

[ ภัทรพล , ณัฐชуда หน้า 145-156 ]



### การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอล ในยุคดิจิทัล ของกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี

Media exposure, Uses and Gratification toward Football Media in the Digital Age among Male Baby Boomers in Nonthaburi

ภัทรพล พานทอง. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ณัฐชуда วิจิตรจามรี. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Pattarapol Panthong, Faculty of Humanities. Kasetsart University

Natchuda Wijitjammaree, Faculty of Humanities. Kasetsart University

Corresponding author, Email : artapp10@gmail.com, natchuda\_44@live.com

Received: 06 February 2020 ; Revised: 12 March 2020 ; Accepted: 19 March 2020

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอลในยุคดิจิทัล ของกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี (2) เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอลในยุคดิจิทัล ของกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี (3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอลในยุคดิจิทัล ของกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี (4) เพื่อศึกษาความแตกต่างในการเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอลในยุคดิจิทัล ของกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (5) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอล การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอลในยุคดิจิทัล ของกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง Baby Boomer เพศชาย ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าเฉลี่ยแบบ T-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี มีการเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอล โดยเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด มีการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล ด้านความบันเทิงและการผ่อนคลายมากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอล ประเภทสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอลแตกต่างกัน การเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอล มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล และการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอล

**คำสำคัญ :** การเปิดรับสื่อ, การใช้ประโยชน์, ความพึงพอใจ

### Abstract

This research aims to study (1) the exposure of football media in the digital age among male baby boomers in Nonthaburi (2) the uses of football media in the digital age among male baby boomers in Nonthaburi (3) Gratification of football media in the digital age among male baby boomers in Nonthaburi (4) The differences in the exposure of football media in the digital age among male baby boomers in Nonthaburi classified by personal factors (5) The relationship between the exposure, uses and gratification of football media in the digital age among male baby boomers in Nonthaburi. The survey quantitative methodology is applied. Data are collected from a sample group of 400 male baby boomers in Nonthaburi with questionnaires. Methods for statistical data analysis are frequency, percentage, mean, standard deviation, T-test, One Way analysis of variance (ANOVA) and Pearson's correlation coefficient.

The research findings show that male baby boomers in Nonthaburi expose to sport through the Internet media more than other media, use the sport media for entertainment and relaxation needs at the highest level. The Internet media gratify male baby boomers in Nonthaburi at the highest level. For the hypothesis testing results it is found that among male baby boomers in Nonthaburi with age differences have different exposure of football media. The exposure of football media are related to the use of football media, and the use of football media are related to the exposure of football media

**Keywords :** media exposure, uses, gratification.

### บทนำ

สังคมทั่วโลก รวมถึงสังคมไทยในปัจจุบัน ได้เริ่มเข้าสู่สังคมของผู้สูงอายุ (Aging society) สำหรับประเทศไทยได้เริ่มเข้าสู่สังคมของผู้สูงอายุ ตั้งแต่ปี 2548 โดยจากผลสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ แสดงให้เห็นว่าในปี 2537 มีผู้สูงอายุ คิดเป็นร้อยละ 6.8 ปี 2545 ร้อยละ 9.4 ปี 2550 ร้อยละ 10.7 ปี 2554 ร้อยละ 12.2 และปี 2560 ร้อยละ 16.7 ตามลำดับ ของจำนวนประชากรในประเทศไทยทั้งหมด และจากการคาดการณ์ประชากรของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ประเทศไทย จะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ (Complete aged society) ในปี 2564 ประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป

มีสัดส่วนร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด และในปี 2574 ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอด (Super aged society) จะมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 28 ของประชากรทั้งหมด โดยมีจำนวนและสัดส่วนของผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น

ในยุคปัจจุบันหรือยุคดิจิทัล สื่อกีฬาฟุตบอลกลายเป็นความบันเทิงชนิดหนึ่งที่มีความนิยมอย่างสูง โดยเฉพาะกับกลุ่ม Baby Boomer เป็นกลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489-2507 หรือเกิดในช่วงปี ค.ศ. 1946-1964 ต่างให้การยอมรับและเปิดรับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต โทรทัศน์วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และวารสาร เป็นต้น เพื่อสนองประโยชน์ในหลายๆ ด้านของตนเอง โดยมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป ซึ่งจากรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561 (Thailand Internet User Profile 2018) ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พบว่ากลุ่ม Baby Boomer ในประเทศไทยมีพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด 5 ลำดับ ดังนี้ 1. Line 97.3%, 2. YouTube 94.2%, 3. Facebook 92.2%, 4. Message 67.0% และ 5. Pantip 51.5% และสื่อปัจจุบันพยายามตอบสนองความต้องการดังกล่าว โดยหันมาเสนอเนื้อหาทางด้านกีฬาฟุตบอลเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งเทคโนโลยีในยุคดิจิทัลมีความเจริญก้าวหน้า มีส่วนช่วยให้ข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลมีเพิ่มขึ้น สามารถนำเสนอจากทั่วทุกมุมโลกในระยะเวลาที่รวดเร็ว

กีฬาฟุตบอลถือว่าเป็นกีฬาอีกประเภทหนึ่งที่ขยับขึ้นมาเป็นกีฬาสากลพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงจากกีฬาสมัครเล่นเป็นกีฬาอาชีพ นับได้ว่าเป็นกีฬาที่มีความนิยมเป็นอย่างสูง เพราะเป็นกีฬาที่มีกฎระเบียบที่เข้าใจง่ายเป็นสากล มีความสนุกสนาน ใช้อุปกรณ์และเทคนิคการเล่นเพียงเล็กน้อย ส่งผลให้มีผู้นิยมเล่นกีฬาฟุตบอลกันในหลายระดับ ตั้งแต่ระดับสมัครเล่นไปจนถึงระดับมืออาชีพ ทำให้กีฬาฟุตบอลเป็นที่นิยมมากขึ้นในเวลาต่อมา อีกทั้งการติดตามชมและเชียร์ทีมฟุตบอลที่ชื่นชอบรวมไปถึงนักฟุตบอลที่ชื่นชอบเป็นไปได้ง่าย ปัจจุบันได้รับความสนใจจนเป็นที่นิยมในกลุ่มบุคคล สถาบัน และแวดวงสาขาต่างๆ เนื่องจากเป็นเครื่องมือและกลไกหนึ่งในการเข้าถึงบุคคล ทุกสาขาวิชาชีพ ชนชั้น และเชื้อชาติได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้การติดตามสื่อกีฬาฟุตบอลถือว่าการแสวงหาความบันเทิงอย่างหนึ่ง เนื่องจากกีฬาฟุตบอลเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมต่างๆ ในการดำรงชีวิตของมนุษย์ และเป็นความชื่นชอบของแต่ละบุคคล พร้อมกระตุ้นให้เกิดความคิดที่จะเลือกรับชมกีฬาฟุตบอลทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อความผ่อนคลายหรือหันมาบริหารร่างกาย การวิ่ง และเทคนิคการเล่นกีฬาฟุตบอล ซึ่งกีฬาฟุตบอลมีความหลากหลายทั้งรูปแบบ ประเภท และรุ่นอายุที่ทำการแข่งขัน เช่น รูปแบบเดี่ยว-ทีม ฟุตบอลสนามหญ้า ฟุตบอลหญ้าเทียม ฟุตบอลชายหาด และฟุตบอลทีมรุ่นเด็ก ทีมรุ่นเยาวชน ทีมรุ่นอาวุโส เป็นต้น

กลุ่ม Baby Boomer ที่เริ่มสนใจหรือเคยเป็นนักกีฬาฟุตบอลและในหลากหลายกีฬา ก็ยังอยากลงประลองเพื่อความสนุกสนานและปลุกไฟในตนเอง หรือแม้กระทั่งหลายๆ คนที่ไม่ได้เป็นนักกีฬาที่เก่งมากสมัยวัยรุ่น เมื่อเริ่มมีฐานะมีเงินมีทองที่จะซื้ออุปกรณ์กีฬา ก็อาจจะกลับมาเริ่มเล่นกีฬาที่ตัวเองเคยใฝ่ฝันเมื่อในอดีตอีกครั้ง

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอลในยุคดิจิทัลของกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี เพื่อศึกษาว่า กลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี มีการเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอลจากสื่อใดบ้าง สื่อกีฬาฟุตบอลสามารถเข้าถึงกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี ได้หรือไม่ ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีการเปิดรับสื่อแตกต่างกันหรือไม่ มีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอลมากน้อยเพียงใด ซึ่งจะเป็นแนวทางเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาการประชาสัมพันธ์หรือการสื่อสารกีฬาฟุตบอลไปยังกลุ่ม Baby Boomer ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอลในยุคดิจิทัล ของกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอลในยุคดิจิทัล ของกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอลในยุคดิจิทัล ของกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี
4. เพื่อศึกษาความแตกต่างในการเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอลในยุคดิจิทัล ของกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอล การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอลในยุคดิจิทัล ของกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี

### ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้ศึกษาการเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอล โดยศึกษาเฉพาะกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489-2507 การวิจัยครั้งนี้จะแบ่งเป็น 2 ช่วงอายุ ได้แก่ 1. อายุก่อนเกษียณ คือ 55-60 ปี และ 2. อายุหลังเกษียณ คือ 61-73 ปี โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2562 ถึง เดือนมกราคม 2563

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นแนวทางในการนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาคุณภาพการสื่อสารขององค์กร หรือส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนกีฬาฟุตบอลและการประชาสัมพันธ์กีฬา
2. ผลวิจัยสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงสื่อกีฬาฟุตบอลให้มีรูปแบบเนื้อหา และวิธีการนำเสนอให้ตรงกับการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี

### สมมติฐานการวิจัย

1. กลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีการเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอล แตกต่างกัน
  - 1.1 อายุต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอลแตกต่างกัน
  - 1.2 สถานภาพต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอลแตกต่างกัน
  - 1.3 อาชีพต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอลแตกต่างกัน
  - 1.4 รายได้ต่อเดือนต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอลแตกต่างกัน
  - 1.5 การศึกษาต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอลแตกต่างกัน
2. การเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอล มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล ของกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี
  - 2.1 สื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล
  - 2.2 สื่ออินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล
  - 2.3 สื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล
  - 2.4 สื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล

3. การใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอล ของกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี

3.1 การใช้ประโยชน์ด้านข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอล

3.2 การใช้ประโยชน์ด้านการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอล

3.3 การใช้ประโยชน์ด้านอัตลักษณ์ส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอล

3.4 การใช้ประโยชน์ด้านความบันเทิงและการผ่อนคลายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอล

### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยการสำรวจ (Survey Research) ประชากรเป้าหมาย คือ กลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 105,775 คน รวมทั้งหมด 6 อำเภอ การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ใช้ตารางของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการประมาณค่าการสุ่มในระดับที่ 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 400 คน

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิตามสัดส่วนจริง (Proportional Stratified Random Sampling) ของกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย จำนวน 400 คน โดยการลงพื้นที่ 6 อำเภอ ในจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ อำเภอเมืองนนทบุรี 127 คน อำเภอบางบัวทอง 85 คน อำเภอปากเกร็ด 80 คน อำเภอบางกรวย 44 คน อำเภอบางใหญ่ 43 คน และอำเภอไทรน้อย 21 คน พื้นที่ที่ใช้เก็บข้อมูลได้แก่ บริเวณสนามกีฬาฟุตบอล สนามฟุตบอล สถานที่ออกกำลังกาย สวนสาธารณะ และร้านอาหารที่เป็นแหล่งรวมเพื่อชมกีฬาฟุตบอลผ่านโทรทัศน์ งานอีเว้นท์ฟุตบอล บูธสินค้ากีฬา Shop กีฬาภายในห้างสรรพสินค้า 3 แห่ง ได้แก่ เซ็นทรัลเวสต์เกต, เซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ และ เดอะมอลล์ งามวงศ์วาน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยให้ผู้ตอบกรอกเอง (Self-Administered Questionnaire) ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล การเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอล การใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล และความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอล โดยแบบสอบถามได้รับการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร จำนวน 2 ท่าน และด้านกีฬาฟุตบอล จำนวน 1 ท่าน เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมและความสอดคล้องของข้อคำถาม และผู้วิจัยได้ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการคำนวณหาสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) สามารถสรุปผลการทดสอบความเชื่อมั่นได้ ดังต่อไปนี้

1. การเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอล จากสื่อมวลชน ได้ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.71 สื่ออินเทอร์เน็ต ได้ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.71 สื่อบุคคล ได้ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.73 และสื่อเฉพาะกิจ ได้ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.80

2. การใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล ด้านข้อมูลข่าวสาร ได้ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.88 ด้านการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม ได้ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.92 ด้านอัตลักษณ์ส่วนบุคคล ได้ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.83 ด้านความบันเทิงและการผ่อนคลาย ได้ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.93

3. ความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอล ประเภทสื่อมวลชน ได้ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.89 สื่ออินเทอร์เน็ต ได้ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.93 สื่อบุคคล ได้ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.96 และสื่อเฉพาะกิจ ได้ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.97

### สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอล การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจที่มีต่อสื่อกีฬาฟุตบอล
2. สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential analysis) โดยใช้การวิเคราะห์สถิติ independent-samples T-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

### สรุปผลการวิจัย

#### ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามอยู่ในช่วงอายุ 55-60 ปี มากที่สุด จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 79.5 ส่วนช่วงอายุ 61-73 ปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 มีสถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน มากที่สุด จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65 ประกอบอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มากที่สุด จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 มีรายได้ต่อเดือน 10,000-40,000 บาท มากที่สุด จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี / เทียบเท่า มากที่สุด จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7

#### ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอล

การเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอล ของกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 2.96 เมื่อพิจารณาตามสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอล โดยเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.48 รองลงมาคือ เปิดรับสื่อบุคคล ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.26 และเปิดรับสื่อมวลชน ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 2.87 ส่วนสื่อที่มีการเปิดรับสื่อน้อยที่สุด คือ เปิดรับสื่อเฉพาะกิจ ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 2.24

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอล ของกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี โดยเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต ช่องทาง Line มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยที่ 4.26 และน้อยที่สุด คือ ช่องทาง Twitter มีค่าเฉลี่ยที่ 1.80

#### ส่วนที่ 3 การใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล

การใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล ของกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.79 เมื่อพิจารณาตามด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล ด้านความบันเทิงและการผ่อนคลาย ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.99 รองลงมาคือ ด้านการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.80 และด้านข้อมูลข่าวสาร ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.70 ส่วนด้านที่น้อยที่สุด คือ ด้านอัตลักษณ์ส่วนบุคคล ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.68

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล ของกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี ด้านความบันเทิงและการผ่อนคลาย เพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลิน หรือสนุกสนานจากการแข่งขันฟุตบอล และ เพื่อให้ผ่อนคลายความเครียด มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.10 และน้อยที่สุด คือ เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พอใจ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยที่ 3.78

#### ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอล

ความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอล ของกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี โดยรวมอยู่ใน

ระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.74 เมื่อพิจารณาตามด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอล ด้านสื่ออินเทอร์เน็ต ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.02 รองลงมาคือ ด้านสื่อมวลชน ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.95 และด้านสื่อบุคคล ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.56 ส่วนด้านที่น้อยที่สุด คือ ด้านสื่อเฉพาะกิจ ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.44

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอล ของกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี ด้านสื่ออินเทอร์เน็ต ในเรื่องความใหม่ ทันเหตุการณ์ของข้อมูล มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยที่ 4.24 และน้อยที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือของข้อมูล มีค่าเฉลี่ยที่ 3.85

**ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย**

1. กลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี ที่มีอายุแตกต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอล ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี ที่มีอายุ 55-60 ปี มีการเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอลมากกว่า กลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี ที่มีอายุ 61-73 ปี ส่วนสถานภาพ อาชีพ รายได้ และการศึกษา แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอล ไม่แตกต่างกัน

2. การเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอล ของกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวได้ว่า หากมีการเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอลมากขึ้น จะมีการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอลมากขึ้น โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) อยู่ที่ .412 ถือว่าอยู่ในระดับปานกลาง

2.1 สื่อมวลชน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวได้ว่า หากมีการเปิดรับสื่อมวลชนมากขึ้น จะมีการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอลมากขึ้น โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ที่ .359 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับต่ำ

2.2 สื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวได้ว่า หากมีการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตมากขึ้น จะมีการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอลมากขึ้น โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ที่ .313 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับต่ำ

2.3 สื่อบุคคล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวได้ว่า หากมีการเปิดรับสื่อบุคคลมากขึ้น จะมีการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอลมากขึ้น โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ที่ .384 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับต่ำ

2.4 สื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวได้ว่า หากมีการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจมากขึ้น จะมีการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอลมากขึ้น โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ที่ .250 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับต่ำ

3. การใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวได้ว่า หากมีการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล จะมีความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอลมากขึ้น โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) อยู่ที่ .637 ถือว่าอยู่ในระดับสูง

3.1 การใช้ประโยชน์ด้านข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวได้ว่า หากมีการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอลด้านข้อมูลข่าวสาร จะมีความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอลมากขึ้น โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ที่ .517 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับปานกลาง

3.2 การใช้ประโยชน์ด้านการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ความพึง

พอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวได้ว่า หากมีการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอลด้านการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม จะมีความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอลมากขึ้น โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ที่ .573 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับปานกลาง

3.3 การใช้ประโยชน์ด้านอัตลักษณ์ส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวได้ว่า หากมีการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอลด้านอัตลักษณ์ส่วนบุคคล จะมีความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอลมากขึ้น โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ที่ .568 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับปานกลาง

3.4 การใช้ประโยชน์ด้านความบันเทิงและการผ่อนคลาย มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวได้ว่า หากมีการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอลด้านความบันเทิงและการผ่อนคลาย จะมีความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอลมากขึ้น โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ที่ .590 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับปานกลาง

### อภิปรายผลการวิจัย

**สมมติฐานข้อที่ 1** กลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีการเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอล แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอลที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี ที่มีช่วงอายุ 55-60 ปี มีการเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอลมากกว่า กลุ่มที่มีช่วงอายุ 61-73 ปี ทั้งนี้ ช่วงอายุก่อนเกษียณ 55-60 ปี เป็นช่วงวัยทำงาน ส่วนอายุหลังเกษียณ 61-73 ปี เป็นช่วงวัยเกษียณและเข้าสู่วัยชรา สาเหตุอาจเป็นเพราะปัญหาด้านสุขภาพ เช่น ปัญหาสายตา ปัญหาจากโรคประจำตัวต่างๆ จึงทำให้การเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอลของทั้ง 2 ช่วงอายุ มีการเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอลที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับการวิจัยของ กันตพล บันทัดทอง (2557) เรื่อง “พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคนสูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ผู้สูงอายุที่มีอายุอยู่ในช่วงหลังเกษียณอาจมีปัญหาด้านสุขภาพ จึงไม่สามารถใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ และยังสอดคล้องกับทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ของ DeFleur (1989) กล่าวว่า ผู้รับสารแต่ละคนล้วนมีความแตกต่างระหว่างบุคคล เนื่องจากผู้รับสารในแต่ละกลุ่มมีลักษณะที่แตกต่างกัน จึงมีวิธีการรับสารที่แตกต่างกัน

ทั้งนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ อาชีพ รายได้ และการศึกษา ของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอลที่ไม่แตกต่างกัน อาจเกิดจากสื่อด้านต่างๆ สามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก คล่องตัวสูง กระจายอยู่ทั่วทุกที่ และมีหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนด้านนี้จริงจัง จึงทำให้ด้านสถานภาพ อาชีพ รายได้ และการศึกษา ของกลุ่มตัวอย่างสามารถเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอลได้ตามปกติ และยังสอดคล้องกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Difference Theory) กล่าวไว้ว่า กลุ่มคนที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกันจะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารที่คล้ายกัน พฤติกรรมการสื่อสารนี้ ได้แก่ การเปิดรับสื่อ และนิสัยการใช้สื่อที่คล้ายๆ กัน เป็นต้น

**สมมติฐานข้อที่ 2** การเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอล มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอลของกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวได้ว่า หากมีการเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอลมาก



ขึ้น จะมีการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอลมากขึ้น เมื่อแจจแจงรายละเอียดการทดสอบความสัมพันธ์จะพบว่า การเปิดรับสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอลสูงที่สุด เนื่องจาก สื่อบุคคลสามารถอธิบาย หรือสามารถสถิติถึงการใช้ประโยชน์ได้เจาะลึกมากกว่าสื่ออื่นๆ เพราะสามารถสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตา (face-to-face) เห็นสีหน้าท่าทาง กริยา ของผู้ที่สื่อสารได้ สอดคล้องกับการวิจัยของ นิคาร์ตัน จันทรประภา (2540) เรื่อง “แผนการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประกันสังคม ความรู้และการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการประกันตน ในสถานประกอบการขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ด้านสื่อบุคคล การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร สมาชิกในครอบครัว ฝ่ายบุคคล/นายจ้าง และจากเพื่อนร่วมงานและเพื่อนบ้าน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนใหญ่มีการนำไปใช้ประโยชน์จากข่าวสารในระดับปานกลาง จึงเป็นเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานยังพบอีกว่า การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอลน้อยที่สุด อาจเกิดจากเทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีความก้าวหน้า จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอลทางสื่ออื่นๆ ที่มีความทันสมัย รวดเร็วและคล่องตัวสูงกว่า ซึ่งสื่อเฉพาะกิจต้องผ่านกระบวนการเผยแพร่ตามขั้นตอนที่ใช้เวลานาน เช่น เนื้อหาที่ออกมาจากหน่วยงานภาครัฐ หรือเอกชน ผ่านการตีพิมพ์ เป็นต้น จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะเปิดรับสื่ออื่นๆ เพื่อใช้ประโยชน์มากกว่าสื่อเฉพาะกิจ สอดคล้องกับแนวคิดของ McCombs และ Becker (1979) กล่าวว่า โดยทั่วไปแต่ละคนมีการเปิดรับสื่อ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยใช้ประโยชน์จากการเปิดรับสื่อเพื่อรู้ เกี่ยวกับเหตุการณ์รอบตัว ติดตามความเคลื่อนไหว และสังเกตเหตุการณ์ต่างๆ เพื่อให้เป็นคนทันเหตุการณ์ และทันสมัย

**สมมติฐานข้อที่ 3** การใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอล ของกลุ่ม Baby Boomer เพศชาย ในจังหวัดนนทบุรี

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวได้ว่า หากมีการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล จะมีความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอลมากขึ้น แจจแจงรายละเอียดการทดสอบความสัมพันธ์จะพบว่า การใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล ด้านความบันเทิงและการผ่อนคลายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอลสูงที่สุด เนื่องจาก กลุ่มตัวอย่างอาจจะต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอลเพื่อให้เกิดเป็นความเพลิดเพลิน สนุกสนาน และการผ่อนคลาย เป็นผลทำให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด สอดคล้องกับการวิจัยของ สถาวร สิงหะ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจกับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแบบดำน้ำลึกของนักดำน้ำชาวไทย” พบว่า การใช้ประโยชน์จากสื่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานยังพบอีกว่า การใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล ด้านข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอลน้อยที่สุด อาจเกิดจากแหล่งที่มาของข่าวสารกีฬาฟุตบอลที่ผลิตข่าวปลอม (Fake News) หรือเกิดจากการรู้ไม่เท่าทันสื่อ จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารที่ผิดไปจากความเป็นจริง จนขาดความน่าเชื่อถือในข่าวสาร และความพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอลก็ลดน้อยลงตามไปด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของ Shelly (1975) ที่อธิบายว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่ซับซ้อนสองแบบของมนุษย์ มีความรู้สึกด้านบวกและด้านลบ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อมีความรู้สึกด้านบวกมากกว่าด้านลบ ซึ่งถ้าสามารถบรรลุจุดมุ่งหมายที่วางไว้ได้สูงสุด ความรู้สึกด้านบวกก็จะมากขึ้นส่งผลให้เกิดเป็นความสุข เป็นความพึงพอใจ ในทางตรงข้ามหากจุดมุ่งหมายที่วางไว้เป็นไปทางด้านลบ จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ

### ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยใช้ช่องทาง Line รองลงมาคือ เฟซบุ๊ก ซึ่งทางผู้ผลิตสื่อควรมุ่งเน้นพัฒนาสื่ออินเทอร์เน็ต ในด้านการเข้าถึงง่ายมีระบบอัจฉริยะช่วยแนะนำ เนื้อหาที่ตรงกับหัวข้อข่าว ขนาดของตัวอักษรควรมีความใหญ่ขึ้น และมีสีสันทันตึงตาไม่ล้าตา ให้เหมาะสมแก่สุขภาพสายตาของผู้สูงอายุ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มช่วงอายุก่อนเกษียณเพราะยังอยู่ในวัยทำงาน และการเปิดรับสื่อกีฬาฟุตบอลรองลงมา คือ สื่อบุคคล ซึ่งเหมาะกับช่วงอายุหลังเกษียณ คือ 61-73 ปี เนื่องจากเป็นช่วงอายุที่ การทำงานของร่างกายเริ่มถดถอย จึงควรมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากสื่อบุคคล เช่น การสนทนา การแนะนำ การอธิบาย มากกว่าการให้หาข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต และยังเป็น การช่วยให้ได้อยู่ร่วมกับผู้อื่นช่วยลดความรู้สึกโดดเดี่ยว

2. จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์จากสื่อกีฬาฟุตบอล ด้านความบันเทิงและการผ่อนคลาย เพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลิน หรือสนุกสนานจากการแข่งขันฟุตบอล และเพื่อให้ผ่อนคลายความเครียด รองลงมาคือ เพื่อใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ซึ่งหน่วยงานด้านการกีฬา หน่วยงานที่ดูแลเกี่ยวกับผู้สูงอายุ ทางชุมชน ฯลฯ ควรมีการจัดกิจกรรมความบันเทิงเพื่อให้เกิดความสนุกสนาน เพื่อให้ผู้สูงอายุใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ได้มีเวลาอยู่ร่วมกับผู้คนหรือคนในครอบครัว และมีสุขภาพพลานามัยที่ดีขึ้น

3. จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจต่อสื่อกีฬาฟุตบอล ด้านสื่ออินเทอร์เน็ต ในเรื่องความใหม่ ทันเหตุการณ์ของข้อมูล รองลงมาคือ ความน่าสนใจของข้อมูล ซึ่งข้อมูลข่าวสารควรมีเนื้อหาที่เป็นความจริง มีแหล่งที่มา และมีความเหมาะสมเพื่อให้เข้าถึงความเข้าใจมากยิ่งขึ้น เพราะนอกจากจะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ของสื่อแล้วนั้น ผู้สูงอายุยังถือว่าเป็นช่วงวัยที่ยากต่อการเปิดรับสื่อใหม่ ๆ จึงมีผลต่อการบอกต่อหรือการแนะนำผู้อื่นด้วย เพราะฉะนั้น ความพึงพอใจถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ผู้สูงอายุยอมรับ ทำการเปิดรับต่อสื่ออื่นๆ ด้วย และทางผู้ผลิตสื่อควรมหาทางปรับปรุงแก้ไขข้อด้อยจุดนี้ให้ถูกต้องและดียิ่งขึ้น เพื่อพัฒนาสื่ออินเทอร์เน็ตให้มีความพึงพอใจต่อการใช้งานมากยิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการศึกษาด้านสื่ออินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ความผูกพัน และความพึงพอใจ ของแฟนบอลสโมสรฟุตบอลนนทบุรี ผ่านทาง Fanpage Nonthaburi FC หรือ เว็บไซต์ นนทบุรีเอฟซี ดอทคอม (www.nonthaburifc.com) เพื่อนำไปพัฒนาฐานแฟนคลับและพัฒนาสื่อกีฬาฟุตบอลของจังหวัดนนทบุรีให้ดียิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาเรื่องเกี่ยวกับพฤติกรรมและระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอม (Fake News) สำหรับผู้สูงอายุ เนื่องจากผู้สูงอายุจำนวนมากที่แชร์ (Share) ข่าวปลอมบนสื่อสังคมออนไลน์โดยที่ไม่รู้ว่าคือข่าวปลอม จึงควรมีการศึกษาเรื่องนี้ และผลการวิจัยอาจทำให้ผู้สูงอายุสามารถแยกแยะข่าวจริงกับข่าวปลอมได้ รู้เท่าทันข่าวสื่อ ลดการแชร์ข่าวปลอมในกลุ่มผู้สูงอายุได้ และอาจเป็นข้อมูลให้กับหน่วยงานที่ดูแลเรื่องนี้ได้ใช้ประโยชน์เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดผู้ไม่หวังดี ที่หวังหาผลประโยชน์จากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สูงอายุอีกด้วย

3. การศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเรื่องการรับรู้ การเข้าถึง การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจ และทัศนคติเกี่ยวกับแอปพลิเคชันสำหรับผู้สูงอายุ ยกตัวอย่าง เช่น Pill Reminder Pro ที่ช่วยเตือนความจำเวลาทานยา ThaiEMS 1669 เพื่อเรียกรถพยาบาลในพื้นที่ซึ่งใกล้ที่พักอาศัยให้มารับที่บ้านในสถานการณฉุกเฉิน เป็นต้น เพื่อนำไปเป็นประโยชน์ต่อลูกหลาน หรือผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และใช้งานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และผลการวิจัยอาจนำไปสู่การพัฒนาแอปพลิเคชันให้ดียิ่งขึ้น และพัฒนาอุปกรณ์ที่ทันสมัยให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น รองรับการใช้งานสำหรับผู้สูงอายุ และคอยอำนวยความสะดวกสบาย สามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุได้อย่างลงตัวต่อไป

### บรรณานุกรม

- กันตพล บันทัดทอง. (2557). **พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคนสูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. [Kantapon Buntadthong. (2014). *Social Network Usage Behavior and Bangkok Older Person's Satisfaction*. Master of Arts, Strategic Communications, Bangkok University.]
- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2543). **สื่อเพื่อชุมชน: การประมวลองค์ความรู้**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, กรุงเทพมหานคร. [Kanjana kaewthep and Others. (2000). *Community Media: Knowledge Processing*. The Thailand Research Fund : Bangkok.]
- ณัฏษณลภัส บันทิม. (2562). “ปัจจัยและระดับการยอมรับการใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook) ของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์.” **นิเทศศาสตร์ปริทัศน์**, 24(1), 164-175.  
[Nuklapas Pantim. (2019). “Factors Affecting Baby Boomers' Facebook Adoption and Adoption Level.” *Journal of Communication Arts*, 24(1), 164-175.]
- ณัฐชуда วิจิตรจามรี. (2558). **การสื่อสารในองค์การ**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์. [Nutchuda Wijitjamee. (2015). *Communication in Organization*. Bangkok : Kasetsart University Press.]
- นิศารัตน์ จันทร์ประภา. (2540). **แผนการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประกันสังคม ความรู้และการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการประกันตน ในสถานประกอบการขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. [Nisarath Chandrabprabha. (1997). *Public relations plan of social security office, knowledge and utilization of social security information among the insured in small business enterprises in Bangkok Metropolis*. Master of Arts, Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University.]
- บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ. (2557). “พฤติกรรมการใช้ (Facebook) ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร.” **วารสารร่วมพฤษ**, (2) กุมภาพันธ์-พฤษภาคม. มหาวิทยาลัยเกริก. [Boonyou Khorpornprasert. (2014). “The Behavior and Impacts of Using Facebook of University Students in Bangkok.” *Romphruek Journal*, (2) February-May.]
- สถาพร สิงหะ. (2556). **การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจกับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแบบดำน้ำลึกของนักดำน้ำชาวไทย**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. [Sathaporn singha. (2013). *Media Exposure, Uses and Gratifications toward Decision Making on Scuba Diving among Thai Divers*. Master of Arts, Strategic Communications, Bangkok University.]
- Defleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. J. (1989). *Theories of mass communication* 5 th ed. New York : Longman
- Katz, E. (1973). “Uses and gratifications.” *Public Opinion Quarterly* 37 (4): 509-523.
- McCombs, M. E. and Becker, L. E. (1979). *Using Mass Communication Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

- McQuail, D., and Michael, G. (1974). **Explaining Audience Behavior: Three Approaches Considered**. Beverly Hills, CA: Sage.
- Shelly, Maynard W. (1975). **Responding to Social Change**. Pennsylvania: Dowden Huntchisam Press. Inc.

#### เว็บไซต์

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2561). **รายงานสถิติจังหวัดนนทบุรี พ.ศ. 2561**. เข้าถึงได้จาก: <https://www.nontburi.nso.go.th>, 16 พฤศจิกายน 2561. [National Statistical Office Ministry of Information and Communication Technology. (2018). **Nonthaburi Provincial Statistical Office: 2018**. Retrieved : <https://www.nontburi.nso.go.th>, November 16, 2018 ]