

การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของผู้สูงอายุที่พักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

สิทธิชัย คุณเจริญสิน

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต

สาขาวิชาการศึกษาและการพัฒนาสังคม

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

พฤษภาคม 2559

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณา
วิทยานิพนธ์ของ สัทธีชัย คุณเจริญสิน ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาและการพัฒนาสังคม ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

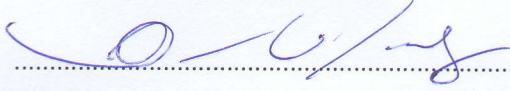
คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์



..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดุสิต ขาวเหลือง)

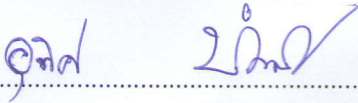

..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(รองศาสตราจารย์ ดร.มานพ แจ่มกระจ่าง)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



..... ประธาน
(รองศาสตราจารย์ลัดดา สุขปรีดี)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดุสิต ขาวเหลือง)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.มานพ แจ่มกระจ่าง)


..... กรรมการ
(ว่าที่เรื่อตรี ดร.อุทิศ บำรุงชีพ)

คณะศึกษาศาสตร์ อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาและการพัฒนาสังคม ของมหาวิทยาลัยบูรพา


..... คณบดีคณะศึกษาศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต สุรัตน์เรืองชัย)

วันที่ ๑๗ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๕๙

การวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา
จากคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
ปีงบประมาณ 2559

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความดูแลช่วยเหลือจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดุสิต ขาวเหลือง อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก รองศาสตราจารย์ ดร.มานพ แจ่มกระจ่าง อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ซึ่งท่านทั้งสองได้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการวิจัย อีกทั้งยังช่วยแก้ไขปัญหาดัง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินการวิจัยอีกด้วย ผู้วิจัยตระหนักถึงความตั้งใจและทุ่มเทของอาจารย์ จึงขอขอบคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้ตรวจสอบ ให้คำแนะนำแก้ไขแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์และมีความน่าเชื่อถือ

ขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ ลัดดา สุขปริดี ประธานสอบปากเปล่าวิทยานิพนธ์ ว่าที่เรือดรี ดร.อุทิศ บำรุงชีพ กรรมการผู้แทนบัณฑิต ที่ให้คำแนะนำปรับปรุงให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณคณาจารย์และเจ้าหน้าที่ ภาควิชาการอาชีวศึกษาและพัฒนาสังคมทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัยให้มีความรู้ ความเข้าใจทั้งวิชาเรียนและวิชาชีวิต ให้มีความเข้าใจอย่างถ่องแท้

ขอขอบคุณกัลยาณมิตรผู้ให้การสนับสนุนแก่ผู้วิจัยในด้านต่าง ๆ ทุกท่าน ซึ่งมีสามารถกล่าวถึงได้ทั้งหมด ณ ที่นี้

ขอขอบคุณตัวเองที่มีกำลังใจ กำลังใจ และกำลังสติปัญญา ฝ่าฟันอุปสรรคและอดทนมาจนวันแห่งความสำเร็จครั้งนี้

ขอขอบคุณบุพการีที่ทำให้ผู้วิจัยมีโอกาสได้รับการศึกษาและคอยเป็นกำลังใจให้การช่วยเหลือสนับสนุนอย่างดีมาโดยตลอด

สิทธิชัย คุเจริญสิน

56910163: สาขาวิชา: การศึกษาและการพัฒนาสังคม; กศ.ม. (การศึกษาและการพัฒนาสังคม)

คำสำคัญ: ผู้สูงอายุ/ สื่อสังคม/ พฤติกรรม

สิทธิชัย คุณเจริญสิน: การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของผู้สูงอายุที่พักอาศัยในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี (THE STUDY OF USING SOCIAL MEDIA BEHAVIOR OF
THE ELDERLY IN MUANG DISTRICT CHONBURI PROVINCE) คณะกรรมการควบคุม
วิทยานิพนธ์: ดุสิต ขาวเหลือง, Ph.D., มานพ แจ่มกระจ่าง, Ph.D. 116 . . . 2559.

1)

ที่พักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 2) เปรียบเทียบพฤติกรรมก

ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ 3) ศึกษาผลกระทบของการใช้สื่อสังคมของผู้สูงอายุที่พักอาศัย

380

(*t-test*)

1. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน

2. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของผู้สูงอายุที่พักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

.05

.05

3. ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคม ด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ ใช้เงินเป็นค่าบริการโทรศัพท์/

ด้านอารมณ์และจิตใจ ได้แก่ คลายความเครียดจากกิจกรรมอื่น และด้านสุขภาพ ได้แก่ ได้ข้อมูลที่

56910163: MAJOR: EDUCATION AND SOCIAL DEVELOPMENT; M.Ed. (EDUCATION AND SOCIAL DEVELOPMENT)

KEYWORD: ELDERLY/ SOCIAL MEDIA/ BEHAVIOR

SITTHICHAJ KHOOCHAROENSIN: THE STUDY OF USING SOCIAL MEDIA BEHAVIOR OF THE ELDERLY IN MUANG DISTRICT CHONBURI PROVINCE.

ADVISORY COMMITTEE: DUSIT KHAWLOUENG, Ph.D., MANOP JAMKRAJANG, Ph.D. 116 P. 2016.

The purposes of this research were; 1) to study the using social media behavior of the elderly in Muang District Chonburi Province 2) to compare the using social media behavior of the elderly in Muang District Chonburi Province classified by personal data: gender, marital status, educational level, income, and occupation 3) to study the impact of using social media to the elderly in Muang District Chonburi Province. The sample consisted of 380 elders in Muang District Chonburi Province. The checklist and rating scale questionnaire was used for data collection. The data were analyzed in terms of percentage, arithmetic mean, standard deviation, *t-test*, one-way analysis of variance, and *LSD*.

The results were as follows:

1. Overall of the using social media behavior of the elderly in Muang District Chonburi Province was rated at moderate level. The advantage aspect was rated at high level, the equipment and objective aspects were rated at moderate level, the program and the trouble aspects were rated at low level respectively.

2. The comparison of using social media behavior of the elderly in Muang District Chonburi Province as classified by gender, educational level, and income were significant differences at the .05 level in overall and all aspects, when classified by marital status, and occupation it was showed no significant difference in overall however there were significant differences at the .05 level in all aspects.

3. The impact of using social media to the elderly in Muang District Chonburi Province in economics aspects was spending much money for mobile phone and internet services, in social aspects was more communication to family members, in mind and emotion aspects was relax from other activities, and in health aspects was getting usefull information for healthcare.

สารบัญ

	
	
	
	
	
1	1
	1
	4
	4
	4
	4
	5
	5
2	วิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
	7
	14
	17
	19
	แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคม.....	20
	33
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	36
3	41
	41
	41
	42
	43

สารบัญ (ต่อ)

	43
	44
4	45
	45
	46
5	78
	78
	84
	94
	96
	101
	102
	106
	114
	116

สารบัญตาราง

1	45
2	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม	48
3	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม	49
4	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมา	50
5	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม	51
6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม	52
7	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม	53
8	55
9	56
10	57
11	57
12	58
13	58
14	59

สารบัญตาราง (ต่อ)

15	59
16	61
17	61
18	62
19	63
20	63
21	64
22	65
23	66
24	66
25	67
26	67
27	68

สารบัญตาราง (ต่อ)

28	69
29	70
30	70
31	71
32	72
33	72
34	74
35	35
36	76
37	
	การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่พักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัด	115

สารบัญภาพ

1



6

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

:

(Information age)

(Information and communication technology)

(, 2550, 183-184)

และพฤติกรรมเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

(, 2553, 130)

(Social media)

เชื่อมต่อไปยังข้อมูลอื่น

(Information pull)

(Information push)

:

(, 2550, 183-184)

เพิ่มสูงขึ้นทุกปี

:

2539, 6-7) 10-15 (

ขนาดใหญ่ ซึ่งนอกจากประเทศไทยแล้ว สถานการณ์ดังกล่าวยังเกิดขึ้นกับหลายประเทศทั่วโลก

(United Nations, 2012)

. . 2001-2010

60

11.50

22.50

9.10

5.40

13.90

จึงเป็นช่วงที่ประเทศไทยกำลังเปลี่ยนผ่านเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging society)

พ.ศ. 2543-2561

พ.ศ. 2552-2561 สัดส่วนประชากรวัยสูงอายุ 60 ปีขึ้นไปมีแนวโน้ม

เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและจะสูงถึงร้อยละ 15.50 . . 2561 (

, 2548) ซึ่งทุกภาคส่วนให้ความสำคัญในการรองรับสังคมผู้สูงอายุ

(

, 2547,

15-21)

เป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งสำหรับผู้สูงอายุในการปรับตัวกับสิ่งต่าง

สื่อสังคมก่อให้เกิดผลกระทบทั้งด้านบวกและด้าน

รวมทั้งเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น

ICT

(ICT, 2550,
1, 12-13) ซึ่งส่งผลให้กลุ่มผู้สูงอายุมีแนวโน้มการใช้สื่อสังคมเพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะในเขต
(2556)

รี ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการค้นหาข้อมูลด้านการดูแลสุขภาพมากที่สุด รองลงมา

จังหวัดชลบุรี เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่พัฒนาอุตสาหกรรมชายฝั่งตะวันออก

สื่อสารผ่านสื่อสังคมเพื่อการประกอบอาชีพ และการดำรงชีวิตประจำวันอย่างแพร่หลาย

ซึ่งเป็นที่ตั้งของนิคมอุตสาหกรรมขนาดใหญ่

40,000 (, 2559)

ICT

!

!

และมีแนวโน้มการใช้สื่อสังคมเพิ่มขึ้นเพื่อสนองตอบต่อ
ที่เกิดขึ้นต่อผู้สูงอายุ จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญ และ

อุปกรณ์ โปรแกรม วัตถุประสงค์ และอุปสรรคที่พบจากการใช้งานสื่อสังคม รวมทั้งศึกษาผลกระทบ
และด้านลบที่เกิดขึ้นจากการใช้สื่อสังคมที่มี

ดำเนินชีวิตประจำวันให้มากที่สุด ซึ่งจะส่งผลต่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของผู้สูงอายุต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของผู้สูงอายุที่พักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัด
- 2.
- 3.

คำถามการวิจัย

1. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของผู้สูงอายุที่พักอาศัยในเขตอำเภอ
- 2.
3. ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมต่อผู้สูงอายุที่พักอาศัยในเขตอำเภอเมือง

สมมติฐานการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางในการให้ความรู้ด้านการใช้งานสื่อสังคมที่สอดคล้องกับ
2. เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับนักพัฒนาโปรแกรมที่ใช้งานบนสื่อสังคมในการออกแบบ

นิยามศัพท์เฉพาะ

หมายถึง การเชื่อมโยงสื่อสารเพื่อการตอบสนองความต้องการทางสังคมหรือ
Facebook,
Twitter, Instagram, LINE, Skype WhatsApp
ยหรือหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 60
และเป็นผู้ที่มีการใช้งานสื่อสังคม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดในการวิจัยนี้ประกอบด้วยแนวคิดที่สำคัญดังนี้

1. Master and John (n.d. , 2534) (Body change) (Social change) (Psychological change) (Economic change)
 2. (Kagan & Segal, 1992 , 2526)
 3. (Media exposure) Klapper (1960, pp. 19-25)
 4. ประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 (Selective attention) (Selective exposure) (Selective perception and interpretation) (Selective retention) (Pallis, Zeinalipour-Yazti, & Dikaiakos, 2011)
- ลักษณะสื่อสังคมว่าเป็นศูนย์กลางในการให้บุคคลที่จะสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น
ต่อกับรายชื่อของผู้อื่นโดยการแชร์ต่อๆ กันไป และเป็นทีรวมของ

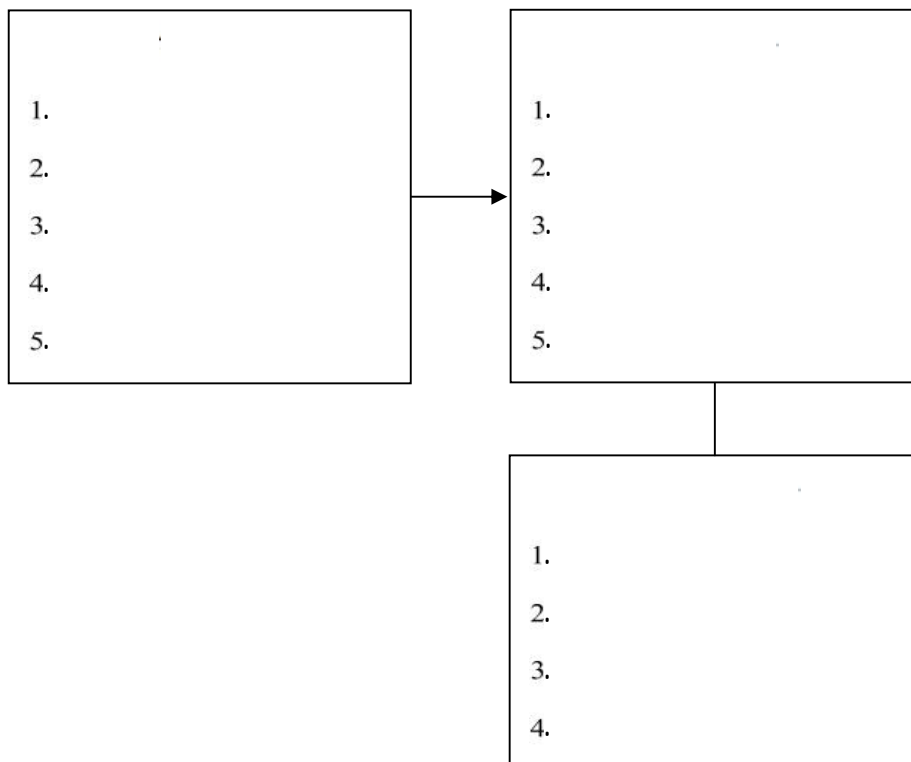
Facebook, Twitter, Instagram, LINE, Skype WhatsApp

5.

(Quibria, Shamsun, & Reyes-Macasaquite, 2004)

ตัวแปรต้น (Independent variables)

ตัวแปรตาม (Dependent variables)



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาและเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของผู้สูงอายุที่พักอาศัยในเขต

ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
5. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคม
- 6.
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

ความหมายของผู้สูงอายุ
(Elderly)

พ.ศ. 2505 จนเป็นที่เข้าใจยอมรับและแพร่หลายมาจนกระทั่งปัจจุบันนี้ (, 2541, 5)

(2526, 25)

60 ปีขึ้นไป โดยนับอายุตามอายุในปฏิทิน ซึ่งเน้นเกณฑ์ที่องค์การระหว่างประเทศได้ประชุมตกลง

(, 2533, 47)
60

, 2545, 70)

: 60 :

(

, 2552, 8)

: 60 :

4 (Hall, 1976, pp. 3-4)

1. (Chronological aging)

2. (Biological aging)

สรีระของบุคคลที่เปลี่ยนไปเมื่อมีอายุเพิ่มขึ้น

3. (Psychological aging)

แต่ละคนที่มีอายุเพิ่มเติม

4. (Sociological aging)

: :
: 60 :

. . 2546, 2546)

องค์การอนามัยโลกแบ่งเกณฑ์อายุตามสภาพของการมีอายุเพิ่มขึ้นดังนี้

1. (Elderly) 60-74

2. (Old) 75 :

3. (Very old) 90 :

3

1.

2.

3. กลุ่มที่ช่วยเหลือตนเองไม่ได้เนื่องจากปัญหาสุขภาพมีความพิการ

(1,

, 2550, 17)

3

1. 60-69
2. 70-79
3. 80

การเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ของผู้สูงอายุ

วัยสูงอายุเป็นพัฒนาการขั้นหนึ่งของชีวิตมนุษย์ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอย่างค่อยเป็นค่อยไป

(Psychological change) (Body change)
 (Economic change) (Social change)
 , 2534, 2-20)

1. (Body change)
 สูงอายุเริ่มต้นจากกล้ามเนื้อลดถอยลง

การมองเห็นจะมีประสิทธิภาพเสื่อมร้อยละ 4 ในคนเริ่มเข้าวัย 60 15
 80 ปี ทางด้านการได้ยิน พบว่าเสื่อมไปร้อยละ 5 เมื่อเข้าวัย 60 ปี และเสื่อมถึงร้อยละ 25 เมื่อเข้าวัย
 80 ปี ส่วนระบบกล้ามเนื้อ พบว่าทำงานได้ช้าลงถึงร้อยละในวัย 60 3
 80 ปี การเปลี่ยนแปลงด้านร่างกายก่อให้เกิดปัญหาทางสุขภาพแก่ผู้สูงอายุจนอาจเป็นอุปสรรคใน

2. (Psychological change)

2.1 การสูญเสียบุคคลอันเป็นที่รัก เนื่องจากเพื่อนบุคคลซึ่งที่เป็นญาติ

2.2

ชีวิต นอกจากนั้นยังมีผลให้ผู้สูงอายุขาดเพื่อน

ง สิ่งที่เกิดขึ้นนี้จึงทำให้ผู้สูงอายุต้องพยายามปรับตัวต่อการ

เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

2.3 การสูญเสียสัมพันธ์ภาพในครอบครัว

2.4

(Master & John, n.d.

(Brown)

, 2534)

90

3.

(Social and culture change)

3.1

3.2

ทำให้การดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลง ผู้สูงอายุที่เป็

3.3

เปลี่ยนไปตามอย่างสังคมตะวันตกที่ยึดถืออิสระส่วนบุคคลและคิดว่าผู้สูงอายุเป็นคนที่ไม่ทันต่อ

ความต้องการของผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุต้องการปัจจัยจำเป็นพื้นฐานเพื่อ

(,2544, 24-26)

ๆ ไว้ 3 ประเภท ดังนี้

1.

4

2.

3.

3

ยามะรัต (2527, 20)

3

1.

(Social participation)

2.

(Hobby)

3.

(Work)

ยามะรัต (2527, หน้า 119)

ชูโต (2525, 3-13)

1.

รวมทั้งการสมัครเลือกตั้งในแต่ละระดับท้องถิ่นไปจนระดับชาติ

2.

3.

4.

5.

6.

7.

ศิริพานิช (2533, 39-46) กล่าว

3

1.

2.

3.

การทำเต็มเวลาเสียแล้ว แต่อาจมีการขาดหายไปในเรื่องเนื้อหาของชีวิตอยู่อันหนึ่ง

4.

บางเรื่องอาจตั้งบริษัทของผู้สูงอายุเอง

เปิดการสอน ยกตัวอย่าง เช่น ช่างเครื่องยนต์ที่เกษียณอายุอาจเสนอแก่เครื่องยนต์ให้แก่บุคคลที่

ปัญหาของผู้สูงอายุ

5 (, 2544, 12)

1. บุคคลเข้าสู่วัยสูงอายุสภาพร่างกายสรีระเปลี่ยนแปลงในทางที่

โรคที่พบในผู้สูงอายุนั้นเกี่ยวข้องกับทุกระบบของร่างกาย

2.

ครอบครัวอย่างเต็มทีเมื่อก้าวเข้าสู่วัยสูงอายุทำให้รายได้เปลี่ยนแปลงสภาพร่างกายที่ทรุดโทรม

ส่วนผู้สูงอายุที่ไม่มีที่พึ่งพาต้องดิ้นรนหาเลี้ยงตนเอง

3.

ต้องพึ่งพาผู้อื่น

การงานยังคงมีบทบาทเสมือนที่พึ่งที่ปรึกษา

สังคมเปลี่ยนแปลงไปบทบาทนี้ในส่วนของผู้สูงอายุเสมือนถูกลดบทบาทลง

4.

5.

การที่ผู้สูงอายุมีพื้นฐานการศึกษาต่ำ

จบการศึกษาเพียงชั้นประถมศึกษาปีที่ 4

70

1)
4)

2)

3)

4

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

ความหมายของพฤติกรรม

Kagan and Segal (1992, p. 106)

สุวรรณแสง (2532, 56)

ทางใดทางหนึ่งของประสาทสัมผัสทั้ง 5

(2526, หน้า 15) กล่าวว่า

ไม่ว่าสิ่งนั้นจะกำหนดได้หรือไม่ได้

คุ่มพูล (2547, หน้า 10-15)

ทุกชนิดต้องมีสาเหตุ พฤติกรรมที่เหมือนกันอาจจะมาจากสาเหตุที่ต่างกัน และพฤติกรรม

ทั้งที่กำหนดได้หรือไม่ได้ :

องค์ประกอบของพฤติกรรม

(Organism)

(Environment)

1. 3 (Perception) (Sensation) , 2537, 8-9
2. (Cognition) กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางจิตที่รวม

3. (Spatial behavior)

1. 7
- 2.
- 3.
4. เป็นการพิจารณาสถานการณ์เพื่อเลือกสรรวิธีการที่คิดว่าจะ

- 5.
- 6.
- 7.

สาเหตุที่ทำให้เกิดพฤติกรรม

, 2535; , 2544; (, 2546) , 2536;

1.

2.

ถ้าต้องการสอบให้ได้คะแนนสูงก็จะยอมอดนอนเพื่อดูหนังสือ หรือบางคนก็เกรงว่า

3.

และมีแนวโน้มที่บุคคลนั้นจะแสดงพฤติกรรมตามความคิด

3.1

3.2

อย่างยิ่ง เนื่องจากเด็กจะมีความคิดและความเชื่อคล้อยตามคำอบรมสั่งสอนของพ่อแม่ ทำให้ทัศนคติ

3.3

3.4

3.5

มีบทบาทสำคัญต่อการชักจูงให้บุคคลเกิดทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งไปในทิศทางใด

4.

ความรู้สึกที่เกิดจากร่างกายถูกสิ่งอื่นมาเร้า

และเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอไม่คงที่

4.1 เป็นอารมณ์ที่มีในทุกเพศทุกวัย เกิดขึ้นเมื่อสิ่งเร้าอย่างใด

4.2

ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ส่วนมากจะเป็นไปในทางไม่ดี โดยสิ

4.3

ให้เห็นทั้งทางตรงและทางอ้อม ความโกรธส่วนใหญ่เกิดจากถูกขัดขวางมิให้ทำในสิ่งที่ตนปรารถนา โดยมีสิ่งใดหรือบุคคลหนึ่งบุคคลใดมาขัดขวาง ทำให้ไม่ได้ ความรุนแรงของความโกรธขึ้นอยู่กับความคับข้องใจที่เกิดขึ้น

4.4

และกล่าวขวัญในทางที่ดีของเพื่อนเพศตรงข้าม

4.5

วมกัน เกิดขึ้นเมื่อตนไม่สามารถเอาชนะคู่ต่อสู้ด้วยวิธีอื่น หรือถูกแย่งชิงความรักไป หรือ

4.6

4.7

ที่ถูกกระทำทั้งทางร่างกายและจิตใจ

ซึ่งมีทั้งด้านบวกและล

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม

พฤติกรรมแสวงหาสารสนเทศ

(Information seeking behavior)

(information need)

จะเกิดขึ้นเมื่อผู้ใช้มีความต้องการแล

โดยเริ่มจากแหล่งที่จะสืบค้น

นันทพิชัย (2548, 2)

1.

2.

3.

สารสนเทศที่ได้รับมานั้นเป็นประโยชน์หรือไม่อย่างไร

1.

2.

3.

พฤติกรรมการใช้จึงแตกต่างจากสื่อประเภทอื่น

ค่านิยมดิจิทัล

“

”

Tapscott (2008) พบค่านิยมสำคัญ

(Tapscott, 2008)

1.

2.

(Customization)

ข้อมูลที่เป็นที่ต้องการของตนเองได้ใด

2. (Selective attention)

ของตนเอง เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่
ความเข้าใจหรือทัศนคติ ที่มีอยู่เดิมแล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือความไม่สบายใจ
(Cognitive dissonance)

3. (Selective perception and interpretation)

4. (Selective retention)

ยากขึ้น และเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้ง
นึ่งสิ่งใดที่ก่อให้เกิดความไม่สบายใจขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคม

“ ”

สื่อสารระหว่างเพื่อนหรือคนรู้จัก หรือแม้แต่ใช้เป็นพื้นที่สาธารณะในการแบ่งปันข้อมูลและสามารถ

ความหมายของสื่อสังคม

Social media

(2556) บัญญัติศัพท์ว่า สื่อสังคม หรือที่คนทั่วไปเรียกว่า สื่อออนไลน์

พื้นฐานและเทคโนโลยีของเว็บตั้งแต่รุ่น 2.0

และบล็อกต่าง ๆ ในทางธุรกิจเรียกสื่อสังคมว่า สื่อที่ผู้บริโภคสร้างขึ้น (Consumer-generated media CGM) สำหรับกลุ่มบุคคลผู้ติดต่อสื่อสารกันโดยผ่านสื่อสังคม ซึ่งนอกจากจะส่งข่าวสารข้อมูล

Social network

Social network

การพัฒนาเทคโนโลยีเว็บในระยะที่ 2 (WEB 2.0)

(Network theory)

Relationship) ทั้งนี้ (Node)

(Node)

ๆ หนึ่งในระบบเครือข่ายที่อาจจะมีลักษณะ

(Ties

Social contacts (สองเมือง, 2554) ซึ่งอธิบายลักษณะเครือข่ายสังคมออนไลน์ ดังกล่าว
Pallis et al. (2011)

เพื่อนร่วมงาน ผู้ใช้แต่ละคนเชื่อมต่อ

กับรายชื่อของผู้อื่น โดยการแชร์ต่อ

(2552)

ที่คนสามารถทำความรู้จักและเชื่อมโยงต่อกันในทิศทางใด ทิศทางหนึ่ง

(2553)

และทางอ้อมของบุคคลที่มีต่อบุคคลอื่นในสังคมในรูปแบบของการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต

บุตรราช (2553) กล่าวว่า สื่อสังคมคือกลุ่มคนที่รวมตัวกันเป็นสังคม และทำ

ที่ปรากฏเกิดขึ้นบนอินเทอร์เน็ตที่เรียกว่าชุมชนออนไลน์

Facebook, YouTube, Twitter, LINE

ความเป็นมาของสื่อสังคม

“Sixdegrees.com” เปิดตัวในปี ค.ศ. 1997

“Sixdegrees of separation concept”

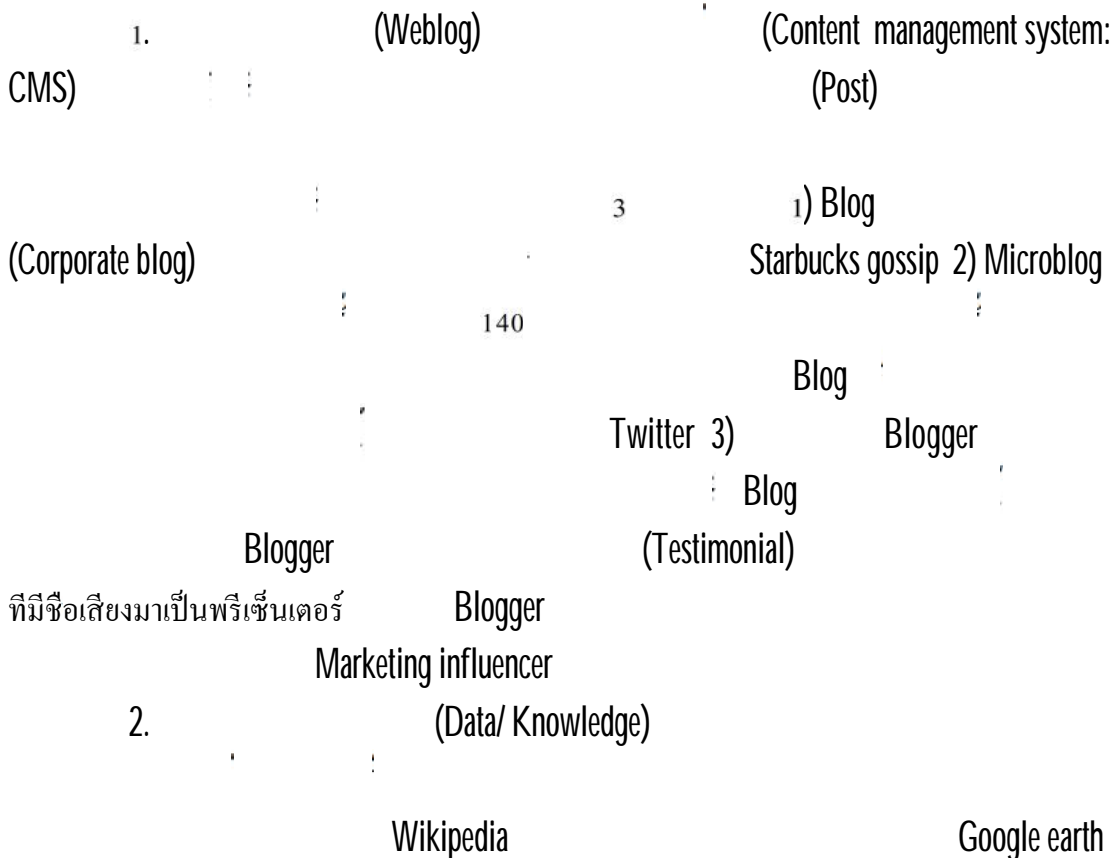
ๆ ผ่านเครือข่ายหรือถูกค้นด้วยบุคคลอื่นไม่เกิน 5 คนเท่านั้น การสื่อสารผ่าน Sixdegrees.com สามารถสร้างโปรไฟล์ มีรายชื่อของเพื่อน

1
 . . 2000 แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ก่อตั้ง Sixdegrees.com ค.ศ. 2003
 เป็นต้นไป เป็นช่วงของการเปลี่ยนแปลงหรือการปฏิวัติสื่อสังคม ซึ่งสื่อสังคมที่จัดตั้งขึ้นได้

www world wide web (Pallis et al., 2011) ทั้งนี้ ประเภทและระยะเวลาที่แสดงให้เห็นถึงวิวัฒนาการของเว็บไซต์

ประเภทของสื่อสังคม

ประเภทของสื่อสังคม มีผู้เชี่ยวชาญได้จัดแบ่งไว้แตกต่างกัน งานวิจัยนี้สรุปไว้ 7 ประเภท (มะลิสสุวรรณ, 2554)



diggZy Favorites Online URL ของเว็บไซต์ที่ชื่นชอบไว้ดูภายหลัง เป็นต้น
3. (Online games)

ซึ่งเกมออนไลน์นี้ ผู้เล่นสามารถที่จะสนทนา เล่นแลกเปลี่ยน Item

และสาเหตุที่มีผู้นิยมมากเนื่องจากผู้เล่นได้เข้าถึงคม จึงรู้สึกสนุกที่จะมีเพื่อนเล่นเกมไปมากกว่า
ๆ เพิ่ม เช่น อวรุท เครื่องแต่งตัว
Second Life, Audition,

Ragnarok, Pangya

4. (Community)
Profile

(Identity)

Hi5, Facebook, MySpace

Myfriend

5. (Pho management)
Upload

(Photo)

Flickr Photoshop Express

Photobucke

6. (Media)

(Sharing)

Multimedia

Multimedia

YouTube, imeem Bebo, Yahoo, Video

Ustream.tv

7. (Business/ commerce) เป็นเว็บที่ทำธุรกิจออนไลน์ที่เน้นการ
(E-commerce)

ที่พ็อทอาศัย ซึ่งเป็นเว็บที่ได้รับความนิยมมาก เช่น Amazon, eBay, Tarad Pramool

Social network ที่แท้จริง เนื่องจากมิได้เปิดโอกาสให้ผู้ให้บริการ

แชร์ข้อมูลกันได้หลากหลาย นอกจากเน้นการสั่งซื้อและแนะนำสินค้าเป็น

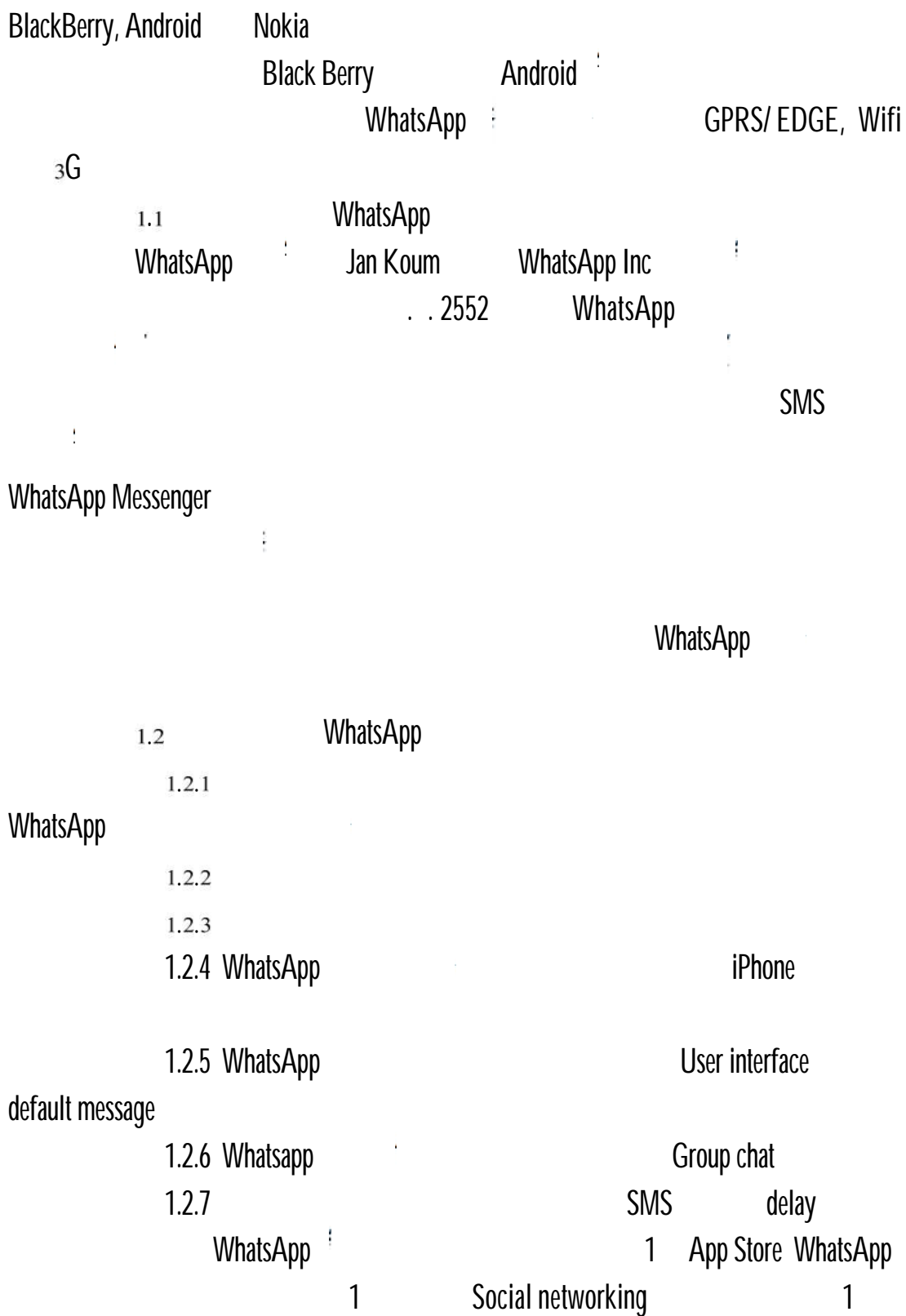
สื่อสังคมบนอินเทอร์เน็ต

1. (WhatsApp)

(WhatsApp)

(Platform)

iPhone,



2. (facebook)

2.1

(facebook)

" "

ซึ่งมีภาพและชื่อของเพื่อนที่เรียนด้วยกันเพื่อไว้สำหรับจดจำชื่อคนอื่น (facebook)

ซึ่งจะเก็บรายชื่อนักศึกษาพร้อมรูปและข้อมูลพื้นฐาน facebook

ทางสังคมที่ทำให้คนสามารถแบ่งปันข้อมูลกับคนที่อยู่ในสังคมเดียวกันได้อย่างรวดเร็วและมี

2.2

Mark Zuckerberg 3

Harvard

University

Bill Gate

Microsoft

CEO

ชุมชนออนไลน์ที่เขาก่อตั้งขึ้นด้วยวัยเพียง 22 ปี ภายในระยะเวลาเพียง 3 ปี เว็บที่เริ่มต้นจากการเป็น

กลายเป็นเว็บที่มีผู้ใช้ที่ลงทะเบียน 19

ซึ่งรวมถึงข้าราชการในหน่วยงานรัฐบาล และพนักงานบริษัทที่ติดอันดับ Fortune 500

6

1

Internet

facebook

Upload

Upload ขึ้นไปบนเว็บ 6 ล้านรูปต่อวัน

Google

facebook เปิดใช้งานเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547

วันที่ 11 กันยายน พ.ศ. 2549

สำนักงานใหญ่อยู่ที่แพโลแอลโท รัฐแคลิฟอร์เนีย มีผู้ลงทะเบียนกว่า 350 ล้านชื่อ และเป็นเว็บไซต์

2

เริ่มแรกในการตั้งชื่อ facebook

The exeter face book

facebook

ๆ แล้วก็ป็นหนังสือเล่มหนึ่งเท่านั้น จนเมื่อวันหนึ่งมาร์ค

ของโลก และรั้งตำแหน่งเว็บไซต์อันดับ 5 ที่คนทั่วโลกเข้าใช้มากที่สุด นอกจากเอกลักษณ์ที่โดดเด่น

3 ๑ หนึ่งซึ่งอยู่ในลักษณะของสังคมออนไลน์ หรือ
 “Social network” ซึ่งสังคมออนไลน์นี้เป็นสังคมที่รวมกลุ่มคนที่มีความชอบ

จากจุดเริ่มต้นที่คนหนึ่งคน

และเฟซบุ๊กก็เป็นสังคมออนไลน์แห่งหนึ่งที่มีคนใช้งานมาก

จะเป็นแหล่งรวมกลุ่มเพื่อนและเพื่อนของเพื่อน นั้นจะทำให้ได้รู้จักกับเพื่อนใหม่

สมัยเรียน เพื่อนที่ทำงาน เพื่อนมหาวิทยาลัย ใช้เฟซบุ๊กในการติดตามอ่านข่าวสาร
 ของบุคคลที่เราสนใจหรือคารา นักร้อง คนดังที่เราชื่นชอบ ซึ่งนิยมอัปเดตความเป็นไปผ่านทาง

eBay Auction ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันหนึ่งที่ใช้บริการบนเฟซบุ๊กหรือจะใช้

. . 2009

2.3 facebook

2.3.1 300

2.3.2 120

2.3.3 130 คน

2.3.4 40

2.3.5 มากกว่า 70 ภาษาที่ถูกแปลในเว็บไซต์เพื่ออ่านและมากกว่า 40 ภาษาที่มีไว้

2.3.6 มีมากกว่า 60 ล้านคนที่เข้าถึงเฟซบุ๊กผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่

2.3.7 ประกอบด้วยชุมชนมหาวิทยาลัย โรงเรียนมัธยม บริษัท และท้องถิ่น 47,000

2.3.8 หาข้อมูล 600 ล้านครั้ง และการเข้าชมเว็บมากกว่า 30,000

2.3.9 เป็นเว็บที่มีผู้เข้าชมมากที่สุดเป็นอันดับ 6 ของสหรัฐฯ

2.3.10 เป็นเว็บที่ผู้ใช้ส่งรูปขึ้นไปเก็บไว้มากที่สุด มีรูปภาพที่เก็บในเว็บนี้มากกว่า Upload ไปไว้ที่เว็บนี้ 6 ล้านรูปต่อวัน

2.3.11 3

2.3.12 facebook มากกว่า 64 ปี 100,000 ราย 45-63 ปี 310,000 ราย

35-44 ปี 380,000 ราย และ 25-34 ปี 3

3. (Twitter)

Microblog

www.twitter.com

140

Twitter

Twitter

Obvious Corp, San Francisco, US เมื่อเดือนมีนาคม ค.ศ. 2006

twitter

140

twitter

blogger ที่ใช้ติดต่อระหว่างกลุ่มเพื่อนสนิท

Tweet

Tweet

twitter

SMS

Broadcasting

twitter

"

"

เมื่อลงทะเบียนแล้วจะได้ชื่อสมาชิกเป็น @

@scb_thailand

Tweets

Follow

Follower

Twitter

(Hashtag)

4. (Instagram)

IG

(Filters)

Flickr Four Square

Facebook, Twitter,

(Hashtag)

เชื่อมโยงข้อความที่ติดแท็กนั้นไปยังหมวดหมู่ที่เกี่ยวข้อง ทำให้ค้นหาและติดตามได้ง่าย ซึ่งอนุญาต

30 /

(Like)

(Comment)

(Follow)

Facebook

Instagram ไปแล้วเมื่อเดือนเมษายน ค.ศ. 2012

Instagram

[http:// instagram.com](http://instagram.com)

5. (Line)

5.1

NHK Japan เปิดให้บริการครั้งแรกเมื่อวันที่ 23

มิถุนายน พ.ศ. 2554 หลังจากเหตุการณ์แผ่นดินไหว และตามมาด้วยสึนามิถล่มเมืองเซ็นได ประเทศ

NHK Japan ตระหนักถึงความยุ่งยากที่เกิดขึ้นจากที่ระบบสื่อสารดั้งเดิมเกิดความ

เป็นแอปพลิเคชันสนทนาขอดฮิตที่มีผู้ใช้งานเพิ่มขึ้นเรื่อย

(Line official)

โดยดาวน์โหลดแอปพลิเคชันหรือโปรแกรมมาติดตั้งบนเครื่อง แล้วลงทะเบียน
ใช้งานจากนั้นจะได้บัญชีผู้ใช้ที่เรียกว่า LINE ID

LINE

Add

(Sticons)

LINE

การแชร์สถานที่ซึ่งจะบอกตำแหน่งที่เราอยู่

5.2

5.3

5.4

PDF

5.5

Excel, Word, PDF

5.6

6. (Skype)

เป็นโปรแกรมที่นิยมใช้กันมานานจนพัฒนาเป็นแอปพลิเคชันใช้บน

(Instant messaging)

VoIP (Voice over IP)

(Video call)

SMS

www.skype.com

Skype

6. (You Tube)

Video sharing

(Upload)

ๆ เมื่อคลิปวิดีโอที่เราเผยแพร่ไปนั้นมีคนเปิดมาดูก็จะนับจำนวนผู้เข้าชมไว้ให้ด้วย หากเป็นที่ชื่นชอบผู้เข้าชมก็อาจเลือก (Like)

ๆ ผู้ใช้ทั่วไปสามารถเข้าชมเนื้อหาแต่ไม่สามารถ Like ได้ โดยเนื้อหาที่เผยแพร่บนยูทูปนั้นมีมากมายทั้งวิดีโอ

/

เมื่อเปิดคลิปที่ต้องการชมก็จะมีคลิปวิดีโออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องหรือคล้ายกันไว้ให้เลือกด้วย

Google

Youtube

.. 2006

Google

Youtube

www.youtube.com

Youtube

(HD)

ผลกระทบของสื่อสังคม

ด้วยจุดเด่นของสื่อสังคมที่ให้ความสะดวกและรวดเร็วในการเผยแพร่และการรับข้อมูล

19)

เมืองยม (2574,

(2545, หน้า 27) กล่าวว่า

เป็นพฤติกรรมที่ไม่สามารถควบคุมได้แม้ไม่เกี่ยวข้องกับการใช้สาร

Rauterberg (1996)

เลื่อนเวลาพักผ่อนออกไปหรือเปลี่ยนแปลงเวลานอน

Young (1996)

3

1

หลีกเลี่ยงปัญหาหรือผ่อนคลายอารมณ์หรือคิดว่าการใช้อินเทอร์เน็ตทำให้รู้สึกดีขึ้น มีการโกหกหรือ

(, 2550, 14-18)

1. (Cybersexual addiction)

การดาวน์โหลด และการแลกเปลี่ยนภาพลามกอนาจาร ผู้ที่แสดงบทบาทสมมุติตามจินตนาการทางเพศในห้องสนทนา ตลอดจนช่วยตัวเองโดยใช้สื่อสังคมเป็นสื่อ

2. (Cyber-relational addiction)

ความกังวลมากในการเข้าใช้สื่อสังคมเพื่อพบเพื่อนหรือคู่รัก

1.

2.

3. (Net gaming)

4.

5.

4. (Information overload)

เว็บไซต์ ค้นหาข้อมูลข่าวสารมากเกินไป และมีความต้องการที่จะสะสมหรือค้นหาข้อมูลที่

5. (Computer addiction)

นเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยไม่สนใจทำอย่างอื่น มีใจจดจ่ออยู่กับการเล่นและกระหายที่จะเล่น

1.

การใช้เวลาในการทำงานสื่อสังคมในทำใดทำหนึ่งเป็นเวลานาน จึงส่งผล

2

1.1

1.2

2.

3.

(, 2536, หน้า 97)

3.

4.

สูงขึ้น ในทางกลับกันถ้าผู้ใช้สื่อสังคมใช้ในการขายสินค้าหรือบริการก็จะทำให้รายรับเพิ่มขึ้นจาก

กล่าวโดยสรุปการใช้สื่อสังคมมีผลกระทบทั้งด้านบวกและลบดังนี้

1.

การแบ่งปันข้อมูล รูปภาพ ความรู้ให้กับผู้อื่น เป็นเวทีแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องต่าง

2.

แนวคิดช่องว่างทางดิจิทัล

(Digital divide)

(Quibria, Shamsun, & Reyes-Macasaquite, 2004, p. 811)

(, 2550, 57-68)

ช่องว่างทางดิจิทัล เป็นเรื่องซับซ้อน เนื่องจากเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงไม่หยุดนิ่ง แต่เดิมช่องว่างทางดิจิทัล หมายถึง การเข้าถึงคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง เช่น เนื่องจากมีราคาสูง ปัจจุบันเครื่องคอมพิวเตอร์

(, 2552)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อช่องว่างทางดิจิทัล

ปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดช่องว่างทางดิจิทัลในสังคมมีดังนี้ (กษิติธร , 2544, 1; , 2550, 57-61)

1. ปัจจัยเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศ (Information infrastructure)

ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ก่อให้เกิดโอกาสในการเข้าถึงสารสนเทศและความรู้ที่ต่างกัน ตัวชี้วัด (Indicators)

1.1

1.2 การใช้โทรศัพท์ เนื่องจากโทรศัพท์มือถือหรือโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นอุปกรณ์

1.3

นประชากรทั่วโลกมีความเหลื่อมล้ำในการ

58.50

0.90

2.90

1.4

2. ปัจจัยเกี่ยวกับความแตกต่างของลักษณะประชากร เป็นสาเหตุหนี

2.1 (Income)

2.2 (Education)

2.3 (Racial and culture)

2.4 (Gender)

2.5 (Age)

2.6 (Location)

โดยพบว่าประชากรในเขตเมืองหรือพื้นที่ที่มีความเจริญทางกายภาพและเศรษฐกิจ

2.7 (Family structure)

3. (Linguistic background)

80

4.

ระดับความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสารสนเทศและความรู้ ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ

5.

ขนาด ประเภท ที่ตั้งขององค์กร ที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในกรณี

ความไม่เท่าเทียมหรือความเหลื่อมล้ำใน

สรุปแนวคิดทฤษฎีที่ประยุกต์ใช้ในงานวิจัย

แนวคิด/ ทฤษฎี

สาระสำคัญ

การประยุกต์ในงานวิจัย

/

แนวคิด/ ทฤษฎี

สาระสำคัญ

การประยุกต์ในงานวิจัย

4

แนวคิด/ ทฤษฎี

สาระสำคัญ

การประยุกต์ในงานวิจัย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยในประเทศ

(2547)

1)

()

()

()

()

() 2)

()

()

อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งส่วนใหญ่มีเนื้อหาเพื่อตอบสนองความต้องการของคนในสังคมเมื่อ

ชนบทที่มีระดับการศึกษาและรายได้ต่ำกว่า

3)

รวมทั้งปัญหาเรื้อรังหรือช่องว่างทางสังคมของประเทศ

การดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเพื่อนำมาสู่แนวทางการแก้ปัญหาที่ยั่งยืน

มงคลชาติ (2550) ศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เกิดผลกระทบของผู้ใช้

300

(2550)

1.1

0.60

ซึ่งน้อยกว่าประชากรกลุ่มอื่น

2

47.00

57.60

ระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป

33.80

89.00

87.90

	25.60		
ที่บ้านเป็นสัดส่วนสูงที่สุด	73.30	2	
53.20			
			(2552)

(2553)

วน 400 คน แบ่งเป็น ผู้ใช้บริการไฮไฟว์ จำนวน 200 คน และผู้ให้บริการเฟซบุ๊กจำนวน 200 คน
25-30 ปี
/ 10,001-30,000

Application

หัวข้อที่ต้องการได้ และปัจจัยด้านสังคมเพื่อนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์มากที่สุด
นิติพรมงคล (2554) ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคน

จันทร์ (2556) ศึกษาการ

60-69

5,000

ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ช่วยเพิ่มช่องทางในการสื่อสารกับผู้สูงวัย และ

(2558) (SNS)
(Gen Y)

.01

2. งานวิจัยต่างประเทศ

Klobas and Clyde (2000) ศึกษาทัศนคติและปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องกับการใช้อินเทอร์เน็ต

มีการเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายกว่าสื่ออื่น

Morris and Venkatesh (2000)

118

5

Wright and Hinson (2009)

จำนวน 574 คน จากผู้ปฏิบัติงานทั่วโลก ที่เป็นสมาชิกในเพจของ Arther W. International
Public Relations Association (IPRA) ด้วยการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากสื่อสังคมออนไลน์ที่

Curtis et al. (2010)

409

ส่วนเพศชายแสดงความมั่นใจในการใช้งานสื่อสังคม
เพื่อการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น

บทที่ 3
วิธีการดำเนินการวิจัย

(Quantitative research)

- 1.
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.
... 2559 41,530 (, 2559)
- 2.

Krejcie and Morgan (1970, pp. 608- 609)

41,530 380

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล (Questionnaire)
(Close-ended questionnaires) 4

1
(Checklist)

2
(Checklist)

3

(Rating scale questionnaires)

4

(Checklist)

(Rating scale questionnaires)

5

4

3

2

1

(Best, 1986, pp. 181-183)

4.51 - 5.00

3.51 - 4.50

2.51 - 3.50

1.51 - 2.50

1.00 - 1.50

การสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษา เอกสาร ตำรา ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อสังคมและพฤติกรรมผู้สูงอายุ

2.

3.

3

(Index of item-objective congruence

IOC) (

, 2553, 330-331)

.50

3.1 รองศาสตราจารย์ ดร.ฉลอง ทับศรี อาจารย์ประจำภาควิชาบัณฑิตศึกษา

3.2 ดร.อุดม รัตนอัมพรโสภณ " "

3.3 . :

4. (Try out)

30 .20 - .80 และความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .89
(Cronbach, 1990, p. 204)

5.

การเก็บรวบรวมข้อมูล

รวบรวมข้อมูลด้วยตนเองระหว่างเดือนมีนาคม พ.ศ. 2559 ถึง
พ.ศ. 2559 ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ครบ 380 100

การจัดกระทำข้อมูล

1.

2.

3.

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. (Descriptive statistics)
(Frequency) (Percentage) (Arithmetic mean)
(Standard deviation)
2. (Inferential statistics)
(One-way ANOVA) (*t-test*)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- 1.
- 2.
3. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของผู้สูงอายุที่พักอาศัยในเขต
- 4.

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

\bar{X}

SD

n

F

SS

MS

df

p

*

F

⋮

.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1

ข้อมูลส่วนบุคคล	(n = 380) จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
	180	47.40
	200	52.60
สถานภาพสมรส		
	61	16.10
	283	74.50
/ /	36	9.50
การศึกษา		
	32	8.40
	58	15.30
	60	15.80
	159	41.80
	71	18.70
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	37	9.70
50,000 - 10,000 บาท	54	14.20
10,001 - 20,000	205	53.90
มากกว่า 20,000 บาท	84	22.10

1 ()

ข้อมูลส่วนบุคคล	(n = 380) จำนวน	ร้อยละ
อาชีพปัจจุบัน		
	77	20.30
	181	47.60
/	11	2.90
	2	0.50
	7	1.80
/	83	21.80
	19	5.00
ช่วงเวลาในการใช้		
เวลาเช้า (05.01-09.00 น.)	183	48.20
(09.01-12.00 .)	60	15.80
เวลาหลังเที่ยงวัน (12.01-14.00 น.)	25	6.60
เวลาบ่าย (14.01-17.00 น.)	17	4.50
เวลาเย็น (17.01-19.00 น.)	74	19.50
เวลาค่ำ (19.01-21.00 น.)	13	3.40
เวลาดึก (21.01-24.00 น.)	8	2.10
ระยะเวลาในการใช้ต่อวัน		
1	154	40.50
1-3 ชั่วโมง	167	43.90
มากกว่า 3 ชั่วโมงแต่ไม่ถึง 5 ชั่วโมง	20	5.30
มากกว่า 5 ชั่วโมงแต่ไม่เกิน 8 ชั่วโมง	38	10.00
มากกว่า 8 ชั่วโมง	1	0.30

1 ()

ข้อมูลส่วนบุคคล	(n = 380) จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ในการใช้งาน		
มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน	249	65.50
วันละ 1 ครั้ง	86	22.60
2-3 วันต่อครั้ง	41	10.80
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	3	0.80
มากกว่าหนึ่งสัปดาห์ต่อ 1 ครั้ง	1	0.30

	1	200
283	52.60	180
	74.50	47.40
/	/	61
159	36	9.50
	41.80	71
	18.70	60
	58	15.80
8.40	10,001-20,000	205
	20,000	53.90
	84	22.1
54	14.20	5,000
		37
9.70		181
	/	47.60
77	83	21.80
	20.30	19
	5.00	/
11	2.90	7
		1.80
	2	0.50
	คือ เวลาเช้า (05.01-09.00 น.)	183
		48.20
	(17.01-19.00 น.)	74
		19.50
(09.01-12.00 .)	60	15.80
		เวลาหลังเที่ยงวัน (12.01-14.00 น.) จำ
25	6.60	(14.01-17.00 น.)
		17
		4.50

เวลาทำ (19.01-21.00 น.) จำนวน 13			3.40 และเวลาเด็ก (21.01-24.00 น.) จำนวน		
8	2.10		1-3	167	
43.90		1	154	40.50	มากกว่า 5 ชั่วโมง
8	38		10.00	3	5
20	5.30		8	1	0.30
		1	249	65.50	
10.80	86		22.60	2-3	41
1		3	0.80		1
		0.30			

2. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของผู้สูงอายุ

2

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคม	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
	2.51	1.13		3
	2.62	1.39		2
	2.23	1.04		4
	3.80	0.97		1
	2.12	1.23		5
	2.66	1.15		

2

 $(\bar{X} = 2.66)$ $(\bar{X} = 3.80)$ $(\bar{X} = 2.62)$

$(\bar{X} = 2.51)$ ด้านโปรแกรม อยู่ในระดับน้อย $(\bar{X} = 2.23)$ และด้านอุปสรรค อยู่ใน
 $(\bar{X} = 2.12)$

3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมด้านวัตถุประสงค์	(n = 380)			
	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
1. เพื่อติดต่อสื่อสารกับสมาชิกในครอบครัวหรือคนรู้จัก	4.20	0.78		1
2.	3.20	1.26		4
3.	3.50	1.10		3
4. เพื่อฝึกใช้ภาษาอังกฤษหรือภาษาต่างประเทศอื่น	2.08	1.12		9
5. ()	1.53	1.01		14
6.	1.64	1.08		12
7. เพื่อค้นหาข้อมูลด้านการซื้อ/	1.56	0.89		13
8.	1.79	1.07		11
9.	2.11	1.11		8
10.	1.91	1.23		10
11.	2.90	1.24		5
12.	2.32	1.36		7
13.	2.76	1.41		6
14.	3.66	1.18		2
	2.51	1.13		

3

($\bar{X} = 2.51$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ
 เพื่อติดต่อสื่อสารกับสมาชิกในครอบครัว ($\bar{X} = 4.20$)
 ($\bar{X} = 3.66$) เพื่อติดตามข้อมูล
 ($\bar{X} = 3.50$) เพื่
 ($\bar{X} = 3.20$) เพื่อค้นหาข้อมูลด้านบันเทิง
 ($\bar{X} = 2.90$) เพื่อค้นหาข้อมูลด้านงานอดิเรก อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.76$)
 ($\bar{X} = 2.32$)
 ($\bar{X} = 2.11$) เพื่อฝึกใช้ภาษาอังกฤษหรือภาษาต่างประเทศอื่น

($\bar{X} = 2.08$) เพื่อค้นหาข้อมูลด้านการเมือง ค่าเฉลี่ย 1.91
 ($\bar{X} = 1.64$) () ($\bar{X} = 1.79$) / ($\bar{X} = 1.56$) และเพื่อค้นหา
 () ($\bar{X} = 1.53$)

4

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมด้านอุปกรณ์	(n = 380)			
	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
1. ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ (สมาร์ทโฟน) เชื่อมต่อสื่อสังคม	3.96	1.38		1
2.	2.07	1.37		4
3. (wifi)	2.51	1.53		3
4. PC Notebook	1.72	1.14		5
5. Tablet (IPAD, Galalxy Tab)	3.06	1.57		2
	2.64	1.39		

4

($\bar{X} = 2.64$) () ($\bar{X} = 3.96$)
 Tablet (IPAD, Galalxy Tab) ($\bar{X} = 3.06$) ใช้บริการ
 (wifi) ($\bar{X} = 2.51$) ใช้โทรศัพท์บ้
 คอมพิวเตอร์เชื่อมต่อสื่อสังคม อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.07$) และใช้คอมพิวเตอร์ PC Notebook
 ($\bar{X} = 1.72$)

5

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมด้านโปรแกรม		(n = 380)		
		\bar{X}	SD	ระดับ อันดับ
1.	(Facebook)	3.38	1.58	2
2.	(LINE)	4.18	1.01	1
3.	(Instagram)	1.22	0.65	6
4.	(WhatsApp)	1.28	0.85	5
5.	(skype)	1.33	0.91	4
6.	(YouTube)	3.06	1.59	3
7.	(twitter)	1.19	0.69	7
		2.23	1.04	

5

($\bar{X} = 2.23$) เมื่อพิจารณารายชื่อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่

(LINE) ($\bar{X} = 4.18$) (Facebook)

($\bar{X} = 3.38$) (YouTube) ($\bar{X} = 3.06$) การใช้สไกด์

(Skype) ($\bar{X} = 1.33$) การใช้วอทส์ แอป (WhatsApp)

($\bar{X} = 1.28$) การใช้อินสตาแกรม (Instagram) ($\bar{X} = 1.22$)

(Twitter) ($\bar{X} = 1.19$)

6

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมด้านประโยชน์	(n = 380)			
	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
1.	3.91	1.00		4
2.	3.59	0.92		8
3. กระตุ้นความจำ หลอดภาวะสมองเสื่อม	3.93	0.88		3
4. เพิ่มความมั่นใจในตัว	3.37	1.03		9
5.	3.78	0.99		7
6. /	4.03	0.95		1
7.	3.81	1.00		6
8. เป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสารกับเพื่อน	3.85	0.99		5
9. เป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสารกับสมาชิก	3.94	1.03		2
	3.80	0.97		

6

($\bar{X} = 3.80$) เมื่อพิจารณารายข้อ

/

($\bar{X} = 4.03$)

($\bar{X} = 3.94$) กระตุ้นความจำ

($\bar{X} = 3.93$) ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) เป็นการเพิ่ม

($\bar{X} = 3.85$)

($\bar{X} = 3.81$)

($\bar{X} = 3.78$) กระตุ้นการอ่านและ

($\bar{X} = 3.59$) และเพิ่มความมั่นใจในตัวเอง อยู่ในระดับ

($\bar{X} = 3.37$)

7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมด้านอุปสรรค	(n = 380)			
	\bar{x}	SD	ระดับ	อันดับ
1.	2.66	1.30		2
2.	2.62	1.28		3
3. ไม่มีอุปกรณ์ของตนเองในการเข้าสื่อสังคม	2.09	1.24		9
4.	1.88	1.10		17
5.	1.99	1.23		12
6.	1.94	1.23		14
7.	1.94	1.14		15
8. ไม่มีความรู้ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต	1.92	1.24		16
9.	2.03	1.19		11
10. ไม่เข้าใจคำสั่งหรือโปรแกรมต่าง ๆ ที่ใช้ในสื่อสังคม	2.22	1.32		8
11.	2.04	1.20		10
12. หน่วยงานของรัฐไม่อำนวยความสะดวกในกา	2.48	1.26		5
13.	2.37	1.20		6
14.	2.50	1.32		4
15.	2.71	1.40		1
16.	2.37	2.37		7
17.	1.98	1.13		13

7 ()

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมด้านอุปสรรค	(n = 380)			
	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
18.	1.63	0.91		18
19. สมาชิกในครอบครัวไม่สนับสนุนให้ใช้โทรศัพท์	1.59	0.85		19
20.	1.56	0.84		20
	2.12	1.23		

7

 $(\bar{X} = 2.12)$ $(\bar{X} = 2.71)$ $(\bar{X} = 2.66)$ ค่าบริการอินเทอร์เน็ต $(\bar{X} = 2.62)$ หน่วยงานของรัฐไม่มีการอบรมใช้สื่อสังคมให้แก่ผู้สูงอายุ อยู่ในระดับน้อย $(\bar{X} = 2.50)$ $(\bar{X} = 2.48)$ $(\bar{X} = 2.37)$ $(\bar{X} = 2.22)$ ไม่มีอุปกรณ์ของตนเองในการ $(\bar{X} = 2.09)$ ขาดทักษะในการพิมพ์ $(\bar{X} = 2.04)$ ไม่เข้าใจ $(\bar{X} = 2.03)$ $(\bar{X} = 1.99)$ $(\bar{X} = 1.98)$ ไม่มีที่

⋮

 $(\bar{X} = 1.94)$ $(\bar{X} = 1.92)$ $(\bar{X} = 1.88)$ $(\bar{X} = 1.63)$ สมาชิกในครอบครัวไม่สนับสนุนให้ใช้โทรศัพท์ประเภทสมาร์ตโฟน อยู่ใน $(\bar{X} = 1.59)$ $(\bar{X} = 1.56)$

3. การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

8

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคม	ชาย		หญิง		<i>t</i>	<i>p</i>
	\bar{x}	<i>SD</i>	\bar{x}	<i>SD</i>		
	3.22	0.60	2.69	0.69	7.96*	.000
	3.27	0.85	2.89	0.88	4.16*	.000
	2.86	0.59	2.54	0.70	4.85*	.000
	4.27	0.68	4.11	0.78	2.07*	.039
	2.28	0.92	2.74	0.88	4.99*	.000
	15.89	2.41	14.96	2.23	390*	.000

* $p < .05$

8

.05

.05

9

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคม	แหล่งความ แปรปรวน	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
1.		7.23	2	3.61	7.60*	.001
		179.49	377	0.47		
	:	186.72	379			
2.		8.16	2	4.08	5.31*	.005
		288.91	376	0.76		
	:	297.07	378			
3.		3.29	2	1.64	3.69*	.026
		168.06	377	0.44		
	:	171.35	379			
4.		8.64	2	4.32	8.21*	.000
		198.45	377	0.52		
	:	207.10	379			
5.		44.25	2	22.12	29.52*	.000
		282.57	377	0.75		
	:	326.83	379			
		21.09	2	10.54	1.88	.153
		2100.14	376	5.58		
	:	2121.23	378			

* $p < .05$

9

.05

LSD

10-14

10

สถานภาพสมรส	\bar{x}	สมรส	โสด	หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่
		3.02	2.75	2.63
	3.02	-	0.26*	0.38*
	2.75		-	0.11
/ /	2.63			-

* $p < .05$

10

.05

2

/ /

11

สถานภาพสมรส	\bar{x}	โสด	สมรส	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่
		3.22	3.10	2.64
	3.22	-	0.12	0.57*
	3.10		-	0.45*
/ /	2.64			-

* $p < .05$

11

.05

2

/ /

/ /

12

สถานภาพสมรส	\bar{x}	สมรส	โสด	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่
		2.74	2.57	2.47
	2.74	-	0.16	0.27*
	2.57		-	0.10
/ /	2.47			-

* $p < .05$

12

.05 1

/ /

13

สถานภาพสมรส	\bar{x}	สมรส	โสด	หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่
		4.27	3.95	3.89
	4.27	-	0.32*	0.38*
	3.95		-	0.06
/ /	3.89			-

* $p < .05$

13

.05 2

/ /

14

สถานภาพสมรส	\bar{x}	โสด	สมรส	หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่
		3.13	2.32	3.06
	3.13	-	0.81*	0.07
	2.32		-	0.73*
/ /	3.06			-

* $p < .05$

14

.05

2

/

15

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคม	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1.		34.54	4	8.63	21.27*	.000
		152.18	375	0.40		
	:	186.72	379			
2.		21.62	4	5.40	7.34*	.000
		275.45	374	0.73		
	:	297.07	378			
3.		14.33	4	3.58	8.56*	.000
		157.02	375	0.41		
	:	171.35	379			

15 ()

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคม	แหล่งความ แปรปรวน	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
4.		17.94	4	4.48	8.89*	.000
		189.15	375	0.50		
	:	207.10	379			
5.		41.68	4	10.42	13.70*	.000
		285.14	375	0.76		
	:	326.83	379			
		133.46	4	33.36	6.27*	.000
		1987.76	375	5.31		
	:	2121.23	378			

* $p < .05$

15

.05

LSD

16-20

16

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า
		2.65	ตอนต้น 2.39	ตอนปลาย 3.18		ปริญญาตรี 2.77
	2.65	-	0.25	0.527*	0.526*	0.11
	2.39		-	0.786*	0.785*	0.37*
	3.18			-	0.00	0.40*
	2.77				-	0.40
	2.94					-

* $p < .05$

16

.05

6

17

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า
		2.53	ตอนต้น 2.81	ตอนปลาย 2.95		ปริญญาตรี 3.28
	2.53	-	0.27	0.41*	0.74*	0.63*
	2.81		-	0.14	0.46*	0.35*
	2.95			-	0.32*	0.21
	3.28				-	0.10
	3.17					-

* $p < .05$

17

.05 6

18

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า
		2.47	ตอนต้น 2.33	ตอนปลาย 2.97	2.74	ปริญญาตรี 2.75
	2.47	-	0.14	0.49*	0.26*	0.27*
	2.33		-	0.63*	0.40*	0.41*
	2.97			-	0.23*	0.22
	2.74				-	0.01
	2.75					-

18

.05 7

19

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า
		3.84	ตอนต้น 3.79	ตอนปลาย 4.22	4.36	ปริญญาตรี 4.23
	3.84	-	0.05	0.37*	0.52*	0.38*
	3.79		-	0.42*	0.57*	0.43*
	4.22			-	0.14	0.00
	4.36				-	0.13
	4.23					-

19

.05 6

20

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า
		3.25	ตอนต้น 2.97	ตอนปลาย 2.10	2.40	ปริญญาตรี 2.45
	3.25	-	0.28	1.15*	0.84*	0.79*
	2.97		-	0.86*	0.56*	0.51*
	2.10			-	0.30*	0.35*
	2.40				-	0.04
	2.45					-

20

.05 8

21

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคม	แหล่งความ แปรปรวน	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
1.		28.22	3	9.40	22.32*	.000
		158.50	376	0.42		
	:	186.72	379			
2.		14.85	3	4.95	6.58*	.000
		282.21	375	0.75		
	:	297.07	378			
3.		9.35	3	3.11	7.23*	.000
		162.00	376	0.43		
	:	171.35	379			
4.		15.87	3	5.29	10.40*	.000
		191.22	376	0.50		
	:	207.10	379			
5.		37.94	3	12.64	16.46*	.000
		288.89	376	0.76		
	:	326.83	379			
		95.39	3	31.80	5.88*	.001
		2025.83	375	5.40		
	:	2121.23	378			

* $p < .05$

21

.05

LSD

22-26

22

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท
		2.18	2.77	3.02	3.16
5,000	2.18	-	0.58*	0.84*	0.97*
5,000-10,000	2.77		-	0.25*	0.38*
10,001-20,000	3.02			-	0.13
20,000	3.16				-

22

		.05	5	5,000-10,000	/
	5,000	/	10,001-20,000	/	
5,000-10,000	/		5,000	/	
20,000	/	5,000	/	5,000 -10,000	/

23

รายได้	\bar{x}	ต่ำกว่า 5,000 บาท 3.00	5,000-10,000 บาท 2.65	10,001- 20,000 บาท 3.10	มากกว่า 20,000 บาท 3.31
5,000	3.00	-	0.35	0.09	0.31
5,000-10,000	2.65		-	0.44*	0.66*
10,001-20,000	3.10			-	0.21
20,000	3.31				-

23

		.05	2
10,001-20,000	/	5,000 -10,000	/
20,000	/	5,000-10,000	/

24

รายได้	\bar{x}	ต่ำกว่า 5,000 บาท 2.30	5,000-10,000 บาท 2.52	10,001- 20,000 บาท 2.79	มากกว่า 20,000 บาท 2.74
5,000	2.30	-	0.22	0.48*	0.44*
5,000-10,000	2.52		-	0.26*	0.22
10,001-20,000	2.79			-	0.04
20,000	2.74				-

24

	.05	3	10,001-20,000	/
5,000 -10,000	/		5,000	/
20,000	/		5,000	/

25

รายได้	\bar{x}	ต่ำกว่า 5,000	5,000-10,000	10,001-	มากกว่า
		บาท	บาท	20,000 บาท	20,000 บาท
		3.62	4.04	4.30	4.25
5,000	3.62	-	0.41*	0.67*	0.62*
5,000-10,000	4.04		-	0.26*	0.21
10,001-20,000	4.30			-	0.04
20,000	4.25				-

25

	.05	4	5,000-10,000	/
	5,000	/	10,001-20,000	/
5,000	/	5,000-10,000	/	20,000
	5,000			

26

รายได้	\bar{x}	ต่ำกว่า 5,000	5,000-10,000	10,001-	มากกว่า
		บาท	บาท	20,000 บาท	20,000 บาท
		3.30	2.78	2.28	2.60
5,000	3.30	-	0.52*	1.01*	0.70*
5,000-10,000	2.78		-	0.49*	0.18
10,001-20,000	2.28			-	0.31*
20,000	2.60				-

26

.05

5

5,000 / 5,000-10,000 / 10,001-20,000 /
 20,000 / 5,000 -10,000 /
 10,001-20,000 / 20,000 /
 10,001-20,000 /

27

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคม	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1.		17.94	6	2.99	6.60*	.000
		168.78	373	0.45		
	:	186.72	379			
2.		12.37	6	2.06	2.69*	.014
		284.70	372	0.76		
	:	297.07	378			
3.		10.89	6	1.81	4.22*	.000
		160.46	373	0.43		
	:	171.35	379			
4.		11.63	6	1.94	3.70*	.001
		195.46	373	0.52		
	:	207.10	379			
5.		74.55	6	12.42	18.37*	.000
		252.27	373	0.67		
	:	326.83	379			
		56.36	6	9.39	1.69	.112
		2064.86	372	5.55		
	:	2121.23	378			

* $p < .05$

27

.05

LSD

28-32

28

อาชีพ	\bar{x}	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	ข้าราชการบำนาญ	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	เกษตรกร	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง
		2.59	2.96	2.81	4.00	2.85	3.21	2.94
	2.59	-	0.36*	0.22	1.40*	0.25	0.61*	0.35*
/	2.96		-	0.14	1.03*	0.10	0.25*	0.01
	2.81			-	1.18*	0.03	0.39	0.12
	4.00				-	0.14*	0.78	1.05*
/	2.85					-	0.35	0.09
	3.21						-	0.26
	2.94							-

28

.05

9

/

/

29

อาชีพ	\bar{x}	ไม่ได้ประกอบอาชีพ 2.96	ข้าราชการบำนาญ 3.18	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ 3.27	พนักงานรัฐวิสาหกิจ 3.50	เกษตรกร 2.86	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว 3.06	รับจ้าง 2.42
	2.96	-	0.22	0.31	0.53	0.10	0.09	0.54*
/	3.18		-	0.08	0.31	0.32	0.12	0.76*
	3.27			-	0.22	0.41	0.21	0.85*
	3.50				-	0.64	0.44	1.07
/	2.86					-	0.20	0.43
	3.06						-	0.63*
	2.42							-

29

.05

4

/

/

30

อาชีพ	\bar{x}	ไม่ได้ประกอบอาชีพ 2.45	ข้าราชการบำนาญ 2.72	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ 2.45	พนักงานรัฐวิสาหกิจ 3.00	เกษตรกร 2.57	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว 2.93	รับจ้าง 2.47
	2.45	-	0.26*	0.00	0.54	0.11	0.47*	0.01
/	2.72		-	0.26	0.28	0.14	0.20*	0.24
	2.45			-	0.54	0.42	0.47*	0.01
	3.00				-	0.42	0.07	0.52
/	2.57					-	0.35	0.09
	2.93						-	0.45*
	2.47							-

30

.05

5

/

/

31

อาชีพ	\bar{x}	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	ข้าราชการบำนาญ	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	เกษตรกร	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง
		3.94	4.31	3.91	4.50	3.86	4.25	3.89
	3.94	-	0.38*	0.02	0.56	0.07	0.31*	0.04
/	4.31		-	0.40	0.18	0.45	0.06	0.42*
	3.91			-	0.59	0.05	0.34	0.01
	4.50				-	0.64	0.24	0.60
	3.86					-	0.39	0.03
/	4.25						-	0.35
	3.89							-

31

.05

3

/

32

อาชีพ	\bar{X}	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	ข้าราชการบำนาญ	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	เกษตรกร	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง
		2.81	2.33	3.18	3.00	4.00	2.17	3.79
	2.81	-	0.47*	0.37	0.19	1.19*	0.63*	0.98*
/	2.33		-	0.85*	0.67	1.67*	0.15	1.46*
	3.18			-	0.18	0.81*	1.01*	0.60
	3.00				-	1.00	0.83	0.78
	4.00					-	1.83*	0.21
/	2.17						-	1.62*
	3.79							-

32

.05

11

/

/

/

4. ผลกระทบของการใช้สื่อสังคม

33

ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
1. มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายสินค้าผ่านสื่อสังคม	46	12.10	4
2. มีรายได้เพิ่มขึ้นจากตลาดหุ้นจากการติดตามข้อมูลผ่านสื่อสังคม	26	6.80	8
3.	29	7.60	6
4. มีรายได้เพิ่มขึ้นจากสลากกินแบ่ง/หวยที่ได้เลขจากสื่อสังคม	20	5.30	9
5.	90	23.70	2

33 ()

	ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
6.	/	143	37.60	1
7.	ใช้เงินเป็นค่าซื้อโทรศัพท์หรืออุปกรณ์เพื่อใช้สื่อสารสังคม	85	22.40	3
8.		29	7.60	7
9.		13	3.40	10
10.		43	11.30	5
11.	()	19	5.00	11

	33			
			/	
	143	37.60		
		90	23.70	
	85	22.40		
	46	12.10	ใช้เงินในการซื้อสินค้าหรือบริการในสื่อสังคม	
	43	11.30		
	29	7.60		
29	7.60			
26	6.80		มีรายได้เพิ่มขึ้นจากสลากกินแบ่ง/หวยที่ได้เลขจากสื่อสังคมจำนวน	
20	5.30	19	5.00	
		13	3.40	

ผลกระทบด้านสังคม	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
1. มีการสื่อสารกับคนในครอบครัวเพิ่มขึ้น	293	77.10	1
2. มีการสื่อสารกับเพื่อนวัยเดียวกันเพิ่มขึ้น	284	65.30	2
3. มีการสื่อสารกับเพื่อนต่างวัยเพิ่มขึ้น	111	29.20	3
4.	92	24.20	4
5. มีการสื่อสารกับเพื่อนต่างชาติ/	30	7.90	11
6.	47	12.40	9
7. สามารถสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานสะดวกขึ้น	65	17.10	6
8.	68	17.90	5
9. การสื่อสารด้วยวาจาจากกับเพื่อนลดลง	59	15.50	7
10.	54	14.20	8
11. /	46	12.10	10
12.	1	0.30	12

คนในครอบครัวเพิ่มขึ้น จำนวน 293	77.10	มีการสื่อสารกับเพื่อน
วัยเดียวกันเพิ่มขึ้น จำนวน 284	65.30	:
111	29.20	92
		24.20
	68	17.90
	65	17.10
59	15.50	54
14.20		47
		12.40
/	46	12.10
/	30	7.90
1	0.30	

ผลกระทบด้านอารมณ์และจิตใจ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
1.	281	73.90	1
2.	157	41.30	2
3.	52	13.70	5
4.	43	11.30	6
5. /	19	5.00	12
6.	22	5.80	10
7.	24	6.30	9
8.	20	5.30	11
9.	54	14.20	4
10. เกิดความเครียดจากข้อมูลข่าวสารด้านนักแสดงดารา	33	8.70	7
11.	66	17.40	3
12.	32	8.40	8
13. อื่น ()	4	1.10	13

	281		73.90	
	157		41.30	
66		17.40		54
	14.20			
		43		11.30
		33		8.70
		32		8.40
	24		6.30	
22		5.80		

20	5.30			/
19	5.00	()	4	1.10
36				

	ผลกระทบด้านสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
1.		319	83.90	1
2.		178	46.80	2
3.	/	169	44.50	3
4.	ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ด้านการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับวัย	152	40.00	4
5.	ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการแบ่งเวลาทำกิจกรรมที่เหมาะสม	78	20.30	7
6.		112	29.50	6
7.		28	7.40	8
8.	/ /	117	30.80	5
9.	()	1	0.30	9

36

ข้อที่มีจำนวน ร้อยละเรียงตามลำดับจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ได้แก่

		319	83.90
		178	46.80
	/	169	44.50
		152	40.00
	/ /	117	30.80
		112	29.50
		78	20.30
		28	7.40
	๑ ซึ่งผู้ตอบระบุว่ามีอาการนิ้วล็อค จำนวน 1	1	0.30

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

1)

2)

3)

Krejcie and Morgan (1970, pp. 608- 609) จากประชากรจำนวน 41,530
ได้กลุ่มตัวอย่าง 380 คน โดยการเลือกแบบเจาะจงจากผู้มีประสบการณ์การใช้สื่อสังคม
(Questionnaire) :

(Close-ended questionnaires) 4 1

(Checklist) ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปด้านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของผู้สูงอายุเป็น

(Checklist) ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของผู้สูงอายุเป็นแบบมาตรา

(Rating scale questionnaires) 4

(Checklist) มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .89

ด้วยตนเองระหว่างเดือนมีนาคม พ.ศ. 2559 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2559 ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์
กลับคืนจำนวน 380 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 และได้นำมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.60

47.40

74.50

16.10

/ /

9.50

41.80

18.70

15.80

		15.30		8.40	
10,001-20,000	53.90		20,000		22.10
5,000-10,000	14.20		5,000	9.70	
		47.60	/		21.80
	20.30		5.00	/	2.90
	1.80		0.50		
2.					
(05.01-09.00 น.)	183	48.20	คือ เวลายุ่น (17.01-19.00 น.)	จำนวน 74	
	19.50	(09.01-12.00 .)	60		15.80
	(12.01-14.00 น.)	25	6.60		(14.01-17.00 น.)
17	4.50	เวลาค่ำ (19.01-21.00 .)	13		3.40
และเวลาดึก (21.01-24.00 น.)	จำนวน 8		2.10		
1-3	167	43.90	1		154
	40.50	มากกว่า 5 ชั่วโมง	8	38	10.00
3	5	20		5.30	8
1	0.30			1	249
	65.50	1	86		22.60 2-3
41	10.80	1	3		0.80
มากกว่าหนึ่งสัปดาห์ต่อ 1 ครั้ง	1		0.30		
3.			2.66		
เมื่อพิจารณารายด้านตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย อันดับ					
3.80			2.62		2.51
		2.23		2.12	

3.1

2.51 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย จากมากไปหาน้อย เพื่อติดต่อสื่อสารกับสมาชิกในครอบครัวหรือคนรู้จัก ค่าเฉลี่ย 4.20

3.66

3.50

	3.2		
2.64		า ข้อที่เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยสามอันดับแรก	
	()	เชื่อมต่อสื่อสังคม ค่าเฉลี่ย 3.96
	Tablet (IPAD, Galaxy Tab)		เชื่อมต่อสื่อสังคม ค่าเฉลี่ย 3.06
	(wifi)		เชื่อมต่อสื่อสังคม ค่าเฉลี่ย 2.51
	3.3	พฤติกรรมการใช้สื่อสังคม ด้านโปรแกรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย	
2.23		อยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณารายข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยสามอันดับแรก	
	(LINE)	4.18	(facebook)
3.38		(YouTube)	3.06
	3.4		
3.80			
	/	4.03	
		3.94	
	3.93		
	3.5		
2.12		เมื่อพิจารณารายข้อเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยสามอันดับแรก คือ หน่วยงาน	
			2.71
	2.66		2.62
	4.		
	.05	โดยเพศชายมากกว่าเพศหญิง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม	
			.05
	5.		
	.05		

5.1				.05	2	/
/						
5.2				.05	2	/
/		/	/			
5.3				.05	1	
		/	/			
5.4				.05	2	
			/			/
5.5				.05	2	
			/			/
6.						
				.05		
6.1				.05	6	
6.2				.05	6	

6.3

.05 7

6.4

.05 6

6.5

.05 8

7.

.05

7.1

.05 5

5,000-10,000 / 5,000 / 10,001-20,000 /

5,000 -10,000 / 5,000 /

20,000 / 5,000 /

5,000-10,000 /

7.2

.05 2

10,001-20,000 / 5,000 -10,000 /

20,000 / 5,000 -10,000 /

7.3

.05 4

5,000-10,000 / 5,000 / 10,001-20,000 /

20,000 / 5,000 / 5,000-10,000 /
 7.4 5,000 / 5,000 /
 .05 5
 5,000 / 5,000-10,000 / 10,001-20,000 /
 20,000 / 5,000-10,000 /
 10,001-20,000 / 20,000 /
 10,001-20,000 /
 8.
 .05
 8.1 .05 9 /
 /
 8.2 .05 4 /
 /
 8.3 .05 5 /
 /
 8.4 .05 3 /

8.5

.05

11

/

/

/

9.

/

37.60

23.70

22.40

10.

มีการติดต่อสื่อสารกับคนในครอบครัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 77.10

มีการสื่อสารกับเพื่อนวัยเดียวกันเพิ่มมากขึ้น ร้อยละ 65.30

ต่างวัยเพิ่มขึ้น ร้อยละ 29.20

11.

73.90

41.30

ด้านอาชญากรรม ร้อยละ 17.40

12.

ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ด้านการดูแลสุขภาพทั่วไป ร้อยละ 83.90 รองลงมา

ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ด้านการรับประทานอาหารที่ถูกสุขลักษณะ ร้อยละ 46.80 และได้ข้อมูลที่

/

วาระวัง ร้อยละ 44.50

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของผู้สูงอายุที่พักอาศัยในเขตอำเภอเมือง

1.

. . 1997 หรือประมาณ 19 ที่ผ่านมา (Pallis et al., 2011) จึงทำให้

พิมพ์ถือ และสมาน ลอยฟ้า (2552) ซึ่งพบว่าผู้สูงอายุ

มงคลชาติ (2550) ที่พบว่าบริการและกิจกรรมที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใช้

น้อย เนื่องจาก ผู้สูงอายุมิชอบจำกัดในการใช้งานสื่อสังคม จึงมักใช้อุปกรณ์และโปรแกรมที่ใช้งานได้ง่าย เพื่อวัตถุประสงค์ที่จำกัดตามต้องการเท่านั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉรา เอ็นซ์ (2550)

1.10

0.60

ที่บ้านเป็นสัดส่วนสูงที่สุดร้อยละ 73.30

2.

.05

สถิติที่ระดับ .05 สาเหตุอาจเนื่องมาจากเพศชายมีทักษะและความถนัดในการใช้งานสื่อและอุปกรณ์

(2544, 1)

(2550, 57-61)

ผลการวิจัยของปณิชา นิติพรมงคล (2554) ที่พบว่า

3.

.05

งานสื่อสังคม อุปสรรคจึงมากกว่ากลุ่มอื่น สอดคล้องกับแนวคิดที่

(, 2550, 57-61)

4.

.05

มลาฮานต์ (2547) ที่ศึกษาเรื่อง การใช้อินเ

(2554) ซึ่งพบว่าพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมมีความสัมพันธ์กับ ระดับการศึกษา

.05

6

และกลุ่มสูงกว่าปริญญาตรีมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมมากกว่ากลุ่มอื่น
อาจเนื่องมาจากการมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน

(2550)

ซึ่งพบว่า ผู้สูงอายุร้อยละ 89.00

เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้านอุปกรณ พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ .05 จำ 6

และกลุ่มสูงกว่าปริญญาตรีมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม ด้านอุปกรณสูงกว่ากลุ่มอื่น

หรือจัดหาอุปกรณที่ใช้งานสำหรับสื่อสังคมจำเป็นต้องอาศัยความรู้ ความเข้าใจใน

:

การใช้งานอุปกรณเหล่านั้นได้ ดังนั้นกลุ่มผู้มีการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีจึงมี

นิติพรมงคล (2554) ซึ่งพบว่า

ศรีเชลียง (2550, 57-61) ที่ระบุว่าระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงสารสนเทศ

ที่ระดับ .05 จำนวน 7 คู่

จำเป็นต้องมีความรู้พื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและภาษาต่างประเทศเพื่อใช้ประก

ของปณิชา นิติพรมงคล (2554) ซึ่งพบว่าพฤติกรรมกา

(2544, 1)

.05 6

(2550) :

57.60

: :

.05 8

มากที่สุด สาเหตุเนื่องจากการใช้งานสื่อสังคมจำเป็นต้อง
มีพื้นฐานความรู้หลายด้านเช่นด้านเทคโนโลยี ด้านภาษาเพื่อการสื่อสาร ด้านการพิมพ์ ซึ่งอาจเป็น

ทร (2556) ซึ่งพบว่าผู้สูงวัยวัยในเขตตำบลหน้าพระคู่ จังหวัดชลบุรี

และงานวิจัยของจากรุวรรณ พิมพิค้อ และสมาน ลอยฟ้า (2552) ที่พบว่าผู้สูงอายุบางส่วนไม่มีความรู้

5.

.05

การใช้สื่อสังคม จำเป็นต้องมี เทคโนโลยี เครื่องมือหรือสื่ออุปกรณ์ในการใช้งานอีกทั้งต้องมีค่าใช้จ่าย

(2547) และปณิชา นิตพรมงคล (2554)

ทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 5 คู่ ได้แก่กลุ่มรายได้มากกว่า 20,000	/
5,000-10,000 บาท/	5,000 /เดือน ส่วนกลุ่มรายได้ 10,001-20,000
/	5,000-10,000 บาท/เดือน และกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท/เดือน
	20,000 /
20,000 /	10,001-

เนื่องมาจากกลุ่มผู้มีรายได้สูงส่วนใหญ่เป็นผู้เกษียณอายุจากการรับราชการซึ่งผู้สูงอายุกลุ่มนี้มี

(2550, 57-61)

(Income)

ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มมากกว่า 20,000 บาท/ 10,001-20,000 /
5,000 -10,000 บาท/

(2544, 1)

กับงานวิจัยของกฤติกาพร มลาสาณต์ (2547) ที่พบว่าปัจจัย

ที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มรายได้ 10,001-20,000 บาท/
20,000 / เดือน มากกว่ากลุ่มมีรายได้ต่ำกว่า 5,000/ เดือน ส่วนกลุ่มรายได้ 10,001-20,000 บาท
มากกว่ากลุ่มมีรายได้ 5,000 -10,000 บาท/ 10,001-20,000
/ 20,000
/

มีทั้งส่วนที่เป็นโปรแกรมที่ไม่มีค่าใช้จ่ายและ โปรแกรมที่ต้องจัดซื้อผู้มีรายได้สูงจึงมีโอกาสในการ
นิติพรมงคล (2554)

ที่พบว่าพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม มีความสัมพันธ์กับ รายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ระดับ .05 จำนวน 4 คู่ ได้แก่ กลุ่ม 10,001-20,000 บาท/ 5,000-10,000
/ เดือน และกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท/ ส่วนกลุ่มรายได้ มากกว่า20,000 บาท/
มากกว่ากลุ่มมีรายได้ ต่ำกว่า5,000 บาท/

านประโยชน์มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า อาจเนื่องมาจากผู้มีรายได้
สูงมักมีวัตถุประสงค์การใช้งานสื่อสังคมที่หลากหลาย ทั้งด้านความรู้และสุขภาพ จึงทำให้การใช้
สื่อสังคมเกิดประโยชน์สูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ สอดคล้องกับผลงานวิจัยพิชชาพร จันทร์ (2556) พบว่า

เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่พฤติกรรมการใช้สื่อสังคม ด้านอุปสรรคพบว่าแตกต่างกัน

.05 5 มรายได้ต่ำกว่า 5,000บาท/

5,000 -10,000 บาท กลุ่มมากกว่า 20,000 บาท/ และกลุ่มรายได้ 10,001-20,000
/เดือน ส่วนกลุ่มมีรายได้ 5,000 -10,000 บาท มากกว่ากลุ่มมีรายได้ 10,001 -20,000 บาท

เครือข่ายออนไลน์อย่างต่อเนื่อง ผู้มีรายได้น้อยจึงอาจมีอุปสรรคในการจัดหาอุปกรณ์ซึ่งจำเป็นต้อง
ต่อเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และการใช้งานสื่อสังคมในควมถึ

ของปัญญา นิติพรมงคล (2554) ที่พบว่าพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม มีความสัมพันธ์กับรายได้อย่าง
(2550, 57-61) ที่กล่าวว่ารายได้ ส่งผลต่อ

6.

(2554) ซึ่งพบว่า

.05

ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเมื่อพิจารณาแยกตามรายละเอียดด้านต่าง

ศศิธนากรแก้ว (2558)

ทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 9 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ มากกว่ากลุ่มรับจ้าง กลุ่ม

/

/

ใช้สื่อสังคม ด้านวัตถุประสงค์มากที่สุดและต่างจากกลุ่มอื่น

อาจเนื่องมาจากพนักงานรัฐวิสาหกิจมีลักษณะการทำงานเฉพาะทางที่หลากหลายและจำเป็นต้องใช้

สังคมเป็นเรื่องง่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีนัยธร ศศิธนากรแก้ว (2558) ซึ่งพบว่าการรับรู้

ทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่กลุ่มข้าราชการ/
/

ในด้านอุปกรณน้อยกว่า ซึ่งแตกต่างจากผลการวิจัยของของปณิชา นิติพรมงคล (2554) ซึ่งพบว่า

.05 5

/

/

/

พบว่ากลุ่มที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมด้าน โปรแกรมแตกต่างจากกลุ่มอื่น ได้แก่กลุ่มค้าขาย/
/

(2554) ซึ่งระบุว่าสื่อสังคมประเภทการซื้อขาย- (Business/ commerce)
(E-commerce)

Amazon eBay Tarad Pramool

.05 3

/

ทั้งนี้

เนื่องจากผู้ไม่ได้ประกอบอาชีพ และกลุ่มรับจ้างอาจมีความจำเป็นในการใช้สื่อสังคมน้อยกว่า

เมื่อทดสอบความแตกต่างพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม ด้านอุปสรรค พบว่าแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 11 คู่ ได้แก่ กลุ่มข้าราชการบำนาญ กลุ่มเกษตรกร

/

/

/

/

/

/

(2558)

ซึ่งพบว่าการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้สื่อสังคมมีความสัมพันธ์ซึ่งบวกกับพฤติกรรมการใช้

7.

/

143 คน คิดเป็นร้อยละ 37.60 รองลงมาคือ มีการปรับปรุงผลผลิตหรือพัฒนาอาชีพเดิมจากข้อมูลในสื่อสังคม จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.70 และใช้เงินเป็นค่าซื้อ โทรศัพท์หรือ

85

22.40

(2550, 14-18) ที่สรุปว่าผู้ใช้สื่อสังคมซึ่งเป็นผู้ใหญ่หรือผู้สูงอายุต้องเสียค่าบริการในการใช้ก่อนข้างสูง อีกทั้งต้องมีค่าใช้จ่ายที่ต้องซื้ออุปกรณ์จำเป็น เช่น โทรศัพท์ สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์

8.

มีการติดต่อสื่อสารกับคนในครอบครัวเพิ่มขึ้น จำนวน 293

77.10

เช่นกันเพิ่มมากขึ้น จำนวน 284

ร้อยละ 65.30 และมีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนต่างวัยเพิ่มขึ้น จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 29.20

สาเหตุเนื่องมาจากการใช้สื่อสังคม ทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสะดวก รวดเร็ว

ประหยัดเวลากว่าวิธีการสื่อสารอื่น

มงคลชาติ (2550, 14-18)

สื่อสังคมสร้างความสัมพันธ์ที่ดี เป็นเครื่องมือในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และประหยัด

9.

แรกคือ คลายความเครียดจากกิจกรรมอื่น จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 73.90

รองลงมาคือ ได้รับความบันเทิงจากการดูหนังฟังเพลง จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 และ

66 คิดเป็นร้อยละ 17.40

อายุเป็นวัยที่มีกิจกรรมต่างๆที่ต้องรับผิดชอบมาก จึงอาจก่อให้เกิดความเครียด การใช้สื่อสังคมเพื่อติดตามข้อมูลในเรื่องที่สนใจจึงเป็นการผ่อนคลายความเครียดได้วิธี

ยามะรัต (2527, หน้า 20) ที่พบว่าความพึงพอใจในชีวิตของ

(Social Participation)

ส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ทางสังคมทั้งภายในครอบครัว ภายนอกครอบครัวและสมาคมต่างๆ ที่

(Hobby)

หรือกิจกรรมที่ผู้สูงอายุสามารถกระทำได้โดยลำพัง ซึ่งสื่อสังคมก็เป็นกิจกรรมหนึ่งที่สนองตอบได้

10. ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคม ด้านสุขภาพ พบว่า ผลกระทบจากมากไปหาน้อยสามอันดับแรกคือ ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ด้านการดูแลสุขภาพทั่วไป จำนวน 319 คน

83.90 ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ด้านการรับประทานอาหารที่ถูกต้องลักษณะ จำนวน
178 คน คิดเป็นร้อยละ 46.80 /

ควรระวัง จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 สามารถอธิบายได้ว่าผู้สูงอายุเป็นวัยที่

สภาพจึงสนใจค้นหาข้อมูลเพื่อการดูแลสุขภาพอย่างจริงจังผลกระทบของการใช้สื่อสังคม
(2544, หน้า 12) ที่สรุปว่าปัญหาด้านสุขภาพ

ของผู้สูงอายุได้แก่สภาพร่างกายเปลี่ยนแปลงในทางที่เสื่อมถอยลงการทำงาน

ร่างกายหรืออวัยวะที่ใช้งานมานานอาจเกิดความขัดข้อง เจ็บป่วย โรคที่พบในผู้สูงอายุนั้นเกี่ยวข้องกับ

โรคเกี่ยวกับระบบประสาทกล้ามเนื้อ และกระดูก จึงเป็นผลให้ผู้สูงอายุ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.

ส่วนท้องถิ่นควรให้การสนับสนุนอุปกรณ์เครือข่าย และการอบรมให้ความรู้เพิ่มเติมเพื่อการใช้สื่อ

2. การใช้สื่อสังคม ด้านโปรแกรมที่ใช้พบว่าผู้สูงอายุใช้โปรแกรมไลน์ (LINE)

NHK Japan

3.

การประชุมสัมพันธ์ด้านประโยชน์การใช้สื่อสังคมให้แก่ผู้สูงอายุ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควร
นการประชุมสัมพันธ์ด้านประโยชน์การใช้สื่อสังคมให้แก่ผู้สูงอายุ อย่างทั่วถึง

4.

/

/

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

- 1.
2. ควรวิจัยและพัฒนาโปรแกรมเพื่อใช้งานในสื่อสังคมที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ
3. วามต้องการของผู้สูงอายุด้านเนื้อหาในสื่อสังคม และวิจัยพัฒนาเนื้อหา

บรรณานุกรม

กรมการแพทย์กระทรวงสาธารณสุข. (2547). ผลการสำรวจภาวะสุขภาพและการออกกำลังกาย
ของผู้สูงอายุ. :

ICT.

(2550). แผนพัฒนาสังคมแห่งความเท่าเทียมด้วย ICT พ.ศ. 2551-2553. :

. (2547).

. (2544). แนวคิดและความเป็นมาของความเหลื่อมล้ำ

บันทึกทอง. (2558).

วรรณแสง. (2532).

. (2550).

. (2539).

. (2527).

. (2552).

สองเมือง. (2554).

<http://www.mullimthai.com>

..... (2553).

..... (2533).

มงคลชาติ. (2550).

..... พยาบาลสาร, 17(14), 46-51.

..... (2547).

..... (2546).

ที่ว่ากรอำเภอเมืองชลบุรี. (2558).

มาณะศิริานนท์. (2545).

ชูโต. (2525).

..... (2526).

..... 36.

ศิริพานิช. (2533).

..... (2553).

..... (2554).

..... (2526).

..... (2553).

วรรณฤทธิ. (2553). สังกมออนไลน์กับการทำธุรกิจ:

, 30(2), 121-185.

. . 2546. (2546).

. 120 (130).

ไชยพฤษย์. (2544).

จันทร์. (2556).

. (2545).

, 1(1), 70-80.

. (2546).

มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (2525).

. (2556).

<http://www.royin.go.th>

. (2537).

(พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ:

. (2558).

(SNS)

(Gen Y).

, 29(92), 65-79.

. (2544).

วุฒิกาดคร. (2544).

12-18ปี.

พฤษพิพันธุ์ และคณะ. (2553). การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรม และความพึงพอใจในการ

Hi5 Facebook.

, 22(8), 5-30.

. (2550).

. (2552).

http://www.cps.chula.th/resesarch_division/article_ageing/ageing_001.html

มะลิสุวรรณ. (2554). (Social network) :
 (You Tube) นวัตกรรมเพื่อสร้างสรรค์หรือทำลายล้าง.
<http://www.our-teacher.com/our-teacher/Military%20Mentorship-youtube.pdf>
 . (2554).

. . 2553.

. (2553).

จันทน์เอม. (2525).

(2).

จันทน์เอม. (2536).

(3).

. (2544).

:

. (2534).

. (2541).

:

. (2553).

<http://site.google.com/>

sitesocialnetworkangkhemxxnlin05/khwam-hanay-khxng-kha-wasocial-network-sangkhem-xxnlin

. (2550).

เมืองยม. (2547).

(Chat).

ปรีติประสงค์. (2552).

- Best, J. W. (1986). Research in education (5thed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
 Cronbach, L. J. (1990). Essentials of psychological testing (5thed.). New York: Harper & Row.
 Curtis, L. (2010). Adoption of social media for public relations by nonprofit organization. Public Relations Review, 36, 437-439.

- Egger, O., & Rauterberg. (1996). Internet Behavior and Addiction Guide. Retrieved from <http://ifap.beprethz.ch/~eeger/ibg/res.htm>
- Grohol, J. M. (1999). Internet addiction guide. Retrieved from <http://psychcentral.com>
- Hall, D. A. (1976). The ageing of connective tissue. London: Academic Press.
- Kagan, J., & Segel, J. (1992). Psychology and Introduction. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Klapper, J. T. (1960). The effect of mass communication. New York: The Free Press.
- Klobas, J. E., & Clyde, L. A. (2000). Adults learning touse the internet: A longitudinal study of attitudes and other factors associated with intended internet use. *Library & Information Science Research*, 2(1), 5-34.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Psychological measurement*, 30(3), 607-610.
- Morris, M., & Venkatesh, V. (2000). Age differences in technology adoption decision: Implication of a changing workforce. *Personnel Psychology*, 53(2), 375-403.
- Paliis, G., Zeinalipour-Yazti, D., & Dikaiakos, M. D. (2011). *New Diorections in Web Data Management 1*. Heidelberg: Springer
- Quibria, M. G., Shamsun, N., & Reyes-Macasaquite, M. M. (2004). Digital divide: Determinants and politics with special reference to Asia. *Journal of Asian Economics*, 13(6), 811.
- United Nations. (2012). *Demographic yearbook*. New York: United Nations.
- Wright, K. D., & Hinson, M. D. (2009). How blogs and social media are changing public relations and the way it is practiced. *Public Relations Journal*, 2(2).
- Young, K. S. (1996). Internet addiction: the emergence of a New Clinical Disorder. *Cyber Psychology and Behavior*, 1(3), 237-244.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

()

บันทึกข้อความ

ส่วนงาน

. 2067

ที่ ศธ 6621/ว 0220

วันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2559

เรื่อง

เรียน

สาขาวิชาการศึกษาและการพัฒนาสังคม รหัสประจำตัว 56910163 ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์

ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือเพื่อการวิจัย ในการนี้คณะศึกษาศาสตร์ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่าน
เป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่อง
เที่ยงตรงของเครื่องมือดังกล่าว ตามเอกสารที่แนบ

()

(

;

)

()

บันทึกข้อความ

ส่วนงาน

. 2067

ที่ ศธ 6621.2/ว 0220

วันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2559

เรื่อง

เรียน .

56910163 ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์

เป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์ท่านในการตรวจสอบความ
เที่ยงตรงของเครื่องมือดังกล่าว ตามเอกสารที่แนบ

()

(

;

i)

()

ที่ ศธ 6621/ 0147

ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

19 มกราคม 2559

:

1

สาขาวิชาการศึกษาและการพัฒนาสังคม รหัสประจำตัว 56910163 ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์

ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือเพื่อการวิจัย ในกรณีคณะศึกษาศาสตร์ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่าน
เป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี

()

(

:

)

โทรศัพท์ 038 - 102067

038 - 391043

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของผู้สูงอายุ
ที่พักอาศัย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์หลักสูตร

:

แบบสอบถามแบ่งเป็น 6 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

2

ตอนที่ 3

4

ตอนที่ 5

6

ตอนที่ 1

คำชี้แจง

✓

1.

2.

/

/

3.

4.

- 5,000
 10,001-20,000

- 5,000-10,000
 20,000

5.

- /

- /
 ().....

ตอนที่ 2

1.

- เวลาเช้า (05.01-09.00 น.) เวลาสาย (09.01-12.00 น.)
 เวลาหลังเที่ยงวัน (12.01-14.00 น.) เวลาบ่าย (14.01-17.00 น.)
 เวลาเย็น (17.01-19.00 น.) เวลาค่ำ (19.01-21.00 น.)
 รัตติกาล (21.01-24.00 น.)

2.

- 1
 1-3 ชั่วโมง
 มากกว่า 3 ชั่วโมงแต่ไม่เกิน 5 ชั่วโมง
 มากกว่า 5 ชั่วโมงแต่ไม่เกิน 8 ชั่วโมง
 มากกว่า 8 ชั่วโมง

3.

- มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน
 วันละ 1 ครั้ง
 2-3 วันต่อครั้ง
 สัปดาห์ละ 1 ครั้ง
 มากกว่าหนึ่งสัปดาห์ต่อ 1 ครั้ง

ตอนที่ 3

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้					
1. เพื่อติดต่อสื่อสารกับส					
2. เพื่อค้นหาเพื่อนใหม่หรือเพื่อนเก่า					
3.					
4. เพื่อฝึกใช้ภาษาอังกฤษหรือภาษาต่างประเทศอื่น					
5. ()					
6. เพื่อค้นหาข้อมูลสลากกินแบ่					
7. /					
8.					
9. เพื่อค้นหาข้อมูลด้านการประกอบอาชีพ					
10.					
11. เพื่อค้นหาข้อมูลด้านบันเทิงเช่น ดูหนัง ฟังเพลง					
12. เพื่อค้นหาข้อ					
13. เพื่อค้นหาข้อมูลด้านงานอดิเรก					
14. เพื่อค้นหาข้อมูลด้านสุขภาพอนามัย					
ด้านอุปกรณ์					
1. ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ (สมาร์ตโฟน) เชื่อมต่อสื่อสังคม					
2. ใช้โทรศัพท์บ้านและคอมพิวเตอร์เชื่อมต่อสื่อสังคม					
3. (wifi)					
4. PC Notebook					
5. Tablet (IPAD, Galalxy Tab)					

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านโปรแกรมการใช้					
1. (facebook)					
2. (LINE)					
3. (instagram)					
4. (WhatsApp)					
5. (Skype)					
6. (YouTube)					

ตอนที่ 4

ประโยชน์การใช้สื่อสังคมออนไลน์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.					
2.					
3. กระตุ้นความจำ ชะลอภาวะสมองเสื่อม					
4.					
5.					
6. /					
7.					
8.					
9. เป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสารกับสมาชิกในครอบครัว					

ตอนที่ 5

1.					
2.					
3. ไม่มีอุปกรณ์ของตนเองในการเข้าสื่					
4.					
5.					
6.					
7.					
8.					
9.					
10. ไม่เข้าใจคำสั่งหรือโปรแกรมต่าง ๆ ที่ใช้ในสังคมออนไลน์					
11.					
12. หน่วยงานของรัฐไม่อำนวยความสะดวกในการใช้สื่อสังคม					
13.					
14.					
15.					
16.					
17.					
18.					
19.					
20.					

ตอนที่ 6

(1)

1.

-
 เพิ่มขึ้นจากตลาดหุ้นจากการติดตามข้อมูลผ่านสื่อ

 /
 /
 ใช้เงินเป็นค่าซื้อโทรศัพท์หรืออุปกรณ์เพื่อใช้ส่งอีเมลออนไลน์
 เสียเวลาประกอบอาชีพเนื่องจากใช้สื่อ

 ().....

2.

- มีการสื่อสารกับคนในครอบครัวเพิ่มขึ้น
 มีการสื่อสารกับเพื่อนวัยเดียวกันเพิ่มขึ้น
 มีการสื่อสารกับเพื่อนต่างวัยเพิ่มขึ้น

 /

 สามารถสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานสะดวกขึ้น

 /
 ().....

3.

<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	/
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	().....

4.

<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	/
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการแบ่งเวลาทำกิจกรรมที่เหมาะสม
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	/ /
<input type="checkbox"/>	().....

ตารางที่ 37 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม การศึกษาพฤติกรรม
การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุที่พักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

1	.50	28	.50
2	.28	29	.50
3	.35	30	.60
4	.51	31	.35
5	.28	32	.51
6	.20	33	.57
7	.20	34	.28
8	.29	35	.39
9	.55	36	.80
10	.50	37	.52
11	.20	38	.52
12	.40	39	.69
13	.20	40	.63
14	.49	41	.40
15	.20	42	.48
16	.28	43	.30
17	.20	44	.35
18	.26	45	.29
19	.35	46	.20
20	.27	47	.50
21	.36	48	.40
22	.31	49	.20
23	.30	50	.45
24	.26	51	.40
25	.20	52	.26
26	.46	53	.38
27	.25	54	.40

$$(I) = .89$$