตามที่อยู่อาศัย เป็นรายคู่

ที่อยู่อาศัย	Mean \bar{X}	อำเภอเมือง	อำเภอกะทู้	อำเภอกลาง
		2.96	2.65	2.98
อำเภอเมือง	2.96	-	0.31*	0.02
อำเภอกะทู้	2.65		-	0.33*
อำเภอกลาง	2.98			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.29 เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวมของผู้บริโภค จำแนกตามที่อยู่อาศัยเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่อยู่อาศัยต่างๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ อำเภอเมือง มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวมมากกว่าอำเภอกะทู้ และที่อยู่อาศัยอำเภอกะทู้ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อโดยรวมน้อยกว่าอำเภอกลาง

ตารางที่ 4.30 การเปรียบเทียบความแตกต่างขอพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน จำแนกตามที่อยู่อาศัย เป็นรายคู่

ที่อยู่อาศัย	Mean	อำเภอเมือง	อำเภอกะทู้	อำเภอกลาง
	\bar{X}	4.06	3.47	4.11
อำเภอเมือง	4.06	-	0.59*	0.05
อำเภอกะทู้	3.47		-	0.64*
อำเภอกลาง	4.11			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.30 เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของผู้สูงอายุ จำแนกตามที่อยู่อาศัยเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่อยู่อาศัยต่างๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ อำเภอเมือง มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชนมากกว่า อำเภอกะทู้ และที่อยู่อาศัยอำเภอกะทู้ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชนน้อยกว่าอำเภอกลาง

ส่วนที่ 5 วิเคราะห์การเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ ของผู้สูงอายุ

ตารางที่ 4.31 การเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ จำแนกตามเพศ

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ชาย		หญิง		t	P
	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
1.ด้านกิจกรรม	3.05	0.554	3.14	0.579	-1.644	.101
2.ด้านความสนใจ	3.57	0.732	3.67	0.612	-1.409	.160
3.ด้านความคิดเห็น	3.09	0.542	3.10	0.541	-.037	.971
รวม	3.24	0.502	3.30	.488	-1.273	.202

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ ของผู้สูงอายุ จำแนกตามเพศ พบว่า โดยภาพรวมและรายด้านต่างๆ ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 การเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านต่างๆ จำแนกตามศาสนา

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ศาสนาพุทธ		ศาสนาอิสลาม		t	P
	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
1.ด้านกิจกรรม	3.10	.572	3.08	.556	.361	.719
2.ด้านความสนใจ	3.63	.629	3.60	.807	.379	.705
3.ด้านความคิดเห็น	3.11	.531	3.06	.574	.760	.448
รวม	3.28	.480	3.28	.480	.610	.542

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ ของผู้สูงอายุ จำแนกตามศาสนา พบว่า โดยภาพรวมและรายด้านต่างๆ ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.33 การเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ จำแนกตามอายุ

รูปแบบการดำเนินชีวิต		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1.ด้านกิจกรรม	Between Groups	3.414	3	1.138	3.594	.014*
	Within Groups	125.399	396	.317		
	Total	128.813	399			
2.ด้านความสนใจ	Between Groups	2.169	3	.723	1.601	.189
	Within Groups	178.839	396	.452		
	Total	181.008	399			
3.ด้านความคิดเห็น	Between Groups	2.300	3	.767	2.653	.048*
	Within Groups	114.409	396	.289		
	Total	116.709	399			
รวม	Between Groups	2.197	3	.732	3.028	.029*
	Within Groups	95.762	396	.242		
	Total	97.959	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ ของผู้สูงอายุ จำแนกตามอายุ พบว่า โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรมและด้านความคิดเห็นกลุ่มอายุต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 4.34-4.35 ดังนี้

ตารางที่ 4.34 เปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

อายุ	Mean	60-64 ปี	65-69 ปี	70-74 ปี	75 ปีขึ้นไป
	\bar{X}	3.34	3.25	3.19	3.08
60-64 ปี	3.34	-	0.09	0.15*	0.26*
65-69 ปี	3.25		-	0.06	0.17
70-74 ปี	3.19			-	0.11
75 ปีขึ้นไป	3.08				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.34 เมื่อทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ 60-64 ปีมีรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมมากกว่าอายุ 70-74 ปี และ 75 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.35 การเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

อายุ	Mean	60-64 ปี	65-69 ปี	70-74 ปี	75 ปีขึ้นไป
	\bar{X}	3.16	3.12	2.97	2.84
60-64 ปี	3.16	-	0.04	0.19*	0.32*
65-69 ปี	3.12		-	0.15	0.28*
70-74 ปี	2.97			-	0.13
75 ปีขึ้นไป	2.84				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.35 เมื่อทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ 60-64 ปีมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมมากกว่าอายุ 70-74 ปี และ 75 ปีขึ้นไป กลุ่มอายุ 65-69 ปี มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมมากกว่า 75 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.36 การเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

อายุ	Mean	60-64 ปี	65-69 ปี	70-74 ปี	75 ปีขึ้นไป
	\bar{X}	3.17	3.08	3.00	2.91
60-64 ปี	3.17	-	0.09	0.17*	0.26*
65-69 ปี	3.08		-	0.08	0.17
70-74 ปี	3.00			-	0.09
75 ปีขึ้นไป	2.91				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.36 เมื่อทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ 60-64 ปีมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นมากกว่าอายุ 70-74 ปี และ 75 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.37 การเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ จำแนกตามสถานภาพ

รูปแบบการดำเนินชีวิต		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1.ด้านกิจกรรม	Between Groups	1.382	3	.461	1.431	.233
	Within Groups	127.432	396	.322		
	Total	128.813	399			
2.ด้านความสนใจ	Between Groups	18.371	3	6.124	14.910	.000*
	Within Groups	162.638	396	.411		
	Total	181.008	399			

ตารางที่ 4.37 การเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ จำแนกตามสถานภาพ (ต่อ)

รูปแบบการดำเนินชีวิต		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
3.ด้านความคิดเห็น	Between Groups	3.333	3	1.111	3.881	.009*
	Within Groups	113.375	396	.286		
	Total	116.709	399			
รวม	Between Groups	4.397	3	1.466	6.203	.000*
	Within Groups	93.563	396	.236		
	Total	97.959	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.37 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ ของผู้สูงอายุ จำแนกตามสถานภาพ พบว่า โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านความสนใจและด้านความคิดเห็น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 4.38-4.40 ดังนี้

ตารางที่ 4.38 การเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม จำแนกตามสถานภาพ เป็นรายคู่

อายุ	Mean \bar{X}	โสด	แต่งงานแล้ว	หย่า	หม้าย
		3.25	3.29	3.33	2.63
โสด	3.25	-	0.04	0.08	0.38*
แต่งงานแล้ว	3.29		-	0.04	0.34*
หย่า	3.33			-	0.30*
หม้าย	2.63				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.38 เมื่อทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมของผู้บริโภค จำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มสถานภาพต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ หม้าย มีรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมน้อยกว่าคนที่โสด แต่งงานแล้วและหย่า

ตารางที่ 4.39 การเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ จำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่

สถานภาพ	Mean	โสด	แต่งงานแล้ว	หย่า	หม้าย
	\bar{X}				
		3.56	3.66	3.71	2.31
โสด	3.56	-	0.10	0.15*	125
แต่งงานแล้ว	3.66		-	0.05	1.35*
หย่า	3.71			-	1.40*
หม้าย	2.31				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.39 เมื่อทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของผู้สูงอายุ จำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มสถานภาพต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ โสด มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจน้อยกว่าคนที่หย่า กลุ่มหม้ายมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจน้อยกว่าคนที่แต่งงานแล้วและหย่า

ตารางที่ 4.40 การเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น จำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่

สถานภาพ	Mean	โสด	แต่งงานแล้ว	หย่า	หม้าย
	\bar{X}				
		2.98	3.12	3.16	2.66
โสด	2.98	-	0.14	0.18	0.32
แต่งงานแล้ว	3.12		-	0.04	0.46
หย่า	3.16			-	0.50*
หม้าย	2.66				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.40 เมื่อทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ของผู้สูงอายุ จำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มสถานภาพต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มหย่า มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น มากกว่าคนที่แต่งงานและหย่า

ตารางที่ 4.41 การเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ จำแนกตามระดับการศึกษา

รูปแบบการดำเนินชีวิต		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1.ด้านกิจกรรม	Between Groups	3.572	5	.714	2.248	.049*
	Within Groups	125.241	394	.318		
	Total	128.813	399			
2.ด้านความสนใจ	Between Groups	.910	5	.182	.398	.850
	Within Groups	180.098	394	.457		
	Total	181.008	399			
3.ด้านความคิดเห็น	Between Groups	6.191	5	1.238	4.414	.001*
	Within Groups	110.518	394	.281		
	Total	116.709	399			
รวม	Between Groups	1.418	5	.284	1.158	.329
	Within Groups	96.541	394	.245		
	Total	97.959	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.41 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ ของผู้สูงอายุ จำแนกตามการศึกษา พบว่า โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกิจกรรมและด้านความคิดเห็น ระดับการศึกษาต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 4.42-4.43 ดังนี้

ตารางที่ 4.42 การเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	Mean \bar{X}	ประถม ศึกษา	มัธยมต้น	อนุปริญญา	มัธยม ปลาย	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ป.ตรี
		3.04	3.16	2.99	3.08	3.33	2.98
ประถมศึกษา	3.04	-	0.12	0.05	0.04	0.29*	0.06
มัธยมต้น	3.16		-	0.17*	0.08	0.17	0.18
อนุปริญญา	2.99			-	0.09	0.34*	0.01
มัธยมปลาย	3.08				-	0.25*	0.10
ปริญญาตรี	3.33					-	0.35
สูงกว่าป.ตรี	2.99						-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.42 เมื่อทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของผู้สูงอายุ จำแนกตามการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า ระดับการศึกษาต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ กลุ่มปริญญาตรี มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมมากกว่าประถมศึกษา อนุปริญญาและมัธยมปลาย กลุ่มมัธยมต้นมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมมากกว่าอนุปริญญา

ตารางที่ 4.43 การเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	Mean \bar{X}	ประถม ศึกษา	มัธยมต้น	อนุปริญญา	มัธยม ปลาย	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ป.ตรี
		2.95	2.97	3.18	3.14	3.34	3.44
ประถมศึกษา	2.95	-	0.02	0.23*	0.19*	0.39*	0.49
มัธยมต้น	2.97		-	0.21*	0.17*	0.37*	0.47
อนุปริญญา	3.18			-	0.04	0.16	0.26
มัธยมปลาย	3.14				-	0.20	0.30
ปริญญาตรี	3.34					-	0.10
สูงกว่าป.ตรี	3.44						-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.43 เมื่อทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นของผู้สูงอายุ จำแนกตามการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า ระดับการศึกษาต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ กลุ่มประถมมีแบบการดำเนินชีวิตความคิดเห็นมากกว่า อนุปริญญา มัธยมปลายและปริญญาตรี กลุ่มมัธยมต้นมีรูปแบบการดำเนินชีวิตมากกว่าอนุปริญญา มัธยมปลายและปริญญาตรี

ตารางที่ 4.44 การเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ จำแนกตามอาชีพ

รูปแบบการดำเนินชีวิต		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1.ด้านกิจกรรม	Between Groups	5.225	4	1.306	4.175	.303
	Within Groups	123.588	395	.313		
	Total	128.813	399			
2.ด้านความสนใจ	Between Groups	11.693	4	2.923	6.820	.200
	Within Groups	169.315	395	.429		
	Total	181.008	399			
3.ด้านความคิดเห็น	Between Groups	3.236	4	.809	2.816	.025*
	Within Groups	113.473	395	.287		
	Total	116.709	399			
รวม	Between Groups	5.216	4	1.304	5.553	.450
	Within Groups	92.744	395	.235		
	Total	97.959	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.44 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ ของผู้สูงอายุ จำแนกตามอาชีพ พบว่า โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความคิดเห็น กลุ่มอาชีพต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 4.45 ดังนี้

ตารางที่ 4.45 การเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	Mean \bar{X}	พนักงาน	ค้าขาย/ทำ	ดูแลบ้าน/	ว่างงาน/	อื่นๆ
		บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	เกษียณอายุ	กำลังหางานใหม่	ระบุ
		3.22	3.12	3.07	3.06	2.18
พนักงานบริษัทเอกชน	3.22	-	0.10	0.15	0.16	1.04*
ค้าขาย/ทำธุรกิจส่วนตัว	3.12		-	0.05	0.06	0.94
ดูแลบ้าน/เกษียณอายุ	3.07			-	0.01	0.89
ว่างงาน/กำลังหางานใหม่	3.06				-	0.98
อื่นๆระบุ	2.18					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.45 เมื่อทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นของผู้สูงอายุ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ อาชีพอื่นๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นน้อยกว่าพนักงานบริษัทเอกชน

ตารางที่ 4.46 การเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ จำแนกตามรายได้

รูปแบบการดำเนินชีวิต		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1.ด้านกิจกรรม	Between Groups	1.635	4	.409	1.269	.281
	Within Groups	127.179	395	.322		
	Total	128.813	399			
2.ด้านความสนใจ	Between Groups	.690	4	.172	.378	.824
	Within Groups	180.318	395	.457		
	Total	181.008	399			

ตารางที่ 4.46 การเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ จำแนกตามรายได้ (ต่อ)

รูปแบบการดำเนินชีวิต		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
3.ด้านความคิดเห็น	Between Groups	6.478	4	1.619	5.803	.000*
	Within Groups	110.231	395	.279		
	Total	116.709	399			
รวม	Between Groups	1.145	4	.286	1.168	.325
	Within Groups	96.814	395	.245		
	Total	97.959	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.46 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ ของผู้สูงอายุ จำแนกตามรายได้ พบว่า โดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 เมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 4.47 ดังนี้

ตารางที่ 4.47 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่

รายได้	Mean \bar{X}	ไม่มีรายได้	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 ขึ้นไป
		2.92	3.02	3.15	3.31	3.07
ไม่มีรายได้	2.92	-	0.10	0.23*	0.39	0.15
ไม่เกิน 10,000 บาท	3.02		-	0.13*	0.29	0.05
10,001-20,000 บาท	3.15			-	0.16	0.08
20,001-30,000 บาท	3.31				-	0.24
30,001 ขึ้นไป	3.07					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.47 เมื่อทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นของผู้บริโภค จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นของผู้บริโภค แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ 10,001-20,000 บาท มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นมากกว่า ไม่มีรายได้ และไม่เกิน 10,000 บาท

ตารางที่ 4.48 การเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ จำแนกตามที่อยู่อาศัย

รูปแบบการดำเนินชีวิต		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านกิจกรรม	Between Groups	4.499	2	2.249	7.183	.001*
	Within Groups	124.315	397	.313		
	Total	128.813	399			
2. ด้านความสนใจ	Between Groups	13.893	2	6.946	16.502	.000*
	Within Groups	167.116	397	.421		
	Total	181.008	399			
3. ด้านความคิดเห็น	Between Groups	4.321	2	2.161	7.632	.001*
	Within Groups	112.387	397	.283		
	Total	116.709	399			
รวม	Between Groups	6.590	2	3.295	14.316	.000*
	Within Groups	91.370	397	.230		
	Total	97.959	399			

จากตารางที่ 4.48 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ ของผู้สูงอายุ จำแนกตามที่อยู่อาศัย พบว่า โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจและด้านความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 4.49-4.52 ดังนี้

ตารางที่ 4.49 การเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม จำแนกตามที่อยู่อาศัย เป็นรายคู่

ที่อยู่อาศัย	Mean	อำเภอเมือง	อำเภอกะทู้	อำเภอกลาง
	\bar{X}			
		3.31	3.01	3.38
อำเภอเมือง	3.31	-	0.30*	0.07
อำเภอกะทู้	3.01		-	0.37*
อำเภอกลาง	3.38			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.49 เมื่อทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมของผู้บริโภค จำแนกตามที่อยู่อาศัยเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่อยู่อาศัยต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ อำเภอเมือง มีรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมมากกว่าอำเภอกะทู้ และที่อยู่อาศัยอำเภอกะทู้ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมน้อยกว่าอำเภอกลาง

ตารางที่ 4.50 การเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม จำแนกตามที่อยู่อาศัยเป็นรายคู่

ที่อยู่อาศัย	Mean	อำเภอเมือง	อำเภอกะทู้	อำเภอกลาง
	\bar{X}			
		3.13	2.88	3.19
อำเภอเมือง	3.13	-	0.25*	0.06
อำเภอกะทู้	2.88		-	0.31*
อำเภอกลาง	3.19			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.50 เมื่อทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของผู้สูงอายุ จำแนกตามที่อยู่อาศัยเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่อยู่อาศัยต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ อำเภอเมือง มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมมากกว่าอำเภอกะทู้ และที่อยู่อาศัยอำเภอกะทู้ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมน้อยกว่าอำเภอกลาง

ตารางที่ 4.51 การเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ จำแนกตามที่อยู่อาศัยเป็นรายคู่

ที่อยู่อาศัย	Mean	อำเภอเมือง	อำเภอกะทู้	อำเภอถลาง
	\bar{X}	3.17	3.23	3.70
อำเภอเมือง	3.71	-	0.48*	0.01
อำเภอกะทู้	3.23		-	0.47*
อำเภอถลาง	3.70			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.51 เมื่อทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจของผู้บริโภค จำแนกตามที่อยู่อาศัยเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่อยู่อาศัยต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ อำเภอเมือง มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจมากกว่าอำเภอกะทู้ และอำเภอกะทู้ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจน้อยกว่าอำเภอถลาง

ตารางที่ 4.52 การเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น จำแนกตามที่อยู่อาศัยเป็นรายคู่

ที่อยู่อาศัย	Mean	อำเภอเมือง	อำเภอกะทู้	อำเภอถลาง
	\bar{X}	3.10	2.91	3.24
อำเภอเมือง	3.10	-	0.19*	0.14
อำเภอกะทู้	2.91			0.33*
อำเภอถลาง	3.24			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.52 เมื่อทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นของผู้สูงอายุ จำแนกตามที่อยู่อาศัยเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่อยู่อาศัยต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ อำเภอเมือง มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นมากกว่าอำเภอกะทู้ และที่อยู่อาศัยอำเภอกะทู้ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นน้อยกว่าอำเภอถลาง

ส่วนที่ 6 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ

ตารางที่ 4.53 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ กับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็นของผู้สูงอายุ

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ประเภทต่างๆ	รูปแบบการดำเนินชีวิต			
	กิจกรรม	ความสนใจ	ความคิดเห็น	โดยรวม
สื่อมวลชน	.280**	.284**	.362**	.367**
สื่ออิเล็กทรอนิกส์	.311**	-.064	.609**	.311**
สื่อเฉพาะกิจ	.413**	-.015	.437**	.310**
สื่อโดยรวม	.441**	.082	.603**	.425**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.53 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 พบว่า มีค่าความสัมพันธ์ตั้งแต่ (r=-0.15-0.609) โดยสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม (r=.367) และด้านความคิดเห็น (r=.362) ตามลำดับ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำกับด้านความสนใจ (r=.284) และด้านกิจกรรม (r=.280) ตามลำดับ ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับปานกลางกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น (r=.609) รูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม และด้านกิจกรรม เท่ากัน (r=.311) ตามลำดับ ด้านสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับปานกลางกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น (r=.437) ด้านกิจกรรม (r=.413) และด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม (r=.310) ตามลำดับ ด้านสื่อโดยรวมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น (r=.603) ด้านกิจกรรม (r=.441) และด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม (r=.425) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.54 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ประเภทต่างๆ	ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับ รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ			
	r	Sig (2 tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. สื่อมวลชน	.367**	.000	ปานกลาง	เดียวกัน
1.1 โทรทัศน์	.444**	.000	ปานกลาง	เดียวกัน
1.2 วิทยุ	.232**	.000	ต่ำ	เดียวกัน
1.3 หนังสือพิมพ์	.266**	.000	ต่ำ	เดียวกัน
1.4 นิตยสาร	.279**	.000	ต่ำ	เดียวกัน
2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์	.311**	.000	ปานกลาง	เดียวกัน
2.1 อินเทอร์เน็ต	.298**	.000	ต่ำ	เดียวกัน
2.2 อีเมลล์	.247**	.000	ต่ำ	เดียวกัน
2.3 ข้อความจากมือถือ	.148**	.003	ต่ำ	เดียวกัน
2.4 ไลน์	-.275**	.000	ต่ำ	ตรงกันข้าม
2.5 เฟซบุ๊ก	.022	.657	ไม่มีความสัมพันธ์	-
3. สื่อเฉพาะกิจ	.310**	.000	ปานกลาง	เดียวกัน
3.1 แผ่นพับ	.195**	.000	ต่ำ	เดียวกัน
3.2 โปสเตอร์	.177**	.000	ต่ำ	เดียวกัน
3.3 ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	.138**	.006	ต่ำ	เดียวกัน
3.4 งานแสดงสินค้า	.093	.062	ไม่มีความสัมพันธ์	-
3.5 โรงภาพยนตร์	.217**	.000	ต่ำ	เดียวกัน
3.6 จดหมายตรง	.492**	.000	ปานกลาง	เดียวกัน
3.7 แค็ตตาล็อก	.292**	.000	ต่ำ	เดียวกัน
รับสื่อโดยรวม	.425**	.000	ปานกลาง	เดียวกัน

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.54 ผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 พบว่า ค่าความสัมพันธ์โดยรวม ($r=.425$) และรายด้าน ($r=.310 - .367$) โดย

สื่อมวลชน มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในทิศทางเดียวกันระดับปานกลาง ($r=.367$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากค่าความสัมพันธ์สูงไปหาความสัมพันธ์ต่ำ 3 อันดับแรก พบว่า โทรทัศน์ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับปานกลาง ($r=.444$) นิตยสาร มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับต่ำ ($r=.279$) หนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับต่ำ ($r=.266$) ตามลำดับ

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ในทิศทางเดียวกันระดับปานกลาง ($r=.311$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากค่าความสัมพันธ์สูงไปหาความสัมพันธ์ต่ำ 3 อันดับแรกพบว่า อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในทิศทางเดียวกันระดับต่ำ ($r=.298$) ไลน์มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในทิศทางตรงกันข้ามระดับต่ำ ($r=.275$) และ อีเมลมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในทิศทางเดียวกันระดับต่ำ ($r=.247$) ตามลำดับ

สื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ในทิศทางเดียวกันระดับปานกลาง ($r=.310$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากค่าความสัมพันธ์สูงไปหาความสัมพันธ์ต่ำ 3 อันดับแรกพบว่า จดหมายตรง มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในทิศทางเดียวกันระดับปานกลาง ($r=.492$) แคล็ตตาล็อกมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในทิศทางเดียวกันระดับต่ำ ($r=.292$) และ โรงภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในทิศทางเดียวกันระดับต่ำ ($r=.217$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 7 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ

วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ เป็นการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานของพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยหาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Beta) ดังนี้

7.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ

ตารางที่ 4.55 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อประเภทต่างๆ

สื่อประเภทต่างๆ	พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ			
	สื่อมวลชน	สื่ออิเล็กทรอนิกส์	สื่อเฉพาะกิจ	สื่อโดยรวม
สื่อมวลชน	-	-	-	-
สื่ออิเล็กทรอนิกส์	.229**	-	-	-
สื่อเฉพาะกิจ	.303**	.612**	-	-
สื่อโดยรวม	.646**	.789**	.861**	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.55 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ พบว่า ความสัมพันธ์พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อด้านต่างๆ ได้แก่ สื่อมวลชนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อเฉพาะกิจและรับสื่อโดยรวมนั้น มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 โดยกำหนดให้ตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity) จะต้องม้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไม่เกิน 0.80 (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2543) สำหรับในการทดสอบครั้งนี้ พบว่า มีตัวแปรอิสระ 1 คู่ ที่มีความสัมพันธ์เกิน 0.80 ผู้วิจัยจึงตัดสินใจตัดตัวแปรอิสระออกไป 1 ตัวแปรคือ สื่อโดยรวม เพื่อให้เหลือเฉพาะรายด้านที่จะนำไปวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ต่อไป

7.2 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอนของพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ กับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม

ตารางที่ 4.56 พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประเภทต่างๆที่ส่งกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ

พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	2.154	.120		17.967	.000
สื่อมวลชน	.183	.030	.293	6.187	.000
สื่ออิเล็กทรอนิกส์	.113	.037	.174	3.052	.002
สื่อเฉพาะกิจ	.058	.030	.115	1.968	.049

Adjust R² = .197, F=32.437, p < 0.05

จากตารางที่ 4.56 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อด้านสื่อมวลชน สื่ออิเล็กทรอนิกส์และด้านสื่อเฉพาะกิจ ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยพิจารณาจากค่า Significance = 0.00

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต พบว่า สื่อมวลชน (Beta = .293) ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมมากที่สุด รองลงมา คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Beta=.174) และสื่อเฉพาะกิจ (Beta = .115) ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (Adjust R Square =.197) ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมด ได้แก่ สื่อมวลชน สื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อเฉพาะกิจสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม คือ รูปแบบการดำเนินชีวิต ได้ร้อยละ 19.7 % ส่วนที่เหลืออีก 80.3 % มาจากปัจจัยด้านอื่นๆ การวิเคราะห์ค่าสถิติทดสอบ F = 32.437ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม อธิบายได้จากสมการและแผนภาพที่ 4.1 ดังต่อไปนี้

อธิบายจากสมการ

สมการคะแนนดิบ (Unstandardized Coefficients)

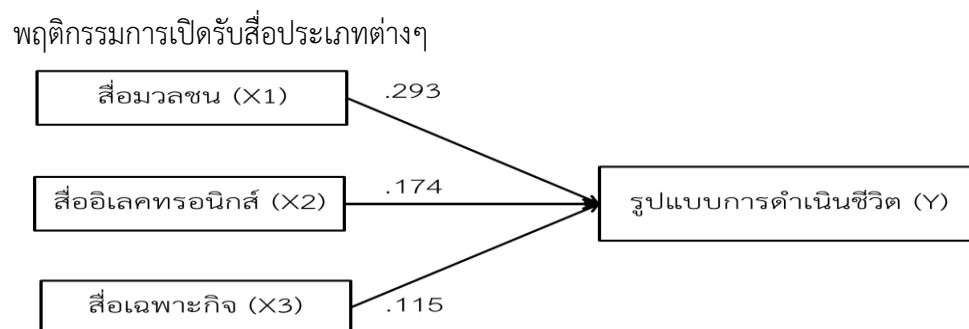
$$Y_{(tot)} = 2.154 + 0.183X_{(mass)} + 0.113X_{(electronic)} + 0.058X_{(specialized)}$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized Coefficients)

$$Z_{(tot)} = 0.293Z_{(mass)} + 0.174Z_{(electronic)} + 0.115Z_{(specialized)}$$

$$\text{Adjusted } R^2 = 19.7 \%$$

อธิบายจากแผนภาพที่ 4.1 ดังนี้



แผนภาพที่ 4.1 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต

สรุปผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ จังหวัดภูเก็ต พบว่า สื่อทั้ง 3 ประเภท ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยเรียงตามลำดับจากส่งผลมากไป ยังส่งผลน้อย ได้แก่ สื่อมวลชน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อเฉพาะกิจ ตามลำดับ โดยสมการดังกล่าว สามารถอธิบายได้ว่าพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อทั้งหมดสามารถพยากรณ์ความผันแปรของรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้ คิดเป็นร้อยละ 19.7 % ที่เหลืออีกร้อยละ 80.3 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่นๆ

ตารางที่ 4.57 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆที่ส่งกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของผู้สูงอายุ

พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	2.019	.137		14.722	.000
สื่อมวลชน	.119	.034	.167	3.532	.000*
สื่ออิเล็กทรอนิกส์	.061	.042	.082	1.433	.153
สื่อเฉพาะกิจ	.182	.034	.313	5.378	.000*

Adjust R² = .195, F=33.246, p < .05

จากตารางที่ 4.57 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อด้านสื่อมวลชนและด้านสื่อเฉพาะกิจ ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตกิจกรรม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยพิจารณาจากค่า Significance = 0.00

พิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม พบว่า สื่อเฉพาะกิจ (Beta = .313) ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมมากที่สุด รองลงมาคือ สื่อมวลชน (Beta=.167) ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ (Adjust R Square =.195) ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดได้แก่ สื่อเฉพาะกิจและสื่อมวลชน สามารถอธิบายการผันแปรของตัวแปรตาม รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ได้ ร้อยละ 19.5 % ส่วนที่เหลืออีก 80.5 % มาจากปัจจัยด้านอื่นๆ การวิเคราะห์ค่าสถิติทดสอบ F = 33.246 ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามสามารถเขียนอธิบายเป็นสมการและแผนภาพที่ 4.2 ได้ดังนี้

อธิบายจากสมการ

สมการคะแนนดิบ (Unstandardized Coefficients)

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ จะช่วยให้ได้สมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงในรูปคะแนนดิบ ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2541: 153 - 154)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k$$

$$Y_{(\text{activities})} = 2.019 + .182X_{(\text{specialized})} + .119X_{(\text{mass})}$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized Coefficients)

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน เป็นการศึกษาเพื่อหารูปแบบสมการเชิงคณิตศาสตร์ที่จะใช้อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยจะอธิบายตัวแปรหนึ่ง เมื่อทราบค่าตัวแปรอีกตัวแปรหนึ่ง ซึ่งความสัมพันธ์มีเหตุและมีผลต่อกันและกัน ซึ่งคะแนนทุกตัวเปลี่ยนเป็นรูปคะแนนมาตรฐาน จะทำให้ได้สมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงในรูปของคะแนนมาตรฐาน ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2541: 152)

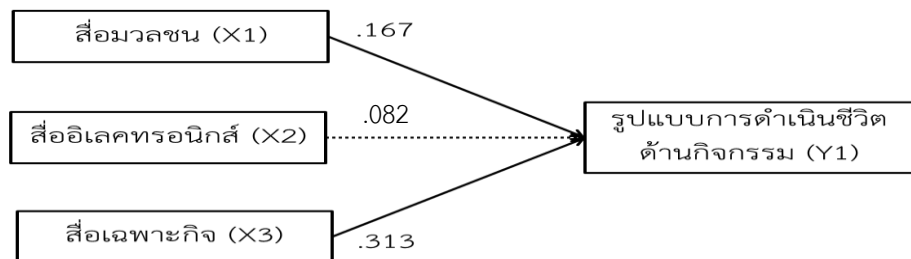
$$Z = \beta_1Z_1 + \beta_2Z_2 + \dots + \beta_kZ_k$$

$$Z_{(\text{activities})} = .313Z_{(\text{specialized})} + .167Z_{(\text{mass})}$$

$$\text{Adjusted } R^2 = 19.5\%$$

อธิบายจากแผนภาพที่ 4.2 ดังนี้

พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ



————— ตัวแปรที่ไม่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม

..... ตัวแปรที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม

แผนภาพที่ 4.2 พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของผู้สูงอายุ

สรุปได้ว่าพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของผู้สูงอายุจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ สื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชน ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตารางที่ 4.58 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆที่ส่งกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจของผู้สูงอายุ

พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	2.827	.173		16.377	.000
สื่อมวลชน	.274	.043	.323	6.440	.000
สื่ออิเล็กทรอนิกส์	-.097	.053	-.110	-1.818	.070
สื่อเฉพาะกิจ	-.032	.042	-.046	-.747	.455

Adjust R² = .093, F=14.563, p < 0.05

จากตารางที่ 4.58 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อด้านสื่อมวลชน ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยพิจารณาจากค่า Significance = 0.00

พิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตพบว่า สื่อมวลชน (Beta = .323) ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ เพียงด้านเดียว

เมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (Adjust R Square = .093) ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมด คือ สื่อมวลชน สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม คือรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ได้ร้อยละ 9.3 % ส่วนที่เหลืออีก 90.7 % มาจากปัจจัยด้านอื่นๆ การวิเคราะห์ค่าสถิติทดสอบ F = 14.563 ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม อธิบายได้จากสมการและแผนภาพที่ 4.3 ดังต่อไปนี้

อธิบายจากสมการ

สมการคะแนนดิบ (Unstandardized Coefficients)

$$Y_{(\text{interests})} = 2.827 + 0.274X_{(\text{mass})}$$

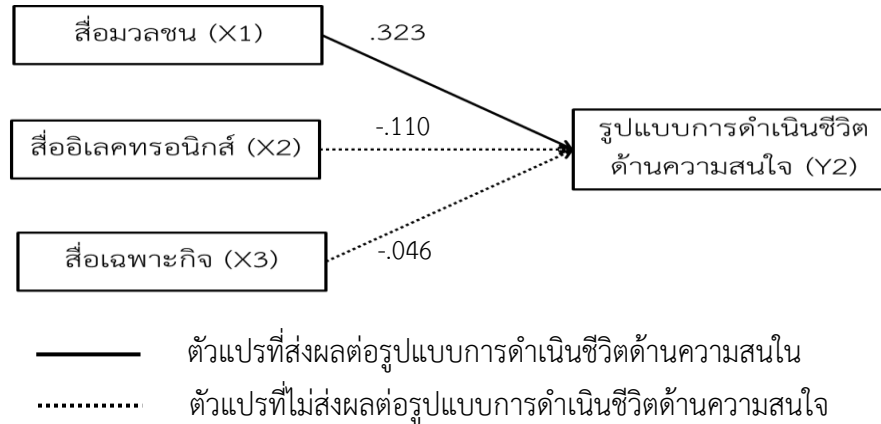
สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized Coefficients)

$$Z_{(\text{interests})} = 0.323Z_{(\text{mass})}$$

$$\text{Adjusted } R^2 = 9.3 \%$$

อธิบายจากแผนภาพที่ 4.3 ดังนี้

พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ



แผนภาพที่ 4.3 พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ

สรุปได้ว่าพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจของผู้สูงอายุ จังหวัดภูเก็ต คือ สื่อมวลชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตารางที่ 4.59 พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อประเภทต่างๆที่ส่งกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นของผู้สูงอายุ

พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	1.616	.111		14.575	.000
สื่อมวลชน	.155	.027	.228	5.675	.000*
สื่ออิเล็กทรอนิกส์	.374	.034	.529	10.958	.000*
สื่อเฉพาะกิจ	.024	.027	.044	.894	.372

Adjust R² = .419, F=97.107, p < 0.05

จากตารางที่ 4.59 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น พบว่า สื่อมวลชนและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยพิจารณาจากค่า Significance = 0.00

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น พบว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Beta=.529) และสื่อมวลชน (Beta = .228) ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (Adjust R Square =.419) ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมด ได้แก่ สื่อมวลชนและสื่ออิเล็กทรอนิกส์สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม คือรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้ร้อยละ 41.9 % ส่วนที่เหลืออีก 58.1 % มาจากปัจจัยด้านอื่นๆ การวิเคราะห์ค่าสถิติทดสอบ F = 97.107ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม อธิบายได้จากสมการและแผนภาพที่ 4.4 ดังต่อไปนี้

อธิบายจากสมการ

สมการคะแนนดิบ (Unstandardized Coefficients)

$$Y_{(\text{opinions})} = 1.616 + .374X_{(\text{electronic})} + .155X_{(\text{mass})}$$

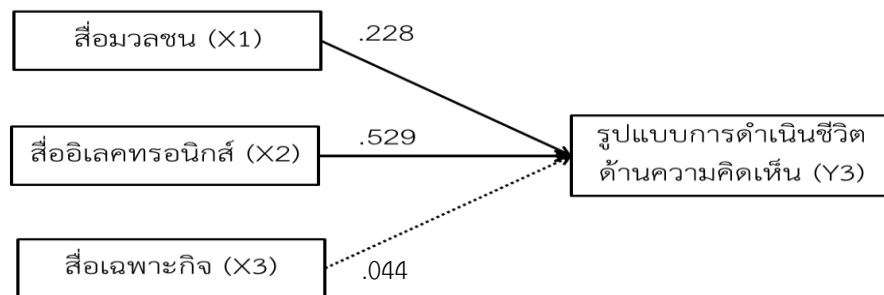
สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized Coefficients)

$$Z_{(\text{opinions})} = .529Z_{(\text{electronic})} + .228Z_{(\text{mass})}$$

$$\text{Adjusted } R^2 = 41.9 \%$$

อธิบายจากแผนภาพที่ 4.4 ได้ดังนี้

พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ



————— ตัวแปรที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม

..... ตัวแปรที่ไม่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม

แผนภาพที่ 4.4 พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของสูงอายุในจังหวัดภูเก็ต มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคสูงอายุในจังหวัดภูเก็ต 2) ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคสูงอายุในจังหวัดภูเก็ต 3) เปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและรูปแบบการดำเนินชีวิต จำแนกตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดภูเก็ต

ขอบเขตการวิจัย สำหรับประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่ศึกษาในครั้งนี้ได้แก่ ผู้สูงอายุตั้งแต่อายุ 60 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ใน อำเภอเมืองภูเก็ต อำเภอกะทู้ และอำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต จำนวน 42,191คน (ที่มา: สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต 2553 [ระบบออนไลน์]. กลุ่มตัวอย่าง การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973 อ้างถึงใน ชีรวิทย์ เอกะกุล, 2543) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับค่าคลาดเคลื่อน (e) ที่ 5% จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400คนวิธีการสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยใช้ตัวแปรด้านที่อยู่อาศัยเป็นเกณฑ์ในการจำแนก ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอกะทู้ อำเภอถลาง และจากนั้นผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วน (proportional allocation) ของประชากรแต่ละอำเภอเพื่อให้ได้จำนวนที่เหมาะสมและครอบคลุมลักษณะประชากร จากนั้นใช้วิธีการสุ่มแบบอย่างง่าย (simple sampling) เป็นขั้นตอนต่อไป ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยเกี่ยวข้อง โดยศึกษาจาก แนวคิดด้านปัจจัยส่วนบุคคล (ศิริพันธ์ ถาวรทวีวงศ์, 2543: 11-12 และ อารดา ชีระเกียรติกำจร, 2554) แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (เสรี วงษ์มณฑา, 2540, Seared, 1995 อ้างถึงใน ลัดดา จิตคุตตานนท์, 2542) แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538, Tigert 1971, cited in Gunter & Furnham, 1992, Reynolds and Darden 1974, cited in Gunter & Fumbam, 1992, Reynolds and Darden อ้างถึงใน Engel, Blackwell, และ Miniard, 1993, Plummer, J.T., 1974) และได้กำหนดตัวแปรในการศึกษาโดยจำแนกเป็นตัวแปรต้น ได้แก่ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และตัวแปรตามได้แก่ รูปแบบการดำเนินชีวิต พื้นที่ทำการวิจัยในครั้งนี้ คือ จังหวัดภูเก็ต โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้ง 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอกะทู้และอำเภอถลาง

ต่อไปนี้เป็น การนำเสนอจากสรุปผลการการวิเคราะห์ข้อมูล ที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้สูงอายุในจังหวัดภูเก็ต โดยผู้วิจัยนำเป็นตามลำดับ 4 ตอน ดังต่อไปนี้

1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามตอนที่ 1 มีลักษณะเป็นแบบ ตรวจสอบรายการ (Check List) ใช้วิธีหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

2) ผลการวิเคราะห์ระดับพฤติกรรม的开รับสื่อต่างๆ และรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ความสนใจและความเห็นต่างๆ ของผู้สูงอายุ จากแบบสอบถามตอนที่ 2 ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean: \bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) (ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2)

3) ผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบพฤติกรรม的开รับสื่อประเภทต่างๆ และรูปแบบการดำเนิน ชีวิตด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ของสูงอายุ จำแนกตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล สำหรับ ด้านเพศ และศาสนา ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วย t-test ส่วนด้านอาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพ และที่อยู่อาศัย ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one way ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่ม กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม จะวิเคราะห์เปรียบเทียบ ความแตกต่างรายกลุ่มเป็นรายคู่อีกครั้งโดยใช้ Scheffe Analysis (ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 และ สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 และ 2)

4) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับสื่อต่างๆ กับรูปแบบการดำเนิน ชีวิต โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient: r) ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 และสมมติฐานข้อที่ 3) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพฤติกรรม的开รับ สื่อประเภทต่างๆ ที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ โดยการใช้การวิเคราะห์สมการถดถอย- พหุ (Multiple Regression Analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (dependent variable) จำนวน หนึ่งตัวแปรกับตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ตั้งแต่ 2 ตัว- แปรขึ้นไป เป็นสถิติที่ใช้ ในการทดสอบสมมติฐานโดยเมื่อทราบค่าตัวแปรหนึ่งก็จะสามารถทำอีกตัวแปร หนึ่งได้ (ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 และสมมติฐานข้อที่ 4)

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนต่างๆ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัย มีดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับพฤติกรรม的开รับสื่อต่างๆ และรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ความสนใจและความเห็นต่างๆ ของผู้บริโภคนสูงอายุ

1.1 ผลการวิเคราะห์ระดับพฤติกรรม的开รับสื่อต่างๆ

สรุปพฤติกรรม的开รับสื่อโดยภาพรวม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านสื่อมวลชน ภาพรวมเปิดรับในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ตามลำดับ

ด้านสื่อเฉพาะกิจ ภาพรวมเปิดรับในระดับ ปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง แผ่นพับ โปสเตอร์ งานแสดงสินค้า แค็ตตาล็อก จดหมายตรง โรงภาพยนตร์ ตามลำดับ

ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ภาพรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้แก่ ข้อความจากมือถือ เพจบุ๊กไลน์ อินเทอร์เน็ต อีเมลล์ตามลำดับ

1.2 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ของผู้บริโภคนสูงอายุ

สรุปรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดภูเก็ต โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านกิจกรรม (Activities) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีกิจกรรมในด้านต่างๆ โดยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ ด้านการพักผ่อน (Entertainment) ด้านการเลือกซื้อ (Shopping) และด้านการทำงาน (Working) ตามลำดับ

ด้านความสนใจ (Interesting) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจด้านต่างๆ โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ บ้าน (Home) งาน (Job) และอาหาร (Food) ตามลำดับ

ด้านความคิดเห็น (Opinions) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านต่างๆ โดยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ การศึกษา (Education) ต่อตนเอง (Themselves) และปัญหาสังคม (Social Issues) ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบพฤติกรรม的开รับสื่อประเภทต่างๆและรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ของบริโภคสูงอายุ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

2.1 ผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบพฤติกรรม的开รับสื่อประเภทต่างๆ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

สรุปพฤติกรรม的开รับสื่อโดยภาพรวม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรม的开รับสื่อประเภทต่างๆ โดยการจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า

ด้านเพศและศาสนา พฤติกรรม的开รับสื่อทั้งด้านสื่อมวลชน สื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อเฉพาะกิจ ไม่มีความแตกต่างกัน

ด้านอายุ พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีพฤติกรรม的开รับสื่อประเภทต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ สื่อมวลชนกลุ่มอายุต่างๆ มีพฤติกรรม的开รับสื่อประเภทสื่อมวลชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ 60-64 ปี มีพฤติกรรม的开รับสื่อประเภทสื่อมวลชน มากกว่ากลุ่มอายุ 65-69 ปี 70-74 ปี และ 75 ปีขึ้นไป สื่อเฉพาะกิจกลุ่มอายุต่างๆ มีพฤติกรรม的开รับสื่อประเภทสื่อมวลชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ 60-64 ปี มีพฤติกรรม的开รับสื่อประเภทสื่อเฉพาะกิจ มากกว่ากลุ่มอายุ 65-69 ปี รับสื่อโดยรวมกลุ่มอายุต่างๆ มีพฤติกรรม的开รับสื่อประเภทสื่อโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ 75 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรม的开รับสื่อโดยรวม น้อยกว่ากลุ่มอายุ 60-64 ปี และ 65-69 ปี

ด้านสถานภาพ พบว่า กลุ่มสถานภาพต่างๆ มีพฤติกรรม的开รับสื่อประเภทต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ สื่อมวลชน กลุ่มสถานภาพต่างๆ มีพฤติกรรม的开รับสื่อมวลชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ หม้าย มีพฤติกรรม的开รับสื่อประเภทสื่อมวลชนน้อยกว่าคนที่แต่งงานและหย่า

ด้านการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาต่างๆ มีพฤติกรรม的开รับสื่อประเภทต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ สื่อมวลชน ระดับการศึกษาต่างๆ มีพฤติกรรม的开รับสื่อประเภทสื่อมวลชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6

คู่ ได้แก่ ประถมศึกษา มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชนน้อยกว่าอนุปริญญา ระดับสูงกว่าปริญญาตรี พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชนสูงกว่าประถม มัธยม อนุปริญญาและปริญญาตรี และมัธยมปลายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชนมากกว่ามัธยมต้น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ระดับการศึกษาต่างๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 7 คู่ ได้แก่ ระดับประถมศึกษา มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์น้อยกว่าอนุปริญญา มัธยมปลายและปริญญาตรี ระดับมัธยมต้นพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์น้อยกว่าอนุปริญญาและปริญญาตรี ระดับอนุปริญญาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากกว่ามัธยมปลาย และระดับมัธยมปลายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์น้อยกว่าปริญญาตรีรับสื่อโดยรวมระดับการศึกษาต่างๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ ระดับประถมศึกษา มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวมน้อยกว่ามัธยมต้น อนุปริญญา มัธยมปลายและปริญญาตรี ระดับมัธยมต้นพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวมน้อยกว่าอนุปริญญาและปริญญาตรี

ด้านอาชีพ พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์กลุ่มอาชีพต่างๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากกว่าค้าขาย/ทำธุรกิจส่วนตัว และน้อยกว่าการดูแลบ้าน/เกษียณอายุสื่อเฉพาะกิจกลุ่มอาชีพต่างๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 1 คู่ คือ พนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจมากกว่าอาชีพอื่นๆรับสื่อโดยรวม กลุ่มอาชีพต่างๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ อาชีพอื่นๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวมน้อยกว่าพนักงานบริษัทเอกชนและค้าขาย/ทำธุรกิจส่วนตัว

ด้านระดับรายได้ พบว่า กลุ่มรายได้ระดับต่างๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์กลุ่มรายได้ต่างๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 5 คู่ ได้แก่ ไม่มีรายได้ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์น้อยกว่า 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000บาทและ30,001 ขึ้นไป กลุ่มรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์น้อยกว่า10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาทสื่อเฉพาะกิจกลุ่มรายได้ต่างๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน

2 คู่ ได้แก่ 20,001-30,000 บาท มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อเฉพาะกิจมากกว่า ไม่มีรายได้และไม่เกิน 10,000 บาทรับสื่อโดยรวม กลุ่มรายได้ต่างๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทรับสื่อโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ 20,001-30,000 บาท มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อโดยรวมมากกว่า ไม่มีรายได้และไม่เกิน 10,000 บาท กลุ่มไม่มีรายได้ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อโดยรวมน้อยกว่า 10,000-20,000 บาท

ด้านที่อยู่อาศัย พบว่า กลุ่มที่อยู่อาศัยต่างๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านสื่อมวลชนกลุ่มที่อยู่อาศัยต่างๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ อำเภอเมือง มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชนมากกว่า อำเภอเกาะกู่ และที่อยู่อาศัยอำเภอเกาะกู่ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชนน้อยกว่าอำเภอกลางรับสื่อโดยรวมกลุ่มที่อยู่อาศัยต่างๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ อำเภอเมือง มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวมมากกว่าอำเภอเกาะกู่ และที่อยู่อาศัยอำเภอเกาะกู่ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อโดยรวมน้อยกว่าอำเภอกลาง

2.2 ผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ของบริโภคนิสัยสูงอายุ จำแนกตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

สรุปรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดภูเก็ต โดยรวมอยู่ในระดับอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นรายด้าน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า

ด้านเพศและศาสนา พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ด้านความสนใจและด้านความคิดเห็น ไม่มีความแตกต่างกัน

ด้านอายุ พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรม กลุ่มอายุต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ 60-64 ปีมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมมากกว่าอายุ 70-74 ปี และ 75 ปีขึ้นไป กลุ่มอายุ 65-69 ปี มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมมากกว่า 75 ปีขึ้นไป ด้านความคิดเห็น กลุ่มอายุต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ 60-64 ปีมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นมากกว่าอายุ 70-74 ปี และ 75 ปีขึ้นไป โดยรวมกลุ่มอายุต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มี

จำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ 60-64 ปีมีรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมมากกว่าอายุ 70-74 ปี และ 75 ปีขึ้นไป

ด้านสถานภาพ พบว่า กลุ่มสถานภาพต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความสนใจกลุ่มสถานภาพต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ โสด มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจน้อยกว่าคนที่หย่า กลุ่มหม้ายมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจน้อยกว่าคนที่แต่งงานแล้วและหย่า ด้านความคิดเห็น กลุ่มสถานภาพต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มหย่า มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น มากกว่าคนที่แต่งงานและหย่าโดยรวม กลุ่มสถานภาพต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ หม้าย มีรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมน้อยกว่าคนที่โสด แต่งงานแล้วและหย่า

ด้านการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรม ระดับการศึกษาต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ กลุ่มปริญญาตรี มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมมากกว่าประถมศึกษา อนุปริญญาและมัธยมปลาย กลุ่มมัธยมต้นมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมมากกว่าอนุปริญญาด้านความคิดเห็น ระดับการศึกษาต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ กลุ่มประถมมีแบบการดำเนินชีวิตความคิดเห็นมากกว่า อนุปริญญา มัธยมปลายและปริญญาตรี กลุ่มมัธยมต้นมีรูปแบบการดำเนินชีวิตมากกว่าอนุปริญญา มัธยมปลายและปริญญาตรี

ด้านอาชีพ พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ด้านความคิดเห็น กลุ่มอาชีพต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ อาชีพอื่นๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นน้อยกว่าพนักงานบริษัทเอกชน

ด้านรายได้ พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ด้านความคิดเห็น กลุ่มรายได้ต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นของผู้บริโภค แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ 10,001-20,000 บาท มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นมากกว่า ไม่มีรายได้ และไม่เกิน 10,000 บาท

ที่อยู่อาศัย พบว่า กลุ่มการศึกษาต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรม กลุ่มที่อยู่อาศัยต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตกิจกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ อำเภอเมือง มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมมากกว่าอำเภอเกาะกู่ และที่อยู่อาศัยอำเภอเกาะกู่ มีมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมน้อยกว่าอำเภอกลางด้านความสนใจกลุ่มที่อยู่อาศัยต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ อำเภอเมือง มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจมากกว่าอำเภอเกาะกู่ และอำเภอเกาะกู่ มีมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจน้อยกว่าอำเภอกลางด้านความคิดเห็นกลุ่มที่อยู่อาศัยต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ อำเภอเมือง มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นมากกว่าอำเภอเกาะกู่ และที่อยู่อาศัยอำเภอเกาะกู่ มีมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นน้อยกว่าอำเภอกลางโดยรวม กลุ่มที่อยู่อาศัยต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ อำเภอเมือง มีรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมมากกว่าอำเภอเกาะกู่ และที่อยู่อาศัยอำเภอเกาะกู่ มีมีรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมน้อยกว่าอำเภอกลาง

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อต่างๆ กับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านการบริโภค และพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ

3.1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อต่างๆ กับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านการบริโภค

สรุปผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ พบว่า การรับสื่อโดยรวม มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ ที่ระดับมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ในทิศทางเดียวกันระดับปานกลาง ($r=.452$)

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ ที่ระดับมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 พบว่า มีค่าความสัมพันธ์ตั้งแต่ ($r=-0.15-0.609$) โดยสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม ($r=.367$) และด้านความคิดเห็น ($r=.362$) ตามลำดับ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำกับด้านความสนใจ ($r=.284$) และด้านกิจกรรม ($r=.280$) ตามลำดับ ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มี

ความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับปานกลางกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ($r=.609$) รูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม และด้านกิจกรรม เท่ากัน ($r=.311$) ตามลำดับ ด้านสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับปานกลางกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ($r=.437$) ด้านกิจกรรม ($r=.413$) และด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม ($r=.310$) ตามลำดับ ด้านสื่อโดยรวมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ($r=.603$) ด้านกิจกรรม ($r=.441$) และด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม ($r=.425$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาสื่อเป็นรายข้อ พบว่า

สื่อมวลชน มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในทิศทางเดียวกันระดับปานกลาง ($r=.367$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีค่าความสัมพันธ์ตั้งแต่ $r= .232 - .444$ เมื่อเรียงลำดับจากค่าความสัมพันธ์สูงไปหาความสัมพันธ์ต่ำ 3 อันดับแรก พบว่า โทรทัศน์ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับปานกลาง ($r=.444$) นิตยสาร มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับต่ำ ($r=.279$) และหนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับต่ำ ($r=.266$) ตามลำดับ

สื่ออิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในทิศทางเดียวกันระดับปานกลาง ($r=.311$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีค่าความสัมพันธ์ตั้งแต่ $r= -.275 - .298$ เมื่อเรียงลำดับจากค่าความสัมพันธ์สูงไปหาความสัมพันธ์ต่ำ 3 อันดับแรกพบว่า อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในทิศทางเดียวกันระดับต่ำ ($r=.298$) ไลน์มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในทิศทางตรงกันข้ามระดับต่ำ ($r= -.275$) และ อีเมลมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในทิศทางเดียวกันระดับต่ำ ($r=.247$) ตามลำดับ

สื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ ที่ระดับมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ในทิศทางเดียวกันระดับปานกลาง ($r=.310$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีค่าความสัมพันธ์ตั้งแต่ $r= -.093 - .492$ เมื่อเรียงลำดับจากค่าความสัมพันธ์สูงไปหาความสัมพันธ์ต่ำ 3 อันดับแรกพบว่า จดหมายตรง มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในทิศทางเดียวกันระดับปานกลาง ($r=.492$) แค็ตตาล็อกมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในทิศทางเดียวกันระดับต่ำ ($r=.292$) และ โรงภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในทิศทางเดียวกันระดับต่ำ ($r=.217$) ตามลำดับ

3.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ

สรุปพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ที่ส่งกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของผู้สูงอายุ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของผู้สูงอายุ จังหวัดภูเก็ต ได้แก่ สื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชน ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ค่าสัมประสิทธิ์ (Adjust R Square =.195) สามารถอธิบายการผันแปรของตัวแปรตาม รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ได้ร้อยละ 19.5 % ส่วนที่เหลืออีก 80.5 % มาจากปัจจัยด้านอื่นๆ เขียนในรูปแบบสมการได้ว่า

$$Y_{(\text{activities})} = 2.019 + .182X_{(\text{specialized})} + .119X_{(\text{mass})}$$

พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อด้านสื่อมวลชน ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยพิจารณาจากค่า Significance = 0.00 ค่าสัมประสิทธิ์ (Adjust R Square =.093) สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม คือรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ได้ร้อยละ 9.3 % ส่วนที่เหลืออีก 90.7 % มาจากปัจจัยด้านอื่นๆ เขียนในรูปแบบสมการได้ว่า

$$Y_{(\text{interests})} = 2.827 + 0.274X_{(\text{mass})}$$

พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น พบว่า สื่อมวลชนและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ค่าสัมประสิทธิ์ (Adjust R Square =.419) สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม คือรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้ร้อยละ 40.9 % ส่วนที่เหลืออีก 59.1 % มาจากปัจจัยด้านอื่นๆ เขียนในรูปแบบของเป็นสมการได้ว่า

$$Y_{(\text{opinions})} = 1.616 + .374X_{(\text{electronic})} + .155X_{(\text{mass})}$$

พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อด้านสื่อมวลชน สื่ออิเล็กทรอนิกส์และด้านสื่อเฉพาะกิจ ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ค่าสัมประสิทธิ์ (Adjust R Square =.197) ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดได้แก่ สื่อมวลชน สื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อเฉพาะกิจ อธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม คือรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้ร้อยละ 19.7 % ส่วนที่เหลืออีก 80.3 % มาจากปัจจัยด้านอื่นๆ เขียนในรูปแบบของเป็นสมการได้ว่า

$$Y_{(tot)} = 2.154 + 0.183X_{(mass)} + 0.113X_{(electronic)} + 0.058X_{(specialized)}$$

สรุปผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ จังหวัดภูเก็ต พบว่า สื่อทั้ง 3 ประเภท ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยเรียงตามลำดับจากส่งผลมากที่สุดไปยังส่งผลน้อย ได้แก่ สื่อมวลชน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อเฉพาะกิจ ตามลำดับ โดยผลการดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่าพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อทั้งหมดสามารถพยากรณ์ความผันแปรของแบบการดำเนินชีวิต ได้ คิดเป็นร้อยละ 19.7 % ที่เหลืออีกร้อยละ 80.3 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่นๆ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน สื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน

(√: ยอมรับสมมติฐาน, X: ปฏิเสธสมมติฐาน)

สมมติฐานข้อที่ 1	ผลการทดสอบ (ยอมรับ/ปฏิเสธ สมมติฐาน)			
	สื่อมวลชน	สื่ออิเล็กทรอนิกส์	สื่อเฉพาะกิจ	โดยรวม
1.1 เพศ	X	X	X	X
1.2 ศาสนา	X	X	X	X
1.3 อายุ	√	X	√	√
1.4 อาชีพ	X	√	√	√
1.5 รายได้	X	√	√	√
1.6 การศึกษา	√	√	X	√
1.7 สถานภาพ	√	X	X	X
1.8 ที่อยู่อาศัย	√	X	X	√

ตารางที่ 5.2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันทำให้มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็นแตกต่าง

(√: ยอมรับสมมติฐาน, X: ปฏิเสธสมมติฐาน)

สมมติฐานข้อที่ 2	ผลการทดสอบ (ยอมรับ/ปฏิเสธ สมมติฐาน)			
	กิจกรรม	ความสนใจ	ความคิดเห็น	โดยรวม
2.1 เพศ	X	X	X	X
2.2 ศาสนา	X	X	X	X
2.3 อายุ	√	X	√	√
2.4 อาชีพ	X	X	√	X
2.5 รายได้	X	X	√	X
2.6 การศึกษา	√	X	√	X
2.7 สถานภาพ	X	√	√	√
2.8 ที่อยู่อาศัย	√	√	√	√

ตารางที่ 5.3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ

(√: ยอมรับสมมติฐาน, X: ปฏิเสธสมมติฐาน)

สมมติฐานข้อที่ 3	ผลการทดสอบ (ยอมรับ/ปฏิเสธ สมมติฐาน)			
	กิจกรรม	ความสนใจ	ความคิดเห็น	โดยรวม
3.1 สื่อมวลชน	√	√	√	√
3.2 สื่ออิเล็กทรอนิกส์	√	X	√	√
3.3 สื่อเฉพาะกิจ	√	X	√	√
โดยรวม	√	X	√	√

ตารางที่ 5.4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อเฉพาะกิจ และสื่อโดยรวม
ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ

(√: ยอมรับสมมติฐาน, X: ปฏิเสธสมมติฐาน)

สมมติฐานข้อที่ 4	ผลการทดสอบ (ยอมรับ/ปฏิเสธ สมมติฐาน)			
	กิจกรรม	ความสนใจ	ความคิดเห็น	โดยรวม
4.1 สื่อมวลชน	√	√	√	√
4.2 สื่ออิเล็กทรอนิกส์	√	X	√	√
4.3 สื่อเฉพาะกิจ	X	X	X	√

อภิปรายผล

จากผลของการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากการวิจัยมาอภิปรายผล ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด อันดับ 1 ได้แก่ ด้านสื่อมวลชน ภาพรวมเปิดรับในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ตามลำดับ อันดับ 2 ได้แก่ ด้านสื่อเฉพาะกิจ ภาพรวมเปิดรับในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง แผ่นพับ โปสเตอร์ งานแสดงสินค้า แค็ตตาล็อก จดหมายตรง โรงภาพยนตร์ ตามลำดับ และอันดับ 3 ได้แก่ ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ภาพรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้แก่ ข้อความจากมือถือ เพจบุ๊กไลน์ อินเทอร์เน็ต อีเมลล์ตามลำดับสอดคล้องกับงานวิจัยของ เลิศหญิง หิรัญโร (2545) ที่ศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อโทรทัศน์สูงกว่าสื่ออื่นๆนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ สุคติ ศิริวงศ์ พากร (2556) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการพึ่งตนเองของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับผู้สูงอายุพบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรทัศน์เป็นประจำ เปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงนานๆ ครั้ง และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผู้สูงอายุจากทุกสื่อ ได้แก่ วิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง สิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต สื่อกิจกรรม และสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการพึ่งตนเองของผู้สูงอายุใน

กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสื่อดังกล่าวเป็นสื่อมวลชน ซึ่งเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมจากทั่วทุกกลุ่มไม่ว่าจะเป็นเด็ก คนวัยทำงาน ผู้สูงอายุ ทำให้กลุ่มดังกล่าวค่อนข้างได้รับอิทธิพลจากสื่อมวลชนต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต

2. รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดภูเก็ต โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกิจกรรม (Activities) กลุ่มตัวอย่างมีกิจกรรมในด้านต่างๆ โดยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ ด้านการพักผ่อน (Entertainment) ด้านการเลือกซื้อ (Shopping) และด้านการทำงาน (Working) ตามลำดับ ด้านความสนใจ (Interesting) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจด้านต่างๆ โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ บ้าน (Home) งาน (Job) และอาหาร (Food) ตามลำดับ ด้านความคิดเห็น (Opinions) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านต่างๆ โดยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ การศึกษา (Education) ต่อตนเอง (Themselves) และปัญหาสังคม (Social Issues) ตามลำดับสอดคล้องกับ กรรณล บำรุงวัด (2545) ที่ศึกษาเรื่อง สภาพและวิถีชีวิตผู้สูงอายุ ศึกษาเฉพาะผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษา พบว่า ผู้สูงอายุมีภารกิจที่ปฏิบัติ อยู่ประจำและที่ปฏิบัติเป็นส่วนใหญ่ คือการทำงานบ้าน ถ้ามีเวลาว่างผู้สูงอายุนิยมที่จะดูโทรทัศน์ ปลูกต้นไม้ เลี้ยงสัตว์ เป็นต้น ผู้สูงอายุมีการออกกำลังกายน้อยและกิจกรรมที่ออกกำลังกายได้คือ การเดินเร็วและแกว่งแขน นอกจากนั้นยังมีการสวดมนต์เป็นประจำ และมีการดูแลสุขภาพร่างกายได้ดี รู้จักเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ รับประทานผักและผลไม้เป็นประจำ มีการรักษาความสะอาดของร่างกายเป็นประจำ เมื่อเจ็บป่วยจะรีบไปพบแพทย์และปฏิบัติตามคำแนะนำของแพทย์ได้ดี ผลการศึกษา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ โครงการวิจัยครบวงจรเรื่องผู้สูงอายุในประเทศไทย มหาวิทยาลัยมหิดล (2538) ที่ศึกษาเรื่อง คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในประเทศไทย ในประเด็นภาวะสุขอนามัยและการดูแลตนเองเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยของผู้สูงอายุ กิจกรรมการที่ได้ออกแรง ส่วนใหญ่เป็นเรื่องการเลี้ยงสัตว์ การทำความสะอาดบ้าน การทำอาหาร และการเดินเล่น ทั้งนี้เมื่ออายุมากขึ้นสัดส่วนการทำกิจกรรมดังกล่าวก็ยิ่งลดลง และเมื่อดูความแตกต่างระหว่างเพศแล้ว สัดส่วนการทำกิจกรรมระหว่างเพศหญิงและชายจะแตกต่างกันตามลักษณะของงานกล่าวคือ ถ้าเป็นเรื่องการทำอาหาร การทำความสะอาดบ้าน การซักรีดเสื้อผ้า การจ่ายตลาด ส่วนใหญ่จะเป็นงานของผู้สูงอายุหญิง ถ้าเป็นการปลูกไม้ เลี้ยงสัตว์ ซ่อมแซมสิ่งของในบ้าน ส่วนใหญ่จะเป็นงานที่ผู้สูงอายุชายทำ ส่วนกิจกรรมเดินเล่น เลี้ยงหลานหรือทำงานฝีมือหัตถกรรม พบว่าทั้งสองเพศมีสัดส่วนการทำใกล้เคียงกันกิจกรรมที่ทำให้มีปฏิสัมพันธ์กับสังคม เป็นกิจกรรมที่แสดงถึงเครือข่ายทาง

สังคมที่ ผู้สูงอายุได้เข้าไปเกี่ยวข้องกับครอบครัวและชุมชนที่ตนเองอาศัยอยู่ เรื่องของการพูดคุยทั้งในและนอกครอบครัวและการไปงานสังคม ประเภทงานศพ งานแต่งงานและงานบวชเป็นกิจกรรมที่ผู้สูงอายุทำมา แต่เมื่อยิ่งอายุมากขึ้นสัดส่วนการทำกิจกรรมทุกประเภทยิ่งลดลง เมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างเพศชาย เพศหญิงแล้ว ผู้สูงอายุทั้งสองเพศจะทำกิจกรรมที่ทำให้มีปฏิสัมพันธ์กับสังคมไม่แตกต่างกันกิจกรรมที่ทำให้ได้พัฒนาจิตใจและเชาว์ปัญญา กิจกรรมประเภทนี้ผู้สูงอายุทำมากในเรื่องการเล่นดนตรี การดูมหรสพนอกบ้าน ท่องเที่ยว อ่านหนังสือพิมพ์ และที่น่าแปลกคือยิ่งอายุมากขึ้น สัดส่วนการทำกิจกรรมประเภทที่ทำให้ได้พัฒนาจิตใจและเชาว์ปัญญาของผู้สูงอายุยิ่งมากขึ้น แต่ผู้ชายจะทำกิจกรรมดังกล่าวมากกว่า ผู้สูงอายุเพศหญิงเกือบทุกเรื่อง ยกเว้นบางเรื่องที่ผู้หญิงสูงอายุมีกิจกรรมมากกว่า เช่น การดูมหรสพนอกบ้าน การบุญ และการสวดมนต์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้สูงอายุเป็นวัยที่เริ่มหันมาให้ความสำคัญกับตนเอง ทั้งในด้านการดูแลสุขภาพ การพักผ่อน จึงมักหากิจกรรมหรืองานอดิเรกทำเพื่อให้รู้สึกผ่อนคลาย

3. รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ด้านเพศและศาสนา พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ด้านความสนใจและด้านความคิดเห็น ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านอายุและด้านสถานภาพ พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรม ด้านความคิดเห็น และโดยรวม ด้านการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรม และด้านความคิดเห็น ด้านอาชีพ พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ด้านความคิดเห็น ด้านรายได้ พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ด้านความคิดเห็น สำหรับด้านที่อยู่อาศัย พบว่า กลุ่มการศึกษาต่างๆ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจและด้านความคิดเห็นสอดคล้องกับ เสาวคนธ์ พนมเริงศักดิ์ (2549) ที่ได้ศึกษาการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอเมืองจังหวัดเลย พบว่า การดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ แตกต่างตามสถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ลักษณะครอบครัว ภาระหนี้สิน การมีงานทำ ตำแหน่งในชุมชน การเป็นสมาชิกกลุ่ม จำนวนบุตร และที่ตั้งของที่อยู่อาศัย และไม่แตกต่างกันตามเพศทั้งนี้อาจเป็นเพราะลักษณะส่วนบุคคลของแต่ละคนมีความแตกต่างกัน ทำให้ผู้สูงอายุ ที่แตกต่างกันในแต่ละช่วงอายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และระดับรายได้มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน

4. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ ที่ระดับมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 พบว่า สื่อมวลชน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม และด้านความคิดเห็น ตามลำดับ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำกับด้านความสนใจ และด้านกิจกรรม ตามลำดับ ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับปานกลางกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น รูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม และด้านกิจกรรม เท่ากัน ตามลำดับ ด้านสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับปานกลางกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ด้านกิจกรรม และด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม ตามลำดับ ด้านสื่อโดยรวมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ด้านกิจกรรม และด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม ตามลำดับ จะเห็นได้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ อยู่ในระดับปานกลางและส่วนใหญ่จะแปรผันไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ หากมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่เพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อการมีรูปแบบชีวิตที่เพิ่มขึ้นไปในทิศทางเดียวกัน

5. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ พบว่า สื่อทั้ง 3 ประเภท ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยเรียงตามลำดับจากส่งผลมากไปยังส่งผลน้อย ได้แก่ สื่อมวลชน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อเฉพาะกิจ ตามลำดับ โดยสมการดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่าพฤติกรรมการเปิดรับสื่อทั้งหมดสามารถพยากรณ์ความผันแปรของแบบการดำเนินชีวิต ได้ร้อยละ 19.7 % ที่เหลืออีกร้อยละ 80.3 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่นๆ จะเห็นได้ว่าสื่อมวลชน มีอิทธิพลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดภูเก็ตมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสื่อมวลชนเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมและสามารถเปิดรับสื่อได้ง่ายและสะดวกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่นๆ และพิจารณาในแง่ของสมการทำนายดังกล่าว ซึ่งสามารถอธิบายผลได้ ร้อยละ 19.7 ย่อมแสดงให้เห็นว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุได้รับอิทธิพลจากปัจจัยอื่นๆ ที่นอกเหนือจากพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออีกร้อยละ 80.3 อาจเป็นเพราะพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุนั้นเมื่อพิจารณาด้วยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งได้รับน้อยกว่าสื่ออื่นๆ จึงส่งผลให้พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวมส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในระดับที่ยังไม่สูงมากนัก

ข้อเสนอแนะ

1) ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุจังหวัดภูเก็ต จะเห็นได้ว่าสื่อที่ผู้สูงอายุเปิดรับบ่อยที่สุดจะเป็นสื่อมวลชน โดยเฉพาะโทรทัศน์และวิทยุ ตามลำดับ และนอกจากนี้จะเห็นได้ว่าสื่อมวลชนจะมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุมากที่สุด ส่วนสำหรับสื่อที่ผู้สูงอายุจังหวัดภูเก็ตยังเข้าถึงน้อย คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะเฟซบุ๊กและไลน์ ซึ่งถือว่าเป็นสื่อที่นิยมกันมากและมีต้นทุนที่ถูกกว่าสื่อมวลชน ดังนั้นในการจะเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคดังกล่าว ธุรกิจควรตระหนักถึงความสำคัญถึงประเภทของสื่อที่ต้องการสื่อสารทั้งนี้อาจจะต้องพิจารณาถึงต้นทุนความคุ้มค่าเปรียบเทียบกับสัดส่วนการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุ

2. รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดภูเก็ต ผู้สูงอายุให้ความสำคัญด้านความสนใจมากที่สุด โดยเฉพาะความสนใจเกี่ยวกับบ้าน (Home) ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ดังนั้นในแง่ของธุรกิจการสื่อสารถึงผู้สูงอายุ ที่เกี่ยวข้องกับบ้านอาจจะเป็นที่สนใจแก่ผู้สูงอายุ มากกว่าด้านอื่นๆ

3. จากผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต พบว่าสื่อทั้งสามประเภท คือ สื่อมวลชน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อเฉพาะกิจ มีอิทธิพลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในจังหวัดภูเก็ต แต่ก็ยังมีปัจจัยอื่นๆ เช่นกันที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต ฉะนั้นในการสื่อสารการตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวให้ประสบความสำเร็จ ธุรกิจควรคำนึงถึงปัจจัยอื่นๆ นำมาประกอบการพิจารณาด้วย

2) ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเฉพาะเชิงปริมาณ (Quantitative research) เท่านั้น ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปเพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก ควรมีการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) โดยการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วย

2. การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดภูเก็ต อาจจะมีปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ นอกเหนือจากพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ฉะนั้นการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติมเพื่อจะทำให้ทราบว่าปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดภูเก็ต

บรรณานุกรม

- กรกมล บำรุงวัด. (2545). **สภาพและวิถีชีวิตผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ**. วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการโครงการสวัสดิการสังคม, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2550). **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล**. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด.
- กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์. (2546). **จิตวิทยาทั่วไป**. พิมพ์ครั้งที่ 11: ฉบับปรับปรุง กรุงเทพฯ: ไทยเจริญการพิมพ์.
- ขวัญใจ เกียรติศักดิ์สาคร. (2541). **รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โครงการวิจัยครบวงจรเรื่องผู้สูงอายุในประเทศไทย. (2540). **รายงานวิจัยเรื่อง คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในประเทศไทย ในประเด็นภาวะสุขอนามัยและการดูแลตนเองเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยของผู้สูงอายุ**. กรุงเทพฯ: กองบริหารงานวิจัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- งามพิศ สัตย์สรวง. (2532). **หลักมานุษยวิทยา**. กรุงเทพฯ: เจ้าพระยาการพิมพ์.
- จิราพร เกศพิชญ์วัฒนาและคณะ. (2543). **ความผาสุกทางใจของผู้สูงอายุไทย**. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชัยยงค์ พรหมวงศ์. (2525). “การวางแผนการสอน.” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพ ครู. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล (2543) **การตลาดสู่ยุคสร้างสรรค์ไม่ใช่ยุคสร้างภาพ**. [ระบบออนไลน์]. ค้นเมื่อ 22 มกราคม 2557, <http://www.mga.co.th/viewmarketing.php?id=64>
- ณัฐวุฒิ ศรีรัตัญญู. (2540). **รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคของเจเนอเรชันวายในกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธีระวุฒิ เอกะกุล . (2543). **ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.

- นครไทย จินสวัสดิ์และนิสาพร วัฒนศัพท์. (2553). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารและ
ความรู้เกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ในโครงการหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่นในกลุ่มผู้สูงอายุ
กรณีการศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลวังจืดใต้อำเภอตองเจริญ จังหวัดพิจิตร. บทความวิจัย
 ออนไลน์ ค้นเมื่อ 15 เมษายน 2559, <http://www.social.nu.ac.th/th/IS2553.php>
- นทีรัช เกียรติชัยพร.(2543). **รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคผู้ชายในกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์
 ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บรรลุ ศิริพานิช. (2549). **ผู้สูงอายุไทย .** กรุงเทพฯ: สภาผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย.
- บริบูรณ์พรพิบูลย์. (2528). **โลกยามชราและการเตรียมตัวเพื่อเป็นสุข.** เชียงใหม่: โรงพิมพ์พระสิงห์การ
 พิมพ์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). **การวิจัยเบื้องต้น.** พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ประมะ สตะเวทิน. (2546). **หลักนิเทศศาสตร์.** กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- พนิดา หอมบุญยงค์. (2552). **รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้หญิงวัยทำงานที่มีสถานภาพโสดใน
 กรุงเทพมหานคร.** สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พรกมล รัชนาภรณ์.(2542). **รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการ
 บริโภคสินค้าของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชา
 ประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ และคณะ.(2552). **การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ ความต้องการ การใช้ประโยชน์
 และความพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์ของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร.** รายงานการวิจัย.
 กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ราชบัณฑิตยสถาน. 2546. **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542.** กรุงเทพฯ: ศิริวัฒนา
 อินเตอร์พรีนท์.
- ลลิลญา ลอยลม. (2545). **การเตรียมตัวก่อนเกษียณของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ.** วิทยานิ
 พนศศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระ
 เกียรติ.
- ลัดดา จิตคุตตานนท์. (2542). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์จาก
 ข่าวสารด้านการเกษตรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรในเขตภาคเหนือ.** วส.ม.
 (สื่อสารมวลชน) กรุงเทพฯ: บัณฑิตมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- เลิศหญิง หิรัญไตร, (2545). **รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรณารถ ดวงอุดม, (2555). “การพัฒนาสื่อที่เหมาะสมกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครและจังหวัดแพร่”. วารสารจันทร์เกษมสาร ปี ที่ 18 ฉบับที่ 34 มกราคม – มิถุนายน 2555.
- วสิษฐ์ ดั่งสงค์, (2541). **การศึกษาเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อ พฤติกรรมการไปห้างสรรพสินค้าและการเป็นเจ้าของสินค้าคงทน ของลูกค้าห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ก่อนและหลังวิกฤตเศรษฐกิจ**. บัณฑิตวิทยาลัย นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริพันธ์ ถาวรทวิวงษ์. (2543). **ประชากรศาสตร์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์.(2538). **พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับพื้นฐาน**. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม. (2549). **การฉายภาพประชากรของประเทศไทย พ.ศ. 2548 – 2568**. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สมจิตร ล้วนจำเจริญ. (2556). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต. (2557). **ตารางข้อมูลสถิติจากการสำมะโน**. [ระบบออนไลน์]. ค้นเมื่อ 24 ธันวาคม 2557, http://phuket.old.nso.go.th/nso/project/search/result_by_department.jsp
- สิทธิอาภรณ์ ชวนปี. (2540). **การศึกษาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในชมรมผู้สูงอายุ ตำบลบางเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ**. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- สุคี ศิริวงศ์พากร. (2556). **การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการพึ่งตนเองของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร**. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- สุชา จันทร์เอม. (2544). **จิตวิทยาทั่วไป**. พิมพ์ครั้งที่ 13: ฉบับแก้ไขปรับปรุง. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- สุพิศวง ธรรมพันทา.(2543). **บทบาทของสื่อมวลชนในการสร้างความตระหนักในภารกิจทางประเพณีและหลักมนุษยธรรมในมนุษย์กับสังคม**. กรุงเทพฯ: ภูมิไทย.

- สุมาลี เหลืองดำรงกิจ.(2543). **รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร.**
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรกุล เจนอบรม. (2541). **วิสัยทัศน์ผู้สูงอายุและการศึกษานอกระบบสำหรับผู้สูงอายุไทย.** กรุงเทพฯ:
ภาควิชาการศึกษานอกโรงเรียน คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรเดช สำราญจิต. (2550). **วิถีชีวิตของผู้สูงอายุเขตเมืองภาคกลางในประเทศไทย.** ดุษฎีนิพนธ์ ปริญญา
ดุษฎีบัณฑิต (สังคมวิทยา) จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุรางค์ ไคว์ตระกูล. (2541). **จิตวิทยาการศึกษา.** ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงศ์มณฑา. (2549). **มองตลาดใหม่จากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม, ผู้จัดการออนไลน์.** ค้นเมื่อ 25
ธันวาคม 2557, [http://www.manager.co.th/iBizchannel/ViewNews.aspx?
NewsID=9490000060197](http://www.manager.co.th/iBizchannel/ViewNews.aspx?NewsID=9490000060197)
- _____. (2540). **ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด.** กรุงเทพฯ: บริษัทวิสิทธ์พัฒนา จำกัด.
- เสาวคนธ์ พนมเรียงศักดิ์. (2549). **การดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอเมือง จังหวัดเลย.** วิทยานิพนธ์
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา, มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- แสงเดือน มุสกรรณณี. (2545). **ความต้องการตาดนกิจกรรมของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ.** วิทยานิ
พนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการโครงการสวัสดิการสังคม, บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- อารดา ชีระเกียรติกำจร. (2554). **คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัด
เชียงใหม่.** เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ภาษาอังกฤษ

- Assael, H. (1998). **Consumer Behavior and Marketing Action** (5th ed.). Cincinnati, OH:
South-Western College Publishing
- _____. (1998). **Consumer Behavior and Marketing Action.** (6th ed.). Cincinnati, OH:
South-Western College Publishing
- Atkin, Charles Clarke, Peter, (1973). **New Models for Mass Communication
research.** ,Oxford, England: Sage, 307 pp.
- Berkman.H.W.,Lindquist J.D. & Sirgy M.J.(1999). **Consumer Behavior.** Illinois: NTC.Business.

- David L. Loudon and Albert J. Della Bitta. (1993). *Consumer Behavior: Concepts and New*
York: **McGraw – Hill International**, Inc.
- Engel, James F., Blackwell, Roger D. and Miniard, Paul W. (1993). **Consumer Behavior**.
(7th ed.). Fort Worth: The Dryden Press.
- Gunter, Barrie and Andrian Furnham. (1992). **Consumer Profiles: An Introduction to**
Psychographics. London: Routledge.
- Hoyer, W. D., & MacInnis, D. J. (2001). **Consumer Behaviour**. (2nd ed.). Boston: Houghton
Mifflin Company.
- Mowen, J. C. & Minor, M. (1998). **Consumer Behavior**. (5th ed.). New Jersey: Prentice-
Hall.
- Peter, J. P. & Olsen J.C.(1996). **Consumer Behavior & Marketing Strategy**. (4TH ed.).
Boston: Time Mirror Higher Education Group.
- Plummer, J. T. (1974). *“The Concept and Application of Lifestyle Segmentation”*.
Journal of Marketing. 38, pp. 33-37.
- Samuel L. Becker. 1972. **Discovering Mass Communication**. Illinois: Scott Foresman and
Company Glenview.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (1997). **Consumer Behavior**. (6th ed.) Upper Saddle
River,NJ: Prentice Hall.
- Schramm, Wilbur. (1973). **Channel and Audience in Handbook of Communication**.
Chicgago: Renelly College Publishing Company.
- Uncles. M.D.: & Ehrenberg. A. (1990). *“Brand Choice among older consumer”*. **Journal of**
Advertising Research. 30(4): 19-22

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

1. อาจารย์ดรุณี มุแก้ม ผู้ประสานสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ศูนย์ฯ ภูเก็ต
2. อาจารย์ทิพย์พิรุณ พุ่มดวง อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด
มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ศูนย์ฯ ภูเก็ต
3. อาจารย์ณิชา ปะณะรักษ์ อาจารย์ประจำสาขาการตลาด
มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ศูนย์ฯ ภูเก็ต

ภาคผนวก ข

ตารางสรุปค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม (IOC)

ตารางสรุปค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม (IOC)

ประเภทสื่อ	ผู้เชี่ยวชาญ				
	1	2	3	ΣR	IOC
กลุ่มสื่อมวลชน					
1. โทรทัศน์	1	1	1	3	1
2. วิทยุ	1	1	1	3	1
3. หนังสือพิมพ์	1	1	1	3	1
4. นิตยสาร	1	1	1	3	1
กลุ่มสื่ออิเล็กทรอนิกส์					
5. อินเทอร์เน็ต	1	1	1	3	1
6. อีเมลล์	1	1	1	3	1
7. ข้อความจากมือถือ (SMS,MMS)	1	1	1	3	1
8. ไลน์ (Line)	1	1	1	3	1
9. เฟซบุ๊ก (Facebook)	1	1	1	3	1
กลุ่มสื่อเฉพาะกิจ					
10. แผ่นพับ/ใบปลิว	1	1	1	3	1
11. โปสเตอร์	1	1	1	3	1
12. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง/บิลบอร์ด	1	1	1	3	1
13. งานแสดงสินค้า	1	1	1	3	1
14. สื่อโรงภาพยนตร์	1	1	1	3	1
15. จดหมายตรง	1	1	1	3	1
16. แคตตาล็อก	1	1	0	2	0.67

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม	ผู้เชี่ยวชาญ				
	1	2	3	ΣR	IOC
ด้านการทำงาน					
1.ฉันมีการวางแผนและจัดลำดับความสำคัญในการทำงาน	1	1	0	2	0.67
2.ฉันทำงานล่วงเวลาในตอนเย็นและวันหยุด	0	1	1	2	0.67
3.ฉันเข้าร่วมการฝึกอบรมหรือสัมมนาเพื่อเพิ่มทักษะในการทำงาน	1	1	1	3	1.00
ด้านงานอดิเรก					
4.ฉันชอบอ่านหนังสือและนิตยสาร	1	1	1	3	1.00
5.ฉันชอบดนตรีชอบฟังเพลง	1	0	1	2	0.67
6.ฉันชอบจัดสวนตกแต่งบ้าน	1	1	1	3	1.00
ด้านกิจกรรมสังคม					
7.ฉันชอบไปเลี้ยงสังสรรค์กับเพื่อนๆ	1	1	1	3	1.00
8.ฉันเป็นอาสาสมัครช่วยการกุศล	1	1	1	3	1.00
9.ฉันไปเยี่ยมญาติตามเทศกาลต่างๆ	1	1	1	3	1.00
การพักร้อน					
10.ฉันลาพักร้อนไปต่างประเทศ	0	1	1	2	0.67
11.ฉันพักผ่อนโดยการท่องเที่ยวไปต่างจังหวัดในวันหยุด	1	1	1	3	1.00
12.ฉันใช้ที่บ้านในช่วงพักร้อน	1	1	1	3	1.00
การบันเทิง					
13.ฉันชอบออกไปร้องคาราโอเกะกับเพื่อนๆ	1	1	1	3	1.00
14.ฉันชอบการออกไปฟังเพลงหรือคอนเสิร์ต	1	1	1	3	1.00
15.ฉันชอบการไปชมภาพยนตร์	1	1	1	3	1.00
การเป็นสมาชิก					
16.ฉันเป็นสมาชิกของนิตยสารหรือหนังสือพิมพ์	1	0	1	2	0.67
17.ฉันเป็นสมาชิกของชมรมและกลุ่มต่างๆ	1	1	1	3	1.00
18.ฉันเป็นสมาชิกของสปอร์ตคลับ	1	1	1	3	1.00
การร่วมกิจกรรมชุมชน					
19.ฉันทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน	0	1	1	2	0.67
20.ฉันมีตำแหน่งหน้าที่ของกรรมการชุมชน	1	1	0	2	0.67
21.ฉันไปวัดทุกวันหยุด	1	1	1	3	1.00

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม	ผู้เชี่ยวชาญ				
	1	2	3	ΣR	IOC
การเลือกซื้อ					
22.ฉันซื้อสินค้าจากห้างสรรพสินค้า	1	1	1	3	1.00
23.ฉันซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต	1	1	1	3	1.00
24.ฉันเน้นการซื้อสินค้าที่คุณภาพมากกว่าราคา	1	1	1	3	1.00
ด้านกีฬา					
25.ฉันออกกำลังกายในวันหยุดเป็นประจำ	1	1	1	3	1.00
26.ฉันออกกำลังกายนอกสถานที่เป็นประจำ	1	1	1	3	1.00
27.ฉันชอบออกกำลังกายกับเพื่อนๆ	1	1	1	3	1.00
รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ	ผู้เชี่ยวชาญ				
	1	2	3	ΣR	IOC
ด้านครอบครัว					
28.ฉันให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็นอันดับแรก	1	1	1	3	1.00
29.เมื่อฉันมีปัญหาฉันจะปรึกษาคนในครอบครัวเสมอ	1	1	1	3	1.00
30.ฉันให้ความสำคัญกับกิจกรรมของครอบครัว	1	1	1	3	1.00
บ้าน					
31.บ้านของฉันต้องเป็นระเบียบอยู่เสมอ	1	1	1	3	1.00
32.ฉันชอบซื้อของมาตกแต่งบ้าน	1	1	1	3	1.00
33.ฉันเป็นคนดูแลความสะอาดภายในบ้าน	1	1	1	3	1.00
งาน					
34.ฉันต้องการงานใหม่เพื่อให้รายได้สูงขึ้น	1	1	1	3	1.00
35.ฉันให้ความสำคัญกับงานเสมอ	1	1	1	3	1.00
36.ทำงานเพิ่มขึ้นช่วยให้มีรายได้ที่เพิ่มขึ้น	1	1	1	3	1.00
การร่วมกิจกรรมชุมชน					
37.ฉันสนใจเข้าร่วมพัฒนาชุมชน	1	1	1	3	1.00
38.ฉันสนใจเข้าร่วมงานกุศลเพื่อช่วยเหลือสังคม	1	1	1	3	1.00
39.ฉันสนใจแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม	1	1	0	2	0.67
สันทนาการ					
40.ฉันสนใจเที่ยวชมงานศิลปวัฒนธรรม	1	1	1	3	1.00
41.ฉันสนใจเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ	0	1	1	2	0.67
42.ฉันสนใจการแสดงต่างๆ หรือการร้องเพลง	1	1	1	3	1.00

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ	ผู้เชี่ยวชาญ				
	1	2	3	ΣR	IOC
เสื้อผ้า					
43.ฉันให้ความสำคัญกับการแต่งกาย	1	1	1	3	1.00
44.ฉันสนใจช้อปปิ้งตราสินค้าใหม่ๆ	1	1	1	3	1.00
45.ฉันนิยมซื้อตราสินค้าที่มีชื่อเสียง	1	1	1	3	1.00
อาหาร					
46.ฉันชอบทำอาหารเองที่บ้านเสมอ	1	1	1	3	1.00
47.ฉันซื้ออาหารโดยคำนึงถึงคุณภาพมากกว่าราคา	1	1	1	3	1.00
48.ฉันคำนึงถึงโภชนาการและสุขภาพของครอบครัว	1	1	1	3	1.00
49.ฉันสนใจเรื่องราวข่าวสารบันเทิง	1	1	1	3	1.00
50.ฉันสนใจติดตามโทรศัพท์ สมาร์ทโฟน ที่ออกมาใหม่	1	1	0	2	0.67
51.ฉันสนใจข่าวบ้านเมือง	1	1	1	3	1.00
ความสำเร็จ					
52.ความสำเร็จของฉันคือความร่ำรวย	1	1	1	3	1.00
53.การเดินทางรอบโลกคือความฝันของฉัน	1	1	1	3	1.00
54.ความสำเร็จของฉันคือการเป็นเจ้าของธุรกิจ	1	1	1	3	1.00
สื่อ					
49.ฉันสนใจเรื่องราวข่าวสารบันเทิง	1	1	1	3	1.00
50.ฉันสนใจติดตามโทรศัพท์ สมาร์ทโฟน ที่ออกมาใหม่	1	1	0	2	0.67
51.ฉันสนใจข่าวบ้านเมือง	1	1	1	3	1.00
ความสำเร็จ					
52.ความสำเร็จของฉันคือความร่ำรวย	1	1	1	3	1.00
53.การเดินทางรอบโลกคือความฝันของฉัน	1	1	1	3	1.00
54.ความสำเร็จของฉันคือการเป็นเจ้าของธุรกิจ	1	1	1	3	1.00
ต่อตนเอง (Themselves)					
55.ฉันทำในสิ่งที่ฉันคิดว่าถูกต้องโดยไม่สนใจผู้อื่น	1	1	1	3	1.00
56.ฉันมีความสุขและพอใจกับชีวิตที่เป็นอยู่	1	1	1	3	1.00
57.บุคลิก รูปลักษณ์ภายนอกเป็นสิ่งสำคัญมาก	1	1	1	3	1.00

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น	ผู้เชี่ยวชาญ				
	1	2	3	ΣR	IOC
ปัญหาสังคม					
58.เทคโนโลยีทำให้จิตใจมนุษย์แข็งกระด้าง	1	1	1	3	1.00
59.บาปบุญคุณโทษและกฎแห่งกรรมเป็นเรื่องล้าสมัย	1	1	1	3	1.00
60.การเที่ยวกลางคืนเป็นสีสันของชีวิต	1	1	1	3	1.00
การเมือง					
61.ทุกคนควรไปใช้สิทธิ์เลือกตั้ง	1	1	1	3	1.00
62.การเมืองเป็นเรื่องของคนทั้งประเทศ	1	1	0	2	0.67
63.ฉันไม่ชอบความขัดแย้งทางการเมือง	0	1	1	2	0.67
ธุรกิจ					
64.การลงทุนในปัจจุบันเป็นความเสี่ยง	1	1	1	3	1.00
65.ในโลกดิจิทัลใครมีความไว้วางใจได้เปรียบ	1	1	1	3	1.00
66.การกั๊ยมเพื่อการลงทุนทำธุรกิจเป็นเรื่องปกติ	1	1	1	3	1.00
เศรษฐกิจ					
67.เศรษฐกิจของประเทศกำลังจะดีขึ้น	1	1	1	3	1.00
68.นโยบายการเมือง/นักการเมืองกำลังจะทำให้เศรษฐกิจดีขึ้น	1	1	1	3	1.00
69.ประชาชนทุกคนสามารถมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจ	1	1	1	3	1.00
การศึกษา					
70.คนที่มีการศึกษาสูงย่อมมีโอกาสประสบความสำเร็จมากกว่าคนที่มีศึกษาน้อย	1	1	1	3	1.00
71.การศึกษาช่วยให้มีความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	1	1	1	3	1.00
72.การศึกษาช่วยให้สามารถแก้ปัญหาต่างๆในชีวิต	1	1	1	3	1.00

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น	ผู้เชี่ยวชาญ				
	1	2	3	ΣR	IOC
ผลิตภัณฑ์ (Product)					
73.สินค้ามีราคาแพงแต่มีคุณภาพดีกว่าสินค้าราคาถูกแต่คุณภาพต่ำ	1	1	1	3	1.00
74.สินค้าทุกๆ ตรายี่ห้อ ไม่ค่อยแตกต่างกัน มีความเหมือนกัน	1	0	1	2	0.67
75.ตราสินค้าและราคาไม่ใช่เรื่องสำคัญอยู่ที่ความพอใจ	1	0	1	2	0.67
อนาคต (Future)					
76.อนาคตจะดีถ้าหากเรามีการวางแผนตั้งแต่วันนี้	1	1	1	3	1.00
77.ฉันคาดหวังว่าจะเป็นผู้บริหารระดับสูง	1	1	1	3	1.00
78.ฉันอยากจะทำชีวิตปัจจุบันเพื่อไปทำบางสิ่งบางอย่างที่ต่างออกไป	1	1	1	3	1.00
วัฒนธรรม (culture)					
79.คุณค่าทางจิตใจมีความหมายมากกว่าวัตถุสิ่งของ	0	1	1	2	0.67
80.การเลียนแบบวัฒนธรรมต่างชาติไม่ใช่เรื่องเสียหาย	1	1	1	3	1.00
81.วัฒนธรรมไทยเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์	1	1	1	3	1.00

ภาคผนวก ค
แบบสอบถาม

แบบสอบถามเรื่อง

พฤติกรรมกาารเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดภูเก็ต

ตอนที่ 1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดใส่เครื่องหมาย ลงใน และกรอกข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

 ชาย หญิง

2. อายุ

 60-64 ปี 65-69 ปี 70-74 ปี 75 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

 โสด แต่งงานแล้ว หย่าหรือแยกกันอยู่ หม้าย

4. ระดับการศึกษา

 ประถมศึกษา มัธยมต้น อนุปริญญา/ปวส. มัธยมปลาย/ปวช. ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ค้าขาย / ทำธุรกิจส่วนตัว ว่างาน งานบ้าน/เกษียณอายุ อื่น ๆ ระบุ.....

6. รายได้ค่าเฉลี่ยต่อเดือน

 ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท 40,001 บาทขึ้นไป

7. ที่อยู่อาศัย

 อำเภอเมือง อำเภอกะทู้ อำเภอถลาง

8. ศาสนา

 พุทธ อิสลาม อื่นๆ.....

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

คำถาม ประเภทสื่อต่อไปนี้ท่านเปิดรับอย่างน้อยเพียงใด (โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด)

ประเภทสื่อ	การเปิดรับสื่อ				
	6-7 ครั้งต่อสัปดาห์	4-5 ครั้งต่อสัปดาห์	2-3 ครั้งต่อสัปดาห์	ไม่เกิน1 ครั้งต่อสัปดาห์	ไม่เคยรับเลย
	บ่อยมาก (5)	ค่อนข้างบ่อย (4)	บางครั้ง (3)	นาน ๆ ครั้ง (2)	ไม่เคย (1)
กลุ่มสื่อมวลชน					
1. โทรทัศน์					
2. วิทยุ					
3. หนังสือพิมพ์					
4. นิตยสาร					
กลุ่มสื่ออิเล็กทรอนิกส์					
5. อินเทอร์เน็ต					
6. อีเมลล์					
7. ข้อความจากมือถือ (SMS,MMS)					
8. ไลน์ (Line)					
9. เฟซบุ๊ก (Facebook)					
กลุ่มสื่อเฉพาะกิจ					
10. แผ่นพับ/ใบปลิว					
11. โปสเตอร์					
12. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง/บิลบอร์ด					
13. งานแสดงสินค้า					
14. สื่อโรงภาพยนตร์					
15. จดหมายตรง					
16. แคตตาล็อก					

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับกิจกรรม

คำถาม ท่านได้จัดสรรเวลาในการทำกิจกรรมต่อไปนี้มากน้อยครั้งเพียงใด

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องหมายเลขที่ตรงกับตัวคุณมากที่สุด

กิจกรรม	ทำเป็นประจำ (5)	ทำค่อนข้างบ่อย (4)	ทำบ้างไม่ทำบ้าง (3)	นาน ๆ ทำที (2)	ไม่ทำเลย (1)
ด้านการทำงาน					
1.ฉันมีการวางแผนและจัดลำดับความสำคัญในการทำงาน					
2.ฉันทำงานล่วงเวลาในตอนเย็นและวันหยุด					
3.ฉันเข้าร่วมการฝึกอบรมหรือสัมมนาเพื่อเพิ่มทักษะในการทำงาน					
ด้านงานอดิเรก					
4.ฉันชอบอ่านหนังสือและนิตยสาร					
5.ฉันชอบดนตรีชอบฟังเพลง					
6.ฉันชอบจัดสวนตกแต่งบ้าน					
ด้านกิจกรรมสังคม					
7.ฉันชอบไปเลี้ยงสังสรรค์กับเพื่อนๆ					
8.ฉันเป็นอาสาสมัครช่วยการกุศล					
9.ฉันไปเยี่ยมญาติตามเทศกาลต่างๆ					
การพักร้อน					
10.ฉันลาพักร้อนไปต่างประเทศ					
11.ฉันพักผ่อนโดยการท่องเที่ยวไปต่างจังหวัดในวันหยุด					
12.ฉันใช้อยู่บ้านในช่วงพักร้อน					
การบันเทิง					
13.ฉันชอบออกไปร้องคาราโอเกะกับเพื่อนๆ					
14.ฉันชอบการออกไปฟังเพลงหรือคอนเสิร์ต					
15.ฉันชอบการไปชมภาพยนตร์					
การเป็นสมาชิก					
16.ฉันเป็นสมาชิกของนิตยสารหรือหนังสือพิมพ์					
17.ฉันเป็นสมาชิกของชมรมและกลุ่มต่างๆ					
18.ฉันเป็นสมาชิกของสปอร์ตคลับ					
การร่วมกิจกรรมชุมชน					
19.ฉันทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน					
20.ฉันมีตำแหน่งหน้าที่ของกรรมการชุมชน					
21.ฉันไปวัดทุกวันหยุด					

กิจกรรม	ทำเป็นประจำ (5)	ทำค่อนข้างบ่อย (4)	ทำบ้างไม่ทำบ้าง (3)	นาน ๆ ทำที (2)	ไม่ทำเลย (1)
การเลือกซื้อ					
22.ฉันซื้อสินค้าจากห้างสรรพสินค้า					
23.ฉันซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต					
24.ฉันเน้นการซื้อสินค้าที่คุณภาพมากกว่าราคา					
ด้านกีฬา					
25.ฉันออกกำลังกายในวันหยุดเป็นประจำ					
26.ฉันออกกำลังกายนอกสถานที่เป็นประจำ					
27.ฉันชอบออกกำลังกายกับเพื่อนๆ					

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความสนใจ

คำถาม ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับข้อความต่าง ๆ เหล่านี้

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องหมายเลขที่ตรงกับตัวคุณมากที่สุด

ความสนใจ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	ค่อนข้างเห็นด้วย (4)	เฉย ๆ ไม่แน่ใจ (3)	ไม่ค่อยเห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
ด้านครอบครัว					
28.ฉันให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็นอันดับแรก					
29.เมื่อฉันมีปัญหาฉันจะปรึกษาคนในครอบครัวเสมอ					
30.ฉันให้ความสำคัญกับกิจกรรมของครอบครัว					
บ้าน					
31.บ้านของฉันต้องเป็นระเบียบอยู่เสมอ					
32.ฉันชอบซื้อของมาตกแต่งบ้าน					
33.ฉันเป็นคนดูแลความสะอาดภายในบ้าน					
งาน					
34.ฉันต้องการงานใหม่เพื่อให้รายได้สูงขึ้น					
35.ฉันให้ความสำคัญกับงานเสมอ					
36.ทำงานเพิ่มขึ้นช่วยให้มีรายได้ที่เพิ่มขึ้น					
การร่วมกิจกรรมชุมชน					
37.ฉันสนใจเข้าร่วมพัฒนาชุมชน					
38.ฉันสนใจเข้าร่วมงานกุศลเพื่อช่วยเหลือสังคม					
39.ฉันสนใจแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม					
สันทนาการ					
40.ฉันสนใจเที่ยวชมงานศิลปวัฒนธรรม					
41.ฉันสนใจเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ					
42.ฉันสนใจการแสดงต่างๆ หรือการร้องเพลง					

ความสนใจ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	ค่อนข้าง เห็นด้วย (4)	เฉย ๆ ไม่แน่ใจ (3)	ไม่ค่อย เห็นด้วย (2)	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง (1)
เสื้อผ้า					
43.ฉันให้ความสำคัญกับการแต่งกาย					
44.ฉันสนใจช้อปปิ้งตราสินค้าใหม่ๆ					
45.ฉันนิยมซื้อตราสินค้าที่มีชื่อเสียง					
อาหาร					
46.ฉันชอบทำอาหารเองที่บ้านเสมอ					
47.ฉันซื้ออาหารโดยคำนึงถึงคุณภาพมากกว่าราคา					
48.ฉันคำนึงถึงโภชนาการและสุขภาพของครอบครัว					
สื่อ					
49.ฉันสนใจเรื่องราวข่าวสารบันเทิง					
50.ฉันสนใจติดตามโทรศัพท์ สมาร์ทโฟน ที่ออกมาใหม่					
51.ฉันสนใจข่าวบ้านเมือง					
ความสำเร็จ					
52.ความสำเร็จของฉันคือความร่ำรวย					
53.การเดินทางรอบโลกคือความฝันของฉัน					
54.ความสำเร็จของฉันคือการเป็นเจ้าของธุรกิจ					

ตอนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็น

คำถาม ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับข้อความต่าง ๆ เหล่านี้

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องหมายเลขที่ตรงกับตัวคุณมากที่สุด

ความคิดเห็น	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	ค่อนข้าง เห็นด้วย (4)	เฉย ๆ ไม่แน่ใจ (3)	ไม่ค่อย เห็นด้วย (2)	ไม่เห็น ด้วยเลย (1)
ต่อตนเอง (Themselves)					
55.ฉันทำในสิ่งที่ฉันคิดว่าถูกต้องโดยไม่สนใจผู้อื่น					
56.ฉันมีความสุขและพอใจกับชีวิตที่เป็นอยู่					
57.บุคลิก รูปลักษณ์ภายนอกเป็นสิ่งสำคัญมาก					
ปัญหาสังคม					
58.เทคโนโลยีทำให้จิตใจมนุษย์แข็งกระด้าง					
59.บาปบุญคุณโทษและกฎแห่งกรรมเป็นเรื่องล้าสมัย					
60.การเที่ยวกลางคืนเป็นสีสันของชีวิต					
การเมือง					
61.ทุกคนควรไปใช้สิทธิเลือกตั้ง					
62.การเมืองเป็นเรื่องของคนทั้งประเทศ					
63.ฉันไม่ชอบความขัดแย้งทางการเมือง					
ความคิดเห็น	เห็นด้วย	ค่อนข้าง	เฉย ๆ	ไม่ค่อย	ไม่เห็น

	อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	เห็นด้วย (2)	ด้วยเลย (1)
ธุรกิจ (Business)					
64.การลงทุนในปัจจุบันเป็นความเสี่ยง					
65.ในโลกดิจิทัลใครมีความไวกว่าย่อมได้เปรียบ					
66.การกั๊กยืมเพื่อการลงทุนทำธุรกิจเป็นเรื่องปกติ					
เศรษฐกิจ (Economic)					
67.เศรษฐกิจของประเทศกำลังจะดีขึ้น					
68.นโยบายการเมือง/นักการเมืองกำลังจะทำให้เศรษฐกิจดีขึ้น					
69.ประชาชนทุกคนสามารถมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจ					
การศึกษา (Education)					
70.คนที่มีการศึกษาสูงย่อมมีโอกาสประสบความสำเร็จมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย					
71.การศึกษาช่วยให้มีความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน					
72.การศึกษาช่วยให้สามารถแก้ปัญหาต่างๆในชีวิต					
ผลิตภัณฑ์ (Product)					
73.สินค้ามีราคาแพงแต่มีคุณภาพย่อมดีกว่าสินค้าราคาถูกแต่คุณภาพต่ำ					
74.สินค้าทุกๆ ตรายี่ห้อ ไม่ค่อยแตกต่างกัน มีความเหมือนกัน					
75.ตราสินค้าและราคาไม่ใช่เรื่องสำคัญอยู่ที่ความพอใจ					
อนาคต (Future)					
76.อนาคตจะดีถ้าหากเรามีการวางแผนตั้งแต่วันนี้					
77.ฉันคาดหวังว่าจะเป็นผู้บริหารระดับสูง					
78.ฉันอยากจะทำชีวิตปัจจุบันเพื่อไปทำบางสิ่งบางอย่างที่ต่างออกไป					
วัฒนธรรม (culture)					
79.คุณค่าทางจิตใจมีความหมายมากกว่าวัตถุสิ่งของ					
80.การเลียนแบบวัฒนธรรมต่างชาติไม่ใช่เรื่องเสียหาย					
81.วัฒนธรรมไทยเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์					

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นายเศรษฐวิรุทธิ์ คงกะพันธ์
วัน เดือน ปีเกิด	10 กุมภาพันธ์ 2520 จังหวัดนครศรีธรรมราช
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ พ.ศ. 2542 มหาวิทยาลัยรามคำแหง รัฐศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาบริหารรัฐกิจ คณะรัฐศาสตร์ พ.ศ. 2545 มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด พ.ศ. 2546
ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน	หัวหน้างานกิจการนิสิตและหัวหน้างานวิจัย อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด
ประสบการณ์ทำงาน	อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ศูนย์ฯ ภูเก็ต ตั้งแต่ ปี 2554 – ปัจจุบัน
ชื่อผลงานทางวิชาการที่ตีพิมพ์เผยแพร่	1. ภาพลักษณ์วิทยาลัยราชพฤกษ์ ศูนย์การศึกษานอกที่ตั้ง วิทยาลัยเทคโนโลยีภูเก็ต ในมุมมองของประชาชนจังหวัดภูเก็ต พ.ศ. 2557 2. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนสถาบันอุดมศึกษาของนักเรียน สายอาชีวศึกษาในจังหวัดภูเก็ตและพังงา พ.ศ. 2556
รางวัลหรือทุนการศึกษาที่ได้รับ	ทุนศึกษาต่อระดับปริญญาเอก มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร