



พฤติกรรมการใช้เฟซบุค (Facebook) ของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ



โดย

นายณัฏฐิข จลตองโกคศิษฐ์

นางสาวหทัยชนก สุขเจริญ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 430 จุลนิพนธ์

ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2555

พฤติกรรมการใช้เฟซบุค (Facebook) ของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 430 จุลนิพนธ์
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2555

**COMMUNICATION BEHAVIOR ON FACEBOOK OF THE ELDERLY PEOPLES IN
SAMUTPRAKARN PROVINCE**



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

**A Research Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree
Bachelor of Business Administration Program in General Business Management**

Faculty of Management Science

SILPAKORN UNIVERSITY

2012

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว
อนุมัติให้การวิจัย เรื่อง “พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของผู้สูงอายุในจังหวัด
สมุทรปราการ” เสนอโดยนายนันทิช ฉลองโกศลศิลาชัย และนางสาวหทัยชนก สุขเจริญ มีคุณค่า
เพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาจุดนิพนธ์ ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ” ได้ผ่าน
การนำเสนอในการประชุมวิชาการเรื่อง การวิจัยเพื่อชุมชน ท้องถิ่น : พลังคนเพื่อพลังท้องถิ่น สำนัก
วิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย วันที่ 13-14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556 ณ อาคารยุพราช
วิทยมงคล มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

.....
(รองศาสตราจารย์ประสพชัย พลุนนท์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

วันที่ เดือน พ.ศ.

.....
(อาจารย์นพดล โฉวิชัยกุล)

รักษาราชการแทน

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

หัวข้อสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
วันที่ เดือน พ.ศ.

12520064, 12520165: สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ: พฤติกรรม / ปัจจัยที่ส่งผล / ความพึงพอใจ

นันท์ช ฉลอง โภคศิลป์ชัย และหทัยชนก สุขเจริญ: พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ. อาจารย์ที่ปรึกษา: รศ. ประสพชัย พสุนนท์. 65 หน้า.

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของผู้สูงอายุ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ ผู้สูงอายุ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรม SPSS ด้วยค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยพบว่า

1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 66-70 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพสมรส ปัจจุบันอาศัยอยู่กับบุตร ไม่ได้ทำงาน แหล่งของรายได้จากตนเอง มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ย ประมาณ 10,001 – 20,000 บาท และไม่เพียงพอต่อการใช้จ่ายต่อเดือน

2) พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก โดยเฉลี่ยใช้เฟซบุ๊กสัปดาห์ละ 10 – 20 ชั่วโมง มักจะใช้ช่วงเวลา 11.01 – 14.00 น. เล่นเฟซบุ๊กบ่อยที่สุด มักใช้เฟซบุ๊กเพื่อความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ ใช้เฟซบุ๊กมาเป็นระยะเวลา 1 ปี และโปรแกรมที่นิยมเข้าไปใช้บริการเฟซบุ๊กบ่อยที่สุดคือ Google Chrome

3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจรวม ($Y_{รวม}$) ในการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุคือ ด้านการสนทนา (x_1) ด้านการใช้งาน (x_2) ด้านการใช้ประโยชน์ (x_3) ที่ระดับความสำคัญ 0.05 โดยมีสมการการถดถอย คือ $Y_{รวม} = 1.616 + 0.066(X_1) + 0.128(X_2) + 0.148(X_3)$

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2555

ลายมือชื่อนักศึกษา 1.....2.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

12520064, 12520165: MAJOR: GENERAL BUSINESS MANAGEMENT

KEY WORDS: THE BEHAVIOR / IDENTIFY FACTOR THAT AFFECTS / THE SATISFACTION

NUNTICH CHALONGPOKSILCHAI, HATHAICHANOK SUKCHAROEN:
COMMUNICATION BEHAVIOR ON FACEBOOK OF THE ELDERLY PEOPLES IN
SAMUTPRAKARN PROVINCE. RESEARCH ADVISOR: ASSO. PROF. PRASOPCHAI
PASUNON, M.Sc. 65 pp.

Abstract

The purposes of this research are 1) To study a behavior of using Facebook in the elderly group.

2) To identify factor that affects the satisfaction of the elderly people's on using Facebook.

This research involves with 400 elderly in participation, data analysis questionnaire using SPSS by statistics, percentage, mean, standard deviation and multiple regression analysis. The results shown that:

1) Most of the participants of elderly women between 66-70 years of age with a bachelor degree in education. Their status is married, living with their child and unemployed. Monthly Income is between 10,001-20,000 baht which still not cover for their living cost.

2) The usage of using Facebook of participants is between 10-20 hours per week, and they are mostly using it from 11.00am-14.00pm. The main reason for using facebook is for their entertainment and they have already used Facebook for a year in average. The most popular web browser to use Facebook is Google Chrome.

3) Factors that affect satisfaction and ($\hat{Y}_{overall}$) in the Facebook of the elderly. Is the Dialogue (x_1) Practical (x_2) and Utilization (x_3) at the level of 0.05 with a regression model is
$$\hat{Y}_{overall} = 1.616 + 0.066(X_1) + 0.128(X_2) + 0.148(X_3)$$

Faculty of Management Science

SILPAKORN UNIVERSITY

Academic Year 2012

Students' signatures 1.....2.....

Research Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

จุลนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาจากรองศาสตราจารย์ประสพชัย พสุนนท์ ที่กรุณาให้ความรู้ ให้คำปรึกษาแนะนำ ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ของการดำเนินงานวิจัยในทุกขั้นตอนและเป็นกำลังใจแก่คณะผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา คณะผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ ผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการทุกท่านที่ให้ความกรุณาในการให้ข้อมูล และให้ความร่วมมือในการทำแบบสอบถาม

ขอขอบคุณ สโมสรโรตารีเทพารักษ์ สำหรับการช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้แก่คณะผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา

ท้ายที่สุดนี้ คณะผู้วิจัยขอโน้มรำลึกถึงพระคุณของบิดามารดาที่อุปการะ อบรมสั่งสอน สนับสนุน และให้กำลังใจ ตลอดจนคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้และให้คำแนะนำต่างๆ

คุณค่าและประโยชน์จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยขอมอบคุณความดีทั้งหมดให้แก่ผู้มีพระคุณดังกล่าวข้างต้น

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์	5
ขอบเขตในการวิจัย	5
กรอบแนวคิดการวิจัย	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
2 วรรณกรรมวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดเกี่ยวกับเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	10
ทฤษฎีเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด	12
บทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศ	14
แนวคิดทางสังคมและทฤษฎีสังคม	15
ประเภทของแนวคิดทางสังคม	15
ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ	16
แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ	18
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
3 วิธีดำเนินการวิจัย	23
ระเบียบวิธีการวิจัย	23
ประชากรในการวิจัย	23
ขนาดตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่างวิจัย	23
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	24
การทดสอบเครื่องมือวิจัย	25

บทที่	หน้า
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	25
ลักษณะประชากร	25
พฤติกรรมการใช้เฟซบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ	26
ปัจจัยการใช้เฟซบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ	26
ความพึงพอใจที่มีเฟซบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ	26
การแปรความหมายเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เฟซบุคของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ	27
การแปรความหมายเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีผลต่อการใช้ เฟซบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ	27
การวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจที่มีผลต่อการใช้ เฟซบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ	28
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	29
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับประชากร ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง	30
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุค ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุคของกลุ่มตัวอย่าง ...	34
ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เฟซบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เฟซบุคของ ผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ	37
ตอนที่ 4 ประเด็นการวัดความพึงพอใจในการใช้เฟซบุคของผู้สูงอายุในจังหวัด สมุทรปราการ ผลการวิเคราะห์ประเด็นการวัดความพึงพอใจในการใช้เฟซบุคของผู้สูง- อายุในจังหวัดสมุทรปราการ	39
ตอนที่ 5 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจใน การใช้เฟซบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจใน การใช้เฟซบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ	44
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	49
สรุปผลการวิจัย	49

บทที่	หน้า
อภิปรายผลการวิจัย	51
ข้อเสนอแนะ	52
ข้อเสนอแนะเพื่อการดำเนินงานครั้งต่อไป	52
รายการอ้างอิง	53
ภาคผนวก	56
แบบสอบถาม	57
ประวัติผู้วิจัย	64



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงผลสำรวจการใช้เว็บไซต์ปี 2012.....	2
2	แสดงผลสำรวจการใช้เฟซบุ๊กทั่วโลกปี 2012.....	3
3	แสดงจำนวนประชากรรวม จำนวนประชากรสูงอายุ สัดส่วนของประชากรสูงอายุ และอายุมัธยฐานของประชากร พ.ศ. 2503 -2568 ในประเทศไทย.....	4
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้สูงอายุที่ใช้เฟซบุ๊กจำแนกตามเพศ	30
5	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานภาพ.....	30
6	แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงอายุ.....	31
7	แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษา.....	31
8	แสดงจำนวนและร้อยละของการอยู่อาศัยในปัจจุบัน	32
9	แสดงจำนวนและร้อยละของการประกอบอาชีพ	32
10	แสดงจำนวนและร้อยละของช่องทางของรายได้ปัจจุบัน.....	33
11	แสดงจำนวนและร้อยละของรายได้ต่อเดือน.....	33
12	แสดงจำนวนและร้อยละของความเพียงพอของรายได้ที่ใช้จ่ายต่อเดือน	34
13	แสดงจำนวนและร้อยละของการใช้เฟซบุ๊ก โดยเฉลี่ยชั่วโมงต่อสัปดาห์	34
14	แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่ใช้เฟซบุ๊กบ่อยที่สุด.....	35
15	แสดงจำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ที่ใช้เฟซบุ๊ก.....	35
16	แสดงจำนวนและร้อยละของการใช้เฟซบุ๊กมีเป็นระยะเวลา	36
17	แสดงจำนวนและร้อยละของโปรแกรมที่นิยมเข้าไปใช้เฟซบุ๊กบ่อยที่สุด	36
18	แสดงความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการสนทนาที่ ส่งผลต่อใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ	37
19	แสดงความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการใช้งานที่ ส่งผลต่อการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ	38
20	แสดงความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์ ที่ส่งผลต่อการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ	39
21	แสดงความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการสื่อสารที่ ส่งผลต่อการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ	40

ตารางที่		หน้า
22	แสดงความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความบันเทิงที่ ส่งผลต่อการใช้เฟชบุคของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ	41
23	แสดงความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการตลาดที่ ส่งผลต่อการใช้เฟชบุคของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ	42
24	แสดงความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านสังคมและ วัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการใช้เฟชบุคของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ	43
25	แสดงความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่ ส่งผลต่อการใช้เฟชบุคของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ	44
26	แสดงผลการวิเคราะห์ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการสื่อสาร	45
27	แสดงผลการวิเคราะห์ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านความบันเทิง	45
28	แสดงผลการวิเคราะห์ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการตลาด	46
29	แสดงผลการวิเคราะห์ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านสังคมและ วัฒนธรรม	47
30	แสดงผลการวิเคราะห์ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านเทคโนโลยี	47
31	แสดงผลการวิเคราะห์ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม	48

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

ในยุคปัจจุบันอินเทอร์เน็ต (Internet) นับว่ามีบทบาทและมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของประชาชนมากขึ้น จนกลายเป็นการสื่อสารในรูปแบบใหม่ที่เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน โดยมีส่วนช่วยทั้งในเรื่องการศึกษา การทำงาน การติดต่อสื่อสาร ความบันเทิงและการพักผ่อนหย่อนใจ โดยอินเทอร์เน็ตนั้นหมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ทั่วโลกเข้าด้วยกัน อาศัยเครือข่ายโทรคมนาคมเป็นตัวเชื่อมเพื่อให้คอมพิวเตอร์ทุกเครื่องในอินเทอร์เน็ตสามารถสื่อสารระหว่างกันได้ นับว่าเป็นเครือข่ายที่กว้างขวางที่สุดในปัจจุบัน จากการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็วในยุคที่อินเทอร์เน็ต มีการเจริญเติบโตและมีผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้นทุกวัน อินเทอร์เน็ตจึงกลายเป็นแหล่งการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ใหญ่ที่สุดในโลก และทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสื่อสารจากยุคการสื่อสารแบบดั้งเดิมในโลกแห่งความเป็นจริง ก่อให้เกิดยุคแห่งการสื่อสารไร้พรมแดนและสังคมแห่งโลกเสมือนจริงที่ในปัจจุบันนี้ ความสนใจของผู้ใช้บริการทั่วโลกได้หันมายังกลุ่มเว็บไซต์ที่ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) กูเกิ้ลพลัส (Google+) และเว็บไซต์ที่ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์อื่นๆ ที่จะเห็นได้จากจำนวนผู้คนที่ลงทะเบียนเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างๆ เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว (จุไรรัตน์ ทองคำชื่น วิวัฒน์, 2552)

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) ได้กลายเป็นปรากฏการณ์ของการเชื่อมต่อสื่อสารระหว่างบุคคลในโลกอินเทอร์เน็ต โดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างชุมชนออนไลน์ซึ่งทำให้ผู้คนสามารถที่จะแลกเปลี่ยน แบ่งปันข้อมูล ตามประโยชน์ กิจกรรม หรือความสนใจเฉพาะเรื่องซึ่งกันและกัน เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยได้เริ่มต้นและพัฒนาขึ้นมาตั้งแต่ปี 1997 เว็บไซต์แรกคือ SixDegree.com และเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนกระทั่งในปัจจุบันนี้มีเว็บไซต์อื่นๆ ที่ถูกสร้างขึ้นเป็นจำนวนมาก ในปัจจุบันเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมที่สุดคือ เฟซบุ๊ก (Facebook) โดยมีจุดเริ่มต้นจากมาร์ค ซัคเคอร์เบิร์ก (Mark Zuckerberg) นักศึกษาของมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ด

และต่อมาก็ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในมหาวิทยาลัยทั่วสหรัฐอเมริกา จากนั้นขยายไปสู่ระดับมัธยมปลายทั่วสหรัฐอเมริกา จนกระทั่งเปิดให้บริการกับบุคคลทั่วไปในปี 2006 และในปัจจุบันปี 2012 เฟซบุ๊กเป็นเว็บไซต์ Social Networking ที่ใหญ่ที่สุดในโลกโดยมีผู้ใช้งานเป็นประจำไม่ต่ำกว่า 900 ล้านคน (พรชัยพล มังกรพิศม์, 2553) จากการติดตามรายงานผลการจัด 10 อันดับเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ซึ่งกระทำโดยผู้เยี่ยมชมประจำวันวันที่ 15 กันยายน 2555 แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลสำรวจการใช้เว็บไซต์ปี 2012

Websites	Total Visits	Visits Share	Rank	Rank	Rank
			09/08	09/01	08/05
Facebook	1,671,185,675	9.37%	1	1	1
Google	1,537,131,933	8.62%	2	2	2
Youtube	515,930,247	2.89%	3	3	3
Yahoo!Mail	463,050,631	2.60%	4	4	4
Yahoo!	404,643,158	2.27%	5	5	5
Bing	236,841,994	1.33%	6	6	6
Gmail	226,365,946	1.27%	8	7	8
Yahoo!Search	226,033,028	1.27%	7	8	7
msn	178,644,551	1.00%	9	9	9
Aol Mil	139,318,365	0.78%	11	10	10

ที่มา : Experian Marketing Service [Online]. Accessed 15 September (2012). Available from

<http://www.hitwise.com/us/datacenter/main/dashboard-10133.html>

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

สำหรับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้น พบว่า มีผลมาจากการใช้เว็บไซต์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างๆอย่างต่อเนื่อง และในช่วงหนึ่งปีที่ผ่านมาเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่ได้จำกัดอยู่แต่เฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นเท่านั้น เพราะนักธุรกิจและมีอาชีพแขนงต่างๆ หรือแม้กระทั่งนักการเมืองได้หันไปใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากขึ้น ทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์กลายเป็นสื่อที่มีอิทธิพลอย่างมาก โดยในปัจจุบันมีอัตราจำนวนผู้ใช้เติบโตอย่างรวดเร็วจากการสำรวจของเฟซบุ๊ก ที่ www.allfacebook.com พบว่า ผู้ใช้งาน (Active Users) ที่มีจำนวนสูงสุดคือ กลุ่มอายุ 18-25 ปี ทั้งเพศชายและหญิง ขณะที่กลุ่มที่ใช้งานเป็นอันดับ 2 คือ กลุ่มอายุ 26-34 ปี ทั้งเพศชายและเพศหญิงที่สำคัญกลุ่มนี้มักเป็นกลุ่มที่ยอมรับนวัตกรรมเร็ว (Early Adopter)

เป็นชนชั้นปัญญาชน และเป็นผู้ก่อตั้งกระแสต่างๆ (Trend Setter) ในสังคม (ภัทรา เรืองสวัสดิ์, 2553) จากสถิติการใช้เฟซบุคของประเทศไทยจากทั่วโลก ประจำเดือนกันยายน 2555 ประเทศไทย อยู่อันดับที่ 16 ของโลก โดยมีจำนวนผู้ใช้งานทั้งสิ้น 16,662,060 คนจากทั้งประเทศไทย แสดงดัง ตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลสำรวจการใช้เฟซบุคทั่วโลกปี 2012

No.	Country	Last 6 months		Last 3 months		Last months	
		Number of Users	Change	(+ %)	Penetration		
1	United States	164 695 640	+6 670 020	4.22%	53.09%		
2	Brazil	57 892 040	+7 937 520	15.89%	28.79%		
3	India	54 755 360	+6 623 340	13.76%	4.67%		
4	Indonesia	44 234 940	+1 316 740	3.07%	18.21%		
5	Maxico	38 015 880	+3 989 880	11.73%	33.80%		
6	United Kingdom	31 923 460	+507 820	1.62%	51.20%		
7	Turkey	31 250 160	+462 040	1.50%	40.17%		
8	Philippines	29 424 360	+2 252 600	8.29%	29.45%		
9	France	24 959 700	+479 280	1.96%	38.54%		
10	Germany	24 472 260	+513 500	2.14%	29.74%		
11	Italy	22 203 140	+505 760	2.33%	38.22%		
12	Argentina	19 937 000	+1 258 400	6.74%	48.22%		
13	Canada	18 073 160	- 426 020	2.30%	53.53%		
14	Colombia	17 240 660	+678 320	4.09%	39.00%		
15	Spain	16 820 240	+190 680	1.15%	36.17%		
16	Thailand	16 662 060	+2 043 720	13.98%	25.09%		
17	Japan	14 828 840	+4 933 120	49.85%	1.69%		

ที่มา : Socialbakers.The recipe for social marketing success [Online]. Accessed September (2012). Available from <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/>

ในขณะที่โลกกำลังก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล มีการพัฒนาทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยเฉพาะสาขาการแพทย์และสาธารณสุข ทำให้ประชากรมีอายุยืนยาวขึ้น ขณะที่อัตราการเกิด

ลดลง สัดส่วนของผู้สูงอายุจึงมากขึ้น สหประชาชาติจึงให้นิยามว่า ประเทศใดมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป เป็นสัดส่วนเกิน 10% หรืออายุ 65 ปีขึ้นไป เกิน 7% ของประชากรทั้งประเทศ ถือว่าประเทศนั้นได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) และจะเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) เมื่อสัดส่วนประชากรอายุ 60 ปี เพิ่มขึ้นเป็น 20% และอายุ 65 ปีขึ้นไป เพิ่มขึ้นเป็น 14% (อรณี ผุ้สุวรรณลักษณ์, 2543)

สำหรับประเทศไทยนั้น จากรายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ.2503 - 2568 โดยมูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย จำนวนประชากรผู้สูงอายุตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503 คือ มีจำนวนประชากรสูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) 1.5 ล้านคนคิดเป็น 5.4% ของประชากรทั้งหมด และจากการประมาณการจำนวนประชากรผู้สูงอายุคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 10 เท่าในปี พ.ศ.2568 เป็น 14 ล้านคน หรือคิดเป็น 20% ของประชากรทั้งหมด แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวนประชากรรวม จำนวนประชากรสูงอายุ สัดส่วนของประชากรสูงอายุ และอายุมัธยฐานของประชากร พ.ศ. 2503 -2568 ในประเทศไทย

พ.ศ.	จำนวนประชากรรวม	จำนวนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป	ร้อยละของประชากร	อายุเฉลี่ย
2503	26,257,916	1,506,000	5.4	18.4
2513	34,397,371	1,680,900	4.9	17.8
2523	44,824,540	2,912,000	6.3	19.9
2533	54,509,500	4,014,000	7.4	25.1
2543	62,236,000	5,867,000	9.4	30.1
2548	64,765,000	6,693,000	10.3	32.6
2550	65,711,000	7,038,000	10.7	33.0
2553	67,042,000	7,522,800	11.8	34.7
2563	70,821,000	11,888,000	16.8	38.2
2568	72,286,000	14,452,000	20.0	39.8

ที่มา : โครงการวิจัยการสำรวจและศึกษาภาวะสุขภาพของสูงอายุ 4 ภาคของไทย สถาบันเวชศาสตร์ผู้สูงอายุ หน้า 94-96

จังหวัดสมุทรปราการเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีจำนวนประชากรอาศัยอยู่ในพื้นที่อย่างหนาแน่น จากศูนย์ข้อมูลประเทศไทย จังหวัดสมุทรปราการ ณ วันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2555 มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 872,749 คน โดยสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุมีจำนวน 63,920 คนจากจำนวนประชากรทั้งจังหวัด

การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในยุคดิจิทัลนั้น การพัฒนาทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยเฉพาะสาขาการแพทย์และสาธารณสุข ทำให้ประชากรมีอายุยืนยาวขึ้น ขณะที่อัตราการเกิดลดลง สัดส่วนของผู้สูงอายุจึงมากขึ้น การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในยุคดิจิทัลนั้น จำเป็นจะต้องมีการเตรียมความพร้อม โดยจะต้องพิจารณาบริบทที่เกี่ยวข้องหลายเรื่อง การเพิ่มช่องทางในการฝึกฝนเรียนรู้และเพิ่มทักษะในการประกอบอาชีพของผู้สูงอายุ หรือบริษัท ห้างร้านต่างๆ ที่เพิ่มช่องทางเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สูงอายุผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ตลอดจนในกลุ่มผู้สูงอายุที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นในปัจจุบันนั้น ยังมีจำนวนของผู้สูงอายุที่ได้รับการศึกษาในระดับที่สูงมากขึ้น มีความรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีในการสืบค้นและติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตได้ดีเพิ่มมากขึ้น

ดังนั้นในปัจจุบันบนโลกอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะในสังคมออนไลน์ จึงพบว่า มีกลุ่มของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่เป็นผู้สูงอายุมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งหากเรามีข้อมูลที่ได้จากการศึกษาถึงพฤติกรรมหรือความต้องการในการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มผู้สูงอายุ ตลอดจนทราบถึงข้อมูลที่เป็นปัญหาในการเข้าถึงบริการสื่อออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุด้วยแล้ว ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อการวางโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการดูแลผู้สูงอายุในชุมชน การดึงองค์ความรู้หรือศักยภาพในกลุ่มผู้สูงอายุมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาสังคม ตลอดจนสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้สูงอายุผ่านช่องทางออนไลน์ได้ง่ายและสะดวกมากขึ้นอีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในจังหวัด

สมุทรปราการ

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เน้นการสำรวจการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ เพื่อเป็นแนวทางในการค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้เฟซบุ๊ก

1. พื้นที่ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำการสำรวจในบริเวณจังหวัดสมุทรปราการ
2. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ
3. กำหนดระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้เวลา 3 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม -

31 ตุลาคม 2555

4. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

4.1 ตัวแปรอิสระ มีดังนี้

- 4.1.1 ด้านประชากรศาสตร์
- 4.1.2 ด้านการสนทนา
- 4.1.3 ด้านการใช้งาน
- 4.1.4 ด้านการใช้ประโยชน์

4.2 ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุใน

จังหวัดสมุทรปราการ

- 4.2.1 ด้านการสื่อสาร
- 4.2.2 ด้านความบันเทิง
- 4.2.3 ด้านการตลาด
- 4.2.4 ด้านสังคมและวัฒนธรรม
- 4.2.5 ด้านเทคโนโลยี

กรอบแนวคิดการวิจัย

แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ รายละเอียดดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมกรรมการสื่อสารในเฟซบุคของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อให้ทราบถึงข้อสรุปของปัจจัยการใช้เฟซบุคของผู้สูงอายุ ได้แก่ ปัจจัยด้านการสนทนา ด้านการใช้งาน ด้านการใช้ประโยชน์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้เฟซบุคของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ ความพึงพอใจด้านการสื่อสาร ด้านความบันเทิง ด้านการตลาด ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเทคโนโลยี และความพึงพอใจโดยรวม
3. สามารถนำผลการศึกษา ไปเป็นแนวทางให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ นำไปใช้วางแผนพัฒนาและเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารผ่านทางเฟซบุคของผู้สูงอายุ



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีแนวคิด ทฤษฎี และวิจัยที่เกี่ยวข้องแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
3. ทฤษฎีเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด
4. แนวคิดทางสังคมและทฤษฎีสังคม
5. ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ
6. แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์

นิยามของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ เว็บไซต์ที่ให้ปัจเจกบุคคลได้กระทำสิ่งต่างๆ ดังนี้

1. การสร้างข้อมูลส่วนตัวบนพื้นที่สาธารณะหรือกึ่งสาธารณะภายในระบบที่มีขอบเขต

2. เชื่อมต่อรายการต่างๆ ของผู้ใช้ที่ยอมให้มีการแบ่งปันข้อมูลไปยังบุคคลต่างๆ ที่ติดต่อสื่อสารกัน

3. สามารถเข้าชมและกีดขวางรายการเชื่อมของบุคคลอื่นภายในระบบได้ ธรรมชาติและการตั้งชื่อของการเชื่อมต่อเหล่านี้จะมีความหลากหลาย (Boyd & Ellison, 2007)

สิ่งที่ทำให้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความพิเศษไม่ใช่เพียงแค่การที่ยอมให้ปัจเจกบุคคลได้พบปะกับบุคคลแปลกหน้าได้เท่านั้น แต่ยังทำให้ผู้ใช้สามารถเชื่อมต่อเครือข่ายสังคมและทำให้เครือข่ายนั้นมองเห็นได้ และในเว็บไซต์เครือข่ายสังคมขนาดใหญ่หลายๆ แห่งการที่มีความสัมพันธ์เชื่อมต่อของผู้ที่เกี่ยวข้องไม่จำเป็นจะต้องจำกัดอยู่ที่การพอบปะเพื่อนใหม่เท่านั้น แต่

พวกเขายังสามารถสื่อสารกับผู้ที่มีความสัมพันธ์เชื่อมต่อกันในเครือข่ายสังคมปกติอยู่แล้วได้เช่นกัน

เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์มีการพัฒนาลักษณะหน้าที่ในหลายรูปแบบ แต่สิ่งที่เป็นแก่นหลักประกอบด้วย ข้อมูลส่วนตัวที่สามารถมองเห็นได้ ที่แสดงการเชื่อมต่อรายการของเพื่อนที่เป็นผู้ใช้งานของระบบเดียวกัน ข้อมูลส่วนตัวจะเป็นหน้าที่แยกออกมาชัดเจนที่ทำให้บุคคลสามารถกรอกข้อมูลสถานะของตนเองได้ (Sunden, 2003 อ้างถึงใน Boyd & Ellison, 2007) และเมื่อเชื่อมต่อกับเครือข่ายสังคมออนไลน์แต่ละบุคคลจะถูกขอให้กรอกข้อมูลที่ประกอบไปด้วยชุดคำถาม เช่น อายุ ที่อยู่ ความสนใจ และสิ่งต่างๆที่เกี่ยวข้องกับตัวเขาและหลายๆ เว็บไซต์ยังให้ผู้ใช้ที่สามารถจะนำรูปส่วนตัวแสดงบนเว็บไซต์ได้ บางเว็บไซต์อาจจะให้ผู้ใช้เพิ่มเนื้อหาที่เป็นมัลติมีเดีย หรือปรับแต่งหน้าตาที่แสดงข้อมูลส่วนตัวได้ตามใจชอบและอื่นๆ เช่น เฟซบุ๊ก ได้มีการทำแอปพลิเคชันพิเศษมากมาย เพื่อให้ผู้ใช้เพิ่มเติมในหน้าข้อมูลส่วนตัวได้ เป็นต้น

หลังจากที่เข้าเป็นสมาชิกเครือข่ายสังคมออนไลน์แล้ว ผู้ใช้สามารถระบุหรือแสดงความสัมพันธ์กับผู้อื่นที่อยู่ในระบบเดียวกัน โดยการกำหนดชื่อจะแตกต่างกันไป แต่ที่เป็นนิยมใช้ เช่น คำว่า “ Friend ” “ Contact ” หรือ “ Fans ” เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่กำหนดให้มีการยืนยันความสัมพันธ์ระหว่างทั้ง 2 ฝ่าย แต่บางเครือข่ายก็ไม่ได้มีการกำหนดให้มีการยืนยันแต่กำหนดเป็นการยินยอมให้ติดตาม (Follow) เป็นต้น

การแสดงความสัมพันธ์บนพื้นที่สาธารณะนับเป็นองค์ประกอบสำคัญของเว็บไซต์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์และหลายๆเว็บไซต์ยังจัดให้ผู้ใช้เป็นสมาชิกสามารถส่งหรือฝากข้อความในหน้าข้อมูลส่วนตัว ของเพื่อนในระบบได้หรือฝากเป็นข้อความส่วนตัวที่มีลักษณะคล้ายกับการส่งเว็บเมล (web mail) ได้เช่นกัน นอกจากนี้ข้อมูลส่วนตัว (Profile) เพื่อน (Friends) การแสดงความคิดเห็น (Comments) และการส่งข้อความส่วนตัว (Private Message) บางเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้เปิดให้มีการแบ่งปันรูปภาพ วิดีโอ หรือสร้างบล็อก รวมถึงเทคโนโลยีการส่งข้อความสั้น (Instant Message) ในขณะที่บางเว็บไซต์ได้สนับสนุนการเชื่อมต่อกับโทรศัพท์มือถือด้วย เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) มายสเปซ (My Space) และไซเวิลด์ (Cyworld)

โดยสรุปแล้วอาจกล่าวได้ว่า เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นซอฟต์แวร์ที่ใช้งานบนอินเทอร์เน็ตเพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ของคนยุคนี้ที่ให้เวลากับการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากขึ้นจนเกิดเป็นสังคมออนไลน์ สำหรับเป็นแหล่งเผยแพร่ข้อมูลส่วนตัว บทความ รูปภาพ ผลงาน พบปะแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ หรือความสนใจร่วมกัน และกิจกรรมอื่นๆ รวมไปถึงเป็นแหล่งข้อมูลจำนวนมากที่ผู้ใช้ช่วยกันสร้างเนื้อหาขึ้นได้ตามความสนใจของแต่ละบุคคล

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคพยายามอธิบายพฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้บริโภคเกี่ยวกับการใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ว่าจะใช้อะไรเป็นหลักในการช่วยตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าแต่ละชนิด และหากตัดสินใจซื้อจะซื้อเป็นจำนวนมากน้อยเท่าไร โดยทั่วไปมนุษย์จะต้องเกี่ยวข้องกับเรื่องราวต่าง ๆ หลายประการด้วยกัน ดังนั้นการศึกษาเรื่องราวที่เกี่ยวกับมนุษย์จึงเป็นเรื่องที่ยุ่งยากซับซ้อน ถึงสิ่งที่กระตุ้นและจูงใจให้เกิดพฤติกรรม จากการศึกษามากมายสามารถสร้างแนวคิด และมีผลทดลองออกมาซึ่งสามารถใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคได้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546:124) ได้ให้ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล และการใช้จ่าย ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา หรืออาจหมายถึงกระบวนการตัดสินใจ และลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมินผล การจัดหา การใช้ และการใช้จ่าย เกี่ยวกับสินค้าและบริการ

รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกของผู้ซื้อซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ และผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ โดยรูปแบบจำลองของพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบไปด้วย

1. สิ่งกระตุ้น สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเอง ทั้งภายในและภายนอก แต่นักการตลาดจะสนใจที่จะจัดการและกระตุ้นความต้องการภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ซึ่งถือว่าสิ่งกระตุ้นเป็นมูลเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า สิ่งกระตุ้นภายนอก ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด เป็นสิ่งที่นักการตลาดสามารถควบคุมและจัดการให้เกิดขึ้นได้ เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอก ซึ่งเป็นสิ่งที่ควบคุมไม่ได้ ประกอบด้วย

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม

2. กล้องคำหรือความรู้สึกลึกซึ้งของผู้ซื้อ เป็นความรู้สึกลึกซึ้งของผู้ซื้อที่ผู้ผลิตหรือผู้ขาย ไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกลึกซึ้งของผู้ซื้อ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคด้วย

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลมาจากปัจจัยต่าง ๆ คือ ด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ส่วนบุคคล ด้านจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ คือ การรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ หรือการตัดสินใจของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ ผู้บริโภคจะต้องมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์

3.2 การเลือกตราสินค้า

3.3 การเลือกผู้ขาย

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ

3.5 การเลือกปริมาณในการซื้อ

4. กระบวนการตัดสินใจ การตัดสินใจของผู้บริโภค ประกอบไปด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้

4.1 การรับรู้ปัญหา ผู้บริโภคจะรับรู้ถึงปัญหาและความจำเป็นที่ต้องใช้สินค้าหรือบริการ ที่ได้รับการกระตุ้นทั้งจากภายในและภายนอก จนเกิดความต้องการที่จะหาสิ่งใดสิ่งหนึ่ง มาช่วยแก้ปัญหาที่นั่น

4.2 การแสวงหาข้อมูล ผู้บริโภคจะทำการหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าจากแหล่งข้อมูลภายในที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าในประกอบด้วย แหล่งบุคคล แหล่งการค้า แหล่งชุมชน แหล่งผู้ใช้ แต่ในบางครั้งต้องหาเพิ่มเติมจากแหล่งภายนอกด้วย เพื่อช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ

4.3 การประเมินทางเลือก คือการที่ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้มาพิจารณาและประเมินผลทางเลือกเพื่อหาสินค้าหรือบริการที่ดีที่สุด สำหรับผู้บริโภค

4.4 การตัดสินใจและการทำการซื้อ หมายถึงการตัดสินใจเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง พร้อมกับดำเนินการเพื่อให้ได้ทางเลือกนั้นมา

4.5 ความรู้สึกหลังซื้อ หมายถึงความรู้สึกภายนอกหลังจากที่ผู้บริโภคได้ทดลองใช้สินค้าหรือบริการที่เลือกซื้อแล้ว แบ่งออกเป็น ความรู้สึกพอใจและไม่พอใจ ในสินค้าและบริการนั้น ความพอใจเกิดขึ้นเมื่อผลลัพธ์จากการใช้ตรงกับผู้บริโภคคาดหวังไว้ และถ้าหากผู้บริโภคผิดหวังกับการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นก็จะมีรู้สึกไม่พอใจ

ธงชัย สันติวงษ์ (2546: 27-28) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่าการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายถึงกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าวประเด็นสำคัญของคำจำกัดความข้างต้นก็คือ กระบวนการตัดสินใจที่มีมาอยู่ก่อนแล้ว สิ่งที่มีมาก่อนเหล่านี้ หมายถึงลักษณะทางพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ว่าในขณะที่

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2539: 20) ได้ให้ความหมายของผู้บริโภคว่า หมายถึงบุคคลต่าง ๆ ที่มีความสามารถในการซื้อ หรือทุกคนที่มีเงิน มีความเต็มใจที่จะซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ

ปริญญ์ ลัทธิตานนท์ (2544: 54) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาและการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้หมายถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อน และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมินผล การจัดหา การใช้ และการใช้จ่าย เกี่ยวกับสินค้าและบริการ

ทฤษฎีเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด

แมคลูฮัน (McLuhan) เป็นนักทฤษฎีกลุ่มเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดแห่งสำนักโทรอนโตประเทศแคนาดา ซึ่งให้ความสนใจในเรื่องของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีผลกระทบต่อสังคม โดยมองว่าเทคโนโลยีการสื่อสารช่วยขยายประสบการณ์ของมนุษย์ให้กว้างขวางออกไป และสนใจการวิเคราะห์ในระดับจุลภาค ซึ่งหมายถึงประสบการณ์ของปัจเจกบุคคล ทั้งนี้แนวคิดพื้นฐานของแมคลูฮันต่อเทคโนโลยีการสื่อสารที่เขาเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของมนุษย์ก็คือ “สื่อ” ซึ่งเขามองว่าสื่อทุกชนิดคือการขยายประสบการณ์ด้านผัสสะของมนุษย์ โดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นได้ขยายประสบการณ์ของมนุษย์ออกไปอย่างมากมาพัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคปัจจุบันทำให้อุปสรรคด้านเวลา รวมถึงระยะทางและสถานที่หมดลงไป

นอกจากนี้แมคลูฮัน ได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่อง “รูปแบบของสื่อ” โดยแมคลูฮัน ได้กล่าวว่า “ตัวสื่อก็คือสาร” เนื่องจากเขาคิดว่าการเปลี่ยนเพียงตัวสื่อ เท่านั้นก็จะสร้างผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกับประสบการณ์ของมนุษย์แล้วขณะที่โรเจอร์ (Rogers, 2001) เสนอแนวคิดพื้นฐานว่า “ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการสื่อสารบวกผสมกับปัจจัยอื่น ๆ จะรวมเป็นสาเหตุแห่งการ

เปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในสังคม” กล่าวคือโรเจอร์เห็นว่า เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญอย่างยิ่ง ของการเปลี่ยนแปลงสังคม แต่ทว่าปัจจัยตัวนั้นก็ต้องทำงานรวมไปกับปัจจัยตัวอื่นๆ ทั้งนี้เขาได้ค้นคว้าคุณลักษณะสำคัญของสื่อใหม่ที่กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน และได้ชี้ให้เห็นว่าคุณลักษณะสำคัญของสื่อแบบใหม่ที่จะมีผลต่อเนื่องไปถึงการเปลี่ยนแปลงประสิทธิภาพของมนุษย์และการเปลี่ยนแปลงของสังคมนั้นมีอยู่ 3 ประการคือ

1. การสื่อสารระหว่างกัน ของสื่อ ตั้งแต่เดิมการสื่อสารระหว่าง 2 ฝ่ายนั้นจะมีอยู่เฉพาะในการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้าเท่านั้น แต่ในสื่อใหม่ เช่น การใช้ E-mail Computer-Conference จะสามารถสร้างเงื่อนไขให้เกิดการตอบโต้ได้อย่างจับปล้นทันทีอันจะทำให้มิติด้านความเหมาะสมของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก

2. บัณฑิตนิยม แต่เดิมเน้นรูปแบบการสื่อสารแบบสื่อมวลชนจะสร้างผู้รับสารแบบเป็น “มวลชน” ขึ้นมา ทุกคนจะดูรายการทุกอย่างๆ เหมือนกัน ในช่วงเวลาเดียวกันยี่นับวัน ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารจะทำให้ผู้ใช้สารสามารถเลือกใช้ตามที่ตนเองต้องการได้มากขึ้น

3. การสื่อสารที่ไม่ตรงกัน คุณลักษณะประการหนึ่งของสื่อใหม่คือ สามารถจะแบ่งแยกกันเป็นส่วนๆ ได้ โดยไม่มาเป็นกลุ่มก้อนเดียวกัน นอกจากนั้นยังหมายความถึงศักยภาพของสื่อที่สามารถจะเก็บรักษาข่าวสารข้อมูลเอาไว้ด้วยและวิธีการเก็บข่าวสารก็ยังสามารถแยกไว้ในที่ต่างๆ ได้ด้วย กรณีการขยายตัวของการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย อาจสามารถอธิบายด้วยทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมของ โรเจอร์ (Rogers) ได้เป็นอย่างดี แม้ว่าจะมีจุดเริ่มต้นของทฤษฎีจากการสื่อสารทางการเกษตรแต่ทฤษฎีดังกล่าวก็ถูกอธิบายปรากฏการณ์ของการเติบโตของการใช้หรือการแพร่กระจายนวัตกรรมใด ได้อย่างครอบคลุม ภายใต้แนวคิดของคประกอบสำคัญในกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรมมีดังนี้

3.1 นวัตกรรม ซึ่งอาจเป็นแนวคิดใหม่บริการใหม่ หรือเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ๆ มีคนในสังคมหนึ่งรับรู้ว่าเป็นของใหม่

3.2 ช่องทางการสื่อสาร หมายถึงการสื่อสารให้คนรับรู้ถึง การมีขึ้นหรือการเกิดขึ้นของนวัตกรรมนั้น จากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง

3.3 ช่วงเวลา ในการที่สมาชิกในสังคมนั้นๆ ใช้ในกระบวนการตัดสินใจเพื่อยอมรับนวัตกรรม

3.4 ระบบสังคม ที่ประกอบด้วยหน่วยต่างๆ ซึ่งมีผลต่อกระบวนการแพร่กระจาย

โกสตันด์ เทพสิทธิทรากรณ์ (2547: 10) กล่าวว่า เทคโนโลยีสารสนเทศหรือเรียกย่อ ๆ ว่า ไอที เกิดจากการนำเทคโนโลยีสองสาขามาใช้ประโยชน์ร่วมกัน ได้แก่ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีการสื่อสารและโทรคมนาคม เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ช่วยในการเก็บบันทึกข้อมูลประมวลผลข้อมูล ตลอดจนการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบต่างๆ จากเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องหนึ่งไปยังเครื่องคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์อื่นๆ ที่อยู่ห่างไกลได้อย่างรวดเร็วประหยัดทั้งเวลาและค่าใช้จ่าย

จากความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศที่นักวิชาการได้กล่าวไว้แล้ว สรุปได้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง การบริหารการจัดการในเรื่องของโครงสร้างของเทคโนโลยีและข้อมูลข่าวสารในรูปแบบต่าง ๆ ที่นำเอาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีทางการสื่อสารโทรคมนาคมมาประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการทำกับข้อมูลเหล่านี้ตามวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ประโยชน์ เพื่อให้มีเกิดประโยชน์และความคุ้มค่าเพิ่มขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นระบบที่นำไปใช้ได้สะดวก รวดเร็วทันสมัยและมีประสิทธิภาพมากที่สุด

บทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศ

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทในการทำงานในองค์กรโดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ข้อมูล ข่าวสาร คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต อินทราเน็ต ไม่ใช่สิ่งที่อยู่ในจินตนาการอีกต่อไป ปัจจุบันสิ่งเหล่านี้ได้เกิดขึ้นและเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน มีการพัฒนาปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้มากขึ้น ในขณะที่เดียวกันราคาก็ถูกลง ดังนั้น ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศจึงเข้าไปมีบทบาทอย่างเต็มตัวในองค์กรต่าง ๆ และถือได้ว่า ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ช่วยทำให้งานในองค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น ประหยัดเวลาและแรงงาน อีกทั้งสะดวกในการเก็บรักษาข้อมูลการเรียกใช้ การส่งข้อมูลและป้องกันการสูญหายของข้อมูลได้ เนื่องจากใช้เวลาเพียงเล็กน้อยเท่านั้นในการส่งข้อมูลข้ามประเทศ และสามารถส่งไปได้ทั่วโลกประหยัดทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายในการส่งข้อมูลในแบบเดิม ๆ ประเทศไทยในฐานะหน่วยหนึ่งของหมู่บ้านโลกมีสถานะเศรษฐกิจระบบทุนนิยมยุคกระแสโลกาภิวัตน์ จึงจำเป็นต้องพึงพิงในเรื่องเกี่ยวกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อปรับระบบงานและการรับส่งข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว

วชิราพร พุ่มบานเย็น (2545: 48) กล่าวว่า เทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น

1. การศึกษา เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้การค้นคว้าหาข้อมูลทางด้านการศึกษาง่ายขึ้น และกว้างขวางไร้ขีดจำกัด ผู้เรียนมีความสะดวกมากขึ้นในการค้นคว้าวิจัยต่างๆ

2. การดำเนินชีวิตประจำวัน ทำให้มีความคล่องตัวและสะดวกรวดเร็วมากขึ้นกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันก็สามารถทำได้หลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกัน หรือใช้เวลาน้อยลง

3. การดำเนินธุรกิจ จะทำให้มีการแข่งขันกันระหว่างธุรกิจมากขึ้น ทำให้ต้องมีการพัฒนาองค์กรเพื่อให้ทันกับข้อมูลข่าวสารอยู่ตลอดเวลา ส่งผลให้ประเทศชาติมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

4. อัตราการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เพราะการติดต่อสื่อสารที่เจริญก้าวหน้าและทันสมัยในปัจจุบัน จึงทำให้โลกของเราเป็นโลกไร้พรมแดน

5. ระบบการทำงาน เพราะจะต้องมีการนำคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในการทำงานมากขึ้น และงานบางอย่างที่มนุษย์ไม่สามารถทำได้ การใช้คอมพิวเตอร์เข้ามาทำงานแทนระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ จะต้องประกอบด้วยฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการข้อมูลและติดต่อสื่อสาร

แนวคิดทางสังคมและทฤษฎีสังคม

แนวคิดทางสังคม หมายถึงความคิดของมนุษย์โดยมนุษย์และเพื่อมนุษย์ ความคิดที่มนุษย์ประดิษฐ์คิดค้นขึ้นมา จะกระทำโดยคนเดียวหรือหลายคนก็ได้ กรณีที่คิดคนเดียวก็ต้องเป็นที่ยอมรับของผู้อื่นด้วย แม้ไม่ยอมรับทั้งหมดก็อาจยอมรับเพียงบางส่วน ความคิดนั้นจึงคงอยู่ได้ Emory Bogardus ได้ให้ความหมายแนวคิดทางสังคมว่า “เป็นความคิดเกี่ยวกับการสอบถามหรือปัญหาทางสังคมของบุคคลต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นอดีตหรือปัจจุบัน เป็นการคิดร่วมกันของเพื่อนหรือผู้ที่อยู่ในความสัมพันธ์ เป็นความคิดของแต่ละคนและของกลุ่มคน ในเรื่องรอบตัวมนุษย์ ซึ่งมนุษย์ของสังคมแต่ละยุคแต่ละสมัยก็ต้องคิด เพื่อหาทางแก้ปัญหาหรือทำให้ปัญหาบรรเทาลง ความคิดความอ่านที่ได้ประดิษฐ์คิดค้นขึ้นมาแล้ว และใช้การได้ดี ก็จะได้รับเกียรติยกย่องจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง” อาจารย์ยิวราคม ทีสุกะ ให้ความหมายว่า “แนวคิดทางสังคมเป็นความคิดของมนุษย์เกิดจากการรวมกันเป็นกลุ่มเป็นก้อนของมนุษย์ เป็นเรื่องเกี่ยวกับชีวิตมนุษย์โดยทั่วไป และปัญหาที่ประสบ ความคิดนี้เป็นที่ยอมรับกันในหมู่มนุษย์ ไม่สูญหาย มีการสืบความคิดกันต่อไป”

ประเภทของแนวคิดทางสังคม

ได้เรียบเรียงจากความคิดของ Bogardus ได้ 5 ประเภท เรียกว่า “แนวทางห้าสายของความคิดมนุษย์” ดังนี้

1. ความคิดเกี่ยวกับจักรวาล เป็นความคิดของคนโบราณเกี่ยวข้องกับลักษณะของสากลจักรวาล และความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับจักรวาล มนุษย์ยุคโบราณสนใจในศาสนา ในจิตและ

วิญญาณ มีความคิดความเชื่อในเรื่องเทพเจ้า ภูต ผี เทวดา ลัทธิศาสนาต่างๆ เช่น ลัทธิเทพเจ้าองค์เดียว ลัทธิเทพเจ้าหลายองค์ การปกครองโดยสงฆ์ สิ่งเหล่านี้ทำให้มนุษย์เกิดความกลัวและความหวัง อุดมการณ์และการบูชาอันศักดิ์ด้วยชีวิต

2. ความคิดเกี่ยวกับปรัชญา ในขั้นนี้มีระดับความคิดเชิงปัญญาสูงขึ้น แต่ก็ยังเป็นความคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์กับจักรวาลเกี่ยวข้องกับสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิต แต่ไม่เกี่ยวกับศาสนา หรือไม่ใช่ความคิดที่สนองความจำเป็นทางศาสนา ความเชื่อ มนุษย์พยายามลดความคลุมเครือ หาความกระจ่างในสิ่งแวดล้อมของจักรวาล

เกณฑ์คำอธิบายต่างๆอย่างมีเหตุผล หาเอกภาพจากการเปลี่ยนแปลงและหาแก่นสารในความซับซ้อน มนุษย์ได้พบว่าในยุคนี้ควรมีการเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติ เชื่อมมั่นในความสามารถของมนุษย์ และรู้ว่าในที่สุดทุกสิ่งจะต้องแตกดับไป มนุษย์พยายามสร้างความหมายสูงสุดของสิ่งต่างๆอย่างไม่มีอคติตามความรู้ความสามารถที่สูงขึ้นของตน

3. ความคิดเกี่ยวกับตนเอง เมื่อมีความรู้เกี่ยวกับจักรวาลและความรู้ทางปรัชญาเพียงพอแล้ว มนุษย์ก็หันกลับมาคิดถึงตัวเอง คิดถึงบุคลิกลักษณะ โครงสร้างและหน้าที่ของการคิดการกระทำหรือการประพฤติปฏิบัติของตนเอง คิดถึงความฉลาด ความโง่ ความจำ ความฝันและสิ่งต่างๆเกี่ยวกับตนเอง ซึ่งเป็นที่มาของวิชาจิตวิทยาสมัยใหม่

4. ความคิดเกี่ยวกับวัตถุ ได้แก่ความรู้สึเกี่ยวกับ หิน ดิน น้ำ อากาศ ซึ่งเป็นสิ่งที่อยู่รอบตัวมนุษย์ และมนุษย์จำเป็นต้องรู้จัก เพื่อป้องกันอันตราย หรือใช้ประโยชน์จากสิ่งเหล่านี้ การคิดเกี่ยวกับเรื่องเหล่านี้ ทำให้มนุษย์ได้บ่อน้ำมัน บ่อแก๊ส นำมาปรับปรุงการคมนาคมขนส่ง ความคิดความรู้อันแยบยลของมนุษย์ ทำให้มนุษย์รู้จักใช้ประโยชน์จากวัตถุต่างๆ สามารถควบคุมธรรมชาติได้ นั่นคือที่มาของความคิดทางวิทยาศาสตร์ ที่ทำให้เกิดความสะดวกสบาย

5. ความคิดเกี่ยวกับเพื่อนมนุษย์หรือสังคมมนุษย์ ในประวัติศาสตร์มนุษย์มีความคิดเกี่ยวกับเพื่อนมนุษย์ในลักษณะเป็นกลุ่มน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนที่ทำให้กับเรื่องต่างๆใน 4 ข้อแรก และได้หันมาสนใจเรื่องของเพื่อนมนุษย์เมื่อไม่นานมานี้ โดยอาศัยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ ได้แก่ ความคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ด้วยกัน ระหว่างมนุษย์กับสังคม ภาระหน้าที่ ความผูกพันที่มีต่อเพื่อนมนุษย์ ต่อสังคม ลักษณะของชีวิตสังคม แนวโน้มทางสังคม ปัญหาสังคม หลักการ การศึกษาวิเคราะห์สังคม อันเป็นความคิดพื้นฐานของสังคมศาสตร์ในสังคมสมัยใหม่

ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

การศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสารนี้ เป็นการมองผู้รับสารในแง่ของจิตวิทยาสังคม โดยเน้นค่านิยม ความเชื่อ ทศนคติ และความคิดเห็นส่วน

บุคคล การศึกษาแนวทฤษฎีนี้ จึงเน้นที่ความต้องการและสาเหตุของความต้องการของประชาชน ผู้ใช้สื่อมวลชน คือเปลี่ยนความสนใจจากความตั้งใจของผู้สร้างข้อความมาเป็นความต้องการของผู้ใช้สื่อ อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการกระบวนการทางสังคมและจิตวิทยาของผู้ใช้ ทฤษฎีนี้ยังได้อธิบายอีกว่า นอกจากความต้องการพื้นฐาน 5 ประการ ตามที่มาสโลว์ได้กล่าวไว้ คือความต้องการทางร่างกาย ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการความรัก ความต้องการความนับถือ และความต้องการความสำเร็จในชีวิตแล้ว มนุษย์ยังมีความต้องการอยากรู้ ซึ่งเป็นการต้องการที่จะแสวงหาระเบียบและความเข้าใจสภาวะแวดล้อมตนเอง ความต้องการที่จะเรียนรู้นี้ เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เราเรียนรู้มาจากการอยู่ในสังคม การศึกษาแบบนี้เป็นการยอมรับว่ามนุษย์เราสนใจแสวงหาข่าวสารต่าง ๆ จากสื่อมวลชน ไม่ใช่การถูกยัดเยียดข้อความให้ดังที่เคยคิดกัน Katz, Blumer, and Gurevitch (1974) ได้อธิบายว่าสภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ย่อมมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความต้องการที่แตกต่างกัน ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจได้ต่างกันออกไปด้วย ดังนั้น ลักษณะของการใช้สื่อของแต่ละบุคคลก็จะแตกต่างกันไป ส่งผลให้ความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อแตกต่างกันออกไปอีกด้วย โดย Katz ได้สร้างแบบจำลองเพื่ออธิบายการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ และความพึงพอใจ

นอกจากนั้น ได้มีการสรุปแนวความคิดเกี่ยวกับสังคมที่มีบทบาทในการกำหนดความต้องการและความพอใจของแต่ละคนไว้ดังนี้

1. บุคคลได้รับแรงกดดัน ความตึงเครียด ความขัดแย้งทางสังคม ทำให้บุคคลต้องผ่อนคลายแรงกดดันต่างๆ ด้วยการบริโภคสื่อมวลชน
2. สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมกระตุ้นให้แต่ละบุคคลต้องตระหนักถึงปัญหา ทำให้บุคคลเหล่านั้นต้องแสวงหาข่าวสารจากสื่อ
3. โอกาสที่ปัจเจกบุคคลจะได้รับการตอบสนองความพึงพอใจความต้องการ สถานการณ์ทางสังคมนั้นน้อยมาก เพราะฉะนั้นสื่อมวลชนจะต้องเป็นตัวเสริมหรือทดแทนบริการต่าง ๆ ที่ขาดหายไปจากสังคม
4. การบริโภคว่าสารจากสื่อทำให้สอดคล้องกับค่านิยมการเป็นสมาชิกและการเสริมสร้างความเชื่อของสังคม
5. สถานการณ์ทางสังคมจัดของเขตของความคาดหวังและความคล้ายคลึงกัน ดังนั้น การเปิดรับสื่อมวลชนจะเป็นตัวสนับสนุนการเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมของกลุ่มในสังคม

นอกจากบทบาทของสังคมที่มีผลต่อการกำหนดความต้องการและความพึงพอใจของบุคคลแล้ว McCombs and Becker (1979, 51-52) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจของบุคคลไว้ 5 ประการ คือ

1. เพื่อต้องการรับทราบเหตุการณ์ การเปิดรับสื่อทำให้ทราบว่าจะอะไรเป็นประเด็นสำคัญ ที่ควรให้ความสนใจในขณะนี้

2. เพื่อช่วยตัดสินใจ การเปิดรับสื่อทำให้บุคคลสามารถกำหนดความ-คิดเห็นของตน ต่อเหตุการณ์ หรือประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน เนื่องจากมีข้อมูลในการตัดสินใจ

3. เป็นข้อมูลในการพูดคุยสนทนา การเปิดรับสื่อทำให้บุคคลมีข้อมูลที่นำไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่นได้

4. ต้องการมีส่วนร่วม การเปิดรับสื่อช่วยสร้างให้บุคคลรู้สึกว่ายู่ในเหตุการณ์

5. เสริมสร้างความคิดเห็น การเปิดรับสื่อช่วยทำให้ความคิดเห็นของบุคคลมั่นคงยิ่งขึ้น และสนับสนุนการตัดสินใจที่ดำเนินการไปแล้วเพื่อความบันเทิง ทำให้เกิดความเพลิดเพลิน ผ่อนคลายอารมณ์

ดังนั้น การศึกษาสื่อมวลชน ตามแนวคิดทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความ-พึงพอใจ จึงมีข้อสรุปที่ยอมรับกันดังนี้ (นงนุช ศิริโรจน์, 2545: 50-51)

1. มนุษย์ขี้ใจและแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดู หรือฟัง มนุษย์มีการเลือกจะหลบหลีกข่าวสาร ได้ถ้าต้องการ

2. การใช้สื่อมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย

3. สื่อมวลชนจะต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่าง ที่อาจจะตอบสนองความต้องการรับรู้ของมนุษย์ได้

4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเอง จากความสนใจแรงจูงใจ ที่เกิดขึ้นในกรณีต่าง ๆ กัน

แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

ความหมายของผู้สูงอายุ วัยสูงอายุจัดเป็นวัยที่อยู่ในระยะสุดท้ายของชีวิต ลักษณะและ พัฒนาการในวัยนี้ จะตรงข้ามกับวัยเด็ก คือมีแต่ความเสื่อมโทรมและสึกหรอ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้ จะดำเนินไปอย่างค่อยเป็นค่อยไป (ชูศรี วงเครือ, 2543: 47) จึงเป็นการยากที่จะกำหนดว่าบุคคลใด อยู่ในวัยสูงอายุ เกณฑ์ที่สังคมจะกำหนดว่าบุคคลใดเป็นผู้สูงอายุนั้น จะแตกต่างกันไปตามสภาพ สังคมซึ่ง ได้มีผู้ให้ คำนิยามเกี่ยวกับผู้สูงอายุไว้ เช่น ฮอลล์ (Hall D.A., 1976, 3-4 อ้างถึงใน แสงเดือน มุสิกกรรมณี, 2545: 7) ได้แบ่งการสูงอายุของบุคคลออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. การสูงอายุตามวัย หมายถึงการสูงอายุตามปีปฏิทิน โดยการนับจากปีที่เกิดเป็นต้นไป และบอกได้ทันทีว่า ใครมีอายุมากน้อยเพียงใด

2. การสูงอายุตามสภาพร่างกาย เป็นการพิจารณาการสูงอายุจากสภาพร่างกายและ สรีระของบุคคลที่เปลี่ยนไป เมื่อมีอายุเพิ่มขึ้น เนื่องจากประสิทธิภาพการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ในร่างกายลดน้อยลง เป็นผลมาจากความเสื่อมโทรมตามกระบวนการสูงอายุ ซึ่งเป็นไปตามอายุขัย ของแต่ละบุคคล

3. การสูงอายุตามสภาพจิตใจ เป็นการเปลี่ยนแปลงใน หน้าที่ การรับรู้ แนวความคิด ความจา การเรียนรู้ เซอร์ปัญญา และลักษณะบุคลิกภาพ ที่ปรากฏในระยะต่างๆ ของชีวิตแต่ละคนที่ มีอายุเพิ่มขึ้น

4. การสูงอายุตามสภาพสังคม เป็นการเปลี่ยนแปลงใน บทบาทหน้าที่สถานภาพของ บุคคลในระบบสังคม รวมทั้งความคาดหวังของสังคมต่อบุคคลนั้น ซึ่งเกี่ยวกับอายุ การแสดงออก ตามคุณค่าและความต้องการของสังคม

สำหรับการกำหนดว่า ผู้สูงอายุเริ่มเมื่ออายุเท่าใดนั้น ขึ้นอยู่กับความแตกต่างกันในแต่ละ สังคม สำหรับสังคมไทยนั้นกำหนดว่า ผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลที่มีสัญชาติไทยและมีอายุตั้งแต่ 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป ทั้งนี้ผู้สูงอายุไม่ได้มีลักษณะเหมือนกันหมด แต่จะมีความแตกต่างกันไปตาม ช่วงอายุ องค์การอนามัยโลกจึงได้แบ่งเกณฑ์อายุตามสภาพของ การมีอายุเพิ่มขึ้น ดังนี้

1. ผู้สูงอายุ มีอายุระหว่าง 60-74 ปี

2. คนชรา มีอายุระหว่าง 75-90 ปี

3. คนชราวมก มีอายุ 90 ปีขึ้นไป การแบ่งผู้สูงอายุเป็น 3 ช่วงดังกล่าว สำหรับใน

สังคมไทยยังมีได้มีข้อสรุปว่าจะมีการจัดประเภทของผู้สูงอายุในลักษณะใด การจัดโดยใช้เกณฑ์อายุ ก็ยังมีข้อถกเถียงว่ายังไม่เหมาะสม นักวิชาการบางท่านจึงใช้เกณฑ์ความสามารถของผู้สูงอายุ แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

3.1 กลุ่มที่ช่วยเหลือตนเองได้ดี

ผลงานวิจัยที่มีผลกระทบต่อปริญญาดรี

3.2 กลุ่มที่ช่วยเหลือตนเองได้บ้าง

3.3 กลุ่มที่ช่วยเหลือตนเองไม่ได้ เนื่องจากมีปัญหาสุขภาพ มีความพิการ

การจัดประเภทผู้สูงอายุจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะผู้สูงอายุในแต่ละประเภทจะมีความ ต้องการบริการสวัสดิการสังคมที่แตกต่างกันไป ความเข้าใจต่อบริการสวัสดิการผู้สูงอายุ ที่ ผ่านมาจึงถูกจำกัดด้วยการจัดบริการแบบ One Size fits for all ซึ่งไม่สามารถตอบสนองกับ ความ ต้องการของผู้สูงอายุที่แท้จริง นิวการ์เดนและคณะ (Neugarten และคณะ, 1968 อ้างในบุษยามาส ลินฐประมา, 2539, 48) กล่าวถึงบุคลิกภาพและการปรับตัวของผู้สูงอายุไว้ 8 ประเภท ดังนี้

1. Reorganizer เป็นพวกหากิจกรรมใหม่ๆ เพื่อมาแทนที่กิจกรรมที่สูญเสียไป

2. Focal เป็นพวกช่างเลือกในการทำกิจกรรม พวกนี้จะหยุดทำกิจกรรมบางอย่าง ในขณะที่พวกอื่นก็จะรู้จักในการที่จะเลือกกิจกรรมใหม่

3. Disengaged เป็นพวกที่ดึงตัวเองออกมาจากบทบาทความรับผิดชอบที่มีอยู่เดิม โดยสมัครใจ

4. Holding – on พวกที่พยายามจะอยู่ใกล้ชิดกับคนวัยกลางคน

5. Constricted เป็นพวกที่พยายามจะปิดตัวเองจากโลกภายนอกมากขึ้นเรื่อยๆ (ไม่ยุ่งเกี่ยวกับโลก)

6. Succorance – seeking เป็นพวกที่มีความพอใจในชีวิตตนเอง トラบที่สามารถหาคนเป็นที่พึ่งพาได้ พวกนี้ต้องการคนมาช่วยเหลือและเอาใจใส่

7. Apathetic เป็นพวกดึงตัวเองออกมา จะหยุดคิดหรือหมดหวังในชีวิตค่อนข้างเร็ว ตั้งแต่เนิ่น ๆ ไม่เคยเปลี่ยนความเชื่อแบบทาร์รายตนเอง ว่าตนเองไม่สามารถที่จะจัดการสิ่งแวดล้อมของตนเองได้

8. Disorganized เป็นพวกมีกิจกรรมต่างๆ น้อยและมีสภาพจิตไม่เป็นปกติ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศุภนาฏ บัวบางพลู (2546) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่าย โภคภัณฑ์ พบว่า

1. พนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่าย โภคภัณฑ์ที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้ ตำแหน่ง และอายุงานแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

2. พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่าย โภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

3. พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่าย โภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบ Intranet

4. พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่าย โภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

5. ความคาดหวังของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่าย โภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์ ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

6. ความคาดหวังของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่าย โภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

7. การใช้ประโยชน์ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ ความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

อรอุมา ศรีสุทธิพันธ์ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นและพฤติกรรมเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในระดับต่ำเพียง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ และมีระยะเวลาในการเปิดรับอินเทอร์เน็ต 2 ชั่วโมงต่อครั้ง ซึ่งกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่นิยมใช้อินเทอร์เน็ตในเวลากลางคืน คือ 17.01-24.00 น. อีกทั้งสถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เข้าไปใช้อินเทอร์เน็ต คือ ที่บ้าน และบริการอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ที่นิยม คือ เวิลด์ ไวด์ เว็บ นอกจากนี้เพศที่ต่างกันจะมีระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน โคนเพศชายจะมีระยะเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตต่อครั้งมากกว่าเพศหญิง และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน โดยรายได้ยังมีน้อย ความถี่ในการเปิดรับก็จะน้อยตามลงไปด้วย

ศุภอักษร ปรีดาสุทธิจิตต์ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย กรณีศึกษาโรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาพัฒนาการ ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้าน โดยมีระยะเวลาการใช้แต่ละครั้งเท่ากับ 2 ชั่วโมง ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการติดต่อสื่อสารในกลุ่มเพื่อนมากที่สุด และบริการสื่ออินเทอร์เน็ตที่ใช้มากที่สุด คือ เวิลด์ ไวด์ เว็บ นอกจากนี้ เพื่อนที่ใช้อินเทอร์เน็ตมีผลในการกระตุ้นการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มเป้าหมาย

วรรณิ เจริญทรียานันท์ (2543) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าเพศชายใช้อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 58.2 และเพศหญิงใช้อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 41.8 โดยเพศชายจะใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าเพศหญิง นอกจากกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้าน โดยมีวัตถุประสงค์การใช้อินเทอร์เน็ต คือ เพื่อส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และสนทนากับบุคคลอื่น นอกจากนั้น ในเรื่องเพศและรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

นิชดา เจริญชัยศรี (2542) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ในการสื่อสาร ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างที่สื่อสารผ่านระบบเครือข่ายที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet แตกต่างกันในตัวแปรเพศ อายุ ลักษณะงาน

และระยะเวลาในการใช้ระบบเครือข่าย อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งงาน อายุงานที่แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

2. ลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างของผู้ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับผ่านระบบเครือข่าย Intranet

3. ผู้ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet แตกต่างกัน ในตัวแปรอายุ อายุงาน ลักษณะงาน ระยะเวลาในการใช้ระบบเครือข่าย อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ ตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

4. การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ จากข่าวสารที่ผ่านระบบเครือข่าย Intranet ซึ่งหมายความว่า หากมีการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มากก็จะมี การใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับผ่านเครือข่าย Intranet มากตามไปด้วย

เพ็ญทิพย์ จิรพินนุสรณ์ (2539) ศึกษาเรื่อง “ พฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อมวลชนและอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาและบุคลากรของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ” โดยศึกษานักศึกษาและเจ้าหน้าที่ อาจารย์จำนวน 350 คน ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตในเรื่องเกี่ยวกับศึกษาค้นคว้า วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี บันทึกลงตามลำดับ บริการอินเทอร์เน็ตที่ใช้มากที่สุดคือ เวิลด์ ไวด์ เว็บ การสื่อสารสองทางผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ และถ่ายโอนแฟ้มข้อมูลประเภทซอฟต์แวร์เพื่อมาใช้งาน ส่วนปัญหาและอุปสรรคนั้นมาจากสื่อสารที่มีความเร็วต่ำ

เรวดี คงสุภาพกุล (2539) ศึกษาเรื่อง “ การใช้อินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร ” จากผลการวิจัยพบว่า การเรียนรู้การใช้บริการเพื่อติดต่อค้นคว้างานวิจัยข้อมูลวิชาการ คุยกับเพื่อน และการมีคอมพิวเตอร์ส่วนตัวจะทำให้มีการใช้อินเทอร์เน็ตบ่อยมากขึ้น เพราะสามารถค้นคว้าเพิ่มเติมที่ห้องเรียนและการค้นคว้าข้อมูลที่บ้าน นอกจากนี้ ความดีในการใช้นั้นเกิดจากการแลกเปลี่ยนความรู้กับเพื่อนต่างสถาบัน กับเพื่อนต่างประเทศ การค้นคว้าเพื่อศึกษาต่อ พิมพ์จดหมายข่าว งานมัลติมีเดีย และการชักชวนเพื่อนให้ใช้ตาม ส่วนอุปสรรคที่เกิดขึ้นนั้นมาจากปัญหาด้านระบบและคู่สาย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ การศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟชบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ ” เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟชบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้เฟชบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ โดยกลุ่มตัวอย่างคือผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ สำหรับบทนี้จะกล่าวถึงรายละเอียดวิธีการดำเนินการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเน้นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้เฟชบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งเป็นประชากรเป้าหมายของการวิจัย ผลการสำรวจข้อมูลจะใช้ในการวิเคราะห์และแสดงผลการวิจัยเป็นค่าความถี่ ร้อยละ และใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นผู้วิจัยทำการวิจัย ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ประชากรในการวิจัย

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ มีจำนวน 63,920 คน จากศูนย์ข้อมูลประเทศไทย จังหวัดสมุทรปราการ ณ วันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2555

ขนาดตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่างวิจัย

ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวทาง Yamane (ประสพชัย พสุนนท์, 2553) โดยกำหนดให้มีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 หรือระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ของขนาดตัวอย่างที่ใช้ ดังนั้น ในการวิจัยแสดงการคำนวณได้ดังนี้

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

โดยที่ n แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N แทนจำนวนประชากรที่ต้องการศึกษา
 e แทนค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (0.05)

จากสูตรสามารถคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

$$n = \frac{63,920}{1+63,920(0.05)^2}$$

$$= 397.512 \approx 398 \text{ คน}$$

จากการคำนวณพบว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเท่ากับ 398 คน อย่างไรก็ตามเพื่อให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือและป้องกันไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดกับงานวิจัยที่อาจเกิดขึ้นได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงตัดสินใจใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในงานวิจัยนี้ คือ แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการศึกษาครั้งนี้ โดยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางในการออกแบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามสามารถแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามจำนวน 9 ข้อ เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก แบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามจำนวน 5 ข้อ เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก ประกอบด้วยปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้ในห้องสนทนา ด้านพฤติกรรมการใช้งาน ด้านพฤติกรรมการใช้ประโยชน์ ลักษณะแบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale)

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับประเด็นวัดความพึงพอใจ ได้แก่ ด้านการสื่อสาร ด้านความบันเทิง ด้านการตลาด ด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านเทคโนโลยี ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale)

การทดสอบเครื่องมือการวิจัย

ในการสร้างเครื่องมือการวิจัยมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าจากวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนทบทวนแนวคิด ทฤษฎี อาทิเช่น แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิดเกี่ยวกับเว็บไซต์เครือข่าย สังคมออนไลน์ แนวคิดและทฤษฎีด้านสังคม และเอกสารที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อนำประเด็นมา ประกอบการสร้างกรอบแนวคิดวิจัย
2. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ประสพชัย พสุนนท์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของเนื้อหาและความชัดเจนของ ภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม
3. นำแบบสอบถามที่ได้พิจารณามาปรับปรุงแก้ไขรายละเอียด ตามคำแนะนำของ อาจารย์ที่ปรึกษา ก่อนนำไปทดสอบตามความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม
4. นำแบบสอบถามไปทดสอบกับผู้สูงอายุที่ใช้เฟซบุ๊ก จำนวน 400 คน โดยไม่ซ้ำกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อทดสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม
5. นำข้อมูลที่ได้จากการทดสอบมาปรับปรุงแก้ไขรายละเอียด เพื่อให้มีความถูกต้อง และเหมาะสมกับผู้ตอบแบบสอบถาม

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง 400 คน นำมาวิเคราะห์ประมวลผล ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for Social Science) สำหรับคำนวณค่าสถิติทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 เมื่อวิเคราะห์แล้วผู้วิจัยนำมา เสนอผลการศึกษาโดยเสนอข้อมูลเชิงพรรณนาแสดงค่าของข้อมูล ดังนี้

1. ลักษณะประชากร

ลักษณะประชากร เช่น เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ การอยู่อาศัย แหล่ง ของรายได้ รายได้ส่วนตัว และความเพียงพอของรายได้ โดยการคำนวณหาค่าสถิติ คือ ร้อยละ (Percentage ; %)

2. พฤติกรรมการใช้เฟชบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ

พฤติกรรมการใช้เฟชบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ เช่น จำนวนการใช้เฟชบุคต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาที่ใช้เฟชบุค วัตถุประสงค์ที่ใช้เฟชบุค และโปรแกรมที่นิยมใช้ในการใช้เฟชบุค โดยการคำนวณหาค่าสถิติ คือ ค่าร้อยละ

3. ปัจจัยในการใช้เฟชบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ

ปัจจัยในการใช้เฟชบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ โดยผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาความสำคัญกับรายละเอียดของปัจจัยแต่ละด้าน ทั้งนี้ กำหนดคะแนนความสำคัญในการพิจารณา โดยแบ่งเป็น 5 ระดับตามแนวทางของลิเกิร์ต (Likert Type Scale) (ประสพชัย พสุนนท์, 2553) รายละเอียดดังนี้

น้อยที่สุด	ค่าคะแนนเท่ากับ	1 คะแนน
น้อย	ค่าคะแนนเท่ากับ	2 คะแนน
ปานกลาง	ค่าคะแนนเท่ากับ	3 คะแนน
มาก	ค่าคะแนนเท่ากับ	4 คะแนน
มากที่สุด	ค่าคะแนนเท่ากับ	5 คะแนน

โดยการคำนวณหาค่าสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: SD) สำหรับการวัดระดับความสำคัญในแต่ละปัจจัยในการใช้เฟชบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ

4. ความพึงพอใจที่มีต่อเฟชบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ

ความพึงพอใจที่มีต่อเฟชบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ โดยผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาความสำคัญกับรายละเอียดของความพึงพอใจแต่ละด้าน ทั้งนี้ กำหนดคะแนนความสำคัญในการพิจารณา โดยแบ่งเป็น 5 ระดับตามแนวทางของลิเกิร์ต (Likert Type Scale) (ประสพชัย พสุนนท์, 2553) รายละเอียดดังนี้

น้อยที่สุด	ค่าคะแนนเท่ากับ	1 คะแนน
น้อย	ค่าคะแนนเท่ากับ	2 คะแนน
ปานกลาง	ค่าคะแนนเท่ากับ	3 คะแนน
มาก	ค่าคะแนนเท่ากับ	4 คะแนน
มากที่สุด	ค่าคะแนนเท่ากับ	5 คะแนน

โดยการคำนวณหาค่าสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation : SD) สำหรับการวัดระดับความสำคัญความพึงพอใจในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสาร ด้านความบันเทิง ด้านการตลาด ด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านเทคโนโลยี ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ

5. การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ

การวัดระดับความสำคัญในแต่ละปัจจัยในการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของประเด็นคำถามเป็นข้อในแต่ละด้านในแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายตามแนวทางของประสพชัย พสุนนท์ (2553) รายละเอียดดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	4.51 - 5.00	หมายความว่า มีความเห็นในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	3.51 - 4.50	หมายความว่า มีความเห็นในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	2.51 - 3.50	หมายความว่า มีความเห็นในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.51 - 2.50	หมายความว่า มีความเห็นในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.00 - 1.50	หมายความว่า มีความเห็นในระดับน้อยที่สุด

โดยจัดเรียงระดับความสำคัญจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ปัจจัยที่ได้คะแนนรวมน้อยที่สุดเป็นปัจจัยในการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ น้อยที่สุด ปัจจัยที่ได้คะแนนรวมมากที่สุดเป็นปัจจัยในการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ มากที่สุด

6. การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ

การวัดระดับความสำคัญความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของประเด็นคำถามเป็นข้อในแต่ละด้านในแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายตามแนวทางของประสพชัยพสุนนท์ (2553) รายละเอียดดังนี้

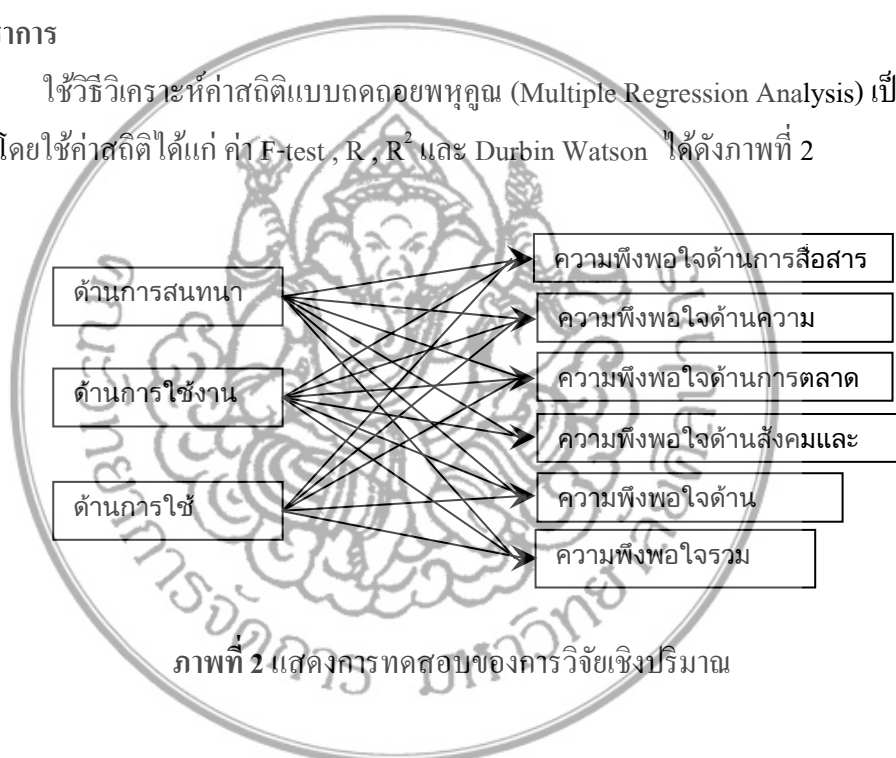
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	4.51 - 5.00	หมายความว่า มีความเห็นในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	3.51 - 4.50	หมายความว่า มีความเห็นในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	2.51 - 3.50	หมายความว่า มีความเห็นในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.51 - 2.50	หมายความว่า มีความเห็นในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.50 หมายความว่า มีความเห็นในระดับน้อยที่สุด

โดยจัดเรียงระดับความสำคัญจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ความพึงพอใจที่ได้คะแนนรวมน้อยที่สุดเป็นความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ น้อยที่สุด ความพึงพอใจที่ได้คะแนนรวมมากที่สุดเป็นความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ มากที่สุด

7. การวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้เฟซบุคของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ใช้วิธีวิเคราะห์ค่าสถิติแบบถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นกรอบการวิจัย โดยใช้ค่าสถิติได้แก่ ค่า F-test , R , R² และ Durbin Watson ได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงการทดสอบของการวิจัยเชิงปริมาณ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาข้อมูลพฤติกรรมและปัจจัยในใช้เฟชบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้เฟชบุคในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 คนจากนั้นนำแบบสอบถามไปวิเคราะห์ประมวลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for Social Science) ผลที่ได้จากการศึกษา ทางผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลด้วยการบรรยายเชิงพรรณนา ประกอบตารางอธิบายข้อมูลและสถิติอนุมานเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับประชากร โดยการนำข้อมูลมาคำนวณวิเคราะห์หาค่าสถิติโดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เฟชบุค โดยการนำข้อมูลมาคำนวณวิเคราะห์หาค่าสถิติโดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เฟชบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตอนที่ 4 ประเด็นวัดความพึงพอใจในการใช้เฟชบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้เฟชบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามจุดประสงค์ของการวิจัย โดยการแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ส่วน ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับประชากร

ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับประชากรของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 เพศ

ผู้สูงอายุที่ใช้เฟซบุ๊กส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงมีจำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 รองลงมาคือเพศชายมีจำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 รายละเอียดดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้สูงอายุที่ใช้เฟซบุ๊กจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	162	40.5
หญิง	238	59.5
รวม	400	100.0

1.2 สถานภาพ

ผู้สูงอายุที่ใช้เฟซบุ๊กส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีสถานภาพสมรส มีจำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39 รองลงมาคือสถานภาพหม้าย มีจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 รองลงมาอีกคือสถานภาพโสด มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และสุดท้ายคือกลุ่มที่มีสถานภาพหย่าร้าง มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16 รายละเอียดดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	75	18.8
สมรส	156	39
หย่าร้าง	64	16
หม้าย	105	26.3
รวม	400	100.0

1.3 อายุ

ผู้สูงอายุที่ใช้เฟซบุ๊กส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ในช่วง 66 - 70 ปี มีจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมาคือช่วงอายุ 60 - 65 ปี มีจำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36 ช่วงอายุ 71 - 76 ปี มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ช่วงอายุ 77 - 82 ปี มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 และสุดท้ายคือช่วงอายุ 83 ปีขึ้นไป มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 รายละเอียดดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของช่วงอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
60 - 65 ปี	144	36
66 - 70 ปี	189	47.3
71 - 76 ปี	32	8
77 - 82 ปี	23	5.8
83 ปีขึ้นไป	12	3
รวม	400	100.0

1.4 ระดับการศึกษา

ผู้สูงอายุที่ใช้เฟซบุ๊กส่วนใหญ่จะมีระดับการศึกษาคือปริญญาตรี มีจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองมาคือระดับอนุปริญญา มีจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 มัธยมศึกษา มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18 ประถมศึกษา มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และสุดท้ายคือไม่ได้เรียนหนังสือ แต่อ่านออกและเขียนได้ มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 รายละเอียดดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ได้เรียนหนังสือ แต่อ่านออกและเขียนได้	9	2.3
ประถมศึกษา	62	15.5
มัธยมศึกษา	72	18
อนุปริญญา	122	30.5
ปริญญาตรี	134	33.5
รวม	400	100.0

1.5 การอยู่อาศัยในปัจจุบัน

ผู้สูงอายุที่ใช้เฟชนุคนส่วนใหญ่อยู่อาศัยร่วมกับบุตรจำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองมาคืออยู่กับหลาน มีจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 และสุดท้ายอาศัยอยู่กับญาติ มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 รายละเอียดดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของการอยู่อาศัยในปัจจุบัน

การอยู่อาศัยในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อยู่กับบุตร	178	44.5
อยู่กับหลาน	103	25.8
อยู่กับญาติ	3	0.8
รวม	400	100.0

1.6 การประกอบอาชีพ

ผู้สูงอายุที่ใช้เฟชนุคนส่วนใหญ่ไม่ได้ทำงาน มีจำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองมาคือ ข้าราชการ/บำนาญ มีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24 ค้าขาย มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 เกษตรกรรม มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 และสุดท้ายคือรับจ้างทั่วไป มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 รายละเอียดดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของการประกอบอาชีพ

การประกอบอาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ได้ทำงาน	179	44.8
เกษตรกรรม	45	11.3
รับจ้าง	33	8.3
ข้าราชการบำนาญ	96	24
ค้าขาย	47	11.8
รวม	400	100.0

1.7 ช่องทางของรายได้ในปัจจุบัน

ผู้สูงอายุที่ใช้เฟชนุคนส่วนใหญ่มีรับรายได้จากตนเอง มีจำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 รองมาคือทรัพย์สินเดิม มีจำนวน 184 คิดเป็นร้อยละ 46 ได้รับเงินจากบุตรหลาน มีจำนวน 109

คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 ได้รับเงินบำนาญ มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และสุดท้ายคือได้รับจากญาติ มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 รายละเอียดดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของช่องทางของรายได้ปัจจุบัน

ช่องทางของรายได้ปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตนเอง	227	56.8
ทรัพย์สินเดิม	184	46
บุตรหลาน	109	27.3
เงินบำนาญ	42	10.5
ญาติ	3	0.8
รวม	400	100.0

*ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

1.8 รายได้ต่อเดือน

ผู้สูงอายุที่ใช้เฟเชนุส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท มีจำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองมาน้อยกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 20,001-30,000 บาท มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 30,001-40,000 บาท มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 40,001-50,000 บาท มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 และสุดท้ายคือมากกว่า 50,000 บาท มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 รายละเอียดดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	117	29.3
10,001 – 20,000 บาท	198	49.5
20,001 – 30,000 บาท	60	15
30,001 – 40,000 บาท	11	2.8
40,001 – 50,000 บาท	2	0.5
มากกว่า 50,000 บาท	12	3
รวม	400	100.0

1.9 ความเพียงพอของรายได้ที่ใช้จ่ายต่อเดือน

ผู้สูงอายุที่ใช้เฟชนึกส่วนใหญ่รายได้ไม่เพียงพอใช้จ่ายต่อเดือน มีจำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองมาคือรายได้เพียงพอต่อการใช้จ่าย มีจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32 และสุดท้ายคือเหลือเก็บจากรายได้ต่อเดือน มีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 รายละเอียดดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของความเพียงพอของรายได้ที่ใช้จ่ายต่อเดือน

ความเพียงพอของรายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เหลือเก็บ	97	24.3
พอใช้	128	32
ไม่พอใช้	175	43.8
รวม	400	100.0

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เฟชนึก

ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เฟชนึกของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 การใช้เฟชนึกโดยเฉลี่ยชั่วโมงต่อสัปดาห์

ผู้สูงอายุที่ใช้เฟชนึกส่วนใหญ่สัปดาห์ละ 10-20 ชั่วโมง มีจำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองมาคือน้อยกว่า 10 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ มีจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 และสุดท้ายคือมากกว่า 20 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16 รายละเอียดดังตารางที่ 13

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของการใช้เฟชนึกโดยเฉลี่ยชั่วโมงต่อสัปดาห์

จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	127	31.8
สัปดาห์ละ 10-20 ชั่วโมง	209	52.3
มากกว่า 20 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	64	16
รวม	400	100.0

2.2 ช่วงเวลาที่ใช้เฟซบุคบ่อยที่สุด

ผู้สูงอายุที่ใช้เฟซบุคส่วนใหญ่ใช้ช่วงเวลา 11.01-14.00 น. มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 รองมาคือช่วงเวลา 14.01-16.00 น. มีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21 ช่วงเวลาก่อน 14.00 น. มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16 ช่วงเวลา 18.01-20.00 น. มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 ช่วงเวลา 20.01-22.00 น. มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ช่วงเวลา 22.01-24.00 น. มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 และสุดท้ายคือช่วงเวลา 16.01-18.00 น. มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 รายละเอียดดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่ใช้เฟซบุคบ่อยที่สุด

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ก่อน 11.00 น.	64	16
11.01 – 14.00 น.	98	24.5
14.01 – 16.00 น.	84	21
16.01 – 18.00 น.	25	6.3
18.01 – 20.00 น.	51	12.8
20.01 – 22.00 น.	49	12.3
22.01 – 24.00 น.	29	7.3
รวม	400	100.0

2.3 วัตถุประสงค์ที่ใช้เฟซบุค

ผู้สูงอายุที่ใช้เฟซบุคส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ มีจำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 70.8 รองมาคือเพื่อศึกษาหาความรู้ มีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21 เพื่อการติดต่อสื่อสาร มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และสุดท้ายคือเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2 รายละเอียดดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ที่ใช้เฟซบุค

วัตถุประสงค์ที่ใช้เฟซบุค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อศึกษาหาความรู้เป็นส่วนใหญ่	84	21
เพื่อความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่	283	70.8
เพื่อการติดต่อสื่อสารเป็นส่วนใหญ่	25	6.3
อื่นๆ	8	2
รวม	400	100.0

2.4 การใช้เฟซบุคมาเป็นระยะเวลา

ผู้สูงอายุที่ใช้เฟซบุคส่วนใหญ่ใช้มาเป็นระยะเวลา 1 ปี มีจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองมาคือระยะเวลา 3 ปี มีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 ระยะเวลาน้อยกว่า 6 เดือน มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 ระยะเวลามากกว่า 3 ปี มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 และสุดท้ายคือระยะเวลา 2 ปี มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6 รายละเอียดดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของการใช้เฟซบุคมีเป็นระยะเวลา

ระยะเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 6 เดือน	81	20.3
1 ปี	142	35.5
2 ปี	24	6
3 ปี	102	25.5
มากกว่า 3 ปี	51	12.8
รวม	400	100.0

2.5 โปรแกรมที่นิยมเข้าไปใช้บริการเฟซบุคบ่อยที่สุด

ผู้สูงอายุที่ใช้เฟซบุคส่วนใหญ่นิยมใช้โปรแกรม Google Chrome บ่อยที่สุด มีจำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 83.5 รองมาคือโปรแกรม Internet Explorer มีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 โปรแกรม Mozilla Firefox มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 และสุดท้ายคือโปรแกรม Safari มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 รายละเอียดดังตารางที่ 17

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของโปรแกรมที่นิยมเข้าไปใช้เฟซบุคบ่อยที่สุด

โปรแกรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Internet Explorer	58	14.5
Mozilla Firefox	5	1.3
Google Chrome	334	83.5
Safari	3	0.8
รวม	400	100.0

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่

- ด้านการสนทนา
- ด้านการใช้งาน
- ด้านการใช้ประโยชน์

โดยมีรายละเอียดแต่ละด้าน ดังนี้

3.1 ปัจจัยด้านการสนทนา

ปัจจัยด้านการสนทนาที่ส่งผลต่อการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ ในระดับปานกลาง (\bar{X} เท่ากับ 3.11, SD เท่ากับ 0.82) โดยเรียงลำดับจากความสำคัญมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ 1. เพื่อติดต่อสื่อสารกับคนที่รู้จักหรือเพื่อนสนิท (\bar{X} เท่ากับ 3.17, SD เท่ากับ 3.90) และ 2. เพื่อติดต่อสื่อสารกับบุคคลทั่วไป (\bar{X} เท่ากับ 3.06, SD เท่ากับ 0.91) ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการสนทนาที่ส่งผลต่อการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{X}	SD	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ด้านการสนทนา						3.11	0.82	ปานกลาง
เพื่อติดต่อสื่อสารกับคนที่รู้จักหรือเพื่อนสนิท	18 (4.5)	125 (31.3)	184 (46.0)	53 (13.0)	21 (5.3)	3.17	3.90	ปานกลาง
เพื่อติดต่อสื่อสารกับบุคคลทั่วไป	10 (2.5)	122 (30.5)	177 (44.3)	64 (16.0)	27 (6.8)	3.06	0.91	ปานกลาง

3.2 ปัจจัยด้านการใช้งาน

ปัจจัยด้านการใช้งานที่ส่งผลต่อการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ ในระดับน้อย (\bar{X} เท่ากับ 2.36, SD เท่ากับ 0.63) โดยเรียงลำดับจากความสำคัญมากไปหาน้อยได้ดังนี้ 1. การหาข้อมูลข่าวในสิ่งที่ตนเองหรือสนใจ (Fan page) (\bar{X} เท่ากับ 2.65, SD เท่ากับ 1.08) 2. การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่างๆ (Share) (\bar{X} เท่ากับ 2.61, SD เท่ากับ 1.0) 3. เขียนแสดงความคิดเห็น (Post) บนกระดานข้อความ (Wall) (\bar{X} เท่ากับ 2.47, SD เท่ากับ 0.85) 4. อัปโหลดรูปของตนเองและ

Tag ให้เพื่อนหรือคนรู้จัก (\bar{X} เท่ากับ 2.45, SD เท่ากับ 0.97) 5.เล่นเกมส์กับเพื่อนและคนรู้จัก (\bar{X} เท่ากับ 2.06, SD เท่ากับ 1.08) และ 6.ซื้อ-ขายสินค้า บนเฟซบุ๊ก (\bar{X} เท่ากับ 1.89, SD เท่ากับ 1.03) ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการใช้งานที่ส่งผลต่อการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{X}	SD	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
2. ด้านการใช้งาน						2.36	0.63	น้อย
เขียนแสดงความคิดเห็น (Post) บนกระดานข้อความ (Wall)	0 (0)	43 (10.8)	152 (38.0)	155 (38.8)	50 (12.5)	2.47	0.85	น้อย
การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่างๆ (Share)	17 (4.3)	48 (12.0)	149 (37.3)	134 (33.5)	52 (13.0)	2.61	1.0	ปานกลาง
อัปโหลดรูปของตนเองและ Tag ให้เพื่อนหรือคนรู้จัก	0 (0)	60 (15.0)	139 (34.8)	121 (30.3)	80 (20.0)	2.45	0.97	น้อย
เล่นเกมส์กับเพื่อนและคนรู้จัก	9 (2.3)	35 (8.8)	88 (22.0)	108 (27.0)	160 (40.0)	2.06	1.08	น้อย
การหาข้อมูลข่าวสารในสิ่งที่ตนเองชอบหรือสนใจ (Fan page)	16 (4.0)	76 (19.0)	124 (31.0)	120 (30.0)	64 (16.0)	2.65	1.08	ปานกลาง
ซื้อ-ขายสินค้า บนเฟซบุ๊ก	9 (2.3)	28 (7.0)	54 (13.5)	127 (31.8)	182 (45.5)	1.89	1.03	น้อย

3.3 ปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์

ปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์ที่ส่งผลต่อการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการในระดับน้อย (\bar{X} เท่ากับ 3.03, SD เท่ากับ 0.58) โดยเรียงลำดับจากความสำคัญมากไปหาน้อยได้ดังนี้ 1.เพื่อประโยชน์ในการหาข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย (\bar{X} เท่ากับ 3.16, SD เท่ากับ 0.72) 2.เพื่อประโยชน์ในการนำข้อมูลข่าวสารไปช่วยในการตัดสินใจ (\bar{X} เท่ากับ 3.14, SD เท่ากับ 0.74) 3.เพื่อประโยชน์ในการแสดงออกด้านความคิดเห็นของตนเอง (\bar{X} เท่ากับ 3.05, SD เท่ากับ 0.75) 4.เพื่อประโยชน์ในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนหรือบุคคลอื่นๆ (\bar{X} เท่ากับ 3.01, SD เท่ากับ 0.95) 5.เพื่อประโยชน์ในการใช้เวลาว่าง (\bar{X} เท่ากับ 2.97, SD เท่ากับ 0.98) และ 6.เพื่อโพสต์รูปและเรื่องราวของตนเอง (\bar{X} เท่ากับ 2.81, SD เท่ากับ 0.88) ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่

ตารางที่ 20 ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์ที่ส่งผลต่อการ
การใช้เฟซบุคของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{X}	SD	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
3. ด้านการใช้ประโยชน์						3.03	0.58	ปานกลาง
เพื่อประโยชน์ในการนำข้อมูลข่าวสารไปช่วยในการตัดสินใจ	22 (5.5)	66 (16.5)	269 (67.3)	33 (8.3)	10 (2.5)	3.14	0.74	ปานกลาง
เพื่อประโยชน์ในการหาข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย	8 (2.0)	113 (28.3)	217 (54.3)	59 (14.8)	3 (0.8)	3.16	0.72	ปานกลาง
เพื่อประโยชน์ในการแสดงออกด้านความคิดเห็นของตนเอง	16 (4.0)	66 (16.5)	249 (62.3)	60 (15.0)	9 (2.3)	3.05	0.75	ปานกลาง
เพื่อโพสטרูปและเรื่องราวของตนเอง	8 (2.0)	72 (18.0)	187 (46.8)	104 (26.0)	29 (7.3)	2.81	0.88	ปานกลาง
เพื่อประโยชน์ในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนและบุคคลอื่นๆ	18 (4.5)	104 (26.0)	163 (40.8)	93 (23.3)	22 (5.5)	3.01	0.95	ปานกลาง
เพื่อประโยชน์ในการใช้เวลาว่าง	13 (3.3)	115 (28.8)	152 (38.0)	89 (22.3)	31 (7.8)	2.97	0.98	ปานกลาง

ตอนที่ 4 ประเด็นวัดความพึงพอใจในการใช้เฟซบุคของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ผลการวิเคราะห์ประเด็นวัดความพึงพอใจในการใช้เฟซบุคของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่

- ด้านการสื่อสาร
- ด้านความบันเทิง
- ด้านการตลาด
- ด้านสังคมและวัฒนธรรม
- ด้านเทคโนโลยี

โดยมีรายละเอียดแต่ละด้าน ดังนี้

4.1 ปัจจัยด้านการสื่อสาร

ปัจจัยด้านการสื่อสารที่ส่งผลต่อการใช้เฟซบุคของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ ในระดับปานกลาง (\bar{X} เท่ากับ 2.92, SD เท่ากับ 0.70) โดยเรียงลำดับจากความสำคัญมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ 1.ส่งข้อความแสดงความยินดีในโอกาสต่างๆ (\bar{X} เท่ากับ 2.98, SD เท่ากับ 0.79) 2.การสนทนาผ่าน video call (\bar{X} เท่ากับ 2.97, SD เท่ากับ 2.19) 3.สะดวกรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร (\bar{X}

เท่ากับ 2.95, SD เท่ากับ 0.78) 4.แสดงความคิดเห็นหรือการ Comment (\bar{X} เท่ากับ 2.89, SD เท่ากับ 0.80) 5.ส่งข้อความ (\bar{X} เท่ากับ 2.87, SD เท่ากับ 0.77) และ 6.การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (\bar{X} เท่ากับ 2.87, SD เท่ากับ 0.82) ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 21

ตารางที่ 21 ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการสื่อสารที่ส่งผลกระทบต่อการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{X}	SD	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ด้านการสื่อสาร						2.92	0.70	ปานกลาง
ส่งข้อความแสดงความยินดีในโอกาสต่างๆ	3 (0.8)	93 (23.3)	216 (54.0)	69 (17.3)	19 (4.8)	2.98	0.79	ปานกลาง
แสดงความคิดเห็นหรือการ Comment	0 (0)	87 (21.8)	205 (51.3)	87 (21.8)	21 (5.3)	2.89	0.80	ปานกลาง
ส่งข้อความ	1 (0.3)	75 (18.8)	212 (53.0)	94 (23.5)	18 (4.5)	2.87	0.77	ปานกลาง
การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น	1 (0.3)	86 (21.5)	198 (49.5)	91 (22.8)	24 (6.0)	2.87	0.82	ปานกลาง
การสนทนาผ่าน video call	6 (1.5)	73 (18.3)	179 (44.8)	113 (28.3)	29 (7.3)	2.97	2.19	ปานกลาง
สะดวกรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร	10 (2.5)	72 (18.0)	213 (53.3)	97 (24.3)	8 (2.0)	2.95	0.78	ปานกลาง

4.2 ปัจจัยด้านความบันเทิง

ปัจจัยด้านความบันเทิงที่ส่งผลกระทบต่อการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ ในระดับน้อย (\bar{X} เท่ากับ 2.23, SD เท่ากับ 0.77) โดยเรียงลำดับจากความสำคัญมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ 1.การแสดงผลการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ (\bar{X} เท่ากับ 2.86, SD เท่ากับ 1.04) 2.ติดตามข่าวสาร (\bar{X} เท่ากับ 2.82, SD เท่ากับ 1.11) 3.เผยแพร่ผลงานของตนเอง (\bar{X} เท่ากับ 2.13, SD เท่ากับ 1.00) 4.สร้างอัลบั้มรูป (\bar{X} เท่ากับ 2.04, SD เท่ากับ 1.04) 5.เผยแพร่ภาพและวิดีโอ (\bar{X} เท่ากับ 2.03, SD เท่ากับ 0.98) 6.เล่นเกมออนไลน์ (\bar{X} เท่ากับ 1.88, SD เท่ากับ 1.13) และ 7.สร้างโปรไฟล์เป็นของตนเอง (\bar{X} เท่ากับ 1.86, SD เท่ากับ 1.03) ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 22

ตารางที่ 22 ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความบันเทิงที่ส่งผลต่อการ
ใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{X}	SD	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
2. ด้านความบันเทิง						2.23	0.77	น้อย
เล่นเกมออนไลน์	8 (2.0)	30 (7.5)	95 (23.8)	40 (10.0)	227 (56.8)	1.88	1.13	น้อย
สร้างโปรไฟล์เป็นของตนเอง	1 (0.3)	25 (6.3)	104 (26.0)	55 (13.8)	215 (53.8)	1.86	1.03	น้อย
สร้างอัลบั้มรูป	2 (0.5)	33 (8.3)	114 (28.5)	80 (20.0)	171 (42.8)	2.04	1.04	น้อย
เผยแพร่ภาพและวิดีโอ	2 (0.5)	30 (7.5)	97 (24.3)	122 (30.5)	149 (37.3)	2.03	0.98	น้อย
เผยแพร่ผลงานของตนเอง	6 (1.5)	23 (5.8)	121 (30.3)	115 (28.8)	135 (33.8)	2.13	1.00	น้อย
ติดตามข่าวสาร	19 (4.8)	100 (25.0)	132 (33.0)	89 (22.3)	60 (15.0)	2.82	1.11	ปานกลาง
การแสดงข้อมูลการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ	11 (2.8)	116 (29.0)	121 (30.3)	111 (27.8)	41 (10.3)	2.86	1.04	ปานกลาง

4.3 ปัจจัยด้านการตลาด

ปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการใน
ระดับน้อย (\bar{X} เท่ากับ 1.81, SD เท่ากับ 0.76) โดยเรียงลำดับจากความสำคัญมากไปหาน้อยได้ดังนี้
1.ซื้อสินค้าและบริการ (\bar{X} เท่ากับ 2.09, SD เท่ากับ 1.16) 2.ขายสินค้าและบริการ (\bar{X} เท่ากับ 1.85,
SD เท่ากับ 0.99) 3.การโฆษณาสินค้าและบริการ (\bar{X} เท่ากับ 1.67, SD เท่ากับ 0.87) และ 4.อัปเดต
ข้อมูลต่างๆ ด้านสินค้าและบริการ (\bar{X} เท่ากับ 1.63, SD เท่ากับ 0.87)ตามลำดับ รายละเอียดดัง
ตารางที่ 23

ตารางที่ 23 ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการใช้
เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{X}	SD	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
3. ด้านการตลาด						1.81	0.76	น้อย
ซื้อสินค้าและบริการ	4 (1.0)	68 (17.0)	57 (14.3)	100 (25.0)	171 (42.8)	2.09	1.16	น้อย
ขายสินค้าและบริการ	0 (0)	37 (9.3)	58 (14.5)	111 (27.8)	194 (48.5)	1.85	0.99	น้อย
การโฆษณาสินค้าและบริการ	0 (0)	21 (5.3)	44 (11.0)	118 (29.5)	217 (54.3)	1.67	0.87	น้อย
อ็อปเทรข้อมูลต่างๆ ด้านสินค้าและบริการ	3 (0.8)	16 (4.0)	39 (9.8)	111 (27.8)	229 (57.3)	1.63	0.87	น้อย

4.4 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการในระดับปานกลาง (\bar{X} เท่ากับ 2.91, SD เท่ากับ 0.49) โดยเรียงลำดับจากความสำคัญมากไปหาน้อยได้ดังนี้ 1.ต้องการมีภาพลักษณ์ที่ดีในสังคม (\bar{X} เท่ากับ 3.05, SD เท่ากับ 0.80) 2.ได้รับอิทธิพลจากบุคคลอื่น เช่น เพื่อนกด Like ก็กดตามเพื่อน เป็นต้น (\bar{X} เท่ากับ 3.05, SD เท่ากับ 0.83) 3.ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเพื่อน (\bar{X} เท่ากับ 3.02, SD เท่ากับ 0.65) 4.ต้องการแสดงความเป็นตัวตน (\bar{X} เท่ากับ 2.98, SD เท่ากับ 0.59) 5.ใช้ Website facebook เพราะความทันสมัย (\bar{X} เท่ากับ 2.92, SD เท่ากับ 0.83) 6.ใช้ Website facebook เพราะบุคคลในครอบครัว (\bar{X} เท่ากับ 2.87, SD เท่ากับ 0.84) 7.ต้องการกระแสดังสังคมและความชอบสิ่งเดียวกัน (\bar{X} เท่ากับ 2.87, SD เท่ากับ 0.84) 8.ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆกับทางกลุ่ม (\bar{X} เท่ากับ 2.83, SD เท่ากับ 0.65) 9.ใช้ Website facebook เพราะเห็นเพื่อนใช้ (\bar{X} เท่ากับ 2.82, SD เท่ากับ 0.78) และ 10.ต้องการพบเพื่อนต่างเพศ (\bar{X} เท่ากับ 2.66, SD เท่ากับ 1.03)ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 24

ตารางที่ 24 ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการใช้เฟซบุคของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{X}	SD	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
4. ด้านสังคมและวัฒนธรรม						2.91	0.49	ปานกลาง
ใช้ Website facebook เพราะความทันสมัย	127 (31.8)	269 (67.3)	4 (1.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2.92	0.83	ปานกลาง
ใช้ Website facebook เพราะบุคคลในครอบครัวแนะนำ	1 (0.3)	93 (23.3)	178 (44.5)	108 (27.0)	20 (5.0)	2.87	0.84	ปานกลาง
ใช้ Website facebook เพราะเห็นเพื่อนใช้	1 (0.3)	74 (18.5)	190 (47.5)	121 (30.3)	14 (3.5)	2.82	0.78	ปานกลาง
ต้องการสร้างกระแสสังคมและความชอบสิ่งเดียวกัน	2 (0.5)	94 (23.5)	172 (43.0)	113 (28.3)	19 (4.8)	2.87	0.84	ปานกลาง
ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆกับทางกลุ่ม	2 (0.5)	40 (10.0)	254 (63.5)	95 (23.8)	9 (2.3)	2.83	0.65	ปานกลาง
ต้องการแสดงความเป็นตัวตน	1 (0.3)	64 (16.0)	262 (65.5)	73 (18.3)	0 (0)	2.98	0.59	ปานกลาง
ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเพื่อน	2 (0.5)	78 (19.5)	252 (63.0)	63 (15.8)	5 (1.3)	3.02	0.65	ปานกลาง
ต้องการพบเพื่อนต่างเพศ	7 (1.8)	73 (18.3)	169 (42.3)	78 (19.5)	73 (18.3)	2.66	1.03	ปานกลาง
ต้องการมีภาพลักษณ์ที่ดีในสังคม	3 (0.8)	117 (29.3)	186 (46.5)	84 (21.0)	10 (2.5)	3.05	0.80	ปานกลาง
ได้รับอิทธิพลจากบุคคลอื่น เช่น เพื่อนกด Like ที่กดตามเพื่อน เป็นต้น	7 (1.8)	109 (27.3)	199 (49.8)	67 (16.8)	18 (4.5)	3.05	0.83	ปานกลาง

4.5 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

ปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการใช้เฟซบุคของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ ในระดับปานกลาง (\bar{X} เท่ากับ 2.98, SD เท่ากับ 0.82) โดยเรียงลำดับจากความสำคัญมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ 1.มีความสะดวก ง่ายต่อการติดต่อสื่อสาร (\bar{X} เท่ากับ 3.19, SD เท่ากับ 0.96) 2.มีความสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน (\bar{X} เท่ากับ 3.15, SD เท่ากับ 0.95) 3.ต้องการสร้างกระแสสังคมและความชอบสิ่งเดียวกัน (\bar{X} เท่ากับ 3.01, SD เท่ากับ 0.94) 4.ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆกับทางกลุ่ม และ 5.สามารถค้นคว้าข้อมูลที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว มีความหลากหลาย (\bar{X} เท่ากับ 2.73, SD เท่ากับ 0.91) ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 25

ตารางที่ 25 ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการใช้
เฟชบุคของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{X}	SD	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
5.ด้านเทคโนโลยี						2.98	0.82	ปานกลาง
มีความสะดวกต่อการติดต่อสื่อสาร	21 (5.3)	139 (34.8)	158 (39.5)	57 (14.3)	25 (6.3)	3.19	0.96	ปานกลาง
มีความสะดวกง่ายต่อการใช้งาน	14 (3.5)	146 (36.5)	151 (37.8)	64 (16.0)	25 (6.3)	3.15	0.95	ปานกลาง
ต้องการสร้างกระแสสังคมและความชอบ สิ่งเดียวกัน	6 (1.5)	126 (31.5)	168 (42.0)	67 (16.8)	33 (8.3)	3.01	0.94	ปานกลาง
ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆกับทางกลุ่ม	2 (0.5)	91 (22.8)	185 (46.3)	81 (20.3)	41 (10.3)	2.83	0.91	ปานกลาง
สามารถค้นคว้าข้อมูลที่ต้องการได้อย่าง รวดเร็ว มีความหลากหลาย	1 (0.3)	74 (18.5)	189 (47.3)	86 (21.5)	50 (12.5)	2.73	0.91	ปานกลาง

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้เฟชบุคของ
ผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ผลการวิเคราะห์ภาพรวมของระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้เฟชบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ ที่เป็นตัวแปรตามของผู้บริโภค กับตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยการใช้เฟชบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่าตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้เฟชบุคของผู้สูงอายุมีดังนี้

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

5.1 ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการสื่อสาร

ปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์ (X_3) ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านสื่อสาร (Y_1) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยพิจารณาจากค่าการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA:F-Test) เท่ากับ 6.102 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (r) เท่ากับ 0.210 กำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (r^2) เท่ากับ 0.044 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณที่ปรับแก้ (r^2_{adj}) มีค่า 0.037 และค่า Durbin Watson เท่ากับ 1.555 รายละเอียดดังตารางที่ 26

ตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการสื่อสาร

ตัวแปรอิสระ (ปัจจัยในการใช้เฟซบุค)	ตัวแปรตาม (ความพึงพอใจ)		
	ความพึงพอใจรวม ($\bar{Y}_{รวม}$)		
	bi	t	Sig.
ด้านการสนทนา (X_1)	0.06	1.34	0.18
ด้านการใช้งาน (X_2)	-0.02	1.34	0.71
การใช้ประโยชน์ (X_3)	0.24	-0.37	0.00
ค่าคงที่	2.08	9.92	0.00
F-Test = 6.102, Sig. = 0.000, R = 0.210, R ² = 0.044 Adjusted R ² = 0.037 Durbin Watson = 1.555			

*ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05

5.2 ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านความบันเทิง

ปัจจัยด้านการสื่อสาร (X_1) ปัจจัยด้านการใช้งาน (X_2) และปัจจัยการใช้ประโยชน์ (X_3) ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านความบันเทิง (Y_2) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยพิจารณาจากค่าการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA: F-Test) เท่ากับ 26.417 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (r) เท่ากับ 0.408 กำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (r^2) เท่ากับ 0.167 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณที่ปรับแก้ (r^2_{adj}) มีค่า 0.160 และค่า Durbin Watson เท่ากับ 1.829 รายละเอียดดังตารางที่ 27

ตารางที่ 27 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านความบันเทิง

ตัวแปรอิสระ (ปัจจัยในการใช้เฟซบุค)	ตัวแปรตาม (ความพึงพอใจ)		
	ความพึงพอใจรวม ($\bar{Y}_{รวม}$)		
	bi	t	Sig.
ด้านการสนทนา (X_1)	0.10	2.25	0.03
ด้านการใช้งาน (X_2)	0.17	2.61	0.01
การใช้ประโยชน์ (X_3)	0.37	5.31	0.00
ค่าคงที่	0.39	1.83	0.07
F-Test = 26.417, Sig. = 0.000, R = 0.408, R ² = 0.167 Adjusted R ² = 0.160 Durbin Watson = 1.829			

*ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05

5.3 ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการตลาด

ปัจจัยด้านการสื่อสาร (X_1) และปัจจัยด้านการใช้งาน (X_2) ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการตลาด (Y_3) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยพิจารณาจากค่าการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA:F-Test) เท่ากับ 6.879 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (r) เท่ากับ 0.233 กำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (r^2) เท่ากับ 0.050 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณที่ปรับแก้ (r^2_{adj}) มีค่า 0.042 และค่า Durbin Watson เท่ากับ 1.671 รายละเอียดดังตารางที่ 28

ตารางที่ 28 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการตลาด

ตัวแปรอิสระ (ปัจจัยในการใช้เฟซบุค)	ตัวแปรตาม (ความพึงพอใจ)		
	ความพึงพอใจรวม ($\hat{Y}_{รวม}$)		
	bi	t	Sig.
ด้านการสนทนา (X_1)	0.15	3.11	0.00
ด้านการใช้งาน (X_2)	0.16	2.42	0.02
ด้านการใช้ประโยชน์ (X_3)	-0.00	-0.05	0.96
ค่าคงที่	0.98	4.35	0.00
F-Test = 6.879, Sig. = 0.000, R = 0.233, R ² = 0.050 Adjusted R ² = 0.042 Durbin Watson = 1.671			

*ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05

5.4 ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านสังคมและวัฒนธรรม

ปัจจัยด้านการใช้งาน (X_2) ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านสังคมและวัฒนธรรม (Y_4) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยพิจารณาจากค่าการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA:F-Test) เท่ากับ 2.984 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (r) เท่ากับ 0.149 กำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (r^2) เท่ากับ 0.022 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณที่ปรับแก้ (r^2_{adj}) มีค่า 0.015 และค่า Durbin Watson เท่ากับ 1.735 รายละเอียดดังตารางที่ 29

ตารางที่ 29 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านสังคมและวัฒนธรรม

ตัวแปรอิสระ (ปัจจัยในการใช้เฟซบุค)	ตัวแปรตาม (ความพึงพอใจ)		
	ความพึงพอใจรวม($\bar{Y}_{รวม}$)		
	bi	t	Sig.
ด้านการสนทนา (X_1)	-0.04	-1.35	0.17
ด้านการใช้งาน (X_2)	0.12	2.75	0.01
การใช้ประโยชน์ (X_3)	-0.05	-0.92	0.36
ค่าคงที่	2.88	19.44	0.00
F-Test = 2.984, Sig. = 0.031, R = 0.149, $R^2 = 0.022$ Adjusted $R^2 = 0.015$ Durbin Watson = 1.735			

*ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05

5.5 ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านเทคโนโลยี

ปัจจัยด้านการใช้งาน (X_2) และปัจจัยการใช้ประโยชน์ (X_3) ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านเทคโนโลยี (\bar{Y}_t) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยพิจารณาจากค่าการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA:F-Test) เท่ากับ 10.551 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (r) เท่ากับ 0.272 กำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (r^2) เท่ากับ 0.074 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณที่ปรับแก้ (r^2_{adj}) มีค่า 0.067 และค่า Durbin Watson เท่ากับ 1.560 รายละเอียดดังตารางที่ 30

ตารางที่ 30 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านเทคโนโลยี

ตัวแปรอิสระ (ปัจจัยในการใช้เฟซบุค)	ตัวแปรตาม (ความพึงพอใจ)		
	ความพึงพอใจรวม($\bar{Y}_{รวม}$)		
	bi	t	Sig.
ด้านการสนทนา (X_1)	0.07	0.05	0.18
ด้านการใช้งาน (X_2)	0.21	0.07	0.00
การใช้ประโยชน์ (X_3)	0.18	0.08	0.02
ค่าคงที่	1.74	7.26	0.00
F-Test = 10.551, Sig. = 0.000, R = 0.272, $R^2 = 0.074$ Adjusted $R^2 = 0.067$ Durbin Watson = 1.560			

*ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05

5.6 ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม

ปัจจัยด้านการสื่อสาร (X_1) ปัจจัยด้านการใช้งาน (X_2) และปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์ (X_3) ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม ($\hat{Y}_{รวม}$) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยพิจารณาจากค่าการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA:F-Test) เท่ากับ 29.017 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (r) เท่ากับ 0.425 กำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (r^2) เท่ากับ 0.180 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณที่ปรับแก้ (r^2_{adj}) มีค่า 0.174 และค่า Durbin Watson เท่ากับ 1.245 รายละเอียดดังตารางที่ 31

ตารางที่ 31 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม

ตัวแปรอิสระ (ปัจจัยในการใช้เฟสบุค)	ตัวแปรตาม (ความพึงพอใจ)		
	ความพึงพอใจรวม ($\hat{Y}_{รวม}$)		
	bi	t	Sig.
ด้านการสนทนา (X_1)	0.07	0.02	0.00
ด้านการใช้งาน (X_2)	0.13	0.03	0.00
ด้านการใช้ประโยชน์ (X_3)	0.15	0.03	0.00
ค่าคงที่	1.62	15.07	0.00
F-Test = 29.017, Sig. = 0.000, R = 0.425, R ² = 0.180 Adjusted R ² = 0.174 Durbin Watson = 1.245			

*ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้เฟชบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ” มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟชบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้เฟชบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เฟชบุค จำนวน 400 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลจากการสำรวจข้อมูลจะใช้ในการวิเคราะห์และแสดงผลการวิจัยเป็นค่าความถี่ ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้เฟชบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้เฟชบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 มีอายุระหว่าง 66-70 ปีจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 ระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 มีสถานภาพสมรส จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39 ปัจจุบันอาศัยอยู่กับบุตรจำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 ไม่ได้ประกอบอาชีพจำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยรวมโบนัส และรายรับพิเศษอื่นๆ ประมาณ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 ไม่เพียงพอต่อการใช้จ่ายต่อเดือนจำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8
2. พฤติกรรมการใช้เฟชบุคโดยเฉลี่ยใช้เฟชบุคสัปดาห์ละ 10 – 20 ชั่วโมง จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 มักจะใช้ช่วงเวลา 11.01 – 14.00 น. เล่นเฟชบุคบ่อยที่สุดจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 มักใช้เฟชบุคเพื่อความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 70.8

ใช้เฟซบุคมาเป็นระยะเวลา 1 ปี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 และโปรแกรมที่นิยมเข้าไปใช้บริการเฟซบุคบ่อยที่สุดคือ Google Chrome จำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 83.5

3. จากการศึกษาประเด็นวัดความพึงพอใจ สามารถสรุปได้ว่าประเด็นวัดความพึงพอใจในการใช้เฟซบุคของผู้สูงอายุมีระดับความสำคัญ ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านการสื่อสาร ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องการสนทนาผ่าน video call ที่เป็นจริงมากที่สุด 2) ปัจจัยด้านความบันเทิง ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องการเล่นเกมส์ออนไลน์มากที่สุด 3) ปัจจัยด้านการตลาด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องการซื้อสินค้าและบริการมากที่สุด 4) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวกง่ายต่อการติดต่อสื่อสารมากที่สุด และ 5) ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องการมีภาพลักษณ์ที่ดีในสังคมและการได้รับอิทธิพลจากบุคคลอื่น เช่น เพื่อนกด Like ก็กดตามเพื่อน เป็นต้น

4. จากการศึกษาผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณสามารถนำมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์ ภาพรวมของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้เฟซบุคของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ ได้ดังนี้

$$\hat{Y}_1 = 2.084 + 0.236(X_1)$$

$$\hat{Y}_2 = 0.392 + 0.099(X_1) + 0.168(X_2) + 0.374(X_3)$$

$$\hat{Y}_3 = 0.981 + 0.145(X_1) + 0.164(X_2)$$

$$\hat{Y}_4 = 2.882 + 0.122(X_1)$$

$$\hat{Y}_5 = 1.741 + 0.206(X_2) + 0.180(X_3)$$

$$\hat{Y}_{รวม} = 1.616 + 0.066(X_1) + 0.128(X_2) + 0.418(X_3)$$

เมื่อ

$$\hat{Y}_1 = \text{ความพึงพอใจด้านการสนทนา}$$

$$\hat{Y}_2 = \text{ความพึงพอใจด้านการใช้งาน}$$

$$\hat{Y}_3 = \text{ความพึงพอใจด้านการใช้ประโยชน์}$$

$$\hat{Y}_{รวม} = \text{ความพึงพอใจรวม}$$

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากการศึกษาด้านประชากรศาสตร์ เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ค ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอรอุมา ศรีสุทธิพันธ์ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นและพฤติกรรมเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าระดับรายได้ อาชีพและการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

2. พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊คของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ สามารถสรุปได้ว่า ผู้สูงอายุได้ให้ความสนใจกับการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊คเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับศุภนาฏ บัวบางพลู (2546) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ พบว่าพฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในบริษัท มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบ Intranet ซึ่งปัจจุบันจะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ ตามแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารได้กล่าวว่าเป็นบทบาทของเครือข่ายคอมพิวเตอร์ในระดับกลุ่ม เพื่อเป็นตัวแทนเสมือนกลุ่มทางสังคมขึ้นมา หรือเรียกว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์

3. จากการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้เฟซบุ๊คของผู้สูงอายุ ได้แก่ ปัจจัยด้านการสื่อสาร ปัจจัยด้านการใช้งาน และปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม ซึ่งสอดคล้องกับของนิชดา เจริมชัยศรี (2542) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ลักษณะประชากรแตกต่างของผู้ใช้ผ่านระบบเครือข่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ จากข่าวสาร ที่ได้รับผ่านระบบเครือข่าย Intranet เช่นเดียวกับการใช้ประโยชน์ของผู้สูงอายุ ที่ต้องการใช้รูปแบบการสื่อสารต่างๆ ในเฟซบุ๊ก เช่น การสนทนาแลกเปลี่ยนข้อมูล การติดต่อสื่อสารกับเพื่อนหรือบุคคลอื่น การแสดงความคิดเห็นบนกระดานข้อความของตนเอง เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ผลสรุปจากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม พบว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ มีปัจจัยที่ควรปรับปรุงเพื่อสนองต่อความพึงพอใจในการใช้เฟซบุ๊ก ดังนี้

1. ปัจจัยด้านพฤติกรรมการคุยในห้องสนทนา ทางผู้ผลิตควรพัฒนา ควรพัฒนาด้านการติดต่อสื่อสารกับคนที่รู้จักหรือเพื่อนสนิท การติดต่อสื่อสารกับบุคคลทั่วไป ให้เหมาะสมกับการใช้งานของผู้สูงอายุมากยิ่งขึ้น

2. ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้งาน ทางผู้ผลิตควรพัฒนา ควรพัฒนาการเขียนแสดงความคิดเห็น (Post) ในกระดานข้อความ (Wall) การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่างๆ การเล่นเกมส์กับเพื่อนและคนรู้จัก การซื้อ-ขายสินค้าบนเฟซบุ๊ก ให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุมากยิ่งขึ้น

3. ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้ประโยชน์ ทางผู้ผลิตควรพัฒนา ควรพัฒนาการใช้ประโยชน์ในด้านการนำข้อมูลข่าวสารไปช่วยในการตัดสินใจ การใช้ประโยชน์ในการหาข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย การใช้ประโยชน์ในการแสดงออกด้านความคิดเห็นของตนเอง การใช้ประโยชน์การติดต่อสื่อสารกับเพื่อนและบุคคลอื่นๆ เป็นต้น

4. ผู้วิจัยได้พิจารณาถึงความพึงพอใจในการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุพบว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจรวม ได้แก่ ด้านพฤติกรรมการคุยในห้องสนทนา ด้านพฤติกรรมการใช้งาน และด้านพฤติกรรมการใช้ประโยชน์ ผู้พัฒนาควรรักษามาตรฐานทั้งสามปัจจัยนี้ไว้และพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อดำเนินงานครั้งต่อไปมีดังนี้

1. ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำแบบสอบถามกับกลุ่มผู้สูงอายุเพียงอย่างเดียว จึงขอเสนอให้ท่านจัดทำแบบสอบถามสำหรับคนกลุ่มอื่นๆด้วย อาทิเช่น กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยทำงาน เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายของประชากร

2. ผู้ทำการวิจัยได้ทำการสำรวจในเขตจังหวัดสมุทรปราการ เพียงอย่างเดียวจึงอาจได้ข้อมูลที่ไม่ครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่ จึงขอเสนอให้ท่านอื่นทำการขยายพื้นที่ในการทำวิจัยเพื่อเป็นการขยายขอบเขตของข้อมูลโดยการสำรวจข้อมูลจากพื้นที่อื่นๆร่วมด้วย

รายการอ้างอิง

- โกสันต์ เทพสิทธิทรากรณ์. (2547). **เทคโนโลยีสารสนเทศพื้นฐาน**. กรุงเทพมหานคร: แม็ค.
- จูไรรัตน์ ทองคำชื่นวิวัฒน์. (2552). **เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network)**.
เข้าถึงเมื่อ 1 กรกฎาคม. เข้าถึงได้จาก http://ngnforum.ntc.or.th/index.php?option=com_content&task=view&id=76&Itemid=48
- ทรูปลูกปัญญา. (2554). **ความสำคัญของอินเทอร์เน็ต**. เข้าถึงเมื่อ 1 กรกฎาคม. เข้าถึงได้จาก http://www.trueplukpanya.com/true/knowledge_detail.php?mul_content_id=3056
- ธงชัย สันติวงษ์. (2546). **พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพมหานคร: ประชุมช่าง.
- นนุช ศิริโรจน์. (2545). **การสื่อสารมวลชนเบื้องต้น**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- น้ำทิพย์ สำเภาทอง. (2542). “การใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้ในระยะเริ่มแรกในเขตกรุงเทพมหานคร กับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร.” **วิทยานิพนธ์ปริญญาโท** มหาวิทยาลัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นิชดา เตรียมชัยศรี. (2542). “การเปิดรับข่าวสารความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน).” **วิทยานิพนธ์ปริญญาโท** สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญymas สันธูประมา. (2539). **สังคมวิทยาความสูงอายุ**. พิมพ์ครั้งที่ 1. เชียงใหม่: สมพรการพิมพ์.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2553). **การวิจัยตลาด 1 นครปฐม: เพชรเกษม พรินติ้ง**.
- ปริญญ์ ลักขิตานนท์. (2544). **จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: ทิปปิง พอยท์.
- พรชัยพล มังกรพิศม์. (2553). **GMM มุ่ง Social Network ปักฐานศิลปินสร้างความรักดีระยะยาว**. เข้าถึงเมื่อ 3 กรกฎาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.brandage.com/Modules/DesktopModules/Article/ArticleDetail.aspx?tabID=2&ArticleID=4686&ModuleID=21&GroupID=1215>
- เพ็ญทิพย์ จิรพินนุสรณ์. (2539). “พฤติกรรมกรรมการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อมวลชนและอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาและบุคลากรของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.”

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภัทรา เรืองสวัสดิ์. (2553). “รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะ
วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เรวดี คงสุภาพกุล. (2539). “การใช้ระบบอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร.”
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วชิราพร พุ่มบานเย็น. (2545). เทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์. กรุงเทพมหานคร:
ซีเอ็ดยูเคชั่น.

วรรณิ เจริญทรียานันท์. (2543). “พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของ
ผู้ใช้บริการ อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะ
บริการธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). การบริการการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.

ศุภนาฏ บัวบางพลู. (2546). “ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อ ความคาดหวัง
การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายโทรทัศน์.”
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศุภอักษร ปริดาสุทธิจิตต์. (2545). “พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของนักเรียน
มัธยมศึกษาตอนปลาย กรณีศึกษาโรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาพัฒนาการ.” วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ศูนย์ข้อมูลประเทศไทย จังหวัดสมุทรปราการ. จำนวนประชากรผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ.
เข้าถึงเมื่อ 8 กรกฎาคม. เข้าถึงได้จาก <http://samutprakarn.kapook.com>

สำนักงานสถิติแห่งชาติของสหรัฐอเมริกา. รายงานผลการสำรวจการใช้เว็บไซต์ปี 2012 เป็นการจับ
10 อันดับเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ซึ่งกระทำโดยผู้เยี่ยมชมประจำวัน 15
กันยายน 2555. เข้าถึงเมื่อ 15 กันยายน. เข้าถึงได้จาก
<http://www.hitwise.com/us/datacenter/main/dashboard-10133.html>

แสงเดือน มุสิกธรรมณี. (2545). “ความต้องการด้านกิจกรรมของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ.”
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ โครงการสวัสดิการสังคม คณะ
สังคมสงเคราะห์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.

- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2539). **การตัดสินใจ**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรณี ฝูงวรรณลักษณ์. (2543). **ผู้สังคมนสูงวัย...เตรียมพร้อมในภาคธุรกิจและการบริหารนโยบายสาธารณะ**. ในการประชุมวิชาการประชากรศาสตร์แห่งชาติ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรอุมา ศรีสุทธิพันธ์. (2545). “ความคิดเห็นและพฤติกรรมเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาจิตวิทยา คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). “Social Network sites: Definition, history and scholarship.” *Journal of Computer-Mediated Communication* 13, (October): 210-230.
- Kate, E., J.G. Blemler. And M. Gurevitch. (1974). **The Uses of Mass Communication**. Beverly Hills: Sage.
- Klapper, Joseph T. (1960). **The Effects of Mass Communication**. New York: The Free Press.
- McCombs, M.E. and Becker, L.B. (1979). **Using communication theory**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Socialbakers. (2012). **The recipe for social marketing success**. Accessed 15 September Available from <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/>

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ

แบบสอบถามชุดนี้เป็นเอกสารประกอบการวิจัยของนักศึกษาปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามดังรายละเอียดที่ปรากฏในแบบสอบถามนี้ ผู้วิจัยขอความกรุณาให้ท่านตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง และขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ข้อมูล ณ ที่นี้

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้ใช้สอบถามผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook)

ผลงานวิจัยนักศึกษาปริญญาตรี
ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook)

2. กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่เป็นคำตอบของท่าน

3. ข้อมูลที่ได้รับจากการสอบถามในครั้งนี้จะเก็บไว้เป็นความลับเพื่อการศึกษาเท่านั้น

ตอบแบบสอบถามนี้โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1.เพศ

- ชาย หญิง

2.อายุ

- 60-65 ปี 66-70 ปี 71-76 ปี 77-82 ปี 83 ปีขึ้นไป

3.ระดับการศึกษาสูงสุด

- ไม่ได้เรียนหนังสือ อ่านและเขียนไม่ได้ อนุปริญญา
 ไม่ได้เรียนหนังสือ แต่อ่านออกและเขียนได้ ปริญญาตรี
 ประถมศึกษา อื่นๆ
 มัธยมศึกษา

4.สถานภาพ

- โสด สมรส หย่าร้าง หม้าย

5. ปัจจุบันท่านอยู่กับใครบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- อยู่คนเดียว อยู่กับคู่สมรส
 อยู่กับบุตร อยู่กับหลาน
 อยู่กับญาติ อื่นๆ (ระบุ)

6. อาชีพ

- ไม่ได้ทำงาน ข้าราชการบำนาญ
 เกษตรกรรม ค้าขาย
 รับจ้าง อื่นๆ (ระบุ)

7. แหล่งของรายได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ตนเอง () ทรัพย์สินเดิม
() บุตรหลาน () เงินบำนาญ () ญาติ

8. รายได้ส่วนตัวเฉลี่ย (รวมโบนัส และรายรับพิเศษอื่นๆ)

- () น้อยกว่า 10,000 บาท () 10,001 – 20,000 บาท () 20,001 – 30,000 บาท
() 30,001 – 40,000 บาท () 40,001 – 50,000 บาท () มากกว่า 50,000 บาท

9. ความเพียงพอของรายได้ของผู้สูงอายุที่ใช้จ่ายต่อเดือน

- () เหลือเก็บ () พอใช้ () ไม่พอใช้

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้เฟชบุค

10. ท่านเคยใช้เฟชบุคหรือไม่

- () เคย () ไม่เคย

11. โดยเฉลี่ยท่านใช้เฟชบุคกี่ชั่วโมงต่อสัปดาห์

- () น้อยกว่า 10 ชม./ สัปดาห์ () สัปดาห์ละ 10 – 20 ชม.

() มากกว่า 20 ชม./ สัปดาห์ () อื่น (โปรดระบุ)

12. ท่านมักจะใช้ช่วงเวลาใดเล่นเฟชบุคบ่อยที่สุด

- () ก่อน 11.00 น. () 11.01 – 14.00น. () 14.01 – 16.00น. () 16.01 – 18.00น.
() 18.01 – 20.00 น. () 20.01 – 22.00 น. () 22.01 – 24.00 น.

13. ท่านมักใช้เฟชบุคเพื่อวัตถุประสงค์ใดบ่อยสุด

- () เพื่อศึกษาหาความรู้เป็นส่วนใหญ่ () เพื่อความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่

() เพื่อการติดต่อสื่อสารเป็นส่วนใหญ่ () อื่นๆ โปรดระบุ.....

14. ท่านใช้เฟซบุ๊กมาเป็นระยะเวลาเท่าใด

() น้อยกว่า 6 เดือน () 1 ปี () 2 ปี () 3 ปี () มากกว่า 3 ปี

15. โปรแกรมที่นิยมเข้าไปใช้บริการเฟซบุ๊กบ่อยที่สุดคือ

() Internet Explorer () Mozilla Firefox () Google Chrome () Safari

ส่วนที่ 3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook)

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับท่านมากที่สุด

เครื่องมือของ เฟซบุ๊ก (Facebook)	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านพฤติกรรมการคุยในห้องสนทนา					
1. เพื่อติดต่อสื่อสารกับคนที่รู้จักหรือเพื่อนสนิท					
2. เพื่อติดต่อสื่อสารกับบุคคลทั่วไป					
ด้านพฤติกรรมการใช้งาน					
1. เขียนแสดงความคิดเห็น (Post) ในกระดานข้อความ (Wall)					
2. การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่างๆ (Share)					
3. อัปโหลดรูปของตนเองและ Tag ให้เพื่อนหรือคนรู้จัก					
4. เล่นเกมส์กับเพื่อนและคนรู้จัก					
5. การหาข้อมูลข่าวสารในสิ่งที่ตนเองชอบหรือสนใจ (Fanpage)					
6. ซื้อ-ขายสินค้า บนเฟซบุ๊ก					

เครื่องมือของ เฟซบุ๊ก (Facebook)	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านพฤติกรรมการใช้ประโยชน์					
1.เพื่อประโยชน์ในด้านการนำข้อมูลข่าวสารไปช่วยในการตัดสินใจ					
2.เพื่อประโยชน์ในการหาข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย					
3.เพื่อประโยชน์ในการแสดงออกด้านความคิดเห็นของตนเอง					
4.เพื่อโพสต์รูปและเรื่องราวของตนเอง					
5.เพื่อประโยชน์ในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนและบุคคลอื่นๆ					
6.เพื่อประโยชน์ในการใช้เวลาว่าง					

ส่วนที่ 4. ความพึงพอใจในการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook)

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับท่านมากที่สุด

หัวข้อความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการสื่อสาร					
ส่งข้อความแสดงความยินดีในโอกาสต่างๆ					
แสดงความคิดเห็นหรือการ Comment					
ส่งข้อความ					
การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น					
การสนทนาผ่าน video call					
สะดวกรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร					

หัวข้อความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านความบันเทิง					
เล่นเกมออนไลน์					
สร้างโปรไฟล์เป็นของตนเอง					
สร้างอัลบั้มรูป					
เผยแพร่ภาพและวิดีโอ					
เล่น Application ต่างๆ					
เผยแพร่ผลงานของตนเอง					
ติดตามข่าวสาร					
การแสดงข้อมูลการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ					
ด้านการตลาด					
ซื้อสินค้าและบริการ					
ขายสินค้าและบริการ					
การโฆษณาสินค้าและบริการ					
ให้ข้อมูลสินค้าและบริการ					
สร้าง Pates ขายสินค้าและบริการ					
อัปเดตข้อมูลต่างๆ ด้านสินค้าและบริการ					
ด้านสังคมและวัฒนธรรม					
ใช้ Website facebook เพราะความทันสมัย					
ใช้ Website facebook เพราะบุคคลในครอบครัวแนะนำ					
ใช้ Website facebook เพราะเห็นเพื่อนใช้					
ต้องการสร้างกระแสสังคมและความชอบสิ่งเดียวกัน					
ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆกับทางกลุ่ม					
ต้องการแสดงความเป็นตัวตน					
ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเพื่อน					
ต้องการพบเพื่อนต่างเพศ					
ต้องการมีภาพลักษณ์ที่ดีในสังคม					

หัวข้อความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ได้รับอิทธิพลจากบุคคลอื่น เช่น เพื่อนกด Like ก็กดตามเพื่อน เป็นต้น					
ด้านเทคโนโลยี					
มีความสะดวก ง่ายต่อการติดต่อสื่อสาร					
มีความสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน					
ต้องการสร้างกระแสสังคมและความชอบสิ่งเดียวกัน					
ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆกับคนทางกลุ่ม					
สามารถค้นคว้าข้อมูลที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว มีความหลากหลาย					

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล

นายณัฏฐ ฉลอง โภคศิลชัย

ที่อยู่

97/1 หมู่ 2 ตำบลวังตะกู อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2546 สำเร็จการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษาโรงเรียนอนุบาลไพทวิทยา
จังหวัดนครปฐม

พ.ศ.2551 สำเร็จการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาโรงเรียนพระปฐมวิทยา

พ.ศ.2552 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



ผลงานวิทยานักศึกษา ระดับปริญญาตรี

