

ชื่อวิทยานิพนธ์ ปัจจัยจูงใจ พฤติกรรมการใช้ และความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

ผู้วิจัย นายชยกร โสติกุล รหัสนักศึกษ 2541500308 **ปริญญา** ปริญญาโท สาขาบริหารการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
อาจารย์ที่ปรึกษา (1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันศักดิ์ ทองรินทร์
 (2) รองศาสตราจารย์ ไพบุรณ์ ฉะเชนทรพรรค์ **ปีการศึกษา** 2560

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคม 2) ปัจจัยจูงใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคม 3) ความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมของผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 4) เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรของผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่กับความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคม และ 5) ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมกับความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมของผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมผ่านช่องทาง โทรศัพท์มือถือ โดยใช้เฟซบุ๊กมากที่สุด มีวัตถุประสงค์เพื่อติดต่อสื่อสารภายในครอบครัว โดยกลุ่มตัวอย่างใช้เครือข่ายสังคมทุกวันต่อสัปดาห์ โดยเฉพาะในช่วงเย็น 2) ผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมมีแรงจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เพราะการใช้งานที่ง่าย สะดวกและทันเหตุการณ์ของข้อมูลข่าวสาร 3) ผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะการสนทนาเพื่อสร้างความใกล้ชิดหรือเชื่อมความสัมพันธ์กับสมาชิกในครอบครัว 4) ผู้สูงอายุที่มีอายุ การศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ 5) แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมมีความสัมพันธ์ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมของผู้สูงอายุในระดับสูงมาก โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.916

คำสำคัญ พฤติกรรมการใช้ ความพึงพอใจเครือข่ายสังคมผู้สูงอายุเชียงใหม่

Thesis title: Chiang Mai Municipality Elders' Incentive Factors, Uses of and Satisfaction with Social Media Networks

Researcher:Mr.Chayakorn Sottikul;**ID:**2541500308;

Degree:Master of Communication Arts;**Thesis advisors:**(1)Dr. Santat Thongrin, Assistant Professor; (2) Paiboon Kachentaraphan, Associate Professor; **Academic year:**2017

Abstract

The objectives of this research were to study 1) the social media network use behavior of senior citizens in Mueang District, Chiang Mai Province; 2) their motivating factors for using social media networks;3) their satisfaction with social media networks; 4)the relationships between demographic factors and elders' satisfaction with social media networks; and5)the relationships between motivating factors and elders' satisfaction with social media networks.

This was a survey research. The sample population was 400 senior citizens living in District, Chiang Mai Province, chosen through multi-stage sampling. Data were collected using questionnaire, and analyzed using percentage, mean, standard deviation, analysis of variance and Pearson's correlated coefficient.

The results showed that 1) The majority of samples used social media networks through their mobile phones, facebook was used the most. Their main objective was to communicate with their family members. They reported using social media networks every day, usually in the evening. 2) The majority of sample's motivation using social media networks because they perceived them as easy to use, convenient and up-to-date with the latest news. 3) The sampling group had a high level of satisfaction with them overall, and were particularly satisfied with the aspect of having conversations to build close link and good relations with family members. 4) The demographic factors of age, educational level and monthly income were related to elders' level of satisfaction with using social media networks to a statistically significant degree ($p < 0.05$). 5) Elders' level of motivation to use social media networks was strongly related to elders' level of satisfaction with using social media networks; with a correlation value of 0.916.

Keywords: Use behavior, Satisfaction, Social media, Senior citizen, Chiang Mai