

พฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวศิริพร แซ่ลิ่ม



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน  
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ปีการศึกษา พ.ศ. 2558  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

USAGE BEHAVIOR LINE APPLICATION OF ELDERLY  
IN BANGKOK AREA

By

Miss Siriporn Saelim

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS  
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS  
PROGRAM IN MASS COMMUNICATION  
FACULTY OF JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION  
THAMMASAT UNIVERSITY  
ACADEMIC YEAR 2015  
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY



มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

วิทยานิพนธ์

ของ

นางสาวศิริพร แซ่ลิ้ม

เรื่อง

พฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน)

เมื่อวันที่ 29 มิถุนายน พ.ศ. 2559

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



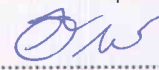
(อาจารย์ ดร.โมไนยพล รณเวช)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์



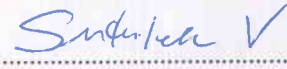
(อาจารย์ ดร.พิรยุทธ โอρφันธ์)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา ปันทรานวงศ์)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม)

คณบดี



(รองศาสตราจารย์พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	นางสาวศิริพร แซ่ลิ่ม
ชื่อปริญญา	วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สื่อสารมวลชน วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	อาจารย์ ดร. พิรยุทธ โอธพันธ์
ปีการศึกษา	2558

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากร การเข้าถึง ความสามารถในการใช้ และพฤติกรรมการใช้ของผู้สูงอายุที่เป็นผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชัน ที่เป็นผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชัน ตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไป อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) คือการสุ่มตัวอย่างแบบสโนว์บอลหรือแบบลูกโซ่ (Snowball or Chain Sampling) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูล โดยผู้ตอบกรอกแบบสอบถามเอง (Self-Administered Questionnaire) และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ในส่วนแรกจะเป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลหรือตัวแปรในการวิจัย โดยอธิบายด้วยการแจกแจงความถี่ แสดงค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลลักษณะทางประชากร การเข้าถึงความสามารถในการใช้ไลน์และพฤติกรรมการใช้ไลน์ ส่วนที่สองจะเป็นการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ในสมมติฐานต่าง ๆ โดยใช้การวิเคราะห์ ได้แก่ Chi-Square การทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่าง 2 กลุ่ม ใช้

Independent t-test และการทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชัน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 60-65 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท โดยส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

ด้านการเข้าถึงไลน์แอปพลิเคชัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนมากที่สุด รองลงมาคือแท็บเล็ต และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตด้วยพายที่บ้านมากที่สุด รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ตแบบรายเดือน

ด้านความสามารถในการใช้ไลน์แอปพลิเคชัน ประกอบด้วย ทักษะคติ การรับรู้ความสามารถของตนเอง ความรู้และทักษะการใช้ไลน์ ความรู้และทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อไลน์ในระดับดี โดยทัศนคติที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับดีมาก ได้แก่ ไลน์เป็นช่องทางการสื่อสารที่สะดวกและรวดเร็ว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์อยู่ในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้การใช้ไลน์ในระดับสูง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทักษะการใช้ไลน์ในระดับปานกลาง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์ อยู่ในระดับสูง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านพฤติกรรมการใช้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ไลน์เป็นระยะเวลา 2 ปี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้ไลน์ 1-3 ชั่วโมง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งในการใช้ไลน์ 2-5 ครั้งต่อวัน สถานที่ใช้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ไลน์ที่บ้าน ลักษณะการใช้ไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง มีลักษณะการใช้การแชท/สนทนาข้อความมากที่สุด รองลงมาคือ การส่งต่อ/แบ่งปันข้อมูลรูปภาพต่าง ๆ กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการใช้ไลน์ เพื่อติดต่อลูกหลาน/ครอบครัว รองลงมาคือ ติดต่อเพื่อนเก่าสมัยเรียน/เพื่อนที่ทำงานเก่า

จากการทดสอบสมมติฐานแรก พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารและอินเทอร์เน็ต ดังนี้ การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร พบว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพที่มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารและอินเทอร์เน็ต อายุและรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารและอินเทอร์เน็ต

จากการทดสอบสมมติฐานที่สอง พบว่า ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้แตกต่างกัน ดังนี้ 1) เพศ อายุ อาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อไลน์ไม่แตกต่างกัน ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อไลน์แตกต่างกัน 2) เพศ อายุที่แตกต่างกันมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์ไม่แตกต่างกัน ระดับการศึกษา รายได้และอาชีพที่แตกต่างกันมีการรับรู้ความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน 3) เพศ ที่แตกต่างกันมีความรู้การใช้ไลน์ไม่แตกต่างกัน อายุ ระดับการศึกษา รายได้และอาชีพที่แตกต่างกันมีความรู้การใช้ไลน์แตกต่างกัน 4) เพศที่แตกต่างกันมีทักษะการใช้ไลน์ไม่แตกต่างกัน อายุ ระดับการศึกษา รายได้และอาชีพแตกต่างกันมีทักษะการใช้ไลน์แตกต่างกัน 5) เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้และอาชีพที่แตกต่างกันมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน 6) เพศ อายุและอาชีพแตกต่างกันมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ไม่แตกต่างกัน ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ไม่แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐานที่สาม พบว่า ลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้ไลน์แตกต่างกัน ดังนี้ เพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)ไม่แตกต่างกัน รายได้ที่แตกต่างกันมีระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐานที่สี่ พบว่า การเข้าถึงแตกต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน ดังนี้ การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อไลน์ การรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์ ทักษะการใช้ไลน์และความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน มีความรู้การใช้ไลน์และทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ไม่แตกต่างกัน

(4)

จากการทดสอบสมมติฐานที่ห้า พบว่า ความสามารถในการใช้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชัน ดังนี้ ความสามารถในการใช้ไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันไปในทิศทางเชิงบวก ยิ่งผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันมีความสามารถในการใช้ไลน์มาก จะยิ่งมีระยะเวลาในการใช้ไลน์ (ชั่วโมง) เพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้าม หากผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันมีความสามารถในการใช้ไลน์น้อย จะมีระยะเวลาในการใช้ไลน์ (ชั่วโมง) น้อย

**คำสำคัญ:** การเข้าถึง ความสามารถในการใช้ พฤติกรรมการใช้ ผู้สูงอายุ ไลน์แอปพลิเคชัน



Thesis Title	USAGE BEHAVIOR LINE APPLICATION OF ELDERLY IN BANGKOK AREA
Author	Miss Siriporn Saelim
Degree	Master of Arts
Department/Faculty/University	Mass Communication Journalism and Mass Communication Thammasat University
Thesis Advisor	Peerayut Oraphan, Ph.D
Academic Years	2015

### ABSTRACT

The purpose of this research is to study “Usage Behavior LINE Application of Elderly in Bangkok area” is relied on quantitative research methodology, with survey research. Aim to investigate the demographic characteristics, access, competences and usage behavior line Application of elderly in Bangkok area using since 6 months and upper. Online questionnaire is an instrument for gathering information from 400 respondents by means of non-probability sampling snowball or chain sampling, and analyzed data by a statistical analysis software. In this study, descriptive statistics including frequency, percentage, mean and standard deviation for the purpose of describing the demographic characteristics of the representative samples, while inferential statistics including t-test independence, one-way analysis of variance and Pearson’s product moment correlation coefficient for the purpose of hypothesis testing



The findings of this research show that the demographic characteristics of samples 400 are female more than male. The majority are 60-65 years old. The education level of the majority is bachelor degree. The average monthly personal income of the majority is 10,000-20,000 baht. The career before retiring is private business/trade.

The access to LINE Application show that the majority access to LINE by smart phone and tablet and connect to the internet with WIFI at home.

The competences of using LINE Application consist of attitude, self-efficacy, usage related knowledge & skills and content related knowledge & skills. The results show that the majority have a good attitude to LINE and very good in the fast and comfortable communication channel. The majority have good level in self-efficacy, usage related knowledge & skills is medium and content related knowledge & skills is medium.

The usage behaviors of the majority have use for 2 years, 1-3 hours per day, 2-5 times per day and using at home. how the use of LINE are chat, forward and share pictures and informations. The propose of use are contact with family, old friend and new friend.

According to the results of hypothesis testing : 1) The demographic characteristics and access to LINE Application indicate that gender, education level and career before retiring are affecting to access to LINE Application while age and income are not affecting.

According to the results of hypothesis testing : 2) The demographic characteristics and the competences of using LINE Application indicate that 1) gender, age, career before retiring are not affecting attitude and self-efficacy, on the other hand education level and are affecting. 2) Gender are not affecting to usage related knowledge while age, education level, income and career before retiring are affecting. 3) Gender is not affecting to usage related skills however age, education level, income, career before retiring are affecting. 4) Gender, age, education level, income and career before retiring are affecting to content related knowledge. 5) Gender, education level and career before retiring are not affecting to content related skills while education level and income are affecting.

According to the results of hypothesis testing : 3) The demographic characteristics and usage behaviors LINE Application indicate that gender age education level and career are not affecting to spend time of using but income are affecting.

According to the results of hypothesis testing : 4) The access and usage behaviors LINE Application indicate that the access to LINE by smart phone and tablet are to are affecting to attitude, self-efficacy, usage related skills, content related knowledge however the access are affecting to usage related knowledge and content related skills.

According to the results of hypothesis testing : 5) the competences are related to usage behaviors LINE Application indicate that the competences are related to usage behaviors LINE Application.

**Keywords:** Access, Competences, Usage Behavior, Elderly, LINE application

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะสำเร็จไม่ได้เลย หากไม่ได้รับความอนุเคราะห์จากบุคคลหลายๆท่าน ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. พิรุญ ทร โอรพันธ์ ที่ให้ความกรุณาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ให้คำปรึกษา ช่วยเหลือ และคอยถามไถ่ถึงความคืบหน้าอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จ ลุล่วงไปได้ด้วยดี ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. โมไนยพล วัฒนเวช ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร. อัจฉรา ปิ่นทรานวงค์ กรรมการวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร. สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม กรรมการ ภายนอก

ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา พี่ชายและน้องสาวของข้าพเจ้า ที่คอยให้การสนับสนุน ช่วยเหลือและเป็นกำลังใจในช่วงเวลาที่ข้าพเจ้ารู้สึกท้อแท้ หหมดกำลังใจในระหว่างที่ข้าพเจ้าทำ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบพระคุณ กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุทุกท่านที่ให้ความเมตตาแก่ข้าพเจ้า ตลอดจนให้ความ ร่วมมือตอบแบบสอบถามของข้าพเจ้า ทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูลของข้าพเจ้าสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ เจ้าหน้าที่คณะวารสารศาสตร์ทุกท่าน ที่คอยอำนวยความสะดวกแก่ ข้าพเจ้าตลอดในช่วงที่ทำวิทยานิพนธ์

ขอขอบคุณ เพื่อนจิวและพี่ตี๋ ที่คอยรับฟังและให้กำลังใจข้าพเจ้าตลอดระยะเวลาในการทำ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้

นางสาวศิริพร แซ่ลิ้ม

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(8)
สารบัญตาราง	(12)
สารบัญภาพ	(16)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหานำวิจัย	5
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
1.4 สมมติฐานการวิจัย	7
1.5 ขอบเขตในการวิจัย	7
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9

	(10)
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
2.1 แนวคิดลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics)	10
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)	12
2.3 แนวคิดการรู้สังคมออนไลน์ (Social Media Literacy)	22
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ (Older Adults)	35
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	42
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	50
3.1 ประชากรเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่าง	50
3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง	51
3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	51
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	53
3.5 การกำหนดวัดค่าตัวแปรในการศึกษา	54
3.6 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	62
3.7 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	62
3.8 สถิติที่ใช้ในการวิจัย	63
บทที่ 4 ผลการวิจัย	70
4.1 ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร	70
4.2 ส่วนที่ 2 การเข้าถึงไลน์แอปพลิเคชัน	74
4.3 ส่วนที่ 3 ความสามารถในการใช้ไลน์แอปพลิเคชัน	75
4.4 ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชัน	91

	(11)
4.5 ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย	96
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	160
5.1 สรุปผลการวิจัย	161
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	170
5.3 ข้อเสนอแนะ	178
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต	179
รายการอ้างอิง	180
ภาคผนวก	188
ประวัติผู้เขียน	198

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	แสดงการจัดแบ่งสื่อสังคมออนไลน์	14
2.2	แสดงคุณสมบัติของแอปพลิเคชันต่าง ๆ ของไลน์	19
3.1	สมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ	64
4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	71
4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	71
4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	72
4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้	72
4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพก่อนเกษียณ	73
4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร	74
4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต	75
4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทัศนคติต่อไลน์	76
4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์	78
4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความรู้การใช้ไลน์	80
4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความรู้การใช้ไลน์	82
4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทักษะการใช้ไลน์	83
4.13	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับทักษะการใช้ไลน์	84
4.14	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์	85
4.15	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์	87
4.16	แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์	88

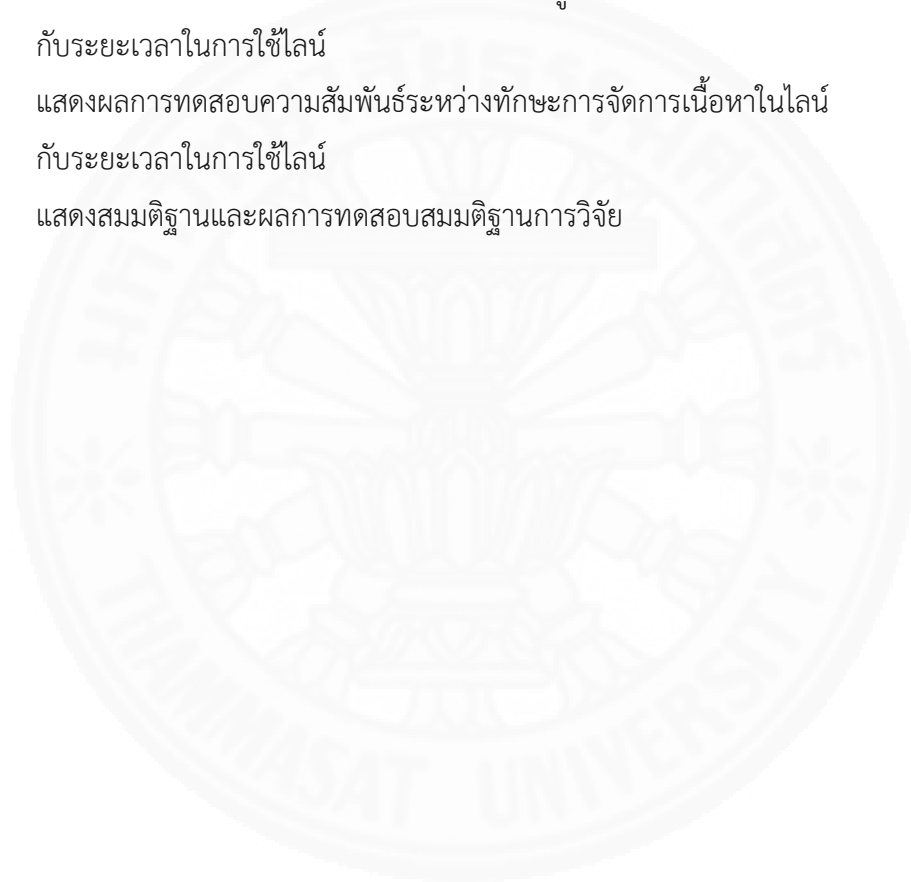
4.17	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ระดับทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์	90
4.18	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการใช้ไลน์ (ปี)	91
4.19	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการใช้ไลน์ (ชั่วโมง)	92
4.20	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้ไลน์	92
4.21	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ใช้ไลน์	93
4.22	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการใช้	94
4.23	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้ไลน์	95
4.24	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร	96
4.25	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต	97
4.26	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร	98
4.27	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต	99
4.28	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับการศึกษากับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร	100
4.29	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับการศึกษากับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต	102
4.30	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร	103
4.31	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต	104
4.32	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร	105
4.33	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต	107
4.34	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อไลน์ จำแนกตามเพศ	108
4.35	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์ จำแนกตามเพศ	109
4.36	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความรู้การใช้ไลน์ จำแนกตามเพศ	110
4.37	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทักษะการใช้ไลน์ จำแนกตามเพศ	111
4.38	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์ จำแนกตามเพศ	112
4.39	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ จำแนกตามเพศ	113
4.40	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อไลน์ จำแนกตามอายุ	114
4.41	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์ จำแนกตามอายุ	115



4.42	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความรู้การใช้ไลน์ จำแนกตามอายุ	116
4.43	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทักษะการใช้ไลน์ จำแนกตามอายุ	117
4.44	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์จำแนกตามอายุ	118
4.45	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์จำแนกตามอายุ	119
4.46	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อไลน์จำแนกตามระดับการศึกษา	120
4.47	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์ จำแนกตามระดับการศึกษา	121
4.48	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความรู้การใช้ไลน์จำแนกตามระดับการศึกษา	122
4.49	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทักษะการใช้ไลน์จำแนกตามระดับการศึกษา	123
4.50	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์ จำแนกตามระดับการศึกษา	124
4.51	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ จำแนกตามระดับการศึกษา	125
4.52	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อไลน์จำแนกตามรายได้	126
4.53	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับรู้ความสามารถของตนเอง จำแนกตามรายได้	127
4.54	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความรู้การใช้ไลน์จำแนกตามรายได้	128
4.55	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทักษะการใช้ไลน์จำแนกตามรายได้	129
4.56	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์ จำแนกตามรายได้	130
4.57	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ จำแนกตามรายได้	131
4.58	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อไลน์จำแนกตามอาชีพ	132
4.59	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์ จำแนกตามอาชีพ	133
4.60	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความรู้การใช้ไลน์จำแนกตามอาชีพ	134

4.61	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทักษะการใช้ไลน์จำแนกตามอาชีพ	135
4.62	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์ จำแนกตามอาชีพ	136
4.63	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ จำแนกตามอาชีพ	137
4.64	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)จำแนกตามเพศ	138
4.65	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)จำแนกตามอายุ	139
4.66	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง) จำแนกตามระดับการศึกษา	140
4.67	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง) จำแนกตามรายได้	141
4.68	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง) จำแนกตามอาชีพ	142
4.69	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อไลน์จำแนกตามการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร	143
4.70	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์ จำแนกตามการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร	144
4.71	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความรู้การใช้ไลน์ จำแนกตามการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร	145
4.72	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทักษะการใช้ไลน์ จำแนกตามการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร	146
4.73	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์ จำแนกตามการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร	147
4.74	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ จำแนกตามการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร	148
4.75	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อไลน์ กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)	149

4.76	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์ กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)	150
4.77	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรู้การใช้ไลน์ กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)	151
4.78	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการใช้ไลน์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์	152
4.79	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์ กับระยะเวลาในการใช้ไลน์	153
4.80	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ กับระยะเวลาในการใช้ไลน์	154
4.81	แสดงสมมติฐานและผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย	155



## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	กรอบแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์	27
2.2	ภาพจำลองความสามารถในการใช้สื่อสังคมออนไลน์	28
2.3	ภาพจำลองความรู้	31
2.4	ภาพจำลองทักษะ	32
2.5	กรอบแนวคิดการวิจัย	49



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในศตวรรษที่ 21 เกือบทุกประเทศกำลังเผชิญหน้ากับการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างประชากรผู้สูงอายุที่มีแนวโน้มจะเป็นกลุ่มประชากรส่วนใหญ่ของโลก โดยองค์การสหประชาชาติทำการสำรวจจำนวนประชากรทั่วโลกพบว่า จำนวนประชากรผู้สูงอายุทั่วโลกในปี ค.ศ. 2015 มีจำนวนมากถึง 901 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 12 ของประชากรทั้งหมด หมายความว่า มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่า ร้อยละ 10 ของประชากรทั่วโลก

นอกจากนี้องค์การสหประชาชาติได้ประเมินสถานการณ์ประชากรผู้สูงอายุทั่วโลกว่า ในปี ค.ศ. 2001-2100 “เป็นศตวรรษแห่งสังคมผู้สูงอายุ” และในอีก 15 ปีข้างหน้าจำนวนประชากรผู้สูงอายุ จะเพิ่มขึ้นเป็น 1.4 พันล้านคน และในปี ค.ศ. 2100 คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 3.2 พันล้านคน (World population prospects, 2015) และในขณะเดียวกันได้มีการคาดการณ์ว่า ประชากรผู้สูงอายุในอนาคต จะแตกต่างจากผู้สูงอายุในอดีตที่ผ่านมา กล่าวคือ จะเป็นผู้สูงอายุที่มีการศึกษาที่ดีกว่า มีสุขภาพที่ดีกว่า เป็นผู้รู้ทางวัฒนธรรม (culturally literate) มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่กระฉับกระเฉงกว่า เป็นผู้บริโภคที่ฉลาดมากขึ้นและที่สำคัญคือจะเผชิญกับความเจริญเติบโตความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและความท้าทายอย่างต่อเนื่อง (The Demographics of Aging..., 2009 อ้างถึงใน กวีพงษ์ เลิศวีชรา และ และ กาญจนศักดิ์ จารุपाल, 2555, น. 18)

สำหรับประเทศไทย เป็นอีกประเทศหนึ่งที่ได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแล้ว ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 โดยมีประชากรผู้สูงอายुर้อยละ 10.4 ของประชากรทั้งหมด โดยจำนวนผู้สูงอายุมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นต่อเนื่องอย่างรวดเร็ว จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ในปี พ.ศ. 2557 มีจำนวนผู้สูงอายุ 10,014,705 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 ของประชากรทั้งหมด จำนวนผู้สูงอายุมากกว่าครึ่งหนึ่งหรือร้อยละ 56.5 เป็นกลุ่มผู้สูงอายุวัยต้น (อายุ 60-69 ปี) รองลงมา เป็นผู้สูงอายุวัยกลาง (อายุ 70-79 ปี) ร้อยละ 29.9 และ เป็นผู้สูงอายุวัยปลาย (อายุ 80 ปีขึ้นไป) ร้อยละ 13.6 นอกจากนี้สำนักงานสถิติ

แห่งชาติ ยังได้มีการคาดการณ์ว่า ประเทศไทยจะเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ในอีก 10 ปีข้างหน้า (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557)

ในปัจจุบันพบว่า กลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น ผู้สูงอายุในสหรัฐอเมริกาใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 11 ในปี ค.ศ. 2010 เป็นร้อยละ 35 ในปี ค.ศ. 2015 และใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 71 (Pew Research Center, 2015) ในประเทศอังกฤษ ผู้สูงอายุใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ ซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์ ร้อยละ 42 ในปี ค.ศ. 2013 และใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นอันดับ 1 (Ofcom, 2014)

สำหรับประเทศไทย พบว่า ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีจำนวนเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 95 ในการเข้าไปเป็นสมาชิกของสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ นอกจากนี้ยังพบว่า การเพิ่มขึ้นของความเร็วในการเข้าไปใช้งานและระยะเวลาการใช้งานต่อวันเพิ่มขึ้นด้วย จากเดิมวันละ 1 ชั่วโมง เพิ่มเป็นสูงสุดวันละ 7 ชั่วโมง (ปิยวัฒน์ เกตุวงศา และ ศุทธิดา ชนวนวัน, 2558) โดยสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้สูงอายุนิยมใช้เป็นอันดับหนึ่งคือ LINE Application (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), 2558)

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) คือ เว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ตที่สร้างบนพื้นฐานของเทคโนโลยีเว็บ 2.0 เป็นการติดต่อสื่อสารสองทาง โดยผู้ใช้สามารถเป็นผู้สร้างเนื้อหา เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารร่วมกัน สื่อสังคมออนไลน์มีลักษณะการทำงานเน้นการแบ่งปัน การมีส่วนร่วมการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รูปภาพ ข้อความ วิดีโอ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ร่วมกัน เช่น วิกิพีเดีย(Wikipedia) บล็อกเกอร์ (Blogger) ยูทูป (YouTube) เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (LINE) เป็นต้น (Kaplan & Haenlein, 2010, p. 61)

ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์สามารถสร้างผลกระทบทางบวกในระดับบุคคล สังคม เศรษฐกิจ การศึกษา เช่น บุคคลสามารถพัฒนาความสัมพันธ์และหาเพื่อนใหม่ บุคคลสามารถมีส่วนร่วมและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางการเมือง ผู้ผลิตมีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคเพิ่มขึ้น บุคคลไม่กล้าแสดงออกในชีวิตจริง สามารถแสดงออกได้ในสื่อสังคมออนไลน์ สถาบัน องค์กร หน่วยงานสามารถ

เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารถึงประชาชนได้อย่างรวดเร็ว ครูและนักเรียนสามารถสื่อสารและแลกเปลี่ยนความรู้ที่ไม่ได้จำกัดเฉพาะในห้องเรียน เป็นต้น

ในขณะเดียวกัน สื่อสังคมออนไลน์สามารถสร้างผลกระทบทางลบเช่นกัน ได้แก่ การแพร่กระจายของข้อมูลที่ไม่น่าเชื่อถือและเป็นเท็จ ความขัดแย้งกันในโลกสังคมออนไลน์ การเสพติดสื่อสังคมออนไลน์จนเสียการเรียน การปฏิสัมพันธ์ของคนในสังคมน้อยลงหรือสังคมก้มหน้า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานน้อยลงเนื่องจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในเวลาทำงาน การก่ออาชญากรรมทางเพศ การล่อลวงเด็กและเยาวชน ความเสี่ยงจากการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวและการถูกโกงจากการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ เป็นต้น (procon.org, 2015)

จากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า สื่อสังคมออนไลน์ถูกออกแบบมาเพื่อกลุ่มวัยรุ่น กลุ่มผู้ใหญ่มากกว่ากลุ่มผู้สูงอายุ ดังนั้นผู้สูงอายุจึงต้องมีการปรับตัวและจำเป็นต้องมีความรู้และทักษะพื้นฐานการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต (Chou, Lai & Liu, 2013, p. 929) จากการสำรวจพบว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่มีประสบการณ์จากการใช้อินเทอร์เน็ตและคอมพิวเตอร์พบว่า จะมีทัศนคติที่ดีและมีความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Vosner, Bobek, Kokol & Krecic, 2016, p. 230) ซึ่งเหตุผลหรือวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ เพื่อติดต่อสื่อสารกับ ครอบครัว เพื่อนเก่า เพื่อนใหม่ และได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ที่ช่วยพัฒนาความจำ ช่วยลดความรู้สึกเหงา โดดเดี่ยวของผู้สูงอายุ นอกจากนี้ยังเป็นการได้เข้าถึงข้อมูลสุขภาพอีกทางหนึ่งด้วย (Finn, 2010, p. 1)

จากการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้สูงอายุนิยมใช้มากที่สุด คือ ไลน์แอปพลิเคชัน (LINE Application) (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), 2558)

ไลน์ แอปพลิเคชัน (LINE Application) เป็นโปรแกรมประยุกต์ ประเภทเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking Sites) โดยผู้ใช้สามารถเลือกใช้งานผ่านอุปกรณ์สื่อสารได้หลากหลาย เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน (Smart Phone) แท็บเล็ต (Tablet) คอมพิวเตอร์ (Computer) เป็นต้น ไลน์แอปพลิเคชัน เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์แบบปิด (Close Social Network)

คุณลักษณะที่โดดเด่นของไลน์ คือ ผู้ใช้สามารถแบ่งปัน (Share) ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ในรูปแบบข้อความ (Text) สติกเกอร์ตัวการ์ตูน (Sticker) รูปภาพ (Photo) วิดีโอ (Video) ข้อความเสียง (Voice message) ผู้ใช้สามารถเลือกสนทนาแบบส่วนบุคคล (Private) และแบบกลุ่ม (Group) รวมถึงการโทรด้วยเสียง (Voice Call) และแบบเห็นหน้า (Video Call) การติดต่อสื่อสารเกิดขึ้นตามเวลาจริง (Real time) การใช้บริการต่าง ๆ เหล่านี้ผู้ใช้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ เนื่องจากไลน์เปิดให้ผู้ใช้สามารถดาวน์โหลดและใช้งานฟรี (LINE, 2015)

ความน่ากังวลที่เกิดจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ พบว่า ผู้สูงอายุมีความเสี่ยงในการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวกับร้านค้าออนไลน์ เนื่องจากกลุ่มผู้สูงอายุที่เคยซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์ จะให้ข้อมูลจริง เช่น ชื่อและนามสกุล หมายเลขโทรศัพท์ อีเมล รายได้ และหมายเลขบัตรประชาชน กับร้านค้าออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 72.8 ซึ่งกลุ่มผู้สูงอายุที่ซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์นิยมใช้บัตรเครดิตในการชำระสินค้าและบริการทางออนไลน์ สูงกว่ากลุ่มวัยอื่น ๆ ถึงกว่าร้อยละ 50 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), 2558)

อีกความน่ากังวลของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุคือ ผู้สูงอายุนิยมส่งต่อ (Forward) หรือแบ่งปัน (Share) ข้อมูลข่าวสารสุขภาพผ่านทางไลน์ (LINE) ซึ่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับมีทั้งน่าเชื่อถือและไม่น่าเชื่อถือ ก่อให้เกิดผลกระทบทางลบได้ดังสถานการณ์ตัวอย่างที่เกิดขึ้นจากการเชื่อถือข้อมูลสุขภาพที่เป็นเท็จ นำไปสู่พฤติกรรมปฏิบัติตามข้อมูลข่าวสารนั้นๆ จนได้รับผลกระทบและเสียชีวิต เช่น การใช้มะนาวหยอดตาจะช่วยรักษาต้อเนื้อที่ตาหายขาดได้ การหุงข้าวด้วยน้ำมันมะพร้าวจะดีต่อสุขภาพ การรับประทานน้ำผึ้งและมะนาวโชดาก่อนอาหารจะช่วยรักษาเบาหวานได้ เป็นต้น ข้อมูลข่าวสารทั้งหมดนี้ ผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์ได้เปิดเผยว่า เป็นข้อมูลเท็จทั้งสิ้น (ไทยรัฐ, 2558)

การใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผู้สูงอายุจำเป็นต้องมีความรู้และทักษะในการวิเคราะห์ ประเมินข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับในสื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทัน Vanwynsberghe, Boudry & Verdegem (2011) กล่าวว่า ผู้ที่ไม่มีความรู้และทักษะในการรู้สื่อสังคมออนไลน์ ก็สามารถได้รับผลกระทบในทางลบ สิ่งสำคัญ คือ ผู้ใช้ต้องมีความรู้ ทักษะ ความสามารถในการจัดการกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม การรู้สื่อสังคมออนไลน์ต้องมีเป้าหมายในการใช้และใช้ได้อย่างเหมาะสม

การรู้สื่อสังคมออนไลน์ สามารถอธิบายได้ว่า ผู้สูงอายุที่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตและคอมพิวเตอร์ได้นั้นยังไม่เพียงพอต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ สิ่งที่สำคัญในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือ ผู้สูงอายุมีความรู้และทักษะ การคิดวิเคราะห์ ประเมิน แบ่งปัน และสร้างสรรค์เนื้อหาต่าง ๆ อย่างรู้เท่าทัน เนื่องจากข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับมีทั้งข้อมูลที่น่าเชื่อถือและไม่น่าเชื่อถือ



ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษากลุ่มผู้สูงอายุ เนื่องจากกลุ่มผู้สูงอายุเป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ สามารถมีอิทธิพลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557) กลุ่มผู้สูงอายุนิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดคือ ไลน์แอปพลิเคชัน (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), 2558) โดยทำการสำรวจ การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารและอินเทอร์เน็ต ความสามารถในการใช้และพฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ตลอดจนศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้สูงอายุที่ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีผลต่อการเข้าถึง ความสามารถในการใช้และพฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชัน ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการใช้และพฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชัน

## 1.2 ปัญหาวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรของผู้สูงอายุที่ใช้ไลน์แอปพลิเคชันเป็นอย่างไร
2. การเข้าถึงไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร
3. ความสามารถในการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร
4. พฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร
5. ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเข้าถึงไลน์แอปพลิเคชันแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
6. ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความสามารถในการใช้ไลน์แอปพลิเคชันแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
7. ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
8. ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการเข้าถึงไลน์แตกต่างกัน มีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

9. ความสามารถในการใช้ไลน์กับพฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ อย่างไร

### 1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้สูงอายุที่ใช้ไลน์แอปพลิเคชันในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการเข้าถึงไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสามารถในการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรที่มีผลต่อการเข้าถึงไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
6. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรที่มีผลต่อความสามารถในการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
7. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
8. เพื่อศึกษาการเข้าถึงที่มีผลต่อความสามารถในการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
9. เพื่อศึกษาความสามารถในการใช้มีความสัมพันธ์พฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

#### 1.4 สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงไลน์แอปพลิเคชัน
2. ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน
3. ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้แตกต่างกัน
4. ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการเข้าถึงไลน์แอปพลิเคชันแตกต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้ไลน์แอปพลิเคชันแตกต่างกัน
5. ความสามารถในการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชัน

#### 1.5 ขอบเขตในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป เป็นผู้อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันเป็นระยะเวลาตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไป โดยกำหนดระยะเวลาในการเก็บข้อมูลจากวันที่ 15 มีนาคม- 15 พฤษภาคม พ.ศ. 2559

#### 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **สื่อสังคมออนไลน์** หมายถึง ไลน์แอปพลิเคชัน โปรแกรมประยุกต์ที่ผู้สูงอายุใช้เพื่อแบ่งปัน (Share) ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ผ่านทางข้อความ (Text) สติกเกอร์ตัวการ์ตูน (Sticker) รูปภาพ (Photo) วิดีโอ (Video) ข้อความเสียง (Voice message) การโทรด้วยเสียง (Voice Call) และแบบเห็นหน้า (Video Call) การสนทนาแบบส่วนบุคคล (Private) และแบบกลุ่ม (Group) เป็นต้น

## 2. การเข้าถึง ประกอบด้วย

2.1 การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร หมายถึง อุปกรณ์สื่อสารที่ผู้สูงอายุนิยมใช้เพื่อเข้าถึงไลน์แอปพลิเคชัน เช่น แท็บเล็ต (Tablet) โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน (Smart Phone) คอมพิวเตอร์และโน้ตบุ๊ก (Notebook) เป็นต้น

2.2 การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต หมายถึง อินเทอร์เน็ตที่ผู้สูงอายุนิยมใช้เพื่อเข้าถึงไลน์แอปพลิเคชัน วิทยุ (WIFI) อินเทอร์เน็ตแบบรายเดือน (Postpaid) อินเทอร์เน็ตแบบเติมเงิน (Pre-paid) เป็นต้น

## 3. ความสามารถในการใช้ไลน์แอปพลิเคชัน ประกอบด้วย

3.1 ทักษะ (Attitude) หมายถึง การรับรู้ประโยชน์และความง่ายต่อการใช้งาน ความรู้สึกที่มีต่อกิจกรรมต่าง ๆ ในไลน์ เช่น ความรู้สึกชอบ ไม่ชอบ สนุกสนาน เพลิดเพลิน เป็นต้น

3.2 การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) หมายถึง ความมั่นใจ ความเชื่อมั่นพัฒนาทักษะและความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์แอปพลิเคชัน

3.3 ความรู้และทักษะเกี่ยวกับสื่อกลาง (Medium-related Knowledge & Skills) หมายถึง ความรู้และทักษะเกี่ยวกับการใช้กิจกรรมต่าง ๆ ในไลน์

3.4 ความรู้และทักษะการจัดการกับเนื้อหา (Content-related Knowledge & Skills) หมายถึง ความรู้และทักษะการวิเคราะห์ การประเมิน การแข่งขัน การสร้างสรรค์เนื้อหาในไลน์

4. พฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชัน หมายถึง ระยะเวลาที่ใช้ (ปี) ระยะเวลาที่ใช้ (ชั่วโมง) จำนวนครั้งในการใช้ สถานที่ใช้ ลักษณะการใช้ วัตถุประสงค์การใช้

5. ผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป และเป็นผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชัน ระยะเวลาตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไป เป็นผู้อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

## 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อนำไปกำหนดกรอบแนวทางในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพชีวิตและการเรียนรู้ของผู้สูงอายุให้สามารถเข้าถึง รู้เท่าทัน และใช้ประโยชน์จากสื่อใหม่
2. เพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาเทคโนโลยีสมัยใหม่และแอปพลิเคชันที่เหมาะสมต่อการใช้งานของผู้สูงอายุในอนาคต



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร” มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics)
2. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)
3. แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Literacy)
4. แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ (Elderly)
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics)

แนวคิดลักษณะทางประชากร คือ พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับภายนอกมากกระตุ้น เป็นความเชื่อว่า มนุษย์ดำเนินชีวิตตามแบบฉบับที่สังคมได้วางเป็นแม่บทไว้ให้ โดยสรุปคือ แนวคิดลักษณะทางประชากรในความคิดที่ว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย งานวิจัยที่ใช้แนวคิดทฤษฎีประชากรศาสตร์เป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมในการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534, น. 48)

ผู้รับสารแต่ละคนมีคุณลักษณะเฉพาะตัวของตน เช่น อายุ เพศ บุคลิกภาพ สติปัญญา ทักษะและประสบการณ์ เป็นต้น คุณสมบัติเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสาร ในการสื่อสารกลุ่มใหญ่หรือการสื่อสารมวลชน เราไม่สามารถวิเคราะห์ผู้รับสารเป็นใครๆไปได้ เพราะผู้รับสารประกอบไปด้วยคนจำนวนมากเกินไป นอกจากนี้ผู้ส่งสารยังไม่รู้จักผู้รับสาร (anonymous) ในกรณีการสื่อสารกลุ่มใหญ่ และการสื่อสารมวลชน คือการจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่มๆตามลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) เช่น จำแนกตาม อายุ เพศ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา และศาสนา เป็นต้น โดยมีสมมติฐานว่าผู้รับสารที่มีลักษณะดังกล่าวร่วมกัน ย่อมจะมีทัศนคติ

และพฤติกรรมคล้ายกัน (ปรเม สดะเวทิน, 2546, น. 112-116) รายละเอียดของลักษณะทางประชากร มีดังนี้

1. อายุ (Gender) เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่า (More Liberal) คนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษนิยมมากกว่า (More Conservative) คนที่มีอายุน้อย คนที่มีอายุน้อยมักจะเป็นคนที่ยึดถืออุดมการณ์กว่า (More Idealistic) คนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะเป็นคนที่ยึดถือการปฏิบัติมากกว่า (More Pragmatic) มีความระมัดระวัง (Cautious) และมองโลกในแง่ร้าย (Pessimistic) สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากคนที่มีอายุที่มีประสบการณ์ในชีวิต ซึ่งเคยผ่านยุคเชี่ยต่าง ๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่มีอายุน้อย คนที่มีอายุมากกว่ามีทรัพย์สินสมบัติมากกว่าคนที่มีอายุน้อย จึงมักจะไม่ค่อยยอมให้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในสังคม เพราะการเปลี่ยนแปลงในสังคมย่อมมีผลกระทบต่อทรัพย์สิน สถานะทางสังคมและความลำบากในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง นอกจากความแตกต่างในเรื่องความคิดแล้ว อายุยังเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจด้วย การวิจัยทางจิตวิทยาพบว่า เมื่อคนมีอายุมากขึ้น โอกาสที่คนจะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง นอกจากนั้นโดยปกติแล้วคนที่มีวัยต่างวัยกัน มักจะมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไปด้วย เช่น คนวัยกลางคนและคนสูงอายุมักจะคิดถึงเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การรักษาพยาบาล การมีบ้านและที่ดินเป็นของตนเอง ในขณะที่คนหนุ่มสาวอาจจะสนใจในเรื่องการศึกษา ความยุติธรรมและความเสมอภาคในสังคม

2. เพศ (Sex) การวิจัยทางจิตวิทยาหลายอันได้แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงจึงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ โอนอ่อนผ่อนตาม นอกจากนั้นการวิจัยหลายอันยังพบว่า ผู้หญิงถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย

3. สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ (Sio-economic Status) หมายถึง อาชีพ (Occupation) รายได้ (Income) เชื้อชาติและชาติพันธุ์ (Race and Ethic Group) ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว (Family Background) สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ที่ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน คนที่มีพื้นฐานทางครอบครัวต่างกัน

ย่อมมีค่านิยม ความคิด ความเชื่อตลอดจนพฤติกรรมที่ต่างกัน คนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลก มีแนวคิด มีอุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป นอกจากครอบครัวและอาชีพแล้ว รายได้ตลอดจนเชื้อชาติก็มีบทบาทสำคัญต่อผู้รับสารด้วย รายได้ของคนย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการของคนตลอดจนกำหนดความคิดของคนเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ และพฤติกรรมต่าง ๆ คนที่มีฐานะดีหรือมีรายได้สูง มักจะใช้สื่อมวลชนมากด้วยและการใช้สื่อมวลชนก็มักจะใช้เพื่อแสวงหาเรื่องราวข่าวสารที่หนักๆ เช่น อ่านบทบรรณาธิการ อ่านหรือดูหรือฟังเรื่องการบ้านการเมือง ปัญหาสังคม และเศรษฐกิจเป็นต้น คนต่างเชื้อชาติกันย่อมมีวัฒนธรรมย่อยของแต่ละเชื้อชาติที่คอยกำกับค่านิยม ทศนคติ ความคิดและพฤติกรรมของคนในเชื้อชาติแตกต่างกัน เช่น คนจีนอาจจะมีความคิดว่าการมีลูกมากๆดี เพราะจะได้ช่วยกันทำมาหากิน หรือมีความคิดว่ามีลูกชายดีกว่าลูกสาว เป็นต้น

4. การศึกษา (Education) หรือความรู้ (Knowledge) เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูง หรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง มีความเข้าใจศัพท์มาก และมีความเข้าใจสารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ สารที่ไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอจะถูกโต้แย้งจากคนเหล่านี้โดยทั่วไปคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ

จากแนวคิดลักษณะทางประชากร ผู้วิจัยสนใจศึกษาตัวแปรด้านลักษณะทางประชากร เพื่อทราบถึงลักษณะทางประชากรของผู้สูงอายุที่ใช้ไลน์แอปพลิเคชันในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร เนื่องจากตัวแปรด้านลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีผลต่อการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารและอินเทอร์เน็ต รวมถึงความสามารถและพฤติกรรมในการใช้ไลน์ที่แตกต่างกัน

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ (Social media)

Boyd & Ellison (2013) ให้ความหมายว่า รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นบริการรูปแบบหนึ่งของเว็บไซต์ที่อนุญาตให้ผู้ใช้สามารถ 1) สร้างประวัติส่วนตัวของผู้ใช้ เพื่อแสดงตัวตน (Identity) หรือเอกลักษณ์บุคคล 2) เชื่อมต่อกับบุคคลอื่นที่ต้องการสร้างความสัมพันธ์ร่วมกัน 3) ติดต่อสื่อสาร



สร้างสรรค์และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ร่วมกัน (Sorensen, Porras, Hajikhani, Hayar, 2014, p. 3)

Kane (2013) ให้ความหมายว่า สื่อสังคมออนไลน์มีคุณลักษณะที่ผู้ใช้สามารถสร้างกลุ่ม โดยบุคคลอื่นสามารถเข้าร่วมกลุ่มได้เป็นจำนวนมากภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว สามารถแบ่งปันข้อมูล ข่าวสาร ประสบการณ์ที่ดีและไม่ดีที่ได้รับ นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้บริษัท องค์กร สถาบัน และ หน่วยงานต่าง ๆ เพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสาร สร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้บริโภค (Sorensen, Porras, Hajikhani, Hayar, 2014, p. 3)

Kaplan & Haenlein (2010, p. 61) ให้ความหมายว่า เว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ตที่สร้างบน พื้นฐานของเทคโนโลยีเว็บ 2.0 เป็นการติดต่อสื่อสาร 2 ทาง โดยผู้ใช้สามารถเป็นผู้สร้างเนื้อหาเพื่อ แลกเปลี่ยนข้อมูลร่วมกัน

Kaplan & Haenlein (2010, pp. 62-64) ได้แบ่งสื่อสังคมออนไลน์เป็น 6 ประเภท ได้แก่

1. การทำงานร่วมกัน (Collaborative Project) คือ รูปแบบเว็บไซต์ที่เน้นการมีส่วนร่วม ของผู้ใช้ โดยผู้ใช้ทุกคนมีส่วนร่วมในการเพิ่ม แก้ไข ปรับแต่ง ข้อมูลและเนื้อหาในประเด็นต่าง ๆ ร่วมกัน ได้ เช่น วิกิพีเดีย (Wikipedia) เป็นต้น

2. บล็อก (Blog) คือ รูปแบบเว็บไซต์ที่สามารถแสดงความคิดเห็น สร้างข้อความ รูปภาพ วิดีโอ และอื่น ๆ เสมือนสมุดบันทึกประจำวันส่วนตัวหรือไดอารี่ออนไลน์ (Diary Online) เรียงตามลำดับ เวลา ผู้ใช้บุคคลอื่นสามารถเข้ามาดูและแสดงความคิดเห็นด้านท้ายได้ เช่น เวิร์ดเพรส (Wordpress) บล็อกเกอร์(Blogger) เป็นต้น

3. ชุมชนเนื้อหา (Content Community) คือ รูปแบบเว็บไซต์ที่เน้นการแบ่งปัน (share) เนื้อหาระหว่างผู้ใช้ ซึ่งข้อมูลที่แบ่งปันสามารถอยู่ในรูปแบบข้อความ รูปภาพ วิดีโอ เช่น ฟลิคซ์ (Flickr) ยูทูป(YouTube) สไลด์แชร์ (Slideshare) เป็นต้น

4. เว็บไซต์เครือข่ายสังคม (Social Networking Sites) คือ โปรแกรมประยุกต์ที่ผู้ใช้ สามารถสร้างประวัติส่วนตัวและเชื่อมต่อกับเพื่อนหรือบุคคลอื่น ๆ โดยการพิมพ์ข้อความตอบโต้กลับได้ ทันที (real time) สามารถแสดงสถานะ ความคิดเห็น แลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร รูปภาพและวิดีโอ และ อื่น ๆ เป็นต้น เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) มายสเปซ (MySpace) ไฮไฟว์ (Hi5) ไลน์แอปพลิเคชัน(LINE Application) เป็นต้น

5. เกมโลกเสมือน (Virtual Game World) คือ เกม 3 มิติที่ผู้ใช้สามารถเลือกเป็นตัวละครตามบทบาทของเกม ผู้ใช้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นคนอื่น ๆ ได้เสมือนอยู่ในโลกความจริง เช่น เวิลด์ออฟวอร์คราฟ(World of Warcraft) เป็นต้น

6. สังคมเสมือน (Virtual Social World) คือ โลกเสมือนที่ผู้ใช้สามารถสร้างลักษณะของตนเองให้มีรูปร่าง บุคลิก ทำทางตามที่ใช้ต้องการ (Avatar) เช่น เซเคิลไลฟ์ (SecondLife) เป็นต้น

ตารางที่ 2.1

### การจัดแบ่งสื่อสังคมออนไลน์

	Social presence/ Media richness		
	Low	Medium	High
High Self-presentation/ Self-disclosure	Blogs	Social networking sites	Virtual Social World
Low	Collaborative project	Content community	Virtual Game World

ที่มา: จาก Users of the World, Unite! The Challenges and Oportunities of Social Media by Andreas M. Kaplan and Michael Haenlein, 2010, p. 62

การจัดแบ่งสื่อสังคมออนไลน์ ดังตารางที่ 2.1 สามารถอธิบายได้ว่า

Social Presence คือ การสร้างกลุ่มที่ประกอบด้วยสมาชิกเป็นจำนวนมาก วัตถุประสงค์ในการสร้างกลุ่มเพื่อให้สมาชิกที่มีความสนใจหรือชอบในเรื่องเดียวกันได้มารวมกลุ่มกัน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นร่วมกัน Media richness คือ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ความสามารถของสื่อในการ

สื่อสารข้อมูลกันในเวลาใดเวลาหนึ่ง Self-presentation คือ การนำเสนอตนเอง Self-disclosure คือ ความต้องการเปิดเผยตนเองหรือ การกระทำที่ทำให้ผู้อื่นรับรู้เกี่ยวกับตนเอง เช่น เรื่องราว ความรู้สึก ความคิด ค่านิยม ความคาดหวัง เป็นต้น

**การทำงานของสื่อสังคมออนไลน์** (Kietzmann, Hermkens, McCarthy & Silvestre, 2011, pp. 243-247)

1. ตัวตน (Identity) คือ การเปิดเผยข้อมูลของผู้ใช้ เช่น ชื่อ อายุ เพศ อาชีพ การศึกษา สถานที่พักอาศัย Kaplan & Haenlein (2010) ได้อธิบายว่า เป็นการนำเสนอตัวตนของผู้ใช้ เป็นการกระทำที่ต้องการทำให้ผู้อื่นรับรู้เกี่ยวกับตนเอง เช่น เรื่องราว ความคิด อารมณ์ ความรู้สึก เป็นต้น
2. การสนทนา (Conversation) เป็นการติดต่อสื่อสารกันในระยะเวลาที่รวดเร็ว ทั้งแบบส่วนบุคคลและกลุ่ม การสนทนาผ่านข้อความ สามารถบันทึกเพื่อเรียกดูซ้ำได้
3. การแบ่งปัน (Sharing) คือ การแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน เช่น ข้อความ วิดีโอ รูปภาพ เสียง ลิงก์ (Link) และตำแหน่งที่อยู่ (location) เป็นต้น
4. การนำเสนอ (Presence) คือ การตั้งค่าแสดงสถานะ (status) ของผู้ใช้ ซึ่งผู้ใช้สามารถเลือกสถานะในการใช้ออนไลน์หรือออฟไลน์
5. ความสัมพันธ์ (Relationships) คือ การสร้างกลุ่ม ประกอบด้วยผู้ใช้ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มีผู้นำจัดตั้งกลุ่ม วัตถุประสงค์เพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกในกลุ่มที่มีความสนใจหรือชอบในเรื่องเดียวกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ร่วมกัน
6. ความมีชื่อเสียง (Reputation) คือ การแสดงออกถึงความนิยมที่มีต่อตัวบุคคลและเนื้อหา เช่น การกดถูกใจ(Like)และผู้ติดตามทางเฟซบุ๊กเป็นจำนวนมาก หรือ ยอดผู้ชม (view) เรตติ้ง (rating) บนยูทูป (YouTube) เป็นต้น
7. กลุ่ม (Groups) คือ การรวมกลุ่มของผู้ที่มีเป้าหมายหรือมีวัตถุประสงค์และความสนใจเหมือนกัน กลุ่มสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ กลุ่มที่เปิดให้ทุกคนเข้ามาได้โดยไม่ต้องขออนุญาต และกลุ่มปิดที่ต้องส่งคำขอการอนุญาตเข้าร่วมกลุ่ม

## ไลน์แอปพลิเคชัน (LINE Application)

ไลน์ (LINE) เกิดขึ้นภายหลังจากตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนเติบโตอย่างรวดเร็วในทั่วทุกมุมโลก จนทำให้ NAVER Japan ซึ่งเป็นทีมพัฒนาเกี่ยวกับการให้บริการการค้นหาข้อมูล (search engine) เกมแพลตฟอร์ม และ portal เว็บไซต์ของญี่ปุ่นต้องหันมาสนใจตลาดแอปพลิเคชันของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน ทีมงานได้เริ่มทำการวิจัยและหาข้อมูลช่วงเดือนมกราคม ปี พ.ศ. 2554 เพื่อเข้าใจถึงสิ่งสำคัญในการสื่อสารของผู้ใช้ในยุคโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน ว่าควรได้รับการพัฒนาและให้บริการอย่างไร เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ แต่ในระหว่างที่ทำการค้นหาข้อมูลอยู่นั้น ได้เกิดเหตุการณ์แผ่นดินไหวในเดือนมีนาคม ปี 2554 สร้างความเสียหาย จนทำให้การสื่อสารผ่านสายในรูปแบบดั้งเดิมขัดข้อง แต่ผู้คนยังคงติดต่อสื่อสารกันผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ ทำให้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต และการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตก็ได้เปลี่ยนแปลงไป รวมไปถึงการให้บริการ ซึ่งเดิมเป็นการให้บริการแบบค่อนข้างเปิด ที่มีจุดประสงค์เพื่อการหาเพื่อนใหม่ แต่หลังจากเหตุการณ์แผ่นดินไหว ทำให้ NAVER Japan ได้บทสรุปว่าจริงๆแล้ว สังคมต้องการการให้บริการแบบปิดคือสำหรับเพื่อการสื่อสารกับคนใกล้ชิด คนที่เรารัก ซึ่งรวมถึงเพื่อน ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน และบุคคลที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เป็นต้น ทำให้การคิดค้นไลน์ ได้เริ่มขึ้นในเดือนเมษายน ปี พ.ศ. 2554 และเนื่องจากเหตุการณ์แผ่นดินไหวในญี่ปุ่นนั้นเกิดขึ้นอยู่เป็นประจำ ทำให้ NAVER Japan ต้องการมอบบริการใหม่ตัวนี้ให้แก่ผู้ใช้โดยเร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพียงช่วงเวลาแค่ 1.5 เดือน NAVER Japan จึงเปิดตัวการให้บริการไลน์ก่อนที่จะพัฒนาความสามารถอย่างต่อเนื่องและจริงจัง ปัจจุบันไลน์ ได้มอบนวัตกรรมเพื่อการสื่อสารทั้งในรูปแบบของสติ๊กเกอร์ (Sticker) จนถึงเกมและลักษณะการทำงานอีกมากมาย (aripfan, 2015)

ไลน์ แอปพลิเคชัน เป็นสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ประเภทเว็บไซต์เครือข่ายสังคม (Social networking sites) มีลักษณะเป็นแบบปิด (Close Social Network) ดังนี้ (LINE, 2015)

1. ผู้ใช้สามารถเลือกรับเพื่อนได้หลายวิธี ได้แก่ หมายเลขโทรศัพท์มือถือในสมุดบัญชีรายชื่อ สแกนคิวอาร์โค้ด (QR Code) ไลน์ไอดี (ID LINE) และการเขย่า (Shake it) โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนพร้อมกัน

2. ผู้ใช้สามารถเลือกรูปแบบการสนทนาแบบแชทลับ (Hidden Chat) โดยไลน์จะทำการลบข้อความโดยอัตโนมัติภายหลังจากผู้ใช้ได้อ่านข้อความแล้ว ผู้ใช้สามารถตั้งค่าจับเวลาลบข้อความตั้งแต่ 2 วินาที ถึง 1สัปดาห์
3. กรณีที่ผู้ใช้ไม่ต้องการสนทนาหรือรับข้อความจากบุคคลที่ไม่ต้องการสนทนา ผู้ใช้สามารถบล็อก (Block) หรือปิดการแจ้งเตือน

### LINE Application มีลักษณะการทำงาน ดังนี้

1. ตัวตน (Identity) ผู้ใช้สามารถสร้างประวัติส่วนตัว ได้แก่ ชื่อผู้ใช้ รูปภาพประจำตัว และข้อความสั้นเพื่ออัปเดตสถานะ (Update Status) เช่น อารมณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็น เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ใช้สามารถโพสต์ (Post) ข้อความ รูปภาพ ความคิดเห็นต่าง ๆ ของตนบนไทม์ไลน์ (Timeline) เพื่อสร้างการรับรู้กับบุคคลอื่นเกี่ยวกับตนเอง
2. สนทนา (Conversation) แบบส่วนบุคคลและกลุ่ม ซึ่งผู้ใช้สามารถเลือกสนทนาได้หลากหลายรูปแบบ ได้แก่ การสนทนาผ่านข้อความตัวอักษร (Text) การสนทนาผ่านข้อความเสียง (Voice Message) การโทรด้วยเสียง (Voice Call) การโทรแบบเห็นหน้า (Video Call) และการสนทนาแบบแชทลับ โดยไลน์จะทำการลบข้อความโดยอัตโนมัติภายหลังจากผู้ใช้ได้อ่านข้อความแล้ว ผู้ใช้สามารถตั้งค่าจับเวลาลบข้อความตั้งแต่ 2 วินาที ถึง 1สัปดาห์ นอกจากนี้บทสนทนาสามารถบันทึกเพื่อเรียกดูซ้ำภายหลังได้ การสนทนาเกิดขึ้นตามเวลาจริง (Real Time)
3. แบ่งปัน (Sharing) ผู้ใช้สามารถแบ่งปันข้อความตัวอักษร ข้อความเสียง สติกเกอร์ รูปภาพ วิดีโอ ไฟล์เอกสาร(.pdf .pt .doc .jpeg) ตำแหน่ง/สถานที่ (Location) โดยผู้ใช้สามารถเลือกวิธีการแบ่งปันได้หลากหลายรูปแบบ ได้แก่ การโพสต์ (Post) บนไทม์ไลน์ (Timeline) การโพสต์ (Post) บนหน้าจอหลัก(Home)ของตนเอง รวมถึงการแบ่งปันในห้องสนทนาส่วนบุคคลและกลุ่ม
4. ความสัมพันธ์ (Relationship) ผู้ใช้สามารถสร้างกลุ่มตามความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้ เช่น กลุ่มครอบครัว กลุ่มเพื่อนที่ทำงาน กลุ่มเพื่อนเรียนพิเศษ กลุ่มเพื่อนเรียนมหาวิทยาลัย เป็นต้น ไลน์รองรับการสนทนาดังกล่าวสูงสุด 200 คน

5. นำเสนอ (Presence) โลกไม่มีรูปแบบการทำงานหรือแสดงสถานะการออนไลน์ (Online)ของผู้ใช้ ผู้ใช้บุคคลอื่น จะไม่สามารถทราบได้ว่าบุคคลใดออนไลน์อยู่ในขณะนั้น จะทราบได้เมื่อมีการสนทนาเกิดขึ้น ซึ่ง เฟซบุ๊ก (Facebook) ที่เป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมประเภทเดียวกัน ผู้ใช้สามารถแสดงสถานะทั้งแบบออนไลน์และแบบออฟไลน์ได้

6. ความมีชื่อเสียง (Reputation) เป็นการใช้เพื่อการโฆษณา การตลาดและประชาสัมพันธ์ของบริษัท องค์กร หน่วยงาน ร้านค้าต่าง ๆ ในรูปแบบของบัญชีทางการ วัตถุประสงค์เพื่อต้องการเข้าถึงและกระจายข้อมูลข่าวสารแก่ผู้บริโภค โดยวัดจากยอดผู้ใช้ที่รับเป็นเพื่อน เมื่อผู้ใช้เป็นเพื่อนกับบัญชีทางการแล้ว ผู้ใช้จะได้รับสติ๊กเกอร์ใช้ฟรี รวมถึงข้อมูลข่าวสาร ข้อเสนอต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท องค์กร หน่วยงาน ร้านค้าเหล่านี้

7. กลุ่ม (Group) เป็นลักษณะของการเข้าร่วมกลุ่มสนทนา เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มสามารถติดต่อ สื่อสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยมีสมาชิกในกลุ่มสูงสุด 200 คน

#### **คุณสมบัติของ LINE Application มีดังนี้ (LINE, 2015)**

1. สามารถใช้ได้บนทุกระบบปฏิบัติการของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน (Smart Phone) ได้แก่ iOS, Android, Windows Phone, Blackberry และแท็บเล็ต(Tablet)ได้แก่ iOS, Android รวมถึงพีซี(PC) ได้แก่ Windows, Mac OS

2. การเพิ่มเพื่อน (Add Friend) สามารถเพิ่มเพื่อนได้หลายวิธี ได้แก่ หมายเลขโทรศัพท์มือถือในสมุดบัญชีรายชื่อ สแกนคิวอาร์โค้ด (QR Code) ไลน์ไอดี (ID LINE) และการเขย่า (Shake it)โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนพร้อมกัน

3. การส่งข้อความฟรี (Free Messaging) สามารถส่งข้อความในรูปแบบ ข้อความตัวอักษร ข้อความเสียง รูปภาพ วิดีโอ ไฟล์เสียง (File) ลิงก์ (Link) ถึงกันได้ฟรี ตามเวลาจริง

4. การโทรแบบเสียงและแบบเห็นหน้า (Free Voice & Video Calls) สามารถโทรแบบเสียงและแบบเห็นหน้า ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศฟรี ตามเวลาจริง

5. ไลน์สติ๊กเกอร์ ข้อความภาพตัวการ์ตูน หรือสติ๊กเกอร์การ์ตูน เป็นสัญลักษณ์แสดงอารมณ์และความรู้สึก กิริยาท่าทางต่าง ๆ มีทั้งสติ๊กเกอร์แบบเคลื่อนไหว (Animated Stickers) และสติ๊กเกอร์แบบมีเสียง (Sticker Featuring Sound)
6. ไลน์ไลน์ เป็นพื้นที่การแบ่งปัน รูปภาพ วิดีโอ ข้อความและแสดงความคิดเห็น เป็นต้น
7. กลุ่ม รองรับสมาชิกในห้องสนทนากลุ่มได้สูงสุด 200 คน

### แอปพลิเคชันต่าง ๆ ของไลน์

1. ไลน์ เพย์ (LINE Pay) บริการชำระเงินออนไลน์ผ่านบัตรเครดิต เพื่อชำระเงินในการใช้บริการต่าง ๆ ของไลน์ เช่น ซื้อสติ๊กเกอร์ ธีม (Theme) และร้านค้าออนไลน์ (LINE Shop) เมื่อสมัครใช้งานไลน์เพย์ ผู้ใช้บริการต้องลงทะเบียนบัตรเครดิต จึงจะสามารถใช้บริการได้
2. ไลน์ สโตร์ (LINE Store) ร้านค้าที่ผู้ใช้สามารถเลือกซื้อ เกม (Game) สติ๊กเกอร์ ธีม
3. ไลน์ เอาท์ (LINE Out) ความสามารถโทรเข้าเบอร์โทรศัพท์บ้านได้ อัตราค่าโทรภายในประเทศ โทรเข้าเบอร์บ้านและมีอัตราค่า 0.64 บาท/นาที
4. ไลน์ เกม (LINE Game) ผู้ใช้ไลน์สามารถเล่นเกมด้วยกัน
5. ไลน์ แฟมิลี่ (Family App)

### ตารางที่ 2.2

แสดงคุณสมบัติของแอปพลิเคชันต่าง ๆ ของไลน์

แอปพลิเคชัน	คุณสมบัติ
1.LINE Dictionary	พจนานุกรมภาษาอังกฤษ – ภาษาไทยจากออกฟอร์ด (Oxford) และพจนานุกรมภาษาไทย – ภาษาอังกฤษจากซีเอ็ด (SE-ED)
2. LINE HERE	แสดงตำแหน่งหรือที่อยู่ กับครอบครัว เพื่อน บุคคลใกล้ชิด จากโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนตามเวลาจริง

ตารางที่ 2.2

แสดงคุณสมบัติแอปพลิเคชันต่างๆของไลน์

3. Emoji LINE	ภาพการ์ตูนแสดงสีหน้าต่าง ๆ
4. Popcorn Buzz	การโทรแบบกลุ่มพร้อมกันได้สูงสุด 200 คน
5. LINE@	การซื้อขายสินค้าออนไลน์ เพื่อส่งข้อมูลข่าวสารให้กับลูกค้า
6. LINE TV	รายการทีวี เปิดใช้เฉพาะประเทศไทยและไต้หวัน
7. B612	การถ่ายรูปและเซลฟี่ (Selfie)
8. aillis	การปรับแต่งภาพ
9. LINE DECO	ธีมรูปภาพต่าง ๆ สำหรับเปลี่ยนวอลเปเปอร์(Wallpaper)
10. LINE PLAY	เกมโลกเสมือน
11. LINE SnapMovie	ถ่ายคลิปวิดีโอสั้นๆ ภายในระยะเวลา10 วินาที
12. LINE Antivirus	สแกนไวรัส สำหรับระบบปฏิบัติการแอนดรอย(Android)
13. LINE Brush	วาดรูปตกแต่งภาพด้วยลายเส้น เป็นลายดินสอสี , หมึก, ภูกัน, สีน้ำ, สีเทียน, ดินหัวใหญ่, หัวเล็ก, พร้อมทั้งสามารถปรับเฉดสีลายเส้น
14. LINE Card	การ์ดสำหรับโอกาสต่าง ๆ เช่น อวยพรวันเกิด ส่งความคิดถึง เป็นต้น โดยสามารถใช้ LINE Card ทำเป็นอีการ์ดส่งเพื่อบอกแทนความรู้สึก
15. LINE Tools	เครื่องมือสำหรับการวาดเส้น
16. LINE SHOP	ร้านค้าออนไลน์ เปิดใช้งานเฉพาะประเทศไทย
17. LINE NEWS	รับข้อมูลข่าวสารล่าสุดของไลน์
18. LINE Music	ฟังเพลง
19. LINE Fortune	ทำนายดวงชะตา
21. LINE Mall	ซื้อขายสินค้าระหว่างผู้ใช้
23. LINE Creators market	ผู้ใช้สามารถเป็นผู้สร้างสติ๊กเกอร์และขายแก่ผู้ใช้บุคคลอื่น



## ไลน์และรูปแบบการใช้งานเพื่อผู้สูงอายุ บนระบบปฏิบัติการ iOS (Mac Thai, 2015)

1. ปรับตัวหนังสือให้ใหญ่ขึ้น เพื่อให้ได้อ่านง่ายขึ้น ไม่ต้องเพ่งอ่านตัวหนังสือเล็ก ๆ สามารถเลือกขนาดตัวหนังสือที่ต้องการ ทั้ง 4 ขนาด คือ ที่ เล็ก (Small) ปานกลาง (Medium) ใหญ่ (Large) และ ใหญ่มาก (Extra Large)
  2. ให้ Siri อ่านข้อความให้เราฟัง ไม่เพียงแคในแอปพลิเคชัน LINE เท่านั้น ยังสามารถอ่านได้ทั้งในอีเมล (E-mail) เว็บเพจ (webpage) โน้ต (note)
  3. พุดให้ Siri ช่วยพิมพ์ข้อความให้ ตามที่เราพูดออกมา เพื่อช่วยแก้ปัญหาการไม่ถนัดพิมพ์ข้อความ สามารถใช้ได้ทุกที่และทุกแอปเช่นเดียวกัน ไม่ว่าจะพิมพ์ข้อความบนแอป Facebook (เฟซบุ๊ก), เมสเซนเจอร์ (Messenger), โน้ต (Note) โดยเปลี่ยนคีย์บอร์ดเป็นภาษาไทยก่อนถึงจะพูดเป็นภาษาไทยได้ในทำนองเดียวกันถ้าเลือกคีย์บอร์ดภาษาอังกฤษ ก็จะเป็นการพิมพ์ตามคำบอกเป็นภาษาอังกฤษ
  4. เปิดแว่นขยายไว้ซูม (zoom) เป็นการที่ช่วยขยายหน้าจอให้ใหญ่ขึ้นสำหรับผู้สูงอายุที่มีปัญหาด้านสายตา
  5. Choose Filter คือการเลือกแสงให้เหมาะกับสถานการณ์ เช่น กลับสีขาว-ดำ เป็นดำ-ขาว (Inverted), ทำเป็นสีเทา (Grayscale) นอกจากนี้ก็มี Grayscale Inverted และ Low Light ที่เหมาะสำหรับการอ่านตัวหนังสือในที่แสงน้อย
  6. Show Controller จะเป็นการแสดงจอยสติค (Joystick) ไว้สำหรับเลื่อนแว่นขยายขึ้น-ลง-ซ้าย-ขวา เหมือนในเกมได้
- สำหรับระบบปฏิบัติการ Android และ Windows สามารถปรับขนาดตัวอักษรได้ 4 ระดับ ได้แก่ ที่ เล็ก (Small) ปานกลาง (Medium) ใหญ่ (Large) และ ใหญ่มาก (Extra Large) (it24hrs, 2015)

**ไลน์** มีจำนวนผู้ใช้ 560 ล้านคนทั่วโลก อันดับ 1 คือญี่ปุ่น 54 ล้านคน อันดับ 2 ไทย 33 ล้านคน อันดับ 3 อินโดนีเซีย 30 ล้านคน อันดับ 4 สหรัฐอเมริกา 25 ล้านคน อันดับ 5 สเปนและเม็กซิโก 18 ล้านคนเท่ากัน และมียอดจำนวนผู้ใช้ประจำทุกเดือน ทั้งหมด 170 ล้านทั่วโลก ขณะที่ยอดการรับและส่งข้อความสูงสุดภายในหนึ่งวัน (รวมถึงวิดีโอและรูปภาพ) มีจำนวน 13,000 ล้านข้อความ (เพิ่มขึ้นจากเดือนกันยายน 2556 ถึง ร้อยละ 87) ยอดการส่งข้อความเสียงและโทรด้วยวิดีโอสูงสุดภายในหนึ่งวัน จำนวน 34 ล้านครั้ง (เพิ่มขึ้นจากเดือนกันยายน 2556 ถึง ร้อยละ 120) ส่วนสถิติการใช้ไลน์นั้น มีปริมาณการ

สื่อสารรายวัน โพสต์ (Post), ไลค์ (Like) และแสดงความคิดเห็น (Comment) จำนวน 160 ล้านครั้ง (เพิ่มขึ้นจากเดือนสิงหาคม 2556 ถึง ร้อยละ 202) ส่วนสถิติการใช้สติ๊กเกอร์มีการรับและส่งสติ๊กเกอร์ ภายในหนึ่งวันจำนวนเกิน 1.8 พันล้านครั้งและมียอดการใช้สติ๊กเกอร์ทั้งหมดเกิน 20,000 เซต (เดลินิวส์, 2557)

## 2.3 แนวคิดการรู้สื่อสังคมออนไลน์(Social Media Literacy)

**การรู้สื่อในศตวรรษที่ 21** (Thoman & Jolls, 2003, p. 9)

การหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) และเทคโนโลยีได้เปลี่ยนแปลงและสร้างการเรียนรู้ใหม่ ความสามารถในการอ่านออกเขียนได้ของทุกกลุ่มวัยไม่เพียงพอสำหรับยุคสมัยนี้ แต่ต้องมีความสามารถในการคิด วิเคราะห์ ตีความ แสดงความคิดเห็นต่อสิ่งต่าง ๆ ที่ได้รับจากสื่อด้วย ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ไม่ได้เป็นเพียงอักษรข้อความในกระดาษเช่นในอดีต แต่ข้อมูลข่าวสารในปัจจุบันมีพลังอย่างมาก ทั้งในรูปแบบของภาพ และเสียงที่มีความหลากหลาย และมีการกระจายของข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว

**การรู้สื่อสำคัญอย่างไร**

1. อิทธิพลของสื่อในระบอบสังคมประชาธิปไตย พลเมืองต้องมีทักษะ 2 อย่างคือ การคิด วิเคราะห์และการแสดงความคิดเห็น ทักษะทั้งสองอย่างนี้ เป็นทักษะที่ต้องได้รับการฝึกฝนและพัฒนา โดยนำข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับ ทำความเข้าใจและแยกแยะวาทกรรมต่าง ๆ จากพรรคการเมืองนำไปสู่การตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

2. การบริโภคสื่อจากการใช้สื่อ ทีวี ไอเกม ทีวี เพลง วิชยู หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต หรือแม้กระทั่งข้อความต่างๆ ที่ปรากฏบนเครื่องแต่งกายดังที่สามารถพบเห็นได้ในปัจจุบัน ดังเช่น การสกรีนถ้อยคำณรงค์ โฆษณานบนเสื้อ เป็นต้น สามารถอธิบายได้ว่า ในแต่ละวันบุคคลเปิดรับข้อมูลรับเนื้อหาจากสื่อที่หลากหลายตลอดเวลา การรู้สื่อสอนให้มีทักษะที่เพื่อเป็นแนวทางการป้องกัน

3. ทักษะด้านความเข้าใจ ตีความ ช่วยให้เราเข้าใจถึงอิทธิพลของสื่อ อิทธิพลของสื่อในการสร้างการรับรู้ ความเชื่อ ทศนคติ การศึกษาการรู้สื่อช่วยให้เราสามารถแยกแยะอิทธิพลของสื่อได้

4. รูปแบบการนำเสนอของสื่อมีความหลากหลายมากขึ้นกว่าในอดีตที่ผ่านมา ดังที่ปรากฏในปัจจุบัน ที่เน้นรูปแบบการสื่อสารผ่านรูปภาพ ภาพวาด ให้ผู้รับสารตีความหมายได้หลากหลายมากกว่าการใช้เพียงตัวอักษรให้อ่าน

5. ยุคข้อมูลข่าวสาร มีความสำคัญต่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต ดังนั้นการศึกษาสื่อช่วยให้เราเข้าใจที่มาของข้อมูลข่าวสาร รู้ว่าเจ้าของสื่อคือใคร และเราสามารถค้นหา เลือกลงแหล่งข้อมูลข่าวสารที่น่าเชื่อถือได้

ในการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยอ้างอิงข้อมูลแนวคิดการรู้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Literacy) ภายใต้กรอบแนวคิด Mapping Social Media Literacy : Towards a Conceptual Framework, 2011 ของ สถาบัน EMSOC (User Empowerment in a Social Media Culture)

สื่อสังคมออนไลน์ เป็นกลุ่มแอปพลิเคชันบนอินเทอร์เน็ต การรู้สื่อ และการรู้อินเทอร์เน็ต (Internet Literacy) เป็นการให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ ประเมินข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับจากสื่อออนไลน์ (Jenkins, Purushotma, Weigel, Clinton & Robinson, A. J., 2009, อ้างถึงใน Vanwynsberghe, Boudry & Verdegem, 2011, p. 28)

การใช้สื่อสังคมออนไลน์ผู้ใช้อาจมี ทักษะ ความสามารถในการผลิต การสร้างสรรค์ การสื่อสาร การมีส่วนร่วมและมีการตอบโต้ ดังนั้น การใช้สื่อสังคมออนไลน์ผู้ใช้อาจจำเป็นต้องมีทักษะหลายด้านที่เป็นทักษะ ความสามารถเฉพาะในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Kaplan & Haenlein, 2010, อ้างถึงใน Vanwynsberghe et al., 2011, p. 28)

การรู้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นความท้าทายในการจัดการกับทักษะ ความสามารถ มากกว่าการใช้สื่อประเภทอื่น ๆ เช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น เนื่องจากการหลอมรวมของสื่อ ทั้งสื่อเก่าและสื่อใหม่ เช่น การดูรายการโทรทัศน์ผ่านทางยูทูป การอ่านข่าวผ่านเว็บไซต์ออนไลน์ เป็นต้น ดังนั้น สิ่งสำคัญคือ ทักษะการรู้สื่อสังคมออนไลน์ นอกจากนี้สิ่งไม่อาจมองข้าม คือความสามารถด้านคิดวิเคราะห์ เพื่อเป็นกรอบในการรู้สื่อสังคมออนไลน์ (Jenkins, 2006, อ้างถึงใน Vanwynsberghe et al., 2011, p. 28)

ดังที่กล่าวข้างต้น สื่อสังคมออนไลน์ เปิดผู้ใช้งานสามารถสื่อสาร แบ่งปัน และเป็นผู้สร้างเนื้อหา (Self-Produce) ข้อมูลต่าง ๆ ขึ้นเองได้ ซึ่งข้อมูลข่าวสารทางออนไลน์ต่าง ๆ ที่ปรากฏ มีทั้งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ และไม่เชื่อถือ ดังนั้น สิ่งที่สำคัญที่ผู้ใช้อาจต้องมี คือ ทักษะ ความสามารถ คิด วิเคราะห์ จัดการ

กับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับ กรอบแนวคิดการรู้สื่อสังคมออนไลน์ให้ความสำคัญกับทักษะความสามารถในการจัดการกับเนื้อหาหรือข้อความที่ได้รับในสื่อสังคมออนไลน์

Livingstone (2004) and Martin & Grudziecki, 2006, อ้างถึงใน Vanwynsberghe et al., 2011, p. 29) กล่าวถึง การรู้สื่อ ว่าเป็นทักษะ ความสามารถในการเข้าถึงสื่อ การใช้สื่ออย่างมี วิจารณญาณ ดังนั้นกรอบแนวคิดการรู้สื่อสังคมออนไลน์จึงประกอบด้วย การเข้าถึง พฤติกรรมการใช้สื่อ สังคมออนไลน์ ซึ่งการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง การเชื่อมต่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เป็นทักษะ ในการใช้สื่อ และเป็นสิ่งสำคัญส่วนหนึ่งของการรู้สื่อสังคมออนไลน์ หากผู้ใช้ไม่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ได้ ผู้ใช้ก็จะไม่สามารถสร้างบัญชีบนเว็บไซต์เครือข่ายสังคมได้

ดังนั้น การรู้สื่อสังคมออนไลน์ อยู่ภายใต้แนวคิดการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ (Access Social Media) ความสามารถในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Competences) และพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Use of Social Media)

## นิยาม

Livingstone (2004 p. 30) กล่าวว่า การรู้สื่อ หมายถึง ทักษะ ความสามารถในการเข้าถึง การวิเคราะห์ ประเมิน สร้างสรรค์เนื้อหาในบริบทที่หลากหลาย และมีความสำคัญมากกว่าทักษะ ความสามารถในการใช้สื่อ

Brandtweiner & Kerschbaum (2010, อ้างถึงในVanwynsberghe et al., 2011,p. 30) กล่าวว่า การรู้สื่อ หมายถึง การวิเคราะห์ ประเมิน เนื้อหาข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับจากสื่อ การรู้สื่อ ประกอบด้วย ทักษะขั้นพื้นฐานในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และทักษะขั้นสูงคือความสามารถในการจัดการ กับข้อมูลและเนื้อหาต่าง ๆที่ได้รับ ดังนี้

1. การเลือกและการใช้สื่อ (Selecting and Using) เนื้อหาและข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม การมีส่วนร่วม มีความรู้เกี่ยวกับสื่อที่ใช้
2. การประเมินและเข้าใจ (Understanding and Evaluating) เนื้อหาและข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับ
3. การตระหนักรู้และการตอบสนอง (Recognizing and Responding) ต่ออิทธิพลของสื่อ เกี่ยวกับเนื้อหาและข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับ

4. การประเมินค่าและแยกแยะ (Identifying and Evaluating) ความรุนแรงและความน่าเชื่อถือของเนื้อหาและข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับ

Brandtweiner & Kerschbaum (2010, p. 30) ชี้ให้เห็นว่า ทักษะด้านความรู้เกี่ยวกับสื่อ การวิเคราะห์ การประเมิน และการตอบสนอง เป็นทักษะที่สำคัญในการจัดการกับเนื้อหาและข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับจากสื่อ รวมถึงการให้ความสำคัญกับทักษะพื้นฐานในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ด้วย

Van Deursen (2010, อ้างถึงใน Vanwynsberghe et al., 2011, p. 30)

ทักษะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ สามารถแบ่งเป็น 2 ทักษะ ดังนี้

1. ทักษะการใช้สื่อกลาง (Medium-Related Skills) ได้แก่ ทักษะด้านการใช้อุปกรณ์สื่อสาร ทักษะการใช้อินเทอร์เน็ต

2. ทักษะการจัดการกับเนื้อหา (Content-Related Skills) ได้แก่ ทักษะการจัดการกับเนื้อหาและข้อมูลต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ต

Martin & Grudziecki (2006, p. 31) นิยาม การรู้สารสนเทศดิจิทัล (digital literacy) คือ ความรู้ ทักษะ ทักษะความสามารถในการใช้สื่อสารสนเทศดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม ความสามารถในการเข้าถึงสื่อ การจัดการ การบูรณาการ การประเมิน การวิเคราะห์ สังเคราะห์ ตรวจสอบแหล่งที่มาที่สามารถสร้างความรู้ใหม่ สร้างความคิดเห็นเกี่ยวกับเนื้อหาและข้อมูลที่ได้รับจากสื่อ สื่อสารกับผู้อื่นในบริบทและสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมได้ นิยามดังกล่าวไม่เพียงหมายถึงความรู้ ทักษะความสามารถในการใช้สื่อเท่านั้น แต่รวมถึง การตระหนักรู้ ทักษะ ทักษะความสามารถในการจัดการกับข้อมูลและเนื้อหาต่าง ๆ ที่ได้รับจากสื่อ นอกจากนี้ สิ่งสำคัญที่นอกเหนือจากความสามารถในการคิดวิเคราะห์แล้ว ยังรวมถึงทักษะการสื่อสาร การสร้างสรรค์กับสื่อสังคมออนไลน์แต่ละประเภท

Vanwynsberghe et al. (2011, p. 31) การรู้สื่อสังคมออนไลน์ คือ การเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้ ทักษะ ความสามารถ ทักษะ ทักษะ และการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงความสามารถในการวิเคราะห์ การประเมิน การแบ่งปัน และการสร้างสรรค์ ข้อมูลและเนื้อหาต่าง ๆ ที่ได้รับจากสื่อ

### ทักษะการใช้สื่อกลาง (Medium-Related Competences)

เป็นทักษะการใช้อุปกรณ์สื่อสารต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เป็นต้น และความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต เช่น การเปิดหน้าเว็บไซต์โดยการพิมพ์ยูอาร์แอล (URL) การคลิกลิงก์ เป็นต้น ความสามารถในการใช้อุปกรณ์สื่อสารและอินเทอร์เน็ตเป็นความสามารถพื้นฐานของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่สามารถพัฒนาไปสู่ความสามารถขั้นสูงที่ผู้ใช้สามารถสร้างกิจกรรมต่าง ๆ บนสื่อสังคมออนไลน์ได้ การใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยส่งเสริมทักษะด้านการสื่อสารของผู้ใช้ เป็นต้น

### ทักษะการจัดการกับเนื้อหา (Content-Related Competences)

เป็นทักษะขั้นสูงของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ การวิเคราะห์ ประเมิน ตีความหมาย ที่ประกอบไปด้วย ข้อความตัวที่เป็นตัวอักษร ภาพและเสียง รวมถึงการสื่อสาร การแบ่งปัน การสร้างสรรค์ ข้อมูลเนื้อหาต่าง ๆ กับบุคคลอื่น ๆ บนโลกออนไลน์

อย่างไรก็ตาม ความสามารถในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของแต่ละบุคคล ขึ้นอยู่กับเป้าหมายและความต้องการในการใช้ กล่าวคือ หากบุคคลมีเครือข่ายทางสังคมที่มีการเข้าถึงเว็บไซต์เครือข่ายสังคมจำนวนมาก ก็สามารถส่งผลกระทบต่อความสนใจต้องการใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ และหากผู้ใช้ไม่มีเป้าหมายในการหาเพื่อนใหม่บนเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ จึงส่งผลให้บุคคลไม่เกิดความต้องการในการเรียนรู้ ที่นำไปสู่การทักษะในการใช้

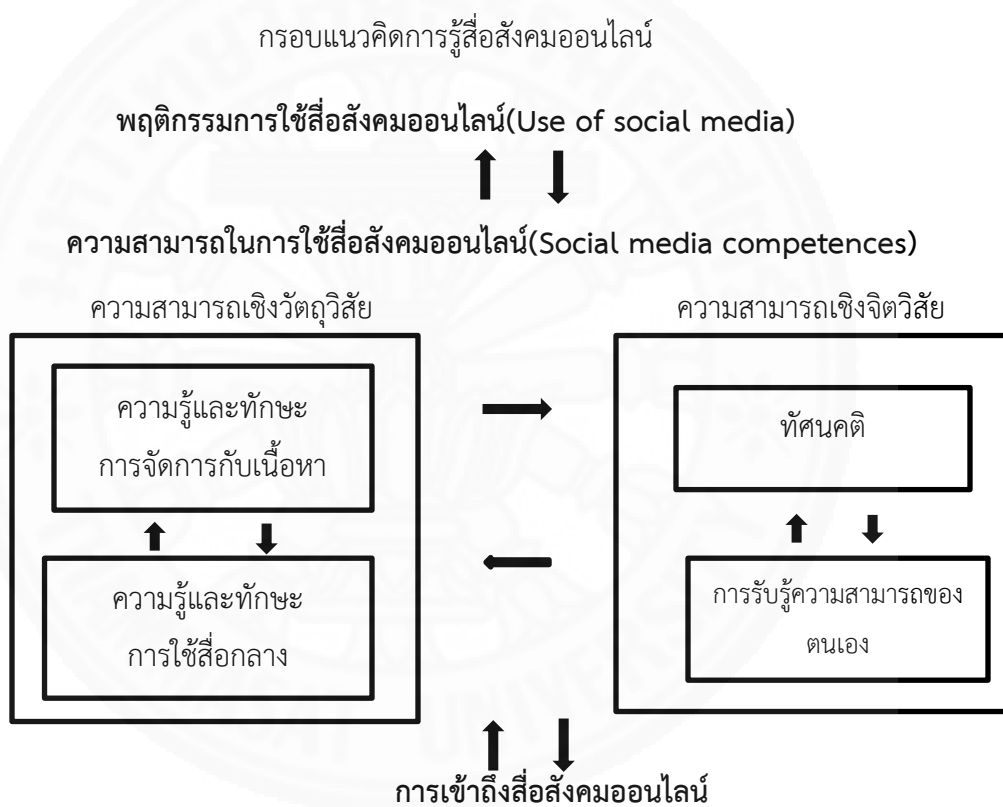
กรอบแนวคิดของการรู้สื่อสังคมออนไลน์สามารถแบ่งได้เป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. **การเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์** หมายถึง การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์สื่อสาร เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์เป็นกลุ่มแอปพลิเคชันที่อยู่บนพื้นฐานการทำงานของอินเทอร์เน็ต
2. **ความสามารถในการใช้สื่อสังคมออนไลน์** ประกอบด้วย ทักษะคิด การรับรู้ ความสามารถของตนเอง ความรู้และทักษะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงความรู้และทักษะการวิเคราะห์ การประเมิน การแบ่งปัน การสร้างสรรค์เนื้อหาข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์
3. **พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์** หมายถึง ความถี่ในการใช้ ลักษณะการใช้ วัตถุประสงค์ของการใช้ และสถานที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์

Sternberg & Kolligian (1990)อ้างถึงใน Vanwynsberghe et al. 2011, p. 33) แบ่งความสามารถของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. **ความสามารถเชิงวัตถุวิสัย (Objective Competences)** ได้แก่ ความรู้และทักษะการใช้สื่อกลางและการจัดการกับเนื้อหา

2. **ความสามารถเชิงจิตวิสัย (Subjective Competences)** ได้แก่ ทักษะคิดและการรับรู้ความสามารถของตนเอง



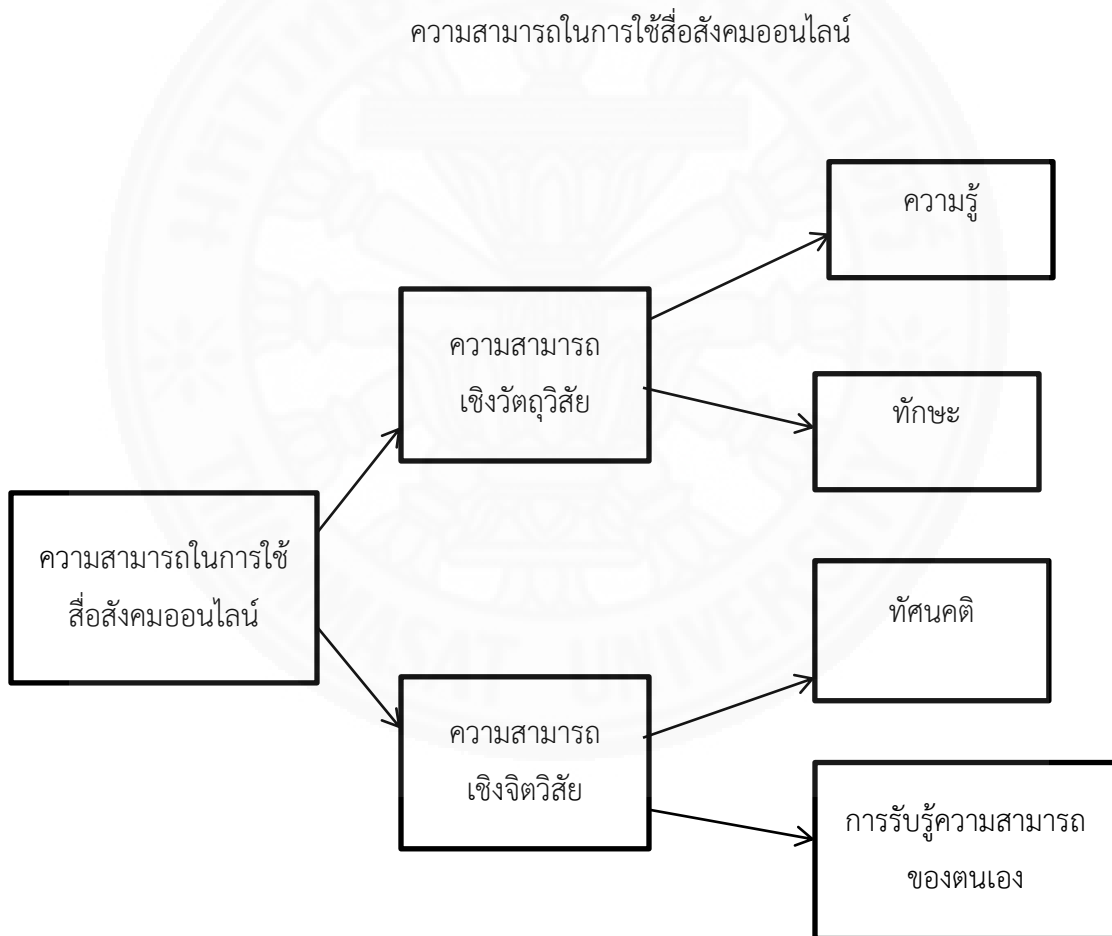
ภาพที่ 2.1

ที่มา : Mapping Social Media Literacy, 2011 by Vanwynsberghe et al., (2011, p. 34)

จากกรอบแนวคิดดังภาพ 2.1 อธิบายได้ว่า

1. การเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ ผู้ใช้สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ต เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์เป็นโปรแกรมประยุกต์ที่ทำงานอยู่บนพื้นฐานของอินเทอร์เน็ต หากปราศจากการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในขั้นตอนแรก ผู้ใช้ก็จะไม่สามารถเข้าถึงและใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้

2. ความสามารถในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นการกำหนดความสามารถในการจัดการกับสื่อสังคมออนไลน์ โดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้



ภาพที่ 2.2



## 2.1 ความสามารถเชิงวิถุวิสัย ประกอบด้วย

2.1.1 ความรู้และทักษะในการใช้สื่อกลาง คือ ความรู้และทักษะด้านการใช้อุปกรณ์สื่อสารและการใช้อินเทอร์เน็ต เป็นความรู้และทักษะพื้นฐานในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

2.1.2 ความรู้และทักษะในการจัดการกับเนื้อหา คือ ความรู้และทักษะในการทำความเข้าใจเนื้อหาและบริบทของสื่อ รวมถึงการวิเคราะห์ ประเมิน แบ่งปัน สร้างสรรค์ เนื้อหาข้อมูลต่าง ๆ ในสื่อสังคมออนไลน์ เป็นความรู้และทักษะขั้นสูงในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

## 2.2 ความสามารถเชิงจิตวิสัย ประกอบด้วย

2.2.1 ทศนคติ (Attitude) คือ ความเชื่อ ความรู้สึก การรับรู้ประโยชน์และความง่ายที่มีต่อกิจกรรมต่าง ๆ ในสื่อสังคมออนไลน์ นำไปสู่การเปิดรับและใช้สื่อสังคมออนไลน์

2.2.2 การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) คือ ความมั่นใจ ความเชื่อมั่นในการพัฒนาทักษะและความสามารถในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

**3. การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Use of Social Media Application)** คือ พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ อันเป็นผลมาจากการพัฒนาความรู้และทักษะการใช้ ซึ่งพฤติกรรมการใช้ประกอบด้วย ความถี่ในการใช้ สถานที่ใช้และลักษณะการใช้

Vanwysberghe et al (2011, p. 37) แบ่งขอบเขตของการรู้สื่อสังคมออนไลน์ ดังนี้

**1. การเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ (Access to Social Media Applications)** คือ ขั้นตอนแรกของการรู้สื่อสังคมออนไลน์ ผู้ใช้ต้องมีความรู้และทักษะพื้นฐานในการใช้อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีอุปกรณ์สื่อสาร ซึ่งในปัจจุบันอุปกรณ์สื่อสารถูกออกแบบมาเพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน แท็บเล็ต เป็นต้น นอกจากนี้การเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ ยังหมายถึงการเป็นเจ้าของสื่อของแต่ละบุคคล ปัจจัยที่สร้างความแตกต่างในการเป็นเจ้าของสื่อ ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ กลุ่มวัย เป็นต้น อิทธิพลในการเป็นเจ้าของสื่อของแต่ละบุคคล ได้แก่ คุณภาพของเทคโนโลยี รายได้ กลุ่มทางสังคม เป็นต้น การเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ เป็นตัวกำหนดการพัฒนาความสามารถในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

**2. ความสามารถในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social media competences)** ประกอบด้วย

## 2.1 ความสามารถเชิงวัตถุประสงค์ (Objective Competences) ประกอบด้วย

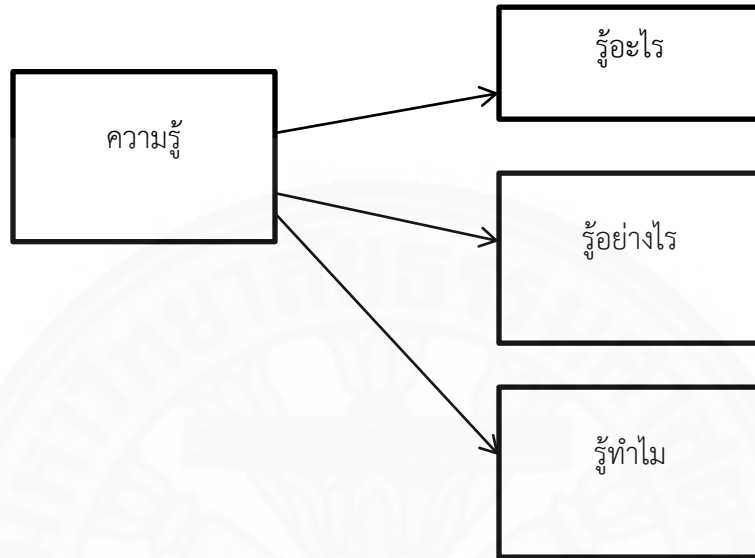
**ความรู้ (Knowledge)** คือ ชุดของความจำของแต่ละบุคคลในการสามารถจัดการ ตีความ ตามโครงสร้างความจำ การรับรู้ของแต่ละบุคคลที่มีอยู่ ความรู้ทำให้บุคคลสามารถประเมินเนื้อหาและ ข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับจากสื่อ สามารถแยกประเภท สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูล นำไปสู่การ ตัดสินใจได้อย่างถูกต้องและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ใช้ (Bloom, Engelhardt, Furst, Hill, & Krathwohl, 1956, อ้างถึงใน Vanwysberghe et al. 2011, p. 40) ความรู้เป็นทักษะด้านสมอง ที่อยู่ใน กระบวนการภายในจิตใจ สามารถวิเคราะห์ ประเมิน เนื้อหาและข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างมีเหตุผล ความรู้เป็น ทักษะพื้นฐานเปรียบเสมือนเครื่องมือที่ดึงมาจากหน่วยความจำ นำไปสู่พฤติกรรมกรรมการใช้งานจริง

ดังนั้น ความรู้ หมายถึง ชุดของหน่วยความจำของแต่ละบุคคลในการจัดการกับข้อมูลต่าง ๆ (Potter, 2011) ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จะถูกตีความหมายและมีการสร้างโครงสร้างการรับรู้ การจัดการ ภายในความจำของแต่ละบุคคล ความรู้สามารถเกิดขึ้นได้จากหลายทาง เช่น การสังเกต ประสบการณ์ที่ ได้รับ (Westera, 2011, อ้างถึงใน Vanwysberghe et al. 2011, p. 40) บุคคลจะรับข้อมูลต่าง ๆ จาก เพื่อน ครอบครัว สื่อ โรงเรียน ที่ทำงาน โดยบุคคลจะทำการเลือกข้อมูลที่สนใจและตรงกับความ ต้องการ เพื่อบรรลุเป้าหมายของตน โครงสร้างความรู้เปรียบเหมือนแผนที่ทางจิตใจ (Mental Map) ในการค้นหา ข้อมูลข่าวสารได้อย่างถูกต้องและตรงตามความต้องการของแต่ละบุคคล

Potter (2011) & Rogers (2003, อ้างถึงใน Vanwysberghe et al. 2011, p. 41) ได้ แบ่งความรู้เป็น 3 ประเภท คือ

1. รู้อะไร (What-Knowledge) หมายถึง รู้ว่าใครเป็นเจ้าของสื่อ ใครเป็นผู้สร้างสื่อและ รู้ แนวคิดการทำงานของสื่อสังคมออนไลน์ เช่น การรู้วิธีการแท็ก(tag)ในเฟซบุ๊ก รู้ว่าแท็ก (Tag)ในเฟซบุ๊ก คืออะไร
2. รู้อย่างไร (How-Knowledge) หมายถึง รู้สื่อสังคมออนไลน์มีหลักการทำงานอย่างไร รู้ ว่าเนื้อหาต่าง ๆ จากสื่อสังคมออนไลน์ถูกประกอบสร้าง(construct)ขึ้นมาอย่างไร
3. รู้ทำไม (Why-Knowledge) หมายถึง รู้ว่าทำไมสื่อเทคโนโลยีต่าง ๆ หรือแอปพลิเคชันมี ความเกี่ยวข้องกับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เช่น การรู้ว่าเว็บไซต์เครือข่ายสังคมเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่เปิดให้ ผู้ใช้ฟรี แต่ในขณะเดียวกันข้อมูลส่วนตัวของแต่ละบุคคลบนเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์สามารถเป็น ข้อมูลทางการตลาดได้

ความรู้



ภาพที่ 2.3

### ทักษะ (Skills) ประกอบด้วย

1. ทักษะในการใช้เทคโนโลยีสื่อใหม่ (Operational Skills) เช่น รู้วิธีการทำงานของอุปกรณ์สื่อสาร ทักษะการใช้อุปกรณ์สื่อสาร ทักษะการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นความสามารถพื้นฐาน เช่น สามารถพิมพ์ ค้นหาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ตได้ สามารถพิมพ์ยูอาร์แอล เพื่อเปิดเว็บไซต์ได้ การกดบันทึก การดาวน์โหลดไฟล์ต่าง ๆ การรับส่งอีเมล เป็นต้น

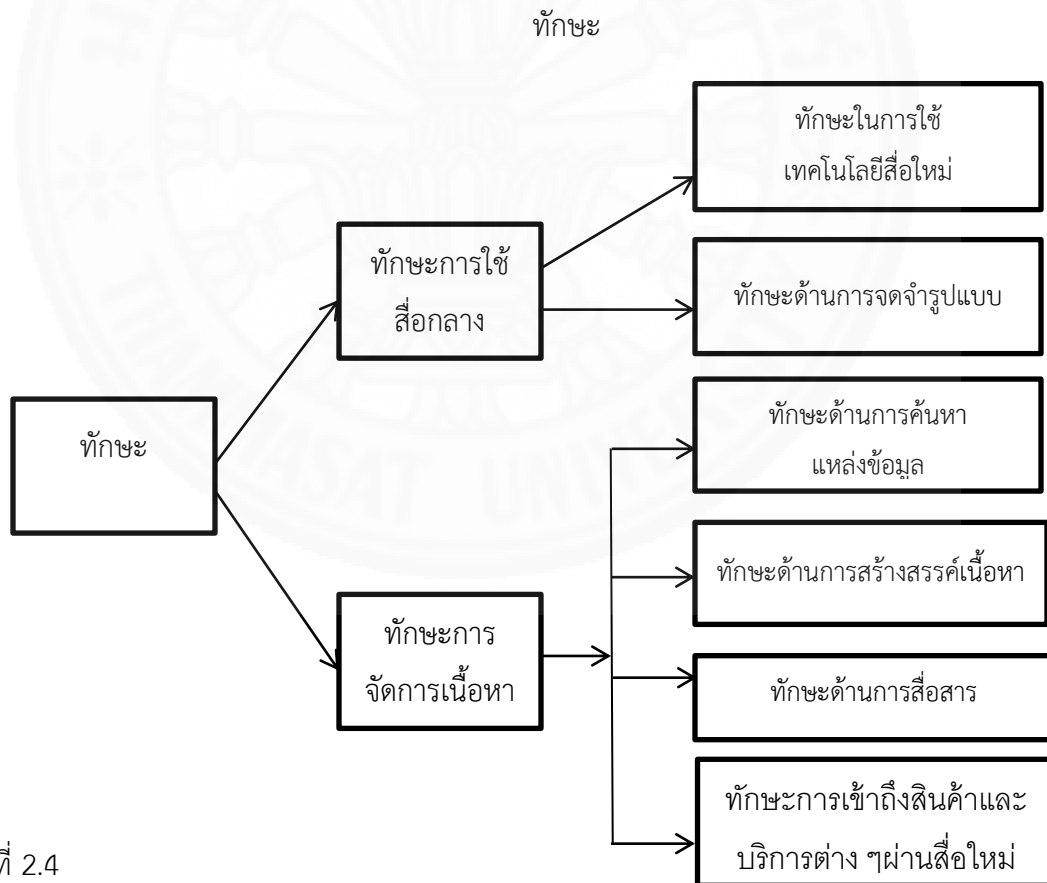
2. ทักษะด้านการจดจำรูปแบบ (Formal Skills) เช่น สามารถคลิกลิงก์ เบราวซ์(Browse) ค้นหาหน้าจอเว็บไซต์ต่าง ๆ สามารถจดจำเมนูต่าง ๆ ในหน้าเว็บไซต์ สามารถจดจำรูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์ได้

3. ทักษะด้านการค้นหาแหล่งข้อมูล (Information Skills) ที่น่าเชื่อถือ ถูกต้อง วิเคราะห์ และประเมินข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ คำนึงถึงประโยชน์ของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับในสื่อสังคมออนไลน์

4. ทักษะด้านการสร้างสรรค์เนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ (Creative Skills) เช่น การแสดงความคิดเห็น การสร้างสรรค์เนื้อหาและแบ่งปันกับบุคคลอื่นในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น การอัปโหลดวิดีโอ ลงทูป การเขียนไดอารี่ในบล็อกของตัวเอง

5. ทักษะด้านการสื่อสารกับบุคคลอื่นในสื่อสังคมออนไลน์ (Communication Skills) เช่น การพูดคุยโต้ตอบ (Chat) ในกลุ่ม การอภิปราย การเข้าร่วมกลุ่มต่าง ๆ ที่ตนสนใจ เมื่อได้รับเนื้อหา ข้อมูลสามารถสื่อสารตอบกลับได้ การสื่อสารประกอบด้วย ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร และเป้าหมายในการสื่อสาร

6. ทักษะการเข้าถึงสินค้าและบริการต่าง ๆ ผ่านสื่อใหม่(Transaction Skills) เพื่อความสะดวกและรวดเร็ว เช่น การดาวน์โหลด การซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ (Online Shopping) การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบออนไลน์ (Banking Online) เป็นต้น ซึ่งในการใช้บริการต่าง ๆ เหล่านี้ ผู้ใช้ต้องมีทักษะในการประเมินความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ต่าง ๆ รู้ว่าเว็บไซต์เป็นของบริษัทหรือองค์กรใด



ภาพที่ 2.4

6 ทักษะที่กล่าวมาข้างต้นนั้น เป็นทักษะในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยสามารถแบ่งเป็น 2 ทักษะใหญ่ๆ ดังนี้

1. **ทักษะการใช้สื่อกลาง** ประกอบด้วย 2 ทักษะ ได้แก่ ทักษะการใช้เทคโนโลยีสื่อใหม่ และ ทักษะด้านการจดจำรูปแบบ เป็นทักษะพื้นฐาน (van Deursen & van Dijk, 2010, อ้างถึงใน Vanwysberghe et al. 2011, p. 51)

2. **ทักษะการจัดการกับเนื้อหา** ประกอบด้วย 4 ทักษะ ได้แก่ ทักษะด้านการใช้ข้อมูล ทักษะการสื่อสาร ทักษะการสร้างสรรค์ ทักษะการเข้าถึงสินค้าและบริการผ่านสื่อใหม่ เป็นทักษะขั้นสูง การศึกษาทักษะการใช้สื่อใหม่ (New Media) ของผู้รับสาร พบว่า ผู้รับสารต้องมีทักษะขั้นพื้นฐานในการเข้าถึง ได้แก่ ทักษะการใช้อินเทอร์เน็ต ทักษะการใช้อุปกรณ์สื่อสาร เป็นต้น ในขณะที่ การศึกษาสื่อดั้งเดิม (Traditional Media) เช่น สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ เป็นต้น ให้ความสำคัญกับทักษะขั้นสูงเพียงอย่างเดียว เนื่องจากคุณลักษณะของสื่อดั้งเดิม ผู้รับสารไม่จำเป็นต้องมี ทักษะใดๆ ในการเข้าถึง ดังนั้นทักษะการใช้สื่อใหม่ มีความสำคัญทั้งทักษะพื้นฐานและทักษะขั้นสูง (van Deursen, 2010, p. 51)

## 2.2 ความสามารถเชิงจิตวิสัย (Objective Competences) ประกอบด้วย

2.2.1 **ทัศนคติ (Attitude)** การรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งาน นำไปสู่ การเปิดรับและใช้สื่อสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย

- การรับรู้ (Cognitive Component) คือ ทัศนคติและความเชื่อ การรับรู้ถึง ประโยชน์ ความง่ายต่อการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เว็บไซต์เครือข่ายสังคมเป็นช่องทางหนึ่งในการ ได้ติดต่อกับเพื่อน การหาข้อมูลในวิกิพีเดีย ช่วยให้ประหยัดเวลา เป็นต้น ระยะเวลาในการเข้าถึงและการ ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ขึ้นอยู่กับคุณภาพของเทคโนโลยีและทักษะการใช้สื่อของแต่ละบุคคล

- ความรู้สึก (Affective component) คือ ความรู้สึกของแต่ละบุคคลที่มีต่อ กิจกรรมต่าง ๆ ของสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ความรู้สึกชอบ ไม่ชอบ ความรู้สึกสนุกสนาน ความรู้สึกถูก คุกคาม เป็นต้น ความรู้สึกของแต่ละบุคคลเป็นตัวกำหนดความต้องการที่จะพัฒนาความสามารถในการใช้ สื่อสังคมออนไลน์ บุคคลที่มีทัศนคติที่ดีและชอบกิจกรรมต่าง ๆ ในสื่อสังคมออนไลน์ จะมีความรู้สึก กระตือรือร้นและอยากที่จะเรียนรู้ทักษะการใช้สื่อสังคมออนไลน์

2.2.2 การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) Bandura (1995, อ้างถึงใน Vanwysberghe et al. 2011, p. 56) นิยามว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง เป็นความสามารถที่บุคคลตัดสินใจที่จะดำเนินการบางสิ่งให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ บุคคลที่มีความมั่นใจและเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลให้เกิดความกลัวหรือความกังวลในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ลดลง การรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นการเชื่อมโยงระหว่างทักษะการใช้สื่อและความมั่นใจของตนเอง ซึ่งนำไปสู่การค้นคว้าและการเรียนรู้การใช้สื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น

3. พฤติกรรมการใช้ คือ ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเข้าใจถึงพฤติกรรมการใช้ ความถี่ในการค้นหาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน สถานที่ใช้ รวมถึงการคิด วิเคราะห์ข้อมูลและเนื้อหาต่าง ๆ (Katz, 1959, อ้างถึงใน Vanwysberghe et al. 2011, p. 58) เนื่องจากในปัจจุบันมีผู้ใช้เทคโนโลยีสื่อใหม่เพื่อรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เพิ่มขึ้นจำนวนมาก ดังนั้น การศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ไม่สามารถศึกษาเพียงแค่ความถี่ในการใช้ แต่ควรศึกษาถึงวัตถุประสงค์ของการใช้ ความรู้และความสามารถของแต่ละบุคคล รวมถึงการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ ด้วย เช่น การดูละครทีวีผ่านทางยูทูป เป็นการหลอมรวมสื่อเก่าและสื่อใหม่ ศึกษากิจกรรมต่าง ๆ ที่ผู้ใช้ใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น การแข่งขัน รูปภาพ เพลง ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เป็นต้น (Jensen & Helles, 2010, อ้างถึงใน Vanwysberghe et al. 2011, p. 58) นอกจากนี้การศึกษากาการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นการศึกษาว่าผู้ใช้ใช้เทคโนโลยีสื่อและเนื้อหาในสื่ออย่างไร

### สื่อสังคมออนไลน์และผลกระทบ

การรู้เท่าทันสื่อและผลกระทบมีความเกี่ยวข้องกัน กล่าวคือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์สามารถสร้างผลกระทบได้ทั้งทางบวกและทางลบ การรู้สื่อเป็นความกังวลถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับผู้ใช้ ผู้ใช้ที่ไม่มีทักษะในการรู้สื่อก็สามารถได้รับผลกระทบในทางลบ สิ่งสำคัญคือ ผู้ใช้ต้องมีความสามารถในการจัดการกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม การรู้สื่อสังคมออนไลน์ต้องมีเป้าหมายในการใช้

และใช้อย่างเหมาะสม ซึ่งแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันตามบทบาททางสังคม ความต้องการใช้สื่อสังคมออนไลน์ขึ้นอยู่กับบทบาททางสังคมของแต่ละบุคคล

จากกรอบแนวคิดข้างต้น สามารถอธิบายได้ว่า การรู้สื่อสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย ทักษะคติ การรับรู้ความสามารถของตนเอง ความรู้และทักษะการใช้สื่อกลาง ไม่เพียงพอต่อการรู้สื่อสังคมออนไลน์ ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ต้องมีความรู้และทักษะการจัดการเนื้อหา ประกอบด้วย การวิเคราะห์ ประเมิน แบ่งปัน และสร้างสรรค์เนื้อหา ที่ได้รับในสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม ดังนั้น ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสนใจศึกษาพฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุ โดยผู้วิจัยเลือกกรอบแนวคิดดังกล่าว มาเป็นกรอบหรือแนวทางในการศึกษา เพื่อทราบถึงลักษณะทางประชากร ที่ส่งผลต่อความสามารถในการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุ ได้แก่ ทักษะคติ การรับรู้ความสามารถของตนเอง ความรู้และทักษะการใช้ไลน์ ความรู้และทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ และเพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการใช้กับพฤติกรรมการใช้ไลน์ว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ อย่างไร รวมถึงเพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเข้าถึงกับความสามารถในการใช้ไลน์ว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ อย่างไร

## 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ(Elderly)

ตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 มาตรา 3 ได้ให้ความหมายของผู้สูงอายุไว้ว่า “ผู้สูงอายุ” หมายถึง บุคคลซึ่งมีอายุตั้งแต่หกสิบปีบริบูรณ์ขึ้นไป และมีสัญชาติไทย (ปรางสุรางค์ โขติชัชวาลย์กุล, 2556)

วัยสูงอายุ หรืออาจเรียกว่า วัยชรา คือบุคคลที่มีช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป พบว่าในวัยสูงอายุนั้น จะมีการเสื่อมถอยทางกายภาพของร่างกาย อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านสรีระร่างกาย และการทำงานของระบบอวัยวะต่าง ๆ เมื่อร่างกายเกิดความเสื่อมอาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงานลดลง ส่งผลกับสภาพจิตใจ ซึ่งจะนำไปสู่การเจ็บป่วยของร่างกายได้ อันเนื่องมาจากการคิดว่าเป็นบุคคลที่ไร้ค่าในสังคม โดยวัยสูงอายุจะมีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

## 1. การเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย

การเสื่อมของสภาพร่างกายมนุษย์จะเห็นเป็นรูปธรรมเมื่ออายุมากกว่า 60 ปี เริ่มสังเกตได้จากความเสื่อมถอยของการทำงานของร่างกาย เมื่อเลยวัยกลางคนไปแล้ว ร่างกายจะเปลี่ยนแปลงด้านโครงสร้างและหน้าที่ของอวัยวะ ความเต่งตึงของผิวหนังลดลง กล้ามเนื้อลดความแข็งแรงและขาดความไวในการตอบสนอง ความสามารถในการทำงานประสานกันของระบบประสาทและกล้ามเนื้อหย่อนสมรรถภาพ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความคล่องตัว เช่น ด้านสายตาที่เปลี่ยนไป โดยมักจะมองไกลไม่ชัดหรือเรียกว่าอาการสายตาวาย การเคลื่อนไหวของร่างกายที่เชื่องช้าลง เป็นต้น

## 2. การเปลี่ยนแปลงทางจิตใจและอารมณ์

การเปลี่ยนแปลงด้านจิตใจไม่สามารถแยกจากการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกายและสังคมได้ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกายและสังคมส่งผลต่อจิตใจ และการเปลี่ยนแปลงด้านจิตใจก็ส่งผลต่อร่างกายและสังคมเช่นกัน การเปลี่ยนแปลงทางจิตใจและอารมณ์ประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 ประการคือ

### 2.1 ปัจจัยภายนอกในร่างกาย ได้แก่

2.1.1 การสูญเสียบุคคลอันเป็นที่รัก ได้แก่ การสูญเสียคู่สมรส บุตร หรือ การที่บุตรแยกไปอยู่ต่างหาก ทำให้เกิดความรู้สึกว่าเหว่ รู้สึกว่าตนเองไม่มีค่า ไร้ความหมาย ไม่รู้จะหันหน้าไปพึ่งใคร ทำให้เกิดความวิตกกังวลซึมเศร้า

2.1.2 การสูญเสียปัจจัยทางสังคม ได้แก่ การสูญเสียบทบาท การปลดเกษียณจากการทำงาน ทั้งๆที่ผู้สูงอายุบางคนยังมีร่างกายและจิตใจที่แข็งแรงพอจะทำงานได้ ทำให้เกิดความรู้สึกสูญเสียอำนาจ รู้สึกว่าคุณค่าในตนเองลดลง สูญเสียรายได้ เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคม ถูกทอดทิ้ง ไม่ได้รับการเหลียวแลจากเพื่อน ญาติมิตรอย่างใกล้ชิดเหมือนแต่ก่อน

### 2.2 ปัจจัยภายในร่างกาย

เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงภายในร่างกายในระบบต่าง ๆ ดังที่ได้กล่าวข้างต้น ก่อให้เกิดโรคทางกายได้ เช่น โรคหัวใจ โรคข้อ ความจำเสื่อม สูญเสียการได้ยิน สายตามองเห็นไม่ชัด ขาดความมั่นใจและความปลอดภัย ผู้สูงอายุมักจะชดเชยด้วยการสะสมข่าวของ การย่ำทำ การบ่น อารมณ์ไม่คงที่ โกรธง่าย แต่บางรายก็อ่อนโยนใจดี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมสังคมและประสบการณ์ที่ผ่านมา

## 3. การเปลี่ยนแปลงทางสังคม ตลอดชีวิตของคนเราจะมีปฏิสัมพันธ์เป็น 3 ระยะ ได้แก่



3.1 ระยะเข้าสู่สังคม (แรกเกิดถึง 30 ปี) จะมีปฏิสัมพันธ์กับคนในครอบครัวและก้าวสู่สังคมนอกครอบครัว เช่น โรงเรียน ที่ทำงาน เป็นต้น

3.2 ระยะสร้างสังคม(อายุ 30 ปีขึ้นไป ถึง 60 ปี หรือในวัยกลางคน) มีการสร้างครอบครัวใหม่ ซึ่งส่งผลให้เกิดการพัฒนาสังคม

3.3 ระยะออกจากสังคม(อายุ 60 ปีขึ้นไป หรือในวัยสูงอายุ) ซึ่งออกจากสังคมมี 2 กรณี คือ ประการแรก เป็นข้อกำหนดให้ต้องออกจากบทบาทหน้าที่รับผิดชอบด้วยการปลดเกษียณ อีกประการหนึ่ง เป็นการออกจากสังคมด้วยการยอมรับต่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลงตามวัย โดยละจากบทบาทการเป็นผู้นำครอบครัวมาเป็นสมาชิก ซึ่งในวัยหนุ่มสาวและวัยผู้ใหญ่จะมีสังคมกว้างขวางกับบุคคลหลายๆ กลุ่ม แต่สังคมของผู้สูงอายุโดยมากมักจะแคบลงเหลือเพียงครอบครัว เพื่อนสนิท และวัดเท่านั้น

ถ้าผู้สูงอายุสามารถจัดการ หรือปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ จะเป็นผู้สูงอายุที่มีสุขภาพจิตดี แต่ถ้าไม่สามารถปรับตัวได้ ก็จะทำให้เกิดปัญหาสุขภาพจิตตามมา การเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่มีผลต่อสุขภาพจิตของผู้สูงอายุ ได้แก่

1. การสูญเสียบุคคลที่มีความหมายต่อตน ได้แก่ บุคคลทั้งในและนอกรอบรั้วที่สนิทสนมใกล้ชิด เช่น เพื่อน โดยเฉพาะการตายของคู่ชีวิตเป็นเหตุการณ์ที่กระทบกระเทือนความรู้สึกได้มากที่สุดในชีวิต ระยะเวลาหลังจากการตายของคู่สมรสเป็นระยะเวลาของความโศกเศร้า ซึ่งผู้ที่ยังมีชีวิตอยู่ต้องค่อยๆ ปรับตัวต่อสภาพใหม่ของตนเองทีละน้อย

2. ภาวะการเป็นหม้าย ก่อให้เกิดความรู้สึกว่าเหวในผู้สูงอายุ โดยเฉพาะผู้สูงอายุเพศชายที่เคยได้รับการปรนนิบัติดูแลจากภรรยา

3. การเกษียณอายุเป็นการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่สำคัญ ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากทัศนคติของคนในสังคมที่คิดว่า คนสูงอายุจะมีประสิทธิภาพด้อยกว่า เชื่องช้ากว่า ปรับตัวไม่ดี รวมทั้งมีความอ่อนแอในการทำงานมากกว่าวัยหนุ่มสาว ทัศนคติเหล่านี้อาจทำให้ผู้สูงอายุมีทัศนคติทางลบต่อความสูงอายุ เกิดความรู้สึกท้อแท้ ไร้ประโยชน์ เป็นการสูญเสียรายได้ สูญเสียอำนาจ บทบาทลดลง การเกษียณอายุอาจไม่ได้ทำให้เกิดปัญหาสุขภาพจิตโดยตรง แต่อาจมีปัจจัยอื่น ๆ ร่วมด้วย เช่น ทัศนคติของบุคคลต่อการเกษียณอายุ การเตรียมตัวและวางแผนชีวิตหลังการเกษียณ ฐานะทางเศรษฐกิจ ระดับการศึกษา เป็นต้น อย่างไรก็ตามบุคคลต้องพยายามปรับตัว เพื่อที่จะได้มีความสุขในบั้นปลายชีวิต

ศรีเรือน แก้วกังวาล (2549) ประเทศในสังคมอุตสาหกรรมและในระบบครอบครัวเล็กได้ประสบปัญหาเกี่ยวกับการปรับตัวของผู้สูงวัยอย่างสาหัสมาแล้ว นับวันจำนวนผู้สูงอายุยิ่งเพิ่มทวี ปัญหาที่อาจเพิ่มทวี ดังนั้นปัจจุบันมีความตระหนักกันว่าความเป็นผู้สูงอายุต้องมีการเรียนรู้ เพื่อจะได้ปรับตัวต่อสถานะความเป็นผู้สูงอายุในสังคมสมัยใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเชื่อว่าหากผู้เข้าสู่วัยสูงอายุและผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าสู่วัยสูงอายุ ตลอดจนบุตรหลานผู้รักใคร่โยติผู้สูงอายุ ได้เข้าใจวิถีชีวิตพัฒนาการวัยสูงอายุแล้ว ทั้งตัวผู้สูงอายุ บุตรหลานผู้ใกล้ชิด และองค์กรทางสังคมก็จักสามารถปรับตัวต่อภาวะความเป็นสูงอายุของผู้สูงอายุและเพื่อผู้สูงอายุอย่างเป็นผลดีต่อประชากรทุกวัยและต่อสังคมโดยรวม

ช่วงวัยผู้สูงอายุ 4 ช่วง ด้วยเหตุที่คนทั่วไปอายุยืนขึ้น นักชราวิทยาจึงแบ่งช่วงสูงอายุออกเป็น 4 ช่วง โดยใช้เกณฑ์ตามลักษณะจิตสังคม ชีววิทยา (Craig 1991; Hoffman et al,1988 อ้างถึงใน ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2549, น. 541)

#### 1. ช่วงไม่ค่อยแก่ (The Young-Old)

ช่วงนี้อายุประมาณ 60-69 ปี เป็นช่วงที่คนต้องประสบกับการเปลี่ยนแปลงของชีวิตที่เป็นภาวะวิกฤตหลายด้าน เช่น การเกษียณอายุ การจากไปของมิตรสนิท คู่ครอง รายได้ลดลง การสูญเสียตำแหน่งทางสังคม โดยทั่วไปช่วงนี้บุคคลยังเป็นคนที่แข็งแรง แต่อาจต้องพึ่งพิงผู้อื่นบ้าง อย่างไรก็ตามสำหรับบุคคลที่มีการศึกษาสูง รู้จักปรับตัว ช่วงนี้ยังเป็นช่วงที่เราจะมีสมรรถภาพด้านต่าง ๆ ใกล้เคียงกับคนหนุ่มสาวมาก การปรับตัวในช่วงนี้มีข้อเสนอแนะว่าควรใช้แบบ “engagement” คือ ยังเข้าร่วมกับกิจกรรมต่าง ๆ ทางสังคมทั้งในครอบครัวและนอกครอบครัว

#### 2. ช่วงแก่ปานกลาง (The Middle-Age Old)

อายุประมาณตั้งแต่ 70-79 ปี เป็นช่วงที่คนเริ่มเจ็บป่วย เพื่อนและสมาชิกในครอบครัวที่อายุใกล้เคียงกันอาจเริ่มล้มหายตายจากมากขึ้น เข้าร่วมกิจกรรมของสังคมน้อยลง การปรับตัวในระยะนี้มักเป็นไปในรูปแบบ “Disengagement” คือไม่ค่อยยุ่งเกี่ยวกับกิจกรรมของครอบครัวและสังคมมากนักอีกต่อไป

#### 3. ช่วงแก่จริง (The Old-Old)

อายุประมาณ 80-90 ปี ผู้มีอายุยืนถึงระดับนี้ปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมยากขึ้น เพราะสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับคนอายุถึงขั้นนี้ต้องมีความเป็นส่วนตัวมากขึ้น ไม่วุ่นวาย แต่ก็ต้องอยู่ใน

สิ่งแวดล้อมที่ยังกระตุ้นความมีสมรรถภาพในแง่ต่าง ๆ ตามวัย (Both Privacy and Stimulating) ผู้สูงอายุระยะนี้ต้องการความช่วยเหลือจากผู้อื่นมากกว่าในวัยที่ผ่านมา เริ่มย้อนนึกถึงอดีตมากยิ่งขึ้น

#### 4. ช่วงแก่จริงๆ (The very Old-Old)

อายุประมาณ 90-99 ปี ผู้มีอายุยืนถึงระดับนี้มีจำนวนค่อนข้างน้อย เป็นระยะที่มักมีปัญหาทางสุขภาพ สำหรับผู้สูงอายุกลุ่มนี้ที่ได้พบผ่านวิกฤตต่าง ๆ ของชีวิตมาแล้วด้วยดีมากมาย จะเป็นคาบระยะแห่งความสุขสงบพอใจในตนเอง

#### สังคมผู้สูงอายุ : สังคมอนาคต

ในศตวรรษที่ 21 โครงสร้างประชากรโลกมีการเปลี่ยนแปลงโดยประชากรสูงอายุกำลังมีแนวโน้มที่จะเป็นกลุ่มประชากรส่วนใหญ่ในเกือบทุกประเทศ เนื่องจากอัตราเกิดลดลงสุขภาพของประชากรดีขึ้น วิธีการดำรงชีวิตที่มีพลังอายุขัยของประชากรยืนยาวขึ้น จึงทำให้ประชากรผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและยังจะทำให้บุคคลมีชีวิตภายหลังการเกษียณได้นานถึงร้อยละ 20-25 ของอายุทั้งชีวิต ประชากรสูงอายุมีการเจริญเติบโตเร็วกว่าประชากรทั้งหมดและในทุกภูมิภาคของโลกโดยจำนวนผู้สูงอายุในปัจจุบันเพิ่มขึ้นจากเมื่อ 50 ปีที่ผ่านมาถึง 3 เท่าและจะเพิ่มขึ้นอีก 3 เท่าใน 50 ปีข้างหน้า (Department of Economic and Social Affairs, 2002) สำหรับในปี ค.ศ. 2040 คาดว่าประชากรโลกที่เป็นผู้สูงอายุจะมีจำนวนเพิ่มเป็น 1.3 พันล้านคน(ร้อยละ 14 ของประชากรโลก) และในปี ค.ศ. 2050 ประชากรโลกที่มีอายุ 60 ปีและสูงกว่าจะเพิ่มเป็น 2 พันล้านคนคือ เพิ่มจากร้อยละ 11 เป็นร้อยละ 22 โดยประชากรกลุ่มนี้ได้เพิ่มขึ้น 10.4 ล้านคน ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2007 เฉลี่ยเพิ่มขึ้นวันละ 30,000 คน ซึ่งไม่เคยปรากฏมาก่อนในประวัติศาสตร์ของมนุษย์ (THE Demographics of Aging..., 2009) นอกจากนี้ประชากรที่มีอายุมากกว่า 65 ปี จำนวนร้อยละ 22.6 และ 20.5 ส่วนในปี ค.ศ. 2011 พบว่าประเทศญี่ปุ่นและเยอรมัน มีประชากรที่มีอายุมากกว่า 65 ปี จำนวนร้อยละ 23.2 และร้อยละ 20.7 ในด้านความยืนยาวของอายุยังพบว่าแนวโน้มของประชากรมีอายุที่ยืนยาวขึ้นด้วย ซึ่งอายุขัยเฉลี่ยของประชากรโลกทั้งสองเพศคือ 70 ปี และเพศชายมีอายุขัยเฉลี่ย 68 ปี ส่วนเพศหญิงมีอายุขัยเฉลี่ย 72 ปี นอกจากนี้ยังพบว่าประชากรหลายประเทศในทวีปเอเชียมีอายุขัยที่สูงกว่าประเทศอื่น ๆ อาทิ ประเทศสิงคโปร์อายุขัยเฉลี่ยของทั้งสองเพศคือ 81 ปี โดยเพศชายมีอายุขัยเฉลี่ย 77 ปี ส่วนเพศหญิงมีอายุขัยเฉลี่ย 84 ปี ประเทศญี่ปุ่นและฮ่องกงมีอายุขัยเฉลี่ยของประชากรเท่ากันคือ อายุขัยเฉลี่ยของทั้งสองเพศคือ 83 ปี โดยเพศชาย

มีอายุเฉลี่ย 80ปี ส่วนเพศหญิงมีอายุเฉลี่ย 86 ปี ( World Population Data Sheet. 2011 อ้างถึงใน กวีพงษ์ เลิศวีชรา และคณะ, 2555)

### **สถานการณ์การสูงวัยของประชากรในประเทศไทย**

จำนวนผู้สูงอายุในปี พ.ศ. 2557 มีจำนวนทั้งหมด 10,014,705 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 ของประชากรทั้งหมด จากการสำรวจ พบว่า โดยส่วนใหญ่แล้วผู้สูงอายุของประเทศไทยจะมีอายุอยู่ในช่วง 60-69 ปี ถึงร้อยละ 56.5 ของผู้สูงอายุทั้งหมด สำนักงานสถิติแห่งชาติคาดการณ์ว่า ในอีก 10 ปีข้างหน้า ประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป ในประเทศไทยจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 14.1 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 21 ของประชากรทั้งหมด เท่ากับประเทศไทยจะกลายเป็น “สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์” และนับจากวันนี้ไปอีกเพียง 20 ปี ในปี ค.ศ. 2576 ประเทศไทยจะมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มากถึง 18.7 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 29 ของประชากรทั้งหมด มากถึง 1 ใน 4 ของประชากรทั้งหมด (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557)

### **การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ**

ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุนั้น ผู้สูงอายุที่มีประสบการณ์การใช้คอมพิวเตอร์ จะมีความกังวลในการใช้สื่อสังคมออนไลน์น้อยกว่ากลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์ในการใช้คอมพิวเตอร์ (Malihneh, S., Shima, S., & Robab, S., (2015) ผู้สูงอายุที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์จะเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างต่อเนื่อง เช่น การส่งอีเมล เพื่อติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น ประสบการณ์จากการใช้คอมพิวเตอร์ส่งผลให้ผู้สูงอายุมีความเข้าใจการใช้อุปกรณ์การสื่อสาร (Vosner, H.B., Bobek, S., Kokol, P., & Krecic, M.J. (2015) สื่อสังคมออนไลน์เปรียบเหมือนช่องทางที่เปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุสามารถติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น ได้ติดต่อกับเพื่อนเก่าและเพื่อนใหม่ ช่วยลดความรู้สึกโดดเดี่ยว ผู้สูงอายุได้เรียนรู้สิ่งใหม่เปรียบเสมือนการขยายประสบการณ์ของผู้สูงอายุ การได้เรียนรู้สิ่งใหม่เป็นการช่วยพัฒนาความจำของผู้สูงอายุ นอกจากนี้ผู้สูงอายุยังสามารถเข้าถึงข้อมูลสุขภาพได้ง่ายยิ่งขึ้น แต่ผู้สูงอายุก็มีอุปสรรคในด้านการปรับตัวที่ต้องมีพื้นฐานจากการใช้คอมพิวเตอร์ ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย เช่น การมองเห็น ความจำ เป็นต้น (Finn, 2010) ผู้สูงอายุจึงมีทัศนคติต่อสื่อสังคมออนไลน์ด้าน

บวก ในการเรียนรู้ และความเพิ่มความมั่นใจแก่ผู้สูงอายุ (A. Gonzalez, M. Paz Ramirez & V. Viadel, 2012) การใช้สื่อสังคมออนไลน์ อย่างเช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ทำให้ผู้สูงอายุมีความรู้สึกได้กลอง ผู้สูงอายุมีความรู้สึกเหมือนได้ผจญภัยเจอสิ่งใหม่ๆ มีความมั่นใจมากขึ้น อันเนื่องมาจากผู้สูงอายุจะมีความกังวลต่อการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น แท็บเล็ต โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น เป็นอีกปัจจัยหนึ่งในด้านความสะดวกและรวดเร็วในการใช้งานของผู้สูงอายุ เนื่องจากสามารถลดข้อจำกัดทางด้านร่างกายของผู้สูงอายุ (Begona, Jorge, A. Francisco, V.Ramos, 2015) สื่อสังคมออนไลน์ อย่างเช่น เฟซบุ๊ก เปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุสามารถเข้าร่วมกลุ่มต่าง ๆ ที่ตรงกับความสนใจของผู้สูงอายุ เช่น กลุ่มปั่นจักรยาน เป็นต้น ได้แสดงรูปภาพ แสดงตำแหน่งของตน ฟังธรรมะ บทสวดมนต์ในช่วงเวลาว่าง นอกจากนี้ยังช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย (Ractham & Techatassanasoontorn, 2014) และเพื่อการได้รับและส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เพื่อความบันเทิง และปัจจัยทางด้านบรรทัดฐานทางสังคม จากกลุ่มเพื่อน ครอบครัว ของผู้สูงอายุ แต่ผู้สูงอายุเองก็ยังคงมีความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัย ความเป็นส่วนตัว (Lewis & Ariyachandra, 2010) ผู้สูงอายุจะเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวต่อสาธารณะ เช่น รูปภาพ การศึกษาในระดับมัธยม มหาวิทยาลัย เพื่อการค้นหาเพื่อนเก่าในสมัยเรียน เพื่อนที่ทำงาน (R. Chakraborty, Vishik & Raghav, 2013)

จากแนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ จะเห็นได้ว่า กลุ่มผู้สูงอายุมีจำนวนประชากรในปัจจุบันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและกลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่เผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย จิตใจและสังคมมากกว่ากลุ่มวัยอื่น เช่น การเกษียณอายุการทำงาน การสูญเสียบุคคลอันเป็นที่รัก ความรู้สึกเหงา โดดเดี่ยว ความเจ็บป่วยทางร่างกาย เป็นต้น ผู้สูงอายุจึงต้องมีการปรับตัวและทำกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและทดแทนความรู้สึกโดดเดี่ยว เนื่องจากมีเวลาว่างมากขึ้นจากการเกษียณอายุการทำงานแล้ว จากการสำรวจพบว่า กลุ่มผู้สูงอายุนิยมใช้ไลน์แอปพลิเคชันมากที่สุด ดังนั้นงานวิจัยครั้งนี้ ต้องการศึกษการเข้าถึง ความสามารถในการใช้และพฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครว่าเป็นอย่างไร

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### ลักษณะทางประชากร ความสามารถและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่

Vosner, Bobek, Kokol & Krecic (2016) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ทัศนคติที่มีต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ” (Attitudes of active older Internet users towards online social networking) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยทำการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 54 คน ที่มีอายุระหว่าง 45-74 ปี เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 60 ปี จากการศึกษาลักษณะทางประชากรพบว่า เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพการอยู่อาศัยที่แตกต่างกันมีความถี่ในการใช้คอมพิวเตอร์แตกต่างกัน เพศชายจะมีความถี่ในการใช้คอมพิวเตอร์มากกว่าเพศหญิง กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าจะมีความถี่ในการใช้คอมพิวเตอร์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเมืองมีความถี่ในการใช้คอมพิวเตอร์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตชนบท สำหรับการใช้อินเทอร์เน็ตพบว่า เพศชายมีความถี่ในการใช้มากกว่าเพศหญิง

วัตถุประสงค์ในการใช้เพื่อการศึกษาและพัฒนาคุณภาพชีวิต เพื่อติดต่อครอบครัวและเพื่อน เพื่อลดความรู้สึกโดดเดี่ยว โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 58 ปี มีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตในระดับปานกลางและมีความคุ้นเคยกับเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 58 ปีขึ้นไปที่มีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับต่ำและไม่มีความคุ้นเคยกับเครือข่ายสังคมออนไลน์

จากการศึกษาเรื่อง “ทัศนคติที่มีต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ” เป็นการศึกษา ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์ ซึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์แตกต่างกัน เป็นที่น่าสนใจว่าลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้ไลน์แอปพลิเคชันจะมีพฤติกรรมการใช้และวัตถุประสงค์ในการใช้แตกต่างกันหรือมีความสอดคล้องกันหรือไม่

R. Tirado-Morueta et al. (2015) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความสามารถในการเข้าถึงสื่อดิจิทัลของกลุ่มผู้สูงอายุในเขตแอนด์าลูเซีย ประเทศสเปน” (The capacity of elderly citizens to access digital media in Andalusia, Spain) เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ

55-80 ปี จำนวน 479 คน ทำการศึกษาความสามารถในการเข้าถึงสื่อใหม่ของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ ผลการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในการใช้สื่อใหม่อยู่ในระดับต่ำ กลุ่มตัวอย่างมีการเข้าถึงสื่อใหม่ เช่น การอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ การทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ มากที่สุด ในขณะที่การซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์กลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่เคยใช้บริการดังกล่าว ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์พบว่า ใช้เฟซบุ๊กมากที่สุด อุปกรณ์สื่อสารที่ใช้มากที่สุดคือ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน

กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในสื่อใหม่แตกต่างกัน โดยพบว่า เพศชายมีการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในสื่อใหม่มากกว่าเพศหญิง กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 55-65 ปี เป็นกลุ่มที่มีการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในสื่อใหม่มากที่สุด กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้สูงจะมีการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในสื่อใหม่มากที่สุด กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงมีความสามารถในการใช้สื่อใหม่สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า

จากการศึกษาเรื่อง “ความสามารถในการเข้าถึงสื่อดิจิทัลของกลุ่มผู้สูงอายุในเขตแอนด์อาลูเซีย ประเทศสเปน” พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความสามารถในการใช้สื่อใหม่แตกต่างกัน เป็นที่น่าสนใจว่าข้อค้นพบจากการศึกษาพฤติกรรมการใช้ไลน์ แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครมีความสอดคล้องกันหรือไม่ อย่างไร

### **ความสามารถในการใช้อุปกรณ์สื่อสารและสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ**

Petrovcic, Fortunati, Vehovar, Kavcic & Dolnicar (2015) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การสื่อสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนเพื่อการสนับสนุนทางสังคมของผู้สูงอายุในประเทศสโลวีเนีย” (Mobile phone communication in social support networks of older adults in Slovenia) เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 55-75 ปี จำนวน 178 คน ผลการศึกษาพบว่า

Onate, Peyro & Lorenzo (2015) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การใช้ การเปิดรับและความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ของกลุ่มผู้สูงอายุประเทศฝรั่งเศส อังกฤษและสเปน” (Use, Consumption and Knowledge of New Technologies by Elderly People in France, United Kingdom and Spain) เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 507 คน แบ่งเป็น

กลุ่มตัวอย่างประเทศฝรั่งเศส 172 คน ประเทศอังกฤษ 160 คน และประเทศสเปน 175 คน ผลการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุในประเทศฝรั่งเศส มีอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ร้อยละ 5 ถึง ร้อยละ 7 ต่อปี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 52 ใช้แท็บเล็ตเพื่อรับส่งข้อมูลข่าวสาร เพื่อติดต่อสื่อสารกับครอบครัว แบ่งปันรูปภาพ วิดีโอ และเพื่อความบันเทิง กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 66 มีการพัฒนาการเรียนรู้วิธีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ด้วยตนเองผ่านทางวิดีโอสอนวิธีการใช้ ตัวแปรด้านอายุไม่มีผลต่อการเรียนรู้ ระดับความรู้ในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ แต่ขึ้นอยู่กับรูปแบบการใช้ชีวิตของแต่ละบุคคลมากกว่าที่มีผลต่อการเรียนรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 83 ดูรายโทรทัศน์ผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างใช้เฟซบุ๊กมากที่สุด ร้อยละ 69 วัตถุประสงค์เพื่อแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร รูปภาพ วิดีโอกับครอบครัวและเพื่อน ในกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุพบว่า มีความแตกต่างกันในด้านความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีอายุน้อยกว่าจะมีความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่มากกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า

กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุในประเทศอังกฤษ แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 55-65 ปี และ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 66-75 ปี พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 55-65 ปี มีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสมัยใหม่มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 66-75 ปี กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 55-65 ปี เลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนมากที่สุดร้อยละ 60 รองลงมาคือแท็บเล็ต ร้อยละ 30 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 66-75 ปี เลือกใช้คอมพิวเตอร์มากที่สุดร้อยละ 85 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 55-65 ปี มีการปรับตัวเพื่อการพัฒนาและเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเอง เนื่องจากการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกเป็นอิสระ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 66-75 ปี เลือกใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อการรับข้อมูลข่าวสารมากที่สุด รองลงมาคือ ความบันเทิง ในการเรียนรู้วิธีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ของทั้งสองกลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกันคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 55-65 ปีมีการเรียนรู้ด้วยตนเอง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 66-75 ปี จะเข้าคอร์สอบรมวิธีการใช้ กลุ่มตัวอย่างทั้งสองยังคงเลือกรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุดสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุดคือ เฟซบุ๊ก รองลงมาคือ ทวิตเตอร์ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 55-65 ปี มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ตร้อยละ 42



กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุประเทศสเปน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 55-65 ปี เปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ร้อยละ 63 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต แท็บเล็ต ตามลำดับ อุปกรณ์สื่อสารที่ใช้มากที่สุดคือ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน ในส่วนของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสมัยสมัยกลุ่มตัวอย่างสเปนมีการปรับตัวต่อเทคโนโลยีสมัยใหม่น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุประเทศฝรั่งเศสและอังกฤษ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีความมั่นใจในตนเองน้อย สื่อสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้มากที่สุดคือ เฟซบุ๊ก กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสองประเทศ

จากข้อค้นพบดังกล่าว มีความเกี่ยวข้องที่น่าสนใจว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีอายุ 60-65 ปี จะมีความรู้ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ 66 ปีขึ้นไปนั้น มีความสอดคล้องกับข้อค้นพบในการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร” หรือไม่ โดยทำการศึกษาความรู้และทักษะการใช้ไลน์ ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกันเกี่ยวกับความรู้และทักษะการใช้ไลน์หรือไม่ อย่างไร

Bronnick & Alvseike (2012) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความเป็นไปได้ของการใช้ไอแพดในกลุ่มผู้สูงอายุเพื่อเพื่อการใช้เทคโนโลยีในที่อยู่อาศัย ; ผลกระทบด้านความจำ การรับรู้ความสามารถของตนเองและประสบการณ์ที่ได้รับจากการใช้” (Feasibility of the iPad as a hub for smart house technology in the elderly; effects of cognition, self-efficacy, and technology experience) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 28 คน ภายหลังจากการได้ทดลองใช้ไอแพด เป็นระยะเวลา 4-5 เดือน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสามารถในการใช้ไอแพดอยู่ระดับมาตรฐาน มีจำนวน 12 คน มีการรับรู้ความสามารถของตนเองอยู่ในระดับสูง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีสามารถใช้ไอแพดอยู่ในระดับต่ำกว่ามาตรฐาน จำนวน 16 คน พบว่า มีการรับรู้ความสามารถของตนเองอยู่ในระดับต่ำ โดยเพศที่แตกต่างกัน มีความสามารถในการใช้ไอแพดไม่แตกต่างกัน

ด้านประสบการณ์ในการใช้คอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือไม่มีผลต่อความสามารถในการใช้ไอแพดของกลุ่มตัวอย่าง ในขณะที่ข้อจำกัดทางด้านความจำมีผลต่อความสามารถในการใช้ไอแพดของกลุ่มตัวอย่าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 70 ปีขึ้นไป จะมีปัญหาทางด้านความจำและสุขภาพมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า

ในการศึกษาวิจัยหัวข้อ พฤติกรรมการใช้ไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ทำการศึกษาทราบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารใดมากที่สุด รวมทั้งกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความสามารถของตนเองอยู่ในระดับใด รวมถึงต้องการทราบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้และทักษะการใช้ไลน์ แอปพลิเคชันอยู่ในระดับใด ข้อค้นพบที่ได้มีความสอดคล้องกันกับ Bronnick & Alvseike (2012) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความเป็นไปได้ของการใช้ไอแพดในกลุ่มผู้สูงอายุเพื่อเพื่อการใช้เทคโนโลยีในที่อยู่อาศัย; ผลกระทบด้านความจำ การรับรู้ความสามารถของตนเองและประสบการณ์ที่ได้รับจากการใช้” หรือไม่

Hernandez (2011) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ผู้สูงอายุกับเครือข่ายสังคมออนไลน์: ทศนคติ ทักษะและพฤติกรรมการใช้”(Older adults and online social networking: relating issues of attitudes, expertise, and use) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป จำนวน 37 คน ตัวแปรที่ศึกษาได้แก่ ทศนคติ ทักษะการใช้และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า 1) ทศนคติส่งผลต่อทักษะการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง 2) ทศนคติส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง 3) ทักษะการใช้ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีทศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ทำให้มีทักษะการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อยู่ในระดับสูง นำไปสู่พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีทศนคติที่ดีต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์มีผลการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของเครือข่ายสังคมออนไลน์

ทักษะการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทศนคติที่มีต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ การมีทักษะความสามารถเพียงพอต่อการใช้เทคโนโลยีสมัยสมัมนำไปสู่การพัฒนาทักษะการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความมั่นใจในทักษะการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีการเชื่อมต่อความสัมพันธ์ทางสังคมเพิ่มขึ้นและมีสุขภาพที่ดี

ความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีอายุน้อยกว่าจะมีประสบการณ์การเชื่อมต่อความสัมพันธ์ทางสังคมทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ อินเทอร์เน็ตและคอมพิวเตอร์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า

จะเลือกเข้าถึงข้อมูลจากหลายแหล่งข้อมูลมากกว่าการเลือกใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่ต้องการ

ในการศึกษาเรื่อง “ผู้สูงอายุกับเครือข่ายสังคมออนไลน์: ทศนคติ ทักษะและพฤติกรรมการใช้” ของ Hernandez (2011) พบว่า เป็นการศึกษาตัวแปรเหมือนกันกับหัวข้อวิจัย “พฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นสิ่งที่น่าสนใจว่า ผลการศึกษา ทศนคติ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้มีความสอดคล้องกันหรือไม่ อย่างไร

จุฑารัตน์ ประเสริฐ (2557) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์กับการรับรู้ตนเองและการสร้างสัมพันธ์กับผู้อื่นของผู้สูงอายุไทย” เป็นการวิจัยแบบสหวิธี ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน และทำการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 12 คน มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้แอปพลิเคชันไลน์กับการรับรู้ตนเองเชิงบวกของผู้สูงอายุไทย และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้แอปพลิเคชันไลน์กับระดับการสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับผู้อื่นของผู้สูงอายุไทย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ไลน์แอปพลิเคชัน เพื่อการสนทนาส่วนบุคคล ติดต่อสื่อสารกับครอบครัวและบุตรหลาน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เหตุการณ์ประจำวัน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ตนเองอยู่ในเชิงบวกสูง ซึ่งการรับรู้ตนเองเชิงบวกมีความสัมพันธ์กันกับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่มีการสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับบุคคลภายในและภายนอกครอบครัวอยู่ในดับสูงทั้งสองกลุ่ม

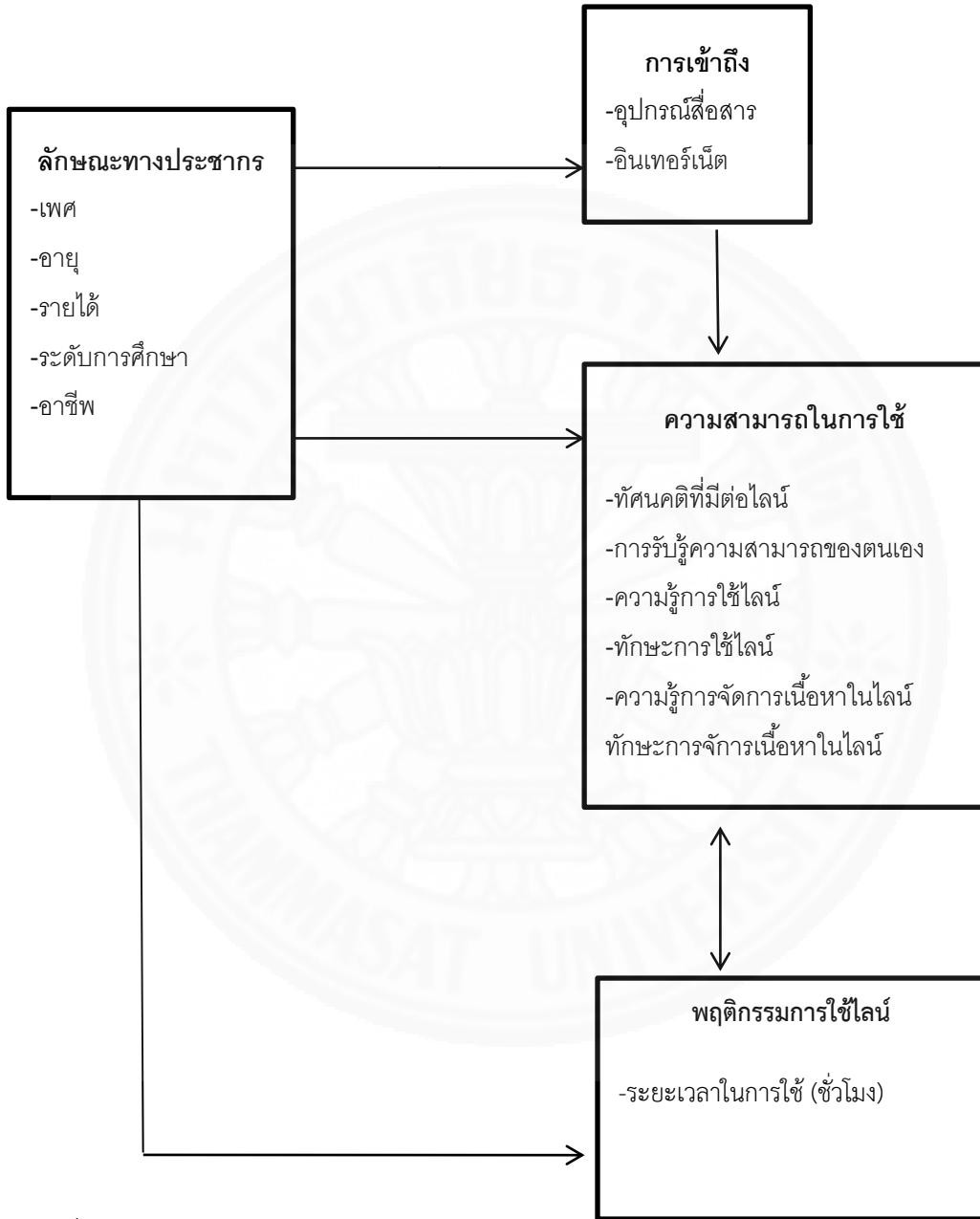
พนม คลีฉายา (2556) ศึกษาเรื่อง “การรู้เท่าทันสื่อมวลชนกระแสหลักของคนกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รับชมทุกวัน รับชมประเภทรายการข่าวมากที่สุด รองลงมาคือสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุ การรู้เท่าทันข่าวการเมือง พบว่ากลุ่มตัวอย่างทุกช่วงอายุมีการรู้เท่าทันด้านความเข้าใจเนื้อหา การวิเคราะห์เนื้อหา และการประเมินวิพากษ์สื่อในระดับสูงถึงสูงมาก แต่ยังมี การรู้เท่าทันในระดับพฤติกรรมตอบสนองในระดับปานกลาง ซึ่งมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมไปในทิศทางที่สื่อกำหนด การรู้เท่าทันโฆษณา กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า 23 ปี และกลุ่มที่มีอายุ 23-59 ปี มีการรู้เท่าทันอยู่ในระดับสูง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีการรู้เท่าทันอยู่ในระดับสูงมาก การรู้เท่าทันละคร อยู่ในระดับสูงมาก กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปอยู่

อยู่ในระดับปานกลาง การรู้เท่าทันในระดับพฤติกรรมตอบสนองในทำนองที่จะติดตามชมละคร และมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมไปในทิศทางที่สื่อกำหนด

แม้ว่าการศึกษาของพนม คลี่ฉายา จะเป็นการศึกษาสื่อกระแสหลัก ที่มีรูปแบบการสื่อสารที่ต่างจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ แต่เป็นสิ่งที่น่าสนใจในการเปรียบเทียบว่า ในสื่อกระแสหลักและสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุมีความรู้เท่าทันเหมือนกันหรือไม่



กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2.5

### บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการศึกษาโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ศึกษาโดยใช้แบบสอบถามและเก็บข้อมูลโดยการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง เพียงครั้งเดียว

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรกลุ่มผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร อายุ 60 ปีขึ้นไป มีจำนวนทั้งสิ้น 942,586 คน โดยทำการเลือกจำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุทั้งสิ้น 400 คน ที่เป็นผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันเป็นระยะเวลาตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไป โดยมีรายละเอียดการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557)

ผู้วิจัยกำหนดตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จากสูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% และความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% หรือ 0.05 ตามสูตรต่อไปนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

n = จำนวนตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ระดับความคลาดเคลื่อน

เมื่อแทนค่าตามสูตร โดย e = 0.05 และ N = 942,586 ได้ผลดังนี้

$$n = \frac{942,586}{1+(942,586)(0.05)^2}$$

$$n = 399.83$$

จากการแทนค่าในสูตรข้างต้น จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 399.83 คน ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 คน

### 3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบโอกาสหรือความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) แบบสโนว์บอลหรือแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) โดยทำการเลือกตัวอย่างแรก และให้ผู้นั้นเป็นผู้แนะนำบุคคลถัดไป จนกระทั่งได้ขนาดตัวอย่างกลุ่มผู้สูงอายุ ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ที่เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

### 3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้ได้จำแนกตัวแปรตามสมมติฐาน โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ดังนี้

**สมมติฐานการวิจัยที่ 1** ลักษณะทางประชากรของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงไลน์แอปพลิเคชัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ

ตัวแปรตาม คือ การเข้าถึงไลน์แอปพลิเคชัน ได้แก่ อุปกรณ์สื่อสาร และอินเทอร์เน็ต

**สมมติฐานการวิจัยที่ 2** ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ

ตัวแปรตาม คือ ความสามารถในการใช้ไลน์ ได้แก่ ทักษะคติ การรับรู้ความสามารถของตนเอง ความรู้และทักษะการใช้ไลน์ ความรู้และทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3** ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชัน ได้แก่ ระยะเวลาในการใช้ไลน์ (ชั่วโมง)

**สมมติฐานการวิจัยที่ 4** ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการเข้าถึงไลน์แอปพลิเคชันแตกต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้ไลน์แอปพลิเคชันแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ การเข้าถึงไลน์แอปพลิเคชัน ได้แก่ อุปกรณ์สื่อสาร และอินเทอร์เน็ต

ตัวแปรตาม คือ ความสามารถในการใช้ไลน์ ได้แก่ ทักษะคติ การรับรู้ความสามารถของตนเอง ความรู้และทักษะการใช้ไลน์ ความรู้และทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์

**สมมติฐานการวิจัยที่ 5** ความสามารถในการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชัน

ตัวแปรอิสระ คือ ความสามารถในการใช้ไลน์ ได้แก่ ทักษะคติ การรับรู้ความสามารถของตนเอง ความรู้และทักษะการใช้ไลน์ ความรู้และทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชัน ได้แก่ ระยะเวลาในการใช้ไลน์ (ชั่วโมง)



### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วยคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question) และปลายปิด (Closed-Ended Question) โดยมีเนื้อหาของแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

**ส่วนที่ 1** แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพก่อนเกษียณ แบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

**ส่วนที่ 2** แบบสอบถามเกี่ยวกับการเข้าถึงไลน์แอปพลิเคชัน ได้แก่ อุปกรณ์สื่อสารและอินเทอร์เน็ต แบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

**ส่วนที่ 3** แบบสอบถามเกี่ยวกับความสามารถในการใช้ไลน์แอปพลิเคชัน ประกอบด้วย

3.1 ทักษะการที่มีต่อการใช้ไลน์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 10 ข้อ

3.2 การรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 10 ข้อ

3.3 ความรู้และทักษะการใช้ไลน์ ลักษณะแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) จำนวน 10 ข้อ

3.4 ความรู้และทักษะการจัดการเนื้อหา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) จำนวน 10 ข้อ

**ส่วนที่ 4** แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชัน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ประกอบด้วย ระยะเวลาที่ใช้ไลน์ (ปี) ระยะเวลาที่ใช้ไลน์ (ชั่วโมง)ต่อวัน จำนวนครั้งที่ใช้ไลน์ต่อวัน สถานที่ใช้ ลักษณะการใช้ วัตถุประสงค์ของการใช้ไลน์ แอปพลิเคชัน

**ส่วนที่ 5** เป็นส่วนของข้อเสนอแนะ ที่ผู้สูงอายุคิดว่าไลน์มีข้อดีและข้อเสียอย่างไร ลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) ให้กลุ่มตัวอย่างตอบแสดงความคิดเห็น จำนวน 1 ข้อ

### 3.5 การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์ในการให้คะแนนคำตอบ

ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การให้คะแนนในการวัดตัวแปร ดังต่อไปนี้

#### ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร

1.1 เพศ วัดค่าตัวแปรด้วยมาตราวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 เพศชาย

กลุ่มที่ 2 เพศหญิง

1.2 อายุ วัดค่าตัวแปรด้วยมาตราวัดแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้สูงอายุ 60-65 ปี

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้สูงอายุ 66-70 ปี

กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้สูงอายุ 71-75 ปี

กลุ่มที่ 4 กลุ่มผู้สูงอายุ 76-80 ปี

กลุ่มที่ 5 กลุ่มผู้สูงอายุ 80 ปีขึ้นไป

1.3 ระดับการศึกษา วัดค่าตัวแปรด้วยมาตราวัดแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ประถมศึกษา

กลุ่มที่ 2 มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย

กลุ่มที่ 3 อนุปริญญา ปวช./ปวส

กลุ่มที่ 4ปริญญาตรี

กลุ่มที่ 5ปริญญาโทขึ้นไป

1.4 รายได้ปัจจุบันต่อเดือน วัดค่าตัวแปรด้วยมาตราวัดแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ไม่เกิน 10,000 บาท

กลุ่มที่ 2 10,001- 20,000 บาท

กลุ่มที่ 3 20,001 - 30,000 บาท

กลุ่มที่ 4 30,001 ขึ้นไป

1.5 อาชีพก่อนเกษียณ วัดค่าตัวแปรด้วยมาตราวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) แบ่งออกเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 พนักงานบริษัท/เอกชน

กลุ่มที่ 2 ข้าราชการ

กลุ่มที่ 3 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

กลุ่มที่ 4 อาชีพอิสระ

กลุ่มที่ 5 รัฐวิสาหกิจ

กลุ่มที่ 6 แม่บ้าน

กลุ่มที่ 7 อื่น ๆ โปรดระบุ

**ส่วนที่ 2 การเข้าถึงไลน์แอปพลิเคชัน** หมายถึง การเป็นเจ้าของอุปกรณ์สื่อสารและอินเทอร์เน็ต ทำการวัดโดยการวัดเป็นจำนวนร้อยละ คำถามมีจำนวน 2 ข้อ ดังนี้

2.1 ท่านใช้อุปกรณ์สื่อสารใดในการเข้าใช้ไลน์แอปพลิเคชันมากที่สุด วัดค่าตัวแปรด้วยมาตราวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน

กลุ่มที่ 2 แท็บเล็ต

กลุ่มที่ 3 คอมพิวเตอร์

กลุ่มที่ 4 โน้ตบุ๊ก

กลุ่มที่ 5 อื่น ๆ โปรดระบุ

2.2 ท่านใช้อินเทอร์เน็ตในรูปแบบใด ในการเข้าใช้ไลน์แอปพลิเคชันมากที่สุด วัดค่าตัวแปรด้วยมาตราวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 วายฟายที่บ้าน

กลุ่มที่ 2 วายฟายที่ทำงาน

กลุ่มที่ 3 อินเทอร์เน็ตแบบรายเดือน

กลุ่มที่ 4 อินเทอร์เน็ตแบบเต็มเงิน

กลุ่มที่ 5 อื่น ๆ โพรตระบุ

### ส่วนที่ 3 ความสามารถในการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุ ประกอบด้วย

#### 3.1 ทศนคติต่อไลน์

ทำการวัดระดับทัศนคติของผู้สูงอายุที่มีต่อการใช้ไลน์แอปพลิเคชัน โดยใช้มาตรวัด 5 ระดับของไลเคิร์ตสเกล (Likert Scale) วัดค่าตัวแปรด้วยมาตรวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ดังต่อไปนี้

ระดับทัศนคติ	ระดับคะแนนคำถามเชิงบวก	ระดับคะแนนคำถามเชิงลบ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5 คะแนน	1 คะแนน
เห็นด้วย	4 คะแนน	2 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน	3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2 คะแนน	4 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1 คะแนน	5 คะแนน

โดยหลังจากให้คะแนนทั้งหมดแล้ว จึงนำมาสรุปผลรวมคะแนนแล้วนำมาคำนวณเป็นค่าเฉลี่ยเพื่อใช้ในการแปลความหมาย โดยแบ่งค่าเฉลี่ยออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยที่แต่ละระดับมีการคำนวณขอบเขตของค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับ ตามสูตร ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5-1}{5} = \frac{4}{5} = 0.8$$

ดังนั้นจึงสามารถแปลความหมายค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับได้ดังนี้

ได้ค่าระดับตั้งแต่	4.21-5.00	หมายถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง
ได้ค่าระดับตั้งแต่	3.41-4.20	หมายถึงเห็นด้วย

ได้ค่าระดับตั้งแต่	2.61-3.40	หมายถึงปานกลาง
ได้ค่าระดับตั้งแต่	1.81-2.60	หมายถึงไม่เห็นด้วย
ได้ค่าระดับตั้งแต่	1.00-1.80	หมายถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

### 3.2 การรับรู้ความสามารถของตนเอง

ทำการวัดระดับทัศนคติของผู้สูงอายุที่มีต่อการใช้ไลน์แอปพลิเคชัน โดยใช้มาตราวัด 5 ระดับของไลเคิร์ตสเกล (Likert Scale) วัดค่าตัวแปรด้วยมาตราวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ดังต่อไปนี้

ดังต่อไปนี้

มากที่สุด	5	คะแนน
มาก	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
น้อยที่สุด	1	คะแนน

โดยหลังจากให้คะแนนทั้งหมดแล้ว จึงนำมาสรุปผลรวมคะแนนแล้วนำมาคำนวณเป็นค่าเฉลี่ยเพื่อใช้ในการแปลความหมาย โดยแบ่งค่าเฉลี่ยออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยที่แต่ละระดับมีการคำนวณขอบเขตของค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับ ตามสูตร ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{คะแนนสูงสุด}} = \frac{5 - 1}{5} = \frac{4}{5} = 0.8$$

ดังนั้นจึงสามารถแปลความหมายค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับได้ดังนี้

ได้ค่าระดับตั้งแต่	4.21 - 5.00	หมายถึงมากที่สุด
ได้ค่าระดับตั้งแต่	3.41 - 4.20	หมายถึงมาก
ได้ค่าระดับตั้งแต่	2.61 - 3.40	หมายถึงปานกลาง

ได้ค่าระดับตั้งแต่	1.81 - 2.60	หมายถึงน้อย
ได้ค่าระดับตั้งแต่	1.00 - 1.80	หมายถึงน้อยที่สุด

### 3.3 ความรู้และทักษะในการใช้ไลน์

ทำการวัดความรู้และทักษะในการใช้ไลน์ของผู้สูงอายุ คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ(Mean)

เลือกคำตอบได้ถูกต้อง นับคะแนน เป็น 1

เลือกคำตอบไม่ถูกต้อง นับคะแนน เป็น 0

ซึ่งผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์จัดระดับคะแนนความรู้และทักษะการใช้ไลน์ตามกำหนดช่วงห่างของการวัดโดยใช้ค่าทางสถิติการคำนวณหาค่าเฉลี่ยเรขาคณิต (Arithmetic Mean) ดังนี้

$$\frac{Max - Min}{N}$$

กำหนดให้	Max	=	คะแนนสูงสุด
	Min	=	คะแนนต่ำสุด
	N	=	จำนวนคำตอบ
แทนค่าสูตรได้ผลดังนี้		=	$\frac{10-0}{3}$
		=	3.33

จากสูตรคำนวณข้างต้นจะได้เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนนความรู้และทักษะการใช้ไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

0-3 คะแนน	หมายถึง	มีความรู้และทักษะการใช้ไลน์ในระดับน้อย
4-6 คะแนน	หมายถึง	มีความรู้และทักษะการใช้ไลน์ในระดับปานกลาง
7-10คะแนน	หมายถึง	มีความรู้และทักษะการใช้ไลน์ในระดับมาก

### 3.4 ความรู้และทักษะกับการจัดการเนื้อหาในไลน์

ทำการวัดความรู้และทักษะการจัดการกับเนื้อหาในไลน์ของผู้สูงอายุ คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ

(Mean)

เลือกคำตอบได้ถูกต้อง นับคะแนน เป็น 1

เลือกคำตอบไม่ถูกต้อง นับคะแนน เป็น 0

ซึ่งผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์จัดระดับคะแนนความรู้และทักษะการจัดการกับเนื้อหาในไลน์ของผู้สูงอายุ ตามกำหนดช่วงห่างของการวัดโดยใช้ค่าทางสถิติการคำนวณหาค่าเฉลี่ยเรขาคณิต (Arithmetic Mean) ดังนี้

$$\frac{Max - Min}{N}$$

กำหนดให้	Max	=	คะแนนสูงสุด
	Min	=	คะแนนต่ำสุด
	N	=	จำนวนคำตอบ
แทนค่าสูตรได้ผลดังนี้		=	$\frac{10-0}{3}$
		=	3.33

จากสูตรคำนวณข้างต้นจะได้เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนนความรู้และทักษะการใช้ไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

0-3 คะแนน	หมายถึง	มีความรู้และทักษะการจัดการเนื้อหาในระดับน้อย
4-6 คะแนน	หมายถึง	มีความรู้และทักษะการจัดการเนื้อหาในระดับปานกลาง
7-10 คะแนน	หมายถึง	มีความรู้และทักษะการใช้ไลน์ในระดับมาก

#### ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชัน ประกอบด้วย

1. ระยะเวลาในการใช้ (ปี) โดยกำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนน และแปลความหมายของความถี่ ดังนี้

- 6 เดือน	=	1 คะแนน
- 1 ปี	=	2 คะแนน
- 2 ปี	=	3 คะแนน
- 3 ปี	=	4 คะแนน
- 3 ปีขึ้นไป	=	5 คะแนน

2. ระยะเวลาในการใช้ต่อวัน (ชั่วโมง) โดยกำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนน และแปลความหมายของความถี่ ดังนี้

- ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง	=	1 คะแนน
- 1-3 ชั่วโมง	=	2 คะแนน
- 4-6 ชั่วโมง	=	3 คะแนน
- 7 ชั่วโมงขึ้นไป	=	4 คะแนน

3. จำนวนครั้งในการใช้ต่อวัน โดยกำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนน และแปลความหมายของความถี่ดังนี้

- 1 ครั้งต่อวัน	=	1 คะแนน
- 2-5 ครั้งต่อวัน	=	2 คะแนน
- 6-10 ครั้งต่อวัน	=	3 คะแนน
- มากกว่า 10 ครั้งต่อวัน	=	4 คะแนน

4. สถานที่ใช้

- บ้าน
- ที่ทำงาน
- สถานที่ออกกำลังกาย
- อื่น ๆ โปรดระบุ



## 5. ลักษณะการใช้แอปพลิเคชันไลน์

- แชท/สนทนาข้อความ
- ส่งสติ๊กเกอร์
- ส่งต่อ แบ่งปันรูปภาพและข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ
- โทรแบบเสียง/แบบเห็นหน้า
- แสดงตำแหน่งที่อยู่กับเพื่อนในไลน์
- เล่นเกมในไลน์
- ดาวน์โหลดสติ๊กเกอร์ฟรี
- ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ผ่านไลน์
- อื่น ๆ โปรดระบุ.....

## 6. วัตถุประสงค์การใช้ไลน์แอปพลิเคชัน

- ติดต่อเพื่อนเก่า/เพื่อนใหม่
- ติดต่อครอบครัว/ลูกหลาน
- บุคคลใกล้ชิดแนะนำ/ใช้ตามบุคคลใกล้ชิด
- ความบันเทิง/แก้เหงา
- พัฒนาความจำ
- นัดหมายทำกิจกรรมต่าง ๆ
- แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความคิดเห็นต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน
- อื่น ๆ โปรดระบุ

**ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ** เป็นลักษณะคำถามปลายเปิด ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์และตีความข้อมูลในกรอบของแนวคิดและทฤษฎี จากนั้นนำมาใช้ประกอบการสรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลทางการศึกษา

### 3.6 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ เพื่อนำไปเก็บข้อมูลจริง ดังต่อไปนี้

1. การตรวจสอบความเที่ยงจริง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์เป็นผู้พิจารณาตรวจสอบในด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของแบบสอบถามว่าวัดได้ตรงตามประเด็น รวมทั้งความยากง่ายในการใช้ภาษาด้วย (Wording) จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบหาความเที่ยงตรงเรียบร้อยแล้วไปใช้ในวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น จากนั้นจึงนำไปเก็บข้อมูลจริงจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

2. การวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 30 ชุด จากการทดสอบก่อนศึกษา (Pre-test) สำหรับข้อคำถามส่วนที่มีการให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) นำผลมาคำนวณทางสถิติเพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรทดสอบความน่าเชื่อถือของครอนบาค (Cronbach) เรียกว่า การหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) เท่ากับ .914 จึงสามารถสรุปได้ว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือในระดับที่ยอมรับได้

### 3.7 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลใน 2 ลักษณะ ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้แบบสอบถามเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaire)

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และจากการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย การออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และการสรุปวิเคราะห์ผลการวิจัย

### 3.8 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลได้จากแบบสอบถามและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ทำการกำหนดรหัส ลงรหัส บันทึกข้อมูล แล้วจึงนำมาประมวลผลข้อมูลหาค่าทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

1. **สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)** เป็นการใช้ค่าสถิติ โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา ดังนี้

- ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ ก่อนเกษียณ วิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ ร้อยละ และนำเสนอในรูปแบบตาราง

- การเข้าถึงไลน์แอปพลิเคชัน ได้แก่ อุปกรณ์สื่อสาร อินเทอร์เน็ต วิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ ร้อยละ และนำเสนอในรูปแบบตาราง

- ความสามารถในการใช้ ได้แก่ ทักษะคิด การรับรู้ความสามารถของตนเอง ความรู้และทักษะการใช้ไลน์ ความรู้และทักษะการจัดการกับเนื้อหา

- พฤติกรรมการใช้ ได้แก่ ระยะเวลาในการใช้ (ปี) ระยะเวลาในการใช้ (ชั่วโมง) จำนวนครั้งที่ใช้เฉลี่ยต่อวัน สถานที่ใช้ วัตถุประสงค์ ลักษณะการใช้ไลน์

2. **สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)** ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากรกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Anova) การวิเคราะห์ความเป็นอิสระของตัวแปร (Chi-Square) และวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1

สมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีการเข้าถึงไลน์ แอปพลิเคชันแตกต่างกัน	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกัน จะมีการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน	Chi-Square
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2 เพศที่แตกต่างกัน จะมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน	Chi-Square
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3 อายุที่แตกต่างกัน จะมีการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน	Chi-Square
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.4 อายุที่แตกต่างกัน จะมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน	Chi-Square
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.5 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน	Chi-Square
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.6 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน	Chi-Square
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.7 รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน	Chi-Square
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.8 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน	Chi-Square
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.9 อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน	Chi-Square
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.10 อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน	Chi-Square

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.1 เพศที่ต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.1.1 เพศแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์แตกต่างกัน	Independent t-test
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.1.2 เพศแตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์แตกต่างกัน	Independent t-test
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.1.3 เพศแตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์แตกต่างกัน	Independent t-test
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.1.4 เพศแตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์แตกต่างกัน	Independent t-test
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.1.5 เพศแตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการกับเนื้อหาแตกต่างกัน	Independent t-test
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.1.6 เพศแตกต่างกัน จะมีทักษะการจัดการกับเนื้อหาแตกต่างกัน	Independent t-test
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.2 อายุที่ต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.2.1 อายุแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์แตกต่างกัน	One-Way Anova
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.2.2 อายุแตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์แตกต่างกัน	One-Way Anova
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.2.3 อายุแตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์แตกต่างกัน	One-Way Anova
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.2.4 อายุแตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์แตกต่าง	One-Way Anova

กัน	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.2.5 อายุแตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหา ในไลน์แตกต่างกัน	One-Way Anova
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.2.6 อายุแตกต่างกัน จะมีทักษะการจัดการเนื้อหา ในไลน์แตกต่างกัน	One-Way Anova
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.3 ระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.3.1 ระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์ แตกต่างกัน	One-Way Anova
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.3.2 ระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีการรับรู้ ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์แตกต่างกัน	One-Way Anova
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.3.3 ระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ ไลน์แตกต่างกัน	One-Way Anova
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.3.4 ระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ ไลน์แตกต่างกัน	One-Way Anova
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.3.5 ระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความรู้การ จัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน	One-Way Anova
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.3.6 ระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีทักษะการ จัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน	One-Way Anova
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.4 รายได้แตกต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.4.1 รายได้แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์แตกต่าง กัน	One-Way Anova
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.4.2 รายได้แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถ ของตนเองในการใช้ไลน์แตกต่างกัน	One-Way Anova
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.4.3 รายได้แตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์ แตกต่างกัน	One-Way Anova
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.4.4 รายได้แตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์	One-Way Anova

แตกต่างกัน	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.4.5 รายได้แตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหา ในไลน์แตกต่างกัน	One-Way Anova
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.4.6 รายได้แตกต่างกัน จะมีทักษะการจัดการเนื้อหา ในไลน์แตกต่างกัน	One-Way Anova
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.5 อาชีพที่ต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.5.1 อาชีพแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์ต่าง กัน	One-Way Anova
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.5.2 อาชีพแตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถ ของตนเองในการใช้ไลน์แตกต่างกัน	One-Way Anova
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.5.3 อาชีพแตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์ แตกต่างกัน	One-Way Anova
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.5.4 อาชีพแตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์ต่าง กัน	One-Way Anova
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.5.5 อาชีพแตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหา ในไลน์แตกต่างกัน	One-Way Anova
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.5.6 อาชีพแตกต่างกัน จะมีทักษะการจัดการเนื้อหา ในไลน์แตกต่างกัน	One-Way Anova
<b>สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้แตกต่างกัน</b>	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.1 เพศที่ต่างกัน จะมีระยะเวลาที่ใช้ไลน์(ชั่วโมง) แตกต่างกัน	Independent t-test
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.2 อายุที่ต่างกัน จะมีระยะเวลาที่ใช้ไลน์(ชั่วโมง) แตกต่างกัน	One-Way Anova
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.3 ระดับการศึกษาที่ต่างกัน จะมีระยะเวลาที่ใช้ ไลน์(ชั่วโมง)แตกต่างกัน	One-Way Anova

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.4 รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาที่ใช้ไลน์ (ชั่วโมง)แตกต่างกัน	One-Way Anova
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.5 อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาที่ใช้ไลน์ (ชั่วโมง)แตกต่างกัน	One-Way Anova
<b>สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 การเข้าถึงไลน์แตกต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน</b>	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4.1 การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์แตกต่างกัน	Independent t-test
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4.2 การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์แตกต่างกัน	Independent t-test
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4.3 การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์แตกต่างกัน	Independent t-test
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4.4 การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีคัทซ์ของการใช้ไลน์แตกต่างกัน	Independent t-test
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4.5 การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหาไลน์แตกต่างกัน	Independent t-test
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4.6 การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหาไลน์แตกต่างกัน	Independent t-test
<b>สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 ความสามารถในการใช้ไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ไลน์</b>	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5.1 ทัศนคติต่อไลน์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5.2 การรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient



<p>สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5.3 ความรู้ในการใช้ไลน์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>
<p>สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5.4 ทักษะในการใช้ไลน์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>
<p>สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5.5 ความรู้ในการจัดการกับเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>
<p>สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5.6 ทักษะในการจัดการกับเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการใช้ไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research)ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจศึกษาโดยใช้แบบสอบถาม(Questionnaire)เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และเก็บข้อมูลโดยการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างเพียงครั้งเดียว ผลการวิจัยสามารถนำเสนอแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้สูงอายุที่ใช้ไลน์แอปพลิเคชันในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 การเข้าถึงไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ความสามารถในการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากร

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพก่อนเกษียณ โดยนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ดังตารางที่ 4.1-4.5

#### ตารางที่ 4.1

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	142	35.5
หญิง	258	64.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้ไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นเพศชาย ร้อยละ 35.5 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 64.5

#### ตารางที่ 4.2

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
60-65 ปี	205	51.2
66-70 ปี	134	33.5
71-75 ปี	33	8.3
76-80 ปี	22	5.5
81 ปีขึ้นไป	6	1.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มที่มีอายุ 60-65 ปี เป็นร้อยละ 51.2 รองลงมาคือ กลุ่มอายุ 66-70 ปี เป็นร้อยละ 33.5 กลุ่มอายุ 71-75 ปี เป็นร้อยละ 8.3 กลุ่มอายุ 76-80 ปี ร้อยละ 5.5 และกลุ่มอายุ 81 ปีขึ้นไป ร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

#### ตารางที่ 4.3

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	117	29.3
มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย	57	14.3
อนุปริญญา ปวช./ปวส.	26	6.5
ปริญญาตรี	165	41.3
ปริญญาโทขึ้นไป	35	8.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นร้อยละ 41.3 รองลงมาคือ ระดับประถมศึกษา เป็นร้อยละ 29.3 ระดับการศึกษามัธยมตอนต้น/ตอนปลาย เป็นร้อยละ 14.3 ระดับการศึกษาปริญญาโท เป็นร้อยละ 8.8 ระดับการศึกษาอนุปริญญา ปวช./ปวส. เป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

#### ตารางที่ 4.4

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้

รายได้ปัจจุบันต่อเดือน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	75	18.5
10,001-20,000 บาท	206	51.2
20,001-30,000 บาท	89	22.0
30,001 บาทขึ้นไป	34	8.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ปัจจุบันต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 51.2 รองลงมาคือกลุ่ม 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 22.0 กลุ่มต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 18.5 และกลุ่ม 30,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพก่อนเกษียณ

อาชีพก่อนเกษียณ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
พนักงานบริษัท/เอกชน	82	20.5
ข้าราชการ	49	12.3
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	157	39.3
อาชีพอิสระ	26	6.5
รัฐวิสาหกิจ	22	5.5
แม่บ้าน	59	14.8
อื่น ๆ	5	1.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย เป็นร้อยละ 39.3 รองลงมา กลุ่มพนักงานบริษัท/เอกชน เป็นร้อยละ 20.5 กลุ่มแม่บ้าน เป็นร้อยละ 14.8 กลุ่มข้าราชการ เป็นร้อยละ 12.3 กลุ่มอาชีพอิสระ เป็นร้อยละ 6.5 กลุ่มรัฐวิสาหกิจ เป็นร้อยละ 5.5 อื่น ๆ เป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์การเข้าถึงไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ในส่วนที่ 2 ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลการเข้าถึงไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่ประกอบด้วย การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร และ การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต โดยนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ดังตารางที่ 4.6-4.7

ตารางที่ 4.6

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	304	76.0
แท็บเล็ต	96	24.0
คอมพิวเตอร์	-	-
คอมพิวเตอร์พกพา	-	-
อื่น ๆ	-	-
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้อุปกรณ์สื่อสารประเภท โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน เป็นร้อยละ 76.0 รองลงมาคือ แท็บเล็ต เป็นร้อยละ 24.0

#### ตารางที่ 4.7

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต	จำนวน(คน)	ร้อยละ
วាយพายที่บ้าน	174	43.5
วายพายที่ทำงาน	1	.3
อินเทอร์เน็ตแบบรายเดือน	133	33.3
อินเทอร์เน็ตแบบเติมเงิน	92	23.1
อื่น ๆ	-	-
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้วายพายที่บ้าน ร้อยละ 43.5 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ตแบบรายเดือน ร้อยละ 33.3 อินเทอร์เน็ตแบบเติมเงิน ร้อยละ 23.1 และวายพายที่ทำงาน ร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

#### 4.3 ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการใช้ไลน์ของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ในตอนที่ 3 ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลความสามารถในการใช้ไลน์ของผู้สูงอายุในเขต กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ทักษะคติการใช้ไลน์ การรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์ ความรู้และทักษะการใช้ไลน์ ความรู้และทักษะการจัดการกับเนื้อหาในไลน์ โดยนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ดังตารางที่ 4.8 – 4.17

ตารางที่ 4.8

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทัศนคติต่อไลน์

ทัศนคติ	จำนวน(ร้อยละ)ของกลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติในระดับต่าง ๆ					รวม	$\bar{X}$	S.D
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
1.การใช้ไลน์ทำให้ประหยัดค่าโทรศัพท์	112 (28.0)	183 (45.8)	57 (14.2)	30 (7.5)	18 (4.5)	400	3.85 ดี	1.070
2.ไลน์มีรูปแบบการใช้งานยาก	35 (8.8)	49 (12.3)	98 (24.5)	174 (43.5)	44 (11.0)	400	3.36 ปานกลาง	1.106
3.ไลน์ทำให้ได้ติดต่อพูดคุยกับเพื่อนเก่าและเพื่อนใหม่	146 (36.5)	185 (46.3)	46 (11.5)	14 (3.5)	9 (2.3)	400	4.12 ดี	.901
4.ไลน์เป็นแอปพลิเคชันที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ใช้งาน	8 (2.0)	15 (3.8)	91 (22.8)	191 (47.8)	95 (23.8)	400	3.88 ดี	.884
5.การใช้ไลน์ทำให้ท่านได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารความคิดเห็นต่าง ๆ กับบุคคลอื่น	129 (32.3)	186 (46.5)	66 (16.5)	12 (3.0)	7 (1.8)	400	4.05 ดี	.875
6.การใช้ไลน์ทำให้สิ้นเปลืองเวลา	10 (2.5)	14 (3.5)	95 (24.5)	185 (46.3)	95 (23.8)	400	3.85 ดี	.907
7.การใช้ไลน์ทำให้ท่านได้เรียนรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่	131 (32.8)	223 (55.8)	43 (10.8)	0	3 (.8)	400	4.20 ดี	.682



8.ไลน์ทำให้สื่อสารกับ บุคคลรอบข้างน้อยลง	3 (.8)	7 (1.8)	38 (9.5)	146 (36.5)	206 (51.5)	400	4.36 ดี มาก	.736
9.ไลน์เป็นช่องทางการ สื่อสารที่สะดวกและรวดเร็ว	191 (47.8)	161 (40.3)	26 (6.5)	15 (3.8)	7 (1.8)	400	4.28 ดี มาก	.878
10.ทำให้รู้สึกทันสมัย	116 (29.0)	194 (48.5)	80 (2.0)	7 (1.8)	3 (.8)	400	4.03 ดี	.792
รวม							3.997	

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อไลน์ในระดับดี(ค่าเฉลี่ย 3.997) โดยทัศนคติที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับดีมาก ได้แก่ ไลน์ไม่ได้ทำให้การสื่อสารกับบุคคลรอบข้างลดน้อยลง และไลน์เป็นช่องทางการสื่อสารที่สะดวกและรวดเร็ว

ส่วนทัศนคติที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับดี ได้แก่ ไลน์ทำให้ได้เรียนรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ทำให้ได้ติดต่อพูดคุยกับเพื่อนเก่า/เพื่อนใหม่ ทำให้ได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารความคิดเห็นต่าง ๆ กับบุคคลอื่น ไลน์ทำให้รู้สึกทันสมัย ไลน์ช่วยประหยัดค่าโทรศัพท์และไม่ได้ทำให้สิ้นเปลืองเวลา ส่วนทัศนคติที่กลุ่มตัวอย่างมีในทัศนคติในระดับปานกลางได้แก่ ไลน์มีรูปแบบการใช้งานยาก

ตารางที่ 4.9

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์

การรับรู้ความสามารถของ ตนเอง	จำนวน(ร้อยละ)การรับรู้ความสามารถที่มีต่อ การใช้ไลน์ของกลุ่มตัวอย่างในระดับต่าง ๆ					รวม	$\bar{X}$	S.D
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. 1) ท่านมีความมั่นใจในตนเอง ว่าท่านสามารถใช้ไลน์ได้ โดย ปราศจากความวิตกกังวลใดๆ	104 (26.0)	146 (36.5)	120 (30.0)	24 (6.0)	6 (1.5)	400	3.80 มาก	.946
2.ท่านพยายามที่จะหลีกเลี่ยง หากพบว่าวิธีการใช้ไลน์มีความ ยุ่งยาก	77 (19.3)	40 (10.0)	159 (39.8)	99 (24.5)	25 (6.3)	400	2.89 ปาน กลาง	1.16 5
3.ภายหลังจากได้รับคำแนะนำ ในการใช้ไลน์เป็นครั้งแรก ท่าน สามารถใช้ไลน์ได้อย่าง คล่องแคล่ว	29 (7.2)	65 (16.3)	161 (40.3)	98 (24.5)	47 (11.8)	400	2.83 ปาน กลาง	1.06 8
4.ท่านไม่มีความมั่นใจว่าจะ สามารถเรียนรู้การใช้ไลน์ได้	8 (2.0)	20 (5.0)	176 (44.0)	124 (31.0)	72 (18.0)	400	3.58 มาก	.909
5.ท่านเชื่อว่า ท่านใช้ระยะเวลา ในการเรียนรู้ด้วยตนเองเพียง 2-3 ครั้ง ก็สามารถใช้ไลน์ได้ อย่างคล่องแคล่ว	51 (12.8)	108 (27.0)	180 (45.0)	54 (13.5)	7 (1.8)	400	3.36 ปาน กลาง	.928
6.ท่านมีความวิตกกังวลในการ ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่	14 (3.5)	26 (6.5)	175 (43.8)	132 (33.0)	53 (13.3)	400	3.46 มาก	.928
7.ถ้าท่านประสบกับปัญหาใน	41	82	193	53	31	400	3.12	1.02

การใช้ไลน์ ท่านจะพยายาม แก้ไขปัญหาด้วยตนเอง	(10.3)	(20.5)	(48.3)	(13.3)	(7.8)		ปาน กลาง	
8.ท่านต้องใช้ความพยายาม อย่างมากในการเรียนรู้ วิธีการใช้ไลน์	7 (1.8)	40 (10.0)	228 (57.0)	77 (71.8)	54 (13.5)	400	3.31 ปาน กลาง	.890
9.ถ้าท่านตั้งเป้าหมายในการทำ สิ่งใด ท่านจะทำจนสำเร็จ เช่น เรียนรู้วิธีการใช้ไลน์	98 (24.5)	111 (27.8)	188 (47.0)	3 (0.8)	0	400	3.76 มาก	.830
10.ท่านสามารถเรียนรู้ วิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์อื่นที่ มีความคลึงกันกับไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก	53 (13.3)	33 (8.3)	104 (26.0)	47 (11.8)	163 (40.8)	400	2.42 ปาน กลาง	1.42
รวม							3.25	

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ ไลน์อยู่ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย 3.25) โดยกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในระดับมาก ได้แก่ มีความมั่นใจในตนเองว่าสามารถใช้ไลน์ได้โดยปราศจากความวิตกกังวลใดๆ และถ้าตั้งเป้าหมายใน การทำสิ่งใด จะทำให้จนสำเร็จ เช่น เรียนรู้วิธีการใช้ไลน์ และมีความมั่นใจว่าจะสามารถเรียนรู้วิธีการใช้ ไลน์ได้ และกลุ่มตัวอย่างไม่มีความวิตกกังวลในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองในระดับปานกลาง ได้แก่ กลุ่ม ตัวอย่างใช้ระยะเวลาในการเรียนรู้ด้วยตนเองก็สามารถใช้ไลน์ได้อย่างคล่องแคล่ว และต้องใช้ความ พยายามอย่างมากในการเรียนรู้การใช้ไลน์ และถ้าประสบปัญหาในการใช้ไลน์จะพยายามแก้ปัญหาด้วย ตนเอง และพยายามที่จะหลีกเลี่ยงหากพบว่าวิธีการใช้ไลน์มีความยุ่งยาก และภายหลังจากได้รับ คำแนะนำในการใช้ไลน์เป็นครั้งแรกสามารถใช้ไลน์ได้อย่างคล่องแคล่ว และสามารถเรียนรู้วิธีการใช้สื่อ สังคมออนไลน์อื่นที่มีความคล้ายคลึงกันกับไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก

ตารางที่ 4.10

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความรู้การใช้ไลน์

ความรู้เกี่ยวกับการใช้ไลน์	ถูก	ผิด	ไม่ แน่ใจ	รวม
1) สติกเกอร์ไลน์ คือ ภาพการ์ตูนเป็นสัญลักษณ์แสดงอารมณ์และความรู้สึกแทนคำพูด	389 (97.3)	1 (0.3)	10 (2.5)	400 (100.0)
2) การแชร์ คือ การแบ่งปัน ส่งต่อ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กับเพื่อนในไลน์	366 (91.5)	5 (1.3)	29 (7.2)	400 (100.0)
3) โทม์ไลน์ คือ พื้นที่การแบ่งปันข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ผู้อื่นสามารถเข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็นได้	173 (43.3)	50 (12.5)	177 (44.3)	400 (100.0)
4) ไลน์ เปิดให้ผู้ใช้สามารถโทรหากันได้ฟรีเฉพาะการโทรภายในประเทศเท่านั้น	218 (54.5)	105 (26.3)	77 (19.3)	400 (100.0)
5) กลุ่มสนทนา คือ ห้องสนทนาที่ประกอบด้วยสมาชิกตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป	82 (20.5)	215 (53.8)	103 (25.8)	400 (100.0)
6) การดาวน์โหลดสติกเกอร์ฟรีในไลน์ ผู้ใช้ต้องรับเป็นเพื่อนก่อน จึงจะสามารถดาวน์โหลดสติกเกอร์ได้	362 (90.5)	8 (2.0)	30 (7.5)	400 (100.0)
7) การเข้าร่วมกลุ่มสนทนาไลน์ ต้องได้รับการอนุญาต เข้าร่วมกลุ่มจากสมาชิกในกลุ่มเสียก่อน	322 (80.5)	24 (6.0)	54 (13.5)	400 (100.0)
8) บุคคลที่ถูกเราบล็อกไลน์ สามารถส่งข้อความถึงเราได้เหมือนเดิม	188 (47.0)	61 (15.3)	151 (37.0)	400 (100.0)
9) การโทรแบบเห็นหน้าหรือวิดีโอคอล ผู้ใช้ต้องเสียค่าบริการในการใช้งาน	325 (81.3)	14 (3.5)	61 (15.3)	400 (100.0)
10) ผู้ใช้สามารถเลือกรับบุคคลอื่นเป็นเพื่อนในไลน์ ได้วิธีเดียวเท่านั้น คือ ทางหมายเลขโทรศัพท์มือถือ	213 (53.3)	124 (31.0)	63 (15.8)	400 (100.0)

รวม	6.59
-----	------

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้การใช้ไลน์มากที่สุด คือ ความรู้เกี่ยวกับสติ๊กเกอร์ไลน์ คือภาพการ์ตูนที่เป็นตัวแทนสัญลักษณ์แสดงอารมณ์และความรู้สึกแทนคำพูด ร้อยละ 97.3 รองลงมา คือ ความรู้เกี่ยวกับการแชร์คือ การแบ่งปัน ส่งต่อข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กับเพื่อนในไลน์ ร้อยละ 91.5 การดาวน์โหลดสติ๊กเกอร์ฟรีในไลน์ ผู้ใช้ต้องรับเป็นเพื่อนก่อน จึงจะสามารถดาวน์โหลดสติ๊กเกอร์ฟรีได้ ร้อยละ 90.5 การโทรแบบเห็นหน้าหรือวิดีโอคอล ผู้ใช้ต้องไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายบริการ ร้อยละ 81.8 การเข้าร่วมกลุ่มสนทนาไลน์ ต้องได้รับการอนุญาตเข้าร่วมกลุ่มจากสมาชิกในกลุ่มเสียก่อน ร้อยละ 80.5 ไลน์เปิดให้ผู้ใช้สามารถโทรหากันได้ฟรีเฉพาะการโทรภายในประเทศเท่านั้น กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ว่าเป็นคำตอบที่ผิด ร้อยละ 54.5 ผู้ใช้สามารถเลือกรับบุคคลอื่นเป็นเพื่อนในไลน์ ได้วิธีเดียวเท่านั้น คือ ทางหมายเลขโทรศัพท์มือถือ กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ว่าเป็นคำตอบที่ผิด ร้อยละ 54.3 บุคคลที่ถูกเราบล็อกไลน์ สามารถส่งข้อความติดต่อสื่อสารกับเราได้เหมือนเดิม กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ว่าเป็นคำตอบที่ผิด ร้อยละ 47.8 โทม์ไลน์ คือ พื้นที่การแบ่งปันข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ผู้อื่นสามารถเข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็นได้ ร้อยละ 43.5 กลุ่มสนทนา คือ ห้องสนทนาที่ประกอบด้วยสมาชิกตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ น้อยที่สุด ร้อยละ 20.5

ตารางที่ 4.11

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความรู้การใช้ไลน์

ระดับความรู้	จำนวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
สูง (7-10 คะแนน)	237	59.3	6.59	2.25
ปานกลาง (4-6 คะแนน)	123	30.8		
ต่ำ (0-3 คะแนน)	40	10.2		
รวม	400	100.0		

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้การใช้ไลน์ในระดับสูง จำนวน 239 คน ร้อยละ 59.3 รองลงมาคือ มีความรู้การใช้ไลน์ในระดับปานกลาง จำนวน 121 คน ร้อยละ 30.8 และมีความรู้ระดับต่ำการใช้ไลน์ในระดับต่ำ จำนวน 40 คน ร้อยละ 10.2 ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยความรู้การใช้ไลน์เท่ากับ 6.59 คะแนน

ตารางที่ 4.12

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทักษะการใช้ไลน์

ทักษะเกี่ยวกับการใช้ไลน์	ทำได้	ทำไม่ได้	รวม
<b>ทักษะพื้นฐาน</b>			
1) การคัดลอกลิงก์จากอินเทอร์เน็ตส่งให้เพื่อนในไลน์	62 (15.5)	338 (84.5)	400 (100.0)
2) การดาวน์โหลดสติ๊กเกอร์ฟรี	332 (83.0)	68 (17.0)	400 (100.0)
<b>ทักษะขั้นสูง</b>			
3) การเพิ่มเพื่อนด้วยไอดีไลน์	88 (22.0)	312 (78.0)	400 (100.0)
4) การแชร์ตำแหน่งที่อยู่กับเพื่อนในไลน์	36 (9.0)	364 (91.0)	400 (100.0)
5) การแชร์รูปภาพกับเพื่อนในไลน์	374 (93.5)	26 (6.5)	400 (100.0)
6) การซื้อสติ๊กเกอร์ไลน์	0	400 (100.0)	400 (100.0)
7) การปรับแต่งรูปภาพ	47 (11.8)	353 (88.3)	400 (100.0)
8) การโทรแบบเห็นหน้า/การโทรแบบเสียง	351 (87.8)	49 (12.3)	400 (100.0)
9) การสร้างวิดีโอส่งให้เพื่อนในไลน์	143 (35.8)	257 (64.3)	400 (100.0)
10) การส่งต่อข้อความข่าวสารต่าง ๆ	287 (71.8)	113 (28.2)	400 (100.0)

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทักษะการแชร์รูปภาพกับเพื่อนในไลน์มากที่สุด ร้อยละ 93.5 รองลงมา การโทรแบบเห็นหน้า/แบบเสียง ร้อยละ 88.3 การดาวน์โหลดสติ๊กเกอร์ไลน์ ร้อยละ 83.0 การส่งต่อข้อความข่าวสารต่าง ๆ ร้อยละ 71.8 การสร้างวิดีโอส่งให้เพื่อนในไลน์ ร้อยละ 36.8 การเพิ่มเพื่อนด้วยไอดีไลน์ ร้อยละ 22.0 การคัดลอกลิงก์จากอินเทอร์เน็ตส่งให้เพื่อนในไลน์ ร้อยละ 15.5 การปรับแต่งรูปภาพ ร้อยละ 11.8 การแชร์ตำแหน่งที่อยู่กับเพื่อนในไลน์ ร้อยละ 9.0 กลุ่มตัวอย่างไม่มีทักษะซื้อสติ๊กเกอร์ไลน์ ร้อยละ 100.0

ตารางที่ 4.13

แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับทักษะการใช้ไลน์

ระดับทักษะ	จำนวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
สูง (7-10 คะแนน)	37	9.3	4.3	1.79
ปานกลาง (4-6 คะแนน)	240	60.1		
ต่ำ (0-3 คะแนน)	123	30.9		
รวม	400	100.0		

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทักษะการใช้ไลน์ในระดับปานกลาง คือ มีจำนวน 240 คน ร้อยละ 60.1 รองลงมาคือ ระดับต่ำ จำนวน 123 ร้อยละ 30.9 และระดับสูง จำนวน 37 ร้อยละ 9.3 ตามลำดับ ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยทักษะการใช้ไลน์เท่ากับ 4.3



ตารางที่ 4.14

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์

ความรู้การจัดการกับเนื้อหาในไลน์	ถูก	ผิด	ไม่แน่ใจ	รวม
1) ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ปรากฏในไลน์ มีทั้งน่าเชื่อถือและไม่น่าเชื่อถือ	398 (99.5)	1 (.3)	1 (.3)	400 (100.0)
2) การอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญ	379 (94.8)	4 (1.0)	17 (4.3)	400 (100.0)
3) การไม่ตรวจสอบที่มาของข้อมูลให้แน่ชัดก่อนจะทำการส่งต่อไปยังเพื่อนในไลน์ เป็นการกระทำผิดตามพ.ร.บ ว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ 2550	209 (52.3)	23 (5.8)	168 (42.0)	400 (100.0)
4) การติดต่อ ดัดแปลงและส่งต่อรูปภาพของบุคคลอื่น โดยไม่ได้รับอนุญาต ถือเป็น การละเมิดลิขสิทธิ์ผู้อื่น	315 (78.8)	19 (4.8)	66 (16.5)	400 (100.0)
5) การคลิกลิงก์ที่ได้รับในไลน์ ไม่มีความเสี่ยงในการได้รับไวรัส	60 (15.0)	135 (33.8)	205 (51.2)	400 (100.0)
6) เปลี่ยนรหัสผ่านไลน์เป็นประจำ เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้อื่นสามารถเข้าใช้ไลน์ท่านได้	245 (61.3)	15 (3.8)	140 (35.0)	400 (100.0)
7) การอ่านเงื่อนไขการใช้งานก่อนการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันต่าง ๆ เป็นสิ่งไม่จำเป็น	176 (44.0)	58 (14.5)	166 (41.5)	400 (100.0)
8) การดาวน์โหลดสติ๊กเกอร์ไลน์ฟรี โดยมีเงื่อนไขการรับเป็นเพื่อน เพื่อต้องการส่งข้อมูลข่าวสารทางการตลาดให้แก่ผู้ที่ดาวน์โหลด	344 (86.0)	5 (1.3)	51 (12.8)	400 (100.0)
9) การส่งต่อรูปภาพสวัสดีเข้าวันจันทร์ในกลุ่มไลน์ ถือเป็น การละเมิดเจ้าของลิขสิทธิ์	236 (59.0)	88 (22.0)	76 (19.0)	400 (100.0)

10) การเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว เช่น หมายเลขบัตรประชาชน หมายเลขบัตรเครดิต กับร้านค้าออนไลน์ ไม่ถือเป็นความเสี่ยงในการถูกนำข้อมูลดังกล่าวไปทำธุรกรรมใดๆได้	329 (82.3)	6 (1.5)	76 (19.0)	400 (100.0)
---	---------------	------------	--------------	----------------

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบมากที่สุดคือ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ปรากฏในไลน์ มีทั้งนำเชื่อถือและไม่นำเชื่อถือ จำนวน 398 คน ร้อยละ 99.5 รองลงมาคือ การอ้างอิงแหล่งที่มาของที่มาของข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญ จำนวน 379 คน ร้อยละ 94.8 การดาวน์โหลดสติ๊กเกอร์ไลน์ฟรี โดยมีเงื่อนไขการรับเป็นเพื่อน เพื่อต้องการส่งข้อมูลข่าวสารทางการตลาดให้แก่ผู้ดาวน์โหลดจำนวน 344 คน ร้อยละ 86.0 การเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว เช่นหมายเลขบัตรประชาชน หมายเลขบัตรเครดิต กับร้านค้าออนไลน์ ไม่ถือเป็นความเสี่ยงในการถูกนำข้อมูลดังกล่าวไปทำธุรกรรมใดๆทั้งสิ้น กลุ่มตัวอย่างมีความรู้จำนวน 329 ร้อยละ 82.3 การตัดต่อ ดัดแปลงและส่งต่อรูปภาพของบุคคลอื่น โดยไม่ได้รับอนุญาต ถือเป็น การละเมิดลิขสิทธิ์ผู้อื่น จำนวน 315 คน ร้อยละ 78.8 การเปลี่ยนรหัสผ่านไลน์เป็นประจำ เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้อื่นสามารถเข้าใช้ไลน์ท่านได้ จำนวน 245 ร้อยละ 61.3 การส่งต่อรูปภาพสวัสดิ์เข้าวันจันทร์ในกลุ่มไลน์ ถือเป็น การละเมิดลิขสิทธิ์ จำนวน 236 คน ร้อยละ 59.0 การไม่ตรวจสอบที่มาของข้อมูลให้แน่ชัดก่อนจะทำการส่งต่อไปยังเพื่อนในไลน์ เป็นการกระทำผิด พ.ร.บ ว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 จำนวน 209 คน ร้อยละ 52.3 การอ่านเงื่อนไขการใช้งานก่อนดาวน์โหลดแอปพลิเคชันต่าง ๆ เป็นสิ่งไม่จำเป็น จำนวน 176 คน ร้อยละ 44.0 การคลิกลิงก์ที่ได้รับในไลน์ ไม่มีความเสี่ยงในการได้รับไวรัส จำนวน 60 คน ร้อยละ 15.0

ตารางที่ 4.15

แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์

ระดับความรู้	จำนวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
สูง (7-10 คะแนน)	244	61.1	6.72	2.29
ปานกลาง (4-6 คะแนน)	112	28.0		
ต่ำ (0-3 คะแนน)	44	11.1		
รวม	400	100.0		

จากตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับสูง จำนวน 244 คน ร้อยละ 61.1 รองลงมาคือ ระดับปานกลาง จำนวน 112 คน ร้อยละ 28.0 และระดับต่ำ จำนวน 44 คน ร้อยละ 11.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16

แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามทักษะการจัดการเนื้อหาออนไลน์

ทักษะการจัดการกับเนื้อหาออนไลน์	ถูก	ผิด	รวม
<b>การวิเคราะห์</b>			
1) ข้อมูลสุขภาพที่มีการแชร์กันออนไลน์จำนวนมาก แสดงว่าข้อมูลสุขภาพนั้นมีความน่าเชื่อถือ	291 (72.8)	109 (27.3)	400 (100.0)
2) ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ท่านให้ความเชื่อถือในไลน์ มีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลเสมอ	386 (96.5)	14 (3.5)	400 (100.0)
3) ท่านตรวจสอบข้อมูลจากสื่อที่หลากหลาย เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลตรงกัน	396 (99.0)	4 (1.0)	400 (100.0)
4) ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ท่านได้รับในไลน์ ท่านสังเกตวันที่และเวลาในข้อมูลข่าวสารนั้นอยู่เสมอ	266 (66.5)	134 (33.5)	400 (100.0)
<b>การประเมิน</b>			
5) ข้อมูลสุขภาพที่ท่านได้รับในไลน์ ท่านมักจะนำไปปฏิบัติตามทันที	330 (82.5)	70 (17.5)	400 (100.0)
<b>การสร้างสรรค์</b>			
6) ข้อมูลข่าวสารสุขภาพที่แชร์กันออนไลน์ มีทั้งข้อมูลที่น่าเชื่อถือและไม่น่าเชื่อถือ	395 (98.8)	5 (1.3)	400 (100.0)
7) ข้อมูลสุขภาพในไลน์ที่น่าเชื่อถือ ควรมีการรับรองผลการวิจัยจากสถาบันที่น่าเชื่อถือ	370 (92.5)	30 (7.5)	400 (100.0)

8) ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆที่ท่านได้รับจากเพื่อนในไลน์ ท่านมักจะตั้งคำถามและแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลที่ได้รับอยู่เสมอ	318 (79.5)	82 (20.5)	400 (100.0)
<b>การแบ่งปัน</b>			
9) เมื่อท่านได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆในไลน์ ท่านทำการส่งต่อให้เพื่อนในไลน์ทันที	222 (55.5)	178 (44.5)	400 (100.0)
10)8 การส่งต่อรูปภาพสวัสดิ์ รูปภาพดอกไม้ให้เพื่อนในไลน์ ถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์เจ้าของภาพ	258 (67.0)	132 (33.0)	400 (100.0)

จากตารางที่ 4.16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์มากที่สุด คือ ท่านตรวจสอบข้อมูลจากสื่อที่หลากหลาย เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลตรงกัน จำนวน 396 คน ร้อยละ 99.0 รองลงมาคือ ข้อมูลข่าวสารสุขภาพที่แชร์กันในไลน์ มีทั้งข้อมูลที่น่าเชื่อถือและไม่น่าเชื่อถือ จำนวน 395 คน ร้อยละ 98.8 ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆที่ท่านให้ความเชื่อถือในไลน์ มีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลเสมอ จำนวน 386 คน ร้อยละ 96.5 ข้อมูลสุขภาพที่ในไลน์ที่น่าเชื่อถือ ควรมีการรับรองผลการวิจัยจากสถาบันที่น่าเชื่อถือ จำนวน 370 ร้อยละ 92.5 ข้อมูลสุขภาพที่แชร์กันในไลน์ ท่านมักจะนำไปปฏิบัติตามทันที จำนวน 330 คน ร้อยละ 82.5 ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆที่ท่านได้รับจากเพื่อนในไลน์ ท่านมักจะตั้งคำถามและแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลที่ได้รับอยู่เสมอ จำนวน 318 คน ร้อยละ 79.5 ข้อมูลสุขภาพที่มีการแชร์กันในไลน์จำนวนมาก แสดงว่าข้อมูลสุขภาพนั้นมีความน่าเชื่อถือ จำนวน 291 ร้อยละ 72.8 การส่งต่อรูปภาพสวัสดิ์ รูปภาพดอกไม้ให้เพื่อนในไลน์ ถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์เจ้าของภาพ จำนวน 258 คน ร้อยละ 67.0 ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆที่ได้รับในไลน์ ท่านสังเกตวันที่และเวลาในข้อมูลข่าวสารนั้นอยู่เสมอ จำนวน 266 คน ร้อยละ 66.5 เมื่อท่านได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆในไลน์ ท่านทำการส่งต่อให้เพื่อนในไลน์ทันที จำนวน 222 คน ร้อยละ 55.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17

แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์

ระดับความรู้	จำนวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
สูง (7-10 คะแนน)	37	9.3	8.15	1.25
ปานกลาง (4-6 คะแนน)	240	60.1		
ต่ำ (0-3 คะแนน)	123	30.9		
รวม	400	100.0		

จากตารางที่ 4.17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 240 คน ร้อยละ 60.1 รองลงมาคือ ระดับต่ำ จำนวน 123 คน ร้อยละ 30.9 และระดับสูง จำนวน 37 ร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

#### 4.4 พฤติกรรมการใช้ไลน์ของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้ไลน์ของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ระยะเวลาในการใช้ (ปี) ระยะเวลาในการใช้ (ชั่วโมง) จำนวนครั้งที่ใช้ต่อวัน ลักษณะการใช้ วัตถุประสงค์ในการใช้ โดยนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่าง ดังตารางที่ 4.18 - 4.23 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.18

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการใช้ไลน์(ปี)

ระยะเวลาที่ใช้(ปี)	จำนวน(คน)	ร้อยละ
6 เดือน	21	5.3
1ปี	78	19.5
2ปี	196	49.0
3ปี	75	18.8
มากกว่า 3 ปี	30	7.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ไลน์เป็นระยะเวลา 2 ปี เป็นร้อยละ 49.0 รองลงมาคือ 1ปี เป็นร้อยละ 19.5 ระยะเวลา 3 ปี เป็นร้อยละ 18.8 ระยะเวลามากกว่า 3 ปี เป็นร้อยละ 7.5 ระยะเวลา 6 เดือน เป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)

จำนวน(ชั่วโมง)	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง	109	27.3
1-3 ชั่วโมง	273	68.3
4-6 ชั่วโมง	17	4.3
7 ชั่วโมงขึ้นไป	1	.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้ไลน์ 1-3 ชั่วโมง เป็นร้อยละ 68.3 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง เป็นร้อยละ 27.3 จำนวน 4-6 ชั่วโมง เป็นร้อยละ 4.3 และ 7 ชั่วโมงขึ้นไป เป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้ไลน์

จำนวน(ครั้ง)	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1 ครั้งต่อวัน	20	5.0
2-5 ครั้งต่อวัน	185	46.3
6-10 ครั้งต่อวัน	112	28.0
มากกว่า 10 ครั้งต่อวัน	83	20.8
รวม	400	100.0



จากตารางที่ 4.20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งในการใช้ไลน์ 2-5 ครั้งต่อวัน เป็นร้อยละ 46.0 รองลงมาคือ 6-10 ครั้งต่อวัน เป็นร้อยละ 28.0 จำนวนมากกว่า 10 ครั้งต่อวัน เป็นร้อยละ 20.8 และ 1 ครั้งต่อวัน เป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ใช้ไลน์

สถานที่ใช้	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ที่บ้าน	346	86.5
ที่ทำงาน	47	11.8
สถานที่ออกกำลังกาย	1	.3
อื่น ๆ	3	.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ไลน์ที่บ้าน เป็นร้อยละ 86.5 รองลงมา คือที่ทำงาน เป็นร้อยละ 11.8 อื่น ๆ คือ สถานพยาบาล ร้อยละ 0.8 และสถานที่ออกกำลังกาย เป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการใช้

ลักษณะการใช้	จำนวน(คน)	ร้อยละ
แชท/สนทนาข้อความ	269	67.3
ส่งสติ๊กเกอร์	227	56.8
ส่งต่อ/แบ่งปันข้อมูลข่าวสารรูปภาพต่าง ๆ	259	64.8
โทรแบบเสียง/แบบเห็นหน้า	75	18.8
แสดงตำแหน่งที่อยู่ของตน	2	0.5
เล่นเกมในไลน์	4	1.0
ดาวน์โหลดสติ๊กเกอร์ฟรี	98	24.5
ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ผ่านไลน์	-	100.0
อื่น ๆ	8	2.0

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ลักษณะการใช้ไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง มีลักษณะการใช้การแชท/ข้อความมากที่สุด ร้อยละ 67.3 รองมาคือ การส่งต่อ/แบ่งปันข้อมูลรูปภาพต่าง ๆ ร้อยละ 64.8 ส่งสติ๊กเกอร์ไลน์ ร้อยละ 56.8 ดาวน์โหลดสติ๊กเกอร์ฟรี ร้อยละ 24.5 โทรแบบเสียง/แบบเห็นหน้า ร้อยละ 18.8 อื่น ๆ ร้อยละ 2.0 ได้แก่ เปิดอ่านข้อความเพียงอย่างเดียว เล่นเกมในไลน์ ร้อยละ 1.0 และกลุ่มตัวอย่างไม่ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ผ่านไลน์ ร้อยละ 100.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้ไลน์

วัตถุประสงค์การใช้	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ติดต่อเพื่อนเก่าสมัยเรียน/เพื่อนที่ทำงานเก่า	240	60.0
ติดต่อครอบครัว/ลูกหลาน	276	69.0
ใช้ตามบุคคลใกล้ชิด	158	39.5
ความบันเทิง/แก้เหงา	174	43.5
พัฒนาความจำ	44	11.0
นัดหมายทำกิจกรรมต่าง ๆ	67	16.8
แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อมูลข่าวสารต่าง ๆในชีวิตประจำวัน	68	17.0
อื่น ๆ	9	2.3

จากตารางที่ 4.23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการใช้ไลน์ ติดต่อลูกหลาน/ครอบครัวร้อยละ 69 รองลงมาคือ ติดต่อเพื่อนเก่าสมัยเรียน/เพื่อนที่ทำงานเก่า ร้อยละ 60 ใช้เพื่อความบันเทิง/แก้เหงา ร้อยละ 43.5 เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อมูลข่าวสารต่าง ๆในชีวิตประจำวัน ร้อยละ 17 นัดหมายทำกิจกรรมต่าง ๆ ร้อยละ 16.8 พัฒนาความจำ ร้อยละ 11 อื่น ๆ ร้อยละ 2.3 ได้แก่ เรียนรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่

#### 4.5 ทดสอบสมมติฐาน

##### สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรมีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงไลน์

มี 10 สมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานการวิจัย 1.1 เพศมีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Chi-Square

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

$H_1$ : เพศมีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

ตารางที่ 4.24

แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

เพศ	การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร		รวม
	โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	แท็บเล็ต	
ชาย	126 (88.7%)	16 (11.3%)	142 (100.0%)
หญิง	178 (69.0%)	80 (31.0%)	258 (100.0%)
รวม	304 (76.0%)	96 (24.0%)	400 (100%)

ค่า Chi-Square = 19.567 df = 1 Sig. = .000

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ค่า Sig.(.000)<.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ เพศมีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร โดยเพศหญิงมีการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตมากกว่าเพศชาย

สมมติฐานการวิจัย 1.2 เพศมีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Chi-Square

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

H<sub>0</sub>: เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

H<sub>1</sub>: เพศมีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 4.25

แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

เพศ	การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต			รวม
	วាយฟายที่บ้าน	อินเทอร์เน็ตแบบ รายเดือน	อินเทอร์เน็ตแบบ เติมเงิน	
ชาย	43 (30.3%)	57 (40.1%)	42 (29.6%)	142 (100.0%)
หญิง	132 (51.2%)	76 (29.5%)	50 (19.4%)	258 (100.0%)
รวม	175 (43.8%)	133 (33.3%)	92 (23.0%)	400 (100.0%)

ค่า Chi-Square = 18.912 df = 1 Sig. = .000

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ค่า Sig.(.000)<.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ H<sub>0</sub> ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ H<sub>1</sub> กล่าวคือ เพศมีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร โดยเพศหญิงมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตววายฟายที่บ้านมากกว่าเพศชาย รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ตรายเดือน อินเทอร์เน็ตแบบเติมเงิน ตามลำดับ

สมมติฐานการวิจัย 1.3 อายุมีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Chi-Square

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

$H_1$ : อายุมีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

ตารางที่ 4.26

แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

อายุ	การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร		รวม
	โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	แท็บเล็ต	
60-65 ปี	152 (74.1%)	53 (25.9%)	205 (100.0%)
66-70 ปี	102 (76.1%)	32 (23.9%)	134 (100.0%)
71-75 ปี	29 (87.9%)	4 (12.1%)	33 (100.0%)
76-80 ปี	18 (81.8%)	4 (18.2%)	22 (100.0%)
81 ปีขึ้นไป	3 (50.0%)	3 (50.0%)	6 (100.0%)
รวม	304 (76.0%)	96 (24.0%)	400 (100%)

ค่า Chi-Square = 5.572 df = 4 Sig. = .233

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ค่า Sig.(.233)>.05 ดังนั้น จึงยอมรับ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ  $H_1$  กล่าวคือ อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

สมมติฐานการวิจัย 1.4 อายุมีความสัมพันธ์กับเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Chi-Square

โดยมีสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$  : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

$H_1$  : อายุมีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 4.27

แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

อายุ	การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต			รวม
	วាយพายที่บ้าน	อินเทอร์เน็ตแบบรายเดือน	อินเทอร์เน็ตแบบเติมเงิน	
60-65 ปี	102 (49.8%)	72 (35.1%)	31 (15.1%)	205 (100.0%)
66-70 ปี	54 (40.3%)	36 (26.9%)	44 (32.8%)	134 (100.0%)
71-75 ปี	6 (18.2%)	17 (51.5%)	10 (30.3%)	33 (100.0%)
76-80 ปี	10 (45.5%)	6 (27.3%)	6 (27.3%)	22 (100.0%)
81 ปีขึ้นไป	3 (50.0%)	2 (33.3%)	1 (16.7%)	6 (100.0%)
รวม	175	133	92	400

	(43.8%)	(33.3%)	(23.0%)	(100.0%)
--	---------	---------	---------	----------

ค่า Chi-Square = 25.394 df = 4 Sig. = .013

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ค่า Sig.(.013)<.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ อายุมีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้ไลน์แอฟพลิเคชั่นที่มีอายุ 60-65 ปี และอายุ 66-70 ปี มีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต วายฟายที่บ้าน อินเทอร์เน็ตแบบรายเดือนและแบบเติมเงิน มากกว่าผู้ใช้ไลน์แอฟพลิเคชั่นที่มีอายุ 71-75 ปี ,76-80 ปี และ กลุ่ม 81ปีขึ้นไปตามลำดับ

สมมติฐานการวิจัย 1.5 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Chi-Square

โดยมีสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$  : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

$H_1$  : ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

ตารางที่ 4.28

แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับการศึกษากับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

ระดับการศึกษา	การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร		รวม
	โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	แท็บเล็ต	
ประถมศึกษา	94 (80.3%)	23 (19.7%)	117 (100.0%)
มัธยมต้น/มัธยมปลาย	33 (57.9%)	24 (42.1%)	57 (100.0%)
อนุปริญญา ปวช./ปวส.	19 (73.1%)	7 (26.9%)	26 (100.0%)



ปริญญาตรี	131 (79.4%)	34 (20.6%)	165 (100.0%)
ปริญญาโทขึ้นไป	27 (77.1%)	8 (22.9%)	35 (100.0%)
รวม	304 (76.0%)	96 (24.0%)	400 (100.0%)

ค่า Chi-Square = 12.642 df = 4 Sig. = .013

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ค่า Sig.(.013)<.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร โดยผู้ใช้ไลน์ แอปพลิเคชันที่มีระดับประถมศึกษาและปริญญาตรี มีการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตมากกว่าผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา อนุปริญญา ปวช./ปวส. และปริญญาโทขึ้นไป ตามลำดับ

สมมติฐานการวิจัย 1.6 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Chi-Square

โดยมีสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

$H_1$ : ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 4.29

แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับการศึกษากับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

ระดับการศึกษา	การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต			รวม
	วายฟายที่บ้าน	อินเทอร์เน็ตแบบรายเดือน	อินเทอร์เน็ตแบบเติมเงิน	
ประถมศึกษา	48 (41.0%)	28 (23.9%)	41 (35.0%)	117 (100.0%)
มัธยมต้น/มัธยมปลาย	39 (68.4%)	16 (28.1%)	2 (3.5%)	57 (100.0%)
อนุปริญญา ปวช./ปวส.	11 (42.3%)	11 (42.3%)	4 (15.4%)	26 (100.0%)
ปริญญาตรี	66 (40.0%)	58 (35.2%)	41 (24.8%)	165 (100.0%)
ปริญญาโทขึ้นไป	11 (31.4%)	20 (57.1%)	4 (11.4%)	35 (100.0%)
รวม	175 (43.8%)	133 (33.3%)	92 (23.0%)	400 (100.0%)

ค่า Chi-Square = 41.624 df = 4 Sig. = .000

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ค่า Sig.(.000)<.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้ไลน์ แอปพลิเคชันที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาและปริญญาตรี มีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากกว่า ผู้ใช้ไลน์ แอปพลิเคชันที่มีระดับการศึกษามัธยมต้น/มัธยมปลาย ระดับการศึกษาปริญญาโทขึ้นไป และอนุปริญญา ปวช./ปวส. ตามลำดับ

สมมติฐานการวิจัย 1.7 รายได้มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Chi-Square

โดยมีสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

$H_1$ : รายได้มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

ตารางที่ 4.30

แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

รายได้	การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร		รวม
	โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	แท็บเล็ต	
ไม่เกิน 10,000 บาท	49 (66.2%)	25 (33.8%)	74 (100.0%)
10,001-20,000 บาท	163 (79.5%)	42 (20.5%)	205 (100.0%)
20,001-30,000 บาท	67 (76.1%)	21 (23.9%)	88 (100.0%)
30,001 ขึ้นไป	25 (75.8%)	8 (24.2%)	33 (100.0%)
รวม	304 (76.0%)	96 (24.0%)	400 (100.0%)

ค่า Chi-Square = 5.272 df = 3 Sig. = .153

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ค่า Sig.(.153)>.05 ดังนั้น จึงยอมรับ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ  $H_1$  กล่าวคือ รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

สมมติฐานการวิจัย 1.8 รายได้มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Chi-Square

โดยมีสมมติฐานสถิติ ดังนี้

H<sub>0</sub>: รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

H<sub>1</sub>: รายได้มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 4.31

แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

รายได้	การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต			รวม
	วាយฟายที่บ้าน	อินเทอร์เน็ตแบบ รายเดือน	อินเทอร์เน็ต แบบเติมเงิน	
ไม่เกิน 10,000 บาท	37 (50.0%)	9 (12.2%)	28 (37.8%)	74 (100.0%)
10,001-20,000 บาท	87 (42.4%)	65 (31.7%)	53 (25.9%)	205 (100.0%)
20,001-30,000 บาท	40 (45.5%)	38 (43.2%)	10 (11.4%)	88 (100.0%)
30,001 ขึ้นไป	11 (33.3%)	21 (63.6%)	1 (3.0%)	33 (100.0%)
รวม	174 (43.8%)	133 (33.3%)	92 (23.0%)	400 (100.0%)

ค่า Chi-Square = 45.645 df = 3 Sig. = .000

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ค่า Sig.(.000)<.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ รายได้มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาทมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากกว่าผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันกลุ่มอื่น ๆ รองลงมาคือ ผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากกว่าผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท และรายได้ 30,001 ขึ้นไป

สมมติฐานการวิจัย 1.9 อาชีพมีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Chi-Square

โดยมีสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

$H_1$ : อาชีพมีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

ตารางที่ 4.32

แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

อาชีพ	การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร		รวม
	โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	แท็บเล็ต	
พนักงานบริษัท/เอกชน	73 (89%)	9 (11.0%)	82 (100.0%)
ข้าราชการ	39 (79.6%)	10 (20.4%)	49 (100.0%)
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	110 (70.1%)	47 (29.9%)	157 (100.0%)
อาชีพอิสระ	25 (96.2%)	1 (3.8%)	26 (100.0%)

รัฐวิสาหกิจ	18 (81.8%)	4 (18.2%)	22 (100.0%)
แม่บ้าน	34 (57.6%)	25 (42.4%)	64 (100.0%)
อื่น ๆ	5 (100.0%)	0 (0.0%)	5 (100.0%)
รวม	304 (76.0%)	96 (24.0%)	400 (100.0%)

ค่า Chi-Square = 29.702 df = 6 Sig. = .000

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ค่า Sig.(.000)<.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ อาชีพมีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร ผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารมากกว่าทุกกลุ่มอาชีพ

สมมติฐานการวิจัย 1.10 อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Chi-Square

โดยมีสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$  : อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.33

แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

อาชีพ	การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต			รวม
	วាយพายที่บ้าน	อินเทอร์เน็ตแบบรายเดือน	อินเทอร์เน็ตแบบเติมเงิน	
พนักงานบริษัท/เอกชน	19 (23.2%)	36 (43.9%)	27 (32.9%)	82 (100.0%)
ข้าราชการ	18 (36.7%)	24 (49.0%)	7 (14.3%)	49 (100.0%)
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	80 (51.0%)	51 (32.5%)	26 (16.6%)	157 (100.0%)
อาชีพอิสระ	5 (19.2%)	10 (38.5%)	11 (42.3%)	26 (100.0%)
รัฐวิสาหกิจ	12 (54.5%)	9 (40.9%)	1 (4.5%)	22 (100.0%)
แม่บ้าน	39 (66.1%)	3 (5.1%)	17 (28.8%)	59 (100.0%)
อื่น ๆ	2 (40.0%)	0 (0.0%)	3 (60.0%)	5 (100.0%)
รวม	174(43.8%)	133(33.3%)	92(23.0)	400

ค่า Chi-Square = 64.700 df = 6 Sig. = .000

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ค่า Sig.(.000)<.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ อาชีพมีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากกว่าทุกกลุ่มอาชีพ

**สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2** ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้แตกต่างกัน มี 30 สมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานการวิจัย 2.1 เพศที่แตกต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้แตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent t-test โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

สมมติฐานการวิจัย 2.1.1 เพศที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์แตกต่างกัน

$H_0$ : เพศที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : เพศที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อไลน์ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า t	Sig.
ชาย	142	4.06	.501	1.862	.063
หญิง	258	3.96	.510		

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ค่า Sig.(.063)  $>$ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ ปฏิเสธ  $H_1$  กล่าวคือ เพศที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อไลน์ไม่แตกต่างกัน



สมมติฐานการวิจัย 2.1.2 เพศที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้  
ไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent t-test

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

H0 : เพศที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์ไม่แตกต่างกัน

H1 : เพศที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์

จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า t	Sig.
ชาย	142	3.31	.637	1.464	.144
หญิง	258	3.21	.587		

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ค่า Sig.(.144)>.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H<sub>0</sub> ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05  
และ ปฏิเสธ H<sub>1</sub> กล่าวคือ เพศที่แตกต่างกันมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย 2.1.3 เพศที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent t-test

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : เพศที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : เพศที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.36

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความรู้การใช้ไลน์ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า t	Sig.
ชาย	142	6.60	2.26	.070	.944
หญิง	258	6.58	2.25		

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ค่า Sig.(.944)>.05 ดังนั้นจึงยอมรับ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ ปฏิเสธ  $H_1$  กล่าวคือ เพศที่แตกต่างกันมีความรู้การใช้ไลน์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย 2.1.4 เพศที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent t-test

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : เพศที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : เพศที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทักษะการใช้ไลน์ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า t	Sig.
ชาย	142	4.00	1.76	-2.438	.015
หญิง	258	4.46	1.79		

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ค่า Sig.(.015)<.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ ยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ เพศที่แตกต่างกันมีทักษะการใช้ไลน์แตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีทักษะการใช้ไลน์มากกว่าเพศชาย

สมมติฐานการวิจัย 2.1.5 เพศที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent t-test

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : เพศที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : เพศที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.38

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า t	Sig.
ชาย	142	7.25	2.11	3.549	.000
หญิง	258	6.43	2.35		

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ค่า Sig.(.000)<.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ ยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ เพศที่แตกต่างกันมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน โดยเพศชายมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์มากกว่าเพศหญิง

สมมติฐานการวิจัย 2.1.6 เพศที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent t-test

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : เพศที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : เพศที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.39

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า t	Sig.
ชาย	142	8.26	1.11	1.937	.054
หญิง	258	8.01	1.31		

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ค่า Sig.(.054)>.05 ดังนั้นจึงยอมรับ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ  $H_1$  กล่าวคือ เพศที่แตกต่างกันมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย 2.2 อายุที่แตกต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

สมมติฐานการวิจัย 2.2.1 อายุที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$  : อายุที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : อายุที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.40

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อไลน์ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
60-65 ปี	205	3.97	0.48	2.214	.067
66-70 ปี	134	3.96	0.52		
71-75 ปี	33	4.23	0.49		
76-80 ปี	22	4.00	0.54		
81 ปีขึ้นไป	6	4.15	0.45		
รวม	400	4.00	0..50		

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ค่า Sig.(.067)>.05 ดังนั้นจึงยอมรับ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ ปฏิเสธ  $H_1$  กล่าวคือ อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อไลน์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย 2.2.2 อายุที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้  
ไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$  : อายุที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : อายุที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.41

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์  
จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
60-65 ปี	205	3.19	0.55	2.325	.079
66-70 ปี	134	3.33	0.60		
71-75 ปี	33	3.41	0.68		
76-80 ปี	22	2.94	0.84		
81 ปีขึ้นไป	6	3.40	0.49		
รวม	400	3.25	0.60		

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ค่า Sig.(.079)>.05 ดังนั้นจึงยอมรับ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05  
และ ปฏิเสธ  $H_1$  กล่าวคือ อายุที่แตกต่างกันมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย 2.2.3 อายุที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : อายุที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : อายุที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.42

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความรู้การใช้ไลน์ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
60-65 ปี	205	6.86	2.12	2.745	.075
66-70 ปี	134	6.50	2.29		
71-75 ปี	33	6.03	2.63		
76-80 ปี	22	5.45	2.34		
81 ปีขึ้นไป	6	6.66	1.50		
รวม	400	6.59	2.25		

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ค่า Sig.(.075)>.05 ดังนั้นจึงยอมรับ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ ปฏิเสธ  $H_1$  กล่าวคือ อายุที่แตกต่างกันมีความรู้การใช้ไลน์ไม่แตกต่างกัน



สมมติฐานการวิจัย 2.2.4 อายุที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : อายุที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : อายุที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.43

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทักษะการใช้ไลน์ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
60-65 ปี	205	4.76	1.62	10.031	.000
66-70 ปี	134	4.00	1.86		
71-75 ปี	33	3.75	1.60		
76-80 ปี	22	2.81	1.40		
81 ปีขึ้นไป	6	3.50	2.81		
รวม	400	4.30	1.79		

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ค่า Sig.(.000<.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ ยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ อายุที่แตกต่างกันมีทักษะการใช้ไลน์แตกต่างกัน โดยผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีอายุ 60-65 ปี มีทักษะการใช้ไลน์มากกว่าผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันกลุ่มอื่น ๆ ที่มีอายุสูงกว่า

สมมติฐานการวิจัย 2.2.5 อายุที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน  
 ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

H<sub>0</sub>: อายุที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์ไม่แตกต่างกัน

H<sub>1</sub>: อายุที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.44

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
60-65 ปี	205	6.24	2.20	6.494	.000
66-70 ปี	134	7.00	2.43		
71-75 ปี	33	7.36	2.20		
76-80 ปี	22	8.27	1.38		
81 ปีขึ้นไป	6	7.83	1.32		
รวม	400	6.72	2.29		

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ค่า Sig.(.000<.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H<sub>0</sub> ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ ยอมรับ H<sub>1</sub> กล่าวคือ อายุที่แตกต่างกันมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน โดยผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีอายุ 76-80 ปี มีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์มากกว่าผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีกลุ่มอายุ 60-65 ปี

สมมติฐานการวิจัย 2.2.6 อายุที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการจัดการกับเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : อายุที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : อายุที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.45

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
60-65 ปี	205	8.01	1.27	.683	.604
66-70 ปี	134	8.14	1.26		
71-75 ปี	33	8.30	1.18		
76-80 ปี	22	8.31	1.04		
81 ปีขึ้นไป	6	8.33	1.21		
รวม	400	8.10	1.25		

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ค่า Sig.(.604)>.05 ดังนั้นจึงยอมรับ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ ปฏิเสธ  $H_1$  กล่าวคือ อายุที่แตกต่างกันมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย 2.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีความสามารถแตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

สมมติฐานการวิจัย 2.3.1 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์แตกต่างกัน

#### ตารางที่ 4.46

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อไลน์จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ประถมศึกษา	117	3.83	0.54	7.655	.000
มัธยมตอนต้น/ตอนปลาย	57	3.86	0.48		
อนุปริญญา ปวช./ปวส.	26	4.06	0.53		
ปริญญาตรี	165	4.10	0.44		
ปริญญาโทขึ้นไป	35	4.20	0.48		
รวม	400	3.99	0.50		

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ค่า Sig.(.000)<.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อไลน์แตกต่างกัน โดยผู้ใช้ไลน์

แอปพลิเคชันที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีมีทัศนคติต่อการใช้ไลน์ดีกว่าผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีระดับการศึกษาระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทขึ้นไปมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้ไลน์มากกว่าผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีระดับการศึกษาระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย

สมมติฐานการวิจัย 2.3.2 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$  : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.47

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ประถมศึกษา	117	3.06	0.61	8.679	.000
มัธยมตอนต้น/ตอนปลาย	57	3.08	0.46		
อนุปริญญา ปวช./ปวส.	26	3.16	0.65		
ปริญญาตรี	165	3.41	0.58		
ปริญญาโทขึ้นไป	35	3.46	0.59		

รวม	400	3.25	0.60		

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ค่า Sig.(.000)<.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์แตกต่างกัน โดยผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีระดับการศึกษาในปริญญาตรีมีการรับรู้ความสามารถของตนเองมากกว่าผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาและมัธยมตอนต้น/ตอนปลาย

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทขึ้นไปมีการรับรู้ความสามารถของตนเองมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา

สมมติฐานการวิจัย 2.3.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$  : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.48

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความรู้การใช้ไลน์จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ประถมศึกษา	117	5.47	2.44	14.022	.000
มัธยมตอนต้น/ตอนปลาย	57	6.43	2.05		
อนุปริญญา ปวช./ปวส.	26	6.50	2.35		
ปริญญาตรี	165	7.23	1.88		
ปริญญาโทขึ้นไป	35	7.62	1.95		

รวม	400	6.59	2.25		

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ค่า Sig.(.000)<.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความรู้การใช้ไลน์แตกต่างกัน โดยผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาโทขึ้นไปและระดับปริญญาตรี มีความรู้การใช้ไลน์มากกว่ากลุ่มผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา

สมมติฐานการวิจัย 2.3.4 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$  : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.49

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทักษะการใช้ไลน์จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ประถมศึกษา	117	3.34	1.53	14.527	.000
มัธยมตอนต้น/ตอนปลาย	57	4.70	1.30		
อนุปริญญา ปวช./ปวส.	26	4.26	1.25		
ปริญญาตรี	165	4.66	1.82		
ปริญญาโทขึ้นไป	35	5.17	2.17		
รวม	400	4.30	1.79		

จากตารางที่ 4.49 พบว่า ค่า Sig.(.000)<.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีทักษะการใช้ไลน์แตกต่างกัน โดยผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษามีทักษะการใช้ไลน์น้อยกว่าผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันกลุ่มอื่น ๆ ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า

สมมติฐานการวิจัย 2.3.5 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.50

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ประถมศึกษา	117	6.68	2.40	9.234	.000
มัธยมตอนต้น/ตอนปลาย	57	5.26	2.04		
อนุปริญญา ปวช./ปวส.	26	6.23	2.53		
ปริญญาตรี	165	7.23	2.14		
ปริญญาโทขึ้นไป	35	7.22	1.78		
รวม	400	6.72	2.29		



จากตารางที่ 4.50 พบว่า ค่า Sig.(.000)<.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน โดยผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลายมีความรู้การจัดการเนื้อหาไลน์น้อยกว่าผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลายมีความรู้การจัดการเนื้อหาไลน์น้อยกว่าผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันกลุ่มอื่น ๆ ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า

สมมติฐานการวิจัย 2.3.6 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.51

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ประถมศึกษา	117	8.03	1.18	5.737	.000
มัธยมตอนต้น/ตอนปลาย	57	7.52	1.36		
อนุปริญญา ปวช./ปวส.	26	7.80	1.91		
ปริญญาตรี	165	8.33	1.09		
ปริญญาโทขึ้นไป	35	8.42	1.00		
รวม	400	8.10	1.25		

จากตารางที่ 4.51 พบว่า ค่า Sig.(.000)<.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีทักษะการจัดการกับเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน โดยผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและระดับปริญญาโทขึ้นไปมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาในระดับมัธยมตอนต้น/ตอนปลาย

สมมติฐานการวิจัย 2.4 รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

สมมติฐานการวิจัย 2.4.1 รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$  : รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.52

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อไลน์จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ไม่เกิน 10,000 บาท	74	3.68	0.49	14.513	.000
10,001-20,000 บาท	205	4.02	0.49		
20,001-30,000 บาท	88	4.14	0.47		
30,001 บาทขึ้นไป	33	4.15	0.41		
รวม	400	3.99	0.50		

จากตารางที่ 4.52 พบว่า ค่า Sig.(.000)<.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ ผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีทัศนคติต่อไลน์น้อยกว่า ผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันกลุ่มอื่น ๆ ที่มีรายได้สูงกว่า

สมมติฐานการวิจัย 2.4.2 รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.53

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับรู้ความสามารถของตนเองจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ไม่เกิน 10,000 บาท	74	3.00	0.62	6.188	.000
10,001-20,000 บาท	205	3.27	0.61		
20,001-30,000 บาท	88	3.39	0.56		
30,001 บาทขึ้นไป	33	3.28	0.41		
รวม	400	3.25	0.60		

จากตารางที่ 4.53 พบว่า ค่า Sig.(.000)<.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์แตกต่าง

กัน โดยผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์น้อยกว่าผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันกลุ่มอื่น ๆ ที่มีรายได้สูงกว่า

สมมติฐานการวิจัย 2.4.3 รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$  : รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.54

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความรู้การใช้ไลน์จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ไม่เกิน 10,000 บาท	74	5.47	2.63	13.261	.000
10,001-20,000 บาท	205	6.50	1.98		
20,001-30,000 บาท	88	7.31	2.17		
30,001 บาทขึ้นไป	33	7.75	1.93		
รวม	400	6.59	2.25		

จากตารางที่ 4.54 พบว่า ค่า Sig.(.000)<.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์แตกต่างกัน โดยผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความรู้การใช้ไลน์มากกว่าผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความรู้การใช้ไลน์น้อยกว่าผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันกลุ่มอื่น ๆ ที่มีรายได้สูงกว่า

สมมติฐานการวิจัย 2.4.4 รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.55

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทักษะการใช้ไลน์จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ไม่เกิน 10,000 บาท	74	3.47	1.59	19.670	.000
10,001-20,000 บาท	205	4.08	1.62		
20,001-30,000 บาท	88	4.96	1.69		
30,001 บาทขึ้นไป	33	5.72	2.09		
รวม	400	4.30	1.79		

จากตารางที่ 4.55 พบว่า ค่า Sig.(.000)<.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์แตกต่างกัน โดยผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีทักษะการใช้ไลน์มากกว่าผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันกลุ่มอื่น ๆ ที่มีรายได้ต่ำกว่า

สมมติฐานการวิจัย 2.4.5 รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.56

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ไม่เกิน 10,000 บาท	74	6.06	2.59	3.297	.021
10,001-20,000 บาท	205	6.84	2.30		
20,001-30,000 บาท	88	7.11	2.09		
30,001 บาทขึ้นไป	33	6.42	1.76		
รวม	400	6.72	2.29		

จากตารางที่ 4.56 พบว่า ค่า Sig.(.021)<.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน โดยผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์มากกว่าผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท

สมมติฐานการวิจัย 2.4.6 รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.57

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ต่ำกว่า 10,000 บาท	74	7.95	1.32	1.658	.176
10,001-20,000 บาท	205	8.03	1.25		
20,001-30,000 บาท	88	8.34	1.11		
30,001 บาทขึ้นไป	33	8.21	1.36		
รวม	400	8.10	1.25		

จากตารางที่ 4.57 พบว่า ค่า Sig.(.176)>.05 ดังนั้นจึงยอมรับ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ ปฏิเสธ  $H_1$  กล่าวคือ รายได้แตกต่างกัน มีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.5 อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน

การวิจัย 2.5.1 อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.58

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อไลน์จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
พนักงานบริษัท/เอกชน	82	4.13	0.40	3.289	.107
ข้าราชการ	49	4.11	0.53		
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	157	3.89	0.53		
อาชีพอิสระ	26	3.99	0.45		
รัฐวิสาหกิจ	22	4.12	0.48		
แม่บ้าน	59	3.90	0.52		
อื่น ๆ	5	4.22	0.56		
รวม	400	3.99	0.50		

จากตารางที่ 4.58 พบว่า ค่า Sig.(.107)>.05 ดังนั้นจึงยอมรับ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ  $H_1$  กล่าวคือ อาชีพแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อไลน์ไม่แตกต่างกัน



สมมติฐานการวิจัย 2.5.2 อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.59

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์  
จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
พนักงานบริษัท/เอกชน	82	3.42	.56	5.431	.000
ข้าราชการ	49	3.38	.66		
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	157	3.09	.58		
อาชีพอิสระ	26	3.11	.50		
รัฐวิสาหกิจ	22	3.65	.47		
แม่บ้าน	59	3.21	.59		
อื่น ๆ	5	3.34	.99		
รวม	400	3.25	.60		

จากตารางที่ 4.59 พบว่า ค่า Sig.(.000)<.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ อาชีพแตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์แตกต่างกัน โดยผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/เอกชน มีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์มากกว่าผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีอาชีพข้าราชการ

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ มีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์มากกว่าผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

สมมติฐานการวิจัย 2.5.3 อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.60

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความรู้การใช้ไลน์จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
พนักงานบริษัท/เอกชน	82	7.31	1.36	5.270	.000
ข้าราชการ	49	7.20	2.58		
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	157	6.18	2.31		
อาชีพอิสระ	26	5.88	2.64		
รัฐวิสาหกิจ	22	7.59	1.70		
แม่บ้าน	59	6.30	2.22		
อื่น ๆ	5	4.40	3.57		
รวม	400	6.59	2.25		

จากตารางที่ 4.60 พบว่า ค่า Sig.(.000)<.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ อาชีพแตกต่างกัน มีความรู้การใช้ไลน์แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/เอกชน มีความรู้การใช้ไลน์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

สมมติฐานการวิจัย 2.5.4 อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.61

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทักษะการใช้ไลน์จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
พนักงานบริษัท/เอกชน	82	4.31	1.43	2.254	.361
ข้าราชการ	49	4.85	2.43		
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	157	4.19	1.71		
อาชีพอิสระ	26	3.57	1.90		
รัฐวิสาหกิจ	22	5.00	2.04		
แม่บ้าน	59	4.1	1.44		
อื่น ๆ	5	4.0	2.73		
รวม	400	4.30	1.79		

จากตารางที่ 4.61 พบว่า ค่า Sig.(.361)>.05 ดังนั้นจึงยอมรับ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ  $H_1$  กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีทักษะการใช้ไลน์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย 2.5.5 อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.62

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
พนักงานบริษัท/เอกชน	82	7.65	2.01	5.685	.000
ข้าราชการ	49	7.06	2.29		
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	157	6.22	2.32		
อาชีพอิสระ	26	6.65	1.95		
รัฐวิสาหกิจ	22	7.86	1.35		
แม่บ้าน	59	6.08	2.55		
อื่น ๆ	5	6.80	1.30		
รวม	400	6.72	2.29		

จากตารางที่ 4.62 พบว่า ค่า Sig.(.000)<.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน โดยผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/เอกชน มีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์มากกว่าผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายและอาชีพแม่บ้าน

สมมติฐานการวิจัย 2.5.6 อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

: อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ไม่แตกต่างกัน

: อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.63

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
พนักงานบริษัท/เอกชน	82	8.15	1.34	1.969	.069
ข้าราชการ	49	8.61	1.16		
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	157	8.03	1.23		
อาชีพอิสระ	26	8.03	1.11		
รัฐวิสาหกิจ	22	8.13	.99		
แม่บ้าน	59	7.84	1.25		
อื่น ๆ	5	7.80	1.64		
รวม	400	8.10	1.25		

จากตารางที่ 4.63 พบว่า ค่า Sig.(.069)>.05 ดังนั้นจึงยอมรับ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ  $H_1$  กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้แตกต่างกัน  
สมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานการวิจัย 3.1 เพศที่ต่างกัน จะมีระยะเวลาใช้ไลน์(ชั่วโมง)แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent t-test

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$  :เพศที่ต่างกัน จะมีระยะเวลาในการไลน์(ชั่วโมง)ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  :เพศที่ต่างกัน จะมีระยะเวลาในการไลน์(ชั่วโมง)แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.64

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า t	Sig.
ชาย	142	1.82	0.50	1.403	.162
หญิง	258	1.75	0.53		

จากตารางที่ 4.64 พบว่า ค่า Sig.(.162)>.05 ดังนั้นจึงยอมรับ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ  $H_1$  กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน มีระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย 3.2 อายุที่แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)แตกต่างกัน  
 ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA  
 โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้  
 $H_0$ :อายุที่แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการไลน์(ชั่วโมง)ไม่แตกต่างกัน  
 $H_1$ :อายุที่แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการไลน์(ชั่วโมง)แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.65

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
60-65 ปี	205	1.76	0.52	1.371	.243
66-70 ปี	134	1.82	0.51		
71-75 ปี	33	1.76	0.52		
76-80 ปี	22	1.77	0.61		
81 ปีขึ้นไป	6	1.33	0.51		
รวม	400	1.78	0.52		

จากตารางที่ 4.65 พบว่า ค่า Sig.(.243)>.05 ดังนั้นจึงยอมรับ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ  $H_1$  กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย 3.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ :ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการไลน์(ชั่วโมง)ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ :ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการไลน์(ชั่วโมง)แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.66

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ประถมศึกษา	117	1.71	0.52	2.463	.059
มัธยมตอนต้น/ตอนปลาย	57	1.67	0.54		
อนุปริญญา ปวช./ปวส.	26	1.69	0.54		
ปริญญาตรี	165	1.85	0.48		
ปริญญาโทขึ้นไป	35	1.89	0.58		
รวม	400	1.78	0.52		

จากตารางที่ 4.66 พบว่า ค่า Sig.(.059)>.05 ดังนั้นจึงยอมรับ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ  $H_1$  กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)ไม่แตกต่างกัน



สมมติฐานการวิจัย 3.4 รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.67

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ไม่เกิน 10,000 บาท	74	1.59	0.54	4.217	.006
10,001-20,000 บาท	205	1.79	0.51		
20,001-30,000 บาท	88	1.88	0.49		
30,001 บาทขึ้นไป	33	1.82	1.52		
รวม	400	1.78	0.52		

จากตารางที่ 4.67 พบว่า ค่า Sig.(.006)<.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)แตกต่างกัน โดยผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)มากกว่าผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท

สมมติฐานการวิจัย 3.5 อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)แตกต่างกัน  
 ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA  
 โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้  
 $H_0$ :อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)ไม่แตกต่างกัน  
 $H_1$ :อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.68

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
พนักงานบริษัท/เอกชน	82	1.91	0.50	2.961	.15
ข้าราชการ	49	1.80	0.53		
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	157	1.71	0.51		
อาชีพอิสระ	26	1.81	0.56		
รัฐวิสาหกิจ	22	2.00	0.43		
แม่บ้าน	59	1.68	0.53		
อื่น ๆ	5	1.40	0.54		
รวม	400	1.78	0.52		

จากตารางที่ 4.68 พบว่า ค่า Sig.(.15)>.05 ดังนั้นจึงยอมรับ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ  $H_1$  กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4 การเข้าถึงแตกต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน  
สมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานการวิจัย 4.1 การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent t-test

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$  : การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.69

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อไลน์จำแนกตามการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

อุปกรณ์สื่อสาร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า t	Sig.
โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	304	4.05	0.05	4.438	.000
แท็บเล็ต	96	3.80	0.48		

จากตารางที่ 4.69 พบว่า ค่า Sig.(.000)<.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อไลน์แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนในการเข้าถึงไลน์มีทัศนคติต่อไลน์ดีกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้แท็บเล็ตในการเข้าถึงไลน์

สมมติฐานการวิจัย 4.2 การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถ  
ของตนเองในการใช้ไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent t-test

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$  : การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้  
ไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้  
ไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.70

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์  
จำแนกตามการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

อุปกรณ์สื่อสาร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า t	Sig.
โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	304	3.32	0.06	4.901	.000
แท็บเล็ต	96	3.01	0.53		

จากตารางที่ 4.70 พบว่า ค่า Sig.(.000)<.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05  
และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน มีการรับรู้ความสามารถของ  
ตนเองในการใช้ไลน์แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนในการเข้าถึงไลน์มีการ  
รับรู้ความสามารถของตนเองมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้แท็บเล็ตในการเข้าถึงไลน์

สมมติฐานการวิจัย 4.3 การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent t-test

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.71

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความรู้การใช้ไลน์จำแนกตามการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

อุปกรณ์สื่อสาร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า t	Sig.
โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	304	6.69	2.08	1.368	.174
แท็บเล็ต	96	6.28	2.71		

จากตารางที่ 4.71 พบว่า ค่า Sig.(.174)>.05 ดังนั้นจึงยอมรับ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ  $H_1$  กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน มีความรู้การใช้ไลน์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย 4.4 การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent t-test

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.72

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทักษะการใช้ไลน์จำแนกตามการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

อุปกรณ์สื่อสาร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า t	Sig.
โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	304	4.15	1.67	-2.844	.005
แท็บเล็ต	96	4.75	2.07		

จากตารางที่ 4.72 พบว่า ค่า Sig. (.005) < .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน มีทักษะการใช้ไลน์แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้แท็บเล็ตในการเข้าถึงไลน์มีทักษะการใช้ไลน์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน

สมมติฐานการวิจัย 4.5 การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหา  
ในไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent t-test

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$  : การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.73

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์  
จำแนกตามการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

อุปกรณ์สื่อสาร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า t	Sig.
โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	304	7.11	2.17	6.224	.000
แท็บเล็ต	96	5.51	2.27		

จากตารางที่ 4.73 พบว่า ค่า Sig.(.000)<.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05  
และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน มีการจัดการเนื้อหาในไลน์  
แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนในการเข้าถึงไลน์มีความรู้การจัดการเนื้อหา  
ในไลน์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้แท็บเล็ตในการเข้าถึงไลน์

สมมติฐานการวิจัย 4.6 การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีทักษะการจัดการเนื้อหา  
ในไลน์แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent t-test

โดยสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.74

แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์  
จำแนกตามการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร

อุปกรณ์สื่อสาร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า t	Sig.
โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	304	8.11	1.21	0.183	.855
แท็บเล็ต	96	8.08	1.36		

จากตารางที่ 4.74 พบว่า ค่า Sig.(.885)>.05 ดังนั้นจึงยอมรับ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05  
และปฏิเสธ  $H_1$  กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตในการเข้าถึงไลน์ มี  
ทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ไม่แตกต่างกัน



## สมมติฐานการวิจัยที่ 5 ความสามารถในการใช้ไลน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ ไลน์

สมมติฐานการวิจัย 5.1 ทศนคติต่อไลน์มีความสัมพันธ์ กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Pearson's Correlation

โดยมีสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : ทศนคติต่อไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)

$H_1$ : ทศนคติต่อไลน์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)

ตารางที่ 4.75

แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติต่อไลน์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)

ระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)	r	Sig.
	.319	.000

จากตารางที่ 4.75 พบว่า ค่า sig.(000)<.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ ทศนคติต่อไลน์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง) โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีทศนคติที่ดีมาก จะยังมีระยะเวลาในการใช้ไลน์(จำนวนชั่วโมง)มาก ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีทศนคติที่ด้อย จะยังมีระยะเวลาในการใช้ไลน์(จำนวนชั่วโมง)น้อย

สมมติฐานการวิจัย 5.2 การรับรู้ความสามารถในการใช้ไลน์ มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Pearson's Correlation

โดยมีสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : การรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)

$H_1$ : การรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)

ตารางที่ 4.76

แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)

ระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)	r	Sig.
	.351	.000

จากตารางที่ 4.76 พบว่า ค่า sig.(000)<.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ การรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง) โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองมาก จะยังมีระยะเวลาในการใช้ไลน์(จำนวนชั่วโมง)มาก ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองน้อย จะมีระยะเวลาในการใช้ไลน์(จำนวนชั่วโมง)น้อย

สมมติฐานการวิจัย 5.3 ความรู้การใช้ไลน์มีความสัมพันธ์ กับระยะเวลาในการใช้ไลน์ (ชั่วโมง)

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Pearson's Correlation

โดยมีสมมติฐานสถิติ ดังนี้

$H_0$ : ความรู้การใช้ไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)

$H_1$ : ความรู้การใช้ไลน์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)

ตารางที่ 4.77

แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรู้การใช้ไลน์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)

ระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)	r	Sig.
	.376	.000

จากตารางที่ 4.77 พบว่า ค่า sig.(000)<.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ  $H_0$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ  $H_1$  กล่าวคือ ความรู้ในการใช้ไลน์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง) โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้การใช้ไลน์มาก จะยังมีระยะเวลาในการใช้ไลน์(จำนวนชั่วโมง)มาก และกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้การใช้ไลน์น้อย จะมีระยะเวลาในการใช้ไลน์(จำนวนชั่วโมง)น้อย

สมมติฐานการวิจัย 5.4 ทักษะการใช้ไลน์ มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)  
ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Pearson's Correlation  
โดยมีสมมติฐานสถิติ ดังนี้  
H<sub>0</sub>:ทักษะการใช้ไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)  
H<sub>1</sub>:ทักษะการใช้ไลน์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)

ตารางที่ 4.78

แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการใช้ไลน์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์

ระยะเวลาในการใช้ไลน์(ปี)	r	Sig.
	.224	.000

จากตารางที่ 4.78 พบว่า ค่า sig.(000)<.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ H<sub>0</sub> ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ H<sub>1</sub> กล่าวคือ ทักษะการใช้ไลน์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง) โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีทักษะการใช้ไลน์มาก จะยังมีระยะเวลาในการใช้ไลน์(จำนวนชั่วโมง)มาก และกลุ่มตัวอย่างที่มีทักษะการใช้ไลน์น้อย จะมีระยะเวลาในการใช้ไลน์(จำนวนชั่วโมง)น้อย

สมมติฐานการวิจัย 5.5 ความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการ  
ใช้ไลน์

ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Pearson's Correlation

โดยมีสมมติฐานสถิติ ดังนี้

H<sub>0</sub>: ความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)

H<sub>1</sub>: ความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)

ตารางที่ 4.79

แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์

ระยะเวลาในการใช้ไลน์(ปี)	r	Sig.
	.481	.000

จากตารางที่ 4.79 พบว่า ค่า sig.(000)<.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ H<sub>0</sub> ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ H<sub>1</sub> กล่าวคือ ความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์ที่มีต่อการใช้ไลน์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง) โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์มาก จะยังมีระยะเวลาในการใช้ไลน์(จำนวนชั่วโมง)มาก และกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์น้อย จะมีระยะเวลาในการใช้ไลน์(จำนวนชั่วโมง)น้อย

สมมติฐานการวิจัย 5.6 ทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์ ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Pearson's Correlation

โดยมีสมมติฐานสถิติ ดังนี้

H<sub>0</sub>: ทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)

H<sub>1</sub>: ทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)

ตารางที่ 4.80

แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์

ระยะเวลาในการใช้ไลน์(ปี)	r	Sig.
	.132	.008

จากตารางที่ 4.80 พบว่า ค่า sig.(008)<.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ H<sub>0</sub> ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ H<sub>1</sub> กล่าวคือ ทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์ (ชั่วโมง) โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์มาก จะยังมีระยะเวลาในการใช้ไลน์(จำนวนชั่วโมง)มาก และกลุ่มตัวอย่างที่มีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์น้อย จะมีระยะเวลาในการใช้ไลน์(จำนวนชั่วโมง)น้อย

ตารางที่ 4.81

แสดงสมมติฐานและผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
<b>สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีการเข้าถึงไลน์ แอปพลิเคชันแตกต่างกัน</b>	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1 เพศที่ต่างกัน จะมีการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2 เพศที่ต่างกัน จะมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3 อายุที่ต่างกัน จะมีการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.4 อายุที่ต่างกัน จะมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.5 ระดับการศึกษาที่ต่างกัน จะมีการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.6 ระดับการศึกษาที่ต่างกัน จะมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.7 รายได้ที่ต่างกัน จะมีการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.8 รายได้การศึกษาที่ต่างกัน จะมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.9 อาชีพที่ต่างกัน จะมีการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน	ปฏิเสธ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.10 อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
<b>สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน</b>	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.1 เพศที่แตกต่างกันจะมีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.1.1 เพศแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์แตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.1.2 เพศแตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์แตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.1.3 เพศแตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์แตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.1.4 เพศแตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.1.5 เพศแตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการกับเนื้อหาแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.1.6 เพศแตกต่างกัน จะมีทักษะการจัดการกับเนื้อหาแตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.2 อายุที่แตกต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.2.1 อายุแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์แตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.2.2 อายุแตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์แตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.2.3 อายุแตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.2.4 อายุแตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.2.5 อายุแตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.2.6 อายุแตกต่างกัน จะมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.3 ระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความสามารถการใช้ไลน์แตกต่างกัน	



สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.3.1 ระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.3.2 ระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.3.3 ระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.3.4 ระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.3.5 ระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.3.6 ระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.4 รายได้แตกต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.4.1 รายได้แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.4.2 รายได้แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.4.3 รายได้แตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.4.4 รายได้แตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.4.5 รายได้แตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.4.6 รายได้แตกต่างกัน จะมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.5 อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.5.1 อาชีพแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์แตกต่างกัน	ยอมรับ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.5.2 อาชีพแตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.5.3 อาชีพแตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.5.4 อาชีพแตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์แตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.5.5 อาชีพแตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.5.6 อาชีพแตกต่างกัน จะมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์แตกต่างกัน	ยอมรับ
<b>สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้แตกต่างกัน</b>	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.1 เพศที่ต่างกัน จะมีระยะเวลาที่ใช้ไลน์แตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.2 อายุที่ต่างกัน จะมีระยะเวลาที่ใช้ไลน์แตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.3 ระดับการศึกษาที่ต่างกัน จะมีระยะเวลาที่ใช้ไลน์แตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.4 รายได้ที่ต่างกัน จะมีระยะเวลาที่ใช้ไลน์แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.5 อาชีพที่ต่างกัน จะมีระยะเวลาที่ใช้ไลน์แตกต่างกัน	ยอมรับ
<b>สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 การเข้าถึงไลน์แตกต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน</b>	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4.1 การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อไลน์แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4.2 การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4.3 การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีความรู้การใช้ไลน์แตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4.4 การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีทักษะการใช้ไลน์แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4.5 การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหาไลน์แตกต่างกัน	ปฏิเสธ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4.6 การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารแตกต่างกัน จะมีความรู้การจัดการเนื้อหาไลน์แตกต่างกัน	ยอมรับ
<b>สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 ความสามารถในการใช้ไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ไลน์</b>	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5.1 ทักษะติดต่อไลน์มีความสัมพันธ์กับจำนวนชั่วโมงเฉลี่ยในการใช้ไลน์ต่อวัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5.2 การรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์มีความสัมพันธ์กับจำนวนชั่วโมงเฉลี่ยในการใช้ไลน์ต่อวัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5.3 ความรู้ในการใช้ไลน์มีความสัมพันธ์กับจำนวนชั่วโมงในการใช้เฉลี่ยต่อวัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5.4 ทักษะในการใช้ไลน์มีความสัมพันธ์กับจำนวนชั่วโมงเฉลี่ยในการใช้ไลน์ต่อวัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5.5 ความรู้ในการจัดการกับเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กับจำนวนชั่วโมงเฉลี่ยในการใช้ต่อวัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5.6 ทักษะในการจัดการกับเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กับจำนวนชั่วโมงเฉลี่ยในการใช้ต่อวัน	ปฏิเสธ

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้ไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (One -Shot Case Study) เก็บข้อมูลในช่วงมีนาคมถึงพฤษภาคม 2559 โดยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่ใช้ไลน์แอปพลิเคชันเป็นระยะเวลาตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน

มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้สูงอายุที่ใช้ไลน์แอปพลิเคชันในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการเข้าถึงไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสามารถในการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรที่มีผลต่อการเข้าถึงไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
6. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรที่มีผลต่อความสามารถในการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
7. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
8. เพื่อศึกษาการเข้าถึงที่มีผลต่อความสามารถในการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
9. เพื่อศึกษาความสามารถในการใช้มีความสัมพันธ์พฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

## 5.1 สรุปผลการวิจัย

### **ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้สูงอายุที่ใช้ไลน์แอปพลิเคชันในเขต กรุงเทพมหานคร**

กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือ เป็นเพศหญิงร้อยละ 64.5 เป็นเพศชาย ร้อยละ 35.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 60-65 ปี ร้อยละ 51.2 รองลงมาคือ อายุ 66-70ปี ร้อยละ 33.5 อายุ 71-75 ปี ร้อยละ 8.3 อายุ 76-80 ปี ร้อยละ 5.5 อายุ 81 ปีขึ้นไป ร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 41.1 รองลงมาคือ ระดับการศึกษาประถมศึกษา ร้อยละ 29.3 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย ร้อยละ 14.3 ระดับการศึกษาปริญญาโทขึ้นไป ร้อยละ 8.8 และระดับการศึกษาอนุปริญญา ปวช./ปวส. ร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 51.2 รองลงมาคือ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 22.0 ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 18.5 และ 30,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 8.3 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 39.3 อาชีพพนักงานบริษัท/เอกชน ร้อยละ 20.5 แม่บ้าน ร้อยละ 14.8 ข้าราชการ ร้อยละ 12.3 อาชีพอิสระ ร้อยละ 6.5 รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 5.5 และอื่น ๆ ร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

### **ตอนที่ 2 การเข้าถึงเพื่อศึกษาการเข้าถึงไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขต กรุงเทพมหานคร**

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน ร้อยละ 76.0 รองลงมาคือ แท็บเล็ต ร้อยละ 24.0 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่บ้าน ร้อยละ 43.5 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ตแบบรายเดือน ร้อยละ 33.3 อินเทอร์เน็ตแบบเติมเงิน ร้อยละ 23.1 และวายฟายที่ทำงาน ร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

## ตอนที่ 3 เพื่อศึกษาความสามารถในการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขต กรุงเทพมหานคร

### 3.1 ทักษะการใช้ไลน์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อไลน์ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 3.997) โดยทัศนคติที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับดีมาก ได้แก่ ไลน์ไม่ได้ทำให้การสื่อสารกับบุคคลรอบข้างลดน้อยลง และไลน์เป็นช่องทางการสื่อสารที่สะดวกและรวดเร็ว

ส่วนทัศนคติที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับดี ได้แก่ ไลน์ทำให้ได้เรียนรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ทำให้ได้ติดต่อพูดคุยกับเพื่อนเก่า/เพื่อนใหม่ ทำให้ได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารความคิดเห็นต่าง ๆ กับบุคคลอื่น ไลน์ทำให้รู้สึกทันสมัย ไลน์ช่วยประหยัดค่าโทรศัพท์และไม่ได้ทำให้สิ้นเปลืองเวลา ส่วนทัศนคติที่กลุ่มตัวอย่างมีในทัศนคติในระดับปานกลาง ได้แก่ ไลน์มีรูปแบบการใช้งานยาก

### 3.2 การรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.25) โดยกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในระดับมาก ได้แก่ มีความมั่นใจในตนเองว่าสามารถใช้ไลน์ได้โดยปราศจากความวิตกกังวลใดๆ และถ้าตั้งเป้าหมายในการทำสิ่งใด จะทำให้จนสำเร็จ เช่น เรียนรู้วิธีการใช้ไลน์ และมีความมั่นใจว่าจะสามารถเรียนรู้วิธีการใช้ไลน์ได้ และกลุ่มตัวอย่างไม่มีความวิตกกังวลในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองในระดับปานกลาง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างใช้ระยะเวลาในการเรียนรู้ด้วยตนเองก็สามารถใช้ไลน์ได้อย่างคล่องแคล่ว และต้องใช้ความพยายามอย่างมากในการเรียนรู้การใช้ไลน์ และถ้าประสบปัญหาในการใช้ไลน์จะพยายามแก้ปัญหาด้วยตนเอง และพยายามที่จะหลีกเลี่ยงหากพบว่าวิธีการใช้ไลน์มีความยุ่งยาก และภายหลังจากได้รับคำแนะนำในการใช้ไลน์เป็นครั้งแรกสามารถใช้ไลน์ได้อย่างคล่องแคล่ว และสามารถเรียนรู้วิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์อื่นที่มีความคล้ายคลึงกันกับไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก

### 3.3 ความรู้การใช้ไลน์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้การใช้ไลน์ในระดับสูง (7-10 คะแนน) คือ มีจำนวน 237 คน ร้อยละ 59.3 รองลงมาคือ ระดับปานกลาง (4-6 คะแนน) จำนวน 123 ร้อยละ 30.8 และระดับต่ำ (0-3 คะแนน) จำนวน 40 ร้อยละ 10.2 ตามลำดับ ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยความรู้การใช้ไลน์เท่ากับ 4.3 ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีความรู้การใช้ไลน์มากขึ้นแตกต่างกันไป กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้มากที่สุด คือ ความรู้เกี่ยวกับสติ๊กเกอร์ไลน์ คือภาพการ์ตูนที่เป็นตัวแทนสัญลักษณ์แสดงอารมณ์และความรู้สึกแทนคำพูด ร้อยละ 97.3 รองลงมา คือ ความรู้เกี่ยวกับการแชร์คือ การแบ่งปัน ส่งต่อข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กับเพื่อนในไลน์ ร้อยละ 91.5 การดาวน์โหลดสติ๊กเกอร์ฟรีในไลน์ ผู้ใช้ต้องรับเป็นเพื่อนก่อน จึงจะสามารถดาวน์โหลดสติ๊กเกอร์ฟรีได้ ร้อยละ 90.5 การโทรแบบเห็นหน้าหรือวิดีโอ ผู้ใช้ต้องไม่ต้องเสียค่าบริการ ร้อยละ 81.8 การเข้าร่วมกลุ่มสนทนาไลน์ ต้องได้รับการอนุญาตเข้าร่วมกลุ่มจากสมาชิกในกลุ่มเสียก่อน ร้อยละ 80.5 ไลน์เปิดให้ผู้ใช้สามารถโทรหากันได้ฟรีเฉพาะการโทรภายในประเทศเท่านั้น กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ว่าเป็นคำตอบที่ผิด ร้อยละ 54.5 ผู้ใช้สามารถเลือกรับบุคคลอื่นเป็นเพื่อนในไลน์ ได้วิธีเดียวเท่านั้น คือ ทางหมายเลขโทรศัพท์มือถือ กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ว่าเป็นคำตอบที่ผิด ร้อยละ 54.3 บุคคลที่ถูกเราบล็อกไลน์ สามารถส่งข้อความติดต่อสื่อสารกับเราได้เหมือนเดิม กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ว่าเป็นคำตอบที่ผิด ร้อยละ 47.8 ไลน์คือ พื้นที่การแบ่งปันข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ผู้อื่นสามารถเข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็นได้ ร้อยละ 43.5 กลุ่มสนทนา คือ ห้องสนทนาที่ประกอบด้วยสมาชิกตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ที่น้อยที่สุด ร้อยละ 20.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้การใช้ไลน์ในระดับสูง จำนวน 239 คน ร้อยละ 59.3 รองลงมาคือ มีความรู้การใช้ไลน์ในระดับปานกลาง จำนวน 121 คน ร้อยละ 30.8 และมีความรู้ระดับต่ำการใช้ไลน์ในระดับต่ำ จำนวน 40 คน ร้อยละ 10.2 ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยความรู้การใช้ไลน์เท่ากับ 6.59 คะแนน

### 3.4 ทักษะการใช้ไลน์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทักษะการใช้ไลน์ในระดับปานกลาง(4-6 คะแนน) คือ มีจำนวน 240 คน ร้อยละ 60.1 รองลงมาคือ ระดับต่ำ(0-3 คะแนน) จำนวน 123 ร้อยละ 30.9 และระดับสูง(7-10 คะแนน) จำนวน 37 ร้อยละ 9.3 ตามลำดับ ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยทักษะการใช้ไลน์เท่ากับ 4.3 ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีทักษะการใช้ไลน์มากขึ้นแตกต่างกันไป โดยกลุ่มตัวอย่างมีทักษะการแชร์รูปภาพกับเพื่อนในไลน์มากที่สุด ร้อยละ 93.5 รองลงมา การโทรแบบเห็นหน้า/แบบเสียง ร้อยละ 88.3 การ

ดาวนโหลตสติ๊กเกอร์ไลน์ ร้อยละ 83.0 การส่งต่อข้อความข่าวสารต่าง ๆ ร้อยละ 71.8 การสร้างวิดีโอส่งให้เพื่อนในไลน์ ร้อยละ 36.8 การเพิ่มเพื่อนด้วยไอดีไลน์ ร้อยละ 22.0 การคัดลอกลิงก์จากอินเทอร์เน็ตส่งให้เพื่อนในไลน์ ร้อยละ 15.5 การปรับแต่งรูปภาพ ร้อยละ 11.8 การแชร์ตำแหน่งที่อยู่กับเพื่อนในไลน์ ร้อยละ 9.0 กลุ่มตัวอย่างไม่มีทักษะซื้อสติ๊กเกอร์ไลน์ ร้อยละ 100.0

### 3.5 ความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์ อยู่ในระดับสูง(7-10 คะแนน) จำนวน 244 คน ร้อยละ 61.1 รองลงมาคือ ระดับปานกลาง(4-6 คะแนน) จำนวน 112 คน ร้อยละ 28.0 และระดับต่ำ(0-3 คะแนน) จำนวน 44 คน ร้อยละ 11.1ตามลำดับ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์น้อยแตกต่างกันไป โดยค่าเฉลี่ยความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์ เท่ากับ 6.72 คะแนน ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างตอบถูกมากที่สุด คือ คือ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ปรากฏในไลน์ มีทั้งน่าเชื่อถือและไม่น่าเชื่อถือ จำนวน 398 คน ร้อยละ 99.5 รองลงมาคือ การอ้างอิงแหล่งที่มาของที่มาของข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญ จำนวน 379 คน ร้อยละ 94.8 การดาวนโหลตสติ๊กเกอร์ไลน์ฟรี โดยมีเงื่อนไขการรับเป็นเพื่อน เพื่อต้องการส่งข้อมูลข่าวสารทางการตลาดให้แก่ผู้ดาวนโหลตจำนวน 344 คน ร้อยละ 86.0 การเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว เช่นหมายเลขบัตรประชาชน หมายเลขบัตรเครดิต กับร้านค้าออนไลน์ ไม่ถือเป็นความเสี่ยงในการถูกนำข้อมูลดังกล่าวไปทำธุรกรรมใดๆทั้งสิ้น กลุ่มตัวอย่างมีความรู้จำนวน 329 ร้อยละ 82.3 การตัดต่อ ดัดแปลงและส่งต่อรูปภาพของบุคคลอื่น โดยไม่ได้รับอนุญาต ถือเป็นภาระเมิดลิขสิทธิ์ผู้อื่น จำนวน 315 คน ร้อยละ 78.8 การเปลี่ยนรหัสผ่านไลน์เป็นประจำ เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้อื่นสามารถเข้าใช้ไลน์ท่านได้ จำนวน 245 ร้อยละ 61.3 การส่งต่อรูปภาพสวัสดีเข้าวันจันทร์ในกลุ่มไลน์ ถือเป็นภาระเมิดลิขสิทธิ์ จำนวน 236 คน ร้อยละ 59.0 การไม่ตรวจสอบที่มาของข้อมูลให้แน่ชัดก่อนจะทำการส่งต่อไปยังเพื่อนในไลน์ เป็นการกระทำผิด พ.ร.บ ว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 จำนวน 209 คน ร้อยละ 52.3 การอ่านเงื่อนไขการใช้งานก่อนดาวนโหลตแอปพลิเคชันต่าง ๆ เป็นสิ่งไม่จำเป็น จำนวน 176 คน ร้อยละ 44.0 การคลิกลิงก์ที่ได้รับในไลน์ ไม่มีความเสี่ยงในการได้รับไวรัส

### 3.6 ทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ อยู่ในระดับปานกลาง(4-6 คะแนน) จำนวน 240 คน ร้อยละ 60.1 รองลงมาคือ ระดับต่ำ(0-3 คะแนน) จำนวน 123 คน ร้อยละ 30.9 และ



ระดับสูง(7-10 คะแนน) จำนวน 37 ร้อยละ 9.3 ตามลำดับ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์อย่างน้อยแตกต่างกันไป โดยมีค่าเฉลี่ยทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ เท่ากับ 8.15 คะแนน

ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบมากที่สุด คือ ท่านตรวจสอบข้อมูลจากสื่อที่หลากหลาย เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลตรงกัน จำนวน 396 คน ร้อยละ 99.0 รองลงมาคือ ข้อมูลข่าวสารสุขภาพที่แชร์กันในไลน์ มีทั้งข้อมูลที่น่าเชื่อถือและไม่น่าเชื่อถือ จำนวน 395 คน ร้อยละ 98.8 ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆที่ท่านให้ความเชื่อถือในไลน์ มีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลเสมอ จำนวน 386 คน ร้อยละ 96.5 ข้อมูลสุขภาพที่ในไลน์ที่น่าเชื่อถือ ควรมีการรับรองผลการวิจัยจากสถาบันที่น่าเชื่อถือ จำนวน 370 ร้อยละ 92.5 ข้อมูลสุขภาพที่แชร์กันในไลน์ ท่านมักจะนำไปปฏิบัติตามทันที จำนวน 330 คน ร้อยละ 82.5 ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆที่ท่านได้รับจากเพื่อนในไลน์ ท่านมักจะตั้งคำถามและแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลที่ได้รับอยู่เสมอ จำนวน 318 คน ร้อยละ 79.5 ข้อมูลสุขภาพที่มีการแชร์กันในไลน์จำนวนมาก แสดงว่าข้อมูลสุขภาพนั้นมีความน่าเชื่อถือ จำนวน 291 ร้อยละ 72.8 การส่งต่อรูปภาพสวยดี รูปภาพดอกไม้ให้เพื่อนในไลน์ ถือเป็นภาระเมตลิตสิทธ์เจ้าของภาพ จำนวน 268 คน ร้อยละ 67.0 ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆที่ได้รับในไลน์ ท่านสังเกตวันที่และเวลาในข้อมูลข่าวสารนั้นอยู่เสมอ จำนวน 266 คน ร้อยละ 66.5 เมื่อท่านได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆในไลน์ ท่านทำการส่งต่อให้เพื่อนในไลน์ทันที จำนวน 222 คน ร้อยละ 55.5 ตามลำดับ

#### **ตอนที่ 4 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร**

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ไลน์เป็นระยะเวลา 2 ปี เป็นร้อยละ 49.0 รองลงมาคือ 1ปี เป็นร้อยละ 19.5 ระยะเวลา 3 ปี เป็นร้อยละ 18.8 ระยะเวลามากกว่า 3 ปี เป็นร้อยละ 7.5 ระยะเวลา 6 เดือน เป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้ไลน์ 1-3 ชั่วโมง เป็นร้อยละ 68.3 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง เป็นร้อยละ 27.3 จำนวน 4-6 ชั่วโมง เป็นร้อยละ 4.3 และ 7 ชั่วโมงขึ้นไป เป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งในการใช้ไลน์ 2-5 ครั้งต่อวัน เป็นร้อยละ 46.0 รองลงมา คือ 6-10 ครั้งต่อวัน เป็นร้อยละ 28.0 จำนวนมากกว่า 10 ครั้งต่อวัน เป็นร้อยละ 20.8 และ 1 ครั้งต่อวัน เป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ไลน์ที่บ้าน เป็นร้อยละ 86.5 รองลงมา คือที่ทำงาน เป็นร้อยละ 11.8 อื่น ๆ คือ สถานพยาบาล ร้อยละ 0.8 และสถานที่ออกกำลังกาย เป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ลักษณะการใช้ไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง มีลักษณะการใช้การแชท/ข้อความมากที่สุด ร้อยละ 67.3 รองมาคือ การส่งต่อ/แบ่งปันข้อมูลรูปภาพต่าง ๆ ร้อยละ 64.8 ส่งสติ๊กเกอร์ไลน์ ร้อยละ 56.8 ดาวนโหลดสติ๊กเกอร์ฟรี ร้อยละ 24.5 โทรมแบบเสียง/แบบเห็นหน้า ร้อยละ 18.8 อื่น ๆ ร้อยละ 2.0 ได้แก่ เปิดอ่านข้อความเพียงอย่างเดียว เล่นเกมในไลน์ ร้อยละ 1.0 และกลุ่มตัวอย่างไม่ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ผ่านไลน์ ร้อยละ 100.0 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการใช้ไลน์ ติดต่อกุหลาน/ครอบครัวร้อยละ 69 รองลงมาคือ ติดต่อเพื่อนเก่าสมัยเรียน/เพื่อนที่ทำงานเก่า ร้อยละ 60 ใช้เพื่อความบันเทิง/แก้เหงา ร้อยละ 43.5 เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ร้อยละ 17 นัดหมายทำกิจกรรมต่าง ๆ ร้อยละ 16.8 พัฒนาความจำ ร้อยละ 11 อื่น ๆ ร้อยละ 2.3 ได้แก่ เรียนรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่

## ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1** ลักษณะทางประชากรมีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงไลน์ แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสาร โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุและรายได้ที่แตกต่างกันมีการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารเหมือนกัน คือ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีปริญญาตรีและประถมศึกษามีการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา อนุปริญญาปวช./ปวส. และปริญญาโทขึ้นไป ตามลำดับ สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารมากกว่า

ทุกกลุ่มอาชีพ รองลงมาคือ กลุ่มพนักงานบริษัท/เอกชน แม่บ้าน ข้าราชการ อาชีพอิสระ รัฐวิสาหกิจ ตามลำดับ

การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตด้วยพายุที่บ้าน อินเทอร์เน็ตรายเดือน อินเทอร์เน็ตแบบเติมเงินมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 60-65 ปีและกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 66-70 ปี มีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่บ้าน อินเทอร์เน็ตแบบรายเดือน อินเทอร์เน็ตแบบเติมเงินมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 71-75 ปี ,76-80 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 81 ปี ขึ้นไป ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาและปริญญาตรี มีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย ระดับการศึกษาปริญญาโทขึ้นไป และอนุปริญญาปวช./ปวส. ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาทมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากกว่าทุกกลุ่ม รายได้ รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากกว่ากลุ่ม รายได้ 20,001-30,000 บาทและกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายมีการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารและอินเทอร์เน็ต มากกว่าทุกกลุ่มอาชีพ รองลงมาคือ กลุ่มพนักงานบริษัท/เอกชน มีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากกว่ากลุ่ม อาชีพรัฐวิสาหกิจ กลุ่มข้าราชการ กลุ่มอาชีพอิสระ กลุ่มรัฐวิสาหกิจ กลุ่มแม่บ้านและกลุ่มอื่น ๆ ตามลำดับ

**สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2** ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีความสามารถในการ ใช้แตกต่างกัน ดังนี้

#### สมมติฐานการวิจัย 2.1

เพศที่แตกต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและ เพศหญิงมีทัศนคติที่ดีต่อไลน์เหมือนกัน การรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์อยู่ในระดับปาน กลางเหมือนกัน ความรู้ในการใช้ไลน์ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลางเหมือนกัน

ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีทักษะการใช้ไลน์มากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายมีความรู้ การจัดการเนื้อหาในไลน์มากกว่าเพศหญิง และทั้งสองกลุ่มตัวอย่างมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์อยู่ใน ระดับสูงเหมือนกัน

#### สมมติฐานการวิจัย 2.2

อายุที่แตกต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อไลน์อยู่ในระดับดีเหมือนกัน การรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์อยู่ใน ระดับปานกลางเหมือนกัน

ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่มี 60-65 ปี มีความรู้และทักษะการใช้ไลน์มากที่สุดในกลุ่ม กลุ่มตัวอย่าง ที่มีอายุ 76-80 ปี มีความรู้จัดการเนื้อหาในไลน์มากที่สุด รองลงคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 81 ปีขึ้นไป โดย กลุ่มตัวอย่างที่มี 60-65 ปี มีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์น้อยที่สุดในกลุ่ม ส่วนทักษะการจัดการ เนื้อหาในไลน์พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยทักษะการจัดการเนื้อหาอยู่ในระดับสูงเหมือนกัน

#### สมมติฐานการวิจัย 2.3

ระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน พบว่า กลุ่ม ตัวอย่างที่มี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีทัศนคติดีต่อไลน์กว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลายและประถมศึกษา

นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีการรับรู้ความสามารถของ ตนเองมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย

สำหรับความรู้และทักษะการใช้ไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทขึ้นไป และปริญญาตรีมีความรู้และทักษะการใช้ไลน์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับประถมศึกษา

และกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษามีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ปริญญาโทขึ้นไปและปริญญาตรีมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย

#### สมมติฐานการวิจัย 2.4

รายได้แตกต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีทัศนคติที่ดีต่อไลน์ การรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์ ความรู้ และทักษะการใช้ไลน์ ความรู้และทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์น้อยที่สุดในกลุ่ม

ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปมีทักษะการใช้ไลน์มากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท เป็นกลุ่มที่มีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท สำหรับทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน มีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ไม่แตกต่างกัน

#### สมมติฐานการวิจัย 2.5

อาชีพแตกต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกอาชีพ มีทัศนคติที่ดีต่อไลน์ไม่แตกต่างกัน ทักษะการใช้ไลน์ไม่แตกต่างกันและทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ไม่แตกต่างกัน

สำหรับการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์ ความรู้และทักษะการใช้ไลน์ ความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์พบว่า กลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัท/เอกชน มีการรับรู้ความสามารถของตนเองมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/เอกชน มีความรู้การใช้ไลน์และความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

**สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3** ลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้ไลน์แตกต่างกัน พบว่า

เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ มีระยะเวลาในการใช้ไลน์ (จำนวนชั่วโมง) ไม่แตกต่างกัน มีเพียงกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน มีระยะเวลาในการใช้ไลน์ (จำนวนชั่วโมง) แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001ขึ้นไป มีระยะเวลาในการใช้ไลน์ (จำนวนชั่วโมง) มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีระยะเวลาในการใช้ไลน์ (จำนวนชั่วโมง)น้อยที่สุดในกลุ่ม

**สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 การเข้าถึงแตกต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน พบว่า**

กลุ่มตัวอย่างที่มีการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนมีทัศนคติต่อไลน์และการรับรู้ความสามารถของตนเอง ความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์ดีกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้แท็บเล็ต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้แท็บเล็ตมีทักษะการใช้ไลน์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน และทั้งสองกลุ่มตัวอย่าง มีความรู้การใช้ไลน์อยู่ในระดับปานกลางและทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์อยู่ในระดับสูงเหมือนกัน

**สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 ความสามารถในการใช้ไลน์ มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง) พบว่า กลุ่มตัวอย่างความสามารถในการใช้ไลน์สูง จะยังมีระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)เพิ่มขึ้น**

## 5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร” ได้ผลการศึกษาที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

### การเข้าถึงไลน์แอปพลิเคชัน

จากการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2558 พบว่า ไลน์แอปพลิเคชันได้รับความนิยมเป็นอันดับหนึ่งในกลุ่มผู้สูงอายุ หรือ Baby Boomer (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), 2558) ไลน์แอปพลิเคชัน (LINE Application) เป็นโปรแกรมประยุกต์ที่เปิดให้ผู้ใช้สามารถดาวน์โหลดฟรีไม่เสียค่าบริการใดๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วงหทัย ต้นชีวะวงศ์ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้โมบายแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต” ผลการศึกษา พบว่า ประเภทแอปพลิเคชันที่นิยมใช้ คือ แอปพลิเคชันเพื่อการสื่อสารในสังคมแบบออนไลน์ (Social networking/ Social media) นิยมใช้แอปพลิเคชันฟรีมากกว่าเสียเงินในทุกประเภทแอปพลิเคชัน ผู้ใช้แอปพลิเคชันมีความตั้งใจจะใช้แอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตเพื่อการสื่อสารต่อไปในอนาคต ความสามารถของแอปพลิเคชันเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเลือกใช้เพื่อการสื่อสาร

ทั้งนี้ จากการศึกษา พบว่า อุปกรณ์สื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุนิยมใช้เพื่อเข้าถึงไลน์ แอปพลิเคชันมากที่สุด ได้แก่ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน รองลงมาคือ แท็บเล็ต ผลการศึกษาดังกล่าว สอดคล้องกันกับ วงหทัย ต้นชีวะวงศ์ (2555) กล่าวว่า เทคโนโลยีการสื่อสารไร้สายผ่านเครื่องมือสื่อสารแบบพกพา (Wireless communication through portable devices) ได้แก่ สมาร์ตโฟน และแท็บเล็ต มีพัฒนาการอย่างรวดเร็วและได้รับความนิยมมาก เพราะเป็นการสื่อสารแบบจอสัมผัส (Touch-screen media) ทำให้พกพาสะดวก ใช้งานง่าย ผู้ใช้ไม่ต้องแบกน้ำหนักของเครื่องมือสื่อสารเหมือนเดิม เมื่อมีเทคโนโลยีการสื่อสารไร้สายความเร็วสูงรองรับก็ยิ่งทำให้ผู้ใช้สามารถสื่อสารได้ทุกที่ทุกเวลา และในหลายๆ โอกาสมากยิ่งขึ้น และด้วยโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) ที่มีมากมาย บนสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ต ยิ่งทำให้ผู้ใช้สามารถทำการสื่อสารไร้สายรูปแบบต่าง ๆ ได้คล่องตัวยิ่งขึ้น เช่น ผู้ใช้สามารถส่งอีเมล ค้นหาสถานที่ ถ่ายรูป เล่นเกม และพูดคุยในเครือข่ายสังคมออนไลน์สลับกลับไปมาได้อย่างรวดเร็ว

และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Barnard, Bradley, Hodgson & Lloyd (2013) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การเรียนรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่ของผู้สูงอายุ : การรับรู้ความยากและพฤติกรรมการใช้” ผลการศึกษาพบว่า การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารอย่างแท็บเล็ตของผู้สูงอายุนั้นเกิดจากการได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวและบุคคลรอบข้าง โดยผู้สูงอายุมองว่าแท็บเล็ตมีลักษณะและรูปแบบการใช้งานง่ายกว่าคอมพิวเตอร์ มีหน้าจอสัมผัสขนาดใหญ่ และทำให้ได้เรียนรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่

นอกจากนี้ จากแนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ (ปรางสุรางค์ โชติชัชวาลย์กุล, 2556, น. 45-46) พบว่า กลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่มีการเปลี่ยนแปลงในหลายด้าน ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย การเปลี่ยนแปลงทางจิตใจและอารมณ์ การเปลี่ยนแปลงทางสังคม เป็นต้น

ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย สามารถส่งผลกระทบต่อความสามารถในการใช้อุปกรณ์สื่อสาร สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Bronnick & Alvseike (2012) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความเป็นไปได้ในการใช้ไอแพดเพื่อเป็นเทคโนโลยีอัจฉริยะสำหรับผู้สูงอายุ ; ผลกระทบด้านความจำ การรับรู้ความสามารถของตนเอง ประสบการณ์ทางด้านเทคโนโลยี ผลการศึกษาพบว่า ความสามารถทางด้านความจำ ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการใช้ไอแพดของผู้สูงอายุ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Barnard, Bradley, Hodgson & Lloyd (2013) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การเรียนรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่ของผู้สูงอายุ : การรับรู้ความยากและพฤติกรรมการใช้” พบว่า ปัจจัยทางด้านอายุส่งผลต่อการเรียนรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่

ของผู้สูงอายุ เนื่องจากมีข้อจำกัดทางด้านการมองเห็น ความจำและการควบคุมการเคลื่อนไหว ส่งผลต่อความสามารถในการใช้แท็บเล็ต

สำหรับการเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจและอารมณ์ การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมของผู้สูงอายุ มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Petrovic, Fortunati, Vehovar, Kavcic & Dolnicar (2015) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การสื่อสารผ่านโทรศัพท์มือถือเพื่อการสนับสนุนเครือข่ายทางสังคมของผู้สูงอายุในประเทศสโลวีเนีย” พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุใช้โทรศัพท์มือถือ เพื่อการสนับสนุนเครือข่ายทางสังคมและการสนับสนุนทางอารมณ์ ปัจจัยทางด้านอายุ รายได้ การอยู่อาศัยเพียงลำพัง เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความถี่ในการใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อติดต่อกับบุคคลรอบข้าง

### **พฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชัน**

ผลการศึกษาวัตถุประสงค์ในการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่า ไลน์แอปพลิเคชันเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวกและรวดเร็ว ทำให้ได้เรียนรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ติดต่อกับครอบครัว เพื่อนเก่า/เพื่อนใหม่ และทำให้ได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารความคิดเห็นต่าง ๆ กับบุคคลอื่น ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของปราณสุรางค์ โชติชัชวาลย์กุล (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก (Facebook) ของกลุ่มวัยกลางคนและวัยสูงอายุ” ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก อันเนื่องมาจากมีแรงจูงใจในภายนอกด้านความต้องการปฏิสัมพันธ์กับครอบครัวและเพื่อน และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วงหทัย ต้นชีวะวงศ์ (2555) พบว่า แม้ว่าผู้ใช้แอปพลิเคชันมีภูมิหลังทางประชากรต่างกัน แต่มีความตั้งใจจะใช้แอปพลิเคชันเพื่อการสื่อสารในอนาคตไม่ต่างกัน เพราะแอปพลิเคชันถูกสร้างขึ้นมาเพื่อตอบสนองการใช้งานของผู้ใช้จำนวนมากเป็นหลัก และมีมากมายหลายประเภท เช่น เพื่อการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสาร เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน เป็นต้น

### **ความสามารถในการใช้ไลน์แอปพลิเคชัน**

ผลการศึกษาความสามารถในการใช้ไลน์แอปพลิเคชัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อไลน์แอปพลิเคชันอยู่ในระดับดี มีการรับรู้ความสามารถของตนเองอยู่ในระดับมาก มีความสอดคล้องกับ



ผลงานวิจัยของ Hernandez (2011) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ทัศนคติ ทักษะ พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์” พบว่า ทัศนคติ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้ มีความสัมพันธ์กัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติที่ดีต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความมั่นใจในตนเอง ส่งผลให้มีการพัฒนาทักษะการใช้ที่ดีตามไปด้วย

นอกจากนี้ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้การใช้ไลน์มากที่สุด คือ ความรู้เกี่ยวกับสติ๊กเกอร์ไลน์ ความรู้เกี่ยวกับการแบ่งปัน รูปภาพและวิดีโอ สำหรับทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างตรวจสอบข้อมูลจากสื่อที่หลากหลาย เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ผู้เชี่ยวชาญ และกลุ่มตัวอย่างไม่นิยมซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์

ผลการศึกษาดังกล่าว มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Onate, Peyro & Lorenzo (2015) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความรู้และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสมัยของผู้สูงอายุในประเทศฝรั่งเศส อังกฤษและสเปน ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุในฝรั่งเศสและอังกฤษ มีระดับความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสมัยใหม่และเครือข่ายสังคมออนไลน์อยู่ในระดับสูง โดยอายุไม่ใช่ตัวแปรสำคัญส่งผลต่อความรู้ แต่ขึ้นอยู่กับรูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) ของแต่ละบุคคล ที่มีต่อความสนใจและปรับตัวต่อการเรียนรู้ วัตถุประสงค์ของการใช้เพื่อการแบ่งปันรูปภาพและวิดีโอกับครอบครัวและเพื่อน โดยสื่อโทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อหลักในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในชีวิตประจำวัน นิยมซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์ โดยมีการดูข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตประกอบการตัดสินใจ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุประเทศสเปนมีความสอดคล้องกับผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่เป็นผู้ใช้ไลน์แอปพลิเคชันในเขตกรุงเทพมหานครไม่นิยมซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์ เนื่องจากไม่เชื่อถือความปลอดภัยจากการถูกโกงทางออนไลน์

นอกจากนี้ จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์อยู่ในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับ พนม คลีฉายา (2556) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การรู้เท่าทันสื่อมวลชน กระแสหลักของคนกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่มีความรู้เท่าทันสื่อกระแสหลักมากกว่ากลุ่มตัวอย่างช่วงวัยอื่น ๆ เนื่องจากมีความเข้าใจเนื้อหา การวิเคราะห์เนื้อหา การประเมินสื่อ วิพากษ์สื่อได้ในระดับสูงมาก ซึ่งเมื่ออยู่ในบริบทของสื่อใหม่อย่างไลน์แอปพลิเคชัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุมีความรู้การจัดการเนื้อหาไลน์อยู่ในระดับสูงเช่นกัน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้

การจัดการเนื้อหาในไลน์มากที่สุดคือ รู้ว่าข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ปรากฏในไลน์ มีทั้งข้อมูลที่น่าเชื่อถือและไม่น่าเชื่อถือ

**สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1** ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีการเข้าถึงไลน์ แอปพลิเคชันแตกต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารและอินเทอร์เน็ตมากกว่าเพศชาย สอดคล้องกันกับ ปรมะ สตะเวทิน (2546) กล่าวว่า เพศหญิงมีความต้องการรับส่งข้อมูลข่าวสารมากกว่าเพศชาย

โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 60-65 ปี มีการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารและอินเทอร์เน็ตมากที่สุด สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ (Magsamen-Conrad, Dowd, Mohammad, Saud & Shareefi, 2015) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ช่วงอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจและการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แท็บเล็ตแตกต่างกัน : กลุ่มผู้สูงอายุ ผลการศึกษาพบว่า ถึงแม้ว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุจะเป็นกลุ่มที่มีการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารน้อยกว่ากลุ่มช่วงวัยอื่น ๆ แต่ก็พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีอายุ 55-65 ปี เป็นกลุ่มที่มีการเข้าถึงมากกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า

นอกจากนี้ สอดคล้องกับ ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2534) ได้กล่าวว่า กลุ่มวัยเกษียณอายุทำงานที่มีอายุ 55-60 ปี จะมีปริมาณการใช้สื่อมวลชนเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีเวลาว่างมากขึ้น เพื่อการคลายเหงา แต่เมื่ออายุ 65 ปี ก็จะเริ่มมีการใช้สื่อมวลชนน้อยลง และสอดคล้องกันกับผลงานวิจัยของ Bronnick & Al-vseike (2012) พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีอายุ 70 ปีขึ้นไป จะมีข้อจำกัดทางด้านความจำและสุขภาพที่ส่งผลต่อความสามารถในการใช้ไอแพดมากกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีอายุน้อยกว่า

**สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2** ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า

**2.1** เพศที่แตกต่างกัน มีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน ดังนี้

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชาย มีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ไม่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์มากที่สุดคือ การตรวจสอบข้อมูลจากสื่อที่หลากหลาย เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น ซึ่งความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Onate, Peyro & Lorenzo (2015) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความรู้และ

พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสมัยของผู้สูงอายุในประเทศฝรั่งเศส อังกฤษและสเปน” ผลการศึกษาพบว่าสื่อโทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อหลักในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน โดยมีการค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่สนใจ เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านทางออนไลน์ หรือซื้อจากร้านค้าโดยตรง

## 2.2 อายุที่แตกต่างกัน มีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มี 60-65 ปี มีความรู้และทักษะการใช้ไลน์มากที่สุดในกลุ่ม สอดคล้องกันกับผลงานวิจัยของ Onate, Peyro & Lorenzo (2015) ได้ข้อค้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีอายุ 55-65 ปี เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสมัยใหม่มากกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า และยังมีความพยายามในการเรียนรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่ด้วยตนเองมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 66-75 ปี

และสอดคล้องกันกับ ผลงานวิจัยของ R. Tirado-Morueta et al. (2015) ได้ข้อค้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีอายุ 55-60 ปี เป็นกลุ่มที่มีการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในสื่อใหม่มากที่สุด ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 55-60 ปี เป็นกลุ่มที่มีอายุน้อยที่สุดในกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ

และสอดคล้องกันกับ ผลงานวิจัยของ Hernandez(2011) ได้ข้อค้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีอายุน้อยกว่าจะมีประสบการณ์การเชื่อมต่อความสัมพันธ์ทางสังคมทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ อินเทอร์เน็ตและคอมพิวเตอร์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่าจะเลือกเข้าถึงกลุ่มข้อมูลจากหลายแหล่งข้อมูลมากกว่าการเลือกใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่ต้องการ

## 2.3 ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความสามารถในการใช้แตกต่างกัน ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทขึ้นไป ปริญญาตรี มีความสามารถในการใช้ไลน์ดีกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่ำกว่า สอดคล้องกันกับ ประมะ สตะเวทิน (2546) กล่าวว่า คนที่มีระดับการศึกษาสูง หรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง มีความเข้าใจคำศัพท์มาก และมีความเข้าใจสารได้ดี โดยทั่วไปคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ

และสอดคล้องกันกับผลงานวิจัยของ R. Tirado-Morueta et al. (2015) ได้ข้อค้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงมีความสามารถในการใช้สื่อใหม่สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า

## 2.4 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้สูง คือ 30,0001 บาทขึ้นไป มีความสามารถในการใช้ไลน์และระยะเวลาในการใช้ไลน์ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า ซึ่งสอดคล้องกันกับ ประมะ สตะเวทิน (2546) กล่าวว่า คนที่มีรายได้ฐานะดีหรือมีรายได้สูง มักจะใช้สื่อมวลชนมากและมักจะใช้เพื่อแสวงหาเรื่องราวข่าวสารที่หนักๆ เช่น อ่านบทบรรณาธิการ อ่านหรือดูหรือฟังเรื่องการบ้านการเมือง ปัญหาสังคม และเศรษฐกิจ เป็นต้น

## สมมติฐานการวิจัย 2.5 อาชีพแตกต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน

อาชีพแตกต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกอาชีพ มีทัศนคติที่ดีต่อไลน์ไม่แตกต่างกัน ทักษะการใช้ไลน์ไม่แตกต่างกันและทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์ไม่แตกต่างกัน

สำหรับการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ไลน์ ความรู้และทักษะการใช้ไลน์ ความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์พบว่า กลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัท/เอกชน มีการรับรู้ความสามารถของตนเองมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/เอกชน มีความรู้การใช้ไลน์และความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

## สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้ไลน์แตกต่างกัน พบว่า

มีเพียงกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน มีระยะเวลาในการใช้ไลน์ (จำนวนชั่วโมง) แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป เป็นกลุ่มที่มีระยะเวลาในการใช้ไลน์ (จำนวนชั่วโมง) มากที่สุดในกลุ่ม ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีระยะเวลาในการใช้ไลน์ (จำนวนชั่วโมง) น้อยที่สุดในกลุ่ม สอดคล้องกันกับ ยุบล เบญจรงค์กิจ (2534) กล่าวว่า ผู้ที่มีรายได้สูงนั้น มักมีการศึกษาสูง มีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดี จึงมักถูกผลักดันให้มีความจำเป็นต้องเรียนรู้หาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ และสอดคล้องกันกับ ประมะ สตะเวทิน (2546) กล่าวว่า สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสาร มีอิทธิพลต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร

ทำให้คนมีประสบการณ์แตกต่างกัน มีความคิด วัฒนธรรม ตลอดจนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน คนที่มีรายได้สูงหรือฐานะดี มักจะใช้สื่อมวลชนมากและใช้สื่อมวลชนก็มักจะใช้เพื่อแสวงหาเรื่องราวข่าวสารที่หนักๆ

**สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 การเข้าถึงแตกต่างกัน จะมีความสามารถในการใช้ไลน์แตกต่างกัน พบว่า**

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน มีทัศนคติต่อการใช้ไลน์ การรับรู้ความสามารถของตนเอง ความรู้การจัดการเนื้อหาดีกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้แท็บเล็ต และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้แท็บเล็ตมีทักษะการจัดการเนื้อหาในไลน์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน ซึ่งจากผลงานวิจัยของ Bronnick & Alvseike (2012) ได้ข้อค้นพบว่าการรับรู้ความสามารถของตนเองส่งผลต่อความรู้และทักษะการใช้อุปกรณ์สื่อสาร โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองอยู่ในระดับสูง จะมีความรู้และทักษะการใช้อุปกรณ์สื่อสารอยู่ในระดับสูง ในทางกลับกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำ พบว่า มีความรู้และทักษะการใช้อยู่ในระดับต่ำ

**สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 ความสามารถในการใช้ไลน์ มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง) พบว่า** กลุ่มตัวอย่างความสามารถในการใช้ไลน์มากขึ้น จะยังมีระยะเวลาในการใช้ไลน์(ชั่วโมง)เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Hernandez (2011) ว่า ทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะ นำไปสู่พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ และถ้ากลุ่มตัวอย่างมีทักษะการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่อยู่ในระดับสูง จะยังมีพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในเครือข่ายสังคมออนไลน์มากขึ้น

และมีความสอดคล้องกับ จุฑารัตน์ ประเสริฐ (2557) ได้ข้อค้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการรับรู้ตนเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ไลน์ของผู้สูงอายุ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ตนเองอยู่ในเชิงบวกสูง ซึ่งการรับรู้ตนเองเชิงบวกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ และพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์มีความสัมพันธ์กับการสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับบุคคลภายในและภายนอกครอบครัว

## 5.3 ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ คือ

1. จากผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้ไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุมีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์อยู่ในระดับสูง โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้การจัดการเนื้อหาในไลน์มากที่สุด คือ รู้ว่าข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับในไลน์มีทั้งข้อมูลที่น่าเชื่อถือและไม่น่าเชื่อถือ สามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุมีการวิเคราะห์ ประเมินข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับจากไลน์ได้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะว่า หากองค์กร หน่วยงานรัฐ และเอกชน มีการพัฒนาเนื้อหา (Content) ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้สูงอายุโดยเฉพาะจะเป็นการช่วยส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมเนื่องจากเนื้อหา (Content) ต่าง ๆ ที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์ รองรับสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุยังมีค่อนข้างน้อย ดังนั้น ควรมีการพัฒนาเนื้อหา ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผู้สูงอายุให้มากขึ้น เช่น มีแอปพลิเคชัน สุขภาพ อาหาร การเรียนรู้ต่างๆ สำหรับผู้สูงอายุ เป็นต้น

2. จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุเข้าถึงไลน์แอปพลิเคชัน เพื่อติดต่อสื่อสารกับครอบครัว ลูกหลาน เพื่อเก่า และเพื่อนใหม่ เรียนรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เป็นการส่งเสริมการพัฒนาและเรียนรู้สิ่งใหม่ เนื่องจากผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่มีการเปลี่ยนแปลงหลายด้าน และมีเวลาว่างมากขึ้นจากการเกษียณอายุ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการสนับสนุนส่งเสริม การเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารสมัยใหม่ และอินเทอร์เน็ต สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่สามารถเข้าถึงได้ อาจเนื่องจาก รายได้น้อย และทำการจัดอบรมวิธีการใช้ตามชุมชนต่าง ๆ

3. จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุไม่ซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์ เนื่องจากไม่เชื่อถือและขาดความรู้ในการใช้บริการ ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะว่า หน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ควรพัฒนาแอปพลิเคชันที่รองรับต่อกำลังการซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์แก่ผู้สูงอายุ เนื่องจากว่า กลุ่มผู้สูงอายุเป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ และสามารถส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้น หากมีการพัฒนาแอปพลิเคชันที่ง่ายต่อการใช้งาน มีความปลอดภัย และมีความน่าเชื่อถือในการซื้อ

สินค้าและบริการทางออนไลน์ ตลอดจนมีการจัดทำกรอบวิธีกำรซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์ จะเป็นการช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุและเศรษฐกิจของประเทศ

#### 5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยในอนาคต

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้ไลน์แอปพลิเคชันในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อทำการเปรียบเทียบและเพื่อได้รับข้อมูลเนื้อหาในเชิงลึกสามารถอธิบายพฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้สูงอายุได้อย่างชัดเจน
2. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของกลุ่มผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้กรอบแนวคิดเดียวกัน เพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษาที่ได้
3. ในการศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป จึงควรศึกษาประชากรกลุ่มอื่นๆ หรือภูมิภาคอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันว่าเป็นอย่างไร

## รายการอ้างอิง

### หนังสือ

ประมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2534). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. ม.ป.ท.

ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2549). *จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย: วัยรุ่น-วัยสูงอายุ* (พิมพ์ครั้งที่ 9).  
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

### วิทยานิพนธ์

จุฑารัตน์ ประเสริฐ. (2557). *พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์กับการรับรู้ตนเองและการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นของผู้สูงอายุไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขานิเทศศาสตร์.

ปรางสุรางค์ โชติชวัลย์กุล. (2556). *แรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก (Facebook) ของกลุ่มวัยกลางคนและวัยสูงอายุ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน.

### เอกสารอื่นๆ

กวีพงษ์ เลิศวัชรา และ กาญจนศักดิ์ จารุปาน. (2555). *การศึกษาปัญหาการเรียนรู้เทคโนโลยีของผู้สูงอายุ*. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.

พนม คลี่ฉายา. (2556). *การรู้เท่าทันสื่อมวลชนกระแสหลักของคนกรุงเทพมหานคร*. รายงานการวิจัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.



วงหทัย ต้นชีวะวงศ์. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้โมบายแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ต*.  
รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ปิยวัฒน์ เกตุวงศา และ ศุทธิดา ขวนวัน. (2558). *ใครเป็นใครบนสื่อสังคมออนไลน์: ความหลากหลายทาง  
คุณลักษณะและพฤติกรรม*. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2558 จาก  
[http://www.ms.ipsr.mahidol.ac.th/ConferenceXI/Download/Book/447-IPSR-  
Conference-A02-fulltext.pdf](http://www.ms.ipsr.mahidol.ac.th/ConferenceXI/Download/Book/447-IPSR-Conference-A02-fulltext.pdf)

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. *การสำรวจประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2557*. สืบค้นเมื่อวันที่ 17  
กันยายน 2558. จาก [https://www.m-society.go.th/article\\_attach/14494/18145.pdf](https://www.m-society.go.th/article_attach/14494/18145.pdf)

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้  
อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2558*. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2558 จาก  
<https://www.etda.or.th/publishing-detail/thailand-internet-user-profile-2015.html>

ไทยรัฐออนไลน์. (2558). *แชร์มั่วว่อนเน็ต บทเรียนถึงตาย*. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 ธันวาคม, 2558, จาก  
<http://www.thairath.co.th/content/530257>

เดลินิวส์ออนไลน์. (2557). *ไลน์"เผยผู้ใช้งานทั่วโลกทะลุ 560 ล้านคนพร้อมเปิดบริการใหม่(ออนไลน์)*.  
สืบค้นจาก <http://lineforinstruction.blogspot.com/>

aripfan. (2558). *ต้นกำเนิดไลน์ LINE จำมาจากไหน?*. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน, 2558 จาก  
<http://www.Aripfan..com/>

it24hrs. (2558). *วิธีตั้งค่า Windows ให้แสดงตัวอักษรใหญ่ขึ้น แก้ปัญหาทวิตเตอร์ผู้สูงอายุ*. สืบค้นเมื่อวันที่  
15 ธันวาคม 2558, จาก [http://www.it24hrs.com/2015/enlarge-display-text-windows-  
setting/2015](http://www.it24hrs.com/2015/enlarge-display-text-windows-setting/2015)

macthai. (2558). วิธีปรับแต่งไลน์ให้ผู้สูงอายุใช้งานง่ายขึ้น. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2558, จาก <http://www.macthai.com/2015/09/23/setting-line-app-ios-for-elder/>

LINE. (2558). สืบค้นเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2558, จาก <http://line.me/th/>

## Electronics Media

Finn, K. (2010). Social Media Use by Older Adults, Retrieved 20 December, 2015, from <http://wiserusability.com/wpfs/wp-content/uploads/2015/07/Social-Media-Use-by-Older-Adults.pdf>

Department of Economic and Social Affairs. (2002). World population ageing1950-2050. New York; United Nations. Retrieved 12 September, 2011, from <http://www.un.org/esa/population/publications/worldageing19502050/>

Hernandez, E. (2011). *Older adults and Online social networking: Relating Issue of Attitude, Expertise, and Use*. Retrieved 26 Dcember, 2014, from <https://digital.library.ucf.edu/cdm/ref/collection/ETH/id/397>

Kane. (2013). *What is Social Media Any Way? (and Why Managers Should Care)*. Retrieved 26 Dcember, 2015, from <http://sloanreview.mit.edu/article/what-is-social-media-anyway-and-why-managers-should-care/>

Kietzmann, Jan H., Hermkens, K., McCarthy, Lan P., & Silvestre, Bruno S. (2011). Social media! Get serious? *Understanding the functional buildings block of social media*. Retrieved 28 Dcember, 2015, from <https://www.semanticscholar.org/paper/Social-media-Get-serious-Understanding-the-Kietzmann-Hermkens/44bf851ffd5c6ae9f74c2707c688e885dbc42462/pdf> pp. 243-247

Maliheh, S., Shima, S., & Robab, S., (2015) *THE INTERNET USE IN ELDERLY PEOPLE THE BREADTH OF INTERNET USE AMONG IRANIAN ELDERLY PEOPLE*. From <http://www.cigota.rs/en/medicinski-glasnik/vol-20-iss-56>

- Ofcom. (2014). Adults' Media Use and Attitudes Report 2014  
<http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/other/research-publications/adults/adults-media-lit-14/>
- Pew Research Center, 2015. Social Media Usage: 2005-2015  
<http://www.pewinternet.org/2015/10/08/social-networking-usage-2005-2015/>
- Procon.org. (2015). Are Social Networking Sites Good for Our Society?  
<http://socialnetworking.procon.org/>
- Sorensen, L., Porras, J., Hajikhani, A., & Hayar, A. (2014). A User Perspective on Social Networking Sites, Retrieved 10 December, 2015, from  
<http://www.wurf.ch/files/wurf/content/files/publications/outlook/Outlook13.pdf>
- The Demographics of Aging... (2009). Retrieved 12 November, 2015, from  
<http://transgenerational.org/aging/demographics.htm>
- World Population Prospects. (2015). Retrieved 4 January, 2016, from  
[https://esa.un.org/unpd/wpp/publications/files/key\\_findings\\_wpp\\_2015.pdf](https://esa.un.org/unpd/wpp/publications/files/key_findings_wpp_2015.pdf)
- World Population Data Sheet. (2011). Retrieved 12 September, 2011, from  
[http://www.prb.org/pdf11/2011population-data-sheet\\_eng.pdf](http://www.prb.org/pdf11/2011population-data-sheet_eng.pdf)

#### **วารสารต่างประเทศ**

- A. Gonzalez., M. Paz Ramirez., & V. Viadel. (2012). Attitudes of the Elderly Toward Information and Communications Technologies. *Educational Gerontology* 38(9), p.585-594
- Bandura, A. (1995). *Self-efficacy in changing societies*. New York: Cambridge University Press. Livingstone, S., Van Couvering, E., & Thumim, N. (2005). *Adult media literacy: A review of the research literature*. London, UK office of Communications (Ofcom)
- Barnard, Y., Bradley, M.D., Hodgson, F., & Lloyd, A.D. (2013). *Learning to use new*

*technologies by older adults: Perceived difficulties, experimentation behaviour and usability. Computers in Human Behavior, 29, 1715-1724.*

Begona, P.P., Jorge, A.G., & A. Francisco, V.Ramos. (2014) *From Digital Divide to Psychodigital Divide: Elders and Online Social Networks*. Media Education Research Journal,P. 57-64

Boyd, D.M. and Ellison, N. (2013): Sociality Through Social Network Sites. In: Dutton, W.H. (2013): *The Oxford Handbook of Internet Studies*, Chapter 8, pp. 151- 172. Oxford University Press

Bloom, B. S., Engelhardt, M. D., Furst, E. J., Hill, W. H., & Krathwohl, D. R. (1956). *Taxonomy of educational objectives: Handbook I: Cognitive Domain*. New York: David McKay.

Brandtweiner, R., Donat, E., & Kerschbaum, J. (2010). How to become a sophisticated user: A twodimensional approach to e-literacy. *New Media and Society, 12*, 813-833.

Bronnick, K., & Alvseike, H. (2012). Feasibility of the iPad as a hub for smart house technology in the elderly; effects of cognition, self-efficacy, and technology experience. *Journal of Mutidisciplinary Healthcare, 5*, 289-305

Chou, W.H., Lai, Y.T., & Liu, K.H. (2013). User requirements of social media for the elderly: a case study in Taiwan, *Behavior & Information Technology*. Volume 32 ,9, 920-937.

Craig G.J (1991). *Human Development*. 6<sup>th</sup> ed. New Jersey: Prentice Hall.

Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., & Robinson, A. J. (2009). *Confronting the challenge of participatory culture: Media education for the 21st century*. United States Massachusetts Institute of Technology

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.

- Jensen, K. B., & Helles, R. (2010). The Internet as a cultural forum: Implications for research. *New Media and Society*, 13(4), 517-533.
- Kaplan, A.M., & Haenlein, M. (2010), User of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizon*, 53, 59-68.
- Katz, E. (1959). Mass communication research and the study of popular culture: An editorial note on a possible future for this journal. *Studies in Public Communication* 2, p. 1-6)
- Lewis, S., & Ariyachandra, T. (2010). Seniors and Online Social Network Use, Xavier University, Cincinnati, OH 45207, USA pp.1-8
- Livingstone, S. (2004). What is media literacy? *Intermedia* 32(3), 18-20.
- Magsamen-Conrad, Kate; Dowd, John; Abuljadail, Mohammad; Alsulaiman, Saud; and Shareefi, Adnan, "Life-Span Differences in the Uses and Gratifications of Tablets: Implications for Older Adults" (2015). *Media and Communications Faculty Publications*. P.39
- Martin, A., & Grudziecki, J. (2006). DigEuLit: concepts and tools for digital literacy development. *ITALICS*, 5(4), 249-267.
- Odate, C.G., Peyro, C.F., & Lorenzo, F.C. (2015). *Use, Consumption and Knowledge of New Technologies by Elderly People in France, United Kingdom and Spain*. *Media Education Research Journal*, 19-27.
- Petrovcic, A., Fortunati, L., Vehovar, V., Kavcic, M., & Dolnicar, V. (2015). *Mobile phone communication in social support networks of older adults in Slovenia*. *Telematics and Informatics*, 32, 642-655.
- Potter, W. J. (2011). *Media literacy - 5th ed*. United States Sage
- Rachtham, P., & Techatassanasoontorn, A. (2014). Social Media Use and Senior Citizen's Life Satisfaction. 25th Australasian Conference on Information Systems 8th -10th

- Dec 2014, Auckland, New Zealand Rogers, E. (2003). *Diffusion of innovations (fifth edition)*. New York: The Free Press.
- R. Chakraborty., C. Vishik., & H. Raghav.(2013). Privacy preserving actions of older adults on social media: Exploring the behavior of opting out of information sharing. *Decision Support Systems*. 55 (2013) 948–956
- R. Tirado-Morueta et al. (2015) The capacity of elderly citizens to access digital media in Andalusia,Spain) *Information, Communication & Society* vo.19 o. 10, 1427-1444
- Sternberg, R. J., & Kolligian, J. (1990). *Competence considered*. New Haven: Yale University press
- Thoman & Jolls. (2003) Literacy for 21<sup>st</sup> Century, Center of Media Literacy. 6-46.
- Van Deursen, A. (2010). *Internet skills. Vital assets in an information society*. Enschede: University of Twente.
- Van Deursen, A., & Van Dijk, J. (2010). Measuring Internet skills. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 26(10), 891-916.
- Vosner, H.B., Bobek, S., Kokol, P., & Krecic, M.J. (2016). Attitudes of active older Internet users towards online social networking, *Computer in Human Behavior*. 55, 230-241.
- Vanwynsberghe, Boudry., & Verdegem (2011). Mapping Social Media Literacy Towards a Conceptual Framework . *User Empowerment in a Social Media Culture*, p. 28-60
- Westera, w. (2001). Competences in education: A confusion of tongues. *Journal of curriculum studies*, 33(1), 75-88.

ภาคผนวก



## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

### เรื่อง

### พฤติกรรมการใช้ไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามฉบับนี้เป็นเครื่องมือสำหรับการวิจัยประกอบการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ข้อมูลที่ได้จากท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย และผู้วิจัยจะเก็บรักษาเป็นความลับตามจรรยาบรรณของนักวิจัยอย่างเคร่งครัด
2. แบบสอบถามชุดนี้แบ่งเป็น 4 ส่วน คือ  
ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้สูงอายุ  
ส่วนที่ 2 การเข้าถึงไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุ  
ส่วนที่ 3 ความสามารถในการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุ  
ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุ
3. กรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงหรือตามความคิดเห็นที่แท้จริงของท่านเพื่อความถูกต้องและสมบูรณ์ของงานวิจัย
4. การตอบแบบสอบถามนี้จะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อตัวท่าน ข้อมูลที่ได้จะใช้ประโยชน์เพื่อการวิจัยเท่านั้น

ผู้วิจัย

ศิริพร แซ่ลิ้ม

นักศึกษาปริญญาโท คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

สาขาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



แบบสอบถาม

“พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร”

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

1. เพศ  
 ชาย                       หญิง
2. อายุ  
 60-65 ปี                       66-70 ปี  
 71-75 ปี                       76-80 ปี  
 81 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา  
 ประถมศึกษา                       มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย  
 อนุปริญญา ปวช./ปวส.                       ปริญญาตรี  
 ปริญญาโทขึ้นไป
4. รายได้ปัจจุบันต่อเดือน  
 ไม่เกิน 10,000 บาท                       10,001-20,000 บาท  
 20,001-30,000 บาท                       30,001 ขึ้นไป
5. อาชีพก่อนเกษียณ  
 พนักงานบริษัท/เอกชน                       ข้าราชการ  
 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย                       อาชีพอิสระ  
 รัฐวิสาหกิจ                       แม่บ้าน  
 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. ปัจจุบันท่านทำงานอยู่หรือไม่
- ( ) ไม่ได้ทำงาน/เกษียณอายุ
- ( ) ยังทำงานอยู่

**ส่วนที่ 2 การเข้าถึง หมายถึง การเป็นเจ้าของอุปกรณ์สื่อสารและอินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าใช้แอปพลิเคชันออนไลน์**

1. ท่านใช้อุปกรณ์สื่อสารใดบ้างในการเข้าใช้แอปพลิเคชันออนไลน์ (เลือกเพียงคำตอบเดียว)
- ( ) โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน ( ) แท็บเล็ต
- ( ) คอมพิวเตอร์ ( ) คอมพิวเตอร์พกพา
- ( ) อื่น ๆ โปรดระบุ.....
2. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตในรูปแบบใด (เลือกเพียงคำตอบเดียว)
- ( ) 와이파이ที่บ้าน ( ) 와이파이ที่ทำงาน
- ( ) อินเทอร์เน็ตแบบรายเดือน ( ) อินเทอร์เน็ตแบบเติมเงิน
- ( ) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

**ส่วนที่ 3 ความสามารถในการใช้ไลน์ LINE Application**

3.1 **ทัศนคติที่มีต่อไลน์** หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้ไลน์

ทัศนคติที่มีต่อไลน์	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
1) การใช้ไลน์ทำให้ประหยัดค่าโทรศัพท์					
2) ไลน์มีรูปแบบการใช้งานยาก					
3) ไลน์ทำให้ได้ติดต่อพูดคุยกับเพื่อนเก่าและ					

เพื่อนใหม่					
4) โลก เป็นแอปพลิเคชันที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ใช้งาน					
5) การใช้โลกทำให้ท่านได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็นต่าง ๆ ของตนกับบุคคลอื่น					
6) การใช้โลกทำให้สิ้นเปลืองเวลา					
7) การใช้โลกทำให้ท่านได้เรียนรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่					
8) โลก ทำให้สื่อสารกับบุคคลรอบข้างน้อยลง					
9) โลกเป็นช่องทางการสื่อสารที่ความสะดวกและรวดเร็ว					
10) ทำให้รู้สึกทันสมัย					

### 3.2 การรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้โลก

คำชี้แจง : โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างของระดับความคิดเห็นหลังข้อความแต่ละข้อ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยในแต่ละข้อจะมีเพียงคำตอบเดียว

การรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้โลก	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1) ท่านมีความมั่นใจในตนเอง ว่าท่านสามารถใช้โลกได้ โดยปราศจากความวิตกกังวลใดๆ					
2) ท่านพยายามที่จะหลีกเลี่ยง หากพบว่าวิธีการใช้โลกมีความยุ่งยาก					
3) ภายหลังจากได้รับคำแนะนำในการใช้โลกเป็นครั้งแรก ท่านสามารถใช้โลกได้อย่างคล่องแคล่ว					

4) ท่านไม่มีความมั่นใจว่าจะสามารถเรียนรู้การใช้ไลน์ได้					
5) ท่านเชื่อว่า ท่านใช้ระยะเวลาในการเรียนรู้ด้วยตนเองเพียง 2-3 ครั้ง ก็สามารถใช้ไลน์ได้อย่างคล่องแคล่ว					
6) ท่านมีความวิตกกังวลในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่					
7) ถ้าท่านประสบกับปัญหาในการใช้ไลน์ ท่านจะพยายามแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง					
8) ท่านต้องใช้ความพยายามอย่างมากในการเรียนรู้วิธีการใช้ไลน์					
9) ถ้าท่านตั้งเป้าหมายในการทำสิ่งใด ท่านจะทำงานสำเร็จ เช่น เรียนรู้วิธีการใช้ไลน์					
10) ท่านสามารถเรียนรู้วิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์อื่นที่มีความคลึงกันกับไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก					

### 3.3 ความรู้เกี่ยวกับการใช้ LINE Application

คำชี้แจง : ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่ถูกต้อง

ความรู้เกี่ยวกับการใช้ไลน์	ถูก	ผิด	ไม่แน่ใจ
1) สตติกเกอร์ไลน์ คือ ภาพการ์ตูนเป็นสัญลักษณ์แสดงอารมณ์และความรู้สึกแทนคำพูด			
2) การแชร์ คือ การแบ่งปัน ส่งต่อ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กับเพื่อนในไลน์			
3) ไทม์ไลน์ คือ พื้นที่การแบ่งปันข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ผู้อื่นสามารถเข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็นได้			

4) ไลน์ เปิดให้ผู้ใช้สามารถโทรหากันได้ฟรีเฉพาะการโทรภายในประเทศเท่านั้น			
5) กลุ่มสนทนา คือ ห้องสนทนาที่ประกอบด้วยสมาชิกตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป			
6) การดาวน์โหลดสติ๊กเกอร์ฟรีในไลน์ ผู้ใช้ต้องรับเป็นเพื่อนก่อน จึงจะสามารถดาวน์โหลดสติ๊กเกอร์ได้			
7) การเข้าร่วมกลุ่มสนทนาไลน์ ต้องได้รับการอนุญาตเข้าร่วมกลุ่มจากสมาชิกในกลุ่มเสียก่อน			
8) บุคคลที่ถูกเรบล็อคไลน์ สามารถส่งข้อความถึงเราได้เหมือนเดิม			
9) การโทรแบบเห็นหน้าหรือวิดีโอคอล ผู้ใช้ต้องเสียค่าบริการในการใช้งาน			
10) ผู้ใช้สามารถเลือกรับบุคคลอื่นเป็นเพื่อนในไลน์ ได้วิธีเดียวเท่านั้น คือ ทางหมายเลขโทรศัพท์มือถือ			

### 3.4 ทักษะเกี่ยวกับการใช้ LINE Application

คำชี้แจง : ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่ถูกต้อง

ทักษะเกี่ยวกับการใช้ไลน์	ทำได้	ทำไม่ได้
<b>ทักษะพื้นฐาน</b>		
1) การคัดลอกลิงก์จากอินเทอร์เน็ตส่งให้เพื่อนในไลน์		
2) การดาวน์โหลดสติ๊กเกอร์ฟรี		
<b>ทักษะขั้นสูง</b>		
3) การเพิ่มเพื่อนด้วยไอดีไลน์		
4) การแชร์ตำแหน่งที่อยู่กับเพื่อนในไลน์		
5) การแชร์รูปภาพกับเพื่อนในไลน์		
6) การซื้อสติ๊กเกอร์ไลน์		

7) การปรับแต่งรูปภาพ		
8) การโทรแบบเห็นหน้า/การโทรแบบเสียง		
9) การสร้างวิดีโอส่งให้เพื่อนในไลน์		
10) การส่งต่อข้อความข่าวสารต่าง ๆ		

3.5 ความรู้การจัดการกับเนื้อหาใน LINE Application : ชี้แจง : ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่ถูกต้อง

ความรู้การจัดการกับเนื้อหาในไลน์	ถูก	ผิด	ไม่แน่ใจ
1) ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ปรากฏในไลน์ มีทั้งน่าเชื่อถือและไม่น่าเชื่อถือ			
2) การอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญ			
3) การไม่ตรวจสอบที่มาของข้อมูลให้แน่ชัดก่อนจะทำการส่งต่อไปยังเพื่อนในไลน์ เป็นการกระทำผิดตาม พ.ร.บ ว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ 2550			
4) การติดต่อ ดัดแปลงและส่งต่อรูปภาพของบุคคลอื่น โดยไม่ได้รับอนุญาต ถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ผู้อื่น			
5) การคลิกลิงค์ที่ได้รับในไลน์ ไม่มีความเสี่ยงในการได้รับไวรัส			
6) เปลี่ยนรหัสผ่านไลน์เป็นประจำ เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้อื่นสามารถเข้าใช้ไลน์ท่านได้			
7) การอ่านเงื่อนไขการใช้งานก่อนการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันต่าง ๆ เป็นสิ่งไม่จำเป็น			
8) การดาวน์โหลดสติ๊กเกอร์ไลน์ฟรี โดยมีเงื่อนไขการรับเป็นเพื่อน เพื่อต้องการส่งข้อมูลข่าวสารทางการตลาดให้แก่ผู้ที่ดาวน์โหลด			
9) การส่งต่อรูปภาพสวัสดีเข้าวันจันทร์ในกลุ่มไลน์ ถือเป็นการละเมิดเจ้าของลิขสิทธิ์			

10) การเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว เช่น หมายเลขบัตรประชาชน หมายเลขบัตรเครดิต กับร้านค้าออนไลน์ ไม่ถือเป็นความเสี่ยงในการถูกนำข้อมูลดังกล่าวไปทำธุรกรรมใดๆได้			
---	--	--	--

### 3.5 ทักษะการจัดการกับเนื้อหาใน LINE Application :

คำชี้แจง : ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่ถูกต้อง

ทักษะการจัดการกับเนื้อหาในไลน์	ถูก	ผิด
1) ข้อมูลสุขภาพที่มีการแชร์กันออนไลน์จำนวนมาก แสดงว่าข้อมูลสุขภาพนั้นมีความน่าเชื่อถือ		
2) ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ท่านให้ความเชื่อถือในไลน์ มีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลเสมอ		
3) ท่านตรวจสอบข้อมูลจากสื่อที่หลากหลาย เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลตรงกัน		
4) ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ท่านได้รับในไลน์ ท่านสังเกตวันที่และเวลาในข้อมูลข่าวสารนั้นอยู่เสมอ		
5) ข้อมูลสุขภาพที่ท่านได้รับในไลน์ ท่านมักจะนำไปปฏิบัติตามทันที		
6) ข้อมูลข่าวสารสุขภาพที่แชร์กันออนไลน์ มีทั้งข้อมูลที่น่าเชื่อถือและไม่น่าเชื่อถือ		
7) ข้อมูลสุขภาพในไลน์ที่น่าเชื่อถือ ควรมีการรับรองผลการวิจัยจากสถาบันที่น่าเชื่อถือ		
8) ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ท่านได้รับจากเพื่อนในไลน์ ท่านมักจะตั้งคำถามและแลกเปลี่ยน แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลที่ได้รับอยู่เสมอ		
9) เมื่อท่านได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ในไลน์ ท่านทำการส่งต่อให้เพื่อนในไลน์ทันที		
10) การส่งต่อรูปภาพสวัสดี รูปภาพดอกไม้ ให้เพื่อนในไลน์ ถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์เจ้าของภาพ		

#### ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้ LINE Application

1. ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ มาเป็นระยะเวลาเท่าใด  
 6เดือน  1 ปี  
 2 ปี  3 ปี  
 มากกว่า 3 ปี
2. ท่านใช้งานไลน์โดยเฉลี่ยกี่ชั่วโมงต่อวัน  
 ต่ำกว่า 1ชั่วโมง  1-3 ชั่วโมง  
 4-6 ชั่วโมง  7 ชั่วโมงขึ้นไป
3. ความบ่อยครั้งที่ท่านใช้ไลน์ เฉลี่ยต่อวัน  
 1ครั้งต่อวัน  2-5 ครั้งต่อวัน  
 6-10 ครั้งต่อวัน  มากกว่า 10 ครั้งต่อวัน
4. ท่านใช้ไลน์สถานที่ใดมากที่สุด  
 บ้าน  ที่ทำงาน  
 สถานที่ออกกำลังกาย  อื่น ๆ โปรดระบุ.....
5. ท่านใช้แอปพลิเคชันในลักษณะใดบ้าง (เลือกตอบมากที่สุด 3 อันดับ)  
 แชท/สนทนาข้อความ  ส่งสติ๊กเกอร์  
 ส่งต่อ/แบ่งปันรูปภาพข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ  โทรแบบเสียง/โทรแบบเห็นหน้า  
 แสดงตำแหน่งที่อยู่ของตน  เล่นเกมในไลน์  
 ดาวน์โหลดสติ๊กเกอร์ฟรี  ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ผ่านไลน์
6. วัตถุประสงค์ในการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของท่าน มีอะไรบ้าง (เลือกตอบมากที่สุด 3 อันดับ)  
 ติดต่อเพื่อนเก่าสมัยเรียน/เพื่อนที่ทำงานเก่า  
 ติดต่อครอบครัว/ลูกหลาน  
 ใช้ตามบุคคลใกล้ชิด



- ( ) ความบันเทิง/ แก่เหงา
- ( ) พัฒนาความจำ
- ( ) แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน
- ( ) นัดหมายทำกิจกรรมต่าง ๆ

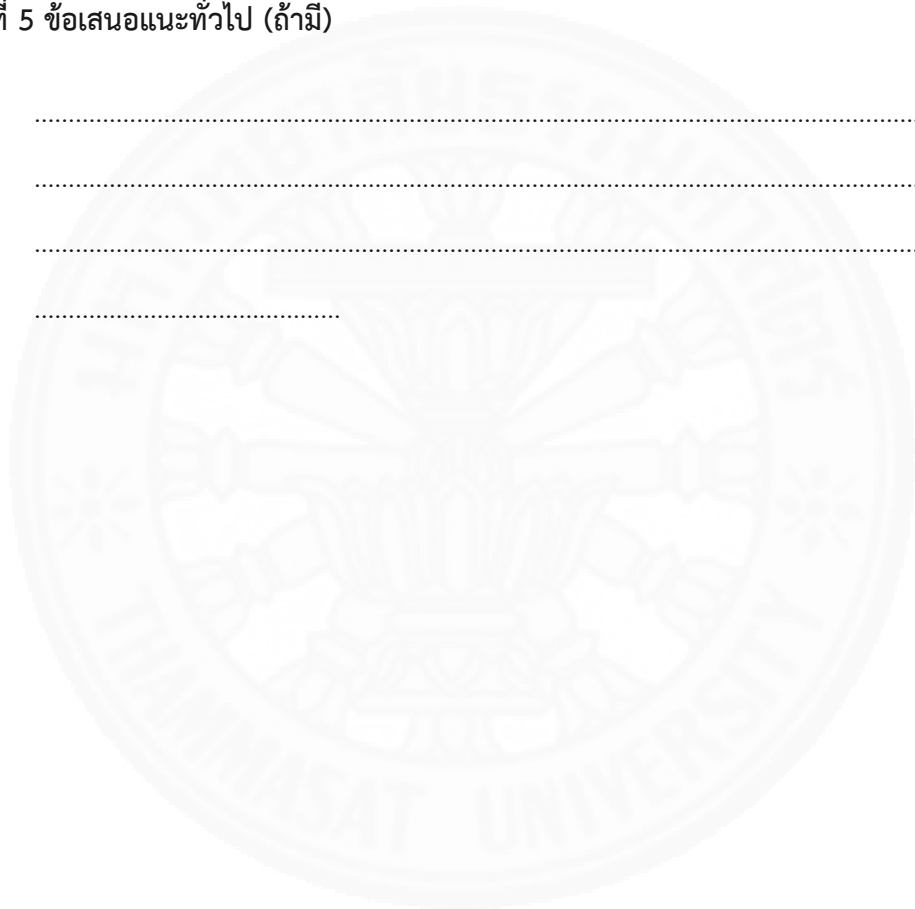
**ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะทั่วไป (ถ้ามี)**

.....

.....

.....

.....



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ

นางสาวศิริพร แซ่ลิ้ม

วันเดือนปีเกิด

21 ตุลาคม 2529

วุฒิการศึกษา

ปีการศึกษา 2550: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

คณะมนุษยศาสตร์ สาขาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ

