

[ดวงทิพย์ หน้า 229-237]



พฤติกรรมการใช้และการยอมรับนวัตกรรมสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร

The usage behavior and acceptance of online social media among
the elderly in Bangkok

ดวงทิพย์ เจริญรุทซ์. วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

Duangtip Chareonrook. College of Communication Arts. Rangsit University.

Corresponding author, Email : duangtipc@hotmail.com

Received: 27 January 2020 ; Revised: 04 March 2020 ; Accepted: 14 March 2020

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์และการยอมรับนวัตกรรมจากการใช้ประโยชน์สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล (Questionnaire) ใช้วิธีการเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว (One-Short Descriptive Study) โดยทำการศึกษากลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุดในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 10,001-20,000 บาท และมีอาชีพปัจจุบัน คือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐ/ข้าราชการบำนาญ มากที่สุด จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 ข้อมูลทั่วไปด้านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภท Facebook มากที่สุด จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร พบว่า โปรแกรมสื่อออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้มากที่สุด คือ เฟสบุ๊ก (Facebook) จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร พบว่า ประโยชน์ด้านสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นได้อย่างสะดวก ประหยัด เงินและเวลาอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยที่ 4.16 มีระดับการยอมรับนวัตกรรมสื่อสังคมออนไลน์ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งานจริงมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.86 การทดสอบสมมติฐานพบว่า 1) ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ด้านเพศ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้/เดือน และอาชีพปัจจุบัน มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน มีเพียงลักษณะประชากรด้านสถานภาพเท่านั้นที่ไม่แตกต่างกัน 2) ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ด้านระดับการศึกษาสูงสุด รายได้/เดือน และอาชีพปัจจุบัน มีการยอมรับนวัตกรรมสื่อสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน มีเพียงด้านเพศและสถานภาพเท่านั้นที่ไม่แตกต่างกัน

และ 3) พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและการยอมรับนวัตกรรมสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กัน

คำสำคัญ : พฤติกรรมการใช้ , การยอมรับ , ผู้สูงอายุ

Abstract

This research aims to study the usage behavior and acceptance of online social media among the elderly in Bangkok. In this research, the data from 400 adults aged 60 years and older were collected and analyzed using questionnaires.

The results showed that the majority of respondents is female and married. The highest level of education attained is upper secondary and the salary range is 10,001 to 20,000 baht. Almost half (40%) of all respondents are current and retired government officials. In terms of users' online social behavior, 43.3 % of these senior citizens were on Facebook, representing the most popular online social networking site. It was also found that convenience in communication, including time and money saving, was the most obvious advantage of using social media. In addition, the acceptance level of social media innovation regarding attitudes towards its use was identified with the highest value of 3.86. Overall, the results indicated that regardless of sex, there was no significant differences in the usage behavior of online social media. However, the extent to which online social media is accepted varied and seemed to be influenced by other demographic and socio-economic variables such as level of education, current job, and income. This clearly suggests the relationship between the usage behavior and acceptance of online social media among older people in Bangkok.

Keyword: behavior, acceptance, the elderly

บทนำ

ในศตวรรษที่ 21 เกือบทุกประเทศบนโลกกำลังก้าวเข้าสู่ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในยุคโลกาภิวัตน์ เกิดเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบใหม่ที่คนทั่วโลกสามารถติดต่อสื่อสาร และเรียนรู้เรื่องราวถึงกันได้อย่างรวดเร็ว แม้จะอยู่กันคนละพื้นที่ก็ตาม นั่นคือ การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หรือ ที่รู้จักกันในนาม Social Media บนอุปกรณ์การสื่อสาร อาทิเช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟน (Smart Phone) ไอแพด (iPad) และคอมพิวเตอร์ (Computer) เป็นต้น ด้วยความสามารถของเทคโนโลยีการสื่อสารในรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ ไม่เพียงแต่ใช้เพื่อการติดต่อสื่อสาร หรือพูดคุยเท่านั้น แต่ยังมีลูกเล่นต่างๆ ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการในการใช้ชีวิตประจำวันของมนุษย์ในปัจจุบันได้อีกด้วย

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม (Social Tool) เพื่อใช้สื่อสารระหว่างกัน เครือข่ายทางสังคม (Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใดๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยรูปแบบการสื่อสารเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (<https://www.mindmeister.com/952405628/>, 12 ตุลาคม 2561) โดยปราศจากมิติด้านเวลาและสถานที่ ซึ่งการสื่อสารที่เกิดขึ้นสามารถใช้บนอุปกรณ์การสื่อสารได้หลายประเภท นอกจากนี้ ข้อมูลรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้

ใช้อินเตอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2561 ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้พบข้อมูลสำคัญประการหนึ่ง คือ การสื่อสารในสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทยได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในทุกเพศทุกวัย

จากรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2561 ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เกี่ยวกับความนิยมสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) แบ่งเป็นข้อมูลเชิงลึกตามวัย พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ยอดนิยม ได้แก่ ยูทูบ (Youtube) ไลน์ (Line) และเฟซบุ๊ก (Facebook) โดยข้อสังเกตสำคัญ คือ วัยผู้สูงอายุมีความนิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ในทุกประเภทมากขึ้น สะท้อนให้เห็นว่า วัยผู้สูงอายุมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย มีการยอมรับเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน โดยจะเห็นว่าผู้สูงอายุเริ่มรู้จักและหันมาใช้นวัตกรรมการสื่อสารแบบสื่อสังคมออนไลน์เช่นเดียวกับคนใน Gen อื่นๆ ด้วยวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไปทั้งในแง่ของการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และการเข้าถึงข้อมูลทางการตลาด

ปัจจุบันผู้สูงอายุเป็นกลุ่มประชากรที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในทุกประเทศทั่วโลก โดยองค์การสหประชาชาติได้ประเมินสถานการณ์ว่าปี พ.ศ. 2544-2643 (2001-2100) จะเป็นศตวรรษแห่งผู้สูงอายุ หมายถึง การมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรรวมทั่วโลก ซึ่งแต่ละประเทศจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมของแต่ละประเทศ อาทิเช่น ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ การพัฒนาทางด้านการแพทย์ การโภชนาการ สำหรับประเทศไทย มีการรายงานผลเกี่ยวกับจำนวนผู้สูงอายุในประเทศไทย โดยจังหวัดกรุงเทพมหานครมีจำนวนประชากรผู้สูงอายุมากที่สุด (สังคมผู้สูงอายุ, 1 พฤศจิกายน 2561) ปรากฏการณ์ในสังคมเกี่ยวกับการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ คือ มีผู้ใช้งานที่เป็นผู้สูงอายุมากขึ้น โดยการใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อการสื่อสารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีส่วนช่วยให้ผู้สูงอายุมีความรู้สึกลดอคติคุณภาพชีวิตของตนเองในแง่ของการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ อีกทั้ง ยังเป็นการเสริมสร้างความรู้รอบตัว นอกจากนี้ งานวิจัยของ วรณรัตน์ รัตนวงค์ (2558) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ตของผู้สูงอายุในการค้นหาข้อมูลสุขภาพ พบว่า การใช้อินเตอร์เน็ตของผู้สูงอายุสร้างความพึงพอใจและช่วยให้ผู้สูงอายุมีความทันสมัยทันต่อเหตุการณ์ สามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพได้ด้วยตนเอง)

จากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารและสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีต สื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทในการสร้างสัมพันธ์ภาพทางสังคม ส่งผลให้กลุ่มผู้สูงอายุหันมาให้ความสนใจนวัตกรรมกรรมกรการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการใช้ประโยชน์และการยอมรับนวัตกรรมสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากกรุงเทพมหานครมีจำนวนประชากรผู้สูงอายุมากที่สุดอันจะสามารถให้ข้อมูลที่ตรงกับวัตถุประสงค์ในการศึกษา และสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับจากการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้ในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมและความเชื่อถือต่อสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ รวมถึงสามารถนำไปวางแผนการสื่อสารกับกลุ่มผู้สูงอายุให้ตรงกับวัตถุประสงค์ในด้านต่างๆ อาทิเช่น ด้านการตลาด ด้านข้อมูลสุขภาพ เป็นต้น

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร
- 2) เพื่อศึกษาการยอมรับนวัตกรรมจากการใช้ประโยชน์สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

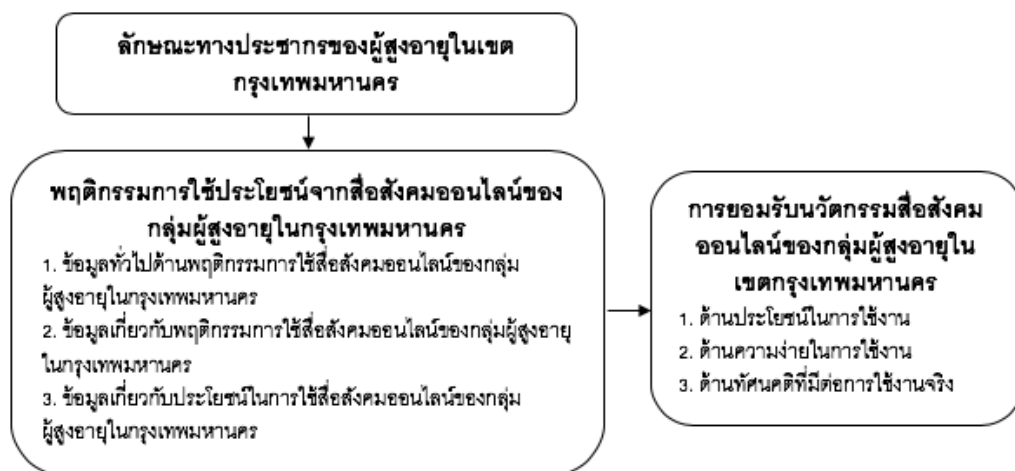
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ผลการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ สามารถนำมาประยุกต์ใช้ด้านการศึกษากับนวัตกรรมสื่อออนไลน์ด้านต่างๆ ในอนาคต อาทิเช่น ด้านการตลาด ด้านสุขภาพ ด้านการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และอื่นๆ
- 2) ผลการศึกษาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ สามารถนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนการสื่อสารกับกลุ่มผู้สูงอายุให้ตรงกับวัตถุประสงค์ในด้านต่างๆ
- 3) เพื่อสร้างความเข้าใจถึงปรากฏการณ์การยอมรับนวัตกรรมสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในยุคปัจจุบัน อันจะเป็นประโยชน์ในภาครัฐและภาคเอกชนต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้กรอบในการวิจัย

- 1) แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ
- 2) แนวความคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม (Innovation)
- 3) แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี
- 4) แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ (Media Exposure Theory)
- 5) แนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
- 6) แนวคิดเกี่ยวกับโซเชียลมีเดีย (Social Media)
- 7) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 8) กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้และการยอมรับนวัตกรรมสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล (Questionnaire) ซึ่งการรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว (One-Short Descriptive Study)

1) ประชากร

ประชากรที่ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ คือ ประชากรผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 978,455 คน ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 (ระบบสถิติการลงทะเบียนกรรมการปกครอง, 1 พฤศจิกายน 2561)

2) กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จากกลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 978,455 คน โดยผู้วิจัยได้ประมาณกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดด้วยค่าความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 และยอมให้ค่าความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 5 หรือที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยใช้การคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane ซึ่งค่า n ที่ได้ 399.99 ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน จากนั้น ผู้วิจัยจะทำการสุ่มตัวอย่าง

โดยผู้วิจัยเลือกใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) แบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) พิจารณาจากเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มเขต ได้แก่ 1) กลุ่มเขตเมือง 2) กลุ่มเขตต่อเมือง และ 3) กลุ่มเขตชานเมือง รวม 50 เขต (สำนักงานพัฒนาสังคม, <http://stat.bora.dopa.go.th/stat/>, 16 พฤศจิกายน 2561) ซึ่งในพื้นที่ 50 สำนักงานเขตของกรุงเทพมหานครข้างต้น ผู้วิจัยค้นพบข้อมูลว่ามีชมรมผู้สูงอายุในเขตชุมชนจำนวน 46 เขต (สำนักพัฒนาสังคม, 16 พฤศจิกายน 2561)

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Sample Random Sampling) ด้วยการจับสลากเขตของกรุงเทพมหานครที่มีชมรมผู้สูงอายุในเขตชุมชนขึ้นมา 10 เขต ซึ่งได้แก่ เขตปทุมวัน เขตพญาไท เขตห้วยขวาง เขตบางซื่อ เขตบางเขน เขตสายไหม เขตจตุจักร เขตดอนเมือง เขตหลักสี่ และเขตมีนบุรี

ขั้นตอนที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ในแต่ละเขตที่จับสลากขึ้นมาได้ โดยจะทำการเก็บข้อมูลจากสถานที่ที่สามารถพบผู้สูงอายุได้ เช่น สวนสาธารณะ สถานที่ออกกำลังกาย กลุ่มหรือชมรมผู้สูงอายุ เป็นต้น จนครบจำนวน 400 คน

3) การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเรียบร้อยแล้ว จะทำการประมวลผล และวิเคราะห์ผลด้วยด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Windows พร้อมนำเสนอผลการศึกษา โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ด้วยการหาค่าสถิติพื้นฐาน และการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้สถิติเชิงอนุมานในการวิเคราะห์เพื่อทดสอบนัยสำคัญของความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรต่างๆ ด้วยการทดสอบค่าที (t-test) และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) นอกจากนี้ ใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคู่ต่างๆ ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

สรุปผลการวิจัย

1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 มีสถานภาพสมรสมากที่สุด จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.2 มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มากที่สุด จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 10,001-20,000 บาท มากที่สุด จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 มีอาชีพปัจจุบัน

2) พฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร
ผู้วิจัยแบ่งการเสนอผลการวิจัยออกเป็น 3 ประเด็นย่อย ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปด้านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภท Facebook มากที่สุด จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 โดยนิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ช่วงเวลาบ่าย (13.00 – 16.00 น.) มากที่สุด จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.2 ระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ 1-2 ชั่วโมง มากที่สุด จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 สำหรับความบ่อยครั้ง/วัน กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ 3-4 ครั้ง มากที่สุด จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.7 และเทคโนโลยีการสื่อสารประเภทสมาร์ทโฟน กลุ่มตัวอย่างใช้มากที่สุด จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า โปรแกรมสื่อออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้มากที่สุด คือ เฟสบุ๊ค (Facebook) จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้งานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.06 เมื่อจำแนกตามรายวัตถุประสงค์ 3 อันดับแรก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อกับคนในครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมา คือ เพื่อความบันเทิง ผ่อนคลาย เช่น ดูละคร ฟังเพลง เล่นเกมส์ และอื่นๆ ค่าเฉลี่ย 4.08 และเพื่อค้นหาข้อมูล ข่าวสารประจำวัน ค่าเฉลี่ย 3.93

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร พบว่า ประโยชน์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.53 ซึ่งประโยชน์ด้านสามารถติดต่อกับคนได้อย่างสะดวก ประหยัด เงินและเวลาอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยที่ 4.16 รองลงมา คือ สามารถผ่อนคลายความเหงา หรือความเครียด ค่าเฉลี่ย 4.15 ด้านสามารถค้นหาข้อมูลต่างๆ ที่ต้องการได้อย่างกว้างขวางรวดเร็ว และหลากหลาย ค่าเฉลี่ย 3.94

3) การยอมรับนวัตกรรมสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า การยอมรับนวัตกรรมสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับสูง ค่าเฉลี่ย 3.73 ซึ่งมีระดับการยอมรับนวัตกรรมสื่อสังคมออนไลน์ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งานจริงมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.86 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการยอมรับว่านวัตกรรมสื่อสังคมออนไลน์น่าสนใจ และท่านใช้ในชีวิตประจำวันเสมอ มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.04 สำหรับการยอมรับนวัตกรรมสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร รองลงมา คือ ด้านการรับรู้เกี่ยวกับความง่ายในการใช้งาน ค่าเฉลี่ยที่ 3.70 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างยอมรับนวัตกรรมสื่อสังคมออนไลน์เพราะสามารถใช้งานได้โดยไม่จำกัดเวลา และสถานที่ ค่าเฉลี่ย 3.85 ลำดับสุดท้ายเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร คือ ด้านประโยชน์ในการใช้งาน ค่าเฉลี่ย 3.62 ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างมีการยอมรับประโยชน์ในการใช้งานรายข้อทำให้คุณภาพชีวิตพัฒนาขึ้น ทันสมัยขึ้น มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.02

4) การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 สรุปผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ด้านเพศ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้/เดือน และอาชีพปัจจุบัน มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน มีเพียงลักษณะประชากรด้านสถานภาพเท่านั้นที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 สรุปผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างกับการยอมรับนวัตกรรมสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ด้านระดับการศึกษาสูงสุด รายได้/เดือน และอาชีพปัจจุบัน มีการยอมรับนวัตกรรมสื่อสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน มีเพียงด้านเพศและสถานภาพเท่านั้นที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครกับการยอมรับนวัตกรรมสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและการยอมรับนวัตกรรมสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กัน

อภิปรายผล

ความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ด้านเพศ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้/เดือน และอาชีพปัจจุบัน มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน มีเพียงลักษณะประชากรด้านสถานภาพเท่านั้นที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เพศหญิงมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่าเพศชาย สามารถอธิบายได้ว่า เพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ที่ไม่เหมือนกัน ด้วยลักษณะนิสัยทางเพศที่มีความแตกต่างกัน จึงส่งผลให้การใช้งานต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร แซ่ลิ้ม (2558) เรื่องพฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชัน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เช่นเดียวกับ (สราวุธ ชมบัวทอง, 2547) ที่กล่าวถึงความแตกต่างด้านการรับสารของบุคคล ไว้ว่า ความแตกต่างด้านเพศมีผลต่อพฤติกรรมของการเปิดรับสารและใช้ประโยชน์จากสื่อและข้อมูลข่าวสาร โดยเพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการในการส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย

สำหรับลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษาสูงสุด รายได้/เดือน และอาชีพปัจจุบัน มีการยอมรับนวัตกรรมสื่อสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน มีเพียงด้านเพศและสถานภาพเท่านั้นที่ไม่แตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพปัจจุบันมีความสัมพันธ์กัน ส่งผลให้การยอมรับนวัตกรรมแตกต่างกัน เนื่องจาก กระบวนการยอมรับต้องใช้เวลาเรียนรู้ และประสบการณ์ ผู้ที่เข้าถึงการเรียนรู้มากกว่าย่อมนำไปสู่การยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรมได้เร็วกว่า

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและการยอมรับนวัตกรรมสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กัน สอดคล้องกับ เยาวพา ชูประภาวรณ (2559) ที่อธิบายไว้ว่า นวัตกรรมถือเป็นความคิดและสิ่งใหม่ๆ ที่บุคคลนำมาพัฒนาหรือปรับปรุงศักยภาพของสิ่งๆ นั้นให้มีประสิทธิภาพเหมาะสมกับยุคสมัย โดยการยอมรับนวัตกรรม คือ กระบวนการทางจิตใจของบุคคลที่เกิดขึ้นจากการตอบสนองต่อนวัตกรรมนั้นๆ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ วรทัย ราวีนิจ (2558) ศึกษาเรื่องการยอมรับนวัตกรรมและความเชื่อถือต่อข้อมูลสื่อสารการตลาดในสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ พบว่า พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี (สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต โน้ตบุ๊ก และคอมพิวเตอร์) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับนวัตกรรมของผู้สูงอายุ ขณะที่พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม ทวิตเตอร์) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับนวัตกรรมของผู้สูงอายุเช่นเดียวกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งนี้

- 1) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษากับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สูงอายุ เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันและการยอมรับนวัตกรรมสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ด้านการศึกษเกี่ยวกับนวัตกรรมสื่อออนไลน์ด้านต่างๆ ในอนาคต อาทิเช่น ด้านการตลาด ด้านสุขภาพ ด้านการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และอื่นๆ
- 2) ในการศึกษาครั้งนี้ สามารถนำมาสร้างความเข้าใจถึงปรากฏการณ์การยอมรับนวัตกรรมสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในยุคปัจจุบันอันจะเป็นประโยชน์ในภาครัฐและภาคเอกชนต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

- 1) การศึกษาครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้สูงอายุ ด้วยประเด็นที่ศึกษามีความน่าสนใจ การศึกษาครั้งต่อไปสามารถศึกษากับกลุ่มตัวอย่างใน Generation อื่นๆ ว่ามีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการยอมรับนวัตกรรมสื่อเป็นอย่างไร
- 2) เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษากับสื่อสังคมออนไลน์โดยรวม การศึกษาครั้งต่อไปสามารถศึกษากับสื่อสังคมออนไลน์เฉพาะแอปพลิเคชันได้ เช่น แอปพลิเคชันไลน์ เป็นต้น
- 3) จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า สื่อสังคมออนไลน์อันดับ 3 ที่ผู้สูงอายุนิยมใช้ คือ YouTube ซึ่งเป็นสื่อประเภทให้ความรู้และความบันเทิง การศึกษาครั้งต่อไป สามารถศึกษาในประเด็นพฤติกรรม และความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์ประเภท YouTube เป็นต้น

บรรณานุกรม

- เยาวพา ชูประภาวรรณ. (2547). **การยอมรับนวัตกรรมใหม่**. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
- [Yaowapa Chuprapawan. (2004). **New Innovation Acceptance**. Bangkok: Odeanstore.]
- วรทัย ราวีนิจ. (2558). การยอมรับนวัตกรรมและความเชื่อถือต่อข้อมูลสื่อสารการตลาดในสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ. **วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์**, 21 (1), กรกฎาคม - ธันวาคม 2560.
- [Worrathai Rawinit. (2015). Innovation Adoption and Marketing Communication Credibility in Online Social Media of Elder. **Journal of Communication Arts Review** 21 (1).]
- วรรณรัตน์ รัตนวรางค์. (2558). **พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร**. สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. [Wannarat Rattanawarang. (2015). **The internet usage behavior of elderly for searching health information**. Behavioral Science Research Institute Srinakharinwirot University.]
- ศิริพร แซ่ลิ้ม. (2558). **พฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต (สาขาวิชาสื่อสารมวลชน), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. [Siriporn Sae Lim. (2015). **LINE application behavior of the elderly in Bangkok**. (Master's Thesis). Thammasat University.]
- ศศิพร เหมือนศรีชัย. (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ ERP Software ของผู้ใช้งานด้านบัญชี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. [Sasiporn Mueansrichai. (2012). **Factors toward acceptance Enterprise Resource Planning (ERP) Software of Accountant**. (Master's Thesis). Thammasat University.]
- สรารุธ ชมบัวทอง. 2547. **การเปิดรับและการใช้ประโยชน์สื่อใหม่ของนักศึกษาปริญญาโท บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันราชภัฏสวนดุสิต**. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. [Sarawut Chombuathong. (2004). **Exposure and uses of new media by graduate students of Rajabhat Institute Suan Dusit**. (Master's Thesis). Thammasat University.]
- เว็บไซต์**
- สื่อสังคมออนไลน์**. (2560). เข้าถึงได้จาก <https://www.mindmeister.com/952405628/>. สืบค้นเมื่อ 12 ตุลาคม, 2561. [Online Social Media. (2017) Retrieved : <https://www.mindmeister.com/952405628/>. October 12, 2018.]
- สังคมผู้สูงอายุ**. (2561) เข้าถึงได้จาก <http://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sec/Lom12/05-01.html>. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2561. [Older person society. (2018) Retrieved: <http://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sec/Lom12/05-01.html>. November 1, 2018.]
- สถิติการลงทะเบียนกรมการปกครอง**. (2561) แสดงจำนวนประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทยปี พ.ศ. 2560. เข้าถึงได้จาก <http://www.dop.go.th/th/known/1>. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2561, [Department of Older Persons. (2018) Retrieved: <http://inter.mua.go.th/>. November 1, 2018.]
- สำนักงานพัฒนาสังคม**. (2561) ข้อมูลชมรมผู้สูงอายุในพื้นที่ 50 สำนักงานเขตของกรุงเทพมหานคร. เข้าถึงได้จาก <http://www.bangkok.go.th/social/page/sub/>. สืบค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2561. [Social Development Department. (2018) Retrieved: <http://www.bangkok.go.th/social/page/sub/>. November 16, 2018.]