

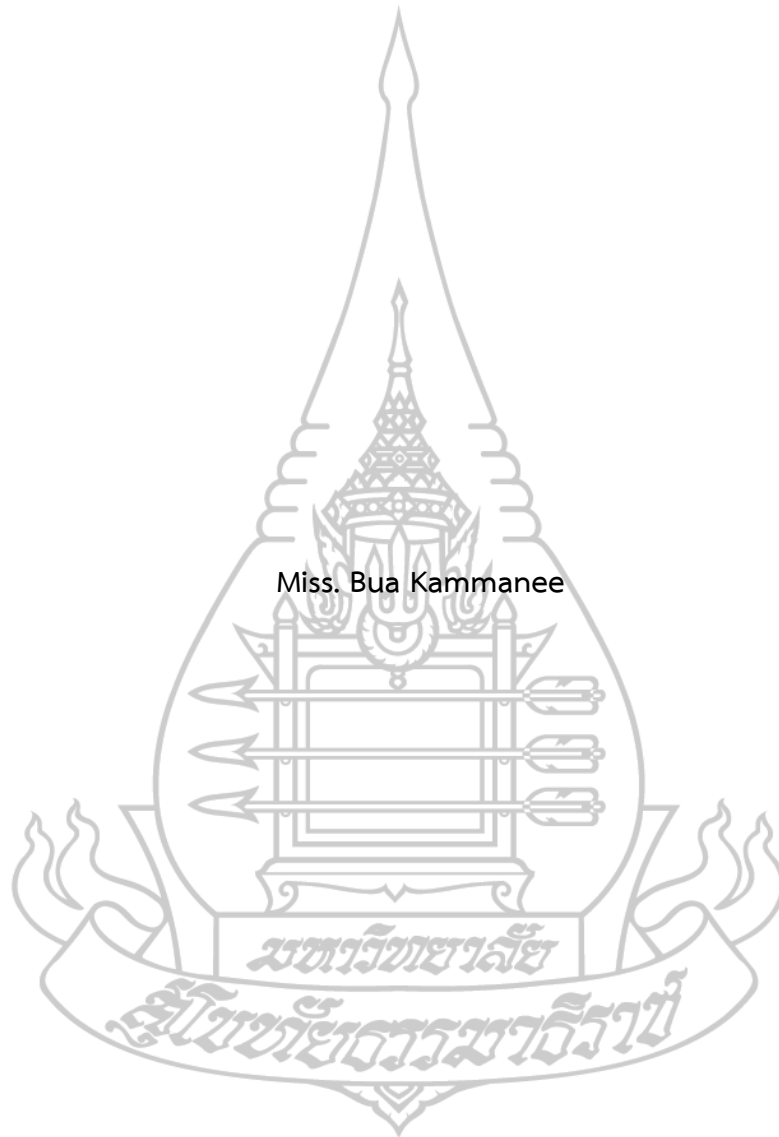
การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์ของ
ผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี



การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พ.ศ. 2566

Online Social Media Exposure, Utilization and Satisfaction of Seniors in
Pathum Thani Province



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Communication Arts

School of Communication Arts Sukhothai Thammathirat Open University

2023

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อสื่อสังคม
ออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี

ชื่อและนามสกุล นางสาวบัว คำมณี

แขนงวิชา / วิชาเอก

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ไพบูรณ์ คะเชนทร์พรรค

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 30 ตุลาคม พ.ศ. 2567

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ

..... ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ไพบูรณ์ คะเชนทร์พรรค)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สันหัตต์ ทองรินทร์)



.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์

ชื่อการศึกษา คั่นคว่ำอิสระ การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์
ของผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี

ผู้ศึกษา นางสาวบัว คำมณี รหัสนักศึกษา 2651500023

ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ไพบูรณ์ คณะเศรษฐศาสตร์ ปีการศึกษา 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ 2) การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ และ 3) ความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานีที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป เลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์แพลตฟอร์มยูทูปมากที่สุด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อคุยกับเพื่อนปัจจุบันและเพื่อนเก่า เพื่อรับ-ส่งข้อความส่วนตัวมากที่สุด โดยใช้โทรศัพท์มือถือเป็นเครื่องมือในการเข้าถึง ส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่า 10 ครั้ง/สัปดาห์ ครั้งละไม่เกิน 1 ชั่วโมง และช่วงเวลาที่นิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ เวลา 16.00-19.00 น. 2) กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมในระดับมาก โดยเฉพาะด้านที่มีการใช้ประโยชน์สูงสุดคือความเพลิดเพลิน ผ่อนคลาย และเป็นเพื่อนคลายเหงา และ 3) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมในระดับมาก โดยเฉพาะด้านความสะดวกในการใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลาและสามารถใช้งานซ้ำได้ตามต้องการที่มีความพึงพอใจสูงสุด ทั้งนี้เสนอแนะว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานีควรใช้ยูทูปเป็นช่องทางในการสื่อสาร โดยควรนำเสนอเนื้อหาด้วยการสอดแทรกสาระความรู้หรือข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในรูปแบบของความบันเทิงที่สนุกสนานและผ่อนคลาย

คำสำคัญ การเปิดรับสื่อ ความพึงพอใจ การใช้ประโยชน์ สื่อสังคมออนไลน์ ผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี

Independent Study title: Online Social Media Exposure, Utilization and Satisfaction of Seniors in Pathum Thani Province

Author: Miss. Bua Kammanee; ID: 2651500023;

Degree: Master Communication Arts

Independent Study Advisor: Paiboon Kachentaraphan, Associate Professor;

Academic year: 2023

Abstract

The objectives of this research were to study: 1) the online social media exposure; 2) the online social media utilization; and 3) the satisfaction with online social media of seniors in Pathum Thani Province.

This was survey research. The sample population consisted of 400 seniors in Pathum Thani Province aged 60 and over, chosen through stratified random sampling. The data collection tool was a questionnaire. Data were statistically analyzed using frequency distribution, percentage, mean and standard deviation.

The results showed that 1) the online social media platform the seniors were exposed to the most was Youtube. They utilized social media mainly to chat with friends from their present life and old friends from the past and to send and receive personal messages. They mostly accessed social media on their mobile phones. Most survey respondents reported using social media more than 10 times per week, for no more than one hour at a time. They used social media most often during 16.00-19.00. 2) Overall, the senior citizens surveyed utilized social media to a high level. They utilized it for entertainment and relaxation the most, and to combat loneliness. 3) Overall, the senior citizens surveyed were very satisfied with social media. They were especially satisfied with the convenience of use at any time and anywhere, and that they could easily repeat the usage as desired. The researcher recommends that relevant agencies responsible for improving the quality of life of senior citizens in Pathum Thani should use YouTube as a communication channel to present content that imparts news and knowledge of benefit to improving the quality of life of seniors in an entertaining way that will provide fun and relaxation for seniors

Keywords : Media exposure, Satisfaction, Utilization, Online social media, Pathum Thani senior citizens.

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ไพบูรณ์ คะเชนทร์พรรค อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำและตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ทำให้การค้นคว้าอิสระมีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอบพระคุณกลุ่มอย่างผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานีทุกท่าน ที่ให้ความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้เป็นอย่างดี

ขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน ที่พิจารณาเครื่องมือการศึกษาทำให้ได้แบบสอบถามที่มีความน่าเชื่อถือและตรงกลุ่มตัวอย่าง

ขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้แก่ผู้วิจัย จนสามารถนำความรู้ที่ได้มาพัฒนาต่อยอดจนเกิดงานวิจัยชิ้นนี้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยคาดว่า ผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่สนใจศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี ได้เป็นอย่างดีสืบไป



นางสาวบัว คำมณี

ตุลาคม 2567

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามนำการวิจัย	3
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
ขอบเขตของระยะเวลา	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
กรอบแนวคิดการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ	8
ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อ	11
แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะทางประชากร	16
แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์	16
ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์	18
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	22
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	22
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	23
การเก็บรวบรวมข้อมูล	24
การวิเคราะห์ข้อมูล	25

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	26
ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง.....	26
ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์.....	28
ส่วนที่ 3 การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์.....	32
ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์.....	33
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	36
สรุปการวิจัย	36
อภิปรายผล	38
ข้อเสนอแนะ	39
บรรณานุกรม	401
ภาคผนวก	43
ประวัติผู้ศึกษา	49



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามอำเภอ.....	23
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะประชากร.....	26
ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์.....	29
ตารางที่ 4.3 จำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ ของกลุ่มตัวอย่าง.....	32
ตารางที่ 4.4 จำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์ ของกลุ่มตัวอย่าง.....	34



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	1
ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบต่างๆ เกี่ยวกับแนวคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์และ การได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน.....	1



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากการพัฒนาความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร เกิดเป็นสื่อใหม่ “สื่อสังคมออนไลน์” ที่เป็นช่องทางหนึ่งที่มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการสื่อสารข้อมูลถึงกัน มีการใช้งานอย่างแพร่หลายได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากมีการใช้งานที่ง่าย เข้าถึงกลุ่มคนได้อย่างรวดเร็ว มีการแสดงความคิดเห็นไปมา สื่อที่นำมาแบ่งปันมีลักษณะที่หลากหลาย มีการพัฒนาตลอดเวลา ตลอดจนมีการขยายประยุกต์ใช้สู่ภาคธุรกิจ ได้รับการตอบรับจากผู้คนอย่างกว้างขวาง ตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้คนทุกเพศทุกวัย สำหรับวัยผู้สูงอายุ ที่นิยมใช้ในการเปิดรับข่าวสาร เป็นเพื่อนคลายเหงา รับส่งสารข้อมูลถึงบุตรหลานและเพื่อนคนรู้จักให้เป็นกลุ่มเดียวกันได้จนกลายเป็นสื่อสำคัญหลักในการใช้ชีวิตประจำวัน ใช้ในการศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ ใช้ในการสืบค้นข้อมูล อำนวยความสะดวก นำมาใช้พัฒนา ยกระดับคุณภาพชีวิต เพิ่มประสิทธิภาพให้การทำงาน การติดต่อสื่อสาร เชื่อมโยงผู้คนในสังคม จึงนับได้ว่าเป็นสื่อใหม่ที่มีความสำคัญและมีประโยชน์อย่างมากต่อการใช้ชีวิตของผู้คนในสังคม (พิชิต วิจิตรบุรุษ, 2554)

จากข้อมูลของสำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย พ.ศ. 2567 พบว่า ประเทศไทยมีจำนวนประชากรผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป ทั่วประเทศ จำนวน 13,237,238 คน คิดเป็นร้อยละ 20.36 ของประชากรรวมทั้งประเทศ

คาดว่าในปี 2574 ประเทศไทยจะเข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์แบบระดับสุดยอดโดยมีอัตราส่วนของผู้สูงวัยถึงร้อยละ 28.00 ของประชากรทั้งประเทศ

จากสภาพสังคมในปัจจุบันที่ทำให้ผู้คนต้องดิ้นรนหารายได้เลี้ยงชีพ ส่งผลให้มีผู้สูงอายุถูกจำนวนมากทอดทิ้งให้อยู่บ้านเพียงลำพัง สัดส่วนของผู้สูงอายุที่พึ่งพาแหล่งรายได้จากการทำงานและเงินโอนจากสวัสดิการภาครัฐ โดยเฉพาะเบี้ยยังชีพมีแนวโน้มสูงขึ้น ขณะที่การพึ่งพารายได้จากบุตรหรือการเกื้อหนุนจากครอบครัวมีแนวโน้มลดลง การพึ่งพารายได้จากเงินออมและทรัพย์สินของผู้สูงอายุยังอยู่ในระดับต่ำ คนส่วนใหญ่ในสังคมยังมีความเข้าใจที่ผิดว่าการรับมือกับเรื่องนี้ เป็นเพียงการจัดการเรื่องสุขภาพของผู้สูงอายุ การจ่ายเบี้ยยังชีพคนชรา การจัดสวัสดิการต่างๆ แต่กลับไม่ได้เชื่อมโยงเข้ากับการเตรียมการตั้งแต่ยังอยู่ในวัยทำงาน จึงควรเร่งหาแนวทางสนับสนุนให้มีการจัดการ

ระบบการดูแลผู้สูงอายุ เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาจากการเพิ่มขึ้นของประชากรสูงอายุในสังคมอย่างยั่งยืน ปรับระบบเพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของประชากรไทยที่ดีวัยแรงงานลดลงและสัดส่วนประชากรของผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต กำหนดมาตรการเพื่อเตรียมการรองรับคลื่นสึนามิผู้สูงอายุ ปฏิรูประบบบริการสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ สนับสนุนให้ผู้สูงอายุอยู่ในถิ่นที่อยู่ ส่งเสริมการทำงานของผู้สูงอายุ ช่วยให้ความรู้ สร้างทักษะ ส่งเสริมศักยภาพอาชีพใหม่ เพื่อนำไปประกอบอาชีพสร้างรายได้ จนสามารถดูแลพึ่งพาตัวเอง ให้อยู่ในสังคมอย่างมีความสุข แม้จะอยู่เพียงลำพังได้

จากข้อมูลสถิติจำนวนประชากรจังหวัดปทุมธานี ปี 2567 พบว่า จังหวัดปทุมธานี มีจำนวนประชากรทั้งหมด 578,829 คน โดยมีจำนวนผู้สูงอายุ 107,897 คน คิดเป็นร้อยละ 18.64 ของประชากรรวมทั้งจังหวัด จากการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างของประชากรที่เกิดขึ้นต่อเนื่องอย่างรวดเร็ว โครงสร้างการทดแทนกันของประชากรกลุ่มผู้สูงอายุกับกลุ่มประชากรวัยเด็ก ซึ่งเป็นประชากรที่อยู่ในวัยพึ่งพิงไม่สามารถใช้แรงงานตนเองเพื่อสร้างรายได้เลี้ยงตัว สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลให้เกิดอัตราส่วนภาระพึ่งพิงหรือภาระโดยรวม ที่ประชากรวัยทำงานต้องดูแลเพิ่มสูงขึ้น ประชากรวัยเด็กลดลง อัตราส่วนภาระพึ่งพิงของประชากรวัยเด็กลดลง แต่ในขณะที่อัตราส่วนภาระพึ่งพิงของประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยมีผู้สูงอายุเพียงร้อยละ 40.00 ที่มีรายได้เพียงพอหลังเกษียณ ปัญหาดังกล่าวส่งผลกระทบก่อให้เกิดปัญหาค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงดูเพิ่มสูงขึ้นตามอายุ ส่งผลต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาข้อมูลการเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นฐานข้อมูลปรับปรุงพัฒนาเนื้อหาให้มีประโยชน์ มีความเหมาะสม มีรูปแบบที่ใช้งานง่าย ตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุ สร้างทักษะด้านเทคโนโลยีส่งเสริมการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ เพิ่มทักษะในอาชีพใหม่ที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ ให้สามารถพึ่งพาตัวเองได้อย่างยั่งยืนและมีความสุข อีกทั้งเป็นแนวทางในการรับมือผลกระทบการเพิ่มจำนวนโครงสร้างประชากรหรือคลื่นสึนามิผู้สูงอายุ ช่วยลดภาระพึ่งพิงลดภาระค่าใช้จ่ายในการดูแลสูงอายุ เพื่อเตรียมตัวเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยอย่างสมบูรณ์ระดับสุดยอดของจังหวัดปทุมธานี

2. คำถามนำการวิจัย

- 2.1 ผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานีมีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างไร
- 2.2 ผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานีมีการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์อย่างไร
- 2.3 ผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานีมีความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์มากน้อยเพียงใด

3. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 3.1 เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี
- 3.2 เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี
- 3.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี

4. ขอบเขตของการวิจัย

4.1 **ขอบเขตด้านประชากร** เป็นการศึกษากับผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ในจังหวัดปทุมธานี

4.2 **ขอบเขตด้านตัวแปร** เป็นการศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรอิสระ ได้แก่ ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ, อายุ, รายได้, ที่มาของรายได้, การศึกษา และการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ และตัวแปรตาม คือ การใช้ประโยชน์จากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์ ของผู้สูงอายุ

5. ขอบเขตของระยะเวลา

เก็บข้อมูลในช่วงเวลา ระหว่าง เดือน สิงหาคม ถึง เดือน กันยายน พ.ศ. 2567

6. นิชยามศัพท์เฉพาะ

6.1 การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง พฤติกรรมของผู้สูงอายุที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ ประเภทสื่อ ,วัตถุประสงค์, เครื่องมือในการเข้าถึง, ความถี่ในการเข้าชม, ช่วงเวลาในการเข้าชม, ระยะเวลาในการเข้าชม, พฤติกรรมการใช้สื่อ และการมีปฏิสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี

6.2 ความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง ระดับความพึงพอใจต่อเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์ ตามคุณลักษณะของสื่อออนไลน์ ได้แก่ ได้สื่อสารกับกลุ่มคนที่ต้องการ, ข้อมูลข่าวสาร, ความบันเทิง เพลิดเพลิน สนุกสนาน, ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน, ข้อมูลถูกต้องน่าเชื่อถือ, พึงพอใจต่อเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ, นำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ได้จริง, เข้าถึงข้อมูลง่าย

6.3 การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ และการนำข้อมูลข่าวสารที่ได้จากการแสวงหาข่าวสารจากสื่อไปใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ ได้แก่ ค้นหาความรู้ข้อมูลข่าวสาร, เพื่อใช้ในการสนทนา และสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม, ลดช่องว่างความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลในครอบครัว, นำความรู้มาใช้ประโยชน์ในการทำงานและชีวิตประจำวัน ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ, เพื่อความบันเทิง เป็นเพื่อนคลายเหงา, เพื่อแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร แสดงความคิดเห็น มีอิสระในการติดต่อสื่อสารกับผู้คนโดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่, ทำให้ได้เรียนรู้เท่าทันเทคโนโลยี

6.4 ผู้สูงอายุในปทุมธานี หมายถึง บุคคลที่มีอายุ 60 ปี ในจังหวัดปทุมธานี ใช้สื่อสังคมออนไลน์

6.5 สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง ช่องทางที่มีการติดต่อสื่อสารกันในลักษณะสองทางผ่านเครือข่ายระบบอินเทอร์เน็ต ที่ให้บริการบนโลกออนไลน์ โดยใช้อุปกรณ์สื่อสารประเภทต่างๆ เช่น คอมพิวเตอร์, โทรศัพท์มือถือ, สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ต เป็นต้น ได้แก่

6.5.1 เว็บไซต์ เป็นช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูลข่าวสาร ค้นหา ลิงค์เพื่อไปยังแหล่งอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ดาวน์โหลดข้อมูล รับชมวิดีโอ

6.5.2 เฟซบุ๊ก เป็นบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์และเว็บไซต์ ที่ผู้ใช้งานสามารถสร้างข้อมูลส่วนตัว เพิ่มรายชื่อผู้ใช้อื่นในฐานะเพื่อน ใช้ค้นหาข้อมูล โพสต์ (Post) แสดงความคิดเห็น (Comment) กดไลค์ (Like) กดแชร์ (Share) กดติดตาม (Follow) รับส่งข้อความส่วนตัว (Direct message) รับชมวิดีโอ รับชมการถ่ายทอดสด (Facebook like)

6.5.3 ทวิตเตอร์ เป็นบริการเครือข่ายทางสังคมออนไลน์จำพวกไมโครบล็อก โดยผู้ใช้งานสามารถส่งข้อความยาวไม่เกิน 140 ตัวอักษร ใช้ อ่านข้อความ รีทวีทข้อความ (Retweet)

กดไลก์ (Like) แสดงความคิดเห็น (Reply) กดติดตาม (Follow) และส่งข้อความส่วนตัว (Direct message)

6.5.4 ยูทูป เป็นสื่อสังคมออนไลน์ ใช้รับชมวิดีโอ กดไลก์ หรือดิสไลก์ (Like/Dislike) กดแชร์ (Share) แสดงความคิดเห็น (Comment) กดติดตาม (Subscribe) บันทึก (Save) และรายงาน (Report)

6.5.5 ไลน์ เป็นโปรแกรมแชทที่สามารถใช้งานได้ทั้งโทรศัพท์มือถือที่มีระบบปฏิบัติการ iOS, Android, windows Phone และยังสามารถใช้งานบนคอมพิวเตอร์ PC และ Mac ได้ ใช้รับส่งข้อความส่วนตัว (Direct message) ค้นหาข้อมูลข่าวสาร ค้นหาสิ่งเพื่อไปยังแหล่งอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง รับชมวิดีโอ ดาวน์โหลดข้อมูล แสดงความคิดเห็น (Comment)

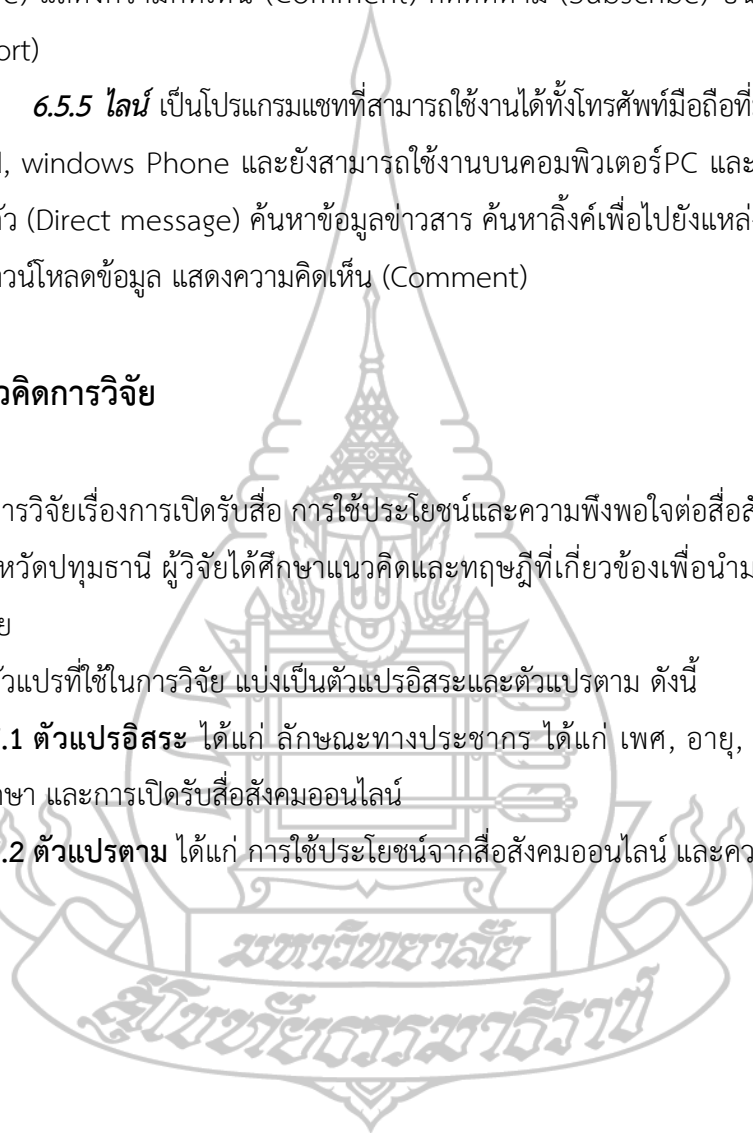
7. กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่องการเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย แบ่งเป็นตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังนี้

7.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ, อายุ, รายได้, ที่มาของรายได้, การศึกษา และการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์

7.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ และความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์



กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ลักษณะทางประชากร

- เพศ
- อายุ
- รายได้
- ที่มาของรายได้
- การศึกษา

การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์

- ประเภทสื่อ
- วัตถุประสงค์การเปิดรับ
- เครื่องมือที่ใช้ในการเข้าถึง
- ความถี่ในการเข้าชม
- ช่วงเวลาในการเข้าชม
- ระยะเวลาในการเข้าชม
- พฤติกรรมการใช้สื่อ

ตัวแปรตาม

การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์

- การค้นหาความรู้ข้อมูลข่าวสาร
- การสนทนาและสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
- การสื่อสารสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในครอบครัว
- การนำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน
- การสร้างเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในด้านต่างๆ
- ความเพลิดเพลินผ่อนคลายคลายเหงา
- การแบ่งปันข้อมูลและแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็น
- มีอิสระในการติดต่อสื่อสารโดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่
- การได้เรียนรู้เท่าทันเทคโนโลยีและเป็นคนทันสมัย

ความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์

- ได้สนทนาตอบโต้กับกลุ่มคนที่ต้องการ
- ได้รับความรู้ข้อมูลข่าวสาร
- ได้รับความบันเทิง เพลิดเพลินสนุกสนาน
- เข้าถึงการใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน
- ความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร
- ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร
- ความหลากหลายของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสาร
- รูปแบบการนำเสนอมีความน่าสนใจ
- สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ได้จริง
- ความสะดวกในการใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลาสามารถใช้งานซ้ำได้ตามที่ต้องการ

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

8. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

8.1 ทำให้ทราบถึงการเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี และสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์หรือต่อยอดเป็นงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

8.2 ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้พัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ให้เกิดประโยชน์ต่อผู้สูงอายุ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล ให้ตรงกับความต้องการของผู้สูงอายุได้ดียิ่งขึ้น

8.3 ใช้เป็นฐานข้อมูลระบบดูแลผู้สูงอายุ เพื่อเป็นแนวทางให้หน่วยงานที่ทำงานเกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี ใช้กำหนดแผนดำเนินงานและกำหนดแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปสู่กลุ่มผู้สูงอายุ



บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี” ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ
2. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อ
3. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะทางประชากร
4. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

ข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจของมนุษย์ บุคคลที่เปิดรับข่าวสารย่อมมีความคิดความอ่านกว้างไกลกว่าผู้ที่ไม่เปิดรับข่าวสาร แต่อย่างไรก็ตาม บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมามาทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนของที่สนใจและมีประโยชน์ต่อตนเอง สารจึงเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร แคลปเปอร์ (Klapper อ้างใน สุภวัฒน์ สงวนงาม, 2557) กล่าวถึง กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสาร 4 ขั้นตอน ได้แก่

1. การเลือกเปิดรับ ซึ่งเป็นขั้นตอนแรกในช่องทางการสื่อสารซึ่งจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารที่มีด้วยกันหลากหลายแหล่ง
2. การเลือกให้ความสนใจ ผู้เปิดรับข่าวสารจะมีแนวโน้มเลือกสนใจข่าวสารโดยมากจะเลือกจากความคิดเห็นและความสนใจของตนเอง
3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามความสนใจทัศนคติและประสบการณ์ของแต่ละบุคคล
4. การเลือกจดจำ แต่ละบุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารที่ตรงกับความสนใจและทัศนคติของตนเอง

การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพได้ ก็ต่อเมื่อผู้รับสารมีความเข้าใจเป็นผลมาจากการเปิดรับสารที่ผู้ส่งสารสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ การศึกษาเรื่องการเปิดรับเป็นกระบวนการแรกที่เกิดขึ้นในกระบวนการเลือกสรรและเป็นองค์ประกอบแรกของการรับรู้ของผู้บริโภค ดังที่ Assael (2004) กล่าวไว้ว่า กระบวนการรับรู้ของผู้บริโภคประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การเลือกสรร, การจัดระเบียบ, การตีความ

ซึ่งการเปิดรับจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อประสาทสัมผัสทั้ง 5 ถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าต่างๆ ผู้บริโภคจะเปิดรับหรือไม่ ขึ้นอยู่กับความเกี่ยวข้องและความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลานั้นๆ เมื่อผู้บริโภคมีการเปิดรับก็จะเกิดการรับรู้ต่อไป

McCombs and Becker (1979) กล่าวว่า การเปิดรับข่าวสารต่างๆ ของมนุษย์เป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการ คือ

- เพื่อต้องการรับรู้เหตุการณ์โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและสิ่งต่างๆ รอบตัวจากสื่อมวลชน
- เพื่อช่วยในการตัดสินใจ โดยเฉพาะตัดสินใจในเรื่องเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน เพราะการเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถแสดงและกำหนดความคิดเห็นของตนต่อเหตุการณ์ต่างๆ รอบตัวได้
- เพื่อพูดคุยสนทนา การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ทำให้มีข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการพูดคุยกับบุคคลอื่นได้

- เพื่อต้องการความมีส่วนร่วมในเหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม โดยทั่วไปผู้รับสารจะมีพฤติกรรมการเลือกเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการด้วยกัน ได้แก่ ความต้องการของแต่ละบุคคล, สภาพแวดล้อม, เหตุผล และความจำเป็นของตนเองเกี่ยวกับการเลือกรับข่าวสารต่างๆ โดยเฉพาะบุคคลที่จะเลือกใช้สื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุดแต่ได้ผลตอบแทนมากที่สุด ซึ่งตรงกับที่ วิลเบอร์ แชรรมม์ (Schramm, 1973) กล่าวว่า หลักทั่วไปของการเลือกเปิดรับข่าวสาร ขึ้นอยู่กับการประเมินปัจจัยในการใช้ความพยายามว่าควรใช้น้อยที่สุดและได้รับผลตอบแทนมากที่สุด บุคคลจึงมีแนวโน้มที่จะเลือกรับข่าวสารที่ใช้ความพยายามน้อย เช่น ข่าวสารที่อยู่ใกล้ตัวหาง่ายและเป็นประโยชน์ต่อตนเอง แต่ต้องไม่ละเอียดพิจารณาด้วย เช่น ประสบการณ์ภูมิหลังและสภาพแวดล้อม นอกจากนี้ผู้รับข่าวสารมักจะเลือกแสวงหาข่าวสารที่มาสสนับสนุนทัศนคติความเชื่อของตนที่มีอยู่ก่อนหน้า ข่าวสารที่แสวงหาจึงต้องไม่ใช่ข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อของตน และมักจะปฏิเสธข่าวที่ขัดแย้งกับทัศนคติหรือความเชื่อเดิมที่มีอยู่ด้วย

Schram (1973) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับบุคคล ที่มีลักษณะนิสัยและพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อแตกต่างกันออกไปว่ามีสาเหตุพื้นฐานที่สำคัญ คือ บุคคลมีความแตกต่างกันทั้งทางด้านสรีระ, ภูมิหลัง และสภาพแวดล้อม ดังนี้

1. **วัย** วัยมีส่วนสำคัญทำให้การเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน ผู้ที่มีอายุมาก มักจะชอบรับสารที่เป็นทางการมากกว่ารายการบันเทิง ในขณะที่วัยรุ่นชอบรายการประเภทบันเทิงมากกว่า
 2. **เพศ** หญิงและชายจะมีความสนใจที่แตกต่างกัน เห็นได้จากหญิงมักจะทำให้ความสนใจหรือเปิดรับสื่อที่เกี่ยวกับรายการแม่บ้าน, ความงาม ในขณะที่ชายนิยมข่าวสาร, การเมือง หรือกีฬา
 3. **การศึกษา** จากการศึกษาวิจัย พบว่า ผู้ที่มีการศึกษามากมักจะใช้ประโยชน์จากสื่อต่างๆ ในการเพิ่มพูนความรู้ของตัวเองให้มากขึ้น
 4. **ศาสนา** ผู้ที่มีการนับถือศาสนาที่แตกต่างกัน จะมีความสนใจในบางสิ่งบางอย่างที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นการสื่อสารจึงต้องให้ความระมัดระวังในเรื่องนี้
 5. **ที่อยู่อาศัย** บุคคลที่อยู่ในท้องถิ่นที่แตกต่างกัน เช่น อยู่ในแต่ละภาค, แต่ละประเทศย่อมมีความสนใจ, ความเชื่อ และทัศนคติที่แตกต่างกันออกไป
 6. **เศรษฐกิจ** ผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดี มักจะให้ความสนใจกับการอ่านหนังสือ, นิตยสาร หรือสื่อต่างๆ โดยเฉพาะเรื่องราวข่าวสารบ้านเมือง, สังคม, เศรษฐกิจ และวิชาการหรือสนใจที่จะรับสื่อที่มีความทันสมัย
 8. **ทัศนคติหรือประสบการณ์เดิม** บุคคลอาจมีความเชื่อและแนวคิดต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแตกต่างกันไปตามพื้นฐานของตนที่มีอยู่
- จึงกล่าวได้ว่าการเปิดรับข่าวสารของมนุษย์นั้น เกิดจากความสนใจในข่าวสาร แล้วนำมาเปรียบเทียบกับความรู้สึกของตนเอง หากข่าวสารนั้นมีความสอดคล้องกับทัศนคติเดิมของตน ก็จะค้นคว้าติดตามรายละเอียดต่อไป สำหรับบุคคลที่มีความคิดเห็นสอดคล้องกับข่าวสารนั้น ก็จะมีการจัดลำดับความสำคัญก่อนหลัง และพยายามเข้าใจถึงการรับข่าวสารเมื่อได้รับข่าวสารนั้นมาแล้ว ก็จะเกิดการกระทำใน 2 ลักษณะ คือ ถ้ายอมรับข่าวสารก็จะนำไปประเมินจากผลประโยชน์ที่จะได้รับ ซึ่งนำไปสู่การปรับเปลี่ยนจินตภาพของบุคคลนั้น แต่ถ้าไม่ยอมรับในข่าวสารก็จะแสวงหาจากแหล่งข่าวสารอื่นๆเพิ่มเติม จนเมื่อได้รับจากแหล่งข่าวสารนั้นแล้ว ก็จะเกิดการยอมรับและนำไปประเมินผลสู่การปรับเปลี่ยนความคิดหรืออาจช่วยเสริมตอกย้ำทัศนคติที่มีอยู่เดิมให้หนักแน่นยิ่งขึ้นไปอีก

2. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อ

ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อ เป็นทฤษฎีแนวคิดที่ว่า ผู้รับสารสามารถเลือกเปิดรับสารที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของตนได้ ผลการศึกษาของ Katz (1974) ได้ชี้ให้เห็นว่า ผู้รับสารมีความแตกต่างกันจะทำให้ความต้องการที่จะรับสื่อที่แตกต่างกันออกไปด้วย ซึ่งความต้องการนี้ทำให้คาดคะเนได้ว่า สื่อแต่ละประเภทมีความตอบสนองต่อความพึงพอใจแตกต่างกัน การศึกษาภายใต้กรอบแนวคิดนี้จึงเป็นที่ยอมรับว่า เราจึงแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ จากสื่อมวลชนโดยไม่ถูกยึดเยียดให้อ่าน, ดูหรือฟัง มนุษย์มีการเลือกและหลบหนีสารได้ ถ้ามีจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายในการใช้สื่อมวลชน การศึกษาตามแนวคิดนี้ เป็นการศึกษาที่เน้นผู้รับสารเป็นจุดเริ่มต้นของการศึกษา ว่าผู้รับสารนั้นมีกระบวนการอย่างไรในการเลือกเปิดรับสื่อ กระบวนการดังกล่าว หมายถึง พฤติกรรมการเปิดรับสารที่ครอบคลุมถึงภูมิหลังของผู้รับสาร ลักษณะที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของทฤษฎีนี้ คือ ศึกษาการเป็นมนุษย์ โดยเน้นว่าเพราะเหตุใดมนุษย์มีพฤติกรรมการสื่อสารแบบหนึ่ง มากกว่าที่จะศึกษาข้อความในการสื่อสารว่าเป็นอย่างไร ก็ก่อให้เกิดอะไร โดยชี้ให้เห็นถึงความต้องการต่างๆ ของผู้รับสารที่มีผลต่อพฤติกรรมด้านการสื่อสารเพื่ออธิบายให้เห็นว่าความต้องการด้านบุคลิกภาพองค์ประกอบด้านต่างๆ ก็มีผลช่วยอธิบายว่า มนุษย์แสวงหาหลีกเลี่ยงการใช้ข่าวสารที่มีข้อมูลในสื่อสารมวลชน เป็นการศึกษาที่มองว่ามนุษย์รู้จักที่จะนำเอาข่าวสารที่ได้จากสื่อเข้าไปใช้ให้เกิดประโยชน์

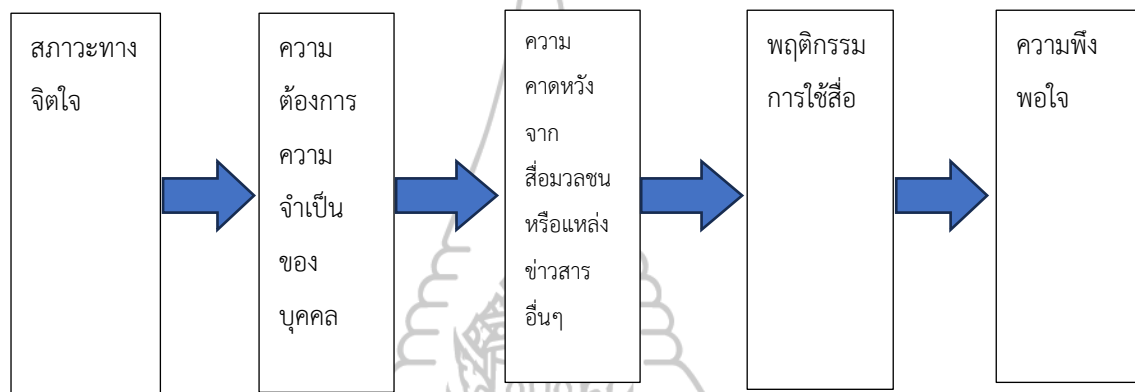
Katz, Blumber and Gurevitch (1974) ได้ศึกษาข้อมูลซึ่งเก็บจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นงานวิจัยสำรวจพื้นฐานและพยายามที่จะประดิษฐ์คิดค้นเครื่องมือในการวัดการใช้สื่อและความพึงพอใจ จึงได้สร้างมาตรวัดความต้องการด้านจิตใจและสังคม โดยนำเอาองค์ประกอบหลายอย่างมารวมกันเป็นความต้องการในแง่ต่างๆ ได้แก่

- **Mode** คือ ลักษณะความต้องการ เช่น ต้องการให้เพิ่มมากขึ้นหรือต้องการให้น้อยลงหรือต้องการให้ได้มา
- **Connection** คือ การต้องการติดต่อเพื่อรับข่าวสารความรู้, การติดต่อเพื่อความพอใจ, การติดต่อเพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์, การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ, การติดต่อเพื่อความมั่นคง, การติดต่อเพื่อความมั่นใจ และการติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์
- **Reference** คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ เช่น ตัวเอง, ครอบครัว, เพื่อน, สังคม, ขนบธรรมเนียม, ประเพณี, วัฒนธรรม หรือสิ่งภายนอกอื่นๆ

นอกจากนี้ Katz, Blumber, and Gurevitch (1998) ยังได้กล่าวอีกว่า แนวทางการศึกษาการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ คือ การศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับสภาวะทาง

อารมณ์และจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิดความต้องการการจำเป็นของบุคคล และเกิดมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่นๆ แล้วนำไปสู่การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆ อันก่อให้เกิดผลคือ การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการและผลอื่นๆ ตามมา

องค์ประกอบต่างๆ เกี่ยวกับแนวคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนตามที่กล่าวมาแสดงให้เห็นในรูปแบบจำลองได้ ดังนี้



ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบต่างๆ เกี่ยวกับแนวคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน

จากแบบจำลองสามารถอธิบายได้ว่า สภาวะทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกันเป็นเหตุให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งทำให้แต่ละคนคาดหวังหรือคาดคะเนว่าจะสามารถตอบสนองความพึงพอใจได้แตกต่างกัน ดังนั้นลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกัน จะแตกต่างกันออกไป ทำให้ความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อก็จะแตกต่างกันไปด้วย คำอธิบายเกี่ยวกับแบบจำลองนี้ เป็นตัวอย่างให้เห็นได้ในกรณีที่มีปัจเจกบุคคลผู้หนึ่ง ซึ่งมีความต้องการตามสภาวะทางจิตใจและสังคม เช่น ต้องการเป็นคนรอบรู้ทันสมัย เพื่อเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น และมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการได้ จึงมีการเลือกการเปิดรับรายการต่างๆ เพื่อให้ได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ คือเป็นคนมีความรอบรู้ทันสมัย เช่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมบางอย่างได้เช่นกัน (พีระ จีระโสภณ, 2539)

Kippax and Murray (1980) ได้นำความคิด Katz ไปศึกษาต่อ ซึ่งนอกจากจะเน้นเรื่องการใช้อสื่อและความพึงพอใจแล้ว ยังเพิ่มเติมในเรื่องของการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อด้วย

จุดประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ต้องการหาความสัมพันธ์ของความต้องการการใช้สื่อกับความพึงพอใจและการใช้สื่อกับการรับรู้ประโยชน์ของสื่อ ซึ่งผลการวิจัย พบว่า

- ปัจจัยด้านตัวบุคคลเป็นตัวกำหนดการใช้สื่อการรับรู้คุณค่าและประโยชน์ของสื่อ
- คนที่มีระดับการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ
- จากประเภทของสื่อที่ทำการศึกษาโทรทัศน์จะถูกเลือกเป็นอันดับหนึ่ง เพราะกลุ่มเป้าหมายเห็นว่าเป็นสื่อที่มีประโยชน์ โดยให้ข้อมูลต่างๆ ที่สนใจ ส่วนหนังสือพิมพ์, นิตยสาร, วิทยุ และภาพยนตร์ จะถูกเลือกใช้เป็นอันดับรอง ตามเหตุผลของการเลือกใช้
- กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดประสงค์ และเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้ใช้

จึงสามารถสรุปได้ว่า ความต้องการในการใช้สื่อมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ของสื่อ และปัจจัยด้านบุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อ ซึ่งการสื่อสารจะมีประสิทธิภาพหรือไม่ ผู้สื่อสารจะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ อันเกี่ยวข้องกับผู้รับสาร ซึ่งทำให้ผู้รับสารแต่ละคนมีพฤติกรรมในการเปิดรับสารที่แตกต่างกัน ได้แก่

1 ความต้องการของผู้รับสาร โดยทั่วไปการรับสารของแต่ละบุคคลนั้น จะกันไปตามการตอบสนองที่แตกต่างกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

- ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน
- ความต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อทัศนคติและค่านิยม
- ความต้องการประสบการณ์ใหม่
- ความต้องการความสะดวกรวดเร็วในการรับสาร

2 ความแตกต่างของผู้รับสารแต่ละคน จะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลายๆ ด้าน ได้แก่ อายุ, เพศ, การศึกษา, อาชีพ และรายได้

McCombs, and Becker (1979) กล่าวว่า ในเรื่องการใช้สื่อสร้างความพึงพอใจและความต้องการว่าควรใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการดังต่อไปนี้ คือ

- ต้องการรู้เหตุการณ์ โดยการสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวจากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันเหตุการณ์ เพื่อความทันสมัยรู้ว่ามียะไรสำคัญและควรจะเรียนรู้
- ช่วยในการตัดสินใจ โดยเฉพาะการตัดสินใจในชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความคิดต่อสภาวะการณ์ต่างๆ รอบตัวได้
- ความต้องการข้อมูลเพื่อจะพูดคุย ทำให้มีข้อมูลที่จะนำไปพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ ได้
- ความต้องการที่จะมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น
- ความต้องการที่จะมีความคิดเห็นเสริม หรือสนับสนุนการตัดสินใจที่จะทำลงไปแล้ว
- ความต้องการความบันเทิงความเพลิดเพลิน เพื่อผ่อนคลายอารมณ์

McQuail, Blumber, and Brown (1972) ได้ศึกษาตัวแปรความต้องการของผู้รับสารจากสื่อมวลชนไว้ ดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ

- เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับคน, สภาพปัจจุบันที่เป็นอยู่ และสังคม
- เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อเสนอแนะในการปฏิบัติความคิดเห็นและการตัดสินใจ

- สนองความอยากรู้อยากเห็นและสนองความสนใจ
- เป็นการเรียนรู้และศึกษาด้วยตัวเอง
- สร้างความรู้สึกที่มั่นคง

2. ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล

- ให้แรงเสริมค่านิยมส่วนบุคคล
- ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม
- แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่นๆ
- มองทะลุภายในตนเอง

3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

- มองทะลุเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
- แสดงออกร่วมกับผู้อื่น
- นำไปใช้ในปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
- ใช้แทนเพื่อน
- ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
- สร้างสายสัมพันธ์กับเพื่อนครอบครัวและสังคม

4. ความต้องการความบันเทิง

- เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาต่างๆ
- ความสนุกสนานทางสุนทรียะ
- ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
- ได้ปลดปล่อยอารมณ์

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ wenner (1985) เกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร โดยแบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. Orientation Gratification หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล

เพื่อใช้ในการอ้างอิงและเป็นแหล่งเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสังคม รูปแบบของความ

ต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร การได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ หรือเพื่อช่วยในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง เป็นต้น

2. Social Gratification หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม

3. Para- Social Gratification หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อการดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล

4. Para- Orientation Gratification หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความเครียดทางอารมณ์หรือเพื่อปกป้องตัวเอง จะเห็นได้ว่าทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เป็นการศึกษากฎการการใช้การสื่อสารของมนุษย์ ว่าด้วยการสื่อสารที่เกิดจากความต้องการของผู้รับสาร เพื่อเป็นการเลือกใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการด้านต่างๆ นำไปสู่ความพึงพอใจในการบริโภคสื่ออื่นๆ ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีความต้องการใช้ข่าวสารตอบสนองความพึงพอใจด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2542)

Whiting and Williams (2013) ได้เสนอว่า ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อวัตถุประสงค์ ดังนี้

- เพื่อมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
- เพื่อค้นหาข้อมูล
- เพื่อฆ่าเวลา
- เพื่อแสวงหาความบันเทิง
- เพื่อพักผ่อน
- เพื่อแสดงความคิดเห็น
- เพื่อการสนทนาและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
- เพื่อความสะดวกสบาย
- เพื่อแบ่งปันข้อมูล
- เพื่อที่จะรับรู้เรื่องราวต่างๆ

ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นการวัดความพึงพอใจของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้รับสารซึ่งเป็นการใช้สื่อเพื่อสนองตอบความต้องการของตน

3. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะทางประชากร

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ได้ให้ความหมายว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ใช้ข้อมูลประชากรศาสตร์เป็นการแบ่งส่วนตลาดทำให้มีประสิทธิภาพในการกำหนดเป้าหมายและง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่นๆ ประกอบด้วย

- เพศ ที่มีแนวโน้มแตกต่างกันในด้านทัศนคติและพฤติกรรม
- อายุ กลุ่มคนที่มีอายุแตกต่างกัน ทำให้มีความชื่นชอบบริษัทยี่ห้อที่แตกต่างกัน โดยความชอบนั้นจะเปลี่ยนแปลงไปตามวัย
- ระดับการศึกษา ผู้ที่ได้รับการศึกษาในระดับสูงกว่าส่งผลให้มีการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพดีกว่า รวมถึงมีราคาสูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่า
- อาชีพ บุคคลที่มีอาชีพแตกต่างกันส่งผลให้มีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน
- รายได้ ผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางและมีรายได้ต่ำ มีขนาดตลาดใหญ่กว่าผู้บริโภคที่มีรายได้สูง สินค้าและบริการต่างๆ จึงมีการแบ่งส่วนตลาดตามรายได้

4. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์

ราชบัณฑิตยสถาน (2554) ได้บัญญัติคำว่า Social Media ไว้ว่า สื่อสังคมซึ่งเป็นสื่อกลางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ให้คุณค่าทั่วไปมีส่วนร่วมสร้างและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นผ่านอินเทอร์เน็ต

อรวรรณ วงศ์แก้วโพธิ์ (2553) กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์ คือ สื่อดิจิทัลหรือเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต ที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม เพื่อให้ผู้ใช้สามารถสื่อสารแลกเปลี่ยนความรู้แบ่งปันข้อมูลทั้งทางข้อความภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวกับคนที่อยู่ในสังคมเดียวกันได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

อุไรพร ชลสิริรุ่งสกุล (2554) กล่าวว่า Social Media คือ สื่อดิจิทัล เป็นเครื่องมือที่ทรงพลังและมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในทุกกลุ่ม สร้างความสัมพันธ์, สร้างการเรียนรู้, สร้างการรับฟัง และการเสนอข้อมูลได้ตรงตามความต้องการ เครือข่ายสังคมออนไลน์มาจากคำว่า Social Network ซึ่งเป็นเครือข่ายของการสื่อสารข้อมูลขนาดใหญ่ ประกอบด้วยเครือข่ายคอมพิวเตอร์จำนวนมากเชื่อมโยงแหล่งข้อมูลต่างๆ ทั่วโลกเข้าด้วยกัน

เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง เว็บไซต์ที่เชื่อมโยงผู้คนเข้าด้วยกันและมีการให้บริการผ่านเครื่องมือต่างๆ เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการสร้างเครือข่ายเผยแพร่ข้อมูล, บทความ,

รูปภาพ, แลกเปลี่ยนประสบการณ์, แลกเปลี่ยนความสนใจ, แลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมไปถึงเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ที่ผู้ใช้งานแต่ละคนสามารถช่วยกันสร้างเนื้อหาขึ้นได้ตามหัวใจ Duhe (2007) โดยเครือข่ายสังคมออนไลน์มีหลายประเภท ได้แก่

- ประเภทแหล่งข้อมูลให้ความรู้ (Data/Knowledge) เช่น Wikipedia
- ประเภทสร้างเครือข่ายทางสังคม (Community) เช่น Facebook, Twitter
- ประเภทสื่อ (Media) เช่น YouTube
- ประเภทเกมส์ออนไลน์ (Online Game) เช่น PANGYA, Raknarok
- ประเภทฝากภาพ (Photo Management) เช่น Multiply
- ประเภทซื้อขาย (Business/Commerce) เช่น eBay

สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram จัดเป็นสื่อใหม่ที่พัฒนาขึ้นบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีคุณสมบัติหรือลักษณะ ดังนี้

1. เป็นสื่อที่ต่างจากเดิมที่เป็นการสื่อสารทางเดียวหรือการแพร่กระจายข่าวสารแบบทางเดียว ไปเป็นการสื่อสารแบบสองทาง คือ การสนทนาที่มีผู้เข้าร่วมได้หลายคน
2. สะดวกต่อการพกพา, รวดเร็ว, ไร้พรมแดนและเป็นดิจิทัล
3. เป็นสื่อที่เปลี่ยนผู้คนจากเป็นผู้บริโภคเนื้อหาเป็นผู้ผลิตเนื้อหา เปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งสารส่งไปได้ทั้งในและต่างประเทศอย่างไร้พรมแดน
4. เป็นสื่อที่แพร่กระจายได้ด้วยปฏิสัมพันธ์เชิงสังคม สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้การแพร่กระจายข่าวเล็กๆ น้อยๆ ไปจนถึงประเด็นที่เป็นทอล์คออฟเดอะทาวน์ทำได้ง่ายขึ้นโดยการแบ่งปันเนื้อหา

องค์ประกอบของสื่อสังคมออนไลน์ ประกอบด้วยปัจจัยพื้นฐาน 5 ชนิด ดังนี้

1. **ข้อความ** เป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาที่มีมิติเดียว ใช้แสดงรายละเอียดเนื้อหาของเรื่องที่น่าเสนอ ถือเป็นองค์ประกอบพื้นฐานสำคัญของมัลติมีเดีย
2. **เสียง** ถูกจัดเก็บอยู่ในรูปของสัญญาณดิจิทัล ซึ่งสามารถเล่นซ้ำไปมาได้ โดยใช้โปรแกรมที่ออกแบบมาโดยเฉพาะสำหรับงานเสียง หากในงานมัลติมีเดียใช้เสียงที่เร้าใจและสอดคล้องกับเนื้อหาในการนำเสนอ จะทำให้เกิดความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากเสียงมีอิทธิพลต่อผู้ใช้มากกว่าข้อความหรือภาพนิ่ง ดังนั้นเสียงจึงเป็นองค์ประกอบที่จำเป็นสำหรับงานมัลติมีเดีย ซึ่งสามารถนำเสียงเข้าผ่านทางไมโครโฟน, แผ่นซีดี, ดีวีดี, เทป และวิทยุ
3. **ภาพนิ่ง** เป็นภาพที่ไม่มีการเคลื่อนไหว เช่น ภาพถ่าย, ภาพวาด, ภาพลายเส้น ภาพนิ่งนับว่ามีบทบาทต่อระบบงานมัลติมีเดียมากกว่าข้อความหรือตัวอักษร เนื่องจากจะให้ผลในเชิงการรับรู้หรือการรับรู้ด้วยการมองเห็นดีกว่า นอกจากนี้ยังสามารถถ่ายทอดความหมายได้ลึกซึ้งมากกว่าข้อความหรือตัวอักษร ข้อความหรือตัวอักษรจะมีข้อจำกัดทางด้านความแตกต่างของแต่ละภาษา

แต่ภาพนั้นจะสามารถสื่อความหมายได้กับทุกชนชาติ ภาพนิ่งมักจะแสดงอยู่บนสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์, หนังสือพิมพ์ หรือวารสารวิชาการ เป็นต้น

4. ภาพเคลื่อนไหว ภาพกราฟิกที่มีการเคลื่อนไหวเพื่อแสดงขั้นตอนหรือปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างสรรค์จินตนาการให้เกิดแรงจูงใจจากผู้ชม การผลิตภาพเคลื่อนไหวจะต้องใช้โปรแกรมที่มีคุณภาพคุณสมบัติเฉพาะ ซึ่งอาจมีปัญหาเกิดขึ้นอยู่บ้างเกี่ยวกับขนาดของไฟล์ที่ต้องใช้พื้นที่ในการจัดเก็บมากกว่าภาพนิ่งหลายเท่า

5. วิดีโอ เป็นองค์ประกอบของมัลติมีเดียที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากวิดีโอสามารถนำเสนอข้อความหรือรูปภาพภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวประกอบกับเสียงได้สมบูรณ์มากกว่าองค์ประกอบชนิดอื่นๆ อย่างไรก็ตามปัญหาหลักของการใช้วิดีโอก็คือ การสิ้นเปลืองทรัพยากรของพื้นที่บนหน่วยความจำเป็นอย่างมาก

5. ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์

- สื่อสังคมออนไลน์ที่มีลักษณะเป็นการสื่อสารสองทางสามารถโต้ตอบกันได้ทันที ช่วยลดการผูกขาดการแพร่กระจายของข่าวสารแบบทางเดียวของสื่อกระแสหลักอย่าง หนังสือพิมพ์, โทรทัศน์ และวิทยุ ถือเป็นปรากฏการณ์เชิงบวกที่เปิดโอกาสให้พลเมืองเข้ามามีส่วนร่วมตอบประเด็นสาธารณะต่างๆ ในสังคม
- เป็นช่องทางที่ประหยัดสะดวกและรวดเร็วในการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ในสิ่งที่สนใจได้อย่างกว้างขวาง สามารถสร้างและต่อยอดความรู้ใหม่ๆ เพื่อพัฒนาเนื้อหาที่มีประโยชน์จนเกิดเป็นคลังข้อมูลความรู้ขนาดย่อม
- เป็นช่องทางในการระดมทุนความคิดเห็นหรือทักษะความรู้ความเชี่ยวชาญด้านต่างๆ เพื่อการพัฒนาสังคม
- เป็นสื่อในการนำเสนอผลงานของตัวเอง เช่น ภาพถ่าย, บทความ, วิดีโอต่างๆ ทั้งที่เป็นสาระประโยชน์และความบันเทิง ช่วยสร้างผลงานและรายได้แก่ตนเองและครอบครัว
- เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ ทั้งแบบเร่งด่วนและไม่เร่งด่วน
- เป็นสื่อในการโฆษณาประชาสัมพันธ์หรือบริการลูกค้าสำหรับบริษัทและองค์กรต่างๆ เพื่อช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า
- สื่อสังคมออนไลน์ที่สามารถใช้ได้ทั้งอุปกรณ์สมาร์ตโฟนที่สะดวกต่อการพกพา ช่วยคลายเครียดและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีจากการสนทนากับเพื่อนและการเปิดรับข่าวสารความบันเทิงต่างๆ ได้

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้งานในปัจจุบัน แบ่งออกเป็นหลายประเภทตามวัตถุประสงค์การใช้งาน ดังนี้

1. การสร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง การสร้างกลุ่มเพื่อนหรือกลุ่มสังคมเอาไว้ติดต่อกันและอัพเดทข่าวสารของกันและกัน แบ่งย่อยได้เป็น 2 ชนิด ได้แก่

- **Social Networking** หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ในอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นเครือข่ายสังคมที่ใช้สำหรับเชื่อมต่อระหว่างบุคคลเพื่อให้เกิดเป็นกลุ่มสังคม ใช้แลกเปลี่ยนความสนใจข่าวสารกิจกรรมของกันและกัน รวมถึงแลกเปลี่ยนทัศนคติและแบ่งข้อมูลกันทางด้านสังคม, สิ่งแวดล้อม, ธุรกิจ, การเมือง, การศึกษา, ความบันเทิง เช่น Facebook, YouTube, Instagram, DLTV, TruePlookpanya, เว็บไซต์วิกิพีเดีย, เว็บไซต์Google เป็นต้น

- **Micro Blog** หรือที่เรียกกันว่า Box จี๋ว เป็นรูปแบบหนึ่งจำกัดข้อความที่เขียน ผู้ใช้สามารถเขียนข้อความสั้น ประมาณครั้งละ 240 ตัวอักษร เพื่อแสดงสถานะของตัวเองที่กำลังทำอะไรอยู่หรือแจ้งข่าวสารต่างๆ ในกลุ่มเพื่อนสังคมออนไลน์ เช่น Twitter เป็นต้น

2. การสนทนาออนไลน์หรือแชท หมายถึง การพิมพ์ข้อความตอบโต้กันไปตามในลักษณะประโยคตอบประโยค ปัจจุบันนอกจากการพิมพ์ข้อความยังสามารถพูดคุยกันแบบเห็นหน้าได้ยิ่งเสียง เช่น Line, WeChat, WhatsApp เป็นต้น

3. การแสดงความคิดเห็นหรือพูดคุยผ่านกระดานข่าวสาร หมายถึง การโพสต์กระทู้หรือแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ลงบนเว็บไซต์ในรูปแบบของเว็บบอร์ดที่ผู้ใช้สามารถแลกเปลี่ยนทัศนะในเรื่องที่สนใจ เช่น Pantip, Epinions เป็นต้น

4. การแบ่งปันภาพเพิ่มข้อมูลหรือวิดีโอ หมายถึง การอัปโหลดรูปภาพเพิ่มข้อมูลหรือวิดีโอ เพื่อแบ่งปันให้สมาชิกเผยแพร่ต่อสาธารณชน ซึ่งปัจจุบันได้รับความนิยมกันอย่างแพร่หลายและขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะเว็บไซต์ที่ให้บริการวิดีโอออนไลน์ทั้งหนัง, เพลง, ละครและรายการสาระบันเทิงอื่นๆ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ผู้ใช้สามารถเลือกชมเนื้อหาได้ตามต้องการและตามเวลาที่สะดวก ไม่ถูกจำกัดด้วยผังรายการเหมือนสื่อวิทยุโทรทัศน์ เช่น YouTube, Multiply เป็นต้น

5. การแบ่งปันทัศนะผ่านบทความหรือบันทึกส่วนตัวในบล็อก หมายถึง การเผยแพร่ข้อมูล, ข่าวสาร, ความรู้, ข้อคิดเห็น, บันทึกส่วนตัว เป็นการเปิดโอกาสให้บุคคลที่มีความสามารถด้านต่างๆ เผยแพร่ความรู้บนบทความหรือบันทึกส่วนตัว โดยสามารถแบ่งปันให้ผู้อื่นเข้าไปอ่านหรือแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้ เช่น EXteen, Wordpress และ Blogger เป็นต้น

6. การสืบค้นข้อมูล หมายถึง การเรียกดูข้อมูลจากเว็บไซต์ที่มีลักษณะเป็นแหล่งข้อมูลหรือความรู้ซึ่งผู้เขียนส่วนใหญ่อาจจะเป็นนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านต่างๆ ทั้งการเมือง,

เศรษฐกิจ, สังคม ,ประวัติศาสตร์, วัฒนธรรมการศึกษา ซึ่งผู้ใช้สามารถเขียนหรือแก้ไขข้อมูลได้อย่างอิสระ เช่น เว็บไซต์วิกิพีเดีย, เว็บไซต์ Google, เว็บไซต์ E-mail/G-mail เป็นต้น

ดังนั้นสื่อสังคมออนไลน์จึงถือเป็นระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์สากลที่เชื่อมต่อเข้าด้วยกันเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารรวมข้อมูลข่าวสารสารสนเทศต่างๆ ทุกด้าน ทั้งด้านบันเทิง และด้านวิชาการ ตลอดจนข้อมูลในการประกอบธุรกิจต่างๆ จากทั่วทุกมุมโลก

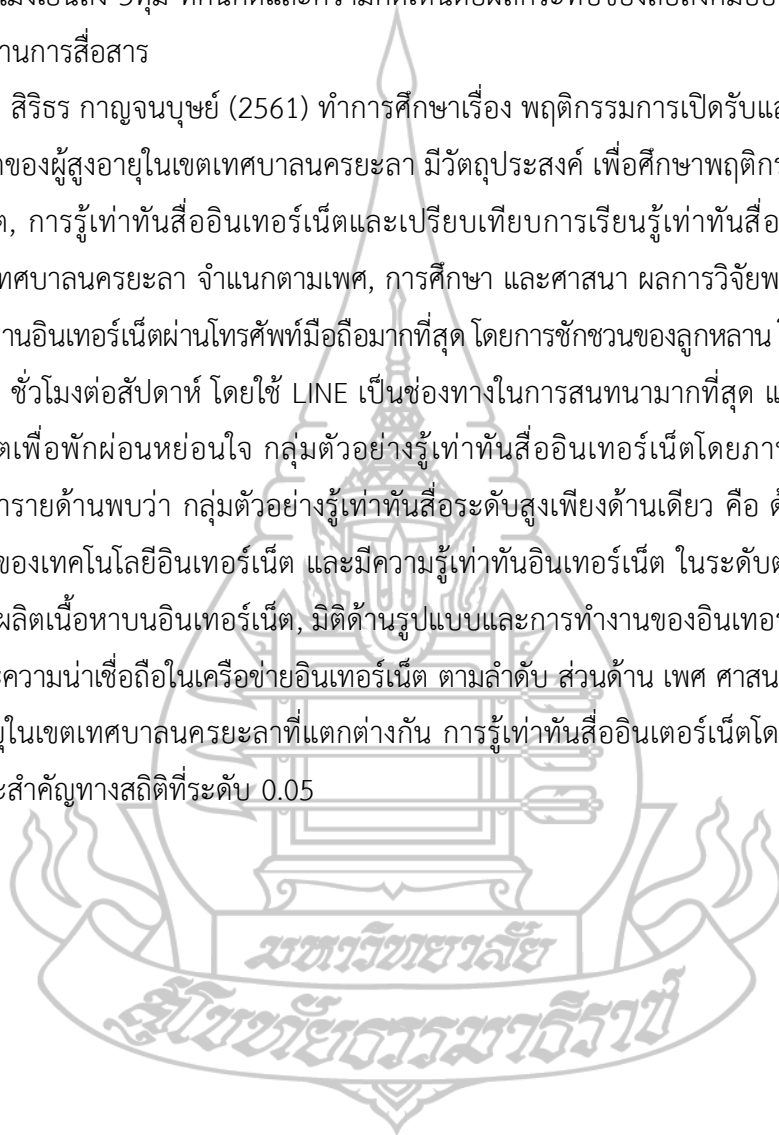
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ยุวดี รอดจากภัย และคณะ (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาเครือข่ายทางสังคมในการดูแลผู้สูงอายุ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมที่ดูแลผู้สูงอายุ พัฒนาเครือข่ายและประเมินเครือข่ายทางสังคมที่ดูแลผู้สูงอายุ ผลการวิจัย พบว่า การศึกษาและวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมที่ดูแลผู้สูงอายุมีทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน กลุ่มอาสาสมัคร และวัดกิจกรรมที่มีจะมีกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพทั้งทางกายจิตสังคมและจิตวิญญาณ การพัฒนาเครือข่ายทางสังคมที่ดูแลผู้สูงอายุใช้กระบวนการเสริมสร้างพลังอำนาจการสนับสนุนทางสังคมและการมีส่วนร่วมเมื่อวัดผลผู้สูงอายุในด้านการรับรู้คุณค่าในตัวเองและพฤติกรรมสุขภาพ พบว่า คะแนนเฉลี่ยการรับรู้คุณค่าในตัวเองและพฤติกรรมสุขภาพระหว่างก่อนการทดลองและหลังการทดลอง พบว่า ดีขึ้นและมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติและในผู้ให้บริการ การรับรู้คุณค่าในตนเองและการรับรู้พลังอำนาจมีคะแนนเฉลี่ยการรับรู้คุณค่าในตัวเองและรับรู้พลังอำนาจระหว่างก่อนการทดลองและหลังการทดลอง พบว่า ดีขึ้น และมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ ผลการประเมินเครือข่ายทางสังคมที่ดูแลผู้สูงอายุ พบว่า กระบวนการพัฒนาเครือข่ายทางสังคมที่ใช้กระบวนการเสริมสร้างพลังอำนาจ การสนับสนุนทางสังคม ทำให้เครือข่ายเกิดการเพิ่มขนาดขึ้น จำนวนผู้สูงอายุมีการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด และประสบการณ์ทำให้เกิดกิจกรรมที่หลากหลายเป็นประโยชน์ การพัฒนาเครือข่ายสังคมในการดูแลผู้สูงอายุจึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อผู้สูงอายุและควรดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

จุฑารัตน์ ศรารณะวงศ์ และคณะ (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่องการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ การประยุกต์ใช้ ทักษะคิด และความคิดเห็นต่อผลกระทบของการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับการประยุกต์ใช้ ทักษะคิดต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และความสัมพันธ์ระหว่างทักษะคิดกับความคิดเห็นต่อผลกระทบการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า นิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่นิยมใช้ LINE, YouTube, Facebook ในสื่อสังคมออนไลน์

มากที่สุดในชีวิตประจำวัน ในการสื่อสารพูดคุยกับเพื่อนอาจารย์ คาร์วินโหลดสื่อการเรียนการสอนและ ส่งการบ้าน ใช้ในการหาเพื่อนใหม่ รวมทั้งใช้เพื่อความบันเทิงด้วยการดูหนังฟังเพลง และไม่เคยใช้ LinkedIn นิสิตส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟนโดยใช้งานทั้งวันและใช้มากที่สุดในช่วงเวลา 6 โมงเย็นถึง 3ทุ่ม ทักษะคิดและความคิดเห็นต่อผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์เป็นเชิงบวก โดยเฉพาะด้านการสื่อสาร

สิริธร กาญจนบุษย์ (2561) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับและการรู้เท่าทันสื่อ อินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครยะลา มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ อินเทอร์เน็ต, การรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตและเปรียบเทียบการเรียนรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุในเทศบาลนครยะลา จำแนกตามเพศ, การศึกษา และศาสนา ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือมากที่สุด โดยการชักชวนของลูกหลาน โดยใช้อินเทอร์เน็ต มากกว่า 20 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ โดยใช้ LINE เป็นช่องทางในการสนทนามากที่สุด และส่วนใหญ่ใช้สื่อ อินเทอร์เน็ตเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ กลุ่มตัวอย่างรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตโดยภาพรวมในระดับต่ำ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างรู้เท่าทันสื่อระดับสูงเพียงด้านเดียว คือ ด้านมิติของบริบท สิ่งแวดล้อมของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต และมีความรู้เท่าทันอินเทอร์เน็ต ในระดับต่ำ ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านมิติการผลิตเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ต, มิติด้านรูปแบบและการทำงานของอินเทอร์เน็ต และมิติด้าน คุณภาพและความน่าเชื่อถือในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ ส่วนด้าน เพศ ศาสนา ระดับการศึกษา ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครยะลาที่แตกต่างกัน การรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



บทที่ 3

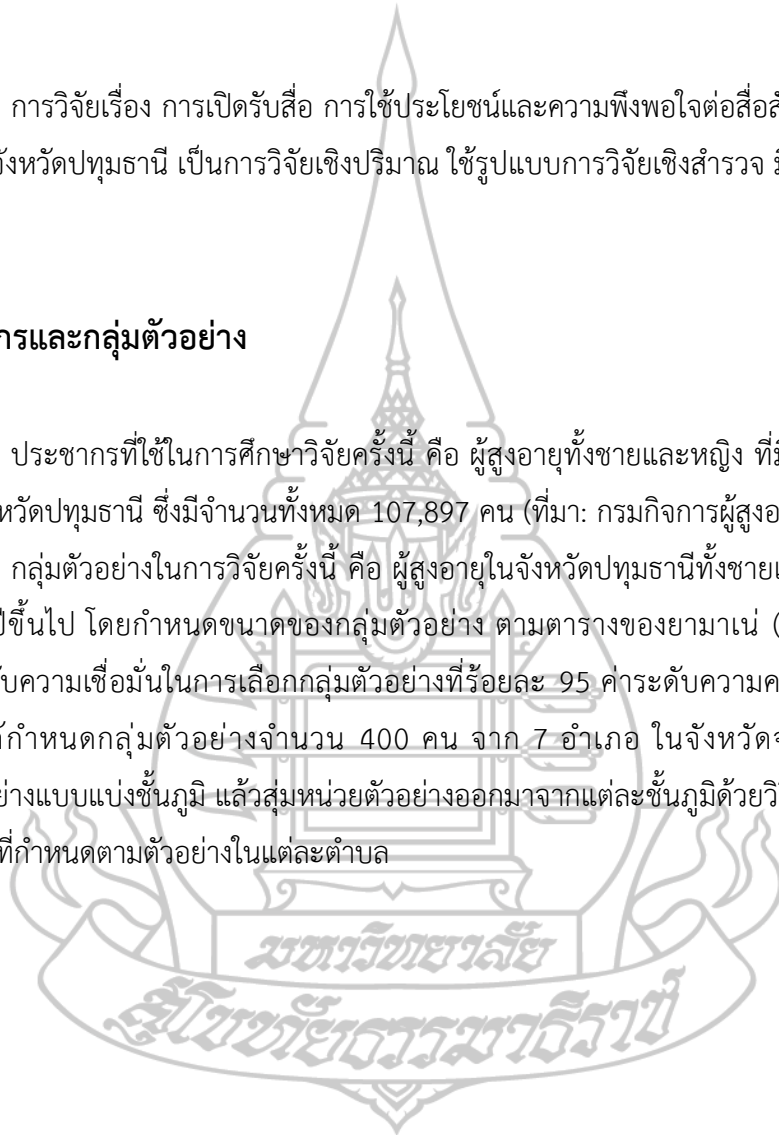
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ มีรายละเอียดวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้สูงอายุทั้งชายและหญิง ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 107,897 คน (ที่มา: กรมกิจการผู้สูงอายุ)

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานีทั้งชายและหญิง ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ตามตารางของยามาเน่ (Yamane'1967) กำหนดระดับความเชื่อมั่นในการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ร้อยละ 95 ค่าระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จาก 7 อำเภอ ในจังหวัดจังหวัดปทุมธานี โดยสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ แล้วสุ่มหน่วยตัวอย่างออกมาจากแต่ละชั้นภูมิด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่ายตามสัดส่วนที่กำหนดตามตัวอย่างในแต่ละตำบล



ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามอำเภอ

ลำดับ	อำเภอ	จำนวนผู้สูงอายุ	จำนวนกลุ่ม ตัวอย่าง	ร้อยละ (%)
1	เมืองปทุมธานี	21,896	81	20.25
2	คลองหลวง	23,239	86	21.50
3	ธัญบุรี	15,804	59	14.75
4	หนองเสือ	8,051	30	7.50
5	ลาดหลุมแก้ว	8,982	33	8.25
6	ลำลูกกา	22,098	82	20.50
7	สามโคก	7,829	29	7.25
รวม		107,897	400	100.00

ที่มา : กรมกิจการผู้สูงอายุ (2567)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ประกอบไปด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ, อายุ, รายได้, ที่มาของรายได้, การศึกษา

ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ ประเภทสื่อ ,วัตถุประสงค์การเปิดรับ, เครื่องมือที่ใช้ในการเข้าถึง, ความถี่ในการเข้าชม, ช่วงเวลาในการเข้าชม, ระยะเวลาในการเข้าชม, พฤติกรรมการใช้สื่อ

ส่วนที่ 3 การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ การค้นหาความรู้ข้อมูลข่าวสาร, การสนทนาและสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม, การสื่อสารสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในครอบครัว, การนำความรู้มาที่ได้นำประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน, การส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในด้านต่างๆ, ความเพลิดเพลินกลายเป็นเพื่อนคลายเหงา, การแบ่งปันข้อมูลและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น, มีอิสระในการติดต่อสื่อสารโดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่, การได้รู้เท่าทันเทคโนโลยีและเป็นคนทันสมัย

การวัดการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้
 ระดับคะแนน 5 หมายถึง การใช้ประโยชน์มากที่สุด
 ระดับคะแนน 4 หมายถึง การใช้ประโยชน์มาก
 ระดับคะแนน 3 หมายถึง การใช้ประโยชน์ปานกลาง
 ระดับคะแนน 2 หมายถึง การใช้ประโยชน์น้อย
 ระดับคะแนน 1 หมายถึง การใช้ประโยชน์น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ ได้สนทนาตอบโต้กับกลุ่มคนที่ต้องการ, ได้รับความรู้ข้อมูลข่าวสาร, ได้รับความบันเทิง เพลิดเพลิน สนุกสนาน, เข้าถึงการใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน, ความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร, ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร, ความหลากหลายของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสาร, รูปแบบการนำเสนอมีความน่าสนใจ, สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ได้จริง, ความสะดวกในการใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา สามารถใช้งานซ้ำได้ตามต้องการ

การวัดความพึงพอใจจากสื่อสังคมออนไลน์ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้
 ระดับคะแนน 5 หมายถึง ความพึงพอใจมากที่สุด
 ระดับคะแนน 4 หมายถึง ความพึงพอใจมาก
 ระดับคะแนน 3 หมายถึง ความพึงพอใจปานกลาง
 ระดับคะแนน 2 หมายถึง ความพึงพอใจน้อย
 ระดับคะแนน 1 หมายถึง ความพึงพอใจน้อยที่สุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง โดยอ่านข้อคำถามในแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุทั้งชายและหญิง ที่อาศัยอยู่ 7 อำเภอ ในจังหวัดปทุมธานีฟังสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน แล้วผู้วิจัยบันทึกในแบบสอบถาม จนกระทั่งครบ 400 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ได้มีการลงรหัสข้อมูลที่ได้มา แล้วนำมาวิเคราะห์ด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อคำนวณหาค่าสถิติ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ที่มีเกณฑ์การให้คะแนน เป็น 5 ระดับ ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553)

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง น้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง น้อยที่สุด



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล ขอนำเสนอผลการวิเคราะห์โดยแยกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 3 การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์

มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทางประชากรของผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษา แสดงดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางประชากร

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
1.เพศ		
1.1 ชาย	196	49.00
1.2 หญิง	204	51.00
รวม	400	100.00
2.อายุ		
2.1 60-64 ปี	157	39.25
2.2 65-69 ปี	128	32.00
2.3 70-74 ปี	50	12.50
2.4 75-79 ปี	33	8.25
2.5 80 ปีขึ้นไป	32	8.00
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
3.รายได้เฉลี่ย		
3.1 น้อยกว่า 5,000 บาท	111	27.75
3.2 5,000 -10,000 บาท	141	35.25
3.3 10,000-15,000 บาท	62	15.50
3.4 15,000-20,000 บาท	50	12.50
3.5 20,000-25,000 บาท	18	4.50
3.6 25,000-30,000 บาท	4	1.00
3.7 30,000 บาทขึ้นไป	14	3.50
รวม	400	100.00
4.ที่มาของรายได้		
4.1 จากการทำงาน	120	30.00
4.2 จากบุตรหลาน	134	33.50
4.3 จากเงินสด	19	4.75
4.4 เงินสวัสดิการภาครัฐ	60	15.00
4.5 เงินบำนาญข้าราชการ	67	16.75
รวม	400	100.00
5.การศึกษา		
5.1 ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	233	58.25
5.2 มัธยมศึกษาตอนต้น	57	14.25
5.3 มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ปวช.	39	9.75
5.4 อนุปริญญา	37	9.25
5.5 ปริญญาตรี	20	5.00
5.6 ปริญญาโทหรือสูงกว่า	14	3.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ประกอบด้วย เพศ, อายุ, รายได้, ที่มาของรายได้ และระดับการศึกษา ดังต่อไปนี้

1 เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย กล่าวคือ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 51.00 และร้อยละ 49.00 เป็นเพศชาย

2 อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุ 60 ถึง 64 ปี จำนวนมากที่สุด คิดเป็นจำนวน ร้อยละ 39.25 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 65 ถึง 69 ปี ร้อยละ 32.00, ช่วงอายุ 70 ถึง 74 ปี ร้อยละ 12.50, ช่วงอายุ 75 ถึง 79 ปี ร้อยละ 8.25 และช่วงอายุ 80 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

3 รายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 5,000 ถึง 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.25 รองลงมา คือ มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 5000 บาท ร้อยละ 27.75, รายได้ต่อเดือน 10,000 ถึง 15,000 บาท ร้อยละ 15.50, รายได้ต่อเดือน 15,000 ถึง 20,000 บาท ร้อยละ 12.50, รายได้ต่อเดือน 20,000 ถึง 25,000 บาท ร้อยละ 4.50, รายได้ต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 3.50 และรายได้ต่อเดือน 25,000 ถึง 30,000 บาท ร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

4 ที่มาของรายได้ส่วนใหญ่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้จากบุตรหลาน คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองลงมา คือ รายได้จากการทำงาน ร้อยละ 30.00, รายได้จากเงินบำนาญข้าราชการ ร้อยละ 16.75, รายได้จากเงินสวัสดิการภาครัฐ ร้อยละ 15.00 และรายได้จากเงินออม ร้อยละ 4.75 ตามลำดับ

5 การศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ร้อยละ 58.25 รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 14.25, ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่าปวช. ร้อยละ 9.75, ระดับอนุปริญญา ร้อยละ 9.25, ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 5.00 และระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า ร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์

ผลการวิเคราะห์การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์และการมีปฏิสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคม ประกอบด้วย ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์, วัตถุประสงค์การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์, เครื่องมือที่ใช้เข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์, ความถี่ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์, ระยะเวลาในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์, ช่วงเวลาในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ และพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์

การใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ท่านนิยม	จำนวน	ร้อยละ
1.ประเภทสื่อสังคมออนไลน์ที่เปิดรับ* สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ		
1.1 Facebook (เฟซบุ๊ก)	264	27.62
1.2 Twitter (ทวิตเตอร์)	45	4.71
1.3 Line (ไลน์)	264	27.62
1.4 website (เว็บไซต์)	114	11.92
1.5 youtube (ยูทูป)	289	28.14
2.วัตถุประสงค์ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์*สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ		
2.1 เพื่อคุยกับเพื่อนปัจจุบันและเพื่อนเก่า	324	27.91
2.2 เพื่อหาเพื่อนใหม่	235	20.24
2.3 เพื่อค้นหาความรู้และข้อมูลข่าวสาร	188	16.19
2.4 เพื่อความบันเทิง ความเพลิดเพลิน	300	25.84
2.5 เพื่อแบ่งปันข้อมูลและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น	114	9.82
3.เครื่องมือที่ใช้เข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์		
3.1 โทรศัพท์มือถือ	363	90.75
3.2 คอมพิวเตอร์	14	3.50
3.3 แท็บเล็ต	23	5.75
รวม	400	100.00
4.ความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์		
4.1 ไม่เกิน 5 ครั้ง/สัปดาห์	129	32.25
4.2 6-10 ครั้ง / สัปดาห์	84	21.00
4.3 มากกว่า 10 ครั้ง / สัปดาห์	187	46.75
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

การใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ท่านนิยม	จำนวน	ร้อยละ
5.ระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์แต่ละครั้ง		
5.1 น้อยกว่า 1 ชม	185	46.25
5.2 1-2 ชม	122	30.50
5.3 2-3 ชม	72	18.00
5.4 มากกว่า 3 ชม. ขึ้นไป	21	5.25
รวม	400	100.00
6.ช่วงเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์		
6.1 05.00-11.00 น.	69	17.25
6.2 11.00-16.00 น.	122	30.50
6.3 16.00-19.00 น.	155	38.75
6.4 19.00-05.00 น.	54	13.50
รวม	400	100.00
7.พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์* สามารถตอบได้มากกว่า1 ข้อ		
7.1 กดไลค์	287	18.11
7.2 กดแชร์	123	7.76
7.3 กดติดตาม	111	7.00
7.4 ค้นหาข้อมูล	154	9.72
7.5 โปสต์	132	8.33
7.6 รับส่งข้อความส่วนตัว	298	18.80
7.7 แสดงความคิดเห็น	133	8.39
7.8 รับชมวิดีโอ	281	17.73
7.9 ดาวน์โหลดข้อมูล	66	4.04

จากตารางที่ 4.2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ดังต่อไปนี้

1. ประเภทสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมใช้สื่อยูทูปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.14 รองลงมา คือ เฟซบุ๊กและไลน์ ร้อยละ 27.62, เว็บไซต์ ร้อยละ 11.92 และทวิตเตอร์ ร้อยละ 4.71 ตามลำดับ

2. วัตถุประสงค์การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เพื่อคุยกับเพื่อนปัจจุบันและเพื่อนเก่ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.91 รองลงมา คือ เพื่อความบันเทิงความเพลิดเพลิน ร้อยละ 25.84, เพื่อหาเพื่อนใหม่ ร้อยละ 20.24, เพื่อค้นหาความรู้ข้อมูลข่าวสาร ร้อยละ 16.19 และเพื่อแบ่งปันข้อมูลแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ร้อยละ 9.82 ตามลำดับ

3. เครื่องมือที่ใช้เข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมใช้โทรศัพท์มือถือเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.75 รองลงมา คือ แท็บเล็ต ร้อยละ 5.75 และคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

4. ความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ มากกว่า 10 ครั้ง/สัปดาห์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.75 รองลงมา คือ ไม่เกิน 5 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 32.25 และ 6-10 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 21.00 ตามลำดับ

5. ระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาระยะเวลาในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง/ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.25 รองลงมา คือ ครั้งละ 1-2 ชั่วโมง ร้อยละ 30.50, ครั้งละ 2-3 ชั่วโมง ร้อยละ 18.00 และมากกว่า 3 ชั่วโมง ขึ้นไป ร้อยละ 5.25 ตามลำดับ

6. ช่วงเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงเวลา 16.00 ถึง 19.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.75 รองลงมา คือ ช่วงเวลา 11.00 ถึง 16.00น. ร้อยละ 30.50, ช่วงเวลา 05.00 ถึง 11.00 น. ร้อยละ 17.25 และช่วงเวลา 19.00 ถึง 05.00 น. ร้อยละ 13.50 ตามลำดับ

7. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการรับส่งข้อความส่วนตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.80 รองลงมา คือ กดไลค์ ร้อยละ 18.11, รับชมวิดีโอ ร้อยละ 17.73, ค้นหาข้อมูล ร้อยละ 9.72, แสดงความคิดเห็น ร้อยละ 8.39, โปสต์ ร้อยละ 8.33, กดแชร์ ร้อยละ 7.76, กดติดตาม ร้อยละ 7.00 และดาวน์โหลดข้อมูล ร้อยละ 4.04 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์

ผลการวิเคราะห์การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี
ผลการศึกษาแสดงดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง

การใช้ประโยชน์ จากสื่อสังคม ออนไลน์	ระดับการใช้ประโยชน์					รวม	\bar{X}	S.D	การแปล ความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1.การค้นหาความรู้ และข้อมูลข่าวสาร	174(43.50)	81(20.25)	86(21.50)	33(8.25)	26(6.50)	400(100.00)	3.86	1.24	มาก
2.การสนทนา และ สร้างปฏิสัมพันธ์ทาง สังคม	78(19.50)	191(47.75)	71(17.75)	46(11.50)	14(3.50)	400(100.00)	3.68	1.02	มาก
3.การสื่อสารและ สร้างความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลใน ครอบครัว	200(50.00)	141(35.25)	55(13.75)	3(0.75)	1(0.25)	400(100.00)	4.34	0.76	มาก
4.การนำความรู้ที่ ได้มาประยุกต์ใช้ใน การทำงานและดำเนิน ชีวิตประจำวัน	117(29.25)	111(27.75)	95(23.75)	33(8.25)	44(11.00)	400(100.00)	3.56	1.29	มาก
5.การสร้างเสริม คุณภาพชีวิตของ ผู้สูงอายุในด้านต่างๆ	145(36.25)	105(26.25)	94(23.50)	43(10.75)	13(3.25)	400(100.00)	3.82	1.13	มาก
6.ความเพลิดเพลิน ผ่อนคลาย เป็นเพื่อน คลายเหงา	216(54.00)	132(33.00)	43(10.75)	7(1.75)	2(0.50)	400(100.00)	4.38	0.78	มาก
7.การแบ่งปันข้อมูล และแลกเปลี่ยนความ คิดเห็น	119(29.25)	123(30.75)	87(21.75)	41(10.25)	30(7.50)	400(100.00)	3.65	1.22	มาก
8.ความมีอิสระในการ ติดต่อสื่อสารโดยไม่มี ข้อจำกัดเรื่องเวลา และสถานที่	166(41.50)	111(27.75)	67(16.75)	37(9.25)	19(4.75)	400(100.00)	3.92	1.17	มาก
9.การได้เรียนรู้เท่าทัน เทคโนโลยีและเป็นคน ทันสมัย	176(44.00)	116(29.00)	85(21.25)	18(4.50)	5(1.25)	400(100.00)	4.10	0.97	มาก
							3.92	1.06	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ โดยรวมในระดับมาก ($\bar{x} = 3.92$, S.D. = 1.06) และเมื่อพิจารณาการใช้ประโยชน์เป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีการใช้ประโยชน์มากที่สุด คือ ด้านความเพลิดเพลิน ผ่อนคลาย เป็นเพื่อนคลายเหงา เป็นด้านที่มีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 4.38$, S.D = 0.78) รองลงมา คือ ด้านการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในครอบครัวในระดับมาก ($\bar{x} = 4.34$, S.D = 0.76) ด้านการได้เรียนรู้เท่าทันเทคโนโลยีและเป็นคนทันสมัยในระดับมาก ($\bar{x} = 4.10$, S.D = 0.97) ด้านความมีอิสระในการติดต่อสื่อสารโดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.92$, S.D = 1.17) ด้านการค้นหาความรู้และข้อมูลข่าวสารในระดับมาก ($\bar{x} = 3.86$, S.D = 1.24) ด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในด้านต่างๆในระดับมาก ($\bar{x} = 3.82$, S.D = 1.13) ด้านการสนทนาและสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในระดับมาก ($\bar{x} = 3.68$, S.D = 1.02) ด้านการแบ่งข้อมูลและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{x} = 3.65$, S.D = 1.22) และด้านการนำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการทำงานและการดำเนินชีวิตประจำวันในระดับมาก ($\bar{x} = 3.56$, S.D = 1.29) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี
ผลการศึกษาดังตารางที่ 4.4



ตารางที่ 4.4 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง

ความพึงพอใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์	ระดับการใช้ประโยชน์					รวม	\bar{x}	S.D	การแปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1.ได้สนทนาตอบโต้กับกลุ่มคนที่ต้องการจะสื่อสารด้วย	196(49.00)	109(27.25)	57(14.25)	33(8.25)	5(1.25)	400(100.00)	4.24	0.78	มาก
2.ได้รับความรู้และข้อมูลข่าวสาร	90(22.50)	191(47.75)	67(16.75)	35(8.75)	17(4.25)				
3.ได้รับความเพลิดเพลิน สนุกสนาน ตื่นเต้น	168(42.00)	172(43.00)	49(12.25)	10(2.50)	1(0.25)				
4.เข้าถึงการใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน	100(25.00)	121(30.25)	118(29.50)	50(12.50)	11(2.75)				
5.ความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร	115(28.75)	123(30.75)	115(28.75)	29(7.25)	18(4.50)				
6.ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	96(24.00)	163(40.75)	86(21.50)	33(8.25)	22(5.50)				
7.ความหลากหลายของเนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร	130(32.50)	131(32.75)	95(23.75)	31(7.75)	13(3.25)	400(100.00)	3.84	1.07	มาก
8.รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่มีความน่าสนใจ	137(34.25)	132(33.00)	82(20.50)	12(3.00)	12(3.00)	400(100.00)	3.86	1.08	มาก
9.สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ได้จริง	141(35.25)	115(28.75)	75(18.75)	35(8.75)	35(8.75)	400(100.00)	3.73	1.26	มาก
10.ความสะดวกในการใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา สามารถใช้งานซ้ำได้ตามใจ	207(51.75)	132(33.00)	48(12.00)	3(0.75)	3(0.75)				
							3.89	1.03	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมในระดับมาก ($\bar{x} = 3.89$, S.D. = 1.03) และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจเป็นรายด้าน พบว่าในด้านความสะดวกในการใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา สามารถใช้งานซ้ำได้ตามต้องการ เป็นด้านที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 4.33$, S.D = 0.84) รองลงมา คือ ด้านความเพลิดเพลิน สนุกสนาน ตื่นเต้น ($\bar{x} = 4.24$, S.D = 0.78) ด้านการสนทนาตอบโต้กับกลุ่มคนที่ต้องการจะสื่อสารด้วย ($\bar{x} = 4.15$, S.D = 1.03) ด้านรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่มีความน่าสนใจ ($\bar{x} = 3.86$, S.D = 1.08) ด้านความหลากหลายของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสาร ($\bar{x} = 3.84$, S.D = 1.05) ด้านการได้รับความรู้และข้อมูลข่าวสาร ($\bar{x} = 3.76$, S.D = 1.03) ด้านการนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ได้จริง ($\bar{x} = 3.73$, S.D = 1.26) ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ($\bar{x} = 3.72$, S.D = 1.09) ด้านความ

น่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร ($\bar{x} = 3.70$, S.D = 1.09) และด้านการเข้าถึงการใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน เป็นด้านที่มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด ($\bar{x} = 3.62$, S.D = 1.07) ตามลำดับ



บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี 2) การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี และ 3) ความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้สูงอายุทั้งชายและหญิง จากทั้ง 7 อำเภอ ในจังหวัดปทุมธานี ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ แล้วสุ่มหน่วยตัวอย่างออกมาจากแต่ละชั้นภูมิด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย ตามสัดส่วนที่กำหนดตามตัวอย่างในแต่ละตำบล ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ มีดังนี้

1. สรุปการวิจัย

1.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 51.00 และเพศชาย ร้อยละ 49.00 ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 60 ถึง 40 ปี ร้อยละ 39.25 รองลงมา คือ อายุ 65 ถึง 69 ปี ร้อยละ 32.00 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 -10,000 บาท ร้อยละ 35.25 รองลงมา คือ มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 27.75 ส่วนใหญ่มีที่มาของรายได้จากบุตรหลาน ร้อยละ 33.50 รองลงมา คือ รายได้จากการทำงาน ร้อยละ 30.00 และส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ร้อยละ 58.25 รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 14.25

1.2 การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้มากที่สุด คือ ยูทูบ ร้อยละ 28.14 รองลงมา คือ เฟซบุ๊กและไลน์ ร้อยละ 27.60 ส่วนทวิตเตอร์ได้รับความนิยมใช้น้อยที่สุด ร้อยละ 4.71

วัตถุประสงค์ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนใหญ่ใช้เพื่อคุยกับเพื่อนปัจจุบันและเพื่อนเก่า ร้อยละ 27.91 รองลงมา คือ เพื่อความบันเทิงและความเพลิดเพลิน ร้อยละ 25.84 และเพื่อหาเพื่อนใหม่ ร้อยละ 20.24 ส่วนเพื่อแบ่งปันข้อมูลและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ได้รับความนิยมน้อยที่สุด ร้อยละ 9.82

เครื่องมือที่นิยมใช้เข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือ ร้อยละ 90.75 รองลงมา คือ แท็บเล็ต ร้อยละ 5.75 และคอมพิวเตอร์ได้รับความนิยมน้อยที่สุด ร้อยละ 3.50

ความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ มากกว่า 10 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 46.75 รองลงมา คือ ไม่เกิน 5 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 32.25 และน้อยที่สุด คือ 6-10 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 21.00

ระยะเวลาในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละครั้งจำนวนมากมากที่สุด คือ ครั้งละ ไม่เกิน 1 ชั่วโมง ร้อยละ 46.25 รองลงมา คือ ครั้งละ 1-2 ชั่วโมง ร้อยละ 30.50 และ ครั้งละ 2-3 ชั่วโมง ร้อยละ 18.00 ส่วนน้อยที่สุด คือ มากกว่า 3 ชั่วโมง ขึ้นไป ร้อยละ 5.25

ช่วงเวลาที่นิยมใช้สื่อออนไลน์มากที่สุด คือ เวลา 16.00 ถึง 19.00 น. ร้อยละ 46.25 รองลงมา คือ ช่วงเวลา 11.00 ถึง 16.00 น. ร้อยละ 30.50 และช่วงเวลา 05.00 ถึง 11.00 น. ร้อยละ 17.25 ส่วนช่วงเวลา 19.00 ถึง 05.00 น. ได้รับความนิยมน้อยที่สุด ร้อยละ 13.50

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ ใช้ในการรับส่งข้อความส่วนตัวมากที่สุด ร้อยละ 18.80 รองลงมา คือ กดไลค์ ร้อยละ 18.11 และรับชมวิดีโอ ร้อยละ 17.73 ส่วนน้อยที่สุด คือ ดาวน์โหลดข้อมูล ร้อยละ 4.04

1.3 การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.92$, S.D. = 1.06) และเมื่อพิจารณาการใช้ประโยชน์เป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเพลิดเพลิน ผ่อนคลาย เป็นเพื่อนคลายเหงา เป็นด้านที่มีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 4.38$, S.D. = 0.78) รองลงมา คือ ด้านการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในครอบครัวในระดับมาก ($\bar{x} = 4.34$, S.D. = 0.76) ส่วนการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ที่นิยมน้อยที่สุด คือ ด้านการนำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการทำงานและชีวิตประจำวัน ($\bar{x} = 3.56$, S.D. = 1.29)

1.4 ความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.89$, S.D. = 1.03) และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความสะดวกในการใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา สามารถใช้งานซ้ำได้ตามต้องการ เป็นด้านที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.33$, S.D. = 0.84) รองลงมา คือ ด้านความเพลิดเพลิน สนุกสนาน ตื่นเต้น ($\bar{x} = 4.24$, S.D. =

0.78) และด้านที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ด้านการเข้าถึงการใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน ($\bar{x} = 3.62$, $S.D = 1.07$)

2. อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

2.1 จากผลการวิจัยที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานีใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อพูดคุยกับเพื่อนปัจจุบันและเพื่อนเก่ารวมถึงเพื่อความบันเทิงและความเพลิดเพลิน สอดคล้องกับผลการวิจัยในประเด็นเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จากสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้สูงอายุใช้ประโยชน์ในด้านการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Boonmeesrisa-nga & Sodchuen (2017) ที่ได้ทำการศึกษาความสำคัญของการใช้สื่อโซเชียลมีเดียในกลุ่มผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในกลุ่มผู้สูงอายุมีความสำคัญเนื่องจากสามารถช่วยลดช่องว่างระหว่างความสัมพันธ์กับบุตรหลาน ทำให้ได้ใกล้ชิดลูกหลาน นำไปสู่ภาวะจิตที่ดีและนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้สูงอายุได้ในที่สุด

2.2 ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี มีการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ในด้านเพื่อความเพลิดเพลิน ผ่อนคลาย และเป็นเพื่อนคลายเหงา สอดคล้องกับผลการวิจัยในเรื่องความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์ที่พบว่ามีความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลิน สนุกสนาน ตื่นเต้นในระดับมากเช่นเดียวกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสื่อสังคมออนไลน์สามารถใช้งานได้อย่างสะดวก ทุกที่ ทุกเวลา และใช้งานซ้ำได้ตามที่ต้องการ

2.3 ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานีมีการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อความเพลิดเพลิน ผ่อนคลายและเป็นเพื่อนคลายเหงามากที่สุด ในขณะที่มีการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์น้อยที่สุดในด้านการนำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการทำงานและชีวิตประจำวัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและการศึกษาในระดับต่ำจึงไม่ได้ใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการแสวงหาข้อมูลข่าวสารและความรู้มาใช้ในการดำเนินชีวิตและประกอบอาชีพ

3. ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

3.1 ข้อเสนอแนะในการประยุกต์ใช้ในผลการวิจัย

3.1.1 จากผลการวิจัยที่พบว่า ผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานีส่วนใหญ่นิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภทยูทูปมากที่สุด ดังนั้นหากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานีจึงควรเลือกใช้ยูทูปเป็นช่องทางในการสื่อสาร

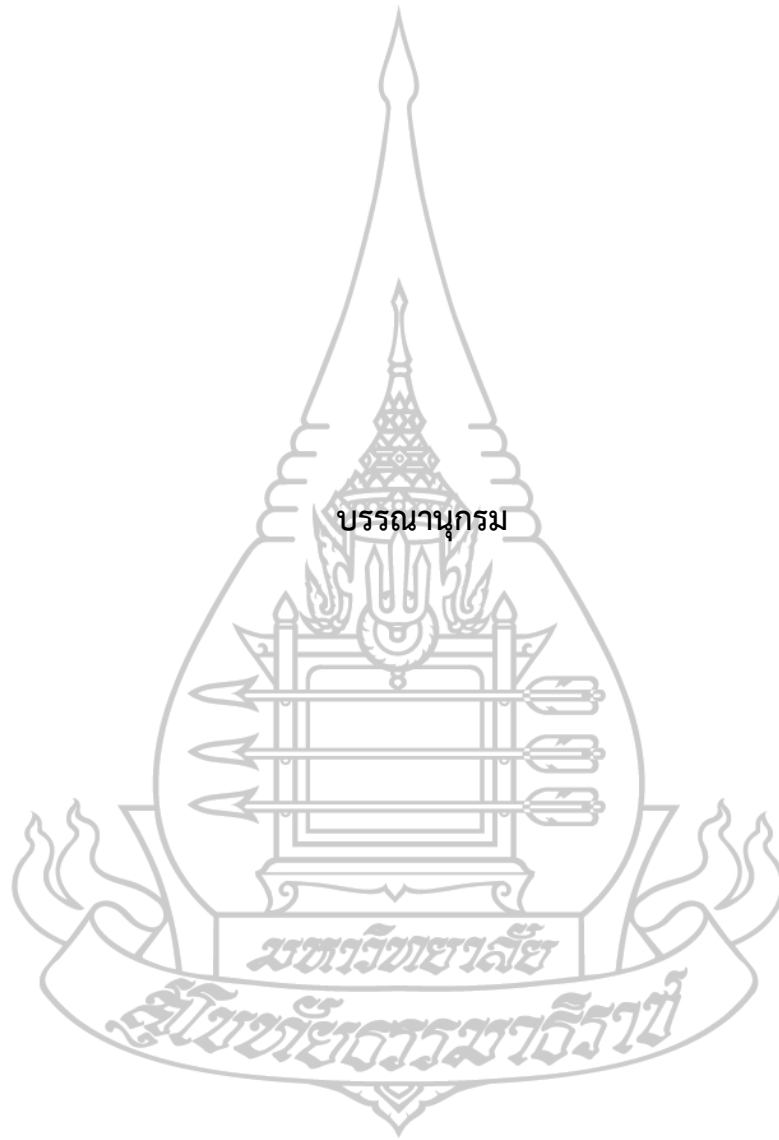
3.1.2 การนำเสนอข้อมูลข่าวสารหรือความรู้ที่จำเป็นต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ควรใช้วิธีการนำเสนอในลักษณะของการสอดแทรกสาระความรู้หรือข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นในรูปแบบของความบันเทิงที่ดูสนุกสนานและผ่อนคลาย

3.1.3 จากผลการวิจัยที่พบว่า กลุ่มผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานีมีความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์ในด้านความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารน้อยกว่าในด้านอื่นๆ ดังนั้นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารหรือความรู้ที่จำเป็นจะต้องตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารและความรู้อย่างละเอียดรอบคอบ

3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งข้อมูลที่ได้จากผลงานวิจัยเป็นเพียงในระดับผิวเผิน ดังนั้นจึงควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการจัดสนทนากลุ่ม กับผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

3.2.2 เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุในปทุมธานีเท่านั้น ดังนั้นจึงควรศึกษาวิจัยกับกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่อื่นๆ เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มประชากรผู้สูงอายุทั่วประเทศมากยิ่งขึ้น



บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

สกลนคร

บรรณานุกรม

- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2566). สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2565. กรุงเทพฯ: บริษัท อมรินทร์ คอร์เปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2567). สถิติผู้สูงอายุเมษายน 2567. ข้อมูลผู้สูงอายุทั่วไป.
http://Dop.go.th/th/statistics_page.?cat=1&id=2552
- รายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทย. (2562). มูลนิธิสถาบันและวิจัยพัฒนาผู้สูงอายุไทย (มส.ผส.)
- นิตนา ฐานิตธนกร. (2555). อิทธิพลของการบอกต่อบนโลกอินเทอร์เน็ต. *วารสารนักบริหาร*.
- พิชิต วิจิตรบุรุษรักษ์. (2554). สื่อสังคมออนไลน์. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- บุบผา เมฆศรีทองคำ และคณะ. (2554). การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ยุวดี รอดจากภัย และคณะ. (2560). การพัฒนาเครือข่ายทางสังคมในการดูแลผู้สูงอายุ. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จุฑารัตน์ ศรารณวงค์ และคณะ. (2560). การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สิริธร กาญจนบุษย์. (2561). พฤติกรรมการเปิดรับและการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครยะลา. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธรรมสารจำกัด.
- ขวัญฤทัย สายประดิษฐ์. (2551). บทบาทนักประชาสัมพันธ์กับการประชาสัมพันธ์ในสื่อใหม่ตอนที่ 1. *วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา*, 20(65), 42-51.
- อรรรวรรณ วงศ์แก้วโพธิ์ทอง. (2553). Social media เครื่องมือเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจ. *วารสารนักบริหาร*, 30(4), 63-69.
- อุไรพร ชลศิริรุ่งสกุล. (2554). Digital Marketing ใต้ปฏิวัติการตลาด. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯธุรกิจ.
- พีระ จิรโสภณ. (2539). เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- บุญชม ศรีสะอาด (2553). หลักการวิจัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ: ที.พี.พรินท์.
- ไพโรจน์ วงศ์วุฒิวัฒน์. เราจ้ได้รับมือกันอย่างไร?.....สังคมผู้สูงอายุ 27 กุมภาพันธ์ 2552, [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:
http://www.matichon.co.th/new_detail.pup?newsid=1235709146&Cathie=4 [9 สิงหาคม 2556]

สถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน. ยุทธศาสตร์การวิจัยรายสาขา: ด้าน
สังคมผู้สูงอายุ พ.ศ. 2555-2559 [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

http://rid.routine.ac.th/new_web/banner/index.pho?s=proposals58 [13
สิงหาคม 2566]

Duhe, C.H, (2007). New media and public relations. New York, NY: Peter Lang.

Katz, E. et Al. (1974). The uses of mass communication current perspective on
gratification research. Beverly Hill: Sage Publications.

Marshall, P. D. & Burnett, R. (2003). Web Theory: An Introduction. Routledge: London

Kippax, S., & Murray, J. P. (1980). Using the mass media need gratification and
perceived utility 35. Communication Research, 355-359.

McCombs, M. E. and Becker, L. E. (1979)15. Using mass communication theory.
Englewood. Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

McQuail, D., J. Blumler & R. Brown. (1972). The television audience: a revised
perspective. In D. McQuail (ed.): Sociology of Mass Communication.
London: Longman

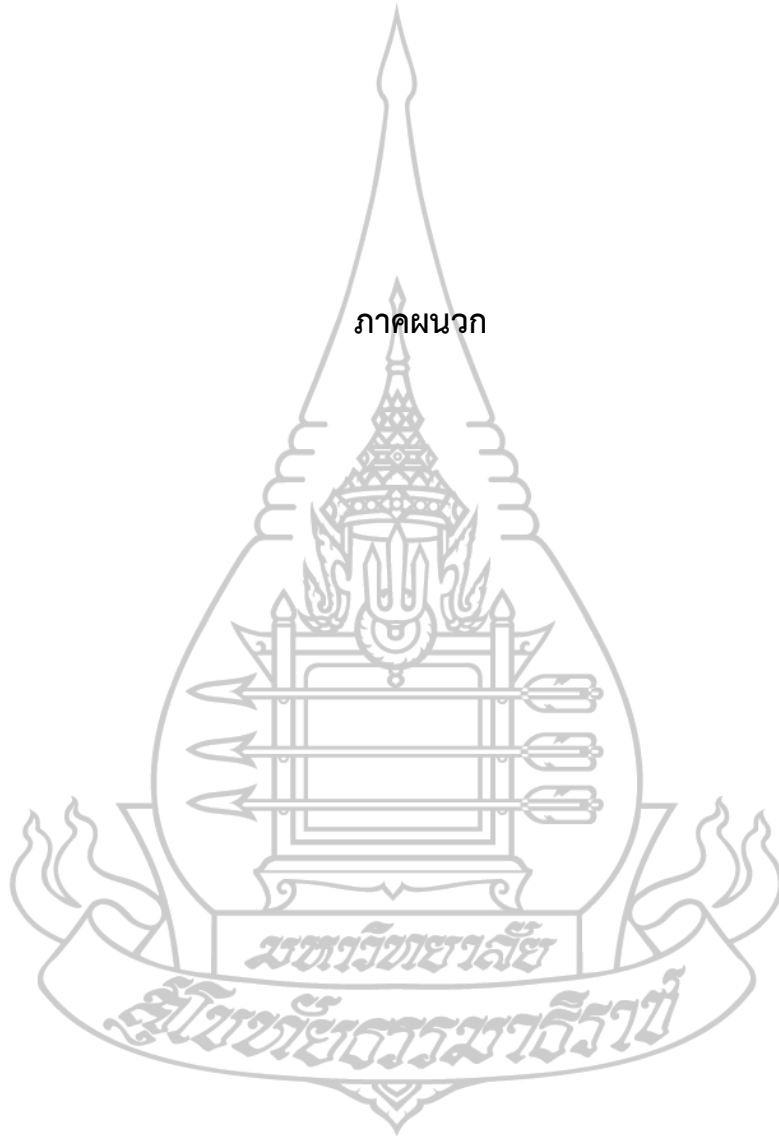
Assael, H. (2004), Consumer Behavior: A Strategic Approach, 6th ed. Boston, MA:
Houghton Mifflin Company.

Wenner Lawrence A. (1985). “The Nature of News Gratification” In Media Gratification
Reserach: Current Perspective. Beverly, Calif: Sage Publications.

Schramm, Wilbur. (151973)15. Handbook of Communication. Chicago : Ran Mcnally
College Publishing Company.

Rosenberg, Karl Erick. (1974). “Used and Gratification: A paradigm Outlined’ In The
Used of Mass Communication: Current Perspective on Gratifications
Research, Edited by J.G. Blumler and E.Katz. Beverly Hill: Sage
Publications.

ภาคผนวก



แบบสอบถาม
เรื่อง การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์
ของผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นเครื่องมือสำหรับใช้ในงานวิจัยประกอบการศึกษาระดับปริญญา มหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ข้อมูลที่ได้จากท่านจะเป็น ประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย และผู้วิจัยจะเก็บรักษาเป็นความลับตามหลักจรรยาบรรณของนักวิจัย อย่างเคร่งครัด

กรุณาตอบแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริงหรือตามความคิดเห็นของท่าน เพื่อความ ถูกต้องและสมบูรณ์ของงานวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือการวิจัยชิ้นนี้ เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้น แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 3 การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์

ผู้ทำวิจัย

นางสาว บัว คำมณี

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์

คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร

1. เพศ
 1 ชาย 2 หญิง
2. อายุ
 1 60-64 ปี 2 65-69 ปี 3 70-74 ปี
 4 75-79 ปี 5 80 ปี ขึ้นไป
3. รายได้ต่อเดือน
 1 น้อยกว่า5,000บาท 2 5,000-10,000 บาท 3 10,000-15,000บาท
 4 15,000-20,000บาท 5 20,000-25,000บาท 6 25,000-30,000บาท
 7 30,000 บาทขึ้นไป
4. ที่มาของรายได้ส่วนใหญ่
 1 จากการทำงาน 2 จากบุตรหลาน
 3 จาก เงินออม 4 เงินสวัสดิการจากภาครัฐ
 5 เงินบำนาญข้าราชการ 5 อื่นๆ ระบุ.....
5. การศึกษา
 1 ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า 2 มัธยมศึกษาตอนต้น
 3 มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าปวช. 4 อนุปริญญา
 5 ปริญญาตรี 6 ปริญญาโทหรือสูงกว่า

ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์

1. ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ท่านนิยมใช้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 1 เฟซบุ๊ก 2 ทวิตเตอร์ 3 ไลน์
 4 เว็บไซต์ 5 ยูทูบ
 6 อื่นๆ โปรดระบุ.....
2. ท่านใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้วยวัตถุประสงค์อะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 1 เพื่อคุยกับเพื่อนปัจจุบันและเพื่อนเก่า 2 เพื่อหาเพื่อนใหม่
 3 เพื่อค้นหาความรู้และข้อมูลข่าวสาร 4 เพื่อความบันเทิงความเพลิดเพลิน
 5 เพื่อแบ่งปันข้อมูลและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
 6 อื่นๆ โปรดระบุ.....

3. ท่านใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้วยเครื่องมือใด
 1 โทรศัพท์มือถือ 2 คอมพิวเตอร์ 3 แท็บเล็ต
4. ท่านใช้สื่อสังคมออนไลน์กี่ครั้งต่อสัปดาห์
 1 ไม่เกิน 5 ครั้ง/สัปดาห์ 2 6-10 ครั้ง/สัปดาห์
 3 มากกว่า 10 ครั้ง/สัปดาห์
5. ท่านใช้สื่อสังคมออนไลน์ครั้งละกี่ชั่วโมง
 1 น้อยกว่า 1 ชม. 2 1-2 ชม.
 3 2-3 ชม. 4 มากกว่า 3 ชม. ขึ้นไป
6. ท่านมักใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงเวลาใด
 1 05.00-11.00 น. 2 11.00-16.00-น.
 3 16.00-19.00 น. 4 19.00-05.00 น.
7. ท่านมีลักษณะการใช้โซเชียลมีเดียอย่างไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 1 กดไลก์ 2 กดแชร์ 3 กดติดตาม
 4 ค้นหาข้อมูล 5 โพสต์ 6 รับส่งข้อความส่วนตัว
 7 แสดงความคิดเห็น 8 รับชมวิดีโอ 9 ดาวน์โหลดข้อมูล
 10 อื่นๆ ระบุ.....

ส่วนที่ 3 การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย / ในช่องทางขวามือของข้อความในแต่ละข้อตามระดับการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ของท่านโดยถือเกณฑ์ดังนี้

- ระดับคะแนน 5 หมายถึง การใช้ประโยชน์มากที่สุด
 ระดับคะแนน 4 หมายถึง การใช้ประโยชน์มาก
 ระดับคะแนน 3 หมายถึง การใช้ประโยชน์ปานกลาง
 ระดับคะแนน 2 หมายถึง การใช้ประโยชน์น้อย
 ระดับคะแนน 1 หมายถึง การใช้ประโยชน์น้อยที่สุด

การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์		ระดับการใช้ประโยชน์				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1	การค้นหาความรู้และข้อมูลข่าวสาร					
2	การสนทนา และสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม					
3	การสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในครอบครัว					
4	การนำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการทำงานและการดำเนินชีวิตประจำวัน					
5	การสร้างเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในด้านต่างๆ					
6	ความเพลิดเพลิน ผ่อนคลาย เป็นเพื่อนคลายเหงา					
7	การแบ่งปันข้อมูลและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น					
8	ความมีอิสระในการติดต่อสื่อสารโดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่					
9	การได้เรียนรู้เท่าทันเทคโนโลยี และเป็นคนทันสมัย					

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย / ในช่องทางขวามือของข้อความในแต่ละข้อตามระดับความพึงพอใจของท่าน โดยถือเกณฑ์ดังนี้

ระดับคะแนน 5 หมายถึง ความพึงพอใจมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง ความพึงพอใจมาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง ความพึงพอใจปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง ความพึงพอใจน้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง ความพึงพอใจน้อยที่สุด

ข้อ	ความพึงพอใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์	ระดับ ความพึงพอใจ				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1	ได้สนทนาตอบโต้กับกลุ่มคนที่ต้องการจะสื่อสารด้วย					
2	ได้รับความรู้และข้อมูลข่าวสาร					
3	ได้รับความเพลิดเพลิน สนุกสนาน ตื่นเต้น					
4	เข้าถึงการใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน					
5	ความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร					
6	ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร					
7	ความหลากหลายของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสาร					
8	รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ					
9	สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ได้จริง					
10	ความสะดวกในการใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา สามารถใช้งานซ้ำได้ตามความต้องการ					

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อสกุล	นางสาวบัว คำมณี
วัน เดือน ปี เกิด	20 ธันวาคม 2531
สถานที่เกิด	โรงพยาบาลยะลา จังหวัดยะลา
ที่อยู่ปัจจุบัน	89/298 ม.3 ต.บางกะดี อ.เมืองปทุมธานี จ.ปทุมธานี 12000
ประวัติการศึกษา	- ปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีการสื่อสารมวลชน สาขาวิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง - ปริญญาตรี สาขาการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ประวัติการทำงาน	ธุรกิจส่วนตัว

