



รายงานการวิจัย

พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ
ในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์

The Behavior of The Social Networks of The Elderly
in Phetchabun Municipality

จิตรนันท์ ศรีเจริญและคณะ

สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ประจำปีงบประมาณ 2560

รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ
ในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์

The Behavior of The Social Networks of The Elderly
in Phetchabun Municipality

จิตรนันท์ ศรีเจริญ

สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ธีระภัทรา เอกผาชัยสวัสดิ์

สาขาพัฒนาสังคม

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

เจษฎาพร ปาคำวัง

สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ทุนอุดหนุนโดย มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ งบประมาณแผ่นดินที่พิจารณา
โดยผ่านความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

ประจำปีงบประมาณ 2560

ชื่องานวิจัย

พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมือง
เพชรบูรณ์

The Behavior of The Social Networks of The Elderly
in Phetchabun Municipality

ผู้วิจัย

จิตรนันท์ ศรีเจริญ

ผู้ร่วมวิจัย/ที่ปรึกษา

เจษฎาพร ปาคำวัง อีระภัสรา เอกผาชัยสวัสดิ์

สาขาวิชา

เทคโนโลยีสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ปีเสร็จวิจัย 2561

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ แรงจูงใจ และความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ จำแนกตามพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้ คอ ผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ จำนวน 349 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test ANOVA และค่า Pearson's Correlation ในการทดสอบสมมติฐานและนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิจัยพบว่า

1) ผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์มีแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง

2) ผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยเป็นดังนี้

(ข)

- 1) ผู้สูงอายุที่มีอายุ และระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
- 2) ผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ที่มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บริการ เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อความบันเทิง เพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน
- 3) แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ : เครือข่ายสังคมออนไลน์, ผู้สูงอายุ, แรงจูงใจ, ความพึงพอใจ, พฤติกรรม

Title	The Behavior of The Social Networks of The Elderly in Phetchabun Municipality		
Researcher	Jitranan Sricharoen		
Co-researcher	Jetsadaporn Pakamwang	Teerapatra Eakphachaisawat	
Department	Information Technology Phetchabun Rajabhat University		
		Year	2018

ABSTRACT

The objective of this research are to study usage behavior, motivation and satisfaction in using social network of the elderly in Phetchabun Municipality , to compare the satisfaction in using social network of the elderly, and to study relationship of motivation in using social network and satisfaction in using social network of the elderly.

Sample space used in research were the elderly in Phetchabun Municipality age over 60 years, male and female. The number of the sample of this study was 349. The questionnaire was used as a tool to collect the data. Statistics used were percentage, frequency, standard deviation, t-test, ANOVA and Pearson's Correlation.

The result of the research are as follows:

- 1) The motivation of the elderly in Phetchabun Municipality to use social network was at the moderate level.
- 2) The satisfaction of the elderly in Phetchabun Municipality to use social network was at the moderate level.

The results of the hypothesis test are as follows:

- 1) The elderly in Phetchabun Municipality having difference in age and graduation level have different satisfaction level in using social network at 0.05 significant.
- 2) The elderly in Phetchabun Municipality having difference in objective of using social network, for study for knowledge, for entertainment, for communicate with friends have different satisfaction in using them at 0.05 significant.

3) There is the relationship between the motivation in using social network and the elderly' satisfaction of using social network at 0.05 significant.

Keywords: Social network, elderly, motivation, satisfaction, behavior

(จ)

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ดีด้วยคำแนะนำต่างๆ จากคณาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ในการให้คำแนะนำ คำปรึกษา รวมถึงข้อเสนอแนะต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยขอขอบคุณความร่วมมือช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ และชมรมผู้สูงอายุนครบาลเพชรบูรณ์ ในความอนุเคราะห์ห้องประชุมสำหรับใช้จัดเก็บข้อมูล รวมทั้งขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ที่ได้ให้ทุนอุดหนุนการวิจัยครั้งนี้มา ณ ที่นี้ด้วย

จิตรนนท์ ศรีเจริญและคณะ

15 มีนาคม 2561

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญรูป.....	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย.....	1
1.2 คำถามวิจัย	3
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
1.4 สมมติฐานของการวิจัย	4
1.5 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.6 ประโยชน์ของการวิจัย	4
1.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์	7
2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ.....	10
2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ..	12
2.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ	16
2.5 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	19
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	21
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	24
3.1 ประเภทของงานวิจัย	24
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3	
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	25
3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	27
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	27
3.6 การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล.....	27
3.7 สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	27
บทที่ 4	
ผลการวิจัย.....	30
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้สูงอายุ.....	31
4.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ.....	36
4.3 การวิเคราะห์แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ.....	40
4.4 การวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ.....	41
4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	42
บทที่ 5	
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	59
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	59
5.2 อภิปรายผล.....	64
5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	66
บรรณานุกรม.....	67
ภาคผนวก.....	71
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	72
ประวัติคณะผู้วิจัย.....	77

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์.....31
4.2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามเพศ.....31
4.3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามอายุ.....32
4.4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามการศึกษา.....32
4.5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามสถานภาพ.....33
4.6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามอาชีพ.....33
4.7	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามรายได้ส่วนตัวเฉลี่ย.....34
4.8	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามความพอเพียงของรายได้ที่ใช้จ่ายต่อเดือน.....34
4.9	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามความแหล่งรายได้.....35
4.10	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามการพักอาศัย.....35
4.11	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามช่องทางการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์.....36
4.12	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามยี่ห้อของอุปกรณ์ที่ใช้.....36
4.13	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เคยใช้.....37
4.14	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้มากที่สุด.....37

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามวัตถุประสงค์	38
4.16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ตามเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อวัน	39
4.17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์บ่อยที่สุด	39
4.18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	40
4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจในการใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์	41
4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์	42
4.21 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของผู้สูงอายุที่มีเพศต่างกัน	43
4.22 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่าย สังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ ที่มีอายุต่างกัน โดยวิเคราะห์ความแปรปรวน	43
4.23 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของผู้สูงอายุเป็นรายคู่จำแนกตามอายุ	44
4.24 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาต่างกัน โดยวิเคราะห์ความแปรปรวน	45
4.25 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของผู้สูงอายุเป็นรายคู่จำแนกตามระดับการศึกษา	45
4.26 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่าย สังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน โดยวิเคราะห์ความแปรปรวน	46

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.27 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อศึกษาหาความรู้.....	47
4.28 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อรับและแชร์ข่าวสาร	47
4.29 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อความบันเทิง.....	48
4.30 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อสื่อสารกับคนในครอบครัว.....	48
4.31 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อน	49
4.32 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีช่องทางการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทางคอมพิวเตอร์	49
4.33 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีช่องทางการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทางแท็บเล็ต.....	50
4.34 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีช่องทางการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทางโทรศัพท์มือถือ.....	50
4.35 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกันโดยวิเคราะห์ความแปรปรวน	51
4.36 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่ใช้เวลาต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกันโดยวิเคราะห์ความแปรปรวน	52

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.37 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นรายคู่ จำแนกตามเวลาต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	52
4.38 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ตื่นนอน จนถึง 9.00 น. ต่างกัน.....	53
4.39 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ 9.00 -12.00 น. ต่างกัน	53
4.40 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ 12.00 -13.00 น. ต่างกัน.....	54
4.41 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ 13.00 -16.00 น. ต่างกัน	54
4.42 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ 16.00 -20.00 น. ต่างกัน.....	55
4.43 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ 20.00 น. จนถึงเข้านอน ต่างกัน	55
4.44 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของผู้สูงอายุที่มีระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน โดยวิเคราะห์ความแปรปรวน	56

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.45 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ที่ใช้ Line ต่างกัน	56
4.46 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ที่ใช้ Facebook ต่างกัน	57
4.47 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความพึงพอใจในการใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ	57

สารบัญรูป

รูปที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	5
2.1 ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเปรียบเทียบตามประเภทสื่อสังคมออนไลน์.....	16

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย

ผู้สูงอายุ หรือบางคนเรียกว่า ผู้สูงวัย เป็นคำที่บ่งบอกถึงตัวเลขของอายุว่า มีอายุมาก โดยนิยมนับตามอายุตั้งแต่แรกเกิด โดยพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ให้ความหมายของคำว่า คนแก่ คือ มีอายุมาก หรืออยู่ในวัยชรา และให้ความหมายของคำว่า ชรา คือ แก่ด้วยอายุ ชำรุดทรุดโทรม นอกจากนั้น ยังมีการเรียกผู้สูงอายุว่า ราษฎรอาวุโส (Senior Citizen) องค์การอนามัยโลก (World Health Organization, WHO) และองค์การสหประชาชาติ (United Nations, UN) ใช้คำในภาษาอังกฤษของผู้สูงอายุว่า Older Person หรือ Elderly Person องค์การสหประชาชาติได้ให้นิยามว่า “ผู้สูงอายุ” คือ ประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิง ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป โดยเป็นการนิยมนับตั้งแต่อายุเกิด ส่วนองค์การอนามัยโลก ยังไม่มีการให้นิยามผู้สูงอายุ โดยมีเหตุผลว่า ประเทศต่างๆ ทั่วโลกมีการนิยามผู้สูงอายุต่างกัน ทั้งนิยามตามอายุเกิด ตามสังคม (Social) วัฒนธรรม (culture) และสภาพร่างกาย (Functional Markers) เช่น ในประเทศที่เจริญแล้ว มักจัดผู้สูงอายุ นับจากอายุ 65 ปีขึ้นไป หรือบางประเทศ อาจนิยามผู้สูงอายุตามอายุกำหนดให้เกษียณงาน (อายุ 50 หรือ 60 หรือ 65 ปี) หรือนิยามตามสภาพของร่างกาย โดยผู้หญิงสูงอายุในช่วง 45-55 ปี ส่วนชายสูงอายุ อยู่ในช่วง 55-75 ปี สำหรับประเทศไทย ผู้สูงอายุตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 หมายความว่า บุคคลซึ่งมีอายุเกินกว่าหกสิบปีบริบูรณ์ขึ้นไป และมีสัญชาติไทย (พวงทอง ไกรพิบูลย์, 2557)

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 ประเทศไทยมีประชากรสูงวัย หรือผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด ซึ่งจัดอยู่ในเกณฑ์ “สังคมสูงวัย” (Aging Society) ตามนิยามขององค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) แต่ในปัจจุบัน สัดส่วนผู้สูงอายุของไทยอยู่ที่ร้อยละ 15 และคาดการณ์ว่า ภายในปี พ.ศ. 2564 ประชากรสูงวัยจะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 20 ซึ่งเข้าเกณฑ์ “สังคมสูงวัยโดยสมบูรณ์” (Aged Society) และภายในปี พ.ศ. 2574 ประชากรสูงวัยจะเพิ่มเป็นร้อยละ 28 เรียกได้ว่า เตรียมก้าวสู่การเป็น “สังคมสูงวัยระดับสุดยอด” (Super Aged Society) (วรเวศม์ สุวรรณระดา, 2559) การก้าวขึ้นสู่สังคมผู้สูงอายุ ย่อมจะส่งผลให้วิถีชีวิตและพฤติกรรมของผู้คนในสังคมเกิดการเปลี่ยนแปลง ทำให้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องมีการเตรียมมาตรการออกมารองรับอย่างทันท่วงที เพื่อให้พร้อมที่จะก้าวทันสถานการณ์ของผู้สูงอายุและปรับกระบวนการทัศนจากเดิมที่มองว่าผู้สูงอายุเป็นภาระของสังคม เปลี่ยนไปเป็นผู้ใช้ประโยชน์ที่สะสมมายาวนานให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม (วีระศักดิ์ เครือเทพ, 2552)

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เป็นสังคมที่มีการเชื่อมโยงกันเพื่อสร้างเครือข่ายในการตอบสนองความต้องการทางสังคมที่มุ่งเน้นในการสร้างและสะท้อนให้เห็นถึงเครือข่าย หรือความสัมพันธ์ทางสังคม ในกลุ่มคนที่มีความสนใจหรือมีกิจกรรมร่วมกัน บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์จะให้บริการผ่านหน้าเว็บ และให้มีการตอบโต้กันระหว่างผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต ซึ่งในปัจจุบันเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทในการติดต่อสื่อสารของมนุษย์มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นโปรแกรม Facebook, Line, Twitter หรือ Instagram หรือโปรแกรมอื่นๆ จนแทบจะแทนที่การติดต่อสื่อสารแบบดั้งเดิมเช่น จดหมาย หรือโทรศัพท์ไปแล้ว เครือข่ายสังคมออนไลน์มักถูกใช้เพื่อดำเนินงานหรือกิจกรรมต่างๆ โดยมีตัวบุคคลหรือหน่วยงานต่างๆ ร่วมกันเป็นเครือข่ายเพื่อให้สามารถใช้ทรัพยากรร่วมกัน ในการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสารหรือสิ่งอื่นๆ ในประเทศไทยมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างแพร่หลายมากขึ้นจนติดอันดับที่ 4 โดยมีเวลาเฉลี่ยในการใช้งาน 8.7 ชั่วโมงต่อวัน เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมใช้มากที่สุดได้แก่ Facebook รองลงมาคือ Twitter และ Google ตามลำดับ สถิติประชากรคนไทยที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อัปเดตล่าสุด ณ เดือนพฤษภาคม 2559 พบว่า คนไทยใช้ Facebook มาเป็นอันดับหนึ่ง คือจำนวน 41 ล้านคน คิดเป็น 60% ของประชากรไทย ส่วน Facebook Page ไทยมีมากถึง 7 แสนเพจ สัดส่วนของเพศชายต่อเพศหญิงที่ใช้ Facebook เป็น 21:20 อันดับรองลงมาคือ การใช้ Line จำนวน 33 ล้านคน อันดับถัดมาคือ Instagram 7.8 ล้านคน และ Twitter จำนวน 5.3 ล้านคน นอกจากนี้ คนไทยยังใช้ Facebook มากเป็นอันดับ 8 ของโลก และเป็นอันดับ 3 ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และพบว่าช่องทางการเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ ส่วนใหญ่มาจากโทรศัพท์มือถือ หรือสมาร์ทโฟนมากที่สุด โดยเฉลี่ยใช้งาน 6.6 ชั่วโมงต่อวัน อันดับสองเข้าถึงจากคอมพิวเตอร์พีซี ใช้งานเฉลี่ย 6.2 ชั่วโมงต่อวัน และอันดับสามเข้าถึงจากโน้ตบุ๊ก ใช้งานเฉลี่ย 5.3 ชั่วโมงต่อวัน นอกเหนือจากสถิติพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตแล้ว ยังมีข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมสู่เสี่ยงบนโลกอินเทอร์เน็ตด้วย ซึ่งประชาชนอาจขาดความรู้ขาดความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยบนสังคมออนไลน์ เช่น การเช็คอินสถานที่ต่างๆ การถ่ายรูปแล้วแชร์อัปโหลดบอกสถานะโดยแชร์แบบสาธารณะ และที่สำคัญคือการไม่เปลี่ยนรหัสผ่านทุก 3 เดือน นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์หรือการซื้อขายผ่านทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น และมีการชำระเงินผ่านทางโอนเงินธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้นด้วย

เนื่องจากสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้ผู้สูงอายุจำเป็นต้องอยู่ห่างจากลูกหลาน ไม่ว่าจะเป็นเนื่องจากลูกหลานต้องไปศึกษาต่อในที่ห่างไกล หรือการเดินทางไปทำงานต่างถิ่น หรือการแยกครอบครัวจากครอบครัวขยายมาเป็นครอบครัวเล็กๆ ผู้สูงอายุจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการติดต่อสื่อสารจากเดิมที่ใช้โทรศัพท์ มาเป็นการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากขึ้น นอกจากนี้ การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในยุคดิจิทัลนั้น ผู้สูงอายุจำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อมในการเพิ่ม

ช่องทางในการฝึกฝนเรียนรู้และเพิ่มทักษะในการประกอบอาชีพมากขึ้น การมีความรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีในการสืบค้นและติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตได้ดีจึงมีความสำคัญ

เทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ มีจำนวนผู้สูงอายุทั้งหมด 2,688 คน กระจายอยู่ตามชุมชนต่างๆ ทั้ง 17 ชุมชน คือ นาริพัฒนา คลองสานพัฒนา สะเดียงพัฒนา ช้างเผือกพัฒนา พัฒนาสามัคคี สมาคมพัฒนา เพชรนิกรบำรุง ในเมืองพัฒนา แก้วดาวพัฒนา โพธิ์จันทร์พัฒนา ตลาดพัฒนา ต้นเบนพัฒนา ภูเขาหินพัฒนา คลองศาลา ไทรงามพัฒนา เพชรพัฒนา และเกาะเพชรพัฒนา และจำนวนผู้สูงอายุยังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกๆ ปี หากเรามีข้อมูลที่ได้จากการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุแล้ว ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อการวางโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการดูแลผู้สูงอายุในชุมชน การดึงองค์ความรู้หรือศักยภาพในกลุ่มผู้สูงอายุมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาสังคม ตลอดจนสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้สูงอายุผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ ได้ง่าย และสะดวกมากขึ้นอีกด้วย

1.2 คำถามวิจัย

1.2.1 พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ แรงจูงใจและความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ เป็นอย่างไร

1.2.2 ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลมีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

1.2.3 ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

1.2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุเป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดเพชรบูรณ์

1.3.2 เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ

1.3.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ

1.3.4 เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

1.3.5 เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ จำแนกตามพฤติกรรมการใช้

1.3.6 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ

1.4 สมมติฐานของการวิจัย

1.4.1 ผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

1.4.2 ผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ที่มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

1.4.3 แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรในการวิจัย คือ ผู้สูงอายุ หรือผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 2,688 คน

1.6 ประโยชน์ของการวิจัย

1.6.1 ทำให้ทราบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดเพชรบูรณ์

1.6.2 ทำให้ทราบแรงจูงใจและความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ

1.6.3 ทำให้ทราบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลให้ผู้สูงอายุใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

1.6.4 สามารถนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางให้กับผู้เกี่ยวข้องและผู้สนใจ นำไปใช้วางแผนพัฒนา และเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ

1.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.7.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ

1.7.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ การพักอาศัย อาชีพ แหล่งรายได้ รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน และความเพียงพอของรายได้ที่ใช้จ่ายต่อเดือน

1.7.1.2 พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ ช่องทางในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ยี่ห้อของอุปกรณ์หรือเครื่องมือที่ใช้ ประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เคยใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้มากที่สุด วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เวลาโดยเฉลี่ยที่

ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์บ่อยที่สุด และระยะเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

1.7.1.3 แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

1.7.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ



รูปที่ 1.1: กรอบแนวคิดการวิจัย

1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.8.1 เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) หมายถึง กลุ่มคนที่มารวมกันเป็นสังคม มีการเชื่อมโยงกันเพื่อสร้างเครือข่ายในการตอบสนองความต้องการทางสังคม มุ่งเน้นในการสร้างและสะท้อนให้เห็นถึงเครือข่ายหรือความสัมพันธ์ทางสังคม มีความสนใจหรือมีกิจกรรมร่วมกัน เครือข่ายสังคมออนไลน์จะให้บริการผ่านหน้าเว็บ และให้มีการตอบโต้กันระหว่างผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต ซึ่งในปัจจุบัน เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทในการติดต่อสื่อสารของมนุษย์มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นโปรแกรม Facebook, Line, Twitter หรือ Instagram หรือโปรแกรมอื่นๆ

1.8.2 ผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ที่พักอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์

1.8.3 พฤติกรรมการใช้ หมายถึง ลักษณะการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ช่องทางในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ สถานที่ที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ระยะเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้ และ กิจกรรมที่ทำผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

1.8.4 ความพึงพอใจ หมายถึง การแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ ที่ได้รับจากการใช้บริการต่างๆ ของเครือข่ายสังคมออนไลน์

1.8.5 แรงจูงใจ หมายถึง แรงซึ่งควบคุมพฤติกรรมของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ อันเกิดมาจากความต้องการ พลังกดดัน และความพยายามทำให้บรรลุเป้าหมาย แรงจูงใจเป็นสภาวะที่บุคคลถูกกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมไปยังจุดหมายปลายทาง พฤติกรรมของมนุษย์จะถูกกำหนดและควบคุมโดยแรงจูงใจ และแรงจูงใจเหล่านี้จะมีลักษณะแตกต่างกันออกไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาอภิปราย และสรุปผลการวิจัย ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์
- 2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ
- 2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ
- 2.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ
- 2.5 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.6 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) หมายถึง เว็บไซต์ที่เชื่อมโยงผู้คนเข้าไว้ด้วยกัน โดยเว็บไซต์เหล่านี้จะมีพื้นที่ให้ผู้คนได้เข้ามารู้จักกัน มีพื้นที่ให้บริการเครื่องมือต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการสร้างเครือข่าย สำหรับเป็นแหล่งเผยแพร่ข้อมูลส่วนตัว บทความ รูปภาพ ผลงาน เป็นแหล่งพบปะแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ หรือความสนใจร่วมกัน เป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ที่ผู้ใช้สามารถช่วยกันสร้างเนื้อหาขึ้นได้ตามความสนใจของแต่ละบุคคล (Duhe, 2007) เป็นสังคมที่มีการเชื่อมโยงกันเพื่อสร้างเครือข่ายในการตอบสนองความต้องการทางสังคม หรือสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมในกลุ่มคนที่มีความสนใจหรือมีกิจกรรมร่วมกัน ผู้ใช้สามารถเขียนอธิบายความสนใจ กิจกรรมที่ได้ทำ เชื่อมโยงความสนใจและกิจกรรมของผู้อื่น

เครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้กลายเป็นปรากฏการณ์ของการเชื่อมต่อสื่อสารระหว่างบุคคลในโลกอินเทอร์เน็ต โดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างชุมชนออนไลน์ ซึ่งทำให้ผู้คนสามารถที่จะแลกเปลี่ยนแบ่งปันข้อมูลตามประโยชน์ กิจกรรม หรือความสนใจเฉพาะเรื่องซึ่งกันและกัน เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้เริ่มต้นและพัฒนาขึ้นมาตั้งแต่ปี 1997 เว็บไซต์แรกคือ SixDegree.com และเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนกระทั่งในปัจจุบัน เครือข่ายสังคมออนไลน์มีหลายประเภท ได้แก่ ประเภทแหล่งข้อมูลให้ความรู้ เช่น Wikipedia ประเภทสร้างเครือข่ายทางสังคม เช่น Facebook, Twitter ประเภทสื่อ เช่น Youtube ประเภทเกมออนไลน์ เช่น ROV ประเภทฝึกภาพ เช่น Multiply ประเภทซื้อขาย เช่น ebay เป็นต้น (เศรษฐพงศ์ มะลิสวรรณ, 2551)

เหตุผลที่ทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมแพร่หลาย คือ

- 1) การสื่อสารในสังคมออนไลน์ ไม่จำกัดระบบปฏิบัติการของเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ที่ต่างระบบ ต่างชนิด ต่างประเภทกัน ก็สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ นอกจากนี้ผู้ใช้อย่างมีการติดต่อสื่อสารกันอย่างอิสระ และสามารถสร้างกลุ่มขึ้นได้เองตามความสนใจ
- 2) การสื่อสารในสังคมออนไลน์ไม่จำกัดรูปแบบของข้อมูล ซึ่งสามารถเป็นได้ทั้งข้อมูลที่เป็นข้อความ ภาพ เสียง หรือมัลติมีเดีย ที่มีทั้งภาพเคลื่อนไหวและเสียงประกอบ

2.1.1 รูปแบบของเครือข่ายสังคมออนไลน์

เครือข่ายสังคมออนไลน์อาจอยู่ในรูปแบบของเว็บไซต์หรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมโยงผู้คนไว้ด้วยกันผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นเว็บไซต์หรือโปรแกรมที่ช่วยให้ผู้ใช้หาเพื่อนบนโลกอินเทอร์เน็ตได้ง่ายๆ และสามารถที่จะสร้างพื้นที่ส่วนตัวขึ้นมาเพื่อแนะนำตัวเองได้ โดยเลือกได้ว่าต้องการรู้จักกับใคร หรือเป็นเพื่อนกับใครก็ได้ บริการเครือข่ายสังคมมักจะประกอบไปด้วย การแชท ส่งข้อความ ส่งอีเมล วิดีโอ เพลง อัปโหลดรูป บล็อกตัวอย่างของเว็บไซต์หรือโปรแกรมเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line, Instagram, Twitter เป็นต้น

เครือข่ายสังคมออนไลน์สามารถแบ่งแยกออกได้ตามรูปแบบ และวัตถุประสงค์ในการใช้งาน ดังต่อไปนี้

1. Blog (บล็อก) เป็นเว็บไซต์รูปแบบหนึ่งที่มีการเชื่อมโยงผู้คน ทั้งผู้อ่านและผู้เขียน เข้าเป็นสังคมเดียวกัน
2. Microblog (ไมโครบล็อก) เป็นเว็บไซต์ขนาดเล็กที่สามารถส่งข้อความหากันได้ เช่น Twitter
3. Social Network Website (โซเชี่ยล เน็ตเวิร์ค เว็บไซต์) เป็นเว็บไซต์สังคมออนไลน์ ได้แก่ Facebook, Line และ Instagram เป็นต้น ซึ่งสามารถแชร์ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ บทความ เพลง และลิงค์ นอกจากนี้ยังมีการแสดงความคิดเห็น การกดไลค์ การอภิปราย
4. Bookmark Social Site (โซเชี่ยลบุ๊กมาร์ค) เป็นเว็บไซต์ที่สามารถให้เราเก็บหน้าเว็บไซต์ที่ชอบเอาไว้ได้

2.1.2 ประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์

เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ให้บริการตามเว็บไซต์ สามารถแบ่งขอบเขตตามการใช้งาน โดยดูที่วัตถุประสงค์หลักของการเข้าใช้งาน และคุณลักษณะต่างๆ ของเว็บไซต์ที่มีร่วมกัน สามารถแบ่งได้เป็น 7 ประเภท (ระวิ แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสาลอ, 2556)

- 1) ประเภทสร้างและประกาศตัวตน เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ใช้สำหรับให้ผู้เข้าใช้งานได้มีพื้นที่ในการสร้างตัวตนขึ้นมาบนเว็บไซต์ และสามารถที่จะเผยแพร่เรื่องราวของตนผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยลักษณะของการเผยแพร่อาจจะเป็นรูปภาพ วิดีโอ การเขียนข้อความลงใน

บล็อก สามารถค้นหาเพื่อนใหม่ หรือ เพื่อนเก่าที่ขาดการติดต่อ สามารถเขียนบทความข้อความได้อย่างเสรี ซึ่งอาจจะถูกนำมาใช้ได้ 2 รูปแบบ ได้แก่

1.1) บล็อก (Blog) หรือ เว็บบล็อก (Weblog) ซึ่งมาจากคำว่า Web รวมกับคำว่า Log เป็นเสมือนบันทึกหรือรายละเอียดที่เก็บไว้ บล็อกเป็นโปรแกรมประยุกต์บนเว็บที่ใช้เก็บบันทึกเรื่องราว หรือเนื้อหาที่เขียนไว้โดยเจ้าของเขียนแสดงความรู้สึกนึกคิดต่างๆ โดยทั่วไปจะมีผู้ที่ทำหน้าที่หลักที่เรียกว่า “บล็อกเกอร์” (Blogger) เขียนบันทึกหรือเล่าเหตุการณ์ที่อยากให้คนอื่นได้รับรู้ หรือเป็นการเสนอมุมมองและแนวความคิดของตนเองใส่เข้าไปในบล็อกนั้น ตัวอย่างของบล็อก เช่น Bloggang ของเว็บไซต์ชื่อดัง Pantip.com หรือ Facebook Fanpage เป็นต้น

1.2) ไมโครบล็อก (Micro Blog) เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทที่ให้ผู้โพสต์ข้อความขนาดสั้นๆ ผ่านเว็บผู้ให้บริการ และสามารถกำหนดให้ส่งข้อความนั้นๆ ไปยังโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ เช่น Twitter

2) ประเภทสร้างและประกาศผลงาน เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ใช้สำหรับผู้ที่ต้องการแสดงออกและนำเสนอผลงานของตัวเอง สามารถแสดงผลได้จากทั่วทุกมุมโลก เว็บไซต์ที่ให้บริการจะมีพื้นที่เสมือนเป็นแกลเลอรี (Gallery) ที่ใช้แสดงผลงาน ซึ่งอาจจะเป็นภาพ เสียง หรือ มัลติมีเดีย ตัวอย่างของผู้ให้บริการได้แก่ Youtube, Flickr, Instagram และ Shutterstock เป็นต้น

3) ประเภทความชอบในสิ่งเดียวกัน เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ทำหน้าที่เก็บในสิ่งที่ชอบไว้บนเครือข่าย เป็นการสร้างที่คั่นหนังสือออนไลน์ (Online Bookmarking) มีแนวคิดเพื่อให้ผู้ใช้สามารถเก็บหน้าเว็บเพจที่ตนเองชอบ และสามารถแบ่งปันให้กับคนที่มีความชอบในเรื่องเดียวกัน สามารถใช้เป็นแหล่งอ้างอิงในการเข้าไปหาข้อมูลได้ และยังสามารถโหวตเพื่อให้คะแนนกับที่คั่นหนังสือออนไลน์ที่ผู้ใช้คิดว่ามีประโยชน์และเป็นที่ยอมรับ ตัวอย่างของผู้ให้บริการได้แก่ Digg, Zickr, Ning และ Reddit เป็นต้น

4) ประเภทเป็นเวทีทำงานร่วมกัน เป็นเครือข่ายสังคมที่ต้องการความคิด ความรู้ และการต่อยอดจากผู้ที่มีความรู้ เพื่อให้ความรู้ที่ได้ออกมาได้มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง และเกิดการพัฒนาในที่สุด ซึ่งหากลองมองจากแรงจูงใจที่เกิดขึ้นแล้ว คนที่เข้ามาในสังคมนี้มักจะเป็นคนที่มีความภูมิใจที่ได้เผยแพร่สิ่งที่ตนรู้ และทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม ทั้งเนื้อหาในลักษณะวิชาการ ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ บันเทิง สินค้า หรือบริการ ตัวอย่างของผู้ให้บริการได้แก่ Wikipedia, Google Earth และ Google Maps เป็นต้น

5) ประเภทประสบการณ์เสมือนจริง เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ มีลักษณะเป็นเกมออนไลน์ ซึ่งเป็นเว็บที่นิยมมากเพราะเป็นแหล่งรวบรวมเกมไว้มากมาย มีลักษณะเป็นวิดีโอเกมที่ผู้ใช้สามารถเล่นบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เกมออนไลน์มีลักษณะเป็นเกม 3 มิติ ที่ผู้ใช้นำเสนอตัวตนตามบทบาทในเกม ผู้เล่นสามารถติดต่อปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นคนอื่นๆ ได้เสมือนอยู่ในโลกแห่ง

ความเป็นจริง สร้างความรู้สึกสนุกเหมือนได้มีสังคมของผู้เล่นที่ชอบในแบบเดียวกัน มีกราฟิกสวยงาม ดึงดูดความสนใจและมีกิจกรรมต่างๆ ให้ผู้เล่นรู้สึกบันเทิง ตัวอย่างของผู้ให้บริการได้แก่ Second Life, Audition, Ragnarok, Pangya และ ROV เป็นต้น

6) ประเภทเครือข่ายเพื่อการประกอบอาชีพ เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการทำงาน โดยจะเป็นการนำประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้ในการเผยแพร่ประวัติผลงานของตนเอง และสร้างเครือข่ายเข้ากับผู้อื่น นอกจากนี้uh บริษัทที่ต้องการคนมาร่วมงาน สามารถเข้ามาหาจากประวัติของผู้ใช้ที่อยู่ในเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้ได้ ผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ได้แก่ Linkedin เป็นต้น

7) ประเภทเครือข่ายที่เชื่อมต่อกันระหว่างผู้ใช้ เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์แห่งการเชื่อมต่อกันระหว่างเครื่องผู้ใช้อยู่ด้วยกันเองโดยตรง จึงทำให้เกิดการสื่อสารหรือแบ่งปัน ข้อมูลต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว และตรงถึงผู้ใช้ทันที ซึ่งผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ได้แก่ Line, Skype และ BitTorrent เป็นต้น

2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุ หรือ คนชรา เป็นคำที่ใช้เรียกบุคคลที่มีอายุมาก ผมหาว หน้าตาเหี่ยวเฉา การเคลื่อนไหวเชื่องช้า พจนานุกรมไทยฉบับราชบัณฑิตยสถานให้ความหมายคำว่า “ชรา” ว่า แก่ด้วยอายุ, ชำรุดทรุดโทรม แต่คำนี้ไม่เป็นที่นิยมมากนักโดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุและกลุ่มนักวิชาการที่พิจารณาแล้วเห็นว่าคำนี้ก่อให้เกิดความหดหู่ใจและความถดถอยสิ้นหวัง ดังนั้นที่ประชุมคณะผู้อาวุโส โดยมี พล.ต.ต. หลวงอรรถสิทธิสุนทรเป็นประธานจึงได้กำหนดคำให้เรียกว่า ผู้สูงอายุ ขึ้นแทนตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2512 เป็นต้นมาซึ่งคำนี้ได้ให้ความหมายที่ยกย่องให้เกียรติแต่ผู้ที่ชราภาพว่าเป็นผู้ที่สูงทั้งวัยวุฒิคุณวุฒิและประสบการณ์ด้วย (ศศิพัฒน์ ยอดเพชร, 2544)

การกำหนดว่าผู้สูงอายุเริ่มเมื่ออายุเท่าใดนั้น ขึ้นอยู่กับความแตกต่างกันในแต่ละสังคม สำหรับสังคมไทยนั้น กำหนดว่าผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลที่มีสัญชาติไทยและมีอายุตั้งแต่ 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป ทั้งนี้ผู้สูงอายุไม่ได้มีลักษณะเหมือนกันหมด แต่จะมีความแตกต่างกันไปตามช่วงอายุ องค์การอนามัยโลกจึงได้แบ่งเกณฑ์อายุตามสภาพของการมีอายุเพิ่มขึ้น ดังนี้

1. ผู้สูงอายุ มีอายุระหว่าง 60-74 ปี
2. คนชรา มีอายุระหว่าง 75-90 ปี
3. คนชรามาก มีอายุ 90 ปีขึ้นไป

ฮอลล์ (Hall D.A., 1976, อ้างถึงใน แสงเดือน มุสิกรมณี, 2545) ได้แบ่งการสูงอายุของบุคคลออกเป็น 4 ประเภทคือ

1. การสูงอายุตามวัย หมายถึง การสูงอายุตามปีปฏิทิน โดยการนับจากปีที่เกิดเป็นต้นไป และบอกได้ทันทีว่า ใครมีอายุนาน้อยเพียงใด

2. การสูงอายุตามสภาพร่างกาย เป็นการพิจารณาการสูงอายุจากสภาพร่างกายและสรีระของบุคคลที่เปลี่ยนแปลงไป เมื่อมีอายุเพิ่มขึ้น เนื่องจากประสิทธิภาพการทำงานของอวัยวะต่างๆ ในร่างกายลดน้อยลง เป็นผลมาจากความเสื่อมโทรมตามกระบวนการสูงอายุ ซึ่งเป็นไปตามอายุขัยของแต่ละบุคคล

3. การสูงอายุตามสภาพจิตใจ เป็นการเปลี่ยนแปลงในหน้าที่ การรับรู้ แนวความคิด ความจำ การเรียนรู้ เชาวปัญญา และลักษณะบุคลิกภาพที่ปรากฏในระยะต่างๆ ของชีวิตแต่ละคนที่มีอายุเพิ่มขึ้น

4. การสูงอายุตามสภาพสังคม เป็นการเปลี่ยนแปลงในบทบาทหน้าที่สถานภาพของบุคคลในระบบสังคม รวมทั้งความคาดหวังของสังคมต่อบุคคลนั้น ซึ่งเกี่ยวกับอายุ การแสดงออกตามคุณค่าและความต้องการของสังคม

เฉลิมพล แจ่มจันทร์ (2555) ได้กล่าวว่า ผู้สูงอายุ คือ ผู้ชราภาพของระบบประกันสังคม ซึ่งกำหนดที่อายุ 55 ปี ขึ้นไป ภายใต้วัตถุประสงค์ข้างต้น การนำเสนอประกอบด้วยข้อมูลและบทวิเคราะห์จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การกำหนดนิยามความเป็นผู้สูงอายุของบุคคล การกำหนดอายุเกษียณในมุมมองเชิงวิชาการและในทางปฏิบัติ

ศรีประภา ชัยสินธพ (2554) ความเป็นผู้สูงอายุ เริ่มต้นที่อายุเท่าไรนั้น เรื่องของตัวเลขที่แน่นอนยังเป็น ปัญหาที่ไม่ยุติ ถ้ามองในด้านการเกษียณอายุ ในประเทศไทยถือว่าอายุ 60 ปี เป็นวัยที่เกษียณอายุราชการ ขณะที่บางแห่งอาจจะใช้อายุ 55 หรือ 65 ปี ก็ได้ ในทางการแพทย์ แล้วถือว่ามีการเปลี่ยนแปลงในทางเสื่อมลงของร่างกาย ซึ่งอวัยวะต่างๆ ก็เสื่อมลงในเวลา ไม่เท่ากัน ความสูงอายุนี้นจะมีอัตราการเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละคนไม่เท่ากันด้วย บางคนแม้จะอายุเพียง 50 ปี ก็อาจจะมองดูสูงอายุทั้งด้านร่างกายและจิตใจ ขณะที่บางคนอายุ 65 ปีแล้วก็ยังไม่ต่างจากคนหนุ่มอายุ 50 ปี แต่อย่างใด

จันทร์เพ็ญ เนียมอินทร์ (2539) ได้ให้ความหมายของคำว่า ผู้สูงอายุ หมายถึง การพัฒนา การเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องในระยะสุดท้ายของช่วงอายุของมนุษย์ ซึ่งเริ่มตั้งแต่เกิดและดำเนิน ต่อไปจนสิ้นอายุขัยของสิ่งมีชีวิตนั้น ๆ และกำหนดให้บุคคลที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปเป็นผู้สูงอายุ

ศรีธรรม ธนภูมิ (2535) กล่าวว่า ผู้สูงอายุหรือวัยชรา เริ่มตั้งแต่อายุ 60 ปีขึ้นไป ภาวะชรา มีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคล ขึ้นอยู่กับการบำรุงรักษา พันธุกรรม และการพัฒนาในอดีต วัยชราเป็นระยะสุดท้ายของชีวิตอาจยาวนาน 10-20 ปี หรือมากกว่านั้น แตกต่างกัน ถ้ามีการเตรียมตัวเตรียมใจก่อนเข้าสู่วัยนี้ล่วงหน้ามาตั้งแต่วัยกลางคนจะสามารถปรับตัวรับบทบาทของวัยชราได้ตาม

สมควรแก่ฐานะ วัยสูงอายุเป็นวัยของการพักผ่อนอย่างสงบ มีการพัฒนาจิตใจสามารถปรับตัวต่อสภาพต่าง ๆ ในชีวิตได้อย่างภาคภูมิ

ละออง สุวิทยากรณ์. (2534) กล่าวว่า การที่จะกำหนดว่าเริ่มเข้าสู่วัยสูงอายุเมื่อใดขึ้นอยู่กับความแตกต่างทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของแต่ละประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกาถือเอาอายุ 65 ปี กลุ่มประเทศสแกนดิเนเวียถือเอาอายุ 67 ปี สำหรับประเทศไทยได้กำหนดว่าผู้สูงอายุคือ ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ตามเกณฑ์การปลดเกษียณ ซึ่งตรงกับที่ประชุมสมัชชาโลกว่าด้วยเรื่องผู้สูงอายุ ณ กรุงเวียนนา ประเทศออสเตรีย ในปี พ.ศ. 2525 ตกลงใช้อายุ 60 ปี เป็นเกณฑ์มาตรฐานโลกในการกำหนดผู้ที่เรียกว่าเป็นผู้สูงอายุ

สรุปได้ว่า ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป เป็นวัยที่มีประสบการณ์ในชีวิตมากมาย อยู่ในช่วงที่ชีวิตมีการเสื่อมถอยทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ สังคม และอารมณ์และเป็นผู้ซึ่งสมควรได้รับการยกย่อง เทิดทูน ช่วยเหลือ และดูแลให้มีความสุข

2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ ในสหรัฐอเมริกาได้นำข้อเท็จจริงมานำเสนอผ่าน Infographic ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจการใช้งาน อินเทอร์เน็ตในกลุ่มผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น Fathom นำข้อมูลสำรวจการใช้งานอินเทอร์เน็ตในกลุ่ม ผู้สูงอายุชาวอเมริกันที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป จนถึง 100 ปี มาวิเคราะห์จนพบว่า ผู้ใช้งานส่วนใหญ่ มีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 55-65 ปี ซึ่งเป็นการใช้งานผ่านคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์สมาร์ทโฟนเป็นหลัก โดยการใช้งานผ่านคอมพิวเตอร์มีจำนวนอยู่ที่ 90% และการใช้งานผ่านสมาร์ทโฟนมีจำนวน 34% การสำรวจนี้ยกให้ช่วงปี 2004-2009 เป็นช่วงที่อินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มผู้สูงอายุอเมริกัน จนทำให้มียอดผู้ใช้งานเพิ่มสูงถึง 55% และในระหว่างปี 2009-2011 ที่เริ่มมีการใช้งาน Social Media ก็ส่งผลทำให้ยอดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในกลุ่มผู้สูงอายุ โดยเฉพาะอายุ 65 ปีขึ้นไปมีจำนวนเพิ่มขึ้นจากเดิม 13% เป็น 26% ซึ่งคิดเป็นอัตราเติบโต 100% เลยทีเดียว ระยะเวลาในการใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุชาวอเมริกันส่วนใหญ่เฉลี่ยอยู่ที่ 2 ชั่วโมงต่อวันหรือ ราว 58 ชั่วโมงต่อ 1 เดือน และยังมีผู้สูงอายุอีกกว่า 70% ที่ออนไลน์เป็นประจำทุกวันอีกด้วย โดย กิจกรรมในกลุ่มผู้สูงอายุที่รักการออนไลน์นิยมทำกันมากที่สุดก็คือ การรับส่ง E-mail (55%) รองลงมาเป็นการติดตามข่าวสาร (34%) การทำธุรกรรมทางการเงิน (19%) การใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์ (13%) ดูประกาศซื้อขายสินค้าออนไลน์ (5%) และการใช้งาน Twitter (3%) หากพิจารณา เฉพาะการใช้งาน E-mail ที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 1 จะพบว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่ (89%) มีอายุ 65 ปีขึ้นไปและมากกว่าครึ่ง (55%) ยังมีการใช้งานรับส่ง E-mail เป็นประจำทุกวัน ส่วนในกลุ่ม ผู้สูงวัยหัวใจออนไลน์ในสหรัฐอเมริกาที่นิยมการใช้งาน Social Media อย่าง Facebook ก็พบว่า มีจำนวน มากถึง 16 ล้านคน โดยส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป และเมื่อปี 2012 ผ่านมาก็พบว่า มีผู้สูงอายุ ที่ใช้

งาน Social Media เพิ่มขึ้นเป็น 34% มากกว่าเดิมในปี 2010 ราว 8% ซึ่งจากสถิติยังพบว่า มีผู้สูงอายุอีก 18% ที่ล็อกอินเข้าใช้งานเป็นประจำทุกวัน ข้อมูลทั้งหมดนี้นอกจากจะช่วยทำให้เข้าใจพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตในกลุ่มผู้สูงอายุแล้วยังช่วยปรับทัศนคติที่มีต่อผู้สูงอายุด้านการใช้เทคโนโลยีอีกด้วย รวมไปถึงทำให้เห็นความสำคัญของกลุ่มผู้สูงอายุในแวดวงธุรกิจออนไลน์ซึ่งนับว่าเป็นกลุ่มที่น่าจับตามองและไม่ควรมองข้ามเลยทีเดียว

จากแนวคิดที่ได้กล่าวมาข้างต้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2547) การใช้คอมพิวเตอร์ของผู้สูงอายุจำแนกตามกิจกรรมที่ใช้พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ใช้คอมพิวเตอร์เพื่อทำงาน ร้อยละ 48.8 รองลงมาคือ เพื่อเล่นเกม/ ดูหนัง ร้อยละ 31.5 เพื่อการศึกษา ร้อยละ 16.9 และอื่น ๆ ร้อยละ 2.9 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาการใช้คอมพิวเตอร์ของผู้สูงอายุจำแนกตามภาคและกิจกรรม พบว่า กรุงเทพมหานครและทุกภาค ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ใช้คอมพิวเตอร์เพื่อทำงานรองลงมาคือ เพื่อ เล่นเกม/ ดูหนัง และเพื่อการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการใช้คอมพิวเตอร์เริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญ ในการทำงานของผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุที่ใช้อินเทอร์เน็ตจำแนกตามแหล่งที่ใช้พบว่า ส่วนใหญ่ใช้ที่บ้าน ร้อยละ 61.5 รองลงมาคือที่ทำงาน ร้อยละ 20.3 ร้านอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 14.1 โทรศัพท์มือถือ ร้อยละ 2.1 สถานศึกษา ร้อยละ 1.6 และบ้านญาติ/ เพื่อน ๆ ร้อยละ 0.3 เมื่อพิจารณาการใช้อินเทอร์เน็ตตาม ภาคต่าง ๆ พบว่า ผู้สูงอายุที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร ภาคกลาง และภาคใต้ ส่วนใหญ่ใช้ อินเทอร์เน็ตที่บ้าน รองลงมาคือ ใช้ที่ทำงาน ส่วนภาคเหนือผู้สูงอายุใช้อินเทอร์เน็ตที่ทำงานมากกว่า ที่บ้าน น่าสังเกต คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้สูงอายุใช้อินเทอร์เน็ตที่ร้านอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ ร้อยละ 54.0 รองลงมาคือ ที่บ้านร้อยละ 36.2 การใช้อินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุตามกิจกรรมที่ใช้พบว่า ส่วนใหญ่ใช้เพื่อค้นหาข้อมูล ร้อยละ 60.4 รองลงมาคือ ติดตามข่าวสาร ร้อยละ 27.6 รับ-ส่งอีเมล ร้อยละ 6.7 เล่นเกม ร้อยละ 3.9 เพื่อชมหรือซื้อสินค้า ร้อยละ 0.9 และดาวน์โหลดทุกประเภท ร้อยละ 0.5 เมื่อพิจารณาการใช้ อินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุตามภาคพบว่า ในกรุงเทพมหานคร ภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูล รองลงมาเพื่อติดตามข่าวสารและรับ-ส่งอีเมล สำหรับภาคเหนือและภาคใต้ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อติดตามข่าวสาร รองลงมาเพื่อค้นหา ข้อมูลจากข้อมูลดังกล่าวพบว่า ผู้สูงอายุไทยจำนวนหนึ่งมีความสนใจในการศึกษาและเรียนรู้ การใช้ คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต มีการปรับวิถีชีวิตให้เข้ากับเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้สามารถสื่อสารกับบุคคลในครอบครัวและสังคมได้อย่างเข้าใจและทันโลก

นอกจากนี้ ETDA หรือสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ และ ICT (กระทรวงเทคโนโลยีและสารสนเทศและการสื่อสาร) เผยพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปี 2559 พบว่า มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือ 6.2 ชั่วโมงต่อวัน โดยช่วงเวลาที่ใช้มากที่สุดคือ 16:00-08:00 น. กลุ่ม Gen Y (ผู้ที่มีอายุระหว่าง 16-35 ปี) ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือสูงที่สุด กลุ่ม Gen X

(ผู้ที่มีอายุระหว่าง 36-51 ปี) และกลุ่ม Baby Boomer (ผู้ที่มีอายุระหว่าง 52-70 ปี) นิยมใช้ LINE กลุ่ม Gen Z (อายุน้อยกว่า 16 ปี) และ Gen Y นิยมท่อง Youtube อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงได้แก่ สมาร์ทโฟน 85.5% คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล 62.0% คอมพิวเตอร์พกพา 48.7% แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ 30.0% และสมาร์ตทีวี 19.8% เครือข่ายสังคมออนไลน์ยอดนิยมได้แก่ Youtube 97.3% Facebook 94.8% Line 94.6% Instagram 57.6% Twitter 35.5% และพบว่ามีความตื่นตัวและตระหนัก (Awareness) ในเรื่อง ความล่าช้าของอินเทอร์เน็ต โฆษณาที่รบกวน ราคาอินเทอร์เน็ตที่ยังคงแพงอยู่ และอีเมลขยะ มากกว่าในเรื่อง การละเมิดความเป็นส่วนตัว การถูกละเมิดบนโลกออนไลน์

และจากการเปิดเผยข้อมูลของ Thoth Zocial ในงาน Thailand Zocial Award 2017 โดยสรุปข้อมูลเกี่ยวกับคนไทยใช้ Social Media ตลอดปี 2016 – เดือนพฤษภาคม 2017 พบว่าคนไทยยังใช้ facebook ถึง 47 ล้านคนแล้วแต่โตขึ้นเพียง 15% ขณะที่คนใช้ Instagram 11 ล้านคน โตขึ้นถึง 41% LINE มีผู้ใช้ 41 ล้านคน ส่วน twitter นั้นน่าจับตามองสุดๆ เพราะเติบโตมากที่สุดในทุก Social Media ในไทย โดยมีผู้ใช้ถึง 9 ล้านคน โตขึ้น 70% คาดว่าเป็นผลจากดาราดังต่างประเทศ โดยเฉพาะเกาหลี ญี่ปุ่น และ superstar ที่ใช้ twitter มากขึ้น (สืบค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2560 จาก <https://www.it24hrs.com/2017/thailand-zocial-awards-stat-social-media-2017/>)

จากรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2560 โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม จากผลการสำรวจ พบว่า ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ของคนไทยในยุคนี้ที่มีผู้ใช้งานมากเป็น 3 อันดับแรก มีสัดส่วนใกล้เคียง กัน ได้แก่ อันดับที่ 1 YouTube (ร้อยละ 97.1) อันดับที่ 2 ได้แก่ Facebook (ร้อยละ 96.6) และอันดับที่ 3 ได้แก่ Line (ร้อยละ 95.8) และเมื่อพิจารณาระดับการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์/ชุมชนออนไลน์แต่ละประเภท พบว่า แม้ว่า YouTube จะเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการใช้งานเป็นอันดับที่ 1 ของ คนไทยในยุคนี้ แต่เมื่อพิจารณาถึงสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีระดับการใช้งานบ่อยๆ จะเห็นได้ว่า Facebook กลับกลายเป็นสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีผู้ตอบว่าใช้งานบ่อยมากกว่าสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ โดยจะเห็นได้ว่า Facebook เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้ Facebook ตอบว่าใช้บ่อย สูงถึงร้อยละ 84.5 และมีผู้ที่ตอบว่าใช้น้อย เพียงแค่ร้อยละ 15.5 เท่านั้น ในขณะที่สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตตอบว่าใช้บ่อย รองลงมาเป็นอันดับ ที่ 2 ได้แก่ Line โดยมีผู้ใช้ Line ตอบว่าใช้บ่อย คิดเป็นร้อยละ 81.1 และมีผู้ที่ตอบว่า ใช้น้อย คิดเป็นร้อยละ 18.9

Baby Boomer คือ คนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ.2489 - 2507 เป็นยุคที่การพัฒนา เทคโนโลยียังไม่ทันสมัยมากเท่าไรนัก แต่เป็นช่วงอายุที่มีกลุ่มผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปี ขึ้นไป) รวมอยู่ด้วย ประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มรูปแบบตั้งแต่ปี 2548 เป็นต้นมา ดังนั้นจึงไม่น่าแปลกใจที่จะพบเห็นภาพผู้สูงอายุนั่งเล่นอุปกรณ์ เคลื่อนที่ในระหว่างการรอทำธุระ แต่ภาพเหล่านี้ยังคงเกิดขึ้นในกรุงเทพฯ

เป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้หากเราติดตามดูพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนสูงวัยไปอย่างต่อเนื่อง คาดว่า จะได้เห็นการเปลี่ยนแปลงของคนช่วงวัยนี้ปรับเปลี่ยนไปสู่ชีวิตดิจิทัลเพิ่มมากขึ้นอย่างแน่นอน จากผล การสำรวจ ดังแสดงในภาพ 17 พบว่า ช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ คนกลุ่ม Baby Boomer ใช้ โซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Instagram, Line เป็นต้น มากเป็นอันดับที่ 1 โดยมีจำนวนชั่วโมงการ ใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 2 ชั่วโมง 36 นาทีต่อวัน รองลงมา เป็นการดูโทรทัศน์ ดูภาพยนตร์ ฟัง เพลงทำงานออนไลน์ (เฉลี่ย 1 ชั่วโมง 54 นาทีต่อวัน), อ่านหนังสือทำงานออนไลน์ (เฉลี่ย 1 ชั่วโมง 48 นาทีต่อวัน) และ เล่นเกมออนไลน์ (เฉลี่ย 1 ชั่วโมง 18 นาทีต่อวัน) ส่วนช่วงวันหยุดพักผ่อน คน กลุ่ม Baby Boomer ใช้โซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Instagram, Line เป็นต้น มากเป็นอันดับที่ 1 โดยมีจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ต โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 2 ชั่วโมง 30 นาทีต่อวัน (สืบค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2560 จาก http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/citizen/news/poll_elderly-1.jsp)

กิจกรรมออนไลน์ 5 อันดับแรกของคนกลุ่ม Baby Boomer ในรอบ 3 เดือน ที่ผ่านมา อันดับแรก ได้แก่ การค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 88.8) รองลงมา เป็น การใช้โซเชียลมีเดีย ไม่ว่าจะเป็น Line, Facebook, Instagram, YouTube เป็นต้น เพื่อทำกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้ เช่น พูดคุย ดูหนังออนไลน์ ถ่ายทอดสด และคุยโทรศัพท์ผ่านแอปพลิเคชัน (ร้อยละ 77.9), การรับส่งอีเมล (ร้อยละ 73.9), การซื้อสินค้าบริการ ทำงานออนไลน์ (ร้อยละ 34.8) และการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น โอนเงิน, ชำระค่าสินค้าและบริการ ชำระค่าบัตรเครดิต สอบถามยอดเงินในบัญชี เป็นต้น (ร้อยละ 34.4) โดยคิดจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นคนกลุ่ม Baby Boomer ทั้งหมด เมื่อพิจารณาการใช้งาน สื่อสังคมออนไลน์ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่า Line เป็นแอปพลิเคชันที่กลุ่ม Baby Boomer ใช้ในการติดต่อสื่อสารมากที่สุดเมื่อเทียบกับเครือข่ายสังคมออนไลน์อื่น ๆ (ร้อยละ 94.9) รองลงมา เป็น Facebook (ร้อยละ 89.8) และ YouTube (ร้อยละ 88.2) โดยคิดจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นคน กลุ่ม Baby Boomer ทั้งหมด (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้จากตาราง 3 ในตารางสถิติท้ายเล่ม) ปัญหาที่ เกิดจากการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่คนกลุ่ม Baby Boomer พบเจอมากที่สุด ได้แก่ ปริมาณโฆษณา ออนไลน์ที่มารบกวนในขณะที่ใช้งาน (ร้อยละ 63.3) รองลงมา เป็น ความล่าช้าในการเชื่อมต่อ/ใช้งาน อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 59.5), เกิดปัญหาจากการ ใช้งานอินเทอร์เน็ตแต่ไม่รู้จะไปขอความช่วยเหลือ จากใคร (ร้อยละ 45.9), การถูกรบกวน ด้วยอีเมลขยะ (ร้อยละ 40.6), และการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ยากหรือหลุดบ่อย (ร้อยละ 39.6) โดยคิดจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นคนกลุ่ม Baby Boomer ทั้งหมด



ค่าจากแบบสำรวจข้อ 13 ในรอบ 3 เดือน ที่ผ่านมา กำนัใช้ Social Media/ Online Community ไ้ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

รูปที่ 2.1 ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เปรียบเทียบตามประเภทของสื่อสังคมออนไลน์
(ที่มา http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/citizen/news/poll_elderly-1.jsp)

2.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

แรงจูงใจ หมายถึง บางสิ่งบางอย่างที่มนุษย์ต้องการหรืออยากได้บรรลุวัตถุประสงค์จึงส่งผลให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมา ซึ่งใกล้เคียงกับที่ ศรัณยา หวังเจริญตระกูล (2533 อ้างใน จันทนา จุฑาธวัช, 2547) ได้อธิบายความหมายของแรงจูงใจไว้ว่า องค์ประกอบต่าง ๆ ที่ส่งผลให้มนุษย์นั้นแสดงพฤติกรรมออกมาอย่างมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการที่จะบรรลุเป้าหมายที่ตนเองนั้นคาดหวัง โดยมีปัจจัยต่าง ๆ ที่นำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ เช่นเดียวกับ ศรัณยา หวังเจริญตระกูล (2553) ได้นิยามแรงจูงใจว่า หมายถึง แรงซึ่งควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์อันเกิดมาจากความต้องการพลังกระตุ้นและความปรารถนาที่จะพยายามจะทำให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย โดยที่พฤติกรรม ของคนจะถูกกำหนดและควบคุมโดยการจูงใจ และการจูงใจเหล่านั้นจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน ออกไปสำหรับคนแต่ละคนอีกด้วย ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อมาอธิบายพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมและความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่ทั้งเหมือนและแตกต่างกัน ความสำคัญของแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ แรงจูงใจมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จทางด้านวิชาการของนักเรียนนักศึกษา ดังที่ปรากฏ เป็นหลักฐานหรือเป็นหลักฐานอยู่มากมาย ซึ่งได้อธิบายถึงความสัมพันธ์ของแรงจูงใจกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (Attaway, 2004 อ้างใน นิยลักษณ์ คนใจดี, 2553) สอดคล้องกับ ชัยนาถ นาคบุปผา (2540) ที่ว่า ความสำคัญของแรงจูงใจเป็นสิ่งที่มิอาจขาดต่อการเรียนและการทำงานของบุคคลเป็นอย่างมาก หากผู้เรียนหรือผู้ทำงานได้แรงจูงใจในระดับสูงย่อมทำให้พวกเขาตั้งใจเรียนหรือตั้งใจทำงานอย่างเต็มความสามารถโดยไม่ย่อท้อ แรงจูงใจด้านการศึกษาขึ้นเป็นการตัดสินใจที่สลับซับซ้อน เนื่องจากต้องลงทุนทั้งด้าน ค่าใช้จ่ายและ

ด้านเวลา นอกจากนี้การตัดสินใจเข้าศึกษาอย่างใดอย่างหนึ่งจะรวมถึงการยอมรับ เงื่อนไขข้อตกลง และกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ด้วย บางอย่างมีความเข้มงวดมากและบางอย่างก็ส่งผลกระทบ ไปยังกิจกรรมอื่นๆ ของชีวิตด้วย ไม่ว่าจะเป็นในครอบครัวหรือการทำงาน รวมทั้งเวลาสำหรับ สนุกสนาน เพลิดเพลิน การที่บุคคลจะเข้าร่วมกิจกรรมใดด้วยความเต็มใจนั้น เขาคาดหวังว่าเขาจะ ได้รับสิ่งที่พึงพอใจและคุ้มค่า การศึกษาเรื่องของแรงจูงใจจึงมีความสำคัญสำหรับการจัดกระบวนการ การเรียน การสอน ซึ่งการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ล้วนมีสาเหตุมาจากแรงจูงใจเป็นสำคัญ และแรงจูงใจอย่างเดียวกันยังทำให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมแตกต่างกันได้ด้วย เช่น ทำไมบางคนจึงขยันเรียนแต่บางคนขี้เกียจ ทั้ง ๆ ที่ต่างก็ต้องการสอบได้คะแนนดีทั้งคู่ แรงจูงใจเป็นสิ่งที่สำคัญที่ทำให้บุคคลเกิดพลังที่จะแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ อันจะทำให้เกิดการที่จะกระทำหรือไม่กระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และทำให้เกิดความพร้อมในการกระทำเป็นอย่างดี นอกจากนี้ แรงจูงใจยังทำให้บุคคลหรือผู้เรียน สามารถไปสู่จุดหมายปลายทางที่พวกเขาคาดหวังไว้ ฉะนั้นการศึกษาเรื่องแรงจูงใจจะทำให้เข้าใจ พฤติกรรมของมนุษย์ได้ดียิ่งขึ้น (อารี พันธมณี, 2546)

ประเภทของแรงจูงใจ

ประเภทของแรงจูงใจในแนวทางเดียวกัน 2 ประเภท คือ

1) แรงจูงใจภายใน (Intensive Motivation) เป็นแรงจูงใจที่มาจากภายในตัวบุคคล เป็นแรงขับที่ทำให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมโดยไม่หวังรางวัลหรือแรงเสริมจากภายนอก เพราะเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากความสนใจของผู้แสดงพฤติกรรม มองเห็นคุณค่าในตัวเอง มีความสุขหรือพึงพอใจในสิ่งนั้น ซึ่งความรู้สึกลึกซึ้งมีความสุขนั้นเองที่เป็นรางวัลหรือสิ่งตอบแทนที่เขาได้รับ เช่น การเล่นเกม การร้องเพลงในห้องน้ำ การเก็บรักษาไดอารี่ส่วนตัว เป็นต้น

2) แรงจูงใจภายนอก (Extensive Motivation) เป็นแรงจูงใจที่ได้รับอิทธิพลจากภายนอกให้เกิดพฤติกรรมเป็นความต้องการที่จะปฏิบัติเพื่อให้ได้รับสิ่งตอบแทน หรือรางวัลหรือหลีกเลี่ยงจากผลที่ไม่พึงปรารถนา แรงจูงใจเหล่านี้ เช่น แรงเสริมชนิดต่าง ๆ ตั้งแต่คำติชม รางวัลที่เป็นสิ่งของ หรือเงิน ตัวแปรต่าง ๆ ที่มาจากบุคคล ลักษณะของเหตุการณ์ สิ่งแวดล้อมภายนอก เป็นต้น (อารี พันธมณี , 2546 และสุรางค์ โค้วตระกูล, 2544)

นงลักษณ์ ไหว้พรหม (2547) แบ่งประเภทของแรงจูงใจอย่างกว้าง ๆ ได้ 3 ประเภท คือ 1) แรงจูงใจทางด้านร่างกาย (Physiological) เป็นแรงจูงใจที่ติดตัวมาแต่กำเนิด มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการดำรงชีวิต เช่น ความหิว ความกระหายน้ำ ความต้องการทางเพศ เป็นต้น 2) แรงจูงใจทั่วไปที่ไม่ใช่การเรียนรู้หรือแรงจูงใจทั่วไป (Unlearned or General Motives) เป็นแรงจูงใจที่ไม่ได้เกิดขึ้นเพราะการเรียนรู้และไม่ใช่อะไรเกิดขึ้นเพราะความเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย เป็น ความต้องการส่วนบุคคล เช่น ความต้องการเคลื่อนไหว และทำกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนความอยากรู้ อยากเห็น ความกลัว ความต้องการความรักใคร่เอ็นดู เป็นต้น 3) แรงจูงใจทางสังคม (Social Motives) เป็นแรงจูงใจที่

เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ ไม่ใช่ติดตัว มาแต่กำเนิด แต่เกิดขึ้นเพราะการที่บุคคลได้เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมด้วยเหตุที่คนเป็นสัตว์สังคม ดังนั้นพฤติกรรมส่วนใหญ่จึงได้รับอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมทางสังคม ได้แก่ สถาบันต่าง ๆ วัฒนธรรม ค่านิยม ความนึกคิด ความเชื่อถือ ขนบธรรมเนียมประเพณี ศาสนา เป็นต้น แรงจูงใจทางสังคม ได้แก่ ความต้องการให้สังคมยอมรับนั่นเอง

สุรางค์ ไคว์ตระกูล (2544) ได้กล่าวไว้ว่า แรงจูงใจภายในนั้นหมายถึง แรงจูงใจภายในตัวบุคคล และเป็นแรงขับที่ทำให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมโดยที่ไม่หวังรางวัลหรือแรงเสริมภายนอก ส่วนแรงจูงใจภายนอกนั้นหมายถึง แรงจูงใจที่ได้รับอิทธิมาจกภายนอก โดยอาจจะมาจากแรงเสริมชนิดต่าง ๆ ตั้งแต่คำชมจนถึงการได้รับรางวัลเป็นสิ่งของหรือเงิน และตัวแปรต่าง ๆ ที่มาจาก บุคคล และลักษณะของเหตุการณ์ สิ่งแวดล้อมภายนอก เช่น ความคาดหวังของผู้อื่น การตั้งเป้าหมาย ในการทำงาน เป็นต้น ทั้งนี้แรงจูงใจอาจจะเกิดจากสิ่งเร้าภายในหรือภายนอกเพียงอย่างเดียวหรือ อาจจะเกิดจากทั้งสองอย่างพร้อมกันเลยก็ได้ และสำหรับในกรณีแรงจูงใจที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ นภัสกร กรวยสวัสดิ์ (2553) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะส่วนบุคคล แรงจูงใจ และความสามารถของบุคคลเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

Amichai-Hamburger and Vinitzky (2010) ศึกษาพบว่า ลักษณะ ส่วนบุคคลมีความสำคัญอย่างมากต่อการเลือกใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในด้านการตลาดเพื่อที่จะช่วยหาแนวทางใหม่ ๆ สำหรับการเรียนรู้ การเข้าใจคุณลักษณะ และความแตกต่างของลูกค้านั้นแต่ละกลุ่มได้ ซึ่งตรงกันข้ามกับผลการวิจัยของ Ross, Orr, Sisic, Arseneault, Simmering and Orr (2009) ที่ศึกษาพบว่า ปัจจัยของลักษณะส่วนบุคคลไม่มีอิทธิพล ต่อการใช้ Facebook เนื่องจากเหตุผลของการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่ได้เกิดจากลักษณะ ส่วนบุคคลแต่เกิดจากการได้รับแรงจูงใจจากบุคคลอื่น ๆ หรือจากเพื่อนในการสื่อสารผ่านเครือข่าย สังคมออนไลน์ นอกจากนั้น ความสามารถของแต่ละบุคคลก็มีผลต่อพฤติกรรมในการแลกเปลี่ยนความรู้ (Hsu, Ju, Yen & Chang, 2007) เนื่องจากในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ผู้ใช้งานจำเป็นต้องมีความรู้ ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และสามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้จึงจะสามารถใช้บริการ เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้นจะเห็นได้ว่า แรงจูงใจต่างๆ นั้นเป็นต้นเหตุของการที่มนุษย์นั้น แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมา ดังนั้นผู้วิจัยจึงพบว่าคนที่คนเรานั้นจะใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ หรือไม่นั้นจะขึ้นอยู่กับแรงจูงใจที่แตกต่างกันที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจที่จะเลือกใช้หรือไม่เลือกที่จะใช้นั่นเอง โดยที่ผู้ใช้นั้นอาจจะมีเหตุผลที่จะเลือกใช้เหมือนหรือต่างกันไปเป็นได้

2.5 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ ความพึงพอใจในชีวิตเป็นลักษณะที่เป็นนามธรรมที่มีความซับซ้อน ซึ่งความพึงพอใจของ บุคคลแต่ละบุคคลนั้นอาจจะแตกต่างกันถึงแม้ว่าจะอยู่ในสิ่งแวดล้อมเดียวกัน ดังนั้นในการให้ ความหมายของความพึงพอใจในชีวิตจึงมีผู้ที่อธิบายความหมายของความพึงพอใจในชีวิตแตกต่างกันไป ซึ่งอาจสรุปได้ดังนี้ Maslow (1970) อธิบายความหมายของความพึงพอใจในชีวิตตามแนวคิดของทฤษฎี ความต้องการของมนุษย์ ทฤษฎีแรงจูงใจ (Maslow's Hierarchy of Needs Theory Motivation Theory) ว่า ความต้องการ (Needs) เป็นแรงจูงใจให้บุคคลแสวงหาการตอบสนองจนเป็นที่พอใจ จากความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic needs) ระดับต่ำพัฒนาเป็นลำดับขั้นสู่ความต้องการขั้นสูงขึ้นไปเรื่อย ๆ เมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองมาก บุคคลนั้นย่อมเกิดความพอใจมาก แต่ถ้าความต้องการได้รับการตอบสนองน้อยหรือไม่ได้รับการตอบสนองเลยบุคคลนั้นจะเกิดความพอใจน้อย หรือไม่พอใจ และมาสโลว์เชื่อว่าเป็นเรื่องยากที่มนุษย์จะมีความพอใจในชีวิตสูงสุดยกเว้นในช่วงเวลา สั้น ๆ เพราะมนุษย์มีความปรารถนาอย่างอื่น ๆ เข้ามาแทนที่อยู่เสมอ Powell (1983) มีความเห็นว่า ความพึงพอใจในชีวิตไม่ได้หมายความว่า บุคคลต้องได้รับ การตอบสนองในทุก ๆ สิ่งที่ต้องการแต่ความพึงพอใจในชีวิต หมายถึง ความสมดุลระหว่าง ความต้องการ และการได้รับการตอบสนองโดยเกิดจากการปรับตัวของบุคคลต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ตนเองหลุดพ้นจากความทุกข์มีแต่ความสุข ดังนั้นเมื่อใดที่บุคคลปรับตัวต่อสภาวะแวดล้อมได้บุคคล นั้นจะเกิดความพึงพอใจในชีวิต Jackle (1974 อ้างใน สุพัตรา ธารานุกูล, 2544) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจในชีวิตว่า เป็นความยินดีต่อชีวิตของแต่ละคนที่ได้รับจากการมีกิจวัตรประจำวัน ซึ่งเป็นสิ่งที่แต่ละคนรับรู้ชีวิตของเขามีความหมาย และสามารถจะพัฒนาชีวิตต่อไปได้ และตามความเห็นของตัวเองเขารู้จักพอใจในสภาพที่เป็นอยู่

องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ Gronroos (1990) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจในการบริการ ซึ่งจะประกอบด้วย องค์ประกอบ 2 ประการ คือ 1) องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าคุณภาพผลิตภัณฑ์ บริการที่ได้รับมีลักษณะตามพันธสัญญาของกิจการบริการแต่ละประเภทตามที่ควรจะเป็นมากน้อย เพียงใดจึงจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ 2) องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าวิธีการ นำเสนอบริการในกระบวนการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใดในด้าน ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่ และ ปฏิบัติการตอบสนองการบริการของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการ ความรับผิดชอบต่องาน การใช้ ภาษา สื่อความหมายและปฏิบัติตนในการให้บริการ สิ่งเหล่านี้เกี่ยวข้องกับการสร้างความพึงพอใจให้กับ ลูกค้าด้วยโมติวีตของการบริการที่แท้จริง ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในชีวิตแนวคิดด้านความพึงพอใจในชีวิตนั้นมีหลายแนวคิดที่มักจะมีแนวคิดมาจากแนวคิดของ Maslow

(1970) ที่ได้กล่าวถึงความต้องการและความพึงพอใจของมนุษย์ตามทฤษฎีแรงจูงใจ (Motivation Theory) ว่า มนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการอยู่เสมอ และเป็นการยากมากที่ มนุษย์จะมีความพึงพอใจสูงสุดยกเว้นในช่วงเวลาสั้น ๆ ทั้งนี้เพราะในธรรมชาติของมนุษย์นั้นเมื่อ ความปรารถนาอย่างหนึ่งได้รับการตอบสนองจนเป็นที่พอใจแล้วก็就会有ความปรารถนาอย่างอื่นเข้ามา แทนที่เป็นเช่นนี้เรื่อยไป และลักษณะเฉพาะของชีวิตมนุษย์ก็คือการทำการกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ได้มาเพื่อสิ่งที่ปรารถนานั้นคือ เมื่อใดมีความปรารถนาเพิ่มขึ้นก็จะมีแรงขับ และการกระทำที่ถูกปลุกเร้า แล้วก็จะเกิดความพึงพอใจขึ้นจากการที่ได้บรรลุวัตถุประสงค์ตามความปรารถนา ซึ่งพฤติกรรมหรือ การกระทำใด ๆ ของบุคคลที่ปรากฏนั้นมักจะขึ้นอยู่กับความต้องการหรือความปรารถนาขั้นพื้นฐาน ของบุคคล และเพิ่มความต้องการจากระดับต่ำสู่ระดับสูงขึ้นไปตามลำดับดังนี้คือ 1) ความต้องการด้านร่างกาย (Physical Needs) หรือเรียกว่า ความต้องการพื้นฐาน ขั้นแรก (Basic or Primary Needs) เป็นความต้องการเพื่อความอยู่รอดของมนุษย์ ได้แก่ ความต้องการอาหาร อากาศ น้ำ การพักผ่อนนอนหลับ เครื่องนุ่งห่ม อุณหภูมิที่เหมาะสม และการขับถ่าย เมื่อความต้องการชนิดนี้ได้รับการตอบสนองแล้วมนุษย์ก็จะมีความต้องการในลำดับต่อไป 2) ความต้องการด้านความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs) ถ้าหากความต้องการทางด้านร่างกายได้รับการตอบสนองตามสมควรแล้วมนุษย์ก็จะมีความต้องการในขั้นต่อไปที่สูงขึ้น คือ ความต้องการความมั่นคงและปลอดภัยในชีวิต 3) ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Love and Belonging Needs) เป็นความต้องการทางจิตสังคม คือ ความต้องการความรักหรือต้องการความมั่นคงทางอารมณ์ ความรัก ทำให้เกิดความรู้สึกไว้วางใจ อบอุ่น และเกิดความเข้าใจ ซึ่งมนุษย์ต้องการความรู้สึกหรือยอมรับ 4) ความต้องการเป็นที่ยอมรับยกย่องเห็นว่าตนเองมีคุณค่า (Esteem Needs) เป็นความรู้สึก ของการยอมรับตนเอง และเป็น การมองเห็นตนเองทางด้านบวก ได้แก่ การเห็นตนเองมีคุณค่าในเรื่องของความสามารถและความมีชื่อเสียง ถ้าความต้องการในขั้นนี้ไม่ได้รับการตอบสนองจะทำให้ขาด ความเชื่อมั่น 5) ความต้องการที่จะบรรลุความสำเร็จสมหวังในชีวิต (Self-Actualization Needs) เป็นลำดับขั้นความต้องการที่สูงที่สุดของมนุษย์ มาสโลว์มีความเชื่อว่า มนุษย์สามารถพัฒนาขึ้นได้ถ้า ความต้องการในด้านต่าง ๆ ได้รับการตอบสนองที่ดีจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจในชีวิตและมี ความสุข McCombs และ Becker (1979) ได้กล่าวไว้ในเรื่องของการใช้สื่อเพื่อสนอง ความพึงพอใจและความต้องการว่า 1) เพื่อต้องการข้อมูลในการพูดคุยหรือสนทนา (Discussion) การเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้พูดคุยหรือสนทนากับบุคคลอื่น 2) เพื่อต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น 3) เพื่อเสริมความเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้ทำไปแล้ว (Reinforcement) 4) เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน รวมทั้งผ่อนคลายอารมณ์

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปณิชา นิติพรมงคล (2554) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาถึงลักษณะประชากรศาสตร์ของคนวัยทำงานใน กรุงเทพมหานครที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) (2) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรม การใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มคนวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 19-40 ปี ขึ้นไป ทั้งชายและหญิงที่อาศัย หรือทำงานอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test, One-way Analysis of Variance และ Chi-Square ในการวิเคราะห์ผลการศึกษาพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครให้ความนิยมเว็บไซต์เครือข่าย สังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก (facebook) ในการเป็นสมาชิกมากที่สุด (2) พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับ เพศ, อายุ, อาชีพ, ระดับการศึกษา และรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างของคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มี เพศ อายุ การศึกษา รายได้ แตกต่างกันมีการแสดงพฤติกรรมการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนอาชีพที่แตกต่างกัน มีการแสดงพฤติกรรมการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นันทิช ฉลองโกศลศิลาชัย และหทัยชนก สุขเจริญ (2555) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 66-70 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพสมรส ปัจจุบันอาศัยอยู่กับบุตร ไม่ได้ทำงาน แหล่งรายได้จากตนเอง มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยประมาณ 10,001-20,000 บาท และไม่เพียงพอต่อการใช้จ่ายต่อเดือน มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กโดยเฉลี่ยสัปดาห์ละ 10-12 ชั่วโมง มักใช้ช่วงเวลา 11.01-14.00 น. ใช้เพื่อความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ และใช้มาเป็นระยะเวลา 1 ปี ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจรวมในการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุคือ ด้านการสนทนา ด้านการใช้งาน และด้านการใช้ประโยชน์

กนกพล บรรทัดทอง (2557) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้ แรงจูงใจ และความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ โดยประชากรในการศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้สูงอายุตั้งแต่ 55 ขึ้นไป เพศชายและเพศหญิง ทั้งผู้ที่ถึงกำหนดอายุรับราชการเมื่ออายุครบ 60 ปี และผู้ที่เกษียณอายุก่อนกำหนดตามนโยบายเออร์ลี่รีไทร์ในเขต

กรุงเทพมหานคร โดยเป็นผู้ที่พักอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถาม ในการเก็บข้อมูล โดยก่อนเก็บได้นำแบบสอบถามมาทดสอบค่าความเชื่อมั่นได้ .962 สถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า t-test กับค่า Pearson's Correlation ในการทดสอบสมมติฐาน และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป ผลการวิจัยพบว่า 1) สูงอายุใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก 2) ผู้สูงอายุใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีแรงจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับแรงจูงใจมาก ผลการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยนี้เป็นดังนี้ 1) ผู้สูงอายุที่มีอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่าย สังคมออนไลน์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 2) ผู้สูงอายุที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ช่องทางการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ สถานที่ที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ความบ่อยในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน 3) ผู้สูงอายุที่มีเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้ Facebook, Twitter และ Line แตกต่าง กัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน 4) แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ

พิศมัย หาญมงคลพิพัฒน์ (2558) ได้ศึกษา พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตหลักสูตรเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน กลุ่มตัวอย่างคือนิสิตหลักสูตรเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ปีการศึกษา 2557 จำนวน 173 คน สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งเป็นชั้นภูมิตามสัดส่วนของนิสิตในแต่ละชั้นปี เก็บรวบรวมข้อมูลด้วย แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า นิสิตส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ 4 ปีขึ้นไป นิสิตเข้าใช้งานเว็บไซต์เครือข่ายสังคม ออนไลน์โดยเฉลี่ย 6 ครั้งขึ้นไปต่อวัน เฉลี่ยวันละ 5 ชั่วโมงขึ้นไป สถานที่ที่นิสิตเข้าใช้งานมากที่สุดคือ ที่ ที่พักอาศัย และเข้าใช้งานช่วงเวลา 20.01 – 00.00 น. อุปกรณ์ที่นิสิตใช้เชื่อมต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ มากที่สุด คือ Smartphone เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิสิตเข้าใช้งานมากที่สุด คือ Facebook และ กิจกรรมที่นิสิตทำมากที่สุดเมื่อเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ พูดคุย ติดต่อกับบุคคลที่รู้จัก

วรรณรัตน์ รัตนวรงค์ (2558) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุในการค้นหาข้อมูลสุขภาพเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามประมาณค่ากับผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปที่พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 624 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนาและการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นหญิงร้อยละ 61.6 มีอายุ

60–64 ปี ปัญหาสุขภาพที่พบบมากที่สุดคือเบาหวาน ผู้สูงอายุส่วนใหญ่หาข้อมูลสุขภาพจากแพทย์ช่องทางสื่อที่ผู้สูงอายุเชื่อถือข้อมูลมากที่สุดคือแพทย์ส่วนใหญ่ผู้สูงอายุใช้อินเทอร์เน็ตครั้งละ 1-2 ชั่วโมงใช้สัปดาห์ละ 2-3 วัน ผู้สูงอายุส่วนใหญ่พอใจการใช้อินเทอร์เน็ตและเห็นว่าการใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้รู้เหตุการณ์ต่างๆ 2) ด้านข้อมูลสุขภาพที่ค้นหาส่วนใหญ่ผู้สูงอายุค้นหาความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคและอาการเจ็บป่วย 3) ปัจจัยด้านความถี่ในการค้นหาข้อมูลสุขภาพของผู้สูงอายุโดยใช้อินเทอร์เน็ตกับปัจจัยด้านประชากรสามารถร่วมกันพยากรณ์การใช้อินเทอร์เน็ตค้นหาข้อมูลสุขภาพได้ร้อยละ 7.4 ($p < .05$) ส่วนปัญหาสุขภาพในปัจจุบัน ความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตและทัศนคติที่มีต่อการใช้อินเทอร์เน็ตสามารถร่วมกันพยากรณ์การใช้อินเทอร์เน็ตค้นหาข้อมูลสุขภาพได้ร้อยละ 4.3 ($p < .05$)

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดเพชรบูรณ์
 2. ศึกษาแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ
 3. ศึกษาความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ
 4. ศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
 5. ศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ จำแนกตามพฤติกรรมการใช้
 6. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ
- โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

3.1 ประเภทของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยการศึกษาหรือการวัดตัวแปรในกลุ่มผู้สูงอายุในการเก็บข้อมูล

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ จำนวน 2,688 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ โดยผู้วิจัยใช้ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมของ Yamane (1967) คำนวณโดยใช้สูตรดังนี้

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

เมื่อ	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	แทน	ขนาดของกลุ่มประชากร
	e	แทน	ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างซึ่งกำหนดให้มีความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 หรือ 0.05

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$$n = \frac{2,688}{1 + 2,688(0.05)^2}$$

$$n = 348.1865 \approx 349$$

ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณเท่ากับ 349 คน โดยเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน พฤษภาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2560 สำหรับขั้นตอนการเลือกตัวอย่าง ใช้การเลือกตัวอย่างโดยการเจาะจง (Purposive Sampling) โดยทำการเก็บตัวอย่างในการประชุมผู้สูงอายุ 2 กลุ่ม คือ การประชุมผู้สูงอายุประจำเดือนของเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ และ การประชุมชมรมผู้สูงอายุนครบาลเพชรบูรณ์ การเลือกตัวอย่างโดยความสะดวก (Convenience Sampling) โดยตัวอย่างคือ ผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปที่สะดวกและยินดีให้ข้อมูล

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้แบบสอบถามที่ผู้ศึกษาจัดทำขึ้น เนื้อหาแบ่งออกเป็น 5 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะทั้งเป็นคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Questions) และคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) รวม 9 ข้อ ที่ถามเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ การพักอาศัย อาชีพ แหล่งรายได้ รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน และความเพียงพอของรายได้ที่ใช้จ่ายต่อเดือน

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของผู้สูงอายุในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ลักษณะเป็นคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) ที่จะถามเกี่ยวกับพฤติกรรมทางด้านต่าง ๆ ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ จำนวน 8 ข้อ ประกอบด้วย ช่องทางในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ยี่ห้อของอุปกรณ์หรือเครื่องมือที่ใช้ ประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เคยใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้มากที่สุด วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์บ่อยที่สุด และระยะเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ตอนที่ 3 แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวกับแรงจูงใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นคำถามที่ระบุให้ระบุความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) โดยใช้มาตรวัดแบบประเมินค่า (Rating Scale) มีจำนวนทั้งหมดทั้งหมด 10 ข้อ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ความหมาย	ระดับความพอใจ
แรงจูงใจมากที่สุด	5
แรงจูงใจมาก	4
แรงจูงใจปานกลาง	3
แรงจูงใจน้อย	2
แรงจูงใจน้อยที่สุด	1

หลักเกณฑ์ในการแปลความหมายคะแนนของระดับแรงจูงใจได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21–5.00	หมายถึง ระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับ มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41–4.20	หมายถึง ระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับ มาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61–3.40	หมายถึง ระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับ ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81–2.60	หมายถึง ระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับ น้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00–1.80	หมายถึง ระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับ น้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้สูงอายุในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่จะถามเกี่ยวกับระดับของความพึงพอใจทางด้านต่าง ๆ ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นคำถามที่ระบุ ให้ระบุความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) โดยใช้ มาตรฐานวัดแบบประเมินค่า (Rating Scale) มีจำนวนทั้งหมดทั้งหมด 12 ข้อ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ความหมาย	ระดับความพอใจ
พอใจมากที่สุด	5
พอใจมาก	4
พอใจปานกลาง	3
พอใจน้อย	2
พอใจน้อยที่สุด	1

หลักเกณฑ์ในการแปลความหมายคะแนนของระดับความพึงพอใจได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21–5.00	หมายถึง ระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับ มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41–4.20	หมายถึง ระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับ มาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61–3.40	หมายถึง ระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับ ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81–2.60	หมายถึง ระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับ น้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00–1.80	หมายถึง ระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับ น้อยที่สุด

3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือวิจัยตามลำดับ ดังนี้ 1) ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ที่ใช้ในการสร้างแบบสอบถาม 2) ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม 3) สร้างแบบสอบถามซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้สูงอายุต่อการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ส่วนที่ 3 แรงจูงใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ 4) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิทำการตรวจสอบและเสนอแนะเพิ่มเติม 5) นำแบบสอบถามที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องและมีความเหมาะสมของเนื้อหา

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาแบบวิจัยเชิงสำรวจ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือน พฤษภาคม ถึง ธันวาคม พ.ศ. 2560 โดยทำการเก็บตัวอย่างในการประชุมผู้สูงอายุ 2 กลุ่ม คือ การประชุมผู้สูงอายุประจำเดือนของเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ และ การประชุมชมรมผู้สูงอายุนครบาลเพชรบูรณ์ การเลือกตัวอย่างโดยความสะดวก (Convenience Sampling) โดยตัวอย่างคือ ผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปที่สะดวกและยินดีให้ข้อมูล โดยมีขั้นตอนดังนี้ 1) ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามจำนวน 349 ชุด 2) ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความสะดวกและเต็มใจที่จะตอบแบบสอบถาม 3) นำข้อมูลฉบับที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์มาทำการลงรหัสเพื่อนำไปวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลทางสถิติต่อไป

3.6 การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล

นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วมาลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัสสำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์นำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) For Windows เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.7 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายและวิเคราะห์ ข้อมูล โดยใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.7.1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นการอธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ กลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

3.7.1.1 วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ การพักอาศัย อาชีพ แหล่งรายได้ รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน และความพึงพอใจของรายได้ที่ใช้จ่ายต่อเดือน และแบบสอบถามส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้สูงอายุในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 8 ข้อ ประกอบด้วย ช่องทางในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ยี่ห้อของอุปกรณ์หรือเครื่องมือที่ใช้ ประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เคยใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้มากที่สุด วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์บ่อยที่สุด และระยะเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยนำมาแจกแจง จำนวนความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3.7.1.2 วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 3 แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ และแบบสอบถามส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยนำมาคำนวณค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3.7.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

3.7.2.1 ค่าสถิติ t-test ใช้ในการทดสอบค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มเพื่อทดสอบสมมติฐาน ความแตกต่างของเพศและพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ กับความพึงพอใจในการใช้บริการ เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น .05

3.7.2.2 ค่าสถิติ (One Way ANOVA) ใช้ในการทดสอบค่าความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ในกรณี ที่พบความแตกต่างระหว่างคู่ใช้การวิเคราะห์ Post Hoc แบบ LSD เพื่อทดสอบสมมติฐาน ในความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น .05

3.7.2.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ โดยใช้สถิติการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2544) ซึ่งใช้กับสมมติฐานที่ 3

เกณฑ์การแปลความหมาย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2544)

- 1) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เข้าใกล้ 1 (ประมาณ 0.70 ถึง 0.90) ถือว่า มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับสูง (สูงกว่า 0.90 ถือว่า อยู่ในระดับสูงมาก)
- 2) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เข้าใกล้ 0.50 (ประมาณ 0.30 ถึง 0.70) ถือว่า มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง
- 3) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เข้าใกล้ 0 (ประมาณ 0.30 หรือต่ำกว่า) ถือว่า มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ
- 4) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็น 0 แสดงว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันเชิงเส้นตรง

บทที่ 4

ผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่มีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 349 ชุด โดยเก็บข้อมูลจากผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ โดยที่ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยและการวิเคราะห์ ออกเป็นประเด็นต่าง ๆ ตามสมมติฐานการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ โดยจำแนกตามลักษณะของข้อมูล ใช้สถิติในการวิเคราะห์และนำเสนอผลการวิจัยดังนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้สูงอายุ
- 4.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ
- 4.3 การวิเคราะห์แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ
- 4.4 การวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ
- 4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

n	แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน ค่าที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน ค่าที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
Sig.	แทน ความน่าจะเป็นที่ใช้บ่งบอกระดับนัยสำคัญทางสถิติ
df	แทน องศาความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
r	แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation)
*	แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้สูงอายุ

การนำเสนอข้อมูลส่วนบุคคลของผู้สูงอายุ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ การพักอาศัย อาชีพ แหล่งรายได้ รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน และความเพียงพอของรายได้ที่ใช้จ่ายต่อเดือน ผลการวิเคราะห์ที่ได้ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เคยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	290	82.86
ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	60	17.14
รวม	350	100.00

จากตารางที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ จำนวน 350 คน พบว่าไม่เคยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เลย จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 82.86 และใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีเพียง 60 คน คิดเป็นร้อยละ 17.14

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	11	18.30
หญิง	49	81.70
รวม	60	100.00

จากตารางที่ 4.2 ผู้สูงอายุที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ทั้งหมดจำนวน 60 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 81.70 และเพศชาย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 18.30

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
60-64 ปี	14	23.33
65-69 ปี	14	23.33
70-75 ปี	16	26.67
76 ปีขึ้นไป	16	26.67
รวม	60	100.00

จากตารางที่ 4.3 ผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนมากกว่าครึ่งมีอายุ 70 ปีขึ้นไป โดยมีอายุ 70-75 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 และ อายุ 76 ปีขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 ส่วนอายุ 60-64 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 และ อายุ 65-69 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามการศึกษา

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ได้เรียนหนังสืออ่านและเขียนไม่ได้	2	3.33
ประถมศึกษา	4	6.67
มัธยมศึกษา	7	11.67
อนุปริญญา	4	6.67
ปริญญาตรี	32	53.33
สูงกว่าปริญญาตรี	11	18.33
รวม	60	100.00

จากตารางที่ 4.4 ผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับ ปริญญาตรี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมาคือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 18.33 ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	14	23.33
สมรส	19	31.67
หย่าร้าง	3	5.00
หม้าย	24	40.00
รวม	60	100.00

จากตารางที่ 4.5 ผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ เป็นหม้าย จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 สมรส จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 31.67 โสด 14 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 และหย่าร้าง 3 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ได้ทำงาน	3	5.00
ค้าขาย	4	6.67
รับจ้าง	4	6.67
เกษตรกรรม	1	1.67
ข้าราชการบำนาญ	48	80.00
รวม	60	100.00

จากตารางที่ 4.6 ผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ มีอาชีพเป็นข้าราชการบำนาญ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 อาชีพค้าขายและรับจ้าง จำนวน 4 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 6.67 เท่ากัน ไม่ได้ทำงาน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และ อาชีพเกษตรกรรม 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามรายได้ส่วนตัวเฉลี่ย

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000	6	10.00
10,001-20,000	15	25.00
20,001-30,000	16	26.67
30,001-40,000	17	28.33
มากกว่า 40,000	6	10.00
รวม	60	100.00

จากตารางที่ 4.7 ผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ มีรายได้อยู่ระหว่าง 30,001-40,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 28.33 รองลงมา มีรายได้อยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 และมีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001-20,000 จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และมากกว่า 40,000 บาท จำนวน 6 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามความพอเพียงของรายได้ที่ใช้จ่ายต่อเดือน

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เหลือเก็บ	15	25.00
พอใช้	37	61.67
ไม่พอใช้	8	13.33
รวม	60	100.00

จากตารางที่ 4.8 ผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ มีรายได้ที่ใช้จ่ายต่อเดือนพอใช้ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 61.67 มีเหลือเก็บ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และไม่พอใช้ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามแหล่งรายได้

แหล่งรายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้จากตนเอง	12	15.00
รายได้จากเงินบำนาญ	47	58.75
รายได้จากทรัพย์สินเดิม	4	5.00
รายได้จากญาติ	1	1.25
รายได้จากบุตรหลาน	8	10.00
รายได้จากเบี้ยผู้สูงอายุ	8	10.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.9 ผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ มีรายได้จากเงินบำนาญ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 58.75 รองลงมา มีรายได้จากตนเอง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 มีรายได้จากบุตรหลาน และ รายได้จากเบี้ยผู้สูงอายุ เท่ากัน คือจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และมีรายได้จากทรัพย์สินเดิม จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และน้อยที่สุดคือ มีรายได้จากบุตรหลาน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามการพักอาศัย

การพักอาศัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อยู่คนเดียว	16	22.86
อยู่กับหลาน	6	8.57
อยู่กับคู่สมรส	19	27.14
อยู่กับญาติ	3	4.29
อยู่กับบุตร	26	37.14

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.10 ผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ พักอาศัยอยู่กับบุตร จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 37.14 อยู่กับคู่สมรส จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 27.14 อยู่คนเดียว จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 22.86 อยู่กับหลาน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 8.57 และอยู่กับญาติ น้อยที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.29 ตามลำดับ

4.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ช่องทางการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ สถานที่ที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ความบ่อยในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ระยะเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้ การตกแต่งหน้าตาเครือข่ายสังคมออนไลน์ การเปลี่ยนหน้าตาเครือข่ายสังคมออนไลน์ และการใส่รูปภาพส่วนตัว วิเคราะห์ผลได้ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้สังคมออนไลน์จำแนกตามช่องทางการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ช่องทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คอมพิวเตอร์	4	6.25
แท็บเล็ต	5	7.81
โทรศัพท์มือถือ	55	91.67

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.11 ผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านช่องทางการใช้โทรศัพท์มือถือ มากที่สุด จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 91.67 รองลงมา คือ ผ่านช่องทางแท็บเล็ต จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 7.81 และผ่านช่องทางคอมพิวเตอร์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามยี่ห้อของอุปกรณ์ที่ใช้

ยี่ห้ออุปกรณ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไอโฟน	5	8.33
ซัมซุง	39	65.00
อื่นๆ	16	26.67
รวม	60	100.00

จากตารางที่ 4.12 ผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ ใช้อุปกรณ์ยี่ห้อซัมซุงมากที่สุด จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาคือใช้ยี่ห้ออื่นๆ เช่น ออปโป้ เอชเอส วีโว่ ไอโมบายล์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 และใช้ไอโฟน น้อยที่สุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เคยใช้

เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เคยใช้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)	2	1.94
เว็บเพจ (Web Page)	2	1.94
เฟซบุ๊ก (Facebook)	21	20.39
ยูทูบ (Youtube)	19	18.45
ไลน์ (Line)	57	55.34
อินสตาแกรม (Instagram)	2	1.94

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.13 ผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ เคยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ไลน์(Line) มากที่สุด จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 55.34 รองลงมาคือ เฟซบุ๊ก (Facebook) จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 20.39 ลำดับถัดไปคือ ยูทูบ (Youtube) จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 18.45 และเคยใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) เว็บเพจ(Web Page) และอินสตาแกรม (Instagram) จำนวนเท่ากันคือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.91 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้มากที่สุด

เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้มากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)	0	0.00
เว็บเพจ(Web Page)	1	1.28
เฟซบุ๊ก(Facebook)	12	15.38
ยูทูบ(Youtube)	7	8.97
ไลน์(Line)	57	73.08
อินสตาแกรม (Instagram)	1	1.28

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.14 ผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไลน์(Line) มากที่สุด จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 73.08 รองลงมาคือ เฟซบุ๊ก(Facebook) จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 15.38 ลำดับถัดไปคือ ยูทูบ(Youtube) จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 8.97 ใช้เว็บเพจ(Web Page) และ อินสตาแกรม (Instagram) จำนวนเท่ากันคือ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.28 ตามลำดับ ส่วนจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ไม่มีผู้สูงอายุนิยมใช้

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อศึกษาหาความรู้	18	15.93
เพื่อรับและแชร์ข่าวสาร	19	16.81
เพื่อความบันเทิง	13	11.50
เพื่อติดต่อสื่อสารกับคนในครอบครัว	27	23.89
เพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อน	35	30.97
อื่นๆ	1	0.88
รวม	60	100.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.15 ผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ ใช้เครือข่ายสังคมเพื่อวัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 30.97 รองลงมาคือ เพื่อติดต่อสื่อสารกับคนในครอบครัว จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 23.89 และเพื่อรับและแชร์ข่าวสาร จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 16.81 และเพื่อศึกษาหาความรู้ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 15.93 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อวัน

เวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อวัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	15	25.00
1-3 ชั่วโมง	33	55.00
3-6 ชั่วโมง	7	11.67
6-9 ชั่วโมง	5	8.33
9-12 ชั่วโมง	0	0.00
มากกว่า 12 ชั่วโมง	0	0.00
รวม	60	100.00

จากตารางที่ 4.16 ผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อวัน 1-3 ชั่วโมง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อวัน น้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อวัน 3-6 ชั่วโมง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 และใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อวัน 6-9 ชั่วโมง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์บ่อยที่สุด

ช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตื่นนอน จนถึง 9.00 น.	22	32.35
9.00-12.00 น.	18	26.47
12.00-13.00 น.	3	4.41
13.00-16.00 น.	2	2.94
16.00-20.00 น.	12	17.65
ตั้งแต่ 20.00 น. จนถึงเข้านอน	11	16.18
รวม	60	100.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.17 ผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงเวลาดังแต่ตื่นนอน จนถึง 9.00 น. มากที่สุด จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 32.35 รองลงมาคือ

ช่วงเวลา 9.00-12.00 น. จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 26.47 และ ช่วงเวลา 16.00-20.00 น. จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 17.65 และ ช่วงเวลาตั้งแต่ 20.00 น. จนถึงเช้านอน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 16.18 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ระยะเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 6 เดือน	1	1.67
6 เดือน - 1 ปี	3	5.00
1-2 ปี	23	38.33
2-3 ปี	17	28.33
มากกว่า 3 ปี	16	26.67
รวม	60	100.00

จากตารางที่ 4.18 ผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ ใช้เครือข่ายสังคมมาเป็นระยะเวลา 1-2 ปี มากที่สุด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 38.33 รองลงมาคือ ระยะเวลา 2-3 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 28.33 ลำดับถัดมาคือ ระยะเวลามากกว่า 3 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 ตามลำดับ

4.3 การวิเคราะห์แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์

ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ ผลการวิเคราะห์ ดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์

แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ	$\bar{X}$	S.D.	แรงจูงใจ
1) ต้องการติดต่อสื่อสารกับคนรู้จักหรือเพื่อนสนิท	4.23	0.810	มากที่สุด
2) ต้องการติดต่อสื่อสารกับลูกหลาน	4.33	0.795	มากที่สุด
3) ต้องการหาเพื่อนใหม่หรือเพื่อนเก่าที่ไม่ได้ติดต่อกันมานาน	2.92	1.211	ปานกลาง
4) ต้องการแสดงความคิดเห็นของตนเอง	2.60	1.061	น้อย
5) ต้องการรับและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร	3.58	1.183	มาก
6) ต้องการเล่นเกมเพื่อฝึกสมอง	2.32	1.269	น้อย
7) ต้องการซื้อสินค้าออนไลน์	1.50	0.966	น้อยที่สุด
8) ต้องการขายสินค้าออนไลน์	1.45	0.982	น้อยที่สุด
9) ต้องการโพสต์เรื่องราวและรูปของตนเองเก็บไว้	2.62	1.195	ปานกลาง
10) ต้องการสร้างและอยู่ในกลุ่มเครือข่ายที่มีความสนใจแบบเดียวกัน	2.98	1.142	ปานกลาง
รวม	2.85	0.625	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีแรงจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับ แรงจูงใจปานกลาง ($\bar{X}$ = 2.85, S.D. = 0.625) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีคะแนนแรงจูงใจ มากสูงสุด อันดับที่ 1 คือ ต้องการติดต่อสื่อสารกับลูกหลาน มีแรงจูงใจมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.33, S.D. = 0.795) อันดับที่ 2 ต้องการติดต่อสื่อสารกับคนรู้จักหรือเพื่อนสนิทมีแรงจูงใจมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.23, S.D. = 0.810) อันดับที่ 3 ต้องการรับและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร มีแรงจูงใจมาก ($\bar{X}$ = 3.58, S.D. = 1.183) และในอันดับน้อยที่สุด 2 อันดับสุดท้าย คือ ต้องการซื้อสินค้าออนไลน์ มีแรงจูงใจน้อยที่สุด ($\bar{X}$ = 1.50, S.D. = 0.966) และต้องการขายสินค้าออนไลน์ มีแรงจูงใจน้อยที่สุด ($\bar{X}$ = 1.45, S.D. = 0.982) ตามลำดับ

4.4 การวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์

ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ	$\bar{X}$	S.D.	แรงจูงใจ
1) สนทนาโต้ตอบกับเพื่อนหรือผู้ที่ต้องการจะสื่อสารด้วย	3.95	0.999	มาก
2) แสดงความคิดเห็นของตนเองในกลุ่มข่าวสารต่างๆ	3.07	1.071	ปานกลาง
3) ความตื่นต้นความสนุกสนาน และความเพลิดเพลิน	3.40	1.167	ปานกลาง
4) ความคล่องตัวและความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร	3.80	1.070	มาก
5) ความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของข้อมูล	3.35	1.005	ปานกลาง
6) การซื้อสินค้าออนไลน์	1.55	0.982	น้อยที่สุด
7) การขายสินค้าออนไลน์	1.37	0.823	น้อยที่สุด
8) การได้อยู่รวมกลุ่มทางสังคมและสนทนากันในกลุ่มของตน	3.87	0.892	มาก
9) การได้รับข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ	3.92	0.889	มาก
10) การนัดแนะสมาชิกในกลุ่มเพื่อทำกิจกรรม	3.57	1.047	มาก
11) การแชร์รูปภาพกิจกรรมของตนเอง	3.20	1.070	ปานกลาง
12) การแชร์รูปภาพของกิจกรรมในกลุ่ม	3.27	1.006	ปานกลาง
รวม	3.19	0.578	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.19, S.D. = 0.578) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีคะแนนความพึงพอใจมากที่สุด อันดับที่ 1 คือ สนทนาโต้ตอบกับเพื่อนหรือผู้ที่ต้องการจะสื่อสารด้วยมีความพึงพอใจมาก ($\bar{X}$ = 3.95, S.D. = 0.999) อันดับที่ 2 การได้รับข่าวสารอย่างสม่ำเสมอมีความพึงพอใจมาก ($\bar{X}$ = 3.92, S.D. = 0.889) อันดับที่ 3 การได้อยู่รวมกลุ่มทางสังคมและสนทนากันในกลุ่มของตน มีความพึงพอใจมาก ($\bar{X}$ = 3.87, S.D. = 0.892) อันดับที่ 4 ความคล่องตัวและความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารมีความพึงพอใจมาก ($\bar{X}$ = 3.80, S.D. = 1.070) อันดับที่ 5 การนัดแนะสมาชิกในกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมติดต่อสื่อสารมีความพึงพอใจมาก ($\bar{X}$ = 3.57, S.D. = 1.047) และอันดับน้อยที่สุด 2 อันดับสุดท้าย คือ การซื้อสินค้าออนไลน์ มีความพึงพอใจน้อยที่สุด ($\bar{X}$ = 1.55, S.D. = 0.982) และการขายสินค้าออนไลน์ มีความพึงพอใจน้อยที่สุด ($\bar{X}$ = 1.37, S.D. = 0.823)ตามลำดับ

4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้สูงอายุที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ในการพิจารณาว่า เพศของผู้สูงอายุจะมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันหรือไม่ แสดงในตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีเพศต่างกัน

ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ	เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	ชาย	11	3.57	0.661	2.494	0.065
	หญิง	49	3.41	0.529		

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีเพศต่างกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้สูงอายุที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ในการพิจารณาว่าอายุของผู้สูงอายุจะมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์หรือไม่ แสดงในตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ ที่มีอายุต่างกัน โดยวิเคราะห์ความแปรปรวน

ความพึงพอใจของผู้สูงอายุ	แหล่งของความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	3.246	1.082	3.680	0.017
	ภายในกลุ่ม	56	16.467	0.294		
	รวม	59	19.713			

* แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีอายุต่างกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.017 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบรายคู่โดยวิธีการของ LSD (Least Square Difference) เปรียบเทียบแต่ละคู่ ว่าคู่ใดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุเป็นรายคู่จำแนกตามอายุ

อายุ	ผลต่างของค่าเฉลี่ย				
	ค่าเฉลี่ย	60-64 ปี	65-69 ปี	70-75 ปี	76 ปีขึ้นไป
60-64 ปี	3.51	-	0.298	0.266	0.652*
65-69 ปี	3.21	-0.298	-	-0.031	0.354
70-75 ปี	3.24	-0.266	0.031	-	0.385*
76 ปีขึ้นไป	2.85	-0.652*	-0.354	-0.385*	-

* แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้สูงอายุที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ดังนี้

คู่ที่ 1 คือ ผู้สูงอายุที่มีอายุ 60-64 ปี ($\bar{X}$ = 3.51) จะมีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าผู้สูงอายุที่มีอายุ 76 ปีขึ้นไป ($\bar{X}$ = 2.85)

คู่ที่ 2 คือ ผู้สูงอายุที่มีอายุ 70-75 ปี ($\bar{X}$ = 3.24) จะมีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าผู้สูงอายุที่มีอายุ 76 ปีขึ้นไป ($\bar{X}$ = 2.85)

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ในการพิจารณาว่า ระดับการศึกษาของผู้สูงอายุจะมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์หรือไม่ แสดงในตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาต่างกัน โดยวิเคราะห์ความแปรปรวน

ความพึงพอใจของผู้สูงอายุ	แหล่งของความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	5	4.354	0.871	3.062	0.017
	ภายในกลุ่ม	54	15.359	0.284		
	รวม	59	19.713			

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.017 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบรายคู่โดยวิธีการของ LSD (Least Square Difference) เปรียบเทียบแต่ละคู่ ว่าคู่ใดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุเป็นรายคู่จำแนกระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างของค่าเฉลี่ย					
		ไม่ได้เรียนหนังสือ	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	อนุ ปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ไม่ได้เรียนหนังสือ	2.54	-	-0.2083	-0.7679	-1.0208*	-0.5391	-1.0417*
ประถมศึกษา	2.75	0.2083	-	-0.5595	-0.8125*	-0.3307	-0.8333*
มัธยมศึกษา	3.31	0.7679	0.5595	-	-0.2530	0.2288	-0.2738
อนุปริญญา	3.56	1.0208*	0.8125	0.2530	-	0.4818	-0.0208
ปริญญาตรี	3.08	0.5391	0.3307	-0.2288	-0.4818	-	-0.5026*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.58	1.0417*	0.8333*	0.2738	0.0208	0.5026*	-

* แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 คู่ ดังนี้

คู่ที่ 1 คือ ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ($\bar{X}$ = 3.58) จะมีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าผู้สูงอายุที่ไม่ได้เรียนหนังสือ ($\bar{X}$ = 2.54)

คู่ที่ 2 คือ ผู้สูงอายุที่ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ($\bar{X} = 3.58$) จะมีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าผู้สูงอายุที่ระดับการศึกษาประถมศึกษา ($\bar{X} = 2.75$)

คู่ที่ 3 คือ ผู้สูงอายุที่ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ($\bar{X} = 3.58$) จะมีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าผู้สูงอายุที่ระดับการศึกษาปริญญาตรี ($\bar{X} = 3.08$)

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้สูงอายุที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ในการพิจารณาว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้สูงอายุจะมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์หรือไม่ แสดงในตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน โดยวิเคราะห์ความแปรปรวน

ความพึงพอใจของ ผู้สูงอายุ	แหล่งของความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	4	2.813	0.703	2.288	0.071
	ภายในกลุ่ม	55	16.900	0.307		
	รวม	59	19.713			

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.071 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 ผู้สูงอายุที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ในการพิจารณาว่า วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุจะมี ผลต่อความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันหรือไม่ แสดงในตารางดังนี้

ตารางที่ 4.27 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มี
วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อศึกษาหาความรู้

ความพึงพอใจของ ผู้สูงอายุ	ใช้เพื่อศึกษาหา ความรู้	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	เลือก	18	3.35	0.393	1.417	0.162
	ไม่เลือก	42	3.12	0.633		

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มี
วัตถุประสงค์ใช้เพื่อศึกษาหาความรู้ต่างกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.162 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับ
สมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มีวัตถุประสงค์ในการ
ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อศึกษาหาความรู้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคม
ออนไลน์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ใช้ที่เลือกวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาความรู้
มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่ไม่เลือก

ตารางที่ 4.28 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มี
วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อรับและแชร์ข่าวสาร

ความพึงพอใจของ ผู้สูงอายุ	ใช้เพื่อรับและแชร์ ข่าวสาร	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	เลือก	19	3.29	0.467	0.850	0.399
	ไม่เลือก	41	3.15	0.623		

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มี
วัตถุประสงค์ใช้เพื่อรับและแชร์ข่าวสารต่างกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.399 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับ
สมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มีวัตถุประสงค์ในการ
ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อรับและแชร์ข่าวสารแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่าย
สังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.29 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มี
วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อความบันเทิง

ความพึงพอใจของ ผู้สูงอายุ	ใช้เพื่อความ บันเทิง	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	เลือก	13	3.18	0.411	-0.085	0.932
	ไม่เลือก	47	3.20	0.620		

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มี
วัตถุประสงค์ใช้เพื่อความบันเทิงต่างกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.932 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับ
สมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มีวัตถุประสงค์ในการ
ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อความบันเทิงแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคม
ออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.30 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มี
วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อสื่อสารกับคนในครอบครัว

ความพึงพอใจของ ผู้สูงอายุ	ใช้เพื่อ ติดต่อสื่อสารกับ คนในครอบครัว	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	เลือก	27	3.16	0.550	-0.338	0.737
	ไม่เลือก	33	3.21	0.607		

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มี
วัตถุประสงค์ใช้เพื่อติดต่อสื่อสารกับคนในครอบครัวต่างกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.737 ซึ่งมากกว่า 0.05
จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มี
วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อสื่อสารกับคนในครอบครัวแตกต่างกัน มีความ
พึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.31 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มี
มีวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อน

ความพึงพอใจของ ผู้สูงอายุ	ใช้เพื่อ ติดต่อสื่อสารกับ เพื่อน	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	เลือก	35	3.15	0.606	-0.620	0.538
	ไม่เลือก	25	3.25	0.544		

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มี
วัตถุประสงค์ใช้เพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อนต่างกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.538 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึง
ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มีวัตถุประสงค์
ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้
เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 2.2 ผู้สูงอายุที่มีช่องทางการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน
มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ในการพิจารณาว่าช่องทางการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุจะมีผล
ต่อ ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์หรือไม่ แสดงในตารางดังนี้

ตารางที่ 4.32 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ
ผู้สูงอายุที่มีช่องทางการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทางคอมพิวเตอร์

ความพึงพอใจของ ผู้สูงอายุ	ใช้ช่องทาง คอมพิวเตอร์	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	เลือก	4	3.50	0.791	1.106	0.273
	ไม่เลือก	56	3.17	0.563		

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มี
ช่องทางการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทางคอมพิวเตอร์ต่างกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.273 ซึ่งมากกว่า
0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มี

ช่องทางการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทางคอมพิวเตอร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.33 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีช่องทางการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทางแท็บเล็ต

ความพึงพอใจของ ผู้สูงอายุ	ใช้ช่องทาง แท็บเล็ต	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	เลือก	5	3.12	0.663	-0.301	0.765
	ไม่เลือก	55	3.20	0.576		

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีช่องทางการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทางแท็บเล็ตต่างกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.765 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มีช่องทางการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทางแท็บเล็ตแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.34 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีช่องทางการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทางโทรศัพท์มือถือ

ความพึงพอใจของ ผู้สูงอายุ	ใช้ช่องทาง โทรศัพท์มือถือ	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	เลือก	55	3.21	0.564	0.908	0.368
	ไม่เลือก	5	2.97	0.751		

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีช่องทางการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทางโทรศัพท์มือถือต่างกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.368 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มีช่องทางการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทางโทรศัพท์มือถือแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 2.3 ผู้สูงอายุที่มีระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ในการพิจารณาว่าระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุจะมีผลต่อ ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์หรือไม่ แสดงในตารางดังนี้

ตารางที่ 4.35 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน โดยวิเคราะห์ความแปรปรวน

ความพึงพอใจของ ผู้สูงอายุ	แหล่งของความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	4	1.186	0.297	0.880	0.482
	ภายในกลุ่ม	55	18.526	0.337		
	รวม	59	19.713			

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.482 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มีระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 2.4 ผู้สูงอายุที่ใช้เวลาต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ในการพิจารณาว่า การใช้เวลาต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุจะมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์หรือไม่ แสดงในตารางดังนี้

ตารางที่ 4.36 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่ใช้เวลาต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน โดยวิเคราะห์ความแปรปรวน

ความพึงพอใจของผู้สูงอายุ	แหล่งของความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	3.711	1.237	4.329*	0.008
	ภายในกลุ่ม	56	16.001	0.286		
	รวม	59	19.713			

* แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่ใช้เวลาต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้สูงอายุที่ใช้เวลาต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบรายคู่โดยวิธีการของ LSD

ตารางที่ 4.37 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นรายคู่ จำแนกตามเวลาต่อวันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

เวลาในการใช้เครือข่ายต่อวัน	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างของค่าเฉลี่ย			
		น้อยกว่า 1 ช.ม.	1-3 ช.ม.	3-6 ช.ม.	6-9 ช.ม.
น้อยกว่า 1 ช.ม.	2.99	-	-0.1349	-0.4516	-0.9111*
1-3 ช.ม.	3.12	0.1349	-	-0.3167	-0.7763*
3-6 ช.ม.	3.44	0.4516	0.3167	-	-0.4595
6-9 ช.ม.	3.90	0.9111*	0.7763*	0.4595	-

* แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ผู้สูงอายุที่มีการใช้เวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อวันแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ดังนี้ คู่ที่ 1 คือ ผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยกว่า 1

ชั่วโมงต่อวัน ($\bar{X} = 2.99$) จะมีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยกว่าผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 6-9 ชั่วโมงต่อวัน ($\bar{X} = 3.90$) คู่ที่ 2 คือ ผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 1-3 ชั่วโมงต่อวัน ($\bar{X} = 3.12$) จะมีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยกว่าผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 6-9 ชั่วโมงต่อวัน ($\bar{X} = 3.90$)

สมมติฐานที่ 2.5 ผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ในการพิจารณาว่า ช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุจะมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์หรือไม่ แสดงในตารางดังนี้

ตารางที่ 4.38 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ตื่นนอนจนถึง 9.00 น. ต่างกัน

ความพึงพอใจของ ผู้สูงอายุ	ใช้ตั้งแต่ตื่นนอน จนถึง 9.00 น.	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	เลือก	22	3.30	0.683	1.105	0.274
	ไม่เลือก	37	3.13	0.513		

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ตื่นนอนจนถึง 9.00 น. ต่างกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.374 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ตื่นนอนจนถึง 9.00 น. ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.39 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ 9.00 -12.00 น. ต่างกัน

ความพึงพอใจของ ผู้สูงอายุ	ใช้ตั้งแต่ 9.00 - 12.00 น.	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	เลือก	18	3.15	0.413	-0.339	0.736
	ไม่เลือก	42	3.21	0.639		

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ 9.00 -12.00 น. ต่างกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.736 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ 9.00 -12.00 น. แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.40 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ 12.00 -13.00 น. ต่างกัน

ความพึงพอใจของ ผู้สูงอายุ	ใช้ตั้งแต่ 12.00 - 13.00 น.	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	เลือก	3	3.50	0.083	0.947	0.348
	ไม่เลือก	57	3.18	0.589		

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ 12.00 -13.00 น. ต่างกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.736 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ 12.00 -13.00 น. แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.41 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ 13.00 -16.00 น. ต่างกัน

ความพึงพอใจของ ผู้สูงอายุ	ใช้ตั้งแต่ 13.00 - 16.00 น.	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	เลือก	2	2.17	0.354	-2.681*	0.010
	ไม่เลือก	58	3.23	0.553		

* แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ 13.00 -16.00 น. ต่างกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า

ผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ 13.00 -16.00 น. แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.42 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ 16.00 -20.00 น. ต่างกัน

ความพึงพอใจของ ผู้สูงอายุ	ใช้ตั้งแต่ 16.00 - 20.00 น.	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	เลือก	12	3.17	0.472	-0.094	0.925
	ไม่เลือก	47	3.19	0.612		

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ 16.00 -20.00 น. ต่างกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.925 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ 13.00 -16.00 น. แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.43 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ 20.00 น. จนถึงเข้านอน ต่างกัน

ความพึงพอใจของ ผู้สูงอายุ	ใช้ตั้งแต่ 20.00 น. จนถึงเข้านอน	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	เลือก	11	3.52	0.708	2.113*	0.039
	ไม่เลือก	49	3.12	0.526		

* แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ 20.00 น. จนถึงเข้านอน ต่างกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.039 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ 20.00 น. จนถึงเข้านอน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 2.6 ผู้สูงอายุที่ระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ในการพิจารณาว่า ระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุจะมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์หรือไม่ แสดงในตารางดังนี้

ตารางที่ 4.44 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน โดยวิเคราะห์ความแปรปรวน

ความพึงพอใจของผู้สูงอายุ	แหล่งของความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	4	1.186	0.297	0.880	0.482
	ภายในกลุ่ม	55	18.526	0.337		
	รวม	59	19.713			

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.482 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มีระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 2.7 ผู้สูงอายุที่ใช้ประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ในการพิจารณาว่า ประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์ จะมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์หรือไม่ แสดงในตารางดังนี้

ตารางที่ 4.45 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ที่ใช้ Line ต่างกัน

ความพึงพอใจของผู้สูงอายุ	ไลน์ (Line)	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	เลือก	57	3.19	0.574	-0.40	0.968
	ไม่เลือก	2	3.21	1.119		

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่ใช้ไลน์ (Line) ต่างกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.968 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ไลน์ (Line) แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.46 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ที่ใช้ Facebook ต่างกัน

ความพึงพอใจของ ผู้สูงอายุ	เฟซบุ๊ก (Facebook)	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	เลือก	12	3.47	0.635	1.922	0.059
	ไม่เลือก	48	3.12	0.548		

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่ใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ต่างกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.059 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 3 แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ มีความสัมพันธ์ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ แสดงในตารางดังนี้

ตารางที่ 4.47 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ

แรงจูงใจ	ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ		
	r	Sig	ระดับความสัมพันธ์
แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	0.752*	0.000	สูง

* แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.47 พบว่า แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.752 ในระดับสูงมาก หมายความว่า หากผู้สูงอายุมีแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์สูงขึ้นจะทำให้ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุสูงขึ้นมากด้วย

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้

1. ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดเพชรบูรณ์
2. ศึกษาแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ
3. ศึกษาความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ
4. ศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
5. ศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ จำแนกตามพฤติกรรมการใช้
6. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ

วิธีการดำเนินการวิจัย การทำวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการใช้แบบสอบถามเป็น เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะตัวแปรพฤติกรรมแรงจูงใจ และ ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ ซึ่งเริ่มดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่างเดือน พฤษภาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2560 หลังจากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้สูงอายุ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 349 คน พบว่า มีผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 17.14 ในผู้สูงอายุที่ใช้สังคมออนไลน์ทั้งหมดจำนวน 60 คน เป็น เพศหญิง จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 81.70 และเพศชายจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 18.30 มากกว่าครึ่งมีอายุตั้งแต่ 70 ปีขึ้นไป โดย อายุ 70-75 ปี มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 และอายุ 76 ปีขึ้นไป มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 รองลงมาคือ มีอายุ 60-64 ปี และอายุ 65-69 ปี มีจำนวน 14 คนเท่ากัน และคิดเป็นร้อยละ 23.33 เท่ากัน ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมาคือระดับสูงกว่า ปริญญาตรี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 18.33 ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 7 คน คิด

เป็นร้อยละ 11.67 ส่วนใหญ่มีสถานภาพหม้าย จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมามีสถานภาพสมรส จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 31.67 และมีสถานภาพโสด จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นข้าราชการบำนาญ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาคือมีอาชีพค้าขาย และรับจ้าง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 เท่ากัน กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุส่วนใหญ่ มีรายได้อยู่ระหว่าง 30,001-40,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 28.33 รองลงมาคือ รายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 ลำดับถัดมาคือ มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาความเพียงพอของรายได้ที่ใช้จ่ายต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้พอใช้ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 61.67 รองลงมาคือ เหลือเก็บ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และไม่พอใช้ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 รายได้ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีรายได้จากเงินบำนาญ มากที่สุด คือจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 58.75 รองลงมาเป็นรายได้จากตนเอง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และมีรายได้จากเบี้ยผู้สูงอายุ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ส่วนใหญ่ พักอยู่กับบุตร จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 37.14 รองลงมาคืออยู่กับคู่สมรส จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 27.14 และ อยู่คนเดียว จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 22.86

5.1.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ จากการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 91.67 โดยยี่ห้อของอุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุด คือ ซัมซุง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาคือยี่ห้ออื่นๆ ที่ไม่ใช่ไอโฟน เช่น ออปโป้ วิโว่ ไอโมบาย จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 และใช้ไอโฟน น้อยที่สุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่าง เคยใช้มากที่สุดคือ ไลน์ (Line) จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 55.34 รองลงมาคือ เฟซบุ๊ก (Facebook) จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 20.39 และรองลงมาคือ ยูทูบ (Youtube) จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 18.45 ส่วนเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้มากที่สุดคือ ไลน์ (Line) จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 73.08 รองลงมาคือ เฟซบุ๊ก (Facebook) จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 15.38 วัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่ ใช้เพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 30.97 รองลงมาคือ เพื่อติดต่อสื่อสารกับคนในครอบครัว จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 23.89 เพื่อรับและแชร์ข่าวสาร จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 16.81 และเพื่อศึกษาหาความรู้ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 15.93 ผู้สูงอายุใช้เวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 1-3 ชั่วโมงต่อวัน มากที่สุด จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มากที่สุดคือ ตั้งแต่ตื่นนอน จนถึง

9.00 น. จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 32.35 รองลงมาคือ 9.00-12.00 น. จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 26.47 และ เวลา 16.00-20.00 น. จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 17.65 ผู้สูงอายุได้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มาแล้วเป็นระยะเวลามากที่สุดคือ 1-2 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 38.33 รองลงมาคือ 2-3 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 28.33 และมากกว่า 3 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67

5.1.3 การวิเคราะห์แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ การวิเคราะห์แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุพบว่า ผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีแรงจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับแรงจูงใจปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีคะแนนแรงจูงใจมากที่สุด อันดับที่ 1 คือ ต้องการติดต่อสื่อสารกับลูกหลาน มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับที่ 2 ต้องการติดต่อสื่อสารกับคนรู้จักหรือเพื่อนสนิทมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับที่ 3 ต้องการรับและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก และในอันดับน้อยที่สุด 2 อันดับสุดท้าย คือ ต้องการซื้อสินค้าออนไลน์ มีแรงจูงใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด และต้องการขายสินค้าออนไลน์ มีแรงจูงใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด ตามลำดับ

5.1.4 การวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ พบว่า ผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีคะแนนความพึงพอใจมากที่สุด อันดับที่ 1 คือ สนทนาโต้ตอบกับเพื่อนหรือผู้ที่ต้องการจะสื่อสารด้วยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก อันดับที่ 2 การได้รับข่าวสารอย่างสม่ำเสมอมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก อันดับที่ 3 การได้อยู่รวมกลุ่มทางสังคมและสนทนากันในกลุ่มของตน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก อันดับที่ 4 ความคล่องตัวและความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก อันดับที่ 5 การนัดแนะสมาชิกในกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมติดต่อสื่อสารมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และอันดับน้อยที่สุด 2 อันดับสุดท้าย คือ การซื้อสินค้าออนไลน์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด และการขายสินค้าออนไลน์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด ตามลำดับ

5.1.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้สูงอายุที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้สูงอายุที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน จากการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ 12.00 -13.00 น. แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ 13.00 -16.00 น. แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ 13.00 -16.00 น. แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ ผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตั้งแต่ 20.00 น. จนถึงเข้านอน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 2.6 ผู้สูงอายุที่ระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน จากการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุที่มีระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 2.7 ผู้สูงอายุที่ใช้ประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน จากการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ไลน์ (Line) แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 3 แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุพบว่า แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ ที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.752 ในระดับสูง หมายความว่า หากผู้สูงอายุ มีแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์สูงขึ้นจะทำให้ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุสูงขึ้นมากด้วย

5.2 อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ มีประเด็นให้อภิปรายดังนี้

5.2.1 ผู้สูงอายุที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้สูงอายุที่มีอายุ 76 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 76 ปีขึ้นไป อาจมีปัญหาเรื่องสุขภาพมากกว่ากลุ่มอื่น เช่น ปัญหาสายตา ปัญญาการใช้นิ้วหรือมือ จึงไม่สามารถใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ จึงมีความพึงพอใจต่ำกว่าผู้สูงอายุกลุ่มอื่น ซึ่งสอดคล้องกับ ภัทรา เรืองสวัสดิ์ (2553) ศึกษารูปแบบดำเนินชีวิต พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า คนวัยทำงานที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน และสอดคล้องกับ กันตพล บันทัดทอง (2557) ที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

5.2.2 ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาต่ำที่สุด คือ ไม่ได้เรียนหนังสือจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากผู้สูงอายุที่ไม่ได้เรียนหนังสือ อาจอาศัยการอ่านออกเขียนได้จากประสบการณ์ชีวิตที่ผ่านมา จึงไม่มีความคล่อง หรือไม่สามารถใช้บริการต่างๆ ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ คงใช้ได้เพียงการโทรศัพท์ผ่านทางไลน์ ซึ่งประหยัดค่าใช้จ่ายกว่าการใช้โทรศัพท์มือถือปกติ

5.2.3 ผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บริการ เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อความบันเทิง เพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมการใช้งานของผู้สูงอายุด้านวัตถุประสงค์จะแตกต่างกันไปตามความสนใจของบุคคล ทำให้เกิดความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ขวัญวิทย์ ดาน้อย (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน และสอดคล้องกับ กันตพล บันทัดทอง (2557) ที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน เช่นเดียวกัน

5.2.4 แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.752 ในระดับสูงมาก หมายความว่า หากผู้สูงอายุมีแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์สูงขึ้น

จะทำให้ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุสูงขึ้นมากด้วย ทั้งนี้เนื่องจากผู้สูงอายุมีแรงจูงใจ คือ การได้สื่อสารกันอย่างอิสระ ได้รับประโยชน์ต่าง ๆ ในการใช้บริการ ดูเป็นคนทันสมัย ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ได้รับการยอมรับนับถือจากเพื่อนในเครือข่าย การใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน ประหยัด จึงทำให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับ Maslow (1970) ที่กล่าวถึง ความต้องการและความพึงพอใจของมนุษย์ตามทฤษฎีแรงจูงใจ (Motivation Theory) ว่า มนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการอยู่เสมอ และเป็นการยากมากที่มนุษย์จะมีความพึงพอใจสูงสุด ยกเว้นในช่วงเวลาสั้น ๆ ทั้งนี้เพราะในธรรมชาติของมนุษย์นั้นเมื่อความปรารถนาอย่างหนึ่งได้รับการตอบสนองจนเป็นที่พอใจแล้วก็จะมีความปรารถนาอย่างอื่นเข้ามาแทนที่เป็นเช่นนี้เรื่อยไป และลักษณะเฉพาะของชีวิตมนุษย์ก็คือการทำการกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ได้มาเพื่อสิ่งที่ปรารถนานั้นคือ เมื่อใดมีความปรารถนาเพิ่มขึ้นก็จะมีแรงขับ และการกระทำที่ถูกปลุกเร้าแล้วก็จะเกิดความพึงพอใจขึ้นจากการที่ได้บรรลุวัตถุประสงค์ตามความปรารถนา และสอดคล้องกับ กันตพล บันทัดทอง (2557) ที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ เช่นเดียวกัน

5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

5.3.1 ควรศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ โดยระบุหรือเจาะลึกลงไปในแต่ละประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ผู้สูงอายุนิยม คือ Line และ Facebook เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในการศึกษาต่อไป

5.3.2 ควรศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนของกลุ่มตัวอย่าง ที่ไม่ได้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ว่าเพราะเหตุใด และมีการอบรมให้ความรู้ถึงประโยชน์ที่ได้จากเครือข่ายสังคมออนไลน์

5.3.3 ควรมีการศึกษาถึงความรู้ความเข้าใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ แบบเจาะลึก เพื่อให้ความรู้ และข้อควรระวังสำหรับผู้สูงอายุ ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

บรรณานุกรม

- กัณฑ์พล บรรทัดทอง. (2557). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ขวัญวิทย์ ดาน้อย. (2553). พฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- จันทนา จุฑาธวัช. (2547). แรงจูงใจของเด็กที่มีส่วนร่วมในการสื่อสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จันทร์เพ็ญ เนียมอินทร์. (2539). สุขภาพจิตและการปรับตัวของผู้สูงอายุ. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- เฉลิมพล แจ่มจันทร์. (2555). ข้อพิจารณาโน้ตสนธิใหม่ของ “นิยามผู้สูงอายุ” และ “อายุเกษียณ” ในประเทศไทย. วารสารประชากร, 4(1), 131–150.
- ชัยนาถ นาคบุปผา. (2540). รายงานการวิจัยจิตลักษณะกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2544). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: เทพเนรมิต.
- ณัฐพล บัวอุไร. (2554). เครือข่ายสังคมออนไลน์. แหล่งที่เข้าถึง <http://www.nattapon.com/2011/12/social-network/>. [26 พฤษภาคม 2560].
- ธงชัย สันติวงษ์. (2546). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: ประชุมช่าง.
- ธีรศานต์ สหัสสพาศน์. (2560). ผู้ชายและผู้หญิงมีพฤติกรรมการใช้งาน Social Media และ Mobile ต่างกันอย่างไร. แหล่งที่เข้าถึง <http://www.dnabyspu.com/infographic/dnabyspu-women-men-in-social-media-mobile-infographic>. [1 พฤษภาคม 2560].
- นงลักษณ์ ไหว้พรหม. (2547). การจูงใจ, ความหมายของการจูงใจ, ทฤษฎีการจูงใจ, Motivation, การจูงใจในการทำงาน. แหล่งที่เข้าถึง <http://www.docstoc.com/docs/24540701/>. [11 พฤษภาคม 2560].
- นภัสกร กรวยสวัสดิ. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์. วารสารสารสนเทศศาสตร์, 28(3), 81–88.
- นันทิช ฉลองโกศลศิลป์ และหทัยชนก สุขเจริญ. (2555). พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ. ปริญญานิพนธ์, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- นียลักษณ์ คนใจดี. (2553). การศึกษาความสามารถเขียนประโยคและแรงจูงใจในการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่มีความบกพร่องทางการได้ยินจากการเรียนโดยใช้รูปแบบการเรียนการสอนตรงกับบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน (CAI) และแบบฝึก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นิลาวัณย์ พาณิชย์รุ่งเรือง. (2540). ความน่าเชื่อถือและความพึงพอใจของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำทางโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง (3, 5, 7, 9, 11). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปณิชา นิตพรมงคล. (2554). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. บทความทางวิชาการ. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ปริญญ์ ลักขิตานนท์. (2544). จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ทิพย์พอยท์.
- พวงทอง ไกรพิบูลย์. (2557). ผู้สูงอายุ (Older Person). แหล่งที่เข้าถึง <http://haamor.com/th/ผู้สูงอายุ/>. [3 พฤษภาคม 2560].
- พิสมัย หาญมงคลพิพัฒน์. (2558). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตหลักสูตรเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน. การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ภัทรา เรืองสวัสดิ์. (2553). รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ระวี แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสาลอ. (2560). เครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณี เฟสบุ๊ก (Facebook) กับการพัฒนาผู้เรียน. Princess of Naradhiwas University Journal, 5(4), 195-205.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่น.
- ละออง สุวิทยาภรณ์. (2534). การปฏิบัติกิจกรรมการดูแลตนเองของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วรรณรัตน์ รัตนวราจ. (2558). พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. Journal of Behavioral Science for Development. Vol.7No.1 January 2015.
- วรวุฒิ สุวรรณระดา. (2559). ชาญชรา: ก้าวสู่สังคมสูงวัยด้วยความรู้และปัญญา. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

- วีระศักดิ์ เครือเทพ. (2552). **นวัตกรรมสร้างสรรค์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ศรัณยา หวังเจริญตระกูล. (2553). **พฤติกรรมในการใช้ แรงจูงใจ และการรับรู้ปัญหาจากการใช้ เว็บไซต์เครือข่ายสังคมของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรีธรรม ธนภูมิ. (2535). **การพัฒนาการท่องเที่ยวและบุคลิกภาพ**. กรุงเทพฯ: ชวนพิมพ์.
- ศรีประภา ชัยสินธพ. (2554). **สภาพจิตใจของผู้สูงอายุ**. แหล่งที่เข้าถึง <http://www.health2click.com/articles/42158751.html>. [25 มิถุนายน 2560].
- ศศิพัฒน์ ยอดเพชร. (2544). **สวัสดิการผู้สูงอายุ**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. (2551). **นวัตกรรมโทรคมนาคมและการสื่อสารเปลี่ยนวิถีโลก**. วารสาร กทช, 8, 13-18.
- สถานิติบัญญัติแห่งชาติ. (2560). **พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546**. แหล่งที่เข้าถึง www.dla.go.th/upload/regulation/type1/2554/2/488_1.pdf. [3 พฤษภาคม 2560].
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2547). **การสำรวจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของครัวเรือน ไตรมาส 1**. แหล่งที่เข้าถึง <http://www.popterms.mahidol.ac.th/newsletter/showarticle.php?articleid=15> [3 พฤษภาคม 2560].
- สำนักยุทธศาสตร์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์(องค์การมหาชน). (2560). **รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2560 Thailand Internet User Profile 2017**. กรุงเทพฯ: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- สุพัตรา ธารานุกุล. (2544). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในชีวิตผู้สูงอายุ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุรางค์ โค้วตระกูล. (2544). **จิตวิทยาการศึกษา** (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- แสงเดือน มุสิกธรรมณี. (2545). **ความต้องการด้านกิจกรรมของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ**. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาพัฒนาสังคม, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2539). **การตัดสินใจ**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อารีย์ พันธุ์ณี. (2546). **จิตวิทยาสร้างสรรค์การเรียนการสอน**. กรุงเทพฯ: ไยไหม เอ็ดดูเคท.
- Amichai-Hamburger, Y., & Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality. **Computers in Human Behavior**, 26(6), 1289-1295.

- Duhe, S. C. (2007). **New media and public relations**. Michigan: The University of Michigan.
- Gronroos, C. (1990). Relationship approach to marketing in service contexts: The marketing and organizational behavior interface. **Journal of Business Research**, 20(1), 3-17.
- Hsu, M. H., Ju, T. L., Yen, C. H., & Chang, C. M. (2007). Knowledge sharing behavior in virtual communities: The relationship between trust, self-efficacy, and outcome expectations. **International Journal of Human-Computer Studies**, 65, 153-169.
- Maslow, a. (1970). **Motivation and personality** (2nd ed.). New York: Herper& Row.
- McCombs, M. E., & Becker, L. B. (1979). **Using mass communication theory**. Englewood Cliffs: Printice Hall.
- Powell, D. H. (1983). **Understanding human adjustment: Normal adaptation through the Life cycle**. Boston: Little Brown.
- Ross, C., Orr, E. S. Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G., & Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. **Computers in Human Behavior**, 25(2), 578-586.
- Yamane, Taro. (1967). **Statistics, An Introductory Analysis** (2nd Ed.). New York: Harper and Row.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง

พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์

คำชี้แจง

- 1) แบบสอบถามนี้เป็นเครื่องมือสำหรับการวิจัยประจำปีงบประมาณ 2560 โครงการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชนและท้องถิ่น ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ข้อมูลที่ได้จากท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย และผู้วิจัยจะเก็บรักษาเป็นความลับตามจรรยาบรรณของนักวิจัยอย่างเคร่งครัด
- 2) แบบสอบถามชุดนี้แบ่งเป็น 4 ส่วน คือ
 - ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป
 - ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
 - ส่วนที่ 3 แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
 - ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
- 3) กรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงหรือตามความคิดเห็นที่แท้จริงของท่าน เพื่อความถูกต้องและสมบูรณ์ของงานวิจัย
- 4) การตอบแบบสอบถามนี้จะไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อตัวท่าน ข้อมูลที่ได้จะใช้ประโยชน์เพื่องานวิจัยเท่านั้น

คณะผู้วิจัย

อาจารย์จิตรนันท์ ศรีเจริญ

อาจารย์เจษฎาพร ปาคำวัง

รองศาสตราจารย์ ดร. อีระภัทรา เอกผาชัยสวัสดิ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ ☐ 60-64 ปี ☐ 65-69 ปี ☐ 70-75 ปี ☐ 76 ปี
ขึ้นไป
3. สังกัดชุมชนที่
4. ระดับการศึกษาสูงสุด

☐ ไม่ได้เรียนหนังสือ อ่านและเขียนไม่ได้	☐ อนุปริญญา
☐ ไม่ได้เรียนหนังสือ แต่อ่านออกและเขียนได้	☐ ปริญญาตรี
☐ ประถมศึกษา	☐ สูงกว่าปริญญาตรี
☐ มัธยมศึกษา	
5. สถานภาพ ☐ โสด ☐ สมรส ☐ หย่าร้าง ☐ หม้าย
6. ปัจจุบันท่านพักอาศัยอยู่กับใครบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ อยู่คนเดียว	☐ อยู่กับหลาน
☐ อยู่กับคู่สมรส	☐ อยู่กับญาติ
☐ อยู่กับบุตร	☐ อื่นๆ (ระบุ)
7. อาชีพ

☐ ไม่ได้ทำงาน	☐ ค้าขาย
☐ ข้าราชการบำนาญ	☐ รับจ้าง
☐ เกษตรกรรม	☐ อื่นๆ (ระบุ)
8. แหล่งรายได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ ตนเอง	☐ เงินบำนาญ
☐ ทรัพย์สินเดิม	☐ ญาติ
☐ บุตรหลาน	☐ อื่นๆ (ระบุ)
☐ เบี้ยผู้สูงอายุ	
9. รายได้ส่วนตัวเฉลี่ย (รวมทุกประเภท)

☐ น้อยกว่า 10,000 บาท	☐ 30,001 - 40,000 บาท
☐ 10,001 - 20,000 บาท	☐ มากกว่า 40,000 บาท
☐ 20,001 - 30,000 บาท	
10. ความเพียงพอของรายได้ที่ใช้จ่ายต่อเดือน

☐ เหลือเก็บ	☐ พอใช้	☐ ไม่พอใช้
------------------------------------	--------------------------------	-----------------------------------

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

11. ท่านใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านช่องทางมากที่สุด

☐ คอมพิวเตอร์

☐ แท็บเล็ต

☐ โทรศัพท์มือถือ

12. ยี่ห้อของอุปกรณ์หรือเครื่องมือที่ใช้

☐ ไอโฟน

☐ ซัมซุง

☐ อื่น ๆ (ระบุ)

13. ท่านเคยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทใดบ้าง

☐ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

☐ เว็บบล็อก

☐ เฟซบุ๊ก

☐ ยูทูบ

☐ ไลน์

☐ อื่น ๆ (ระบุ)

☐ อินสตาแกรม

14. เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทใด ที่ท่านใช้มากที่สุด

☐ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

☐ เว็บบล็อก

☐ เฟซบุ๊ก

☐ ยูทูบ

☐ ไลน์

☐ อื่น ๆ (ระบุ)

☐ อินสตาแกรม

15. ท่านใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อวัตถุประสงค์ใดมากที่สุด

☐ เพื่อศึกษาหาความรู้

☐ เพื่อรับและแชร์ข่าวสาร

☐ เพื่อความบันเทิง

☐ เพื่อติดต่อสื่อสารกับคนในครอบครัว

☐ เพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อน

☐ อื่น ๆ (ระบุ)

16. โดยเฉลี่ย ท่านใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์วันละกี่ชั่วโมง

☐ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง

☐ 6 - 9 ชั่วโมง

☐ 1 - 3 ชั่วโมง

☐ 9 - 12 ชั่วโมง

☐ 3 - 6 ชั่วโมง

☐ มากกว่า 12 ชั่วโมง

17. ช่วงเวลาใดที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์บ่อยที่สุด

☐ ตื่นนอน จนถึง 9.00 น.

☐ 13.00 - 16.00 น.

☐ 9.00 - 12.00 น.

☐ 16.00 - 20.00 น.

☐ 12.00 - 13.00 น.

☐ ตั้งแต่ 20.00 น. จนถึงเข้านอน

18. ท่านใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มาเป็นระยะเวลาเท่าใด

☐ น้อยกว่า 6 เดือน

☐ 2 - 3 ปี

☐ 6 เดือน - 1 ปี

☐ มากกว่า 3 ปี

☐ 1 - 2 ปี

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ต้องการติดต่อสื่อสารกับคนรู้จักหรือเพื่อนสนิท					
2. ต้องการติดต่อสื่อสารกับลูกหลาน					
3. ต้องการหาเพื่อนใหม่ หรือเพื่อนเก่าที่ไม่ได้ติดต่อกันมานาน					
4. ต้องการแสดงความคิดเห็นของตนเอง					
5. ต้องการรับและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร					
6. ต้องการเล่นเกมส์เพื่อฝึกสมอง					
7. ต้องการซื้อสินค้าออนไลน์					
8. ต้องการขายสินค้าออนไลน์					
9. ต้องการโพสต์เรื่องราวและรูปของตนเองเก็บไว้					
10. ต้องการสร้างและอยู่ในกลุ่มเครือข่ายที่มีความสนใจแบบเดียวกัน					

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. สนทนาโต้ตอบกับเพื่อนหรือผู้ที่ต้องการจะสื่อสารด้วย					
2. แสดงความคิดเห็นของตนเองในกลุ่มข่าวสารต่างๆ					
3. ความตื่นเต้น ความสนุกสนาน และความเพลิดเพลิน					
4. ความคล่องตัวและความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร					
5. ความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของข้อมูล					
6. การซื้อสินค้าออนไลน์					
7. การขายสินค้าออนไลน์					
8. การได้อยู่ร่วมกลุ่มทางสังคมและสนทนากันในกลุ่มของตน					
9. การได้รับข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ					
10. การนัดแนะสมาชิกในกลุ่มเพื่อทำกิจกรรม					
11. การแชร์รูปภาพกิจกรรมของตนเอง					
12. การแชร์รูปภาพของกิจกรรมในกลุ่ม					

ประวัติคณะผู้วิจัย

1. ชื่อ-นามสกุล นางสาวจิตรนันท์ ศรีเจริญ
Miss Jitranan Sricharoen
2. หมายเลขบัตรประจำตัวประชาชน 3679900094955
3. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์
4. ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์
5. หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้สะดวก
สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ อ.เมือง จ.เพชรบูรณ์ 67000
โทรศัพท์ 056-717122, 081-8347040
E-mail jitranan@gmail.com
6. ประวัติการศึกษา
วท.บ. (สถิติ)
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
พบ.ม. (สถิติประยุกต์-วิทยาการคอมพิวเตอร์)
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
7. สาขาวิชาที่มีความชำนาญพิเศษ
คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ
8. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัย

ประวัติคณะผู้วิจัย

1. ชื่อ-นามสกุล รองศาสตราจารย์ ดร.ธีระภัทรา เอกผาชัยสวัสดิ์
Assoc. Prof. Dr. Teerapatra Ekphachaisawat
2. หมายเลขบัตรประจำตัวประชาชน 3679900094980
3. ตำแหน่งปัจจุบัน รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ
4. ตำแหน่งทางวิชาการ รองศาสตราจารย์
5. หน่วยงานและสถานที่อยู่ติดต่อได้สะดวก
สาขาพัฒนาสังคม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ อ.เมือง จ.เพชรบูรณ์ 67000
โทรศัพท์ 056-717122, 081-5337869
E-mail
6. ประวัติการศึกษา
ศศ.ด. (พัฒนาสังคม)
มหาวิทยาลัยนเรศวร
7. สาขาวิชาที่มีความชำนาญพิเศษ
พัฒนาสังคม
8. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัย

-

ประวัติคณะผู้วิจัย

- ชื่อ-นามสกุล นายเจษฎาพร ปาคำวัง
Mr. Jetsadaporn Pakhamwang
- หมายเลขบัตรประจำตัวประชาชน
- ตำแหน่งปัจจุบัน รองคณบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ
- ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์
- หน่วยงานและสถานที่อยู่ติดต่อได้สะดวก
สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ อ.เมือง จ.เพชรบูรณ์ 67000
โทรศัพท์ 056-717122, 081-8402308
E-mail
- ประวัติการศึกษา
วท.ม. (เทคโนโลยีสารสนเทศ)
มหาวิทยาลัยนเรศวร
- สาขาวิชาที่มีความชำนาญพิเศษ
คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ
- ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัย