

การรับรู้ประโยชน์ ทศนคติ และพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของผู้สูงอายุ Perceived Benefit, Attitudes, and Online Media usage Behaviors of the Elderly

ธามม วงศ์สรรคกร¹, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล² และ อัครมณี สมใจ³

Thamm Wongsawankakorn¹, Chandej Charoenwiriyaikul² and Akkaramanee Somjai³

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2,3}

Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand^{1,2,3}

e-mail: s63563827044@ssru.ac.th¹, chandej.ch@ssru.ac.th², akramanee.so@ssru.ac.th³

Received: February 2, 2023

Revised: April 25, 2023

Accepted: April 28, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ประโยชน์ ทศนคติ และพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของผู้สูงอายุ การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นประชาชนที่ผู้สูงอายุ ที่มีอายุระหว่าง 60-70 ปี ที่อาศัยเขต 50 เขต ตามที่มีทะเบียนบ้าน ตามสำเนาทะเบียนบ้าน เขตละ 8 คน จำนวน 400 คน โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโรยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ วิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ประโยชน์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า เป็นสร้างความสัมพันธ์ที่ดีจากเพื่อนสู่เพื่อน รองลงมาคือ ทำให้ติดต่อกับคนที่ห่างไกลหรือไม่ได้ติดต่อกันนาน ตามลำดับ ทศนคติโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า การนำเสนอข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ดึงดูดความสนใจ รองลงมาคือ ข้อมูลข่าวสารที่เป็นกระแสหรือเป็นที่สนใจในสื่อสังคมออนไลน์ ตามลำดับ และพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของผู้สูงอายุอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า ผู้สูงอายุใช้สื่อออนไลน์เพื่อแชร์ข้อมูลเป็นประโยชน์ต่อเพื่อน รองลงมาคือ ใช้พูดคุยสื่อสารกับเพื่อน และคนในครอบครัว ตามลำดับ

คำสำคัญ: การรับรู้ประโยชน์, ทศนคติ, สื่อออนไลน์, ผู้สูงอายุ

Abstract

This research aimed to study the levels of perceived benefit, attitudes and online media usage behaviors of the elderly. This research used a quantitative research methodology. The sample used in the research is an elderly citizen aged between 60-70 years living in 50 districts according to the house registration according to the copy of the house registration, 8 people per district, 400 people by specifying the sample size from the use of Taro Yamane

formula at the confidence level of 95%, by using purposive sampling. The tools used were 5 -level rating scale questionnaires. Analyzed by descriptive statistics, percentage, mean and standard deviation.

The results showed that: perceived benefits as a whole is at the highest level. It was found that it was building a good relationship from friend to friend, followed by making contact with distant people or not contacting for a long time, respectively. Attitudes as a whole is at the highest level. It was found that the presentation of information public relations attracts attention, followed by trending or interesting news information in social media, respectively. The Online media usage behaviors of the elderly as a whole is at the highest level. It was found that the elderly use online media to share useful information with friends, followed by talking and communicating with friends and family members, respectively.

Keywords: Perceived Benefit, Attitudes, Online Media, The Elderly

บทนำ

จากการศึกษาสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เปิดเผยว่า พ.ศ. 2564 ประเทศไทยจะเข้าสู่ “สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์” (Complete Aged Society) สัดส่วนประชากรผู้สูงอายุมากกว่าร้อยละ 20.0 ของสัดส่วนประชากรทั้งประเทศ สถานการณ์เช่นเดียวกันนี้โลกกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงเช่นกัน ดังนั้นคำถามสำคัญ คือ การพัฒนาเข้าสู่โลกดิจิทัล (Digitalization) สำหรับผู้สูงอายุ ทิศทางที่เหมาะสมควรมีรูปแบบอย่างไร ปัจจุบันประเทศไทยมีสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุอยู่ที่ประมาณร้อยละ 16.0 ของประชากร ทั้งประเทศ ถูกจัดเป็นสังคมสูงวัย โดยมีการคาดการณ์จากตัวเลขสถิติประชากรศาสตร์ ในปี พ.ศ. 2564 ประเทศไทยจะกลายเป็นสังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ และในอีก 10 ปี ข้างหน้า หรือในปี พ.ศ. 2574 ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอดอย่างเต็มตัว

จากการศึกษาข้อมูลปี พ.ศ. 2558 ระบุว่าโลกกลายเป็นสังคมสูงวัยการพัฒนาเชิงดิจิทัล หรือ Digitalization ในสังคมสูงวัย มีทิศทางรูปแบบ ดังนี้ 1) การลดความเสี่ยงต่ออันตรายผ่าน Internet of Things (LOT) การพัฒนาระบบและอุปกรณ์เพื่อความปลอดภัยของผู้สูงอายุ เชื่อมต่ออุปกรณ์และระบบต่าง ๆ ในบ้านเข้าด้วยกัน เช่น ในห้องน้ำหรือหัวเตียงนอนมีปุ่มกด Call for Help ในกรณีฉุกเฉิน โดยเมื่อกดแล้ว จะมีเสียงแจ้งเตือนสมาชิกคนอื่น ๆ ในบ้าน พร้อมแจ้งเตือนผ่าน แอปพลิเคชันในสมาร์ทโฟนของผู้ดูแลที่มากับ พร้อมกับพีเจอาร์ในการแจ้งเหตุฉุกเฉินไปยังเจ้าหน้าที่โรงพยาบาล 2) การสร้างเกมเพื่อผู้สูงอายุ (Gamification for Seniors) ความสามารถในการจดจำและการใช้ร่างกายจะเริ่มลดลง การสร้างเกมเพื่อกระตุ้นการทำงานของสมองและการเคลื่อนไหวร่างกายในผู้สูงอายุจึงเป็นอีกหนึ่งโอกาสในการพัฒนาทางด้านดิจิทัลในสังคมสูงวัย 3) การติดตามสถานะสุขภาพเชิงดิจิทัล (Digital Health Tracking) ปัจจุบัน มีการพัฒนา Smart Watch และแอปพลิเคชันสามารถติดตามสถานะสุขภาพและการทำงานของร่างกายเบื้องต้นได้



แต่กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ยังเป็นคนรุ่นใหม่ที่สนใจออกกำลังกายและดูแลสุขภาพเป็นประจำ ทั้งนี้ เมื่อจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น การพัฒนาต่อยอดอุปกรณ์และแอปพลิเคชันต่าง ๆ เหล่านี้เพื่อผู้สูงอายุจะมีมากขึ้น

4) การเข้าถึงการรักษาแบบออนไลน์ (Online Doctors) การพัฒนาระบบการรักษาทางไกลให้ผู้สูงอายุสามารถปรึกษาแพทย์ได้ผ่านวิดีโอคอล ช่วยลดปัญหาค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ตลอดจนปัญหาในการเดินทางคนเดียว ในกรณีที่ผู้ดูแลไม่สามารถไปเป็นเพื่อนได้ รวมถึงปัญหาความไม่ต้องการไปโรงพยาบาลที่พบได้บ่อยครั้งในผู้สูงอายุอีกด้วย ลดความแออัดในสถานพยาบาลที่ต้องรองรับและให้บริการผู้สูงอายุเป็นจำนวนมาก

5) การพัฒนา UX/UI การออกแบบ UX/UI ให้สอดคล้องกับการใช้งานของผู้สูงอายุนับเป็นโอกาสทางดิจิทัลในการขยายฐานลูกค้าเพื่อรองรับตลาดผู้สูงอายุ โดยการออกแบบ UX (User Experience Design) for Seniors หมายถึงการสร้างประสบการณ์การใช้งานที่ดีขึ้นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล แอปพลิเคชันและอุปกรณ์ของผู้สูงอายุ ส่วนตัวประสานกับผู้ใช้ UI (User Interface Design) for Seniors คือการออกแบบเทคโนโลยีดิจิทัล แอปพลิเคชัน และอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับการใช้งานของผู้สูงอายุ ทั้งหมดนี้คือโอกาสและความเป็นไปได้ในการพัฒนาด้านดิจิทัลในสังคมสูงวัย ทั้งนี้ คำถามต่อไป คือ ทำอย่างไรให้ผู้สูงอายุหันมาใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมากยิ่งขึ้น ซึ่งนับว่าเป็นอีกหนึ่งความท้าทายสำคัญในการเชื่อมโลกดิจิทัลและโลกของผู้สูงอายุ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2563)

จากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า สถานการณ์ของโลกกำลังเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคการสื่อสารออนไลน์มากขึ้นทำให้ทุกคนรวมไปถึงผู้สูงอายุ มีความจำเป็นหันมาใช้สื่อออนไลน์ ในการสื่อสาร ประกอบอาชีพ การดูแลสุขภาพภาวะฉุกเฉิน การดำเนินชีวิตประจำวันที่สะดวกสบาย เพราะฉะนั้นผู้สูงอายุในโลกของปัจจุบันและอนาคต จึงจำเป็นต้องเรียนรู้ และปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงการสื่อสารออนไลน์ ให้สามารถดำรงชีพในสังคมยุคดิจิทัลได้อย่างสมบูรณ์ มีความสุข ปลอดภัย และคุณภาพชีวิตที่ดี

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ประโยชน์ ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของผู้สูงอายุ

การทบทวนวรรณกรรม

สื่อออนไลน์

ประโยชน์ของการใช้สื่อออนไลน์

ประโยชน์ที่สำคัญของการสื่อสารออนไลน์ สามารถสรุปได้ ดังนี้ 1. ทำให้ทุกคนสามารถรับรู้ข่าวสาร ความเคลื่อนไหว หรือการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วมาก จะเห็นได้ว่าเวลาที่กระแสข่าวต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว สื่อออนไลน์จะเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้คนรับรู้ได้เป็นอันดับแรก ดังนั้นการสื่อสารออนไลน์จึงช่วยให้ทันกระแสของโลก กระแสสังคมได้รวดเร็วมาก 2. เข้าถึงได้ทุกกลุ่มเป้าหมายโดยไม่จำเป็นต้องกำหนดเหมือนการสื่อสารผ่านทีวีวิทยุ หนังสือพิมพ์ หรืออื่น ๆ เพราะว่าการสื่อสารในโลกออนไลน์ทุกคนสามารถรับรู้และสัมผัสเหมือนกันได้หมด 3. สะดวก รวดเร็ว ต่อการติดต่อสื่อสารในเรื่องต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการพูดคุยเรื่องงาน ส่งไฟล์ งาน รูปภาพ วิดีโอ สื่อต่าง ๆ ถึงกันได้ง่าย ติดต่อกันได้รวดเร็วไม่ต้องใช้เวลานานที่สำคัญยังสามารถ

ติดต่อสื่อสารถึงกันได้จากระยะไกลโดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปพบกัน ไม่ทำให้เสียเวลา 4. ช่วยสร้างรายได้ หรือสร้างอาชีพให้กับมนุษย์ได้ อาทิเช่น การขายของออนไลน์ การไลฟ์สด เป็นต้น เป็นช่องทางที่ช่วยเพิ่มช่องทางในการหารายได้ของมนุษย์เป็นอย่างดี ถ้าหากเลือกใช้การสื่อสารออนไลน์ได้อย่างถูกต้องและถูกวิธี 5. ช่วยสร้างข้อมูลเพื่อการตัดสินใจด้านต่าง ๆ ได้มากขึ้น เพราะการสื่อสารออนไลน์ สามารถรับรู้เรื่องราวต่าง ๆ เช่น ข่าวสาร การวิเคราะห์ ความน่าเชื่อถือ ข้อเท็จจริง อย่างเช่น ตัดสินใจจะซื้อของสักชิ้น สามารถสอบถามผู้รู้ ได้โดยผ่านการสื่อสารออนไลน์พร้อมกับหาข้อมูลได้ด้วยตนเอง 6.ประหยัดค่าใช้จ่ายได้มาก หากเป็นการติดต่อสื่อสารสมัยก่อนก็ต้องเสียเงินในการติดต่อ เช่น โทรศัพท์ ส่งจดหมาย โทรเลข เป็นต้น แต่การติดต่อสื่อสารผ่านโลกออนไลน์ไม่ จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่าย มีเพียงแค่มีแอปพลิเคชัน หรือโปรแกรมติดต่อจากนั้นก็ทำการเชื่อมต่อ Wi-Fi ก็สามารถพูดคุยติดต่อสื่อสารกันได้แล้ว 7. ช่วยสร้างโลกใหม่ ๆ ให้กับผู้คนได้ง่าย เช่น การเข้ากลุ่มนักวิ่ง กลุ่มนักเขียน เป็นต้น เป็น การเปิดโลกทัศน์ของตนเองให้กว้างมากกว่าที่เคยเป็น อย่างไรก็ตามการสื่อสารออนไลน์ที่มีประโยชน์แบบนี้ก็ต้องอยู่ที่ผู้นำไปใช้ว่าสามารถดึง ประโยชน์ออกมาได้ดีแค่ไหน เพราะหากเอาไปใช้ในทางที่ผิดมันก็คือโทษได้เหมือนกัน ดังนั้น ควรที่จะเลือกใช้ตามแนวทางที่เหมาะสมดี การเรียนรู้ ในศตวรรษที่ 21 สื่อสังคมออนไลน์ โครงการเรียนรู้ดิจิทัล (มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, มปป.)

แนวคิดสื่อออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุ

การพัฒนาสื่อออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุนั้น มีกลุ่มของผู้สูงอายุที่สนใจ ที่สามารถต่อยอดการพัฒนาสื่อออนไลน์ได้ในกลุ่มผู้สูงอายุ อาทิเช่น ครูเกษียณ บทบาท หน้าที่ของครูไม่มีเฉพาะต่อเด็กและเยาวชนเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมไปยังครอบครัว ชุมชน และสังคมที่ครูที่อยู่อาศัยด้วย ทั้งนี้เพราะครูถือเป็นข้าราชการที่มีการกระจายตัวในแทบทุกพื้นที่ของประเทศ มีความสัมพันธ์ ใกล้ชิดกับประชาชนทุกระดับ ด้วยเหตุนี้มักพบครูแทบทุกกิจกรรมในชุมชนสังคมที่ตนอยู่ในบทบาทของผู้นำผู้ให้คำปรึกษาผู้ช่วยเหลือตามสภาพการณ์ครูจึงเป็นแหล่งทรัพยากรที่สำคัญและมีคุณค่าทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นคุณค่าทางวิชาการคุณค่าแบบอย่างการดำเนินชีวิต คุณค่าในการช่วยเหลือสังคมและชี้แนะสังคม จะให้เห็นว่าชีวิตของครูจะต้องเกี่ยวกับผู้คนกิจกรรมและสิ่งแวดล้อมจำนวนมาก ครูคนเดียวต้องแสดงบทบาทหลาย ๆ ถึงแม้ว่าครูจะถูกเกษียณอายุราชการกลายเป็นผู้สูงอายุแต่ก็มีครูเกษียณจำนวนมากที่มีศักยภาพทางด้านวิชาการ มีการรวมกลุ่มพบปะแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน อยู่เสมอ หรือการเป็นวิทยากรพิเศษด้านต่าง ๆ ถ่ายทอดความรู้ความสามารถให้กับเด็กนักเรียนในโรงเรียนของตน ผู้สูงอายุหรือครูเกษียณ เหล่านี้หากได้เตรียมกิจกรรมหรืองานไว้รองรับหลังเกษียณอายุ มีการตรวจสุขภาพอย่างสม่ำเสมอ มีงานอดิเรกให้ทำตลอดทั้งผู้ที่อยู่ใกล้ชิดให้กำลังใจจะช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถปรับตัวต่อความเครียดได้ดี ถ้าหากได้พัฒนาหรือต่อยอดสมรรถนะหรือทักษะด้านสื่อออนไลน์ และเทคโนโลยีแล้วจะสามารถนำสมรรถนะทางเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือในการศึกษาค้นคว้า แสวงหา ถ่ายทอด แลกเปลี่ยนความรู้อันเกิดจากประสบการณ์ต่าง ๆ ที่ได้สั่งสมมายาวนาน เพื่อเป็นประโยชน์แก่คนรุ่นหลัง และประโยชน์โดยตรงแก่ตัวผู้สูงอายุเอง และเพื่อสามารถนำไปเป็นแนวทางในการสร้างหลักสูตรฝึกอบรมด้าน ICT แก่ผู้สูงอายุอย่างเป็นรูปธรรมต่อไป ทั้งนี้เพื่อตอบสนองนโยบาย ของรัฐบาล และเพื่อเป็นการเพิ่ม

บทบาทในการให้บริการทางวิชาการแก่สังคม (ปัญญาพัชญ์ กาวินคำ, วิจิต เทพประสิทธิ์ และนิธิกุล อินทรทิพย์, 2562)

ปัจจุบันสื่อออนไลน์เป็นที่นิยมของผู้สูงอายุ มนัสสินี บุญมีศรีสง่า และมินตรา สดชื่น (2560) ได้แกแอฟพลิเคชั่นไลน์ (Line) เป็นแอฟพลิเคชั่นที่สามารถส่งข้อความได้ฟรีตลอด 24 ชั่วโมงจากทุกมุมของโลก นอกจากการส่งข้อความแล้วแอฟพลิเคชั่นไลน์ยังสามารถส่งข้อมูลได้ในทั้งรูปแบบภาพและเสียงรวมถึงการวิดีโอคอลหรือพูดคุยแบบเห็นหน้าได้ด้วย ทำให้ง่ายต่อการติดต่อสื่อสารนอกจากรณีในตัวแอฟพลิเคชั่นยังมีสติ๊กเกอร์ที่สามารถใช้ส่งแสดงความรู้ของผู้ใช้ได้ โดยมีวิธีการที่ไม่ซับซ้อนง่ายต่อการใช้งานสำหรับผู้สูงอายุ และยังมียูทูบ (Youtube) ที่ผู้สูงอายุส่วนใหญ่สนใจจะใช้ดูเป็นกิจกรรมเวลาว่าง เช่น ดูข่าวหรือดูละครย้อนหลัง เนื่องจากรู้สึ่ออนไลน์เป็นสิ่งใหม่และมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาการเรียนรู้จึงเป็นเรื่องยากสำหรับผู้สูงอายุจะมีความวิตกกังวลในเรื่องของวิธีการใช้งาน กลัวการผิดพลาดที่เกิดจากการใช้งาน ไม่กล้าลองผิดลองถูก จึงทำให้การเรียนรู้ในผู้สูงอายุจึงพัฒนาไปได้ช้ากว่าผู้ที่อยู่ในวัยรุ่นและวัยทำงานที่ความคุ้นชินกับสื่อออนไลน์มากกว่า โดยส่วนใหญ่จะเรียนรู้จากลูกหลาน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้สูงอายุใน 50 เขตของกรุงเทพมหานคร ปี 2564 ที่สนใจเลือกซื้อประกันชีวิตบริษัท เอไอเอ จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าไม่เกินร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็น แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยแบบสอบถาม เป็นการสำรวจรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามการรับรู้ประโยชน์ใช้สั่ออนไลน์ของผู้สูงอายุ เป็นแบบมาตราส่วน ประมาณค่า 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามทัศนคติสั่ออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุ เป็นแบบมาตราส่วน ประมาณค่า 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้สั่ออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุ เป็นแบบมาตราส่วน ประมาณค่า 5 ระดับ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้ นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องและความสอดคล้องของข้อคำถาม กับนิยามศัพท์เฉพาะ รวมถึงภาษาที่ใช้หาค่า IOC (Index of objective Congruence) และคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป นำแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง ที่มีบริบทใกล้เคียงกันจังหวัดนนทบุรี จำนวน 30 คน แล้วนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ความเชื่อมั่น โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (∞ - Co-efficient) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach)

0.70– 0.80 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550) โดยผลการทดสอบของแบบสอบถามในการวิจัยนี้ได้ค่า Alpha อยู่ที่ระดับ 0.70 ซึ่งอยู่ในระดับที่ยอมรับได้จึงถือว่าแบบสอบถามนี้มีค่าความเชื่อมั่นเพียงพอในการ นำไปวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยนำหนังสือทำการเก็บข้อมูลในภาคสนาม ขอความร่วมมือและอนุญาต เข้า พื้นที่รับผิดชอบของสำนักงานเขต จำนวน 50 เขต ในสังกัดกรุงเทพฯ เพื่อขอความร่วมมือให้ผู้วิจัย โดยเก็บข้อมูลจากผู้สูงอายุที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) วิเคราะห์ หาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

ระดับการรับรู้ประโยชน์การใช้สื่อออนไลน์

ตารางที่ 1 การรับรู้ประโยชน์การใช้สื่อออนไลน์

รายการ	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. สามารถรับรู้ข่าวสาร ความเคลื่อนไหว หรือการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น	4.62	0.82	มากที่สุด	8
2. สามารถรับรู้ข่าวสาร ความเคลื่อนไหว หรือการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น	4.54	0.69	มากที่สุด	12
3. สะดวก รวดเร็ว ต่อการติดต่อสื่อสารในเรื่องต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการพูดคุยเรื่องงาน ส่งไฟล์งาน รูปภาพ วิดีโอ สื่อต่าง ๆ ถึงกันได้ง่าย	4.70	0.70	มากที่สุด	5
4. ช่วยสร้างรายได้หรือสร้างอาชีพให้กับหลายๆ คนได้ อย่างการขายของออนไลน์ การไลฟ์สด	4.68	0.75	มากที่สุด	6
5. ช่วยสร้างข้อมูลเพื่อการตัดสินใจด้านต่าง ๆ ได้มากขึ้น เพราะการสื่อสารออนไลน์เราสามารถรับรู้เรื่องราวต่าง ๆ	4.60	0.78	มากที่สุด	10
6. ประหยัดค่าใช้จ่ายได้มาก หากเป็นการติดต่อสื่อสาร	4.64	0.82	มากที่สุด	7
7. ช่วยสร้างโลกใหม่ๆ ให้กับผู้คนได้ง่าย	4.52	0.69	มากที่สุด	13
8. แลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ในสิ่งที่สนใจร่วมกันได้	4.32	0.41	มาก	15
9. คลายเครียดได้สำหรับผู้ที่ใช้ที่ต้องการหาเพื่อนคุย	4.42	0.53	มาก	14
10. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีจากเพื่อนสู่เพื่อน	4.88	0.82	มากที่สุด	1
11. เป็นสื่อในการนำเสนอผลงานของตัวเอง	4.56	0.69	มากที่สุด	11
12. ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์	4.75	0.70	มากที่สุด	3
13. ช่วยสร้างผลงานและรายได้ให้แก่ผู้ใช้งาน	4.61	0.78	มากที่สุด	9
14. ทำให้ติดต่อคนที่ห่างไกลหรือไม่ได้ติดต่อกันนาน	4.82	0.75	มากที่สุด	2

รายการ	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
15. สามารถส่งต่อและแบ่งปันลิงค์ หรือไฟล์ข้อมูลให้กับเพื่อน	4.71	0.74	มากที่สุด	4
รวม	4.56	0.84	มากที่สุด	

ตารางที่ 1 การรับรู้ประโยชน์การใช้สื่อออนไลน์ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$) เรียงตามลำดับของระดับความคิดเห็น ดังนี้ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีจากเพื่อนสู่เพื่อน ($\bar{X} = 4.88$) ทำให้ติดต่อกันที่ห่างไกลหรือไม่ได้ติดต่อกันนาน ($\bar{X} = 4.82$) ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.75$) สามารถส่งต่อและแบ่งปันลิงค์ หรือไฟล์ข้อมูลให้กับเพื่อน ($\bar{X} = 4.71$) สะดวก รวดเร็วต่อการติดต่อสื่อสารในเรื่องต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการพูดคุยเรื่องงาน ส่งไฟล์งาน รูปภาพ วิดีโอ สื่อต่าง ๆ ถึงกันได้ง่าย ($\bar{X} = 4.70$) ช่วยสร้างรายได้หรือสร้างอาชีพให้กับหลาย ๆ คนได้ อย่าง การขายของออนไลน์ การไลฟ์สด ($\bar{X} = 4.68$) ประหยัดค่าใช้จ่ายได้มาก หากเป็นการติดต่อสื่อสาร ($\bar{X} = 4.64$) มีสามารถรับรู้ข่าวสาร ความเคลื่อนไหว หรือการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น ($\bar{X} = 4.62$) ช่วยสร้างผลงานและรายได้ให้แก่ผู้ใช้งาน ($\bar{X} = 4.61$) ช่วยสร้างข้อมูลเพื่อการตัดสินใจด้านต่างๆ ได้มากขึ้น เพราะการสื่อสารออนไลน์เราสามารถรับรู้เรื่องราวต่าง ๆ ($\bar{X} = 4.60$) เป็นสื่อในการนำเสนอผลงานของตนเอง ($\bar{X} = 4.56$) สามารถรับรู้ข่าวสาร ความเคลื่อนไหว หรือการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น ($\bar{X} = 4.54$) ช่วยสร้างโลกใหม่ๆ ให้กับผู้คนได้ง่าย ($\bar{X} = 4.52$) คลายเครียดได้สำหรับผู้ที่ใช้ที่ต้องการหาเพื่อนคุย ($\bar{X} = 4.42$) และแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ในสิ่งที่สนใจร่วมกันได้ ($\bar{X} = 4.32$)

ทัศนคติการใช้สื่อออนไลน์

ตารางที่ 2 ทัศนคติการใช้สื่อออนไลน์

รายการ	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ความถูกต้องของข้อมูล ข่าวสาร	4.42	0.83	มาก	8
2. ความชัดเจนครบถ้วนของ ข้อมูลข่าวสาร	4.52	0.73	มากที่สุด	6
3. ความแปลกใหม่ในการ นำเสนอข่าวสาร	4.29	1.02	มาก	12
4. การนำเสนอข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ดึงดูดความสนใจ	4.96	1.04	มากที่สุด	1
5. ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์สามารถเข้าถึงได้ง่าย	4.18	0.48	มาก	15
6. ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์สามารถเชื่อถือได้	4.28	1.06	มาก	13
7. ข้อมูลข่าวสารการ ประชาสัมพันธ์ไม่ซับซ้อนต่อการทำความเข้าใจ	4.34	0.44	มาก	11

รายการ	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
8. สื่อสังคมออนไลน์ทำให้รู้สึกมั่นใจในการ ตัดสินใจ	4.56	0.83	มากที่สุด	5
9. สื่อสังคมออนไลน์ทำให้รู้สึกเพลิดเพลินที่ จะติดตามข้อมูลข่าวสาร	4.37	0.84	มาก	10
10. สื่อสังคมออนไลน์ที่มีคนติดตามเป็นจำนวนมากทำให้ได้รับข้อมูลเนื้อหาที่น่าเชื่อถือ	4.27	0.67	มาก	14
11. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคม ออนไลน์ทำให้สามารถแสดง ความคิดเห็นกับผู้อื่นได้ง่าย	4.41	0.74	มาก	9
12. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคม ออนไลน์ ส่งผลให้เกิดการซื้อ สินค้าและบริการ	4.43	0.69	มาก	7
13. มีข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการ พักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความรื่นเริง และความ สนุกสนาน	4.65	0.63	มากที่สุด	4
14. ข้อมูลข่าวสารการ ท่องเที่ยวเพื่อ สุขภาพและกีฬา	4.76	0.49	มากที่สุด	3
15. ข้อมูลข่าวสาร เป็นกระแสหรือเป็นที่ สนใจในสื่อสังคมออนไลน์	4.86	0.47	มากที่สุด	2
รวม	4.74	0.86	มากที่สุด	

ตารางที่ 2 ทศนคติการใช้สื่อออนไลน์ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.74$) เรียงตามลำดับ ดังนี้ การนำเสนอข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ดึงดูดความสนใจ ($\bar{X} = 4.96$) ข้อมูลข่าวสาร เป็นกระแสหรือเป็นที่สนใจในสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{X} = 4.86$) ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและกีฬา ($\bar{X} = 4.76$) มีข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการ พักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความรื่นเริง และความสนุกสนาน ($\bar{X} = 4.65$) สื่อสังคมออนไลน์ทำให้รู้สึกมั่นใจในการ ตัดสินใจ ($\bar{X} = 4.56$) ความชัดเจนครบถ้วนของ ข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 4.52$) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคม ออนไลน์ ส่งผลให้เกิดการซื้อสินค้าและบริการ ($\bar{X} = 4.43$) ความถูกต้องของข้อมูล ข่าวสาร ($\bar{X} = 4.42$) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทำให้สามารถแสดงความคิดเห็นกับผู้อื่นได้ง่าย ($\bar{X} = 4.41$) สื่อสังคมออนไลน์ทำให้รู้สึกเพลิดเพลินที่จะติดตามข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 4.37$) ข้อมูลข่าวสารการ ประชาสัมพันธ์ไม่ซับซ้อน ต่อการทำความเข้าใจ ($\bar{X} = 4.34$) ข้อมูลข่าวสารการ ประชาสัมพันธ์สามารถ เชื่อถือได้ ($\bar{X} = 4.28$) ความแปลกใหม่ในการ นำเสนอข่าวสาร ($\bar{X} = 4.29$) สื่อสังคมออนไลน์ที่มีคนติดตามเป็นจำนวนมากทำให้ ได้รับข้อมูลเนื้อหาที่น่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 4.27$) และข้อมูลข่าวสารการ ประชาสัมพันธ์สามารถ เข้าถึงได้ง่าย ($\bar{X} = 4.18$)

พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุ
ตารางที่ 3 พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุ

รายการ	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ใช้ค้นหาข้อมูล ข่าวสารสุขภาพ	4.42	0.83	มาก	8
2. ใช้ค้นหาข้อมูลญาติพี่น้องไม่พบกันนาน	4.52	0.73	มากที่สุด	6
3. ใช้สื่อสารการนำเสนอเรื่องประวัติตนเอง	4.29	1.02	มาก	12
4. ใช้แชร์ข้อมูลเป็นประโยชน์ต่อเพื่อน	4.96	1.04	มากที่สุด	1
5. ใช้งานง่ายในการค้นคว้าเรื่องสุขภาพ และความปลอดภัย	4.18	0.48	มาก	15
6. ใช้ค้นคว้าความรู้เพื่อมาปฏิบัติกับตัวเองในสุขภาพและความปลอดภัย	4.28	1.06	มาก	13
7. ใช้ทำความเข้าใจกับเพื่อนและหน่วยงานราชการ	4.34	0.44	มาก	11
8. ใช้งานง่ายได้ทุก ๆ อริยาบท	4.56	0.83	มากที่สุด	5
9. ใช้ดูภาพยนตร์ และฟังเพลง	4.37	0.84	มาก	10
10. ใช้เป็นอุปกรณ์กล่อมนอน	4.27	0.67	มาก	14
11. ใช้ในการแก้ไขการดำเนินชีวิตประจำวันเช่น การพบญาติเพื่อใช้งานครั้งต่อไป	4.41	0.74	มาก	9
12. ใช้เป็นช่องทางหารายได้ เช่น ผลิตรายการสุขภาพผู้สูงอายุ	4.43	0.69	มาก	7
13. ใช้งานเพื่อการเข้าสังคม	4.65	0.63	มากที่สุด	4
14. ใช้งานการบริหารกายจิตที่เหมาะสมกับวัย	4.76	0.49	มากที่สุด	3
15. ใช้พูดคุยสื่อสารกับเพื่อน และคนในครอบครัว	4.86	0.47	มากที่สุด	2
รวม	4.74	0.86	มากที่สุด	

ตารางที่ 3 พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.74$) เรียงตามลำดับ ดังนี้ ใช้แชร์ข้อมูลเป็นประโยชน์ต่อเพื่อน ($\bar{X} = 4.96$) ใช้พูดคุยสื่อสารกับเพื่อน และคนในครอบครัว ($\bar{X} = 4.86$) ใช้งานการบริหารกายจิตที่เหมาะสมกับวัย ($\bar{X} = 4.76$) ใช้งานเพื่อการเข้าสังคม ($\bar{X} = 4.65$) ใช้งานง่ายได้ทุก ๆ อริยาบท ($\bar{X} = 4.56$) ใช้ค้นหาข้อมูลญาติพี่น้องไม่พบกันนาน ($\bar{X} = 4.52$) ใช้เป็นช่องทางหารายได้ เช่น ผลิตรายการสุขภาพผู้สูงอายุ ($\bar{X} = 4.43$) ใช้ค้นหาข้อมูลข่าวสารสุขภาพ ($\bar{X} = 4.42$) ใช้ในการแก้ไขการดำเนินชีวิตประจำวันเช่น การพบญาติเพื่อใช้งานครั้งต่อไป ($\bar{X} = 4.41$) ใช้ดูภาพยนตร์ และฟังเพลง ($\bar{X} = 4.37$) ใช้ทำความเข้าใจกับเพื่อนและหน่วยงานราชการ ($\bar{X} = 4.34$) ใช้สื่อสารการนำเสนอเรื่องประวัติตนเอง ($\bar{X} = 4.29$) ใช้ค้นคว้าความรู้เพื่อมาปฏิบัติกับตัวเองใน

สุขภาพและความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.28$) ใช้เป็นอุปกรณ์กลุ่มนอน ($\bar{X} = 4.27$) และใช้งานง่ายในการค้นคว้าเรื่องสุขภาพและความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.18$)

อภิปรายผล

การรับรู้ประโยชน์การใช้สื่อออนไลน์ พบว่าการรับรู้ประโยชน์การใช้สื่อออนไลน์ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด แล้วพบว่า สร้างความสัมพันธ์ที่ดีจากเพื่อนสู่เพื่อน เป็นอันดับที่ 1 เพราะว่า ผู้สูงอายุต้องการมีส่วนร่วมต้องการมีเพื่อนและทำกิจกรรมร่วมกับคนวัยเดียวกันครอบครัวและสังคม ความต้องการรายได้เพื่อความมั่นคงในชีวิต การตระหนักถึงความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตพัฒนาตนเอง และการดูแลสุขภาพบันเทิงรวมถึงชีวิตที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ระวีวรรณ ทรัพย์อินทร์ (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่องสื่อกับผู้สูงอายุในประเทศไทย โดยสรุปงานวิจัยได้กล่าวถึง การนำเสนอสื่อออนไลน์ต้องสอดคล้องความต้องการที่หลากหลายของผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุไม่ได้ชอบหรือต้องการ สื่อในรูปแบบเนื้อหาเหมือนกันทั้งหมด เพราะแท้จริงแล้วผู้สูงอายุก็มีความหลากหลายในความสนใจและความต้องการเช่นกัน นอกจากนี้ แล้วผู้สูงอายุมีส่วนร่วมในการสื่อเพื่อผู้สูงอายุกันเองด้วย

ทัศนคติการใช้สื่อออนไลน์ พบว่า ทัศนคติการใช้สื่อออนไลน์ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด แล้วพบว่า การนำเสนอข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ดึงดูดความสนใจมากที่สุด เป็นอันดับที่ 1 เพราะว่า สื่อออนไลน์เสนอข่าวหรือประชาสัมพันธ์ สภาพการณ์ทางสังคมในปัจจุบันที่มีความแตกต่างและหลากหลายในมิติต่าง ๆ เช่น เชิงสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิต คุณธรรม จริยธรรม และสื่อออนไลน์จะช่วยเสริมสร้างทักษะความรู้และโอกาสที่ดี เป็นสื่อที่มีประโยชน์ที่เกิดจากการสร้างเพื่อความบันเทิง การสื่อสารและการมีส่วนร่วมในสังคมในรูปแบบของสื่อดิจิทัล เช่น การถ่าย วิดีโอ การส่งข้อความ สิ่งเหล่านี้ทำให้เกิดความสนใจของคนจำนวนมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวนิดา เลิศพัฒนานนท์ (2561) ที่ศึกษาเรื่องรูปแบบพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนไทย Gen Y ผลการวิจัยพบว่า สื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด เพราะมีความสะดวกในการสืบค้นข้อมูลด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ

พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุ พบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุภาพรวมมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด การจัดลำดับของระดับความคิดเห็นพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุมากที่สุด การใช้แชร์ข้อมูลเป็นประโยชน์ต่อเพื่อน ซึ่งสอดคล้องกับกันตพล บันทัดทอง (2558) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่เล่นไลน์เฟสบุ๊ก และทวิตเตอร์ ผ่านโทรศัพท์มากที่สุด มีพฤติกรรมการสืบค้นข้อมูลสุขภาพจากสื่อออนไลน์/สื่อสังคมที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา การใช้ยารักษาโรค รูปแบบการดำเนินชีวิตอย่าง มีสุขภาพสมบูรณ์ค้นหาทรัพยากรสารสนเทศ เกี่ยวกับสุขภาพที่เป็นประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต เชื่อมั่นในข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวกับสุขภาพและ การแพทย์ที่เผยแพร่ในสื่อโทรทัศน์ และเชื่อมั่น อยู่บ้างว่าสามารถได้รับคำแนะนำหรือสารสนเทศ เกี่ยวกับสุขภาพหรือข้อมูล

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้งาน

1. หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องต่าง ได้แก่ กรมกิจการผู้สูงอายุ กรมการแพทย์ โดยสถาบันเวชศาสตร์ผู้สูงอายุ กระทรวงดิจิทัลเพื่อสังคม หรือสมาคม มูลนิธิ และกรุงเทพมหานคร ส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้สูงอายุ ควรนำผลการวิจัยไปพัฒนายุทธศาสตร์ด้านการสื่อสารออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุ เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถปรับตัวให้เข้ากับยุคดิจิทัล

2. หน่วยงานราชการ ควรนำไปเป็นแนวทางส่งเสริมให้ผู้สูงอายุเกิดการยอมรับและใช้งานเครือข่ายสังคม ออนไลน์ ซึ่งผลที่ได้จะทำให้สามารถได้เรียนรู้และเข้าใจ พฤติกรรมของผู้สูงอายุในการใช้สื่อออนไลน์

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

1. ควรทำการศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการในหัวข้อ วิจัยเชิงลึกถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ชัดเจนในทุก ๆ ด้าน ตลอดจน สามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาประเทศต่อไป

2. ควรทำการศึกษา ด้านพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีเมื่อ พิจารณารายละเอียดของการใช้งาน เวลาที่มีผลต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ทั้งด้าน ความถี่ในการใช้งาน และระยะเวลาในการใช้งาน สะท้อนให้เห็นว่าประชาชนในสังคมไทยมีความผูกพัน กับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นอย่างไร ผู้บริโภคที่ทำงาน และยังไม่ได้เริ่มเก็บออมเงินหรือมีฐานเงินเดือนที่ต้องเสียภาษีให้ตระหนักถึงความสำคัญของการซื้อประกันชีวิต

เอกสารอ้างอิง

- กันตพล บันทัดทอง. (2558). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). การวิเคราะห์สถิติ สถิติสำหรับบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญชม ศรีสะอาด และบุญส่ง นิลแก้ว. (2535). การอ้างอิงประชากรเมื่อใช้เครื่องมือแบบมาตราส่วน ประมาณค่า กับกลุ่มตัวอย่าง. วารสารการวัดผลการศึกษา มศว. มหาสารคาม, 3(1), 22-25.
- ภิญญาพัชญ์ กาวินคำ, วิชิต เทพประสิทธิ์ และนิธิกุล อินทรทิพย์. (2562). สภาพและความต้องการพัฒนาสมรรถนะทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ของครูเกษียณจังหวัดเชียงราย. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 12(1), 109-122.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี. (มปป.). การเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 สื่อสังคมออนไลน์. ค้นเมื่อ 17 มิถุนายน 2564, จาก <https://sci.dru.ac.th/dlr/files3/Media%20Online.pdf>
- ระวีวรรณ ทรัพย์อินทร์ และญาศิณี เคารพธรรม. (2560). สื่อกับผู้สูงอายุในประเทศไทย. วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต, 11(2), 367-387.

วนิดา เลิศพิพัฒน์นนท์. (2561). รูปแบบพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนไทย Gen Y. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 12(ฉบับพิเศษ), 134-149.

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2563). *โอกาสของโลกดิจิทัลในสังคมสูงวัย*. ค้นเมื่อ 17 สิงหาคม 2564, จาก <https://www.depa.or.th/th/article-view/article5-2563>

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed.). New York: Harper and Row.