

การรับรู้ประโยชน์และแรงผลักดันจากครอบครัว ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ที่จะใช้งานสื่อสังคมของผู้สูงอายุ ในพื้นที่จังหวัดภาคใต้ของประเทศไทย

PERCEIVED USEFULNESS AND FAMILY MOTIVATION
AFFECTING BEHAVIORAL INTENTION
TO USE SOCIAL MEDIA AMONG
SENIOR CITIZENS IN SOUTHERN THAILAND

กิตติศักดิ์ แก้วนิลประเสริฐ¹

นฤบาล ยมะคุปต์²

ธนโชค กาญจนันทวงศ์³

Kittisak Kaewninprasert¹

Narueban Yamaqupta²

Thanachok Kanjanantawong³

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง ตรัง 92000^{1 และ 2}

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์

และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ นครศรีธรรมราช 80280³

Prince of Songkla University, Trang Campus, Trang 92000 Thailand^{1 and 2}

Office of The National Broadcasting and Telecommunications Commission,

Nakhon Si Thammarat 80280 Thailand³

Corresponding E-mail : thanachok.k@nbt.go.th

Received Date August 19, 2024

Revised Date June 27, 2025

Accepted Date July 4, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้ศึกษาการพัฒนาแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างความสัมพันธ์ของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์และแรงผลักดันจากครอบครัว และศึกษาเส้นทางอิทธิพลของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์และแรงผลักดันจากครอบครัวที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานสื่อสังคมของผู้สูงอายุในพื้นที่จังหวัดภาคใต้ของประเทศไทย ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถามออนไลน์ โดยสุ่มตัวอย่างตามสะดวก ผู้มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้และใช้งานสื่อสังคมในชีวิตประจำวัน จำนวน 400 คน จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ประโยชน์และแรงผลักดันจากครอบครัวสามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานสื่อสังคมได้ร้อยละ 59.50 กล่าวคือประสิทธิภาพการทำนายของโมเดลการรับรู้ประโยชน์และแรงผลักดันจากครอบครัว มีความสามารถในการอธิบายความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานสื่อสังคมได้ในระดับปานกลาง สำหรับผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์เส้นทางพบว่า การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานสื่อสังคมอยู่ที่ 0.488 และแรงผลักดันจากครอบครัวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานสื่อสังคมอยู่ที่ 0.114 อธิบายได้ว่า การที่ผู้สูงอายุจะมีความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานสื่อสังคมขึ้นอยู่กับการรับรู้ประโยชน์ของสื่อสังคมหรือการได้รับแรงผลักดันจากครอบครัวหรือทั้งสองปัจจัยร่วมกัน

คำสำคัญ: การรับรู้ประโยชน์ แรงผลักดันจากครอบครัว ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม การใช้งานสื่อสังคม ผู้สูงอายุ

Abstract

This research aims to develop the structural modeling of relationship between perceived usefulness and family motivation, and to gauge the path coefficient of the aforementioned variables on behavioral intention to use social media among senior citizens in southern Thailand. The quantitative study was employed through an online questionnaire with a convenience sampling of 400 samples at the age of 60 years and above who used social media in daily life activities via smartphones. The data analysis was based on partial least square structural equation model (PLS-SEM). The results demonstrated that the perceived usefulness and family motivation could explain the variables of behavioral intention to use social media with an explanation power of 59.5 percent, that is a moderate coefficient of determination of the structural equation modeling on the effect of perceived usefulness and family motivation on behavioral intention to use social media. The path coefficient revealed that perceived usefulness had an effect at 0.488 and family motivation had an effect at 0.114 on behavioral intention to use social media. This indicated that senior citizens' behavioral intention to use social media depended either on mutual influence of their perception of usefulness or the effect of family motivation, or both.

Keywords: perceived usefulness, family motivation, behavioral intention, social media usage, senior citizens

1. บทนำ

สื่อสังคม (social media) เป็นเครื่องมือหรือแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับสร้างชุมชนเสมือนบนโลกออนไลน์ เป็นแหล่งรวมผู้ใช้งานที่เข้ามาแลกเปลี่ยนข่าวสารหรือเนื้อหาและประกอบกิจกรรมบนโลกออนไลน์ สามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้ ซึ่งผู้ใช้งานสามารถเข้าสู่โลกออนไลน์ดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันสื่อสังคมต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) เอกซ์ (X) หรือ ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) ยูทูบ (YouTube) ติกต็อก (TikTok) (Numkingston, 2021) โดยใน พ.ศ. 2567 พบว่า ประเทศไทยมีผู้ใช้งานสื่อสังคมจำนวน 49.10 ล้านคน จากประชากรทั้งหมด 71.85 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 68.3 ของประชากรทั้งหมด เป็นเพศหญิงร้อยละ 50.8 และเพศชายร้อยละ 49.2 ของผู้ใช้งานสื่อสังคม โดยใช้งานสื่อสังคมเฉลี่ยต่อวันเป็นระยะเวลา 2 ชั่วโมง 31 นาที และแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมของคนไทยสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ เฟซบุ๊ก ไลน์ ติกต็อก เฟซบุ๊ก เมสเซนเจอร์ (Facebook Messenger) และอินสตาแกรม โดยส่วนใหญ่จะใช้สื่อสังคมเพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อนและครอบครัว และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร (Kemp, 2024)

ปัจจุบันประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (complete aged society) กล่าวคือ ประชากรไทยที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป เพิ่มขึ้นถึง 1 ใน 5 ของประชากรทั้งหมด และท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่เด็กเกิดใหม่น้อยลง วัยแรงงานลดลง ผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น และจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ อย่างต่อเนื่อง

จนเข้าสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอด (super aged society) ภายในอีก 20 ปีต่อจากนี้ คือใน พ.ศ. 2578 โดยประมาณการว่าจะมีประชากรผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 30 ของจำนวนประชากรทั้งหมด ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงปัญหาโรคอุบัติใหม่และโรคระบาด ส่งผลกระทบต่อสังคมผู้สูงอายุ ทั้งนี้ ความสัมพันธ์ของผู้สูงอายุกับการใช้สื่อสังคมพิจารณาจากการส่งเสริมผู้สูงอายุให้เรียนรู้การใช้เทคโนโลยีเพื่อให้สามารถใช้ชีวิตอยู่อย่างมีความสุขกับตนเองและสังคมรอบข้างนั้น บทบาทของครอบครัวเป็นแรงผลักดันที่สำคัญและทำให้ผู้สูงอายุได้ใกล้ชิดกับลูกหลานและบุคคลรอบข้างได้มากขึ้น (ศิริวรรณ อรุณทิพย์ไพฑูรย์, 2563)

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานสื่อสังคม การรับรู้ประโยชน์ และอิทธิพลจากครอบครัวของการศึกษาในครั้งนี้ ถูกอธิบายด้วยแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ของ Davis (1989) ที่ระบุว่า ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัล มีอิทธิพลรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานซึ่งถือเป็นปัจจัยภายในอันเกิดจากตัวผู้ใช้งาน และมีอิทธิพลจากปัจจัยภายนอก คือ อิทธิพลจากครอบครัว ซึ่งจากการศึกษาของคณีย์ วาณิชยานุเคราะห์ และคณะ (2560) พบว่า ในบริบทของประเทศไทย ตัวแปรอิทธิพลจากครอบครัวมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความสัมพันธ์เชิงบวกของผู้สูงอายุกับบุคคลในครอบครัว ดังนั้น การศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรข้างต้นจึงมีความสำคัญกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในหลากหลายมิติ เช่น เพื่อประโยชน์ในการกำหนดนโยบายทิศทางการพัฒนากิจกรรมและแนวทางการส่งเสริมความสามารถในการใช้สื่อสังคมของกลุ่มผู้สูงอายุในประเทศไทย

นอกจากนี้ Paitoonpong (2023) ยังศึกษาพบว่า การเตรียมความพร้อมด้านดิจิทัลกับกลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุน้อย หรือมีความสามารถในการพึ่งพาตนเองสูง ย่อมมีประสิทธิภาพกว่าการพัฒนาผู้สูงอายุที่มีอายุมากหรือกลุ่มที่มีความสามารถในการพึ่งพาตนเองต่ำ ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการศึกษาประเด็นดังกล่าว โดยมุ่งศึกษาเฉพาะบริบทของภาคใต้ เนื่องจากภาคใต้ของประเทศไทยมีสัดส่วนผู้สูงอายุผู้น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.14 เมื่อเทียบกับประชากรรวมของภูมิภาคเดียวกัน (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2566)

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อพัฒนาแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างความสัมพันธ์ของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ และแรงผลักดันจากครอบครัวที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานสื่อสังคมของผู้สูงอายุในพื้นที่จังหวัดภาคใต้ของประเทศไทย

2.2 เพื่อศึกษาขนาดและเส้นทางอิทธิพลของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ และแรงผลักดันจากครอบครัวที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานสื่อสังคมของผู้สูงอายุในพื้นที่จังหวัดภาคใต้ของประเทศไทย

3. วิธีการศึกษา

ศึกษาด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ โดยประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้สูงอายุที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ของประเทศไทยที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ที่สามารถเข้าถึงบริการอินเทอร์เน็ตและใช้งานสื่อสังคมในชีวิตประจำวันผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนกันยายน-พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 สุ่มตัวอย่างตามสะดวก (convenience sampling) ด้วยแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ต โดยการแนะนำจากเครือข่ายบุคคลอ้างอิงต่าง ๆ ผ่านช่องทางไลน์และเฟซบุ๊ก เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Square: PLS) โดยตามตารางการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Hair et al. (2017) ต้องการกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 130 คน สำหรับแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ที่มีจำนวนลูกศรชี้เข้าตัวแปรแฝง (latent variable) สูงสุด 2 เส้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

แบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัยนี้ประกอบด้วยเนื้อหา 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ และภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ ข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (checklist)

ส่วนที่ 2 การรับรู้ประโยชน์ของการใช้งาน แรงผลักดันจากครอบครัว และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งาน รวมทั้งสิ้น 12 ข้อ โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert scale) มี 5 ระดับ โดยข้อคำถามของการรับรู้ประโยชน์ของการใช้งาน (perceived usefulness) จำนวน 4 ข้อ แรงผลักดันจากครอบครัว (family motivation) จำนวน 4 ข้อ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งาน (behavioral intention to use) จำนวน 4 ข้อ ปรับปรุงมาจากแบบวัดของเฉลิมศักดิ์ บุญประเสริฐ (2560); ฤฎาภา แผนสุวรรณ และ จิตาพัชญ์ ไชยสิทธิ์ (2562); และ Venkatesh and Davis (2000) ทั้งนี้ แบบสอบถามได้ถูกตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อหาดัชนีความสอดคล้อง หรือ IOC (Index of Item-Objective Congruence) และผ่านเงื่อนไขของความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาแล้ว

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุด้วยแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง โดยใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน

ตารางที่ 1 ข้อคำถามการรับรู้ประโยชน์ แรงผลักดันจากครอบครัว และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานสื่อสังคม

ตัวแปรแฝง (latent variable)	ตัวชี้วัด (indicators)	ข้อคำถาม (Items)
การรับรู้ประโยชน์ (perceived usefulness)	pu1 pu2 pu3 pu4	สื่อสังคมมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวัน สื่อสังคมมีประโยชน์สำหรับตัวท่านเอง สื่อสังคมทำให้ท่านติดต่อกับลูกหลานสะดวกสบายขึ้น สื่อสังคมทำให้ท่านติดตามข่าวสารได้รวดเร็ว

ตัวแปรแฝง (latent variable)	ตัวชี้วัด (indicators)	ข้อความคำถาม (items)
แรงผลักดันจากครอบครัว (family motivation)	fp1 fp2 fp3 fp4	สมาชิกในครอบครัวผลักดันให้ท่านต้องใช้สื่อสังคม ท่านใช้สื่อสังคมเพื่อลูกหลาน ลูกหลานเป็นผู้ซื้อหรือนำสื่อสังคมแก่ท่าน วัตถุประสงค์ของการใช้สื่อสังคมเพื่อติดต่อกับลูกหลาน
ความตั้งใจที่จะใช้งาน (behavioral intention to use)	biu1 biu2 biu3 biu4	ท่านใช้งานสื่อสังคมเป็นประจำวัน ท่านมีความรู้สึกต้องการใช้งานสื่อสังคม ท่านมีความพึงพอใจในการใช้งานสื่อสังคม ท่านคิดว่าจะใช้งานสื่อสังคมแม้จะมีปัญหาในการใช้งานบ้างก็ตาม

4. การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาและประยุกต์ใช้ตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีของ Davis (1989) และตัวแปรแรงผลักดันจากครอบครัวที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานจากงานวิจัยของ Al-Ammary et al. (2014); Marikyan & Papagiannidis (2023); และ Venkatesh and Davis (2000) ดังนี้

4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งาน

การรับรู้ประโยชน์ หมายถึง ระดับความเชื่อของบุคคลที่เชื่อว่า การใช้งานเทคโนโลยีจะช่วยเพิ่มผลการปฏิบัติงานให้กับบุคคลนั้น (Davis, 1989) ซึ่งในบริบทของการศึกษานี้อาจกล่าวได้ว่า หากผู้สูงอายู้รับรู้ประโยชน์ของการใช้สื่อสังคมว่าช่วยให้การใช้ชีวิตสะดวกสบายขึ้น ทำให้มีคุณภาพชีวิตดีขึ้น ก็จะทำให้ผู้สูงอายุยอมรับสื่อสังคมและส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานสื่อสังคม

นอกจากนั้น การรับรู้ประโยชน์จากสื่อสังคมและเทคโนโลยีการสื่อสารดิจิทัล ที่สัมพันธ์กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานถูกนำมาศึกษาอย่างแพร่หลาย ได้แก่

Akar and Mardikyan (2014) ศึกษาการใช้งานสื่อสังคมของผู้ใช้ทวิตเตอร์ (ซึ่งปัจจุบันได้เปลี่ยนชื่อเป็นเอกซ์) พบว่า การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งาน ถ้าผู้ใช้งานเชื่อว่าการใช้งานสื่อสังคมช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร จะทำให้เกิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานมากขึ้น

Al-Ammary et al. (2014) ศึกษาการใช้งานสื่อสังคมของนักศึกษา พบว่า การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งาน เมื่อบุคคลรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยี จะนำไปสู่การยอมรับและใช้งานเทคโนโลยีนั้น ๆ

Siah et al. (2020) ศึกษาการใช้งานเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Sites: SNS) ได้แก่ เพชบุ๊ก วีแชต (WeChat) และวอตส์แอป (WhatsApp) ของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานสื่อสังคมของผู้สูงอายุ

Hossain et al. (2021) ศึกษาการใช้งานเฟซบุ๊กในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ของนักศึกษา ระดับปริญญาโท พบว่า การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานเฟซบุ๊ก แสดงให้เห็นว่าเมื่อผู้ใช้งานมองว่าเฟซบุ๊กมีประโยชน์ จะทำให้มีแนวโน้มที่จะใช้งานแพลตฟอร์มนี้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

เฉลิมศักดิ์ บุญประเสริฐ (2560) ศึกษาการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ใน จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การรับรู้ประโยชน์ของแอปพลิเคชันไลน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งาน ทำให้ผู้สูงอายุสามารถติดต่อสื่อสารกับเพื่อนและครอบครัวได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย อีกทั้งสามารถ แบ่งปันข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้อื่นได้ง่ายและรวดเร็ว

เจนจิรา เชื้อประดิษฐ์ และ กิรติ คชนทวา (2563) ศึกษาการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ใน กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้สูงอายุรับรู้ประโยชน์ของแอปพลิเคชันไลน์ว่าสามารถช่วยอำนวยความสะดวก ในการติดต่อสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ และนำไปสู่ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งาน

อุมารวรรณ วาทกิจ (2567) ศึกษาการใช้งานสื่อสังคมของผู้สูงอายุในจังหวัดขอนแก่น พบว่า การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานสื่อสังคม เช่น ความบันเทิง ความสนุกสนาน และการติดต่อสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งาน

จากงานวิจัยที่รวบรวมมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า การรับรู้ประโยชน์ของสื่อสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งาน

นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลอื่น ๆ ซึ่งสนับสนุนว่า การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งาน ได้แก่

Pal et al. (2018) ศึกษาการใช้งานบริการบ้านอัจฉริยะ (smart home services) ของผู้สูงอายุ พบว่า การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานของผู้สูงอายุ

Sagnier et al. (2020) ศึกษาการใช้งานเทคโนโลยีเสมือนจริงหรือวีอาร์ (Virtual Reality: VR) พบว่า การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งาน

นฤบาล ยมะคุปต์ (2562) ศึกษาการใช้งานระบบอีคอมเมิร์ซ (e-commerce) พบว่า การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้ระบบอีคอมเมิร์ซการซื้อขายสินค้า

ผู้วิจัยจึงตั้งเป็นสมมติฐานว่า การรับรู้ประโยชน์จากสื่อสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานสื่อสังคม

4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงผลักดันจากครอบครัวและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งาน

แรงผลักดันจากครอบครัว หมายถึง การรับรู้ของแต่ละบุคคลเกี่ยวกับแรงจูงใจให้ปฏิบัติตามความต้องการของกลุ่มบุคคลในสังคม (Venkatesh & Davis, 2000) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มบุคคลใกล้ชิด เช่น บุคคลในครอบครัว เพื่อน หรือเพื่อนร่วมงาน ซึ่งในบริบทของการศึกษาในครั้งนี้ อาจกล่าวได้ว่า แรงผลักดันจากบุคคลใกล้ชิดที่ต้องการให้ผู้สูงอายุใช้งานสื่อสังคมมีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานสื่อสังคมของผู้สูงอายุ นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลทางสังคมในมุมมองของแรงผลักดันจากครอบครัวและบุคคลใกล้ชิดร่วมกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานสื่อสังคม ได้แก่

Al-Ammary et al. (2014) ศึกษาการใช้งานสื่อสังคมของนักศึกษา พบว่า อิทธิพลทางสังคมรวมถึงบุคคลในครอบครัวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งาน

Pal et al. (2018) ศึกษาการใช้งานบริการบ้านอัจฉริยะของผู้สูงอายุ พบว่า สมาชิกในครอบครัวและเพื่อนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งาน

Ooi et al. (2020) และ Siah et al. (2020) ศึกษาการใช้งานเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking Service: SNS) ของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า แรงผลักดันจากครอบครัวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งาน

Ahmed and Khurshid (2023) ศึกษาการใช้งานสื่อสังคมเพื่อการแบ่งปันความรู้จากผู้ปฏิบัติงานด้านการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย พบว่า บุคคลใกล้ชิด ได้แก่ ผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน และบุคคลในครอบครัวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งาน

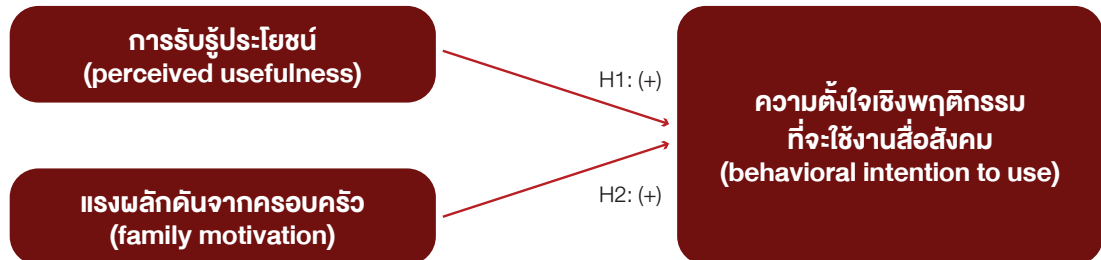
ธาดาทิเบศร์ ภูทอง และ นัทธมน มั่งสูงเนิน (2560) ศึกษาการใช้งานบริการสุขภาพผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้สูงอายุ พบว่า อิทธิพลทางสังคม ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน บุคคลใกล้ชิด หรือบุคคลที่ชื่นชอบ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งาน

เกศกนก ยิ้มแย้ม (2562) ศึกษาการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า แรงผลักดันจากครอบครัวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งาน

ผู้วิจัยจึงตั้งเป็นสมมติฐานว่า แรงผลักดันจากครอบครัวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานสื่อสังคม

5. กรอบแนวคิด/สมมติฐานการวิจัย

5.1 กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์และแรงผลักดันจากครอบครัว
ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานสื่อสังคม

5.2 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 (H1): การรับรู้ประโยชน์จากสื่อสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานสื่อสังคม

สมมติฐานที่ 2 (H2): แรงผลักดันจากครอบครัวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานสื่อสังคม

6. ผลการศึกษา

ผลการศึกษาในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ผลการประเมินตัวแบบการวัด (measurement model) และผลการประเมินตัวแบบสมการเชิงโครงสร้าง (structural equation model) โดยมีรายละเอียดดังนี้

6.1 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.30 อาศัยอยู่ในจังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช ตรัง พัทลุง ปัตตานี กระบี่ ภูเก็ต ยะลา นราธิวาส และสตูล โดยสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ในจังหวัดสงขลามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.80 รองลงมาคือ จังหวัดนครศรีธรรมราช ร้อยละ 22.50 และจังหวัดตรัง ร้อยละ 8.30 ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยที่สุดคือ 60 ปี และอายุมากที่สุดคือ 96 ปี โดยมีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 68 ปี

6.2 ผลการประเมินตัวแบบการวัด

การประเมินค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (indicator loadings) ของข้อคำถามที่ใช้ในการวัดของตัวแปรแต่ละตัว เพื่อประเมินความเชื่อมั่นของตัวแปรที่ศึกษา เป็นกระบวนการแรกของการวิเคราะห์ผลด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบโมเดลสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน ซึ่งควรมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.7 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และต้องพิจารณาตัดองค์ประกอบข้อนั้นออก หากค่าน้ำหนักองค์ประกอบมีค่าต่ำกว่า 0.7 (Ramayah et al., 2018) ทั้งนี้ ข้อคำถามของตัวแปรการรับรู้ประโยชน์และแรงผลักดันจากครอบครัว จำนวน 2 ข้อ (PU3 และ FP4) มีค่าน้อยกว่าน้ำหนักองค์ประกอบตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ จึงพิจารณาตัดองค์ประกอบ และในส่วนของตัวแปรความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานสื่อสังคม พบว่า ทุกข้อคำถามของตัวแปรนี้มีค่าน้ำหนักสูงกว่า 0.7 จึงพิจารณาไม่ตัดองค์ประกอบใด ๆ ออกจากแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง เนื่องจากมีคุณสมบัติที่เพียงพอต่อการคงไว้ในโมเดลสมการโครงสร้างได้

การวิเคราะห์ความตรงเชิงสอดคล้อง (convergent validity) พบว่า ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของตัวแปรแฝง (Average Variance Extracted: AVE) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.650-0.718 แสดงว่า ตัวแปรแฝงที่ใช้ในการวัดมีความตรงเชิงสอดคล้อง นั่นคือ ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของตัวแปรแฝง มีค่ามากกว่า 0.5 และค่าน้ำหนัก (loading) มีค่ามากกว่า 0.7 และการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของความสอดคล้องภายใน (internal consistency reliability) เมื่อพิจารณาในส่วนของค่าความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง (Composite Reliability: CR) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.847-0.911 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.730-0.870 แสดงว่าตัวแปรแฝงที่ใช้ในการวัดมีความน่าเชื่อถือ เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ นั่นคือ ค่าความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค มีค่ามากกว่า 0.7 (Hair et al., 2017) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าน้ำหนัก ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของตัวแปรแฝง ค่าความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค

ตัวแปรแฝง (latent variable)	ตัวชี้วัด (indicators)	ค่าน้ำหนัก (loading)	AVE	CR	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค (Cronbach's Alpha)
การรับรู้ประโยชน์ (perceived usefulness)	PU1 PU2 PU4	0.842 0.841 0.730	0.650	0.847	0.730
แรงผลักดันจากครอบครัว (family motivation)	FP1 FP2 FP3	0.801 0.822 0.810	0.658	0.852	0.742
ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งาน (behavioral intention to use)	BIU1 BIU2 BIU3 BIU4	0.850 0.840 0.840 0.859	0.718	0.911	0.870

การวิเคราะห์ความตรงเชิงจำแนก (discriminant validity) พบว่า ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของตัวแปรแฝง (AVE) นั้นคือ ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานเท่ากับ 0.848 การรับรู้ประโยชน์เท่ากับ 0.806 และแรงผลักดันจากครอบครัวเท่ากับ 0.811 ซึ่งอยู่ในแนวทแยงมุม มีค่ามากกว่าค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงนั้นกับตัวแปรแฝงตัวอื่น ๆ แสดงว่าตัวแปรแฝงที่ใช้ในการวัดมีความตรงเชิงจำแนก (Hair et al., 2017) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 รากที่สองของค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของตัวแปรแฝง และค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรแฝง

ตัวแปรแฝง (latent variable)	ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ที่จะใช้งาน	การรับรู้ประโยชน์	แรงผลักดันจากครอบครัว
ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ที่จะใช้งาน	0.848		
การรับรู้ประโยชน์	0.535	0.806	
แรงผลักดันจากครอบครัว	0.314	0.409	0.811

6.3 ผลการประเมินตัวแบบสมการเชิงโครงสร้าง

การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์เส้นทาง (path coefficient) พบว่า การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้งาน ($\beta=0.488$, $p<0.01$) สนับสนุนสมมติฐานที่ 1 และแรงผลักดันจากครอบครัวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งาน ($\beta=0.114$, $p<0.05$) สนับสนุนสมมติฐานที่ 2 ดังตารางที่ 4

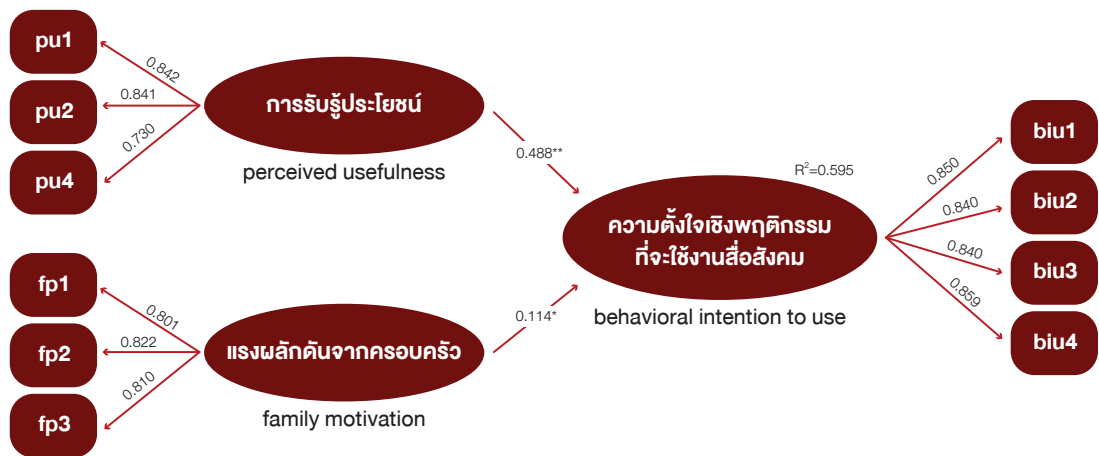
ตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	เส้นทาง	สัมประสิทธิ์เส้นทาง	Std. Error	t-value	ผลการทดสอบ
H1	การรับรู้ประโยชน์ -> ความตั้งใจที่จะใช้งาน	0.488	0.051	9.519**	สนับสนุน
H2	แรงผลักดันจากครอบครัว -> ความตั้งใจที่จะใช้งาน	0.114	0.057	2.02*	สนับสนุน

** $p<0.01$, * $p<0.05$

จากภาพที่ 2 แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างสามารถอธิบายความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานได้ร้อยละ 59.5 ($R^2=0.595$) ทั้งนี้ ถ้าค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (coefficient of determination: R^2) มีค่าต่ำกว่า 0.25 แสดงว่าคุณภาพของแบบจำลองอยู่ในระดับต่ำ ถ้ามีค่า 0.5 แสดงว่าคุณภาพของแบบจำลองอยู่ในระดับปานกลาง และถ้ามีค่าตั้งแต่ 0.75 ขึ้นไป แสดงว่าแบบจำลองมีคุณภาพสูง (Hair et al., 2017)

จากผลการวิเคราะห์พบว่า การรับรู้ประโยชน์และแรงผลักดันจากครอบครัว สามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานสื่อสังคมของผู้สูงอายุได้ 0.595 หรือร้อยละ 59.50 ถือว่าค่าสัมประสิทธิ์ความถูกต้องของการทำนายของแบบจำลองนี้มีคุณภาพอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งจากภาพที่ 2 แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน แสดงอิทธิพลขององค์ประกอบการรับรู้ประโยชน์และแรงผลักดันจากครอบครัว ไปยังความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานสื่อสังคม



ภาพที่ 2 แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน

7. การอภิปรายผล

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ประโยชน์และแรงผลักดันจากครอบครัวที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานสื่อสังคมของผู้สูงอายุในพื้นที่จังหวัดภาคใต้ของประเทศไทย ผลการประเมินตัวแบบการวัด เมื่อพิจารณาค่าความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของตัวแปรแฝง และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค พบว่า ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด แสดงว่าแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างสามารถอธิบายตัวแปร การรับรู้ประโยชน์ แรงผลักดันจากครอบครัว และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานสื่อสังคมของผู้สูงอายุได้เป็นอย่างดี และผลการประเมินตัวแบบสมการเชิงโครงสร้างพบว่า การรับรู้ประโยชน์และแรงผลักดันจากครอบครัวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานสื่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานสื่อสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.488 อธิบายได้ว่า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญและตระหนักถึงประโยชน์ของการใช้งานสื่อสังคมเพื่อติดต่อสื่อสารและติดตามข่าวสารในชีวิตประจำวันได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว สอดคล้องกับงานวิจัยของเจนจิรา เชื้อประดิษฐ์ และ กิรติ คชนทาว (2563); เฉลิ้มศักดิ์ บุญประเสริฐ (2560); นฤบาล ยมะคุปต์ (2562); อุมารรณ วาทกิจ (2567); Akar and Mardikyan (2014); Al-Ammary et al. (2014); Hossain et al. (2021); Pal et al. (2018); Sagnier et al. (2020); และ Siah et al. (2020) โดยสื่อสังคมช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถสื่อสารกับเพื่อนและบุคคลในครอบครัวที่อยู่ห่างไกลได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย อีกทั้งทำให้สามารถแบ่งปันและได้รับข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว (เฉลิ้มศักดิ์ บุญประเสริฐ, 2560) ผู้สูงอายุรับรู้ประโยชน์ของการสื่อสารผ่านสื่อสังคมทางโทรศัพท์มือถือ ว่ามีความสะดวกและรวดเร็วในการสื่อสาร ส่งผลให้เกิดความสนใจและต้องการใช้สื่อสังคมมากขึ้น (เจนจิรา เชื้อประดิษฐ์ และ กิรติ คชนทาว, 2563) การรับรู้ประโยชน์จะขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแต่ละแอปพลิเคชัน โดยผู้ใช้ต้องเรียนรู้การใช้งานก่อน จึงจะพิจารณาได้ว่า แอปพลิเคชันนั้นมีประโยชน์ (Sagnier et al., 2020) เมื่อผู้ใช้รับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีแล้วจะมีความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งาน และสำหรับผู้ที่มีทักษะเกี่ยวกับการใช้งานเทคโนโลยีอยู่แล้วจะยิ่งสนับสนุนให้เกิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งาน

มากขึ้น (Al-Ammary et al., 2014) และเมื่อผู้ใช้ตระหนักถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้เทคโนโลยีว่าช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล ก็ส่งผลต่อทัศนคติที่ดีต่อการใช้งาน และส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีนั้นต่อไป (นฤบาล ยมะคุปต์, 2562)

สมมติฐานที่ 2 แรงผลักดันจากครอบครัวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานสื่อสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.114 อธิบายได้ว่า สมาชิกในครอบครัวผลักดันและสนับสนุนให้ผู้สูงอายุใช้สื่อสังคมในการติดต่อสื่อสารกับลูกหลาน สอดคล้องกับงานวิจัยของเกศกนก ยิ้มแย้ม (2562); ธาดาธิเบศร์ ภูทอง และ นัทธมน มั่งสูงเนิน (2560); Ahmed and Khurshid (2023); Al-Ammary et al. (2014); Pal et al. (2018); Ooi et al. (2020); และ Siah et al. (2020) เมื่อผู้สูงอายุพบเห็นบุคคลในครอบครัว หรือบุคคลที่ใกล้ชิด หรือบุคคลที่ตนเองชื่นชอบ มีทัศนคติที่ดี และเพลิดเพลินกับการใช้งานสื่อสังคมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ จะเกิดความรู้สึกสนใจ อยากรู้อยากใช้งาน จนเกิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานในที่สุด (เกศกนก ยิ้มแย้ม, 2562; ธาดาธิเบศร์ ภูทอง และ นัทธมน มั่งสูงเนิน, 2560) โดยกลุ่มผู้สูงอายุที่มีความสัมพันธ์ทางสังคมที่ดีจะมีความสนใจในการใช้เทคโนโลยีมากกว่ากลุ่มที่ไม่มีความสัมพันธ์ทางสังคมที่ดี อีกทั้งการสนับสนุนจากครอบครัวและเพื่อนทำให้ผู้สูงอายุเกิดความเชื่อถือนั่นเองและมั่นใจที่จะใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น (Ooi et al., 2020)

8. ข้อสรุป

การรับรู้ประโยชน์และแรงผลักดันจากครอบครัว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานสื่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างสามารถอธิบายความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานสื่อสังคมได้ร้อยละ 59.50 กล่าวคือ ตัวแปรทั้งสองเป็นตัวแปรที่สำคัญต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งาน โดยการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานสื่อสังคมมากที่สุด ซึ่งสรุปได้ว่า ผู้สูงอายุในพื้นที่จังหวัดภาคใต้ของประเทศไทยมีการรับรู้ประโยชน์ แรงผลักดันจากครอบครัว และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานสื่อสังคม

9. ข้อเสนอแนะ

9.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต

การศึกษาในอนาคตอาจศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับบริบทของผู้สูงอายุกับตัวแปรอื่น ๆ หรือแบบจำลองใหม่ เช่น แบบจำลอง TAM2 และแบบจำลอง TAM3 เพื่อศึกษาปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างรอบด้านและละเอียดลึกซึ้งมากขึ้น

9.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับกิจการสื่อสารดิจิทัล

การเป็นหน่วยงานสนับสนุน ผ่านการบูรณาการร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ ในการกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมและการสร้างเสริมทักษะในการใช้งาน รวมถึงการรู้เท่าทันสื่อสังคมของกลุ่มผู้สูงอายุ

รายการเอกสารอ้างอิง

- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2566). สถิติผู้สูงอายุ. <https://www.dop.go.th/th/know/side/1/1/2449>
- เกศกนก ยิ้มแย้ม. (2562). ความตั้งใจในการเลือกใช้แอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุ [วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:169391
- เจนจิรา เชื้อประดิษฐ์ และ กิรติ คชนทวา. (2563). การยอมรับเทคโนโลยีการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*, 2(2), 1-17. <https://so10.tci-thaijo.org/index.php/msdru/article/view/142>
- เฉลิมศักดิ์ บุญประเสริฐ. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ [การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่]. <http://cmruir.cmru.ac.th/bitstream/123456789/1523/1/F432981.pdf>
- दनัย วาณิชยานุเคราะห์, ศิริวรรณ อนันต์โท และ สันตต์ ทองรินทร์. (2560). กระบวนการยอมรับอินเทอร์เน็ตเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*, 11(2), 62-73. <https://cms.dru.ac.th/jspui/handle/123456789/1564>
- ธาดาทิเบศร์ ภูทอง และ นัทธมน มั่งสูงเนิน. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการสุขภาพผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้สูงอายุ. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์ Veridian มหาวิทยาลัยศิลปากร (มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ ศิลปะ)*, 10(3), 548-566. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/104191>
- นฤบาล ยมะคุปต์. (2562). การซื้อสินค้าออนไลน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา: ทศนคติที่มีต่อการใช้การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ว่าเป็นงานง่าย. *BU Academic Review*, 18(1), 18-33. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/buacademicreview/article/view/151209>
- ลภาภา แผนสุวรรณ และ จิตาพัชญ์ ไชยสิทธิ์. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการเรียนรู้สื่อเทคโนโลยีในยุคหลอมรวมเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในจังหวัดนครสวรรค์. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 14(2), 99-118. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/RMUTT-Gber/article/view/241322>
- ศิริวรรณ อรุณทิพย์ไพฑูรย์. (2563). สังคมสูงวัย...ความท้าทายประเทศไทย. กรมกิจการผู้สูงอายุ. <https://www.dop.go.th/th/know/3/276>
- อุมาวรรณ วาทกิจ. (2567). การศึกษาประสบการณ์และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้โซเชียลมีเดียของผู้สูงอายุในจังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 14(1), 133-146. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/neuarj/article/view/270933>
- Ahmed, Y. A., & Khurshid, M. M. (2023). Factors impacting the behavioral intention to use social media for knowledge sharing: Insights from disaster relief practitioners. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 18, 269-300. <https://doi.org/10.28945/5103>
- Akar, E., & Mardikyan, S. (2014). Analyzing factors affecting users' behavior intention to use social media: twitter case. *International Journal of Business and Social Science*, 5(11), 85-95. http://ijbssnet.com/journals/Vol_5_No_11_1_October_2014/9.pdf

- Al-Ammary, J. H., Al-Sherooqi, A. K., & Al-Sherooqi, H. K. (2014). The acceptance of social networking as a learning tools at University of Bahrain. *International Journal of Information and Education Technology*, 4(2), 208-214. <https://doi.org/10.7763/IJiet.2014.V4.400>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. (2nd ed.). SAGE. <https://lccn.loc.gov/2016005380>
- Hossain, Md. M., Islam, K. M. Z., Masud, A. A., Biswas, S., & Hossain, Md. A. (2021). Behavioral intention and continued adoption of Facebook: An exploratory study of graduate students in Bangladesh during the COVID-19 pandemic. *Management* 25(2). 153-186. <https://doi.org/10.2478/manment-2019-0078>
- Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Thailand*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-thailand>
- Marikyan, D., & Papagiannidis, S. (2023). Technology acceptance model: A review. In S. Papagiannidis (Ed.), *TheoryHub Book* [online]. <https://open.ncl.ac.uk/theories/1/technology-acceptance-model/>
- Numkingston. (2021). Social media และ social network คืออะไร? แตกต่างกันอย่างไรร? *TumWai Digital Agency*. <https://www.tumwai.com/tips/1739.html>
- Ooi, C. S., Siah, P. C., & Low, S. K. (2020). Intention to use social networking sites among Malaysian Chinese older adults. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 24(1), 47-55. <https://scholarhub.ui.ac.id/hubsasia/vol24/iss1/7/>
- Paitoonpong, S. (2023). Promotion of active aging and quality of life in old age and preparation for complete aged society in Thailand. *TDRI Quarterly Review*, 38(3), 3-13. <https://tdri.or.th/wp-content/uploads/2023/12/Volume-38-Number-3-September-2023.pdf>
- Pal, D., Funilkul, S., Vanijja V., & Papasratorn, B. (2018). Analyzing the elderly users' adoption of smart-home services. *IEEE Access*, 6, 51238-51252. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2018.2869599>
- Ramayah, T., Cheah, J. -H., Chuah, F., Ting, H., & Memon, M. A. (2018). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using SmartPLS 3.0: An updated guide and practical guide to statistical analysis* (2nd ed.). Pearson. <https://www.researchgate.net/publication/330144761>
- Sagnier, C., Loup-Escande, E., Lourdeaux, D., Thouvenin, I., & Valléry, G. (2020). User acceptance of virtual reality: An extended technology acceptance model. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 36(11), 993-1007. <https://doi.org/10.1080/10447318.2019.1708612>
- Siah, P. C., Ooi, C. S., Binti, W., Zaman, K., & Low, S. K. (2020). Social networking sites usage and quality of life among senior citizens. *Asian Journal of Social Health and Behavior*, 6(2), 79-85. https://journals.lww.com/shbh/fulltext/2023/06020/social_networking_sites_usage_and_quality_of_life.5.aspx
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186-204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>