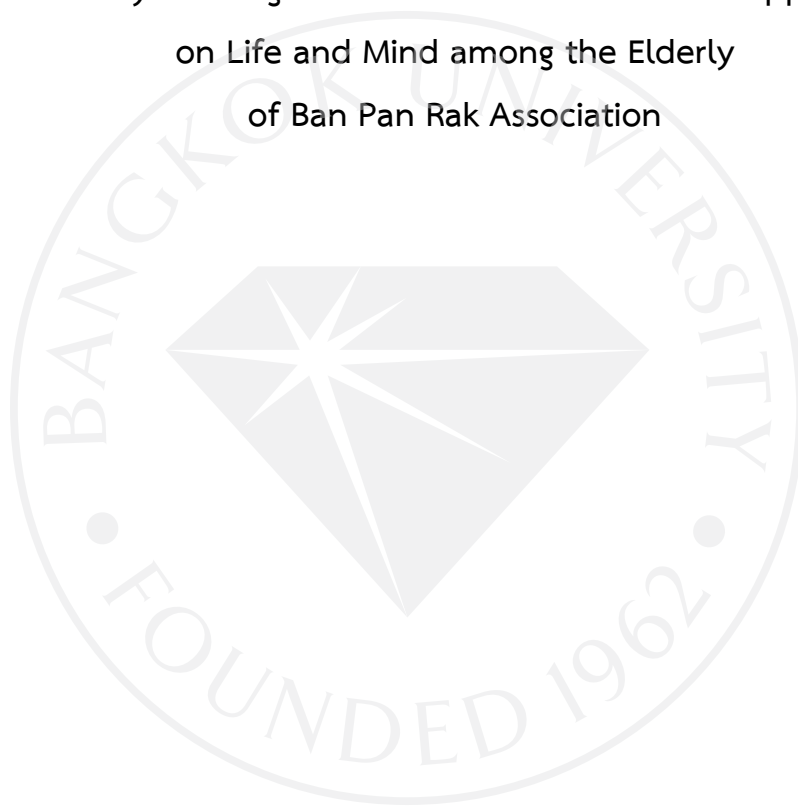


การศึกษา พฤติกรรมการใช้ และผลที่ได้รับต่อชีวิตและจิตใจจากแอปพลิเคชันไลน์
ของกลุ่มผู้สูงอายุสมาคมบ้านปันรัก

The Study on Usage Behavior and Effect of Line Application
on Life and Mind among the Elderly
of Ban Pan Rak Association



การศึกษา พฤติกรรมการใช้ และผลที่ได้รับต่อชีวิตและจิตใจจากแอปพลิเคชันไลน์
ของกลุ่มผู้สูงอายุสมาคมบ้านปันรัก

The Study on Usage Behavior and Effect of Line Application
on Life and Mind among the Elderly
of Ban Pan Rak Association



วรรณพร อินทมุสิก

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2559



©2560

วรรณพร อินทมุสิก

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล

เรื่อง การศึกษา พฤติกรรมการใช้ และผลที่ได้รับต่อชีวิตและจิตใจจากแอปพลิเคชันไลน์
ของกลุ่มผู้สูงอายุสมาคมบ้านปันรัก

ผู้วิจัย วรณพร อินทมุสิก

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรภร สังข์ปรีชา)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปฐมา สตะเวทิน)

(ดร.คันสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

24 พฤศจิกายน 2560

วรรณพร อินทสุติก. ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล,
พฤศจิกายน 2560, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การศึกษา พฤติกรรมการใช้และผลที่ได้รับต่อชีวิตและจิตใจจากแอปพลิเคชันไลน์ ของกลุ่มผู้สูงอายุ
สมาคมบ้านปันรัก (48 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรภร สังขปรีชา

บทคัดย่อ

งานวิจัยเชิงคุณภาพเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ รูปแบบเนื้อหาที่เปิดรับ
และความรู้สึกที่มีต่อเนื้อหา รวมทั้งการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้แอปพลิเคชันไลน์
ของกลุ่มผู้สูงอายุสมาคมบ้านปันรัก โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth
Interview) กลุ่มผู้สูงอายุที่ร่วมกิจกรรมกับสมาคมบ้านปันรัก อายุ 60-80 ปี ที่มีการใช้งาน
แอปพลิเคชันไลน์เป็นประจำ เป็นระยะเวลามากกว่า 6 เดือน จำนวน 10 คน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุมีการใช้แอปพลิเคชันไลน์เป็นประจำทุกวัน เฉลี่ย 1-4 ชั่วโมงต่อ
วัน ได้รับเนื้อหาหลายรูปแบบ คือ 1) ภาพเคลื่อนไหว/ วิดีโอ 2) ภาพนิ่ง กราฟฟิก 3) สติกเกอร์
4) บทความ ข้อมูลต่าง ๆ และได้รับเนื้อหาหลายประเภท ดังนี้ 1) ข้อมูลความรู้เรื่องสุขภาพ การดูแล
ตัวเอง 2) เกี่ยวกับธรรมะ 3) How To ต่าง ๆ 4) การทักทาย 5) การให้กำลังใจ แรงบันดาลใจ คำคม
6) การเตือนภัย 7) เรื่องทะเลาะ 8) เรื่องตลกขบขัน โดยความรู้สึกต่อเนื้อหานั้นจะแตกต่างกัน และมี
ผลกระทบถึงความรู้สึกต่อผู้ส่งเนื้อหานั้น ๆ ด้วย

ผู้สูงอายุเห็นว่าแอปพลิเคชันไลน์เหมาะสมกับกลุ่มของตน และคิดว่ามีประโยชน์ทั้งทางด้าน
การให้เนื้อหาข่าวสารที่มีประโยชน์และรวดเร็วทำให้เป็นคนทันสมัย และเป็นเครื่องมือช่วยแก้เหงาได้
เป็นอย่างดี

คำสำคัญ: แอปพลิเคชันไลน์, ผู้สูงอายุ, พฤติกรรมการใช้

Intamusik, W. M.Com.Arts (Digital Marketing Communications), November 2017,
Graduate School, Bangkok University.

The Study on Usage Behavior and Effect of Line Application on Life and Mind
among the Elderly of Ban Pan Rak Association (52 pp.)

Advisor: Asst.Prof.Pataraporn Sangkapreecha, Ph.D.

ABSTRACT

The objective of this qualitative research was to study the usage behavior, content format, exposure, and feelings toward content including the uses and satisfaction of using Line application among the elderly of Ban Pan Rak Association. The data was collected by in-depth interviews with 10 elderly people who participated in the Association activities aged between 60-80 years old and used Line application on a regular basis over 6 months.

From the research results, it was found that the elderly used the Line application every day averaging 1-4 hours a day and got many content formats: 1) Animations/ videos, 2) Photos and graphics, 3) Stickers, and 4) Articles and information. The elderly exposed to various types of content as follows: 1) Health and self-care information, 2) Buddhism principle, 3) How To information, 4) Greeting, 5) Encouragement and inspiration, 6) Warning, 7) Sexually suggestive things, and 8) Jokes. The feeling toward the content was different and affected the sentiment of the content senders. The elderly perceived that the Line application is appropriate for their group and thought that it was useful for providing useful and fast news content, making themselves trendy and relieving from loneliness.

Keywords: Line Application, The Elderly, Usage Behavior

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วย ความกรุณาให้คำปรึกษาที่ดียิ่งมาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรภร สังขปรีชา อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ซึ่งได้ให้ทั้ง ความรู้ คำแนะนำ และการชี้แนะแนวทางการศึกษา รวมถึงตรวจสอบข้อบกพร่องต่าง ๆ และขอขอบคุณ สมาคมบ้านปันรัก ที่อนุเคราะห์การให้สัมภาษณ์ทั้งหมด รวมถึงเพื่อน ๆ ที่ได้ให้กำลังใจ และให้ คำแนะนำ สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี จึงขอกราบขอบพระคุณทุกท่าน เป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

วรรณพร อินทมุสิก



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	4
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องประชากรศาสตร์และสังคมผู้สูงอายุแบบสมบูรณ์	7
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมและความรู้สึก	9
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ	12
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการนำเสนอเนื้อหาบนเครือข่ายสังคมออนไลน์	15
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	16
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 ประเภทของงานวิจัย	21
3.2 แหล่งข้อมูล	21
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	23
3.4 วิธีการเก็บข้อมูล	24
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	24
3.6 การตรวจสอบข้อมูล	24
3.7 ข้อพิจารณาด้านจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์	25
3.8 การนำเสนอข้อมูล	25

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุสมาคมบ้านปันรัก	26
4.2 ผลการศึกษาเกี่ยวกับเนื้อหาและความรู้สึกที่มีต่อเนื้อหาที่เปิดรับผ่านแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุสมาคมบ้านปันรัก	29
4.3 ผลการศึกษาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุสมาคมบ้านปันรัก	34
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	39
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	40
5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้	43
5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป	44
บรรณานุกรม	45
ประวัติผู้เขียน	48
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญภาพ

ภาพที่ 2.1: การประมาณการสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุ
โดยมูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย

หน้า

8



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของปัญหา

เป็นที่ทราบกันดีว่าประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแบบเต็มรูปแบบในอีกไม่นาน โดยในปัจจุบัน (พ.ศ. 2560) จำนวน ประชากรผู้สูงอายุ คิดเป็นสัดส่วนถึง ร้อยละ 16.5 ของจำนวน ประชากรทั้งหมด (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล, 2559, หน้า 1) และมีการ คาดการณ์กันจากหลาย ๆ หน่วยงานว่าภายในปี พ.ศ. 2564 จำนวนประชากรผู้สูงอายุจะมีสัดส่วน มากกว่า ร้อยละ 20 ของจำนวนประชากรทั้งหมด ซึ่งนั่นหมายถึงการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแบบเต็ม รูปแบบ อันจะส่งผลกระทบต่อสังคมภาพรวมที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนตามโครงสร้างประชากรที่ เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งเป็นผลทำให้การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของ ผู้สูงอายุ ในเรื่องต่าง ๆ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับสังคม ธุรกิจ หรือเทคโนโลยีต่าง ๆ กลายเป็นสิ่งที่น่าสนใจ ศึกษาและวิเคราะห์ให้เข้าใจถึงที่มาอย่างลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

ทำให้เกิดการศึกษาเกี่ยวกับผู้สูงอายุในหลากหลายมุมมองด้วยกัน เช่น การวิจัยเรื่อง “มนทัศน์ใหม่ของนิยามผู้สูงอายุ: มุมมองเชิงจิตวิทยาสังคมและสุขภาพ” ของสถาบันวิจัยประชากร และสังคม มหาวิทยาลัย มหิดล (รศรินทร์ เกรย์, อุมารณณ์ ภัทรวาณิชย์, เฉลิมพล แจ่มจันทร์ และ เรวดี สุวรรณพเก้า, 2556) ได้ผลสรุปจากการศึกษาเรื่องการกำหนดนิยามผู้สูงอายุ โดยเสนอให้มีการปรับการกำหนด นิยามผู้สูงอายุ จาก 60 ปี เป็น 65 ปี โดยไม่มีการไปตัดสินสิทธิ์และประโยชน์ของ คนที่อายุ 60 ปี ที่ได้รับอยู่ก่อน ซึ่งนั่นแสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่า ผู้สูงอายุในปัจจุบันนี้มีอายุน้อย กว่าอายุจริงเมื่อเทียบกับผู้สูงอายุในอดีต และสามารถปรับตัวรับกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้ไม่ยาก เพราะไม่ได้อยากให้ตัวเองแก่เร็วเกินไป

สำหรับการสื่อสารในยุคปัจจุบันนั้นอินเทอร์เน็ตทำให้การสื่อสารระหว่างคนที่อยู่ห่างไกลกัน ทำได้สะดวกมากยิ่งขึ้น ด้วยการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์ที่เทคโนโลยีสามารถอำนวยความสะดวกได้ ไม่ว่าจะเป็น คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ คอมพิวเตอร์พกพา โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน และ แท็บเล็ต โดยการใช้งานโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน ในประเทศไทยได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย มีการใช้งานประมาณ ร้อยละ 60 ของจำนวนประชากรทั้งหมด โดยคาดการณ์จำนวนยอดขาย ของ โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน ในปี พ.ศ. 2559 นี้อยู่ที่ประมาณ 23 ล้านเครื่อง เติบโตขึ้นจากปี พ.ศ. 2558 ถึง ร้อยละ 6 โดยมีอัตราเติบโตเพิ่มขึ้น ซึ่งโดยปี พ.ศ. 2558 มีการเติบโตเพียง ร้อยละ 4 โดยมีจำนวนยอดขาย 22 ล้านเครื่อง (Matemate, 2559) และในเดือนมกราคม พ.ศ. 2559 ที่ผ่าน มาทางเว็บไซต์ www.wearesocial.com ได้มีการสรุปข้อมูล จำนวน ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

ที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นจำนวนทั้งสิ้น 38 ล้านคน โดยที่ ร้อยละ 28 ของผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ (Kemp, 2016)

LINE Messenger Chat เป็นบริการของทาง NHN Corp. เปิดตัวครั้งแรก เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2554 ในประเทศญี่ปุ่น สามารถเป็นแอปพลิเคชันอันดับ 1 ของประเทศญี่ปุ่นในเวลาเพียง 1 เดือน ปัจจุบันแอปพลิเคชันไลน์ ได้ถูกดาวน์โหลดใช้งานแล้วกว่า 70 ล้านดาวน์โหลดทั่วโลก ซึ่งรวมการดาวน์โหลดของทุกอุปกรณ์การใช้งาน ทั้งโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ ซึ่งแอปพลิเคชันไลน์ สนับสนุนการใช้งานได้ทั้ง iOS, Android และระบบปฏิบัติการอื่น ๆ ได้เปิดให้บริการ กว่า 230 ประเทศทั่วโลก (“ไลน์ ประกาศยอดผู้ใช้งานทะลุ 70 ล้านคนทั่วโลก”, 2555)

จากการเปิดเผยของบริษัท ไลน์ ประเทศไทย จำกัด พบว่า จำนวนผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในประเทศไทยเมื่อสิ้นปี พ.ศ. 2558 มีทั้งสิ้น 33 ล้านคน นับเป็นอันดับที่ 2 ของโลก รองจากจำนวนผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของประเทศญี่ปุ่น ผู้ใช้งานในประเทศไทยใช้แอปพลิเคชันไลน์ ถึง 83.7 นาที ต่อวัน โดยที่อัตราการเติบโตของผู้ใช้แอปพลิเคชันไลน์ในประเทศไทยสูงมาก และมีแนวโน้มที่จะเติบโตต่อเนื่อง เพราะมีการขยายตัวของโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน โดยคาดการณ์ว่าจะมีจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน เพิ่มขึ้นจาก 40 ล้านคนในปี พ.ศ. 2558 เป็น 50 ล้านคนในปี พ.ศ. 2559 (“ไลน์ เผยปี59 คนไทยใช้งานทะลุ 50 ล้าน”, 2559) โดยมีการแบ่งสัดส่วนผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในประเทศไทย ตามกลุ่มอายุ ได้คือ ผู้ใช้งานช่วงอายุ 25-34 ปี ใช้งานในสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็น 30% มากกว่ากลุ่มวัยรุ่นอายุ 16-24 ปี ใช้ไลน์ ร้อยละ 28 ตามมาด้วย กลุ่มช่วงอายุ 35-44 ปี มีสัดส่วน ร้อยละ 25 และกลุ่มอายุ 55 ปีขึ้นไป ใช้งานในสัดส่วน ร้อยละ 5 (“คนไทยวัยไหนเล่น Line มากที่สุด”, 2559) ซึ่งถึงแม้กลุ่มผู้สูงอายุเมื่อเทียบกับกลุ่มอายุอื่น ๆ จะยังเป็นสัดส่วนที่น้อยกว่า แต่มีแนวโน้มการเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ จากสัดส่วนจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น รวมถึงปัจจุบันมีการพัฒนาเครือข่ายสัญญาณของผู้ให้บริการที่ดีขึ้นครอบคลุมได้ทั่วถึงมากขึ้น โดยมีการคิดราคาค่าบริการที่ต่ำลงอีกด้วย ทำให้ยิ่งมีผลต่อการขยายตัวของโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน และการใช้แอปพลิเคชันไลน์มากยิ่งขึ้นด้วย

ลักษณะที่เป็นจุดเด่นของแอปพลิเคชันไลน์ ที่ทำให้เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายนั้นก็คือความสามารถในติดต่อสื่อสารแบบสองทางกันได้อย่างง่ายดาย เป็นการสื่อสารหลากหลายรูปแบบในแอปพลิเคชันเดียว ไม่ว่าจะเป็นการส่งข้อความ การส่งรูปภาพ การส่งเสียง หรือสามารถสนทนาแบบโทรศัพท์และแบบวิดีโอคอลได้ รวมทั้งยังมีพื้นที่ให้ผู้ใช้งานได้แบ่งปันเรื่องราวของตนเองลงบนไทม์ไลน์อีกด้วย

นอกจากนี้การออกแบบแอปพลิเคชันไลน์ให้มีความเป็นธรรมชาติ เข้ากับพฤติกรรมการใช้งานของคนทั่ว ๆ ไปได้ดี ไม่ว่าจะเป็น การเลือกคุยส่วนบุคคล การสร้างกลุ่มคุย เพื่อเลือกให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้, การที่สามารถแสดงให้เห็นว่าข้อความที่ถูกส่งไปได้รับการอ่านแล้ว เพื่อให้

ผู้ใช้นั้นใจว่าข้อความส่งถึงผู้รับแล้ว, การเลือกใช้ธีมต่าง ๆ ของหน้าจอตามความชอบได้, การส่งต่อข้อมูลทั้งในรูปแบบ ข้อความ ภาพ ภาพเคลื่อนไหว เสียง สติกเกอร์ ที่ใช้นี้ว๊ิมแค่เพียงไม่กี่ครั้งเป็นต้น ซึ่งจากเรื่องต่าง ๆ เหล่านี้เองที่ทำให้กลุ่มผู้สูงอายุสามารถรับเอาแอปพลิเคชันไลน์ เข้าสู่ชีวิตได้ไม่ยาก เพราะไม่ว่ากลุ่มเพื่อนหรือกลุ่มครอบครัวจะใช้อุปกรณ์ที่แตกต่างกัน ก็ยังสามารถสื่อสารกันด้วย แอปพลิเคชันไลน์ได้

กิริณา สมวาทสรรค์ (2559) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการสื่อสาร กับการส่งต่อข้อมูลผ่าน แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ พบว่า มีการสื่อสารผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 74.5 รองลงมาได้แก่แท็บเล็ต และมีการเรียนรู้ทักษะพื้นฐานในการใช้แอปพลิเคชันไลน์ จากลูกหลาน มากที่สุด ร้อยละ 29.0 รองลงมาเรียนรู้จากเพื่อนร่วมงาน โดยมีการใช้งานผ่าน แอปพลิเคชันไลน์ในทุก ๆ วัน ร้อยละ 68.5 มีการใช้งานในแต่ละครั้ง 30 นาที – 1 ชั่วโมง และ ผู้สูงอายุนิยมติดต่อสื่อสารกับกลุ่มลูก หลาน ญาติ พี่น้อง มากที่สุด ร้อยละ 46.3 และสาเหตุที่ได้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ เพื่อให้คนอื่นมองว่าเป็นคนที่ทันสมัย ทันท่วงทีเหตุการณ์ โดยจากการศึกษานี้ทำให้ทราบถึงความถี่และปริมาณการใช้แอปพลิเคชันไลน์ แต่ยังขาดการลงลึกในเรื่องความรู้สึกในขณะที่ใช้ และการใช้ประโยชน์จากการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องความพึงพอใจ หรือการนำเอาแอปพลิเคชันไลน์ไปปรับใช้กับชีวิตประจำวันได้อย่างไรบ้าง

มนัญญา นาควิสัย (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้งาน เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุเพื่อคุณภาพชีวิต: กรณีศึกษาแอปพลิเคชันไลน์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลเกี่ยวข้องมากที่สุดกับพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุเพื่อคุณภาพชีวิต คือ ความคาดหวังต่อประโยชน์ในการใช้งาน รองลงมาคือ ความคาดหวังต่อความง่ายในการใช้งานขึ้น เนื่องมาจากรูปแบบการใช้งานเข้าใจได้ง่าย มีความชัดเจน ไม่ซับซ้อน และสามารถเรียนรู้ด้วยตนเองได้ และผลในเรื่องพฤติกรรมการใช้ พบว่า เมื่อผู้สูงอายุมีประสบการณ์ในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ แล้วทำให้เกิดความสุขและความพึงพอใจ โดยจากการศึกษานี้มุ่งเน้นศึกษาในเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้งานเป็นหลัก ถึงแม้จะได้ทราบผลเรื่องการเกิดความสุขและความพึงพอใจเมื่อมีประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชันไลน์ก็ตาม แต่ไม่สามารถตอบได้ว่าเกิดความสุขจากประเด็นใดบ้าง เนื้อหาประเภทใดบ้าง และประเด็นใดที่จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ รวมถึงยังไม่มีข้อมูลที่ทราบได้ว่าผู้สูงอายุได้นำเอาแอปพลิเคชันไลน์ไปปรับใช้กับชีวิตประจำวันได้อย่างไรบ้าง

จากการที่ได้สังเกตเห็นถึงความสำคัญต่าง ๆ ดังที่กล่าวข้างต้นนั้น ทำให้เกิดความน่าสนใจในการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้สื่อ เนื้อหาที่ใช้ในสื่อ ความพึงพอใจ และประโยชน์ ในการใช้ แอปพลิเคชันไลน์ ของกลุ่มผู้สูงอายุ โดยศึกษาในลักษณะเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการวิจัยที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่มีแต่การวิจัยเชิงปริมาณ แต่เนื่องจากกลุ่มผู้สูงอายุค่อนข้างกว้างสำหรับการทำวิจัยเชิงคุณภาพ จึงได้เลือกกลุ่มผู้สูงอายุจากสมาคมบ้านปันรักมาเป็น

กรณีศึกษาในครั้งนี้ เนื่องจากสมาคมบ้านปันรัก เป็นสมาคมที่เคยได้รับรางวัล “องค์กรภาคเอกชน ดีเด่นสำหรับผู้สูงอายุประจำปี 2555” จากคณะกรรมการการ พัฒนาสังคมและกิจการเด็ก เยาวชน สตรี ผู้สูงอายุ คนพิการและผู้ด้อยโอกาส วุฒิสภา โดยจดทะเบียนเป็นสมาคม เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2554 และได้รับรองเป็นองค์กรสาธารณประโยชน์ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการจัดสวัสดิการ สังคม เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม พ.ศ. 2558 เป็นสมาคมที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้ สถาบันครอบครัวบูรณาการความรู้ แลกเปลี่ยน และถ่ายทอดระหว่างกัน และร่วมกันดำเนินการทำ กิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์ เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดสู่สังคม อย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น โดยเน้นไป ในกลุ่มผู้สูงอายุเป็นหลัก จึงถือว่าเป็นกลุ่มสังคมผู้สูงอายุที่น่าสนใจกลุ่มหนึ่ง เหมาะกับการเข้าไป ศึกษาข้อมูลเชิงลึกในครั้งนี้

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อแอปพลิเคชันไลน์ ของผู้สูงอายุสมาคมบ้านปันรัก
- 1.2.2 เพื่อศึกษาเนื้อหาและความรู้สึกที่มีต่อเนื้อหาที่เปิดรับผ่านแอปพลิเคชันไลน์ ของผู้สูงอายุสมาคมบ้านปันรัก
- 1.2.3 เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ของผู้สูงอายุสมาคมบ้านปันรัก

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อและเนื้อหาที่ใช้ในสื่อแอปพลิเคชันไลน์ ผู้สูงอายุ กรณีศึกษา กลุ่มผู้สูงอายุ จากสมาคมบ้านปันรัก ในครั้งนี้

- 1.3.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในงานวิจัยเรื่องนี้ คือ ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ทั้งเพศ ชายและเพศหญิง ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยจะต้องเป็นผู้เข้าร่วมทำกิจกรรม กับสมาคมบ้านปันรัก เท่านั้น

1.3.2 เลือกกลุ่มผู้ที่ศึกษามาเป็นตัวแทน จำนวน 10 คน โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ศึกษาโดยวิธีการสอบถามถึงพฤติกรรมการ การเปิดดู, การอ่าน, การส่งต่อ ข้อมูลให้กับครอบครัว และเพื่อนฝูง เนื้อหาในรูปแบบ ภาพจริง ภาพการ์ตูน ภาพอินโฟกราฟฟิค วิดีโอ และบทความของผู้ถูกสัมภาษณ์ และศึกษาเรื่องความรู้สึกต่อเนื้อหาในแต่ละประเภทที่ได้รับ และส่งผ่านแอปพลิเคชันไลน์ เรื่องความพึงพอใจในการใช้สื่อแอปพลิเคชันไลน์ และความรู้สึกทั้งใน ทางด้านบวกและทางด้านลบ ในขณะที่ใช้แอปพลิเคชันไลน์สื่อสารกับสังคมและครอบครัว

- 1.3.3 ช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ผล ตั้งแต่ 1 กรกฎาคม – 31 สิงหาคม พ.ศ. 2560

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ทราบถึงพฤติกรรมการใช้สื่อ เนื้อหาที่ใช้ในสื่อ ความพึงพอใจ และประโยชน์ ในการใช้ แอปพลิเคชันไลน์ ของกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อพัฒนาเนื้อหาและวิธีการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันไลน์ที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้สูงอายุสำหรับหน่วยงานทั้งภาครัฐกิจ และหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐ

1.4.2 ทราบถึงความรู้สึกต่อเนื้อหาประเภทต่าง ๆ ที่มีการส่งผ่าน แอปพลิเคชันไลน์ ของกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อพัฒนาเนื้อหาที่ให้ความรู้สึกที่ดีและหลีกเลี่ยงเนื้อหาที่สร้างความรู้สึกที่ไม่ดี กับกลุ่มผู้สูงอายุสำหรับหน่วยงานทั้งภาครัฐกิจ และหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐ

1.4.3 เพื่อนำเนื้อหาจากผลการวิจัยไปใช้ปรับปรุงการดำเนินการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุให้มีความสุข กับครอบครัวมากขึ้น

1.4.4 เพื่อนำผลการวิจัยไปพัฒนาการใช้ แอปพลิเคชันไลน์ เพื่อสื่อสารในกลุ่มสินค้าหรือบริการ ที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้สูงอายุ

1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 ผู้สูงอายุ: ประเทศไทยได้กำหนดนิยามผู้สูงอายุอย่างเป็นทางการ ตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 โดยให้คำจำกัดความว่า “ผู้สูงอายุ” หมายถึง บุคคลซึ่งมีอายุเกิน 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปและมีสัญชาติไทย โดยในการศึกษาครั้งนี้ เลือกเป็นผู้ที่มีอายุเกิน 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปและมีสัญชาติไทย ที่เป็นสมาชิกของสมาคมบ้านปันรัก

1.5.2 แอปพลิเคชันไลน์: แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน ใช้สำหรับแชท ส่งข้อความ เสียง รูปภาพ และสติ๊กเกอร์ ทำงานได้ภายในพื้นที่อินเทอร์เน็ตครอบคลุม เป็นแอปพลิเคชันที่เปิดให้ใช้งานฟรีสำหรับโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต สามารถใช้งานได้บนระบบปฏิบัติการ iOS, Android และระบบปฏิบัติการอื่น ๆ และในปัจจุบันได้พัฒนาให้สามารถใช้งานได้บนคอมพิวเตอร์ด้วย

1.5.3 เนื้อหาที่เปิดรับ: รูปแบบเนื้อหาที่ใช้ในการส่งผ่าน แอปพลิเคชันไลน์ เช่น รูปภาพ ตัวอักษร เสียง สติ๊กเกอร์ ภาพเคลื่อนไหว วิดีโอ รวมถึงเนื้อหาที่ต้องการสื่อ เช่น การทักทาย คำอวยพร ข่าว ตลกขบขัน วิธีการทำงาน การเตือนภัย

1.5.4 พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์: ทักษะพื้นฐานการเรียนรู้ ความถี่ในการใช้งาน ระยะเวลาในการใช้งาน อุปกรณ์สื่อสารที่ใช้งานติดต่อสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันไลน์ แบ่งพฤติกรรมออกเป็น 3ประเภท

1) ความถี่ในการเปิดรับสาร หมายถึง การที่ผู้สูงอายุมีการเปิดรับสารผ่านแอปพลิเคชันไลน์บ่อยเพียงใดเช่น การใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในทุก ๆ วัน ใช้งานสัปดาห์ละครั้งหรือใช้งานทุก ๆ ชั่วโมง

2) การส่งต่อข้อมูลผ่านแอปพลิเคชันไลน์ หมายถึง การสื่อสารบนแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ เช่น การส่งต่อข้อมูลผ่านแอปพลิเคชันไลน์ การส่งสติ๊กเกอร์ไลน์ การสนทนาผ่านแอปพลิเคชันไลน์ เป็นต้น

3) บทบาทของแอปพลิเคชันไลน์หมายถึง แอปพลิเคชันไลน์ทำหน้าที่ในการเป็นตัวกลางในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลของผู้สูงอายุ

1.5.5 ความรู้สึก: ความรู้สึกทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ในขณะที่ได้มีประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในการสื่อสารกับสังคมและครอบครัว

1.5.6 ความพึงพอใจ: ความรู้สึกในเชิงบวกเมื่อมีประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชันไลน์ เช่น ความสนุกสนาน ความภูมิใจ ความกระตือรือร้นในการติดต่อสื่อสาร ความชอบในสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของตนเอง ความเข้าใจที่ดีต่อสังคม

1.5.7 การใช้ประโยชน์: การที่ผู้สูงอายุนำเอา เนื้อหาของข้อมูล ที่ได้รับผ่านแอปพลิเคชันไลน์ ไปกระทำการบางอย่างต่อ เช่น การส่งต่อข้อมูลเพื่อให้คนอื่น ๆ หรือ การที่ผู้สูงอายุนำเอาการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ไปใช้เพื่อสร้างสรรค์อื่น ๆ เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม การศึกษาความรู้เพิ่มเติม เป็นต้น

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาในครั้งนี้มีการนำเอาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษามาใช้ประกอบ การศึกษา โดยมีรายละเอียดการนำเสนอแบ่งเป็น 6 ประเด็นดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องประชากรศาสตร์และสังคมผู้สูงอายุแบบสมบูรณ์
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมและความรู้สึก
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการนำเสนอเนื้อหาบนเครือข่ายสังคมออนไลน์
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องประชากรศาสตร์และสังคมผู้สูงอายุแบบสมบูรณ์

นิยามของผู้สูงอายุนั้น องค์การสหประชาชาติ ได้ให้นิยามว่า “ผู้สูงอายุ” คือ ประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิงซึ่งมีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป โดยเป็นการนิยาม นับตั้งแต่อายุเกิด ส่วนองค์การอนามัยโลกยังไม่มี การให้นิยามผู้สูงอายุ โดยมีเหตุผลว่าประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกมีการนิยามผู้สูงอายุต่างกัน ทั้งตามอายุเกิด ตามสังคม (Social) วัฒนธรรม (Culture) และสภาพร่างกาย (Functional Markers) เช่น ในประเทศที่เจริญแล้วมักจัดผู้สูงอายุ นับจากอายุ 65 ปีขึ้นไป หรือบางประเทศอาจนิยามผู้สูงอายุ ตามอายุกำหนดให้เกษียณงาน (อายุ 50 หรือ 60 หรือ 65 ปี) หรือนิยามตามสภาพของร่างกายโดยผู้สูงอายุอยู่ในช่วง 45 - 55 ปี ส่วนชายสูงอายุอยู่ในช่วง 55 - 75 ปี

สำหรับนิยามของคำว่า “สังคมผู้สูงอายุ” องค์การสหประชาชาติ แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ ระดับการก้าวเข้าสู่ สังคมผู้สูงอายุ (Ageing Society หรือ Aging Society) ระดับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) และระดับ Super Aged Society โดยให้นิยามของระดับต่างๆ ซึ่งทั้งประเทศไทย และประเทศต่างๆ ทั่วโลก ใช้ความหมายเดียวกันในนิยามของทุกระดับของสังคมผู้สูงอายุ ดังนี้

1) สังคมสูงวัย (Aged Society) หมายถึง สังคมที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด (หรือประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 7)

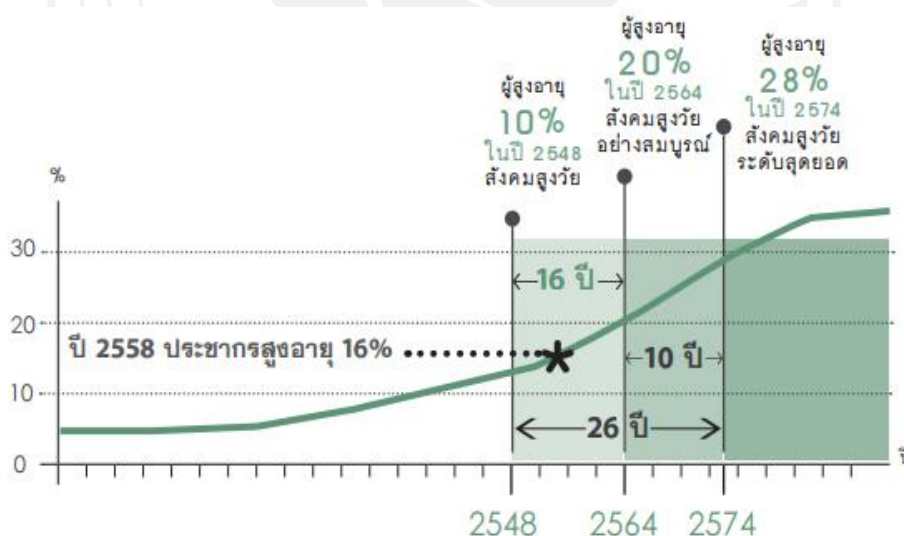
2) สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ (Complete Aged Society) หมายถึง สังคมที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด (หรือประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 14)

3) สังคมสูงวัยระดับสุดยอด (Super Aged Society) หมายถึง สังคมที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 28 ของประชากรทั้งหมด (หรือประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 20)

การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแบบสมบูรณ์แบบเป็นที่ยอมรับจากหลากหลายหน่วยงาน เพราะจะต้องมีการเตรียมตัวเพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุให้พร้อม เพื่อไม่ให้เกิดความโกลาหลขึ้นในสังคม หรือแม้แต่ในภาคธุรกิจต่าง ๆ ด้วยเช่นกัน

มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย (มส.ผส.) จัดทำรายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทย ประจำปี พ.ศ. 2558 โดยสรุปดังนี้ ประเทศไทยเป็นสังคมสูงวัยมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 คือมีสัดส่วนของประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปสูงถึง ร้อยละ 10 ประชากรสูงอายุกำลังเพิ่มขึ้นด้วยอัตราที่เร็วมากคือ อัตราเพิ่มขึ้นสูงกว่า ร้อยละ 4 ต่อปี ในขณะที่ประชากรรวมเพิ่มขึ้นด้วยอัตราเพียง ร้อยละ 0.5 เท่านั้น ตามการคาดประมาณประชากรของสำนักงานคณะกรรมการ พัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ประเทศไทยจะกลายเป็น สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ คือ มีสัดส่วนของประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปสูงถึง ร้อยละ 20 ในปี พ.ศ. 2564 และจะเป็น สังคมสูงวัยระดับสุดยอด เมื่อมีสัดส่วนของประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปสูงถึง ร้อยละ 28 ในปี พ.ศ. 2574

ภาพที่ 2.1: การประมาณการสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุ โดยมูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย



ที่มา: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. (2559). ประชากรของประเทศไทย พ.ศ. 2560. [รูปแบบอิเล็กทรอนิกส์]. สารประชากร มหาวิทยาลัยมหิดล.

จากภาพที่ 2.1 จะเห็นได้ว่าสัดส่วนของประชากรในวัยสูงอายุเพิ่มขึ้น จากปี พ.ศ. 2548 มีสัดส่วนเพียง ร้อยละ 10 นั้น คาดว่าภายในปี พ.ศ. 2564 สัดส่วนของประชากรในวัยสูงอายุจะเป็น ร้อยละ 20 ซึ่งจะเรียกว่าการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ โดยการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอายุ

ในสังคมไทยนั้น ได้มีสาเหตุหลักอันเนื่องมาจากการลดลงของภาวะเจริญพันธุ์อย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดการเพิ่มจำนวนและสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุ ส่งผลกระทบต่อสังคมและระบบเศรษฐกิจ ตลอดจนการจัดสรรทรัพยากรของประเทศในอนาคตหากไม่มีนโยบายหรือแผนปฏิบัติการที่เหมาะสมรองรับประเด็นที่เด่นชัด คือ จำนวนประชากรวัยแรงงานที่ลดลงจะมีผลต่อผลผลิตรวมของประเทศ ในขณะที่การจัดสรรทรัพยากรเพื่อผู้สูงอายุของประเทศเพิ่มขึ้น ผลกระทบต่อการจัดการด้านสังคม คือ การพึ่งพิงสมาชิกในครอบครัวที่สูงขึ้น อันเนื่องมาจากภาวะถดถอยทางกายภาพของผู้สูงอายุ ซึ่งปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้จะส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอย่างต่อเนื่องในระยะยาว (ชมพูนุท พรหมภักดี, 2556)

การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแบบสมบูรณ์แบบ จะมีผลกระทบกับโครงสร้างหลักของสังคมไทย ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของแรงงานในภาคธุรกิจ ในเรื่องของการเตรียมรับวิธีการอยู่อาศัย ในเรื่องของการดูแลสุขภาพกายและสุขภาพจิตของผู้สูงอายุ ในเรื่องของการสื่อสาร การดูแลและให้ข้อมูลที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้สูงอายุ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมและความรู้สึก

คำจำกัดความหรือความหมายของพฤติกรรม เป็นสิ่งที่ได้รับการกล่าวถึงไว้ค่อนข้างกว้างขวาง โดยมุ่งไปในด้านที่สรุปว่าพฤติกรรมของมนุษย์ เป็นการตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือสิ่งที่ได้รับเข้ามา ไม่ว่าจะเป็นภายในหรือภายนอก มีสติหรือไม่มีสติ ชัดเจนหรือแอบแฝง และโดยตั้งใจหรือไม่ได้ตั้งใจก็ตาม เป็นสิ่งที่มีความสลับซับซ้อนและมีตัวแปรหลายตัวซึ่งมีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมของมนุษย์ โดยต้องอาศัยศาสตร์จากหลากหลายแขนงในการร่วมอธิบาย

ทางด้านชีววิทยาเป็นการศึกษาโดยเน้นทางด้านร่างกาย ระบบประสาท สมองส่วนต่าง ๆ ทางด้านสังคมวิทยาเป็นการศึกษาสิ่งแวดล้อมทางสังคม เช่น วัฒนธรรม ค่านิยม สภาพบ้านเมือง ที่อยู่อาศัย เป็นต้น และ ทางด้านจิตวิทยานับทางด้านจิตใจ โดยนักจิตวิทยาเชื่อว่าพฤติกรรมเป็นผลที่เกิดจากการทำปฏิกิริยาของมนุษย์หรืออินทรีย์ (Organize) กับสิ่งแวดล้อม (Environment) (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2526, หน้า 15 - 27)

พันธุทิพย์ รามสูต (2540, หน้า 141-142) กล่าวว่า “พฤติกรรม หมายถึง ปฏิกริยาต่าง ๆ หรือกิจกรรมของบุคคลที่แสดงออกมา ซึ่งสามารถสังเกตได้หรือสังเกตไม่ได้ก็ตาม มีทั้งพฤติกรรมภายในและภายนอก ที่เป็นสิ่งที่มองเห็นได้ตลอดเวลา เช่น การพูด หรือการแสดงกิริยามารยาทต่าง ๆ”

วิธี แจ่มกระทิก (2541, หน้า 14) กล่าวว่า “พฤติกรรม หมายถึง การกระทำ หรือการแสดงออกของบุคคลที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าภายในจิตใจและสิ่งเร้าภายนอก โดยการกระทำนั้นอาจ

เป็นไปโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัว ซึ่งอาจเป็นพฤติกรรมที่พึงประสงค์หรือไม่พึงประสงค์ ถึงแม้บุคคลอื่นสามารถสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม แต่เป็นสิ่งที่สามารถใช้เครื่องมือทดสอบได้”

สังคม ตัดโส (2541, หน้า 11) กล่าวว่า “พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือกิจกรรมทุกอย่างที่มนุษย์กระทำ ซึ่งอาจเป็นไปได้โดยไม่รู้ตัว หรือเป็นการกระทำที่มีจุดมุ่งหมาย รวมทั้งตรึงตรองเป็นอย่างดีมาแล้ว โดยมีความรู้ ความเข้าใจ และการปฏิบัติ เป็นตัวก่อให้เกิดพฤติกรรมนั้นแสดงพฤติกรรมออกมา โดยบุคคลที่อยู่รอบข้างสามารถสังเกตการณ์กระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม ซึ่งสามารถใช้เครื่องมือทดสอบได้”

นิบล ไทยรัตน์ (2542, หน้า 22) กล่าวว่า “พฤติกรรม หมายถึง ปฏิบัติการที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าของมนุษย์ ซึ่งบ่งบอกถึงอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด และการรับรู้ของมนุษย์ต่อสิ่งเร้า นั้น ๆ ”

สงวน สุทธิเลิศอรุณ (2543, หน้า 5) กล่าวว่า “พฤติกรรม หมายถึง การกระทำของมนุษย์ทั้งกายกรรม วาจากรรม และมโนกรรม โดยรู้สึกนึกคิด ทั้งที่สังเกตเห็นได้ และไม่อาจสังเกตเห็นได้”

พฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์กระทำไม่ว่าสิ่งนั้นจะสังเกตได้หรือไม่ได้ เช่น การทำงานของหัวใจ การทำงานของกล้ามเนื้อ การเดิน การพูด การคิด ความรู้สึก ความชอบ ความสนใจ เป็นต้น (ปพน บุญมาลัย, 2551)

จากการรวบรวมความหมายของ พฤติกรรม จากที่มีการให้คำจำกัดความไว้นั้น สามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำ กริยา หรือ กิจกรรมที่อย่างใดที่มนุษย์ได้แสดงออกมา เพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ ซึ่งอาจมาจากภายนอกร่างกาย หรือ ภายในความรู้สึกนึกคิดของตนเอง โดยที่เจ้าของพฤติกรรมนั้นอาจจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัว บุคคลอื่น ๆ จะสามารถรู้หรือไม่รู้ สามารถสังเกตเห็นได้หรือไม่สามารถสังเกตเห็นได้ ก็ตาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่มนุษย์ได้แสดงออกมานั้น จะมีทั้งพฤติกรรมในทางบวกและพฤติกรรมในทางลบ ซึ่งเกิดขึ้นได้ในทุกวันและทุกสถานการณ์ โดยพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเหล่านั้นและในขณะนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ หลายประการ ดังต่อไปนี้ (ถวิล ธาราโกชน และศรัณย์ คำริสุข, 2543, หน้า 6-7)

1) ปัจจัยทางด้านสรีรวิทยา เป็นปัจจัยพื้นฐานทางชีวภาพของมนุษย์ เป็นสิ่งเร้าที่สำคัญตัวหนึ่ง ที่ทำให้เกิดพฤติกรรม โดยลักษณะทางสรีระของพื้นฐานในเชิงชีววิทยา ถือว่า เป็นปัจจัยเริ่มแรก ที่วางรูปแบบของพฤติกรรมมนุษย์ทุกคน ถือว่าเป็นอินทรีย์ (Organize) ที่มีชีวิตอย่างหนึ่ง การทำหน้าที่ทางสรีระในระบบอวัยวะต่าง ๆ จึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกมา

2) ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม ในชีวิตประจำวันของมนุษย์ต้องเรียนรู้ และได้มีโอกาสพบกับสภาพสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ตลอดเวลา สิ่งแวดล้อมใดที่ปรากฏเด่นชัดต่อบุคคลใด สิ่งแวดล้อมนั้นจะทำให้หน้าที่เป็นสิ่งเร้า กระตุ้นให้บุคคลนั้นเกิดพฤติกรรม และพฤติกรรมก็จะแตกต่างกันไปตามสภาพของ

สิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นถิ่นที่อยู่อาศัย ลักษณะดินฟ้าอากาศ แสงสว่าง สิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ทั้งสิ้น

3) ปัจจัยทางด้านสังคม เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคมไม่สามารถอยู่คนเดียวได้ ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ต้องติดต่อเกี่ยวข้องกัน มนุษย์จึงมาอยู่รวมกันเป็นชุมชน หรือที่เราเรียกว่า สังคม และเมื่อมีสังคมเกิดขึ้น คนในสังคมก็จะตั้งข้อตกลงร่วมกันเรียกว่า “โครงสร้างของสังคม” เพื่อให้การอยู่ร่วมกันเป็นไปด้วยความเรียบร้อยเกิดประโยชน์แก่สังคม จึงมีข้อกำหนดขึ้นมา ทำให้แต่ละคนมีสิทธิส่วนบุคคล เคารพสิทธิของผู้อื่น ซึ่งข้อกำหนดต่าง ๆ เหล่านี้ คือ โครงสร้างของสังคม ซึ่งจะเป็นสิ่งบังคับพฤติกรรมของมนุษย์ให้เป็นไปด้วยความเหมาะสม ข้อกำหนดที่เป็นหลักในโครงสร้างของสังคม 4 ประการ คือ ปทัสถาน (Norms) สถานภาพ (Status) บทบาท (Role) และค่านิยม (Value)

4) ปัจจัยทางด้านทัศนคติ คือ ความรู้สึกที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ ทั้งทางด้านบวกหรือทางด้านลบ ความรู้สึกนั้นอาจเป็นไปในทางที่พึงพอใจหรือไม่พอใจก็ได้ ซึ่งสิ่งเร้าอาจเป็นคน สัตว์ สิ่งของ ตลอดจนสภาพการณ์ต่าง ๆ ในสังคม ทัศนคติเป็นสิ่งที่มิเป้าหมาย การประเมินเป้าหมายว่าสิ่งนั้นดีหรือไม่ดี เป็นความรู้สึกของบุคคลที่จะต้องมีความมั่นคงถาวร คือ เป็นความรู้สึกต่อสิ่งนั้นบ่อย ๆ

พฤติกรรมเป็นส่วนหนึ่งของ โมเดลทัศนคติ ซึ่งเป็นโมเดลที่น่าสนใจในการศึกษาอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ โมเดลทัศนคติ (Schiffman & Kanuk, 2007, p. 236) ประกอบเป็น 3 ส่วนที่สัมพันธ์กัน คือ

1) ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive Component) หมายถึง ส่วนของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ คือ ความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) และความเชื่อถือ (Beliefs) ซึ่งผู้บริโภคมีความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ส่วนของความเข้าใจเป็นส่วนประกอบส่วนแรก ซึ่งก็คือความรู้และการรับรู้ที่ได้รับจากการผสมกับประสบการณ์โดยตรงต่อทัศนคติและข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหลายแหล่งข้อมูล ความรู้นี้และผลกระทบต่อการรับรู้ จะกำหนดความเชื่อถือ (Beliefs) ซึ่งหมายถึง สภาพด้านจิตใจ ซึ่งสะท้อนความรู้เฉพาะอย่างของบุคคล และมีการประเมินเกี่ยวกับความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งก็คือการที่ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่ง คุณสมบัติของสิ่งหนึ่ง หรือพฤติกรรมเฉพาะอย่างจะนำไปสู่ผลลัพธ์เฉพาะอย่างด้วยเช่นกัน

2) ส่วนของความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ส่วนของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการซึ่งสะท้อนถึง อารมณ์ (Emotion) หรือความรู้สึก (Feeling) ของผู้บริโภคที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ส่วนของอารมณ์และความรู้สึกมีการค้นพบโดยผู้วิจัยผู้บริโภค ซึ่งมีการประเมินผลเบื้องต้นโดยธรรมชาติ ซึ่งมีการค้นพบโดยการวิจัยผู้บริโภค ซึ่งประเมินทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยการให้คะแนนความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ดีหรือเลว เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย การวิจัยได้ระบุว่าสภาพอารมณ์ของบุคคล จะสามารถเพิ่มประสบการณ์ด้านบวกหรือด้านลบ ซึ่งประสบการณ์

จะมีผลกระทบด้านจิตใจและวิธีซึ่งบุคคลปฏิบัติการใช้การวัดการประเมินผลถึงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาศัยเกณฑ์ ดี-เลว ยินดี-ไม่ยินดี

3) ส่วนของพฤติกรรม (Conative Component) หมายถึง ส่วนหนึ่งของโมเดลองค์ประกอบ ทัศนคติ 3 ประการ ซึ่งสะท้อนถึง ความน่าจะเป็นหรือแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งต่อทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึงความตั้งใจที่จะซื้อ (Intention to Buy) จากความหมายนี้ส่วนของพฤติกรรมจะรวมถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้น รวมทั้งพฤติกรรมและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคด้วยคะแนนความตั้งใจของผู้ซื้อสามารถนำไปใช้เพื่อประเมินความน่าจะเป็นของการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค หรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง

ส่วนประกอบทั้ง 3 ส่วนนี้สัมพันธ์กันโดยที่ เมื่อบุคคลเกิดความรู้ ความเข้าใจ ต่อเรื่องใด ๆ แล้ว บุคคลจะประเมินค่าเรื่องนั้น ๆ นั่นคือส่วนของทัศนคติความรู้สึกว่าชอบหรือไม่ชอบเรื่องนั้น ๆ แต่จะเกิดพฤติกรรมใด ๆ ต่อนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ทั้งเป็นปัจจัยที่อยู่ภายนอกหรือสิ่งเร้าต่าง ๆ และขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในของบุคคลเองด้วย

การศึกษาในเรื่องที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ และความรู้สึกต่อเนื้อหาที่ได้มาจากแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุจึงสามารถสะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการที่ได้รับสิ่งเร้า และการสนองตอบสิ่งเร้านั้น ๆ ได้อย่างชัดเจนและเข้าใจลึกซึ้งมากขึ้น

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง ช่องทางที่มีการติดต่อสื่อสารกันในลักษณะการสื่อสารแบบสองทางผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยใช้อุปกรณ์สื่อสารประเภทต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน หรือ แท็บเล็ต เป็นต้น

โครงสร้างของสื่อสังคมออนไลน์ (พรรวดี ลักกะวิสุต, 2557) ประกอบด้วย Node ที่เชื่อมต่อกัน โดยแต่ละ Node ที่เชื่อมโยงกันอาจมีความสัมพันธ์กับ Node อื่น ๆ ด้วย โดยประเภทของความสัมพันธ์อาจมีประเภทเดียวหรือมากกว่านั้น เช่น ค่านิยม วิสัยทัศน์ ความคิด เพื่อน ญาติ เว็บลิงค์การค้า เป็นต้น ซึ่งแบ่งประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ออกเป็น 7 ประเภท

1) สร้างและประกาศตัวตน (Identity Network): ใช้สำหรับผู้ใช้งานได้มีพื้นที่ในการสร้างตัวตนผ่านการเขียนบนบทความบนเว็บไซต์ และสามารถเผยแพร่เรื่องราวของตนเองผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

(1) รูปแบบบล็อก (Blog) มาจากคำว่า “Web” รวมกับคำว่า “Log” เป็นเสมือนที่เก็บบันทึกหรือรายละเอียดข้อมูล

(2) รูปแบบไมโครบล็อก (Micro Blog) ให้ผู้ใช้โพสต์ข้อความสั้นๆ ผ่านเว็บไซต์ผู้ให้บริการ และสามารถส่งข้อความนั้น ๆ ไปยังโทรศัพท์มือถือได้ เช่น ทวิตเตอร์ (Twitter)

2) สร้างและประกาศผลงาน (Creative Network): สำหรับผู้ใช้ที่ต้องการนำเสนอผลงานของตัวเองได้จากทั่วทุกมุมโลก โดยเป็นเว็บไซต์ให้บริการพื้นที่เสมือนเป็นแกลเลอรี (Gallery) ที่จัดโชว์ผลงานของตัวเองทั้งในรูปแบบ รูปภาพ เพลง ภาพเคลื่อนไหว

3) ความชอบในสิ่งเดียวกัน (Passion Network)

4) เวทีทำงานร่วมกัน (Collaboration Network)

5) ประสบการณ์เสมือนจริง (Virtual Reality)

6) เครือข่ายเพื่อการประกอบอาชีพ (Professional Network)

7) เครือข่ายที่เชื่อมต่อกันระหว่างผู้ใช้ (Peer to Peer: P2P): เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เชื่อมต่อระหว่างเครื่องของผู้ใช้งานด้วยกันเองโดยตรง จึงทำให้เกิดการสื่อสารข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว และตรงถึงผู้ใช้งานได้ทันที

(1) แอปพลิเคชันไลน์ เป็นแอปพลิเคชันที่ผสมผสานบริการส่งข้อมูล ภาพ และ เสียง รวมถึงฟังก์ชัน Voice Over IP (การโทรศัพท์ผ่านแอปพลิเคชันโดยใช้เครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ต)

(2) แอปพลิเคชันอินสตาแกรม เป็นแอปพลิเคชันถ่ายภาพและแต่งภาพบน โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต ที่มีลูกเล่นการแต่งภาพได้หลากหลายและสวยงาม

(3) เฟซบุ๊ก เป็นบริการบนอินเทอร์เน็ตที่ให้ผู้ที่ใช้ที่เป็นสมาชิกสามารถติดต่อสื่อสาร และร่วมทำกิจกรรมกันได้

ซึ่งมีการแบ่งโครงสร้างของสื่อสังคมออนไลน์ ที่แตกต่างกับ (วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์ และคณะ, 2554) ได้เสนอไว้ว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์แบ่งออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้

1) เครือข่ายสังคมออนไลน์แบบกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือ (Collaborative Project) เป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่คอยกระตุ้นให้ผู้ใช้ร่วมกันสร้างข้อมูล เนื้อหาต่าง ๆ ขึ้นมา เช่น วิกิพีเดีย (Wikipedia)

2) เครือข่ายสังคมออนไลน์แบบบล็อก (Blog) เป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ผู้ใช้งานสามารถเขียนบอกเล่าเรื่องราว ความรู้สึกของตัวเองลงไปได้ เช่น เวิร์ดเพรส (Word Press)

3) เครือข่ายสังคมออนไลน์แบบรวบรวมเนื้อหา (Content Community) เป็นเว็บไซต์ที่มีไว้สำหรับแบ่งปันเนื้อหาต่าง ๆ ระหว่างผู้ใช้ด้วยกันเองไม่ว่าจะเป็นรูปภาพ วิดีโอ หรือไฟล์เพื่อนำเสนอ งานต่าง ๆ เช่น ยูทูบ (YouTube) สไลด์แชร์ (Slide Share)

4) เครือข่ายสังคมออนไลน์แบบชุมชนออนไลน์ (Social Networking Site - SNS) เป็นเว็บไซต์ที่ทำให้ผู้ใช้สามารถสร้างประวัติข้อมูลของตนเอง และเข้ามาอยู่ร่วมกัน มีการลงข้อความ รูปภาพ วิดีโอ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook)

5) เครือข่ายสังคมออนไลน์แบบเกมในโลกเสมือนจริง (Virtual Game World) เป็นเกม 3 มิติที่ผู้ใช้จะต้องสวมบทบาทเป็นตัวละครในเกม และสามารถติดต่อพูดคุยกับผู้เล่นคนอื่นได้ เช่น เกม แร็กนาร์กออนไลน์ (Ragnarok Online)

6) เครือข่ายสังคมออนไลน์แบบสังคมในโลกเสมือนจริง (Virtual Social World) เป็นเกม 3 มิติ โดยผู้ใช้จะต้องเปิดเผยตัวตนในรูปแบบตัวตนจำลอง ที่ผู้ใช้สามารถเลือก รูปร่าง ท่าทาง การแสดงออก การแต่งกาย เช่น เซคันด์ไลฟ์ (Second Life)

ถึงแม้จะมีการแบ่งโครงสร้างหรือการแบ่งประเภทที่แตกต่างกัน แต่ภาพรวมแล้วมีความใกล้เคียงกัน ในลักษณะของการมีความสัมพันธ์กันของผู้ใช้งานในสังคมออนไลน์แต่ละประเภทนั้น ๆ ซึ่งอาจจะบางอย่างที่เหมือนกัน เช่น ความชอบ กิจกรรม หรือมีบางอย่างที่ต้องเกี่ยวข้องกัน เช่น อาชีพ หรือ ครอบครัว

จากความน่าสนใจในเรื่องของการเติบโตของประชากรกลุ่มผู้สูงอายุ เทียบกับจำนวนผู้ใช้เครือข่ายออนไลน์และแอปพลิเคชันไลน์ ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ อยู่หลายงานวิจัยด้วยกัน เช่น การศึกษาเรื่องใครเป็นใครบนเครือข่ายสังคมออนไลน์: ความหลากหลายทางคุณลักษณะและพฤติกรรม โดย ปิยวัฒน์ เกตุวงศา และศุทธิดา ชวนวัน (2558) เป็นการศึกษา ในรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อศึกษาความหลากหลายและวิเคราะห์แนวโน้มเกี่ยวกับ คุณลักษณะทางประชากรและสังคมของกลุ่มผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2554 – พ.ศ. 2557 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มประชากรที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ยังคงเป็น กลุ่มเยาวชน (อายุ 15 – 24 ปี) แต่พบว่า มีการขยายตัวของจำนวนผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กลุ่มอื่น ๆ อีกด้วย โดยเฉพาะในกลุ่ม เด็ก (อายุ 6 – 14 ปี) และกลุ่มผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) วัตถุประสงค์ในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ส่วนใหญ่พบว่า มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อความบันเทิง การติดตามข้อมูลข่าวสารและการสนทนาเป็นหลัก

เมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมาในประเทศสหรัฐอเมริกาเอง มีการศึกษาการใช้สื่อออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุ โดย Fathom ได้นำข้อมูลสำรวจการใช้งานอินเทอร์เน็ตในกลุ่มผู้สูงอายุชาวอเมริกัน ที่มีอายุตั้งแต่ 50-100 ปี มาวิเคราะห์ พบว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ย 55-65 ปี ใช้งานผ่านคอมพิวเตอร์ และโทรศัพท์สมาร์ทโฟนเป็นหลัก โดยการใช้งานผ่านคอมพิวเตอร์มีสัดส่วนอยู่ที่ ร้อยละ 90 และการใช้งานผ่านสมาร์ทโฟนมีสัดส่วน ร้อยละ 34 การสำรวจนี้ให้ช่วงปี พ.ศ. 2547-2550 เป็นช่วงที่อินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มผู้สูงอายุอเมริกัน จนทำให้มียอดใช้งานเพิ่มสูงถึง ร้อยละ 55 และในระหว่างปี พ.ศ. 2552-2554 ที่ได้เริ่มมีการใช้งาน Social Media นั้นส่งผลทำให้ยอดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในกลุ่มผู้สูงอายุ โดยเฉพาะกลุ่มที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป มีจำนวนเพิ่มขึ้นจากเดิม ร้อยละ 13 เป็น ร้อยละ 26 ซึ่งคิดเป็นอัตราเติบโตถึง ร้อยละ 100 เลยทีเดียว ระยะเวลาใน

การใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุชาวอเมริกันส่วนใหญ่เฉลี่ยอยู่ที่ 2 ชั่วโมงต่อวัน หรือราว 58 ชั่วโมงต่อ 1 เดือน และยังมีผู้สูงอายุอีกกว่า ร้อยละ 70 ที่มีการออนไลน์เป็นประจำทุกวันอีกด้วย โดยกิจกรรมในกลุ่มผู้สูงอายุที่รักการออนไลน์นิยมทำกันมากที่สุดก็คือ การรับส่ง E-mail (ร้อยละ 55) รองลงมาเป็นการติดตามข่าวสาร (ร้อยละ 34) การทำธุรกรรมทางการเงิน (ร้อยละ 19) การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 13) ดูประกาศซื้อขายสินค้าออนไลน์ (ร้อยละ 5) กลุ่มผู้สูงวัยหัวใจออนไลน์ในประเทศสหรัฐอเมริกาที่นิยมการใช้งาน Social Media โดยเฉพาะ Facebook พบว่า มีจำนวนมากถึง 16 ล้านคน โดยส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป และเมื่อปี พ.ศ. 2555 ผ่านมาพบว่า มีผู้สูงอายุใช้งาน Social Media เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 34 มากกว่าเดิมในปี พ.ศ. 2553 ราวร้อยละ 8 ซึ่งจากสถิติยังพบว่า มีผู้สูงอายุอีกร้อยละ 18 ที่มีการล็อกอินเข้าใช้งานเป็นประจำทุกวัน จากข้อมูลนี้ นอกจากจะช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตในกลุ่มผู้สูงอายุแล้ว ยังช่วยปรับทัศนคติที่มีต่อผู้สูงอายุด้านการใช้เทคโนโลยีอีกด้วย รวมไปถึงทำให้เห็นความสำคัญของกลุ่มผู้สูงอายุในแวดวงธุรกิจออนไลน์ซึ่งนับว่าเป็นกลุ่มที่น่าจับตามองและไม่ควรมองข้ามเลยทีเดียว (“จับตาไลฟ์สไตล์การใช้งานออนไลน์”, 2556)

การที่ผู้สูงอายุในประเทศไทยใช้แอปพลิเคชันไลน์ในจำนวนมาก รวมถึงมีอัตราการเติบโตการใช้งานที่มากขึ้นด้วยนั้น จึงน่าจะเป็นแนวโน้มของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีกลุ่มใหญ่ขึ้น และมีการเรียนรู้วิธีการใช้งานเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของตนเองได้มากขึ้น

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการนำเสนอเนื้อหาบนเครือข่ายสังคมออนไลน์

ปัจจุบันการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นสิ่งที่มิขาดจากชีวิตของคนทั่วไปและมีบทบาททั้งวงการธุรกิจอย่างกว้างขวาง ดังนั้นแนวคิดในเรื่องการนำเสนอเนื้อหาบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ จึงมีทั้งนักวิชาการ นักสื่อสารมวลชน และนักการตลาดดิจิทัล ได้นำเสนอแนวคิดไว้หลายท่าน

จักรพงษ์ คงมาลัย และคณะ (2559) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมกับยุคดิจิทัลในปัจจุบันนี้ ว่าจะต้องคิดแบบคนทำสื่อ (Think Like a Publisher) เพื่อให้ได้เนื้อหาดี ๆ มาเป็นเครื่องมือทางการตลาดดิจิทัล โดยสรุป 5 แนวคิดแบบคนทำสื่อ คือ

- 1) มุ่งขายเนื้อหา มากกว่า ขายของ
- 2) ผลิตงานตามตารางการทำงานสม่ำเสมอและต่อเนื่อง
- 3) ให้ความสนใจกับการสร้างตัวตนและเอกลักษณ์ในการนำเสนอชิ้นงาน
- 4) สนใจในการพัฒนาภาวะผู้นำทางความคิดต่อกลุ่มเป้าหมาย
- 5) รู้จักคิดประเด็นขึ้นเองและเป็นผู้ที่เล่าเรื่องได้ดี

นอกจากนี้การนำเสนอเนื้อหาจะต้องเป็น เนื้อหาที่มีคุณค่า (Value Content) ซึ่งหมายถึงเนื้อหาที่ประกอบด้วยคุณลักษณะ 5 ประการ (Jefferson & Tanton, 2015) ดังต่อไปนี้

- 1) Helpful – มีประโยชน์สามารถตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- 2) Entertaining – สร้างความอารมณ์ความรู้สึกหรือสร้างแรงบันดาลใจ
- 3) Authentic – เป็นเรื่องที่เป็นต้นฉบับและมีความถูกต้อง
- 4) Relevant – เกี่ยวข้องและมีความหมายกับกลุ่มเป้าหมาย
- 5) Timely – เหมาะสมกับช่วงเวลานั้น ๆ

การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) คือ “เทคนิคด้านการตลาด ในการสร้างและแจกจ่าย Content ที่มี “คุณค่า” กับกลุ่มเป้าหมาย โดยมีจุดประสงค์ให้กลุ่มเป้าหมายกลับมาสร้างรายได้ให้เรา” (“สรุปทุกอย่างของ Content Marketing”, 2557) จะเห็นได้ว่าเป็นการนำเอาเนื้อหาที่มีคุณค่า มาสร้างประโยชน์ทางธุรกิจให้เกิดขึ้นเพื่อการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรงนั่นเอง โดยที่ Content นั้น ๆ จะปรากฏในรูปแบบต่าง ๆ กัน ไม่ว่าจะเป็น ข้อความสั้น, บทความ, รูปภาพ, กราฟฟิก, ภาพเคลื่อนไหว หรือ ไฟล์เสียง เป็นต้น

การใช้เนื้อหาสำหรับการสื่อสารผ่านทางแอปพลิเคชันไลน์ก็นับเป็นอีกทางหนึ่งของการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ การเลือกใช้เนื้อหาที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดผลสำเร็จตามที่ต้องการ โดยอ้างอิงจากทฤษฎีและแนวคิดข้างต้นจึงมีความจำเป็นด้วยเช่นกัน

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

Katz และคณะ (1973 อ้างใน สมภพ ติรัตนประคม, 2542, หน้า 19-20) ได้กล่าวไว้ว่า ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ นั้นจะเน้นและให้ความสำคัญกับผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งเป็นการ ศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับสภาวะทางสังคมและจิตใจ ก่อให้เกิดความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าว แล้วนำไปสู่การเปิดรับสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ก่อให้เกิดการได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ ซึ่งสามารถสรุปเป็นความต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อหรือการรับสื่อของผู้รับสารในแง่ต่าง ๆ 5 รูปแบบ ดังนี้

- 1) ความต้องการที่จะรู้ (Cognitive Needs) คือ ความต้องการด้านข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความคิดและความเข้าใจ
- 2) ความต้องการด้านอารมณ์ (Affective Needs) คือ ความต้องการด้านความคิดเห็น ความบันเทิง และความสุนทรีย์
- 3) ความต้องการการไม่แปลกแยก (Personal Integrative Needs) คือ ความต้องการในการสร้างความมั่นคงให้กับตนเอง ด้านความน่าเชื่อถือ ความสนใจ ความมั่นคง และสถานภาพของตนเอง

4) ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Social Integrative Needs) คือ ความเชื่อมั่นในการติดต่อสัมพันธ์ทางสังคมกับคนในครอบครัว เพื่อน และคนอื่น ๆ ในสังคม

5) ความต้องการที่ปลดปล่อยตัวจากความตึงเครียด (Tension Release Needs) คือ ความต้องการหันเห และหลีกเลี่ยงความกดดันและปัญหาต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน โดยหันไปหาสิ่งบันเทิงเริงใจในสื่อมวลชน เพื่อลดความเครียด

ซึ่งจากงานวิจัยของ มณีวัลย์ เอมะอมร (2541) ศึกษาเรื่อง “อินเทอร์เน็ต: การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ใช้ที่เป็นคนไทย” นั้นสอดคล้องกับแนวคิดของ Katz และคณะ ที่ได้กล่าวมาข้างต้น โดยผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จะมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อรับข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ เพื่อความบันเทิง และเพื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูล ในส่วนของความพึงพอใจในอินเทอร์เน็ตนั้น ผู้ใช้จะมีความพึงพอใจก็ต่อเมื่อคิดว่าข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมานั้นเพียงพอสำหรับการใช้งาน

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเป็นส่วนที่ต่อขยายจากทฤษฎีความต้องการและแรงจูงใจ (Needs and Motivation Theory) (Maslow, 1970) ในทฤษฎีความต้องการและแรงจูงใจนั้น อิบราฮิม มาสโลว์ (Ibrahim Maslow) ได้กล่าวว่าบุคคลทั่วไปจะแสวงหาสิ่งที่ตอบสนองต่อลำดับขั้นความต้องการ (Hierarchy of Needs) เมื่อบุคคลสามารถบรรลุเป้าหมายที่เขาแสวงหาในระดับหนึ่ง เขาก็จะก้าวต่อไปยังขั้นที่สูงกว่า ดังนั้น ภาพของมนุษย์ในฐานะที่เป็นผู้แสวงหาเชิงรุกเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตน (ศิริวรรณ อนันต์โท, 2553)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจได้กำหนดกรอบเพื่อความเข้าใจว่า เมื่อใดผู้บริโภคสื่อจะมีบทบาทเชิงรุก และจะมีบทบาทเชิงรุกได้อย่างไร และผลกระทบที่เกิดขึ้นจะไปทำให้การใช้สื่อของบุคคลนั้นๆมากขึ้นหรือลดลง ข้อสันนิษฐานของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจหลาย ๆ ข้อได้มีการอธิบายอย่างชัดเจนโดยผู้ก่อตั้งแนวคิด (Katz, Blumler & Gurevitch, 1974) ได้แก่

- 1) ผู้รับสื่อเป็นผู้เลือก และการเลือกใช้สื่อ เป็นไปตามเป้าหมายที่พวกเขาต้องการ
- 2) ผู้รับสื่อเป็นผู้เลือกในการเชื่อมโยงความพึงพอใจที่ต้องการกับการเลือกใช้สื่อแต่ละชนิด
- 3) สื่อเป็นคู่แข่งกับแหล่งอื่น ๆ ที่ผู้รับสื่อจะเลือกใช้เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตน
- 4) บุคคลมีความตระหนักรู้ถึงการใช้สื่อ ความสนใจ และแรงจูงใจ อย่างเพียงพอที่จะสามารถถ่ายทอดภาพที่ถูกต้องตรงประเด็นในเรื่องการใช้สื่อของตนเองแก่ผู้วิจัยได้

5) การตัดสินคุณค่าของเนื้อหาสื่อเป็นการประเมินโดยผู้รับสื่อเท่านั้น

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจที่น่าสนใจชิ้นหนึ่ง คือ งานของ Wenner (1985 อ้างใน นิลาวัณย์ พาณิชย์รุ่งเรือง, 2540) ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) โดยได้รวบรวมผลงานวิจัยที่มีผู้ทำไว้มากมายแล้วสร้าง

ออกมาเป็นแผนที่แสดงความพึงพอใจในการบริโภคสื่อข่าวสาร (Media News Gratifications) แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1) Orientation Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล เพื่อการอ้างอิง และเพื่อเป็นแรงเสริมย้ำความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) การได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility) หรือเพื่อช่วยในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง (Vote Gratifications) เป็นต้น

2) Social Gratifications เป็นการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ซึ่งรับรู้จากข่าวสาร เข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนา กับผู้อื่นใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ เป็นต้น

3) Para-Social Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคลหรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อหรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อหรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่นการยึดถือหรือความชื่นชมผู้อ่านข่าว เป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม เป็นต้น

4) Para-Orientalional Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตัวเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน ความสนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่พอใจอย่างอื่น เป็นต้น

ถึงแม้ว่าทฤษฎีและแนวคิดเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ได้เกิดขึ้นมานานแล้วจึงทำให้เกิดความสงสัยกันว่า จะสามารถนำมาใช้กับสื่อใหม่ ๆ ที่เพิ่งเกิดขึ้น เช่น สื่อออนไลน์ ได้หรือไม่ ซึ่งจากการเปลี่ยนแปลงของสื่อในปัจจุบันที่สื่อดั้งเดิมได้รับความนิยมน้อยลงนั้น การที่จะเข้าถึงเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป การเก็บรวบรวมข้อมูลในเรื่องต่าง ๆ เพื่อที่จะเข้าใจได้อย่างลึกซึ้งในเรื่องเหตุผลส่วนตัวและเหตุผลทางสังคมในการใช้สื่อใหม่ ๆ น่าจะยังคงเป็นประโยชน์กับนักวิชาการและนักสื่อสารได้ต่อไป

Johnson และ Kaye (2004) กล่าวว่า การเติบโตของอินเทอร์เน็ตช่วยเพิ่ม ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีอยู่เดิม เนื่องจากนักวิชาการทั้งหลายก้าวข้ามจากความสนใจศึกษาว่าใครใช้อินเทอร์เน็ต ไปสู่ความสนใจว่าคนใช้อินเทอร์เน็ตกันอย่างไร

La Rose และ Eastin (2004) กล่าวว่า ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจสามารถช่วยอธิบายการใช้อินเทอร์เน็ตได้ และทฤษฎีนี้ก็สามารถขยายการวิเคราะห์ไปได้อีก โดยเพิ่มเติมตัวแปรต่าง ๆ เช่น ผลลัพธ์จากการกระทำที่คาดหวัง (Expected Activity Outcomes) ซึ่งหมายถึงสิ่งที่ประชาชนคาดว่าจะได้รับจากสื่อ La Rose และ Eastin (2004) พบว่าคนเรามีความคาดหวังว่าจะได้อะไรต่าง ๆ มากมายจากการใช้อินเทอร์เน็ต ผลลัพธ์ด้านสังคม (Social Outcomes) ได้แก่

สถานภาพและเอกลักษณ์ทางสังคม La Rose และ Eastin (2004) กล่าวว่าคนเราสามารถยกระดับสถานะทางสังคมได้ โดยการแสวงหาผู้อื่นที่มีความคิดเห็นเดียวกับตนและได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันผ่านทาง อินเทอร์เน็ต “อินเทอร์เน็ตอาจจะเป็นเครื่องมือในการค้นหาและทดลองตัวตนอีกภาคหนึ่งของเราเอง”

Dimmick, Chen และ Li (2009) มีข้อสังเกตว่า แม้อินเทอร์เน็ตจะจัดว่าเป็นสื่อที่ค่อนข้างใหม่ แต่อินเทอร์เน็ตก็มีคุณสมบัติที่ซ้ำกับสื่อเก่าถ้าพิจารณาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ประชาชนก็ค้นหาข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตเหมือนกับสื่อดั้งเดิม ซึ่งจากการศึกษาของ Dimmick และคณะ (2009) เป็นข้อยืนยันได้ว่า ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ไม่ได้ล้าสมัยไปยังเป็นทฤษฎีที่สามารถใช้ได้กับสื่อใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการที่แอปพลิเคชันไลน์เป็นที่ได้รับความนิยมในสังคมไทยอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ในช่วงที่ผ่านมา ทำให้มีหลายท่านได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับแอปพลิเคชันไลน์ขึ้นมา

ศักรินทร์ ต้นสุพงษ์ (2557) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันไลน์ โดยปัจจัยที่ศึกษามีทั้งหมด 8 ปัจจัย ผลการวิจัยพบว่า เครือข่ายทางสังคม ความครบถ้วนด้านมีเดีย ความสนุกสนาน และความคิดเห็นที่มีต่อไอที ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเรียงตามลำดับความสำคัญ จากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ส่วนปัจจัยด้านประโยชน์ในการใช้งาน ความง่ายในการใช้งาน ความสามารถในการควบคุมการใช้งาน และความคุ้มค่าทางการเงิน ไม่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันไลน์

จากการศึกษานี้จะเห็นได้ว่า ปัจจัยเรื่อง เครือข่ายทางสังคม นับเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดสำหรับการยอมรับแอปพลิเคชันไลน์ น่าจะเป็นปัจจัยหลักเช่นกันที่ทำให้สังคมผู้สูงอายุในปัจจุบันนี้ใช้แอปพลิเคชันไลน์ เพื่อต้องการเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายทางสังคมในกลุ่มของตน

เอกพล รุ่งโรจน์กิจกุล (2557) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะทำให้ความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ต่างกัน โดยที่เพศหญิงจะใช้งานถี่กว่าเพศชาย และ ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจะมีการใช้งานถี่กว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับอื่น ๆ นอกจากนี้ในเรื่องปัจจัยการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นนั้น สรุปว่า แอปพลิเคชันไลน์ช่วยให้ติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้น และ แอปพลิเคชันไลน์ช่วยให้เกิดความสะดวกในการทำงาน เป็นเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันไลน์

สังเกตได้จากการศึกษาเรื่องนี้ ประเด็นเรื่องการติดต่อสื่อสารที่สะดวก เป็นอีกหนึ่งปัจจัยหลักที่ทำให้คนเลือกใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ซึ่งต้องศึกษาในกลุ่มผู้สูงอายุว่าปัจจัยนี้เป็นเหตุผลสำคัญเช่นเดียวกันหรือไม่

มนัญญา นาควิลัย (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุเพื่อคุณภาพชีวิต: กรณีศึกษาแอปพลิเคชันไลน์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลเกี่ยวข้องมากที่สุดกับพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุเพื่อคุณภาพชีวิต คือ ความคาดหวังต่อประโยชน์ในการใช้งาน รองลงมาคือ ความคาดหวังต่อความง่ายในการใช้งานขึ้น เนื่องมาจากรูปการใช้งานเข้าใจได้ง่าย มีความชัดเจน ไม่ซับซ้อน และสามารถเรียนรู้ด้วยตนเองได้ และ ผลในเรื่องพฤติกรรมการใช้ พบว่า เมื่อผู้สูงอายุที่มีประสบการณ์ในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ แล้วทำให้เกิดความสุขและความพึงพอใจ

โดยการศึกษาเน้นศึกษาในเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้งานเป็นหลัก ถึงแม้จะได้ทราบผลเรื่องการเกิดความสุขและความพึงพอใจเมื่อมีประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชันไลน์ก็ตาม แต่ไม่สามารถตอบได้ว่าเกิดความสุขจากประเด็นใดบ้าง เนื้อหาประเภทใดบ้าง และประเด็นใดที่จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ รวมถึงยังไม่มีข้อมูลที่ทราบได้ว่าผู้สูงอายุได้นำเอาแอปพลิเคชันไลน์ไปปรับใช้กับชีวิตประจำวันได้อย่างไรบ้าง

กิริณา สมวาทสรณ์ (2559) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการสื่อสาร ด้วยการส่งต่อข้อมูลผ่านแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ พบว่า มีการสื่อสารผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือจำนวนมากที่สุดร้อยละ 74.5 รองลงมาได้แก่แท็บเล็ต และมีการเรียนรู้ทักษะพื้นฐานในการใช้แอปพลิเคชันไลน์จากลูกหลานมากที่สุด ร้อยละ 29.0 รองลงมา คือการเรียนรู้จากเพื่อนร่วมงาน โดยมีการใช้งานผ่านแอปพลิเคชันไลน์ในทุก ๆ วัน ร้อยละ 68.5 มีระยะเวลาที่ใช้งานในแต่ละครั้ง 30 นาที - 1 ชั่วโมง และผู้สูงอายุนิยมติดต่อสื่อสารกับกลุ่ม ลูก หลาน ญาติ พี่น้อง มากที่สุด ร้อยละ 46.3 และใช้งานแอปพลิเคชันไลน์เพื่อให้คนอื่นมองว่าเป็นคนที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์

จากการศึกษานี้ทำให้ได้ทราบถึงความถี่และปริมาณการใช้แอปพลิเคชันไลน์ แต่ยังขาดการลงลึกในเรื่องความรู้สึกในขณะที่ใช้ และการใช้ประโยชน์จากการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องความพึงพอใจหรือนำเอาแอปพลิเคชันไลน์ไปปรับใช้กับชีวิตประจำวันได้อย่างไรบ้าง ซึ่งเป็นประเด็นที่น่าสนใจในการศึกษาต่อไป

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 ประเภทของงานวิจัย

ในการศึกษาวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การ เก็บข้อมูลเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยเป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

3.2 แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูล สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 ประเภท

3.2.1 แหล่งข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลออนไลน์ และออฟไลน์

- 1) ข้อมูลประชากรศาสตร์ และ การเปลี่ยนแปลงของประชากร ในประเทศไทย
- 2) ข้อมูลจำนวนผู้ใช้แอปพลิเคชันไลน์ของประเทศไทย จาก บริษัท ไลน์คอร์เปอเรชัน จำกัด
- 3) บทความ ข้อมูลที่เผยแพร่ทางออนไลน์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุที่ใช้โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน, แท็บเล็ต, สื่อออนไลน์ และ แอปพลิเคชันไลน์

3.2.2 แหล่งข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary Data) ถือเป็นแหล่งข้อมูลหลักสำหรับการศึกษา เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยมีการคัดเลือก กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้สูงอายุที่เข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคมบ้านปันรัก ที่มีอายุระหว่าง 60 -80 ปี ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยเป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กับผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 -80 ปี ที่เข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคมบ้านปันรัก มีการใช้แอปพลิเคชันไลน์มาแล้วอย่างสม่ำเสมออย่างน้อย 6 เดือน และเป็นผู้ที่ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ได้อย่างคล่องแคล่ว มีการรับ-ส่ง เนื้อหาทางแอปพลิเคชันไลน์ในทุก ๆ วัน เลือกตัวแทนจำนวน 10 คน โดยแบ่งเป็นเพศชาย 5 คน และ เพศหญิง 5 คน (จำนวนของผู้ที่มาเรียน และร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สมาคมบ้านปันรักไม่จำเป็นต้องสมัครเป็นสมาชิก จึงไม่สามารถระบุจำนวนทั้งหมดได้อย่างแท้จริง แต่เป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันทั้งผู้หญิงและผู้ชาย)

โดยรายละเอียดของผู้ถูกสัมภาษณ์ดังนี้

- 1) นางสาว ก (นามสมมติ)
เพศหญิง อายุ 60 ปี
สถานะโสด
ปัจจุบันพักอยู่กับพี่สาว
เคยทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชน
- 2) ร.ต.ท. ข (นามสมมติ)
เพศชาย อายุ 63 ปี
สถานะมีครอบครัว
ปัจจุบันพักอยู่กับภรรยา
เคยทำงานเป็นข้าราชการตำรวจ
- 3) นาย ค (นามสมมติ)
เพศชาย อายุ 62 ปี
สถานะมีครอบครัว
ปัจจุบันพักอยู่กับภรรยาและลูก
เคยทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชน
- 4) นางสาว ง (นามสมมติ)
เพศหญิง อายุ 64 ปี
สถานะโสดแต่มีลูกบุญธรรม 2 คน
ปัจจุบันพักอยู่คนเดียว
เคยทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชน
- 5) นางสาว จ (นามสมมติ)
เพศหญิง อายุ 80 ปี
สถานะโสด
ปัจจุบันพักอยู่กับน้องสาว
เคยทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชน
- 6) นาง ฉ (นามสมมติ)
เพศหญิง อายุ 70 ปี
สถานะมีครอบครัว
ปัจจุบันพักอยู่กับสามีและลูก
เคยทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชน

- 7) นาย ช (นามสมมติ)
เพศชาย อายุ 60 ปี
สถานะมีครอบครัว
ปัจจุบันพักอยู่กับภรรยาและลูก
เคยทำงานเป็นวิศวกรในบริษัทเอกชน
- 8) นาย น (นามสมมติ)
เพศชาย อายุ 62 ปี
สถานะมีครอบครัว
ปัจจุบันพักอยู่กับภรรยาและลูก
เคยทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชน
- 9) นาย ด (นามสมมติ)
เพศชาย อายุ 80 ปี
สถานะมีครอบครัว แต่ภรรยาไปอยู่ดูแลแม่ที่ต่างจังหวัด
ปัจจุบันพักอยู่กับลูกและหลาน
เคยทำงานเป็นข้าราชการ
- 10) นาง บ (นามสมมติ)
เพศหญิง อายุ 67 ปี
สถานะมีครอบครัว
ปัจจุบันพักอยู่กับสามีและลูก
เคยทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ซึ่งแบ่งหัวข้อการสัมภาษณ์ออกเป็น 6 ส่วนดังนี้

- 1) ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ส่วนตัวและครอบครัว
- 2) เรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อ แอปพลิเคชันไลน์
- 3) เรื่องเนื้อหา (ประเภท, เนื้อหา, รูปแบบ) ที่ได้รับและส่งผ่านแอปพลิเคชันไลน์
- 4) เรื่องความรู้สึกต่อเนื้อหาในแต่ละประเภทที่ได้รับและส่งผ่านแอปพลิเคชันไลน์
- 5) เรื่องประโยชน์ในการใช้ แอปพลิเคชันไลน์ หรือ การนำเนื้อหาที่ได้รับจากแอปพลิเคชันไลน์มาใช้ประโยชน์
- 6) เรื่องความพึงพอใจในการใช้ สื่อแอปพลิเคชันไลน์

ใช้วิธีสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัวพร้อมกับการบันทึกเสียงบทสนทนาและจดบันทึก เพื่อนำมาใช้ถอดความ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.4 วิธีการเก็บข้อมูล

เก็บรวบรวมโดยใช้เครื่องมือคือ แบบสัมภาษณ์ สำหรับการตอบคำถามแบบปลายเปิด (Open-End) ในการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน ที่มีอายุ 60-80 ปี แบ่งเป็น เพศชาย 5 คน เพศหญิง 5 คน (ตามสัดส่วนจำนวนกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่บ้านปันรัก)

1) ติดต่อกับสมาคมบ้านปันรักเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเข้าไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่ บริเวณสมาคม และนัดตารางเวลาเข้าไปเพื่อทำความรู้จักและแนะนำตัว (วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2560)

2) เข้าไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างตามเวลานัด ใช้เวลาสัมภาษณ์ต่อคนไม่เกิน 60 นาที โดยใช้วิธีการจดบันทึก และใช้เครื่องบันทึกเสียง ในการบันทึกการสนทนา เพื่อนำมาใช้ถอดความ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งหลังจากผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เรียบร้อยแล้ว แสดงความขอบคุณ พร้อมกับมอบของที่ระลึกให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ ระยะเวลาการสัมภาษณ์ 2 วัน (วันที่ 8, 15 กรกฎาคม พ.ศ. 2560)

3) สรุปผลการศึกษาจากข้อมูลสัมภาษณ์และนำเสนอแนะข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ระยะเวลาในการประมวลผล 60 วัน (1 กรกฎาคม – 31 สิงหาคม พ.ศ. 2560)

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ทั้งหมด แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่วางไว้ โดยเครื่องมือที่ใช้มีการสร้างกรอบในการวิเคราะห์เนื้อหาจากทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างประเด็นคำถามสำหรับการสัมภาษณ์

3.6 การตรวจสอบข้อมูล

ก่อนทำการสัมภาษณ์ผู้วิจัยทำการส่งคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ และทำการแก้ไขตามคำแนะนำให้สมบูรณ์ก่อนการสัมภาษณ์จริง และเมื่อเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้วได้ทำการตรวจสอบด้วยวิธีการสามเส้า (Triangulation) โดยใช้การตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งที่มาต่าง ๆ กัน ได้แก่จากการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และจากข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่ออธิบายสภาพการณ์หลาย ๆ ช่วงเวลาและมิติที่ต่างกัน

3.7 ข้อพิจารณาด้านจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

ผู้วิจัยได้คำนึงถึงจริยธรรมกับผู้ให้สัมภาษณ์ โดยมีการติดต่อและขอความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์ก่อนทำการสัมภาษณ์จริง และได้แจ้งวัตถุประสงค์ของการวิจัยก่อนการสัมภาษณ์ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคน โดยที่ผู้วิจัยได้เปิดเผยข้อมูลตามที่ผู้ให้สัมภาษณ์อนุญาตเท่านั้น และได้ขออนุญาตในการนำรูปภาพ และข้อความมานำเสนอในงานวิจัย ในส่วนของข้อมูลที่ไม่สามารถเปิดเผยได้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บไว้เป็นความลับโดยไม่ทำการเผยแพร่

3.8 การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการนำเสนอข้อมูลและผลการวิจัย แบบการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่วางไว้



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้และผลที่ได้รับต่อชีวิตและจิตใจจากแอปพลิเคชันไลน์ ของกลุ่มผู้สูงอายุสมาคมบ้านปันรัก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการใช้ เนื้อหา ความรู้สึก ความพึงพอใจ และประโยชน์จากการใช้ แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ โดยงานวิจัยฉบับนี้ได้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มผู้สูงอายุที่มาทำกิจกรรมกับสมาคมบ้านปันรัก ที่มีอายุ 60-80 ปี จำนวน 10 คน เป็นเพศชาย 5 คน เพศหญิง 5 คน

แบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

4.1 ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุสมาคมบ้านปันรัก

4.2 ผลการศึกษาเกี่ยวกับเนื้อหาและความรู้สึกที่มีต่อเนื้อหาที่เปิดรับ ผ่านแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ สมาคมบ้านปันรัก

4.3 ผลการศึกษาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ สมาคมบ้านปันรัก

4.1 ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ สมาคมบ้านปันรัก

4.1.1 เมื่อชีวิตเริ่มรู้จักกับไลน์

การเริ่มต้นใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของแต่ละคนมีที่มาที่แตกต่างกัน แต่ส่วนใหญ่แล้วเกิดจากความต้องการติดต่อสื่อสารจากเพื่อนฝูงเพื่อให้สามารถส่งข้อมูลต่าง ๆ หากันได้ และสืบเนื่องมาจากสมาร์ทโฟนที่มีราคาถูกลงสามารถหาใช้งานได้ไม่ยากเช่นกัน บางท่านเกิดจากการที่ต้องมีการห่างไกลจากคนคุ้นเคยทำให้เป็นที่มาในการเริ่มต้นใช้งานแอปพลิเคชันไลน์

การเริ่มต้นรู้จักกับแอปพลิเคชันไลน์ของ นาย ค นั้น มาจากสาเหตุที่อยากจะติดต่อกับเพื่อน ๆ บ้างแต่หาเวลาว่างนัดกันไม่ได้สักที แม้แต่เวลาว่างในการคุยโทรศัพท์ยังไม่ตรงกัน เพื่อนก็เลยแนะนำให้ นาย ค ใช้แอปพลิเคชันไลน์ เพื่อที่จะได้ไม่ขาดการติดต่อกับกลุ่มเพื่อนอีกต่อไป มีผลทำให้แอปพลิเคชันไลน์เข้ามามีบทบาทในการเป็นเครื่องมือการสื่อสารให้กับ นาย ค และกลุ่มเพื่อนอย่างชัดเจน

“...ขาดการติดต่อกับเพื่อน ๆ ไปเพราะว่างไม่ตรงกัน บางคนทำงานตำแหน่งสูงก็ไม่ค่อยว่างรับโทรศัพท์มันประชุมทั้งวัน ... มีเพื่อนแนะนำให้ใช้ไลน์เพื่อให้สามารถติดต่อกับกลุ่มเพื่อนฝูงได้ง่ายสะดวกกับทุกคน ...” (นาย ค อายุ 62 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กรกฎาคม 2560)

ในขณะที่ ร.ต.ท. ข เคยรับราชการตำรวจ จำเป็นต้องคุยกงานหรือสั่งงานลูกน้องหลายคน ลูกชายจึงได้สอนให้ใช้แอปพลิเคชันไลน์ เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และสั่งงานคุยกงานได้ง่ายมากขึ้น

“.. ลูกชายผมสอนให้ใช้ Line ตั้งแต่ก่อนเกษียณเพื่อให้ใช้ในการทำงานได้ แต่ไม่ได้ลงรายละเอียด จึงมาเรียนรู้ทีนี้ต่อ ..” (ร.ต.ท. ข อายุ 63 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กรกฎาคม 2560)

แต่สำหรับ นางสาว ง ชีวิตการทำงานที่มีเหตุต้องย้ายไปประจำที่ต่างจังหวัด ในปี พ.ศ.2556 จึงเป็นเหตุให้ต้องใช้โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนเพื่อการติดต่อกับครอบครัวในกรุงเทพฯ หลังจากทีกลับมาใช้ชีวิตอยู่ในกรุงเทพฯ ในปีต่อมา ก็เลยคุ้นเคยกับการใช้โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน และได้รู้จักกับแอปพลิเคชันไลน์

“.. ปี 56 ย้ายไปทำงานต่างจังหวัด เลยได้เริ่มใช้มือถือเป็นครั้งแรก พอปีต่อมารู้จักไลน์ รู้สึกว่าเป็นเรื่องมหัศจรรย์มาก เพราะพอลงไลน์ในเครื่อง ก็สามารถหาเพื่อนทุกคนเจอได้เลย ” (นางสาว ง อายุ 62 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กรกฎาคม 2560)

หรือแม้แต่ นาง บ การรู้จักกับแอปพลิเคชันไลน์ ก็มาจากคนใกล้ชิดในครอบครัว คือลูกสาวที่ต้องการความสะดวกในการติดต่อ และอยากจะมีของดีให้กับคุณแม่ จึงซื้อโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนพร้อมลงแอปพลิเคชันไลน์ และได้แนะนำให้ใช้แอปพลิเคชันไลน์สำหรับการติดต่อกับครอบครัว

“.. ใช้ไลน์มา 2 ปีแล้ว เพราะลูกซื้อมือถือให้แล้วลงไลน์ให้ด้วย ...” (นาง บ อายุ 67 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กรกฎาคม 2560)

และเรื่องราวของ นาย ด ที่เกิดจากลูกสาวลืมนับัตรประชาชนไว้ที่บ้านแต่ต้องการให้พ่อถ่ายรูปบัตรประชาชนส่งไปให้ด่วน นาย ด ไม่รู้ว่าจะทำยังไงถึงจะส่งรูปให้ได้ จนกระทั่งหลานชายเป็นคนทำให้โดยส่งรูปผ่านแอปพลิเคชันไลน์ ทำให้เป็นจุดเริ่มต้นให้ นาย ด สนใจใช้งานแอปพลิเคชันไลน์

“.. ผมไม่รู้ว่าทำยังไงดี จนหลานชายถ่ายรูปส่งไลน์ไปให้แม่เค้า ...” (นาย ด อายุ 80 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 กรกฎาคม 2560)

เมื่อชีวิตเริ่มรู้จักกับแอปพลิเคชันไลน์ก็ทำให้แอปพลิเคชันไลน์เข้ามามีบทบาทในชีวิตของผู้สูงอายุแต่ละคนมากขึ้น แต่จะมีความแตกต่างกันตามวิถีการดำเนินชีวิตของแต่ละคนด้วยเช่นกัน

4.1.2 เมื่อชีวิตติดไลน์

เมื่อมีการใช้งานมาสักระยะหนึ่งจนเริ่มใช้งานได้ค่อนข้างคล่องแล้ว ชีวิตของผู้สูงอายุก็กลายเป็นว่าขาดแอปพลิเคชันไลน์ไม่ได้อีกเลย แอปพลิเคชันไลน์เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตอย่างมาก การใช้ชีวิตของผู้สูงอายุก็อยู่ในภาวะที่จะขอเรียกว่า “ชีวิตติดไลน์”

นาย ด ถึงแม้จะอายุ 80 ปีแล้วก็ตาม แต่ก็ยังมีการใช้แอปพลิเคชันไลน์อย่างสม่ำเสมอในทุกๆ วัน อย่างน้อยวันละ 1 ชั่วโมงเพราะนอกจากจะใช้เพื่อติดตามข่าวสารแล้ว ยังคงมีการส่งข้อความในลักษณะไถ่ถาม พูดคุยถึงความห่วงใย และสอบถามชีวิตประจำวัน ส่งถึงภรรยา ส่งถึงลูก และส่งถึงหลาน อย่างน้อยวันละ 2-3 ครั้งอีกด้วย แทบจะเรียกได้ว่านาย ด ได้ใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในด้านการส่งความคิดถึงและความห่วงใยให้กับครอบครัว

“... ใช้ไลน์ทุกวัน และอย่างน้อยวันละ 2-3 ครั้ง ต้องส่งหาลูก หาหลาน แล้วก็ส่งหาภรรยา ที่ไปดูแลแม่ที่ต่างจังหวัด ...” (นาย ด อายุ 80 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 กรกฎาคม 2560)

นางสาว ง เป็นคนที่ใช้แอปพลิเคชันไลน์เยอะมากเมื่อเทียบกับผู้ถูกสัมภาษณ์คนอื่นๆ นั่นคือเฉลี่ยประมาณ 4 ชั่วโมงต่อวัน เพราะมีการติดต่อในกลุ่มเพื่อนหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มมัธยม กลุ่มประถม กลุ่มปริญญาดรี กลุ่มที่ทำงานเก่า

นอกจากนี้แล้ว นางสาว ง เป็นคนที่สนุกสนานชอบเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ เช่น เรียนร้องเพลง เรียนเต้นรำ การใช้แอปพลิเคชันไลน์ของนางสาว ง จึงเป็นเสมือนหน้าต่างของการติดต่อ การส่งข้อมูล ที่เข้ากับวิถีการดำเนินชีวิตของกลุ่มคนที่คล้ายคลึงกันให้แก่นัก

“... ใช้ไลน์คุยกับเพื่อนทุกๆ วัน มากน้อยก็แล้วแต่วันนะ แต่เฉลี่ยรวมๆ แล้วก็ประมาณ 4 ชั่วโมงต่อวัน บางวันก็เกิน แต่ถ้าวันไหนยุ่งมาก ก็จะน้อยกว่านี้ ...” (นางสาว ง อายุ 62 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กรกฎาคม 2560)

นางสาว จ เป็นคนโสดเวลาว่างจึงเยอะมาก ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์บ่อยมาก นอกจากจะรับข่าวสารแล้ว แอปพลิเคชันไลน์ยังเป็นเสมือนของเล่น มีเรื่องสนุกๆ ขำขัน ช่วยแก้เหงาและคลายเครียดได้อีกด้วย

“... เปิดไลน์บ่อยมาก ว่างเมื่อไหร่ก็เปิด มีเพื่อนหลายกลุ่ม ทั้งเพื่อนที่ทำงาน เพื่อนสมัยเรียน ก็ 2-3 กลุ่ม ...” (นางสาว จ อายุ 80 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 กรกฎาคม 2560)

พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุในภาวะ “ชีวิตติดไลน์” จะมีการใช้งานเป็นประจำทุก ๆ วัน โดยระยะเวลาการใช้งานรวมทั้งวันเฉลี่ยแล้วใช้งาน 1-4 ชั่วโมงต่อวัน เพราะว่าการกลุ่ม

ผู้สูงอายุมีเวลาว่างมากขึ้น เนื่องจากเกษียณจากงานประจำแล้ว ส่วนใหญ่เป็นการทำงานผ่านสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ต ซึ่งในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ใช้เพื่อการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเพื่อนเป็นหลัก รองลงมาเป็นการติดต่อสื่อสารกับครอบครัว โดยมีทั้งการรับและการส่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ให้แก่กัน รวมถึงการเฝ้าถามการดำเนินชีวิตประจำวันต่าง ๆ ซึ่งนับได้ว่าแอปพลิเคชันไลน์เข้ามามีบทบาทในชีวิตของผู้สูงอายุ ทั้งในด้านที่เป็นเครื่องมือการสื่อสาร และการส่งความรักความห่วงใยถึงกัน

4.2 ผลการศึกษาเกี่ยวกับเนื้อหาและความรู้สึกที่มีต่อเนื้อหาที่เปิดรับผ่านแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ สมาคมบ้านปันรัก

4.2.1 รูปแบบของเนื้อหาที่ได้รับจากแอปพลิเคชันไลน์

เนื้อหาต่าง ๆ ที่ผู้สูงอายุได้รับผ่านมาจากแอปพลิเคชันไลน์นั้น พบว่าแต่ละคนจะได้รับเนื้อหา มาครบทุกรูปแบบแล้ว โดยแบ่งรูปแบบของเนื้อหา ได้ดังนี้

- 1) เนื้อหาที่ได้รับ ประเภท ภาพเคลื่อนไหว/ วิดีโอ
- 2) เนื้อหาที่ได้รับ ประเภท ภาพนิ่ง กราฟฟิค
- 3) เนื้อหาที่ได้รับ ประเภท สติกเกอร์
- 4) เนื้อหาที่ได้รับ ประเภท บทความ ข้อมูลต่าง ๆ

ถึงแม้ว่าจะได้รับเนื้อหาผ่านทางแอปพลิเคชันไลน์มาทุกรูปแบบแล้วนั้น สำหรับ นางสาว ง มองว่าการที่ได้รับเนื้อหาในรูปแบบที่เป็นประเภทภาพเคลื่อนไหวหรือวิดีโอ ทำให้เกิดความน่าสนใจกว่าเนื้อหาประเภทข้อความยาว ๆ ทำให้สนใจอยากเปิดดูมากขึ้นกว่าเนื้อหาในรูปแบบอื่น ๆ

“... ข้อความยาว ๆ ก็ได้รับเยอะ ถ้าได้มาเป็นภาพเคลื่อนไหวหรือวิดีโอ ก็จะมีรู้สึกที่น่าสนใจกว่าหน่อย ทำให้อยากเปิดดู แต่ถ้าเป็นเรื่องที่เราไม่สนใจก็ลบทิ้งเลย... เหมือนพอเราเห็นว่าน่าจะเป็นเรื่องที่น่าจะหวาดเสียวก็ไม่ดู ...” (นางสาว ง อายุ 62 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กรกฎาคม 2560)

ในขณะเดียวกัน นางสาว ก กลับมองว่าวิดีโอที่ส่งมาให้กันทางแอปพลิเคชันไลน์นั้น ตนเองไม่ค่อยได้เปิดดู เพราะมองว่าการเปิดวิดีโอจะทำให้เปลืองสัญญาณอินเทอร์เน็ต ถ้าเปิดดูวิดีโอบ่อย ๆ จะทำให้โควตาอินเทอร์เน็ตในแต่ละเดือนหมดก่อนระยะเวลาโปรโมชัน

“.. เดี่ยวนี้ส่งคลิปวิดีโอกันเยอะขึ้นนะ แต่เราไม่ค่อยเปิดหรอก มันเปลืองเน็ต เดี่ยวนี้หมดก่อน ...” (นางสาว ก อายุ 60 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กรกฎาคม 2560)

ซึ่งโดยรวมจากการสัมภาษณ์พบว่า รูปแบบของเนื้อหาที่แตกต่างกันนั้น ไม่ได้ทำให้คนที่ได้รับเกิดความรู้สึกที่แตกต่างกัน มีเพียงรูปแบบของเนื้อหาประเภท ภาพเคลื่อนไหว/ วิดีโอ เพียงรูปแบบ

เดียวที่สร้างความรู้สึกแตกต่างจากเนื้อหาในรูปแบบอื่น ๆ คือ มีทั้งคนที่รู้สึกที่น่าสนใจ เพราะเป็นรูปแบบที่มีการเคลื่อนไหวทำให้อยากดูมากกว่าภาพนิ่ง และก็มีทั้งคนที่รู้สึกที่ไม่ชอบเปิดเพราะมองว่าไม่ยากเปลืองอินเทอร์เน็ตของตนเอง

4.2.2 ประเภทของเนื้อหาและความรู้สึกต่อเนื้อหาที่ได้รับจากแอปพลิเคชันไลน์

ผู้สูงอายุใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารและการค้นหาข้อมูลที่น่าสนใจจากเนื้อหาที่ได้รับผ่านแอปพลิเคชันไลน์ โดยเนื้อหาที่ได้รับผ่านแอปพลิเคชันไลน์ จะหลากหลายกันไปขึ้นอยู่กับว่าผู้สูงอายุแต่ละคนเป็นสมาชิกของกลุ่มไลน์ประเภทไหน

จำนวนแต่ละประเภทของเนื้อหาที่ได้รับนั้นจะแปรเปลี่ยนไปตามประเภทของกลุ่มเป็นสมาชิกอยู่ เช่น กลุ่มเพื่อนสมัยเรียนซึ่งมีผู้ชายอยู่ด้วย จะมีสัดส่วนในเนื้อหาประเภทเรื่องทะเล่ ทั้งภาพนิ่งและวิดีโอแชทซึ่ง เยอะกว่าเนื้อหาประเภทอื่น ๆ แต่ถ้าเป็นกลุ่มกิจกรรมต่าง ๆ เนื้อหาส่วนใหญ่ก็จะเกี่ยวกับกิจกรรมของกลุ่มนั้น เช่น กลุ่มที่เน้นเรื่องสุขภาพ จะมีเนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลความรู้การดูแลสุขภาพ อาหารที่มีประโยชน์ เป็นต้น

โดยความรู้สึกที่มีต่อเนื้อหาต่าง ๆ เหล่านี้จะแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับอารมณ์ของผู้ที่ได้รับในช่วงเวลานั้น ๆ ด้วย โดยความรู้สึกต่อเนื้อหาต่าง ๆ จะมีผลกระทบไปถึงความรู้สึกต่อผู้ที่ส่งเนื้อหาเหล่านั้นด้วยเช่นกัน

จากข้อมูลที่ได้จากผู้สัมภาษณ์ มีเนื้อหาที่รับและส่งผ่านแอปพลิเคชันไลน์ แบ่งออกได้เป็น 8 ประเภท ดังนี้

1) เนื้อหาประเภทข้อมูลความรู้เรื่องสุขภาพ ข้อมูลสนับสนุนการทำกิจกรรม ข้อมูลเกี่ยวกับการดูแลตัวเองเรื่องความสวยงาม ที่อาจจะมาเป็นตัวหนังสือให้อ่านแบบยาว ๆ หรือ ภาพกราฟฟิคที่สรุปให้เห็นเป็นรูปภาพ หรือ ภาพเคลื่อนไหว/ วิดีโอ

นาง ฉ เป็นผู้สูงอายุที่มีความแอคทีฟมาก ๆ ปัจจุบันยังขับรถไปไหนมาไหนด้วยตนเองถึงแม้จะ อายุ 70 ปี แล้วก็ตาม มักจะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมที่มีประโยชน์ต่าง ๆ โดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ รวมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ อีกด้วย เนื่องจากเธอเป็นสมาชิกกลุ่มไลน์ประเภทให้ความรู้ การจัดกิจกรรม และการท่องเที่ยวต่าง ๆ ตามที่เธอเองให้ความสนใจ

“.. เป็นคนชอบทำกิจกรรมก็เลยติดตาม กับกลุ่มธรรมชาติ สสส. ศูนย์ศิลปะร่วมสมัย ก็จะได้ข้อมูลพวกกิจกรรม ...” (นาง ฉ อายุ 70 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 กรกฎาคม 2560)

ความรู้สึกต่อเนื้อหาประเภทให้ความรู้เรื่องสุขภาพ หรือความรู้ในเรื่องการดูแลตัวเอง ทำให้เกิดความรู้สึกดี ๆ กับคนที่สนใจในเนื้อหาประเภทนี้อยู่แล้ว แต่จะไม่รู้สึกอะไร ไม่สนใจในเนื้อหา นั่นเลย ถ้าเป็นคนที่ไม่ได้ชอบเรื่องประเภทนี้

2) เนื้อหาประเภทที่เกี่ยวกับธรรมะ อาจจะเป็นลักษณะ เนื้อหาตัวหนังสือยาว ๆ หรือ ภาพกราฟิกสรุปให้เป็นรูปภาพ หรือ ภาพการ์ตูนที่เขียนสั้น ๆ ให้เข้าใจธรรมะนั้น

ความรู้สึกต่อเนื้อหาประเภทที่เกี่ยวกับธรรมะ บางคนจะรู้สึกดีกับคนที่ส่งมา แต่ถ้าส่งเฉพาะเรื่องประเภทนี้บ่อย ๆ อาจจะรู้สึกคิดถึงคนที่ส่งมาในแบบที่รู้สึกว่าเป็นคนธรรมะธรรมโมจนมากเกินไปหรือเปล่า และสำหรับบางคนที่ไม่เห็นเนื้อหายาว ๆ ก็จะตัดสินใจไม่อ่านเลย

“... นอกจากรูปภาพที่เป็นพักทายมาเยอะที่สุด ก็มีเรื่องธรรมะยาว ๆ ส่งมา ที่จะไม่ชอบอ่านเพราะเห็นแล้วรู้สึกว่ายาวเกินไป” (นาง บ อายุ 67 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กรกฎาคม 2560)

3) เนื้อหาประเภทการสอนให้ประดิษฐ์ สร้างสรรค์ สอนให้ใช้สิ่งของบางอย่าง หรือ How To ต่าง ๆ สอนวิธีการทำงานบางอย่าง หรือ สอนวิธีการแก้ไขปัญหา ที่ส่วนใหญ่เป็นรูปแบบ ภาพกราฟิก ภาพเคลื่อนไหว หรือวิดีโอ

ความรู้สึกต่อเนื้อหาประเภทการสอนวิธีการทำงาน หรือ How To ส่วนใหญ่มักจะรู้สึกดี และถ้าชอบเนื้อหานั้นก็จะบันทึกเก็บไว้หรืออาจจะจดข้อมูลไว้ดูด้วย รวมถึงเก็บไว้พิจารณาส่งต่อให้กับคนที่เหมาะกับเนื้อหาแต่ละเรื่องอีกด้วย แต่สำหรับบางคนมีความรู้ในเชิงลึกเกี่ยวเรื่องนั้น ๆ เช่น ถ้ารู้ว่าเนื้อหานั้นใช้งานไม่ได้จริงตลอด หรือเป็นเนื้อหาที่ไม่ได้ถูกพิสูจน์ว่าใช้งานได้จริง ก็จะไม่สนใจหรือลบเนื้อหานั้นทิ้งไปเลย

“...ข้อมูลพวก How To เหล่านี้มักจะใช้ไม่ได้จริงตลอดนะ แต่นาน ๆ ที่ก็จะเจอของดีบ้าง ก็จะจดเก็บไว้เลยนะ และก็จะส่งต่อให้คนที่รู้จักด้วย...” (นาย ช อายุ 60 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 กรกฎาคม 2560)

การส่งต่อข้อมูลประเภทนี้บางครั้งก็มีการเลือกที่จะส่งให้เฉพาะกับคนที่มีความชอบในเรื่องที่เหมือนๆ กันด้วย ยกเว้นเรื่องบางเรื่องที่คิดว่าเป็นเรื่องที่ดีและมีประโยชน์มาก ๆ จริง ๆ จึงจะส่งโดยที่ไม่ได้คำนึงถึงคนรับว่าชอบหรือไม่

“... พวกนี้มีประโยชน์ ผมจะส่งให้ลูก ลูกของผมก็ชอบทำนุ่นทำนี่เหมือนผม ส่งไปให้เค้าเก็บไว้ทดลองทำดู ...” (นาย ค อายุ 62 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กรกฎาคม 2560)

4) เนื้อหาเกี่ยวกับการตกทาย เช่น สวัสดิ์ ลาก่อน ผันดี ราตรีสวัสดิ์ เป็นต้น

ความรู้สึกต่อเนื้อความประเภตกทาย ส่วนใหญ่จะมีความรู้สึกเฉย ๆ แต่มีความรู้สึกดี ๆ กับคนที่ส่งมา รู้สึกเหมือนว่าคนที่ส่งมาให้เรายังคงคิดถึงเราอยู่ เหมือนเรายังคงมีตัวตนและมีความสำคัญกับที่ส่งมา และที่สำคัญคือทำให้รู้ว่าคนที่ส่งมายังมีชีวิตเป็นปกติอยู่ เพราะวัยผู้สูงอายุเองก็มีความกังวลว่าเพื่อนฝูงจะมีการป่วยหรือมีการเสียชีวิตไปโดยที่ตนเองไม่ทราบ

“... ส่งมาบ่อย ๆ มันก็ดียังงั้นนะ ทำให้รู้ว่าเค้ายังอยู่ บางคนส่งมาทีนึงแล้วหายไปเลย ...”
(ร.ต.ท. ข อายุ 63 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กรกฎาคม 2560)

5) เนื้อหาประเภทการให้กำลังใจ ให้แรงบันดาลใจ รวมถึงคำคมต่าง ๆ โดยมีในรูปแบบของภาพกราฟฟิคที่เน้นดอกไม้ หรือภาพวิสวย ๆ หรือคำคมที่ทำเป็นรูปภาพให้อ่านง่าย

ความรู้สึกต่อเนื้อความประเภทให้กำลังใจ จะเกิดความรู้สึกดีกับคนที่ส่งมาให้ ที่ยังเห็นความสำคัญของเรา และจะเก็บไว้เพื่อพิจารณาส่งต่อให้กับคนที่เหมาะสมกับเนื้อหาประเภทนี้ต่อไป

“... สิ่งทีส่งต่อ ก็มีคำคมดี ๆ บ้างไรบ้าง เกี่ยวกับการดำเนินชีวิตบ้าง เรื่องกระตุ้นแรงบันดาลใจทั่ว ๆ ไป ...” (นาง ฉ อายุ 70 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 กรกฎาคม 2560)

6) เนื้อหาที่ได้รับเป็นเนื้อความประเภท การเตือนภัย ที่อาจจะเกิดขึ้นในรูปแบบต่าง ๆ เช่น มิจฉาชีพ หลอกหลวง ต้มตุ๋น ฉกชิง จี้ปล้น

ความรู้สึกต่อเนื้อความประเภทการเตือนภัย ผู้ที่ได้รับมีความรู้สึกดีกับเนื้อความ และรู้สึกดีกับคนที่ส่งมาให้ที่ยังคงห่วงใยในการดำเนินชีวิต ทำให้รู้จักระมัดระวังในการดำเนินชีวิต และพิจารณาส่งต่อให้กับคนอื่น ๆ เพื่อเป็นการเตือนด้วยเช่นกัน แต่บางครั้งเป็นเรื่องราวที่มีการส่งซ้ำ ๆ กับหลายกลุ่มไลน์ จนทำให้เกิดความเบื่อหน่ายบ้างเหมือนกัน

“... พวกความรู้อาชญากรรม การเตือนภัย เห็นว่ามีประโยชน์ก็จะเซฟไว้ หรือพวกอุบัติเหตุต่าง ๆ พวกนี้จะส่งต่อให้คนอื่น ๆ ด้วย ผมอยากเตือนไว้ให้ระวัง ...” (นาย ด อายุ 80 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 กรกฎาคม 2560)

7) เนื้อหาประเภทที่เป็นเรื่องทะเลาะ สองแสบสองง่าม เช่น ภาพนู้ด วิดีโอเซ็กซี่ การ์ตูนทะเลาะ

ความรู้สึกต่อเนื้อหาความประเภที่ทะเลาะ รู้สึกค่อนข้างรำคาญ เพราะคิดว่าไม่มีประโยชน์อะไรกับตัวเอง และบางครั้งก็เกิดความรู้สึกที่ไม่ดีกับคนที่ส่งด้วย ว่าอายุเยอะแล้วทำไมยังหมกมุ่นกับเรื่องแบบนี้ แต่สำหรับบางคนภายหลังได้ทำการสอบถามเพื่อน ๆ เพิ่มเติมจึงได้ข้อมูลเพิ่มเติมว่าบางคนก็ส่งมาเพียงเพราะต้องการแสดงให้คนอื่น ๆ รู้สึกว่าตัวเองยังแข็งแรงดีอยู่เท่านั้นเอง

นางสาว ง มองว่า เนื้อหาที่มาจากผู้หญิงส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องความสวยความงาม แต่ข้อมูลประเภทเรื่องทะเลาะต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะถูกส่งกันในกลุ่มไลน์ที่มีผู้ชายอยู่ด้วย ซึ่งจะเป็นสัดส่วนที่ถูกส่งกันจำนวนเยอะเมื่อเทียบกับการส่งเนื้อหาประเภทอื่น ๆ แต่มักจะถูกส่งมาจากบุคคลเพียงไม่กี่คนในกลุ่มไลน์นั้น ๆ ซึ่งก็สร้างความรำคาญให้กับคนที่ไม่ได้ชื่นชอบเนื้อหาประเภทดังกล่าว

“.. พวกผู้ชายนี้ชอบส่งพวกรูปทะเลาะ ๆ มา บางทีในกลุ่มมีไม่กี่คนหรอก แต่ขยันส่งกันจัง บางทีก็นำรำคาญนะ ...” (นางสาว ง อายุ 62 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กรกฎาคม 2560)

8) เนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องตลกขบขัน เช่น ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว การ์ตูน เนื้อเรื่องยาว ๆ

ความรู้สึกต่อเนื้อหาความประเภตลกขบขัน ผู้ที่ได้รับจะรู้สึกดี ถ้าเรื่องนั้นเป็นตลกที่เข้าใจได้ง่าย ทุก ๆ คนเข้าใจเหมือน ๆ กัน แต่บางครั้งเป็นตลกของต่างชาติที่คนได้รับไม่รู้สึกว่าตลก ก็จะรู้สึกไม่ค่อยดีเพราะไม่เข้าใจว่าตลกอย่างไร

“.. พวกตลกข้ามัน ดินะทำให้สนุกดี แต่บางทีมันเป็นของต่างชาติ ได้รับมาแล้วมันไม่รู้เรื่องไม่เข้าใจว่า มันตลกตรงไหน มันต้องเป็นเรื่องที่คนทั่วไปเข้าใจง่าย ๆ นะ แบบพวก ชาร์ลี แชนปลิน อะไรอย่างนั้น...” (นาย ค อายุ 62 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กรกฎาคม 2560)

ซึ่งจากข้อมูลที่ได้รับมาในทุกประเภที่นั้น ข้อมูลที่ถูกตัดสินใจส่งต่อผ่านแอปพลิเคชันไลน์ ก็จะขึ้นอยู่กับพื้นฐานของคนที่ส่งว่าแต่ละคนชอบและสนใจในเนื้อหาประเภทไหน โดยอาจจะเป็นผลมาจากอาชีพก่อนการเกษียณก็ได้ เช่น คนที่เคยทำงานเป็นตำรวจมาก่อน นิยมส่งต่อเนื้อหาประเภทเตือนภัย คนที่สนใจเรื่องดูแลสุขภาพ นิยมส่งข้อมูลที่มีประโยชน์ในเรื่องการดูแลสุขภาพ หรือคนที่ชอบประดิษฐ์งานก็มักจะนิยมส่งเนื้อหาประเภท How To ให้กับคนอื่น ๆ เช่นกัน

นาย ข เป็นคนที่ไม่ค่อยส่งต่อข้อมูลต่าง ๆ มากนักเพราะกลัวว่าจะส่งข้อมูลที่ไม่ถูกต้องออกไปจะทำให้เกิดความผิดพลาดกับคนอื่น ๆ ได้ เพราะบางคนเมื่อเชื่อแล้วจะทำตามความเชื่อนั้น ๆ

เดียวจะเป็นอันตรายไป เช่น ข้อมูลการใช้อาหารบางอย่างที่เชื่อกันว่ารักษาโรคบางอย่างได้ แต่ในความเป็นจริงแล้วเป็นการทำลายสุขภาพมากกว่าการรักษาโรค ซึ่งสิ่งที่ นาย ช จะตัดสินใจส่งต่อไปให้คนอื่น ๆ นั้น จะต้องมั่นใจว่ามีความถูกต้องและเป็นประโยชน์กับผู้ที่ได้รับข้อมูลนั้นจริง ๆ

“.. ข้อมูลต้องน่าเชื่อถือ ไม่ทำให้คนที่รับเข้าใจผิด หรือทำผิดพลาดไป ถ้าอะไรที่ไปจากผมนะ ต้องสกรีนก่อนส่ง แต่คนอื่นผมไม่รู้...” (นาย ช อายุ 60 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 กรกฎาคม 2560)

เนื้อหาที่ผู้สูงอายุได้รับผ่านแอปพลิเคชันไลน์จะมีความหลากหลาย ขึ้นอยู่กับว่าผู้สูงอายุแต่ละคนเป็นสมาชิกของกลุ่มไลน์ประเภทใด โดยจำนวนของเนื้อหาแต่ละประเภทก็จะขึ้นอยู่กับจำนวนสมาชิกในกลุ่มไลน์นั้น ๆ ด้วยว่าเป็นสมาชิกประเภทใดมากก็จะทำให้จำนวนสัดส่วนของเนื้อหาที่น้ำหนักเปลี่ยนแปลงไปตามสมาชิกในกลุ่ม และความรู้สึกต่อเนื้อหาในแต่ละประเภทก็มีความแตกต่างกันไป แต่ประเด็นสำคัญคือ ความรู้สึกนั้นจะเป็นความรู้สึกต่อผู้ที่ส่งเนื้อหานั้น ๆ อีกด้วย

4.3 ผลการศึกษาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุสมาคมบ้านปันรัก

ผู้สูงอายุที่ได้มีการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มาเป็นระยะเวลามากกว่า 6 เดือน และมีการใช้งานอย่างสม่ำเสมอในทุก ๆ วัน ทุกคนให้ความคิดเห็นว่าแอปพลิเคชันไลน์เหมาะสมและมีประโยชน์กับกลุ่มผู้สูงอายุ โดยมองถึงประโยชน์จากการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ดังนี้

1) การกระจายข้อมูลที่ทำได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้สูงอายุได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในวงกว้างในเวลาไม่นาน

นาย น เป็นคนมีอารมณ์ขัน มักจะมีความสุขในการที่ได้ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนฝูงคนอื่น ๆ มองว่าแอปพลิเคชันไลน์ ช่วยให้ตนเองเป็นคนทันสมัย สามารถรับรู้เรื่องราวข่าวสารได้รวดเร็ว เวลาไปคุยกับคนอื่นก็จะได้คุยกับคนอื่นรู้เรื่อง และที่สำคัญคือช่วยให้มีสังคมกว้างขึ้น รู้จักเพื่อนใหม่ ๆ จากกลุ่มไลน์มากขึ้นอีกด้วย

“... ใช้ไลน์ดีนะ ได้รู้จักเพื่อนจากกลุ่มไลน์มากขึ้นด้วยนะ” (นาย น อายุ 62 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 กรกฎาคม 2560)

2) ช่วยทำให้ผู้ที่ใช้แอปพลิเคชันไลน์สามารถประหยัดค่าโทรศัพท์ได้ โดยการใช้ส่งข้อความและการใช้ฟังก์ชันโทรศัพท์แทนการโทรศัพท์แบบปกติ

นาง บ มองว่าประโยชน์อีกอย่างที่สำคัญมากของการที่ใช้แอปพลิเคชันไลน์ นอกจากจะเป็นส่งข้อความหรือเนื้อหาต่าง ๆ นั่นคือ การใช้ฟังก์ชันการโทรศัพท์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์ได้ฟรี โดยไม่ต้องเสียค่าโทรศัพท์

“... เรื่องที่ชอบมากอีกอย่างคือ ชอบที่โทร.ไลน์ ได้ฟรี ไม่ต้องเสียค่าโทร.เพิ่ม...” (นาง บ อายุ 67 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กรกฎาคม 2560)

ร.ต.ท. ข มองว่าแอปพลิเคชันไลน์เป็นสิ่งที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้สูงอายุด้วยเรื่องของความสะดวก และประโยชน์จากการใช้งาน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการรวดเร็ว การเก็บข้อมูลไว้ได้ และประหยัดค่าโทรศัพท์ โดยการใช้การโทรศัพท์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์แทน แต่ทั้งนี้ผู้สูงอายุที่มีการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์เองจะต้องใช้งานให้เป็น ควบคุมตัวเองให้เหมาะสมไม่หมกมุ่นมากเกินไปจนเสียเวลาในการทำอย่างอื่น

“... ไลน์เหมาะกับผู้สูงอายุนะ แต่ต้องใช้งานเป็น ไม่หมกมุ่นจนเกินไป” (ร.ต.ท. ข อายุ 63 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กรกฎาคม 2560)

3) ทำให้ผู้สูงอายุสามารถรับรู้ข้อมูลของเพื่อนฝูงในวัยเดียวกันได้ง่าย เพราะไม่ได้สะดวกในการเดินทางไปมาหาสู่กันบ่อย ๆ ด้วยสุขภาพไม่เอื้ออำนวย และหากใครหายไปก็จะได้หาทางติดต่อเพื่อให้มั่นใจว่ายังคงปลอดภัยดีอยู่

“... ไลน์ก็เหมาะกับกลุ่มผู้สูงอายุนะ ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไป ส่งไลน์ไปนิดเดียวก็รู้เรื่องแล้วยังอายุมากขึ้นก็อาจจะเดินทางไม่สะดวกด้วย” (นาง บ อายุ 67 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กรกฎาคม 2560)

4) แอปพลิเคชันไลน์ช่วยเก็บข้อมูลที่มีประโยชน์ไว้ได้ เมื่อต้องการใช้ค่อยเข้ามาเปิดดูทีหลัง และสามารถบันทึกเข้าคอมพิวเตอร์ได้ด้วย

ถึงแม้นางสาว ง จะมองว่าแอปพลิเคชันไลน์เป็นเหมือนของเล่น ที่สามารถนำมาเล่นให้เกิดความสนุกสนานได้ แต่ก็ยังมองว่าประโยชน์ในเรื่องของข้อมูลและข่าวสารต่างๆ นับเป็นสิ่งที่ดี รวมถึงถ้ามีข้อมูลที่สามารถนำไปใช้งานต่อได้ในชีวิตประจำวัน จะบันทึกเก็บไว้ในคอมพิวเตอร์ส่วนตัวเพื่อเก็บไว้ใช้งานในโอกาสต่อไปและช่วยไม่ทำให้ความจำในเครื่องโทรศัพท์เต็ม

“.. ข้อมูลนี้จะเซฟเก็บไว้ในพีซีเลย แล้วถ้าวันไหนว่าง ๆ ก็เลยแยกประเภทเก็บไว้ เพื่อวันหลังเอาไว้ดูได้ ...” (นางสาว ง อายุ 62 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กรกฎาคม 2560)

5) แอปพลิเคชันไลน์มีฟังก์ชันการใช้งานหลายอย่างที่สร้างความสนุกสนานให้กลุ่มผู้สูงอายุได้ จึงสามารถช่วยคลายเหงาให้กับผู้สูงอายุที่ส่วนใหญ่อยู่บ้านได้

นางสาว จ มองแอปพลิเคชันไลน์ว่าเป็นอีกหนึ่งในเครื่องมือที่ช่วยแก้เหงาให้กับกลุ่มผู้สูงอายุ ที่มีเวลาว่างเยอะได้เป็นอย่างดี เหมือนยังมีการติดต่อกับเพื่อนฝูงได้ตลอดเวลา

“... เหมาะกับผู้สูงอายุนะ เพราะช่วยแก้เหงาได้ดี ผู้สูงอายุมักจะมีเวลาว่างเยอะ จะได้ใช้ไลน์ ในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนฝูง...” (นางสาว จ อายุ 80 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 กรกฎาคม 2560)

ซึ่งจากการที่มองถึงประโยชน์ในการใช้งานของแอปพลิเคชันไลน์นั้น ผู้สูงอายุจะมองใน มุมมองที่ไม่ได้มีความแตกต่างกันมากนัก แต่จากการสังเกตแล้วผู้สูงอายุที่เคยทำงานประเภทที่ แตกต่างกันจึงจะมีมุมมองที่แตกต่างกันบ้าง เช่น คนที่เคยทำงานเป็นตำรวจและวิศวกรมาก่อนจะมอง ถึงประโยชน์ที่เป็นเรื่องของการนำไปใช้งานได้จริง และเรื่องความถูกต้องของข้อมูลอยู่ในอันดับต้น ๆ ในขณะที่อาชีพอื่น ๆ มักจะมองประโยชน์ในเรื่องของการติดต่อสื่อสารและความสนุกสนาน เป็น อันดับต้น ๆ

และจากผลการศึกษายังพบอีกว่ากลุ่มผู้สูงอายุมีความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ในประเด็นที่ใกล้เคียงกัน จึงสรุปรวมเป็น 8 ประเด็น ดังนี้

- 1) แอปพลิเคชันไลน์เป็นแอปพลิเคชันที่ใช้งานได้ง่าย เรียนรู้ได้เร็ว
- 2) สามารถติดต่อ หรือส่งข้อมูลได้ครั้งละจำนวนมากได้โดยการใช้ ไลน์กลุ่ม ทำให้เกิดความ รวดเร็วในการสื่อสาร
- 3) ข้อมูลที่ส่งออกไปหรือข้อมูลที่ได้รับมา สามารถเก็บไว้ดูตอนที่สะดวก สามารถรู้ได้ว่าอีก ฝ่ายต้องการสื่อสารอะไร ไม่เหมือนโทรศัพท์ที่ถ้าไม่ได้คุยก็จะไม่รู้ว่าการสื่อสารอะไร
- 4) ได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับการดำเนินชีวิตของตัวเอง
- 5) ได้รับข้อมูลที่ทันสมัยรวดเร็ว โดยไม่ต้องไปอ่านข่าวหนังสือพิมพ์หรือดูข่าวจากรายการ โทรทัศน์
- 6) เป็นเครื่องมือช่วยคลายเครียด หรือแก้เหงาได้
- 7) แอปพลิเคชันไลน์มีฟังก์ชันการโทรศัพท์ผ่านไลน์ ได้โดยไม่ต้องเสียค่าโทรศัพท์
- 8) แอปพลิเคชันไลน์สามารถเพิ่มเพื่อน ๆ เข้ามาในแอปพลิเคชันไลน์ได้ง่ายจากเบอร์ โทรศัพท์ที่เก็บไว้ในเครื่องได้ทั้งหมด

นางสาว ก เริ่มต้นใช้แอปพลิเคชันไลน์มาตั้งแต่ตอนที่ยังทำงานอยู่ เพราะรู้สึกว่าใช้งานง่าย เรียนรู้ไม่นานก็สามารถใช้งานได้ไม่ยาก และสามารถใช้ฟังก์ชันการเพิ่มเพื่อนในแอปพลิเคชันไลน์ด้วย เบอร์โทรศัพท์ที่มีแล้วอยู่แล้วในเครื่องได้อีกด้วย

“.. ชอบที่ไลน์ใช้งานง่าย Add เพื่อน ๆ จากเบอร์โทร.ในเครื่องได้ที่เดียวทั้งหมดเลย ...”

(นางสาว ก อายุ 60 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กรกฎาคม 2560)

นาย ด เป็นคนสนใจข่าวสาร และชอบหาข้อมูลเรื่องข่าวจากสื่อต่าง ๆ เมื่อก่อนจะใช้อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ และดูข่าวจากรายการข่าวทางโทรทัศน์นั้น ในปัจจุบันได้เปลี่ยนไปอ่านข่าวจากไลน์กลุ่มที่มีการอัปเดตเข้ามาอย่างรวดเร็วกว่าการติดตามทางสื่อประเภทเดิม ๆ

“.. เพื่อนผมคนหนึ่งจะส่งข่าวมาให้อ่านเป็นประจำ แรก ๆ ผมไปอ่านหนังสือพิมพ์ก็เจอข่าวนี้ซ้ำกัน พอไปดูรายการข่าวในทีวีก็ซ้ำกันอีก จนตอนนี้ผมอ่านข่าวจากที่เพื่อนคนนี้ส่งมา ไม่ไปอ่านหนังสือพิมพ์หรือดูข่าวในทีวีแล้ว มันเร็วกว่าด้วย ...” (นาย ด อายุ 80 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 กรกฎาคม 2560)

และสำหรับในส่วนที่ผู้สูงอายุไม่พึงพอใจนั้น ไม่ได้มาจากแอปพลิเคชันไลน์โดยตรง แต่เป็นประเด็นอื่น ๆ ที่เป็นเรื่องเกี่ยวเนื่องกัน เช่น

- 1) สัญญาณอินเทอร์เน็ตไม่เสถียร บางพื้นที่ไม่มีสัญญาณจึงไม่สามารถใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ได้
- 2) คนที่ใช้แอปพลิเคชันไลน์บางคน ต้องการหลอกลวงคนอื่น ๆ เพื่อผลประโยชน์ของตัวเอง
- 3) ข้อมูลที่ส่งผ่านแอปพลิเคชันไลน์มา ในบางครั้งเป็นเรื่องที่ไม่อยากดู หรือบางครั้งเป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้อง
- 4) กลุ่มไลน์บางกลุ่มมีการส่งข้อมูลจำนวนมาก หรือได้รับข้อมูลซ้ำ ๆ กันจากหลายกลุ่มไลน์ จนทำให้รำคาญและต้องลบที่หลังจนรู้สึกว่าเป็นการเสียเวลา

นาย ค เป็นคนที่ตอนใช้แอปพลิเคชันไลน์ครั้งแรก ๆ ไม่ค่อยได้รับข้อมูลอะไรมากมายนัก แต่ปัจจุบันนี้หลังจากที่ใช้งานมาประมาณ 1 ปี ก็กลายเป็นกลับด้านกัน คือ ได้รับข้อมูลในจำนวนมาก รวมถึงข้อมูลเดียวกันจากหลายกลุ่มไลน์ และหลายข้อมูลเป็นข้อมูลที่ไม่อยากได้

“...ตอนนี้บางทีได้รับข้อมูลจำนวนมากเกินไป ที่สำคัญบางทีเป็นข้อมูลที่เราไม่ได้อยากรับด้วย ต้องเสียเวลามานั่งลบอีก บางกลุ่มก็ส่งกันวันหนึ่งเป็นร้อย ๆ เลย ...” (นาย ค อายุ 62 ปี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กรกฎาคม 2560)

จะเห็นว่าผู้สูงอายุมีความรู้สึกที่ดีและมีความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ โดยเฉพาะความพึงพอใจในเรื่องของความง่ายและความรวดเร็ว ซึ่งต่างก็เห็นเช่นเดียวกันว่าการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ มีประโยชน์มากกว่าโทษ ถึงแม้ว่าจะมีความไม่พึงพอใจในเรื่องของข้อมูลซ้ำซ้อน และไม่ถูกต้อง แต่ก็ยังคงมองว่าแอปพลิเคชันไลน์เหมาะสมและตอบรับสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มผู้สูงอายุได้เป็นอย่างดี แต่กลุ่มผู้สูงอายุเองจะต้องรู้จักใช้งานให้ถูกต้องและเหมาะสม



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษา พฤติกรรมการใช้และผลที่ได้รับต่อชีวิตและจิตใจจากแอปพลิเคชันไลน์ ของกลุ่มผู้สูงอายุสมาคมบ้านปันรัก ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษา

- 1) พฤติกรรมการใช้สื่อแอปพลิเคชันไลน์ ของผู้สูงอายุสมาคมบ้านปันรัก
- 2) เนื้อหาและความรู้สึกที่มีต่อเนื้อหาที่เปิดรับผ่านแอปพลิเคชันไลน์ ของผู้สูงอายุสมาคมบ้านปันรัก
- 3) การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ของผู้สูงอายุสมาคมบ้านปันรัก

งานวิจัยเรื่องนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เป็นการเก็บข้อมูล มีการสัมภาษณ์และประมวลผลข้อมูลในช่วงเวลา วันที่ 1 กรกฎาคม – 31 สิงหาคม พ.ศ. 2560 โดยสรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

- 5.1.1 พฤติกรรมการใช้สื่อแอปพลิเคชันไลน์ ของผู้สูงอายุสมาคมบ้านปันรัก จากผลการศึกษาพบว่าผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการใช้สื่อแอปพลิเคชันไลน์ ดังนี้

- 1) ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันไลน์
ผู้สูงอายุมีการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์เป็นประจำในทุก ๆ วัน โดยมีการใช้งานบ่อย ๆ เมื่อมีเวลาว่าง และในแต่ละวันมีการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์รวมเป็นระยะเวลา 1-4 ชั่วโมงต่อวัน
- 2) การส่งต่อข้อมูลผ่านแอปพลิเคชันไลน์
ผู้สูงอายุได้รับข้อมูลผ่านแอปพลิเคชันไลน์เป็นจำนวนมาก โดยแบ่งเป็นรูปแบบ และเนื้อหา ที่หลากหลาย ซึ่งจะตัดสินใจส่งต่อข้อมูลผ่านแอปพลิเคชันไลน์นั้นจะตัดสินใจจากคนที่ส่งต่อ ว่าเป็นคนลักษณะใด และเหมาะสมกับข้อมูลที่จะส่งต่อหรือไม่ ถ้าหากว่าเหมาะสมก็จะตัดสินใจส่งต่อ
- 3) บทบาทของแอปพลิเคชันไลน์
แอปพลิเคชันไลน์นอกจากจะทำหน้าที่เป็นบทบาทการเป็นตัวกลางในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลของผู้สูงอายุแล้ว ยังคงเป็นเสมือนแหล่งข้อมูลที่มีประโยชน์ในการดำเนินชีวิต และเป็นเสมือนของเล่นเพื่อช่วยแก้เหงาหรือคลายเครียดอีกด้วย

5.1.2 เนื้อหาและความรู้สึกที่มีต่อเนื้อหาที่เปิดรับผ่านแอปพลิเคชันไลน์ ของผู้สูงอายุสมาคม บ้านปันรัก

ผู้สูงอายุได้รับข้อมูลที่มีเนื้อหาหลากหลายผ่านแอปพลิเคชันไลน์ โดยความรู้สึกต่อเนื้อหาต่าง ๆ เหล่านี้ก็จะแตกต่างกันออกไป รวมถึงความรู้สึกนั้นจะส่งผลไปถึงความรู้สึกต่อผู้ส่งข้อมูลมาด้วย เช่น เนื้อหาประเภททักทาย และ ให้กำลังใจ จะมีความรู้สึกดีกับทั้งเนื้อหาและผู้ส่งว่ามีความระลึกถึงจึงได้ส่งข้อมูลที่มีเนื้อหาประเภทนี้มาให้ หรือ เนื้อหาประเภทให้ความรู้ สอนวิธีการแก้ปัญหา การประดิษฐ์สิ่งของต่าง ๆ จะมีความรู้สึกดีกับเนื้อหาและผู้ส่ง หากเนื้อหาเรื่องใดที่ชอบมากจะบันทึกเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เก็บไว้ในมือถือ บางคนเก็บไว้ในคอมพิวเตอร์ บางคนจะจดบันทึก และยังพิจารณาเลือกเพื่อส่งต่อให้กับกลุ่มคนที่น่าจะชื่นชอบเนื้อหาประเภทนี้อีกด้วย แต่หากเป็นเนื้อหาประเภททะเลาะสองแง่สองง่าม ก็จะไม่มีความรู้สึกที่ไม่ค่อยดีกับทั้งข้อมูลและคนที่ส่งด้วย เพราะเนื่องจากกลุ่มนี้เป็นผู้สูงอายุจึงรู้สึกว่าอายุรุ่นนี้แล้วควรจะลดเรื่องประเภทนี้ลงบ้างนั่นเอง

5.1.3 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ของผู้สูงอายุสมาคมบ้านปันรัก

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุรู้สึกว่าการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีประโยชน์กับตนเอง ในประเด็นของ ความสะดวกรวดเร็ว ประหยัด และเป็นเครื่องมือให้ข้อมูลความรู้ที่เป็นประโยชน์ รวมถึงได้รับความสนุกสนานคลายเหงา

โดยผู้สูงอายุพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในเรื่องที่เป็นแอปพลิเคชันที่ใช้งานได้ง่าย สะดวกในการส่งข้อมูลครั้งละหลาย ๆ คน โดยที่ไม่เปลืองค่าโทรศัพท์ มีข้อมูลข่าวสารที่อัปเดตให้อย่างรวดเร็ว และสามารถเพิ่มเพื่อน ๆ ได้จากเบอร์โทรศัพท์ได้

ในขณะเดียวกันยังคงมีบางเรื่องที่ผู้สูงอายุที่ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ยังเกิดความไม่พึงพอใจ ซึ่งในความเป็นจริงแล้วอาจจะไม่ได้เกี่ยวกับแอปพลิเคชันไลน์โดยตรง แต่เป็นความไม่พึงพอใจในขณะใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ นั่นคือ เรื่องของสัญญาณอินเทอร์เน็ต และการได้รับข้อมูลที่ ช้า ๆ กัน จากหลายกลุ่มไลน์

5.2 การอภิปรายผล

จากการศึกษาในครั้งนี้ได้พบประเด็นต่าง ๆ ที่น่าสนใจหลายประเด็นด้วยกัน โดยแต่ละประเด็น จะมีส่วนที่เหมือน ส่วนที่แตกต่าง และส่วนที่เสริมเนื้อหา จากงานวิจัยที่ใกล้เคียงอื่น ๆ

5.2.1 ประเด็นเรื่องพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์

ผู้สูงอายุใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือและแท็บเล็ตมากที่สุด โดยรู้จักแอปพลิเคชันไลน์จากครอบครัวรุ่นที่เป็นลูกหลานและเพื่อนฝูงแนะนำให้ใช้งาน มีการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเพื่อนฝูงมากที่สุด รองลงมาจึงจะเป็นกลุ่มครอบครัว ซึ่งในประเด็นของกลุ่มหลักที่มีสื่อสารผ่าน

แอปพลิเคชันไลน์จะแตกต่างจากการศึกษาของ กิรณา สมวาทสรณ์ (2559) ที่ได้ทำการศึกษา พฤติกรรมการสื่อสารกับการส่งต่อข้อมูลผ่านแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ พบว่า มีการสื่อสารผ่าน อุปกรณ์โทรศัพท์มือถือจำนวนมากที่สุด และผู้สูงอายุนิยมติดต่อสื่อสารกับกลุ่ม ลูกหลาน ญาติ พี่น้อง มากที่สุด ซึ่งนั่นทำให้เห็นวาระยะเวลาผ่านไปเพียงไม่ถึง 1 ปี ยังทำให้พฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุเปลี่ยนแปลงไป น่าจะสืบเนื่องมาจากเพื่อนฝูงในวัยเดียวกันรู้จักการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มากขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา ทำให้การใช้งานติดต่อกับเพื่อนฝูงมากกว่าบุคคลใน ครอบครัว ซึ่งในอนาคตข้างหน้าพฤติกรรมเหล่านี้ก็อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงไปได้อีก

พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุจะแตกต่างกัน ด้วยรูปแบบการดำเนิน ชีวิตที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นความถี่ในการใช้งาน เนื้อหาที่ได้รับและการส่งต่อ รวมถึงบทบาทการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในชีวิตประจำวัน แต่ไม่ได้แตกต่างกันที่เพศหรือการศึกษา ซึ่งในส่วนนี้จะไม่ สอดคล้องกันกับผลการศึกษาของ เอกพล รุ่งโรจน์กิจกุล (2557) ที่ได้สรุปผลการศึกษาไว้ว่าเพศที่ แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุแตกต่างกัน โดยเพศหญิงมี พฤติกรรมการใช้งานความถี่มากกว่าเพศชาย

5.2.2 ประเด็นเรื่องเนื้อหาและความรู้สึก ที่มีต่อเนื้อหาที่เปิดรับผ่านแอปพลิเคชันไลน์

เนื้อหาที่กลุ่มผู้สูงอายุได้รับผ่านแอปพลิเคชันไลน์มีหลากหลายรูปแบบ และหลายประเภท เนื้อหา ความรู้สึกสำหรับรูปแบบต่าง ๆ โดยส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกันยกเว้นรูปแบบที่เป็น ภาพเคลื่อนไหวหรือวิดีโอ ที่ส่งผลกับความรู้สึก ทั้งในด้านที่ดึงดูดความสนใจน่าเปิดดู และด้านที่มี ความรู้สึกไม่อยากเปิดเพราะเกรงว่าจะเปลืองโควตาอินเทอร์เน็ตของตน และสำหรับเนื้อหาแต่ละ ประเภททำให้เกิดความรู้สึกที่แตกต่างกันไปแล้วแต่ประเภทของเนื้อหานั้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ ความรู้สึกต่อคนที่ส่งเนื้อหานั้น ๆ มาด้วย ซึ่งจะเป็นไปตามแนวคิดเรื่องเนื้อหาที่มีคุณค่า (Value Content) (Jefferson & Tanton, 2015) ซึ่งจะต้องมีประโยชน์สามารถตอบโจทย์ความต้องการของ กลุ่มเป้าหมาย สร้างความรู้สึกหรือแรงบันดาลใจ สร้างขึ้นมาอย่างถูกต้อง , เกี่ยวข้องและมี ความหมายกับกลุ่มเป้าหมาย และเหมาะสมกับจังหวะช่วงเวลานั้น ๆ โดยความรู้สึกจะเกิดขึ้นอย่าง รวดเร็วและชัดเจน เพราะแอปพลิเคชันไลน์เป็นรูปแบบหนึ่งจาก 7 ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ นั่น คือ รูปแบบเครือข่ายที่เชื่อมต่อกันระหว่างผู้ใช้ (Peer to Peer: P2P) โดยเป็นเครือข่ายสังคม ออนไลน์ที่เชื่อมต่อระหว่างเครื่องของผู้ใช้งานด้วยกันเองโดยตรง จึงทำให้เกิดการสื่อสารข้อมูลได้ อย่างรวดเร็วและตรงถึงผู้ใช้งานได้ทันที (พรรณวดี ลักขวิสุทธิ, 2557)

5.2.3 ประเด็นเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากแอปพลิเคชันไลน์

ผู้สูงอายุที่ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีการใช้ประโยชน์ในเรื่องการส่งข้อมูลได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และใช้เป็นที่พักข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง โดยผู้สูงอายุต่างก็มีความพึงพอใจกับการใช้ งานแอปพลิเคชันไลน์ในเรื่องของการใช้งานง่าย สะดวกรวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่าย เช่นเดียวกับที่

เอกพล รุ่งโรจน์กิจกุล (2557) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า ไลน์ช่วยให้เกิดความสะดวกในการทำงาน เป็นเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันไลน์

ผู้สูงอายุได้รับความพึงพอใจจากการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ โดยให้ความพึงพอใจในเรื่องของการได้รับข้อมูลข่าวสารที่มีทั้งสาระและความบันเทิง ความต้องการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนฝูง การต้องการเป็นคนทันสมัยไม่ตกยุคไม่อยากเป็นคนหลังเขาที่จะคุยกับเพื่อนฝูงไม่รู้เรื่อง เหล่านี้สอดคล้องกับการที่ Katz และคณะ (1973 อ้างใน สมภพ ตีรตะนยะประคม, 2542, หน้า 19-20) ได้กล่าวไว้ว่า ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ นั้นจะเน้นและให้ความสำคัญกับผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งมีความต้องการ 5 รูปแบบคือ

- 1) ความต้องการที่จะรู้
- 2) ความต้องการด้านอารมณ์
- 3) ความต้องการการไม่แปลกแยก
- 4) ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และ
- 5) ความต้องการที่ปลดปล่อยตัวจากความตึงเครียด

ซึ่งหลัก ๆ แล้วความพึงพอใจจากการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุนั้น เพราะได้ใช้งานเพื่อตอบ สอนองความต้องการของตนเองทั้ง 5 ข้อดังกล่าว

5.2.4 ประเด็นเรื่องการพิจารณาตัดสินเนื้อหาเพื่อส่งต่อผ่านแอปพลิเคชันไลน์

การที่ผู้สูงอายุตัดสินใจส่งต่อข้อมูลใดผ่านแอปพลิเคชันไลน์นั้น จะตัดสินใจจากปัจจัยของคุณค่าของเนื้อหานั้นเป็นหลัก แล้วจึงพิจารณาจากผู้ที่จะรับ ว่าชอบเนื้อหาประเภทนั้นหรือไม่ หรือถ้าเห็นว่าเนื้อหานั้น ๆ มีประโยชน์เป็นอย่างมากในภาพรวมอยู่แล้ว ก็จะตัดสินใจส่งต่อโดยไม่ต้องคำนึงถึงความชอบของผู้ที่จะรับเนื้อหานั้น ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิดในเรื่อง การนำเสนอเนื้อหาที่มีคุณค่า (Value Content) ซึ่งเป็นเนื้อหาที่ประกอบด้วยคุณลักษณะ 5 ประการดังต่อไปนี้ (Jefferson & Tanton, 2015)

- 1) Helpful – มีประโยชน์สามารถตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- 2) Entertaining – สร้างความอารมณ์ความรู้สึกหรือสร้างแรงบันดาลใจ
- 3) Authentic – เป็นเรื่องที่เป็นต้นฉบับและมีความถูกต้อง
- 4) Relevant – เกี่ยวข้องและมีความหมายกับกลุ่มเป้าหมาย
- 5) Timely – เหมาะสมกับช่วงเวลานั้น ๆ

เมื่อเนื้อหาใดที่ได้รับมา ถูกตัดสินว่าเป็นเนื้อหาที่มีคุณค่าตามคุณลักษณะดังกล่าว จึงจะพิจารณาส่งต่อเนื้อหานั้นผ่านแอปพลิเคชันไลน์ให้กับคนอื่นต่อไป แต่หากเนื้อหาใดที่ได้รับมาถูกตัดสินว่าเป็นเนื้อหาที่ไม่มีคุณค่าพอ โดยอาจจะขาดคุณลักษณะบางประการ เช่น ไม่เป็นประโยชน์ ไม่ตอบ

โจทย์ความต้องการ หรือ ไม่สามารถยืนยันได้ว่ามีความถูกต้อง ผู้สูงอายุจะไม่มี การส่งต่อเนื้อหา นั้นผ่านแอปพลิเคชันไลน์ให้กับคนอื่นต่อ

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ได้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้สื่อ เนื้อหาที่ใช้ในสื่อ ความรู้สึก และการใช้ประโยชน์ เนื้อหาประเภทต่าง ๆ ที่มีการส่งผ่าน แอปพลิเคชันไลน์ ซึ่งสามารถนำมาพัฒนาให้เป็นประโยชน์และปรับใช้ได้หลายด้านดังนี้

5.3.1 สำหรับผู้สูงอายุที่มีการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์นั้นเริ่มจากการที่ใช้งานไม่เป็นและไม่ค่อยกล้าใช้งานเพราะกลัวจะผิดพลาดอะไรไปแล้วแก้ไขไม่เป็น และพบว่ากลุ่มเพื่อนฝูงของผู้สูงอายุใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ไม่เป็นอีกจำนวนมาก ดังนั้นการที่มีคนสอนเรื่องวิธีการใช้งานให้อย่างกว้างขวางมากกว่านี้ ก็น่าจะทำให้จำนวนผู้สูงอายุที่ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีมากขึ้นกว่านี้

5.3.2 เนื่องจากข้อมูลที่เป็นความรู้ หรือ การเตือนภัยต่าง ๆ เป็นที่ได้รับความรู้สึกที่ดีจากกลุ่มผู้สูงอายุ และได้รับการพิจารณาที่จะส่งต่อไปให้คนอื่น ๆ อีกด้วย และผู้สูงอายุมองว่าการหาข้อมูลที่มีประโยชน์จากแอปพลิเคชันไลน์เป็นเรื่องง่าย ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนที่ต้องการให้ข้อมูลในเรื่องที่ผู้สูงอายุควรรู้และควรระมัดระวัง ควรจัดทำเป็นรูปแบบภาพหรือกราฟิกและจัดส่งให้กลุ่มต่าง ๆ เพื่อให้กระจายไปยังกลุ่มผู้สูงอายุได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง รวมถึงจะช่วยประหยัดงบประมาณมากกว่าการจัดทำโปสเตอร์กระดาษหรือแผ่นพับที่ใช้แจกตามหมู่บ้านหรือกลุ่มต่าง ๆ

5.3.3 สิ่งที่ผู้สูงอายุต้องการจากการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์นอกเหนือจากสิ่งที่เราเห็นในเรื่องของการรับและการส่งข้อมูล การติดต่อสื่อสาร แล้วนั้น ยังมีสิ่งที่ซ่อนอยู่เบื้องหลัง คือ การที่ผู้สูงอายุยังต้องการมีตัวตนมีความสำคัญกับคนรอบตัว หรือคนที่ต้องการสื่อสารด้วย ต้องการความรู้สึกถึงจากกลุ่มคนที่แต่ละคนให้ความสำคัญ ดังนั้นการพัฒนาฟังก์ชันการใช้งานของแอปพลิเคชันไลน์ ที่สามารถส่งเสริมความรู้สึกตรงนี้ได้จะสามารถสร้างความรู้สึกที่ดีให้กับกลุ่มผู้สูงอายุมากขึ้น หากแอปพลิเคชันไลน์สามารถพัฒนาฟังก์ชันการใช้งาน ที่สามารถส่งเสริมความรู้สึกตรงนี้ได้ เช่น ฟังก์ชันมีระบบการเตือนที่ผู้สูงอายุจะสร้างไว้เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารในเวลานั้น ๆ หรือ ฟังก์ชันการเลือกคนที่ต้องการให้ความสำคัญเป็นพิเศษในการที่จะได้รับข้อมูลจากกลุ่มนี้ก่อนคนอื่น ๆ หรือ ฟังก์ชันการเก็บความทรงจำบางอย่างไว้ด้วยระบบจัดเก็บข้อมูลของแอปพลิเคชันไลน์ เพื่อให้คงอยู่ตลอดไป จะสามารถสร้างความรู้สึกที่ดีให้กับกลุ่มผู้สูงอายุมากขึ้น

5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยในครั้งต่อไป

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ได้ทำกับกลุ่มผู้สูงอายุ ที่มาร่วมทำกิจกรรมกับสมาคมบ้านปันรัก ซึ่งเป็นสมาคมที่ได้รับรางวัล “องค์กรภาคเอกชนดีเด่นสำหรับผู้สูงอายุประจำปี 2555” จาก คณะกรรมการ การพัฒนาสังคมและกิจการเด็ก เยาวชน สตรี ผู้สูงอายุ คนพิการและผู้ด้อยโอกาส วุฒิสภา ผู้ตอบคำถามเชิงลึกเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่ค่อนข้างมีการศึกษา และมีแนวคิดที่ทันสมัย เข้าใจถึง สังคมที่เปลี่ยนแปลงไป มีการพยายามปรับตัวให้เข้ากับสังคม ดังนั้นผลการทำวิจัยจึงอาจจะเบี่ยงเบน มาทางกลุ่มที่มีบุคลิกภาพแบบนี้ สำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป จึงแนะนำให้เลือกกลุ่มผู้สูงอายุ ประเภทอื่น ๆ ทำการตอบคำถามเชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลในภาพที่กว้างมากขึ้น

และในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในช่วงเวลาเพียงสั้น ๆ เท่านั้น และสัดส่วนของ ประชากรกลุ่มผู้สูงอายุกำลังเพิ่มสัดส่วนของประชากรในประเทศไทยมากขึ้นเรื่อย ๆ เมื่อระยะเวลา เปลี่ยนแปลงไปควรจะทำการศึกษาเพิ่มเติมเป็นช่วง ๆ เพื่อให้ได้ทราบข้อมูลที่เปลี่ยนแปลงไปอย่าง ถูกต้องและทันสมัยอยู่เสมอ

บรรณานุกรม

- กิริณา สมวาทสรณ์. (2559). *การศึกษาพฤติกรรมการสื่อสาร กับการส่งต่อข้อมูลผ่าน แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตรบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- คนไทยวัยไหนเล่น Line มากที่สุด. (2559, 26 สิงหาคม). *Positioning*. สืบค้นจาก <https://positioningmag.com/1100809>.
- จักรพงษ์ คงมาลัย, วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์, พลอยณิชา อริยเกียรติขจร, สุชาทร สุทธิสนธิ, ศิวตร เขาวริยวงศ์, กวิตา ชื่นใจ และคณะ. (2559). *Re: Digital การตลาดยุคใหม่ เจาะใจลูกค้า*. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น.
- จับตาไลฟ์สไตล์การใช้งานออนไลน์. (2556, 24 กุมภาพันธ์). *Thumbsup*. สืบค้นจาก <http://thumbsup.in.th/2013/02/seniors-boomers-internet-usage/>.
- ชมพูนุท พรหมภักดี. (2556). *การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทย*. สืบค้นจาก http://library.senate.go.th/document/Ext6078/6078440_0002.PDF.
- ถวิล ธาราโกชน และสรณีย์ ดำริสุข. (2543). *พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน*. กรุงเทพฯ: ทิพย์วิสุทธิ.
- นิลาวัลย์ พาณิชรุ่งเรือง. (2540). *ความน่าเชื่อถือและความพึงพอใจของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำทางโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง (3, 5, 7, 9, 11)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นิลุบล ไทยรัตน์. (2542). *พฤติกรรมของมารดาในการป้องกันการเกิดโรคติดเชื้อเฉียบพลันระบบหายใจในเด็กอายุต่ำกว่า 5 ปี อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปพน บุญมาลัย. (2551). *พฤติกรรมและผลกระทบจากการกระทำความผิด: กรณีศึกษา ผู้ก่อความไม่สงบในสถานการณ์ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้*. ปัญหาพิเศษ ปริญญาโทบริหารศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปิยวัฒน์ เกตุวงศา และศุภธิดา ชวนวัน. (2558). *ใครเป็นใครบนเครือข่ายสังคมออนไลน์: ความหลากหลายทางคุณลักษณะและพฤติกรรม*. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 11* (หน้า 15-28). กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2526). *ทัศนคติ: การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

- พันธุ์ทิพย์ รามสูต. (2540). *พฤติกรรมมนุษย์และพฤติกรรมสุขภาพ: ระบาดวิทยาสังคม*. กรุงเทพฯ: พี.เอ.ลิฟวิ่ง.
- พรรณวดี ถักคะวิสสุต. (2557). *สื่อสังคมออนไลน์ (Social Network)*. สืบค้นจาก https://prezi.com/x4_pcyd3wiy8/social-network/.
- มนีวัลย์ เอมะอมร. (2541). *อินเทอร์เน็ต: การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ใช้ที่เป็นคนไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- มนัญญา นาควิสัย. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุเพื่อคุณภาพชีวิต: กรณีศึกษาไลน์แอปพลิเคชัน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- Matemate. (2559). *สุดยอดข้อมูล! IDC เผยตัวเลขตลาด สมาร์ทโฟน-แท็บเล็ต-คอมพิวเตอร์และโน้ตบุ๊ก 2016*. สืบค้นจาก <https://brandinside.asia/idc-research-pc-smartphone-tablet-market-outlook-2016/>.
- รศรินทร์ เกรย์, อุมารณ ภัทรวาณิช, เฉลิมพล แจ่มจันทร์ และเรวดี สุวรรณพเก้า. (2556). *โมโนทัศน์ใหม่ของนิยามผู้สูงอายุ: มุมมองเชิงจิตวิทยาสังคมและสุขภาพ*. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ‘ไลน์’ ประกาศยอดผู้ใช้งานทะลุ 70 ล้านคนทั่วโลก. (2555). สืบค้นจาก <https://www.iphone-droid.net/nhn-japan-corporation-announces-successful-line-70-million-users/>.
- ‘ไลน์’ เผยปี 59 คนไทยใช้งานทะลุ 50 ล้าน. (2559, 11 กุมภาพันธ์). มติชน. สืบค้นจาก <https://www.matichon.co.th/news/33885>.
- วิธี แจ่มกระตึก. (2541). *ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วน ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษา กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์, อภิศิลป์ ตรุงกานนท์, บัญญพนต์ พูลสวัสดิ์, วรวิสุทธิ์ ภิญโญยาง, สุทธพร สุทธิสนธิ์, ปภาดา อมรนุรัตน์กุล และคณะ. (2554). *iMarketing 10.0*. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น.
- ศักรินทร์ ต้นสุพงษ์. (2557). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันไลน์*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริวรรณ อนันต์โท. (2553). *Uses and gratifications theory (6)*. สืบค้นจาก <http://drsiriwan.blogspot.com/2010/03/uses-and-gratifications-theory-6.html>.

- สังคม ตัดโศ. (2541). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกาเสพติดให้โทษประเภท 1 (ยาบ้า) ของผู้ต้องขังในทัณฑสถานบำบัดพิเศษกลาง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สงวน สุทธิเลิศอรุณ. (2543). *พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน*. กรุงเทพฯ: อักษราพิพัฒน์.
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. (2559). ประชากรของประเทศไทย พ.ศ. 2560. [รูปแบบอิเล็กทรอนิกส์]. สารประชากร มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สรุปทุกอย่างของ Content Marketing ที่คุณต้องอ่าน!! มันคืออะไร ทำไมต้องใช้ และตัวอย่างการทำอย่างละเอียด. (2557, 3 กรกฎาคม). สืบค้นจาก <https://www.growthbee.com/what-is-content-marketing/>.
- สมภพ ตรีตะนะประคม. (2542). *พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์กับการเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- เอกพล รุ่งโรจน์กิจกุล. (2557). *พฤติกรรมกาใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Dimmick, J., Chen, Y., & Li, Z. (2009). Competition between the internet and traditional news media: The gratification-opportunities niche dimension. *Journal of Media Economics*, 17(1), 19-33.
- Jefferson, S., & Tanton, S. (2015). *Valuable content marketing* (2nd ed.). London: Koganpage.
- Johnson, T. J., & Kaye, B. K. (2004). Wag the blog: How reliance on traditional media and the internet influence credibility perceptions of weblogs among blog users. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 81(3), 622-642.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). *The uses of mass communication current perspective on gratifications research*. California: Sage.
- Kemp, S. (2016). *Thought leadership: Digital in APAC 2016*. Retrieved from <https://wearesocial.com/sg/blog/2016/09/digital-in-apac-2016>.
- LaRose, R., & Eastin, M. S. (2004). A social cognitive theory of internet uses and gratifications: Toward a new model of media attendance. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48(3), 358-377.
- Maslow, A. (1970). *Motivation and personality*. New York: Harper & Row.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2007). *Consumer behavior* (9th ed.). London: Pearson.

ประวัติผู้เขียน**ชื่อ นามสกุล**

วรรณพร อินทมุสิก

อีเมล

wannapohn.dimc@gmail.com

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2552

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์**ประสบการณ์การทำงาน**

พ.ศ. 2560

ผู้จัดการทั่วไป ฮาบีแพท ประเทศไทย

พ.ศ. 2557

ผู้จัดการทั่วไป บีทูเอส บจก.

พ.ศ. 2556

ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารการตลาดและโอเพอร์เรชั่น เอสปี้ดีไซน์ส์แควร์

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ ๑ เดือน มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๑

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) อรรณพ อินทมัส อยู่บ้านเลขที่ ๒๘๘/๕๑
ซอย - ถนน สุขุมวิท ๕ ตำบล/แขวง อโศก
อำเภอ/เขต สาทร จังหวัด กรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ ๑๐๒๒๐
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 45๑๐๓๐๐๒๓๗

ระดับปริญญา ☐ ตรี ☒ โท ☐ เอก

หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การสื่อสารการตลาดดิจิทัล คณะ นิเทศศาสตร์
ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ ๑๑๙ ถนนพระราม ๔ แขวงพระโขนง เขตคลองเตย
กรุงเทพมหานคร ๑๐๑๑๐ ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ ๑. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/
วิทยานิพนธ์หัวข้อ การศึกษา พฤติกรรมทกรู้ใช้และ ผลที่ได้รับต่อชีวิตและจิตใจ
จากแอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุ สยามบ้านปันรัก

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้จะเรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ ๒. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่
ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนาอื่น ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ ๓. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาลิขสิทธิ์ในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ..........ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(วรรณพร อินทบุณย์)

ลงชื่อ..........ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ..........พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลัมลาวัลย์)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ..........พยาน
(ดร.ปฐมมา สตะเวทิน)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร