



FACTORS EFFECTING MOTIVATION TO USE INTERNET FOR DATA ACCESS  
OF THE ELDERLY IN NONTHABURI PROVINCE



ยุพา กงเพชร

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2566

ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุ ในเขตจังหวัดนนทบุรี



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาการจัดการ)  
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
ปีการศึกษา 2566  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

FACTORS EFFECTING MOTIVATION TO USE INTERNET FOR DATA ACCESS  
OF THE ELDERLY IN NONTHABURI PROVINCE



A Master's Project Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION  
(Business Administration)  
Faculty of Business Administration for Society, Srinakharinwirot University

2023

Copyright of Srinakharinwirot University

สารนิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุ ในเขตจังหวัดนนทบุรี

ของ

ยุพา กงเพชร

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาการจัดการ)  
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก  
(อาจารย์ ดร. ฤๅสุพัชร์ มณีโรจน์)

..... ประธาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วีรวิชัย เลิศไทยตระกูล)

..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร. ณ์ภัสร์ กุณิสร์)

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุ ในเขตจังหวัดนนทบุรี
ผู้วิจัย	ยุพา กงเพชร
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2566
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. ณัฐพัชร์ มณีโรจน์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีที่ใช้อินเทอร์เน็ต จำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บและรวบรวมข้อมูล โดยสถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนและการวิเคราะห์ความถดถอย ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้สูงอายุที่มีเพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพก่อนเกษียณที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) ผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต จำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ต สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต อุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3) การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย อธิติพลทางสังคม การใช้งาน/ความยากง่าย และด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งานมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี ร้อยละ 19.90 อย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 4) ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ตประกอบด้วย การติดตามข่าวสาร การติดต่อสื่อสาร การดูแลสุขภาพ และแสดงความเห็นหรือเผยแพร่ มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี ร้อยละ 7.80 อย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : แรงจูงใจ, การใช้อินเทอร์เน็ต, ผู้สูงอายุ

Title FACTORS EFFECTING MOTIVATION TO USE INTERNET FOR DATA  
ACCESS OF THE ELDERLY IN NONTHABURI PROVINCE

Author YUPA KONGPAT

Degree MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

Academic Year 2023

Thesis Advisor Dr. Nattapat Manirochana

This research studies the factors that influence incentives to use the internet to access information for older people in Nonthaburi province. The average data used in the test were standard deviation, variability analysis, and regression analysis. The results found the following: (1) elderly persons with sexuality, marital status, educational, and pre-retirement careers vary in their incentives for using the Internet for access to information by older people in Nonthaburi province was statistically significant level of 0.05; (2) elderly people with time spent on internet use. The study found that the use of the Internet was less than one-hour long and that the number of foreigners using the internet was significant in terms of age, and age-related access to social information in the province was 0.05; and (3) older people using information about health and access to the Internet were less than 0.05 years of age and less likely to access the internet than other citizens.

Keyword : Motivation, Use Internet, Elderly people

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างเรียบร้อยด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดี  
ยิ่งจากท่านอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ อาจารย์ ดร.ณัฐพัชร์ มณีโรจน์ที่ได้ให้คำแนะนำตรวจทาน  
และแก้ไขข้อบกพร่องของจุดต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบพระคุณอาจารย์  
ด้วยความเคารพอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ภายในคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคมทุก ๆ ท่าน ที่ได้ให้การ  
อบรม สั่งสอน วิชาความรู้ที่มีคุณค่าแก่ผู้วิจัย และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคมที่  
ได้ให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี รวมถึงขอขอบคุณผู้ร่วมตอบแบบสอบถามและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน  
ที่มีส่วนช่วยให้การทำวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดาและสมาชิกในครอบครัวทุกท่านที่ได้ให้  
การสนับสนุนและให้คำแนะนำที่ดีตลอดมา อีกทั้งขอขอบคุณเพื่อนร่วมงาน เพื่อนคณะบริหารธุรกิจ  
เพื่อสังคม และเพื่อนทุก ๆ ท่าน ที่คอยให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจอย่างดีตลอดมา ทำให้ผู้วิจัย  
สามารถประสบความสำเร็จในการทำวิจัยครั้งนี้

ยุพา กงเพชร

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ .....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ .....	๓
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของงานวิจัย .....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
เขตของการวิจัย .....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	4
กรอบแนวคิดในงานวิจัย .....	7
สมมติฐานในการวิจัย .....	8
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม .....	9
1. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ .....	9
1.1 ความหมายของแรงจูงใจ .....	9
1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ .....	10
1.3 องค์ประกอบของแรงจูงใจ.....	11
2. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ .....	13
2.1 ความหมายของประชากรศาสตร์.....	13

2.2 องค์ประกอบของประชากรศาสตร์ .....	13
3. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรการใช้อินเทอร์เน็ต .....	16
3.1 ความหมายของพฤติกรรมกรการใช้อินเทอร์เน็ต.....	16
3.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	17
3.3 องค์ประกอบของพฤติกรรมกรการใช้อินเทอร์เน็ต .....	17
4. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยี .....	18
4.1 ความหมายของการยอมรับเทคโนโลยี.....	18
4.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี .....	19
5. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต .....	23
5.1 ความหมายของประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต .....	23
5.2 องค์ประกอบประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต .....	23
6. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ .....	24
6.1 ความหมายของผู้สูงอายุ.....	24
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	25
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	38
การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง .....	38
ประชากร .....	38
กลุ่มตัวอย่างและการกำหนดจำนวนตัวอย่าง.....	38
การเลือกกลุ่มตัวอย่าง .....	39
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	40
ตัวอย่างแบบสอบถาม .....	41
วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือ.....	43
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	43

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล .....	44
การจัดกระทำข้อมูล .....	44
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	44
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	50
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	50
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	51
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา .....	52
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	99
สรุปผลการวิจัย .....	102
อภิปรายผลการวิจัย .....	104
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย .....	107
ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป .....	108
บรรณานุกรม .....	109
ภาคผนวก .....	115
ประวัติผู้เขียน .....	123

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 แสดงปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ .....	34
ตาราง 2 แสดงปัจจัยพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต .....	35
ตาราง 3 แสดงปัจจัยการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต .....	36
ตาราง 4 แสดงปัจจัยประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต .....	37
ตาราง 5 การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา(Quota Sampling) .....	39
ตาราง 6 เกณฑ์การให้ค่าคะแนนของข้อคำถาม .....	40
ตาราง 7 เกณฑ์การแปลค่าเฉลี่ย .....	41
ตาราง 8 จำนวนและค่าร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ .....	52
ตาราง 9 จำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต .....	54
ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต .....	56
ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์.....	57
ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน .....	58
ตาราง 13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต ด้านการใช้งาน/ความยากง่าย .....	58
ตาราง 14 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต ด้านอิทธิพลทางสังคม .....	59
ตาราง 15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต .....	60
ตาราง 16 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อความบันเทิง	60
ตาราง 17 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อติดต่อสื่อสาร.....	61

ตาราง 18 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อติดตามข่าวสาร .....	62
ตาราง 19 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อดูข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ.....	62
ตาราง 20 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อใช้แสดงความเห็นหรือความรู้ของตน.....	63
ตาราง 21 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุ.....	64
ตาราง 22 แสดงผลการทดสอบ ด้านเพศ โดยใช้การทดสอบ Levene's Test.....	65
ตาราง 23 แสดงผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามเพศ .....	66
ตาราง 24 แสดงผลการทดสอบ ด้านอายุ โดยใช้การทดสอบ Levene's Test.....	67
ตาราง 25 แสดงผลการทดสอบ ด้านอายุ โดยใช้สถิติทดสอบ F-test.....	68
ตาราง 26 แสดงผลการทดสอบ ด้านสถานภาพสมรส โดยใช้การทดสอบ Levene's Test.....	69
ตาราง 27 แสดงผลการทดสอบ ด้านสถานภาพสมรส โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test .....	69
ตาราง 28 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้านสถานภาพสมรส .....	70
ตาราง 29 แสดงผลการทดสอบ ด้านระดับการศึกษา โดยใช้การทดสอบ Levene's Test.....	72
ตาราง 30 แสดงผลการทดสอบ ด้านระดับการศึกษา โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test	72
ตาราง 31 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้านระดับการศึกษา .....	73
ตาราง 32 แสดงผลการทดสอบ ด้านอาชีพก่อนเกษียณ โดยใช้การทดสอบ Levene's Test .....	74
ตาราง 33 แสดงผลการทดสอบ ด้านอาชีพก่อนเกษียณ โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test .....	75
ตาราง 34 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้านอาชีพก่อนเกษียณ.....	75

ตาราง 35 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวน ด้านช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต โดยใช้การทดสอบ Levene's Test .....	77
ตาราง 36 แสดงผลการทดสอบ ด้านช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test .....	77
ตาราง 37 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้านช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต .....	78
ตาราง 38 แสดงผลการทดสอบ ด้านความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต โดยใช้การทดสอบ Levene's Test .....	80
ตาราง 39 แสดงผลการทดสอบ ด้านความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test .....	80
ตาราง 40 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้านความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต .....	81
ตาราง 41 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวน ด้านจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ต โดยใช้การทดสอบ Levene's Test .....	82
ตาราง 42 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวน ด้านจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ต โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test .....	83
ตาราง 43 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้านจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ต .....	84
ตาราง 44 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวน ด้านสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต โดยใช้การทดสอบ Levene's Test .....	85
ตาราง 45 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวน ด้านสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test .....	86
ตาราง 46 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้านสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต .....	86
ตาราง 47 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวน ด้านอุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต โดยใช้การทดสอบ Levene's Test .....	88
ตาราง 48 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวน ด้านอุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test .....	88
ตาราง 49 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้านอุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต .....	89

ตาราง 50 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวน ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือน โดยใช้การทดสอบ Levene's Test.....	91
ตาราง 51 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวน ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือน โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test .....	91
ตาราง 52 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือน	92
ตาราง 53 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของด้านการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต....	93
ตาราง 54 แสดงการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุด้านการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต.....	94
ตาราง 55 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณด้านประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต .....	95
ตาราง 56 แสดงการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุด้านประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต .....	95
ตาราง 57สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 .....	96
ตาราง 58 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 .....	97
ตาราง 59 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 .....	97
ตาราง 60 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.....	98

## สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย ..... 7

ภาพประกอบ 2 โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ..... 21



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ภูมิหลัง

การสูงวัยของประชากรเป็นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรอย่างต่อเนื่อง ซึ่งปรากฏการณ์นี้เกิดขึ้นในโลกช่วงที่ผ่านมา เป็นผลพวงมาจากผลสำเร็จทางด้านสาธารณสุข ในการรักษาความเป็นอยู่ของมนุษย์ด้านสุขภาพจากโรคภัย ความเจ็บป่วย ความตาย ส่งผลให้อัตราการเสียชีวิตลดลง รวมไปถึงมีอายุเฉลี่ยมากขึ้นไปด้วย ทำให้จำนวนประชากรสูงอายุมากขึ้น ซึ่งผู้สูงอายุตามความหมายของพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ.2546 และ องค์การสหประชาชาติ (United Nations) คือ บุคคลที่มีอายุเกิน 60 ปีบริบูรณ์ (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2564) ประเทศไทยเข้าสู่สังคมสูงวัย (Aged society) ตั้งแต่ปี พ.ศ.2548 อันเนื่องมาจากอัตราการเกิดของ คนไทยลดลงอย่างมาก และชีวิตคนไทยที่ยาวขึ้น จนทำให้ประเทศไทยกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ (Complete aged society) ในปี พ.ศ.2564 และคาดว่าจะเข้าสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอด (Super aged society) ในปี พ.ศ.2574 (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2564)

เทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสาร และโทรคมนาคม ได้มีการพัฒนาให้ก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว และต่อเนื่องจนเข้าสู่ยุคที่เรียกว่า ยุคหลอมรวมเทคโนโลยี (Convergence Technology Media Era) ซึ่งเกิดจากการที่เทคโนโลยีต่างๆ แต่เดิมเคยแยกจากกัน และได้ถูกนำมาหลอมรวมเทคโนโลยีเข้ามาใช้ร่วมกัน ได้แก่ เทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่เข้ามาหลอมรวมกับเทคโนโลยีมัลติมีเดีย ซึ่งการหลอมรวมเทคโนโลยีทำให้เกิดสื่อใหม่ (New Media) เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ สื่อเหล่านี้ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคลทุกกลุ่มทุกวัยในสังคมหลากหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบาทในด้านการเชื่อมโยงการติดต่อสื่อสารจึงทำให้จำนวนผู้ใช้สื่อใหม่ในยุคหลอมรวมเทคโนโลยีเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นวัยเด็ก วัยรุ่น วัยทำงาน รวมถึงกลุ่มผู้สูงอายุ (ณรงค์ศักดิ์ ศรีทานนท์, 2560)

ผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พบว่าผู้สูงอายุมีแนวโน้มเป็นผู้ใช้อุปกรณ์ดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น ปี 2565 ประเทศไทยมีจำนวนประชากรที่อายุ 50 ปีขึ้นไปที่ใช้อุปกรณ์ดิจิทัล 18.6 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 76.7 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2564 คิดเป็นร้อยละ 5.7 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565) นอกจากนี้จากการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2565 จำแนกตามเจนเนอเรชัน โดยพบว่า Gen Baby Boomers ขึ้นไป ซึ่งเป็นผู้ที่เกิดก่อน พ.ศ. 2507 หรือมีอายุ 58 ปีขึ้นไป เป็นเจนเนอเรชันที่อยู่ในยุคที่การพัฒนาเทคโนโลยียังไม่ทันสมัยมาก จากผลสำรวจ พบว่า มีการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยรวม โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 3 ชั่วโมง 21 นาที ซึ่ง Gen Baby

Boomer ขึ้นไปนี้มีการใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวันน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับเจนเนอเรชันอื่น วันทำงานหรือวันเรียนหนังสือ 3 ชั่วโมง 19 นาที และวันหยุด 3 ชั่วโมง 26 นาที โดยจะเห็นได้ว่าการใช้อินเทอร์เน็ตในวันหยุดมากกว่าวันทำงานหรือวันเรียนหนังสือ โดยวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ตของ Gen Baby Boomers คือ เพื่อติดต่อสื่อสารสนทนามากที่สุด ร้อยละ 61.59 รองลงมาคือ ติดตามข่าวสารทั่วไป ร้อยละ 50.68 ทำกิจกรรมสนทนาการ ร้อยละ 44.95 รับประทานอาหารออนไลน์ของภาครัฐ ร้อยละ 21.74 ทำธุรกรรมออนไลน์ด้านการเงิน ร้อยละ 16.19 รับประทานอาหารออนไลน์ทางด้านสาธารณสุข และสุขภาพ ร้อยละ 10.92 รองรับการ ทำงาน ร้อยละ 10.53 ทำธุรกรรมซื้อขายสินค้าบริการออนไลน์ ร้อยละ 9.27 รับประทานอาหารออนไลน์ทางการศึกษา ร้อยละ 5.04 ทำธุรกรรมด้านการท่องเที่ยวและการเดินทางออนไลน์ ร้อยละ 1.89 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2565)

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุเป็นกลุ่มหนึ่งที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตจำนวนมากเพื่อติดต่อสื่อสารผ่านการใช้โปรแกรมสนทนาหรือเว็บไซต์ที่เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ และการค้นหาข้อมูลข่าวสารที่สนใจ สิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อสุขภาพจิตสำหรับผู้สูงอายุอีกด้วย โดยมีผลการวิจัยที่พบว่า ผู้สูงอายุที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารจะรู้สึกโดดเดี่ยว (Loneliness) น้อยลง และช่วยลด ภาวะซึมเศร้า (Depression) ในผู้สูงอายุได้ถึงร้อยละ 34 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2558) อย่างไรก็ตามผู้สูงอายุเป็นผู้ที่มีเวลาว่างมากกว่าคนในวัยอื่น ๆ หากส่งเสริมให้ผู้สูงอายุ มีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงเทคโนโลยีที่เหมาะสม จะช่วยให้ผู้สูงอายุใช้เวลาว่างเกิดประโยชน์ โดยเฉพาะต่อการดูแลสุขภาพ ด้วยตนเองได้ดียิ่งขึ้น และยังเป็น การลดปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านเทคโนโลยีอีกด้วย (ระวีวรรณ ทรัพย์อินทร์, 2560)

ด้วยบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลที่เข้ามาเปลี่ยนแปลง และอำนวยความสะดวกให้กับ การดำเนินชีวิตของมนุษย์ในหลาย ๆ ด้าน ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ก็มีความสนใจแสวงหาความรู้และปรับตัว เพื่อให้รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ของโลก นำเทคโนโลยีเหล่านั้นมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ดังนั้นจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขต จังหวัดนนทบุรี ซึ่งองค์ความรู้ที่ได้รับจากการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำไปใช้ในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุ รวมถึงสามารถนำไปวางแผนการพัฒนาความรู้เกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุให้ดีขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### ความมุ่งหมายของงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต และแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต และการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี

### ความสำคัญของการวิจัย

1. นำข้อค้นพบมากำหนดแนวทางในการพัฒนาข้อมูลให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้สูงอายุ ให้สามารถเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตได้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น
2. นำข้อมูลไปจัดทำแผนพัฒนาความรู้เกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเผยแพร่ข้อมูลให้กับผู้สูงอายุเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุให้ดีขึ้น

### เขตของการวิจัย

#### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีที่ใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

#### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีที่ใช้อินเทอร์เน็ต ผู้วิจัยกำหนดจำนวนตัวอย่างด้วยการคำนวณสูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Cochran (1977) โดยกำหนดให้มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 ค่าที่คำนวณได้จากสูตรมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 ตัวอย่าง

#### ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ มีจำนวน 4 ตัวแปร แบ่งเป็นดังนี้
  - 1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (personal factors) มีตัวแปรวัด 5 ด้าน มีดังนี้
    - 1.1.1 เพศ (gender)
    - 1.1.2 อายุ (age)
    - 1.1.3 สถานภาพสมรส (marital status)
    - 1.1.4 ระดับการศึกษา (education level)

- 1.1.5 อาชีพก่อนเกษียณ (occupation)
- 1.2 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต (internet using behavior) มีตัวแปรวัด 6 ตัว มีดังนี้
  - 1.2.1 ช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต (periods)
  - 1.2.2 ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต (frequency)
  - 1.2.3 จำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ต (number of hours)
  - 1.2.4 สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต (place)
  - 1.2.5 อุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต (access to internet)
  - 1.2.6 ค่าใช้จ่าย (cost)
- 1.3 การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต (Internet acceptance) มีตัวแปรวัด 4 ตัว มีดังนี้
  - 1.3.1 การรับรู้ถึงประโยชน์ (perceived usefulness)
  - 1.3.2 ทศนคติที่มีต่อการใช้งาน (attitudes toward using)
  - 1.3.3 การใช้งาน/ความยากง่าย (perceived ease of use)
  - 1.3.4 อิทธิพลทางสังคม (social influences)
- 1.4 ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต (Usage for internet) มีตัวแปรวัด 5 ตัว มีดังนี้
  - 1.4.1 ความบันเทิง (entertainment)
  - 1.4.2 การติดต่อสื่อสาร (communication)
  - 1.4.3 การติดตามข่าวสาร (following information)
  - 1.4.4 การดูข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ (health information)
  - 1.4.5 แสดงความเห็นหรือเผยแพร่ความรู้ของตน (expression of opinions)
2. ตัวแปรตาม คือ แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุ

### นิยามศัพท์เฉพาะ

พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต (internet using behavior) หมายถึง พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุ ซึ่งประกอบด้วย ช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต จำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ต สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต อุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และค่าใช้จ่าย

การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต (Internet acceptance) หมายถึง ความรู้ความเข้าใจที่แสดงถึงการรับรู้ความยากง่ายในการใช้งาน และเห็นความสำคัญของอินเทอร์เน็ต โดยการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน รวมถึงทัศนคติที่มีต่อการรับรู้ความยากง่ายในการใช้งานและการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน จนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและการตัดสินใจยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต

การรับรู้ถึงประโยชน์ (perceived usefulness) หมายถึง ระดับความเชื่อใจของบุคคลที่มีต่อการใช้อินเทอร์เน็ตในการช่วยให้รับรู้ถึงข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็ว รวมถึงสามารถแบ่งปันข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้น และบริการต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ตยังทำให้การดำเนินชีวิตประจำวันสะดวกมากขึ้น

ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (attitudes toward using) หมายถึง ทัศนคติของผู้สูงอายุที่ต่อการใช้อินเทอร์เน็ตว่าจะทำให้ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย มีความสะดวกสะดวกต่อการใช้งาน และทำให้การติดต่อสื่อสารกันสะดวกมากขึ้น

การใช้งาน/ความยากง่าย (perceived ease of use) หมายถึง ระดับที่ผู้สูงอายุรับรู้ว่าการใช้งานอินเทอร์เน็ตนั้นสามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ง่าย ทำให้ติดต่อกับคนอื่น ๆ รวมถึงการค้นหาข้อมูลได้ง่ายขึ้น

อิทธิพลทางสังคม (social influences) หมายถึง สภาพแวดล้อมทางสังคมที่ส่งผลให้ผู้สูงอายุคล้อยตาม ทั้งจากครอบครัวหรือบุคคลใกล้ชิด รวมถึงบุคคลที่มีชื่อเสียง และการที่คนรอบข้างส่วนมากใช้อินเทอร์เน็ต

ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต (Usage for internet) หมายถึง การที่ผู้สูงอายุได้รับประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ตในลักษณะที่สอดคล้องกับความต้องการของตนเอง

ความบันเทิง (entertainment) หมายถึง ความรู้สึกสนุกสนานและเพลิดเพลิน ที่ได้รับจากการใช้อินเทอร์เน็ตซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลายและลดความเครียด และยังทำให้รู้สึกมีความสุขที่ได้ใกล้ชิดกับเพื่อนและครอบครัวมากยิ่งขึ้น

การติดต่อสื่อสาร (communication) หมายถึง การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคนใกล้ชิด ครอบครัว การติดต่อกับเพื่อน และมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารกับผู้อื่น

การติดตามข่าวสาร (following information) หมายถึง การติดตามข่าวสารและเหตุการณ์ต่าง ๆ ทำให้ทราบถึงความเคลื่อนไหวและเหตุการณ์ต่าง ๆ เนื่องจากข่าวสารบนอินเทอร์เน็ตมีรายละเอียดมากกว่าสื่ออื่น ๆ

การดูข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ (health information) หมายถึง ความต้องการใช้เพื่อค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับอาการเจ็บป่วย การดูแล รักษาสุขภาพ รวมถึงวิธีการที่จะนำมาใช้ออกกำลังกาย

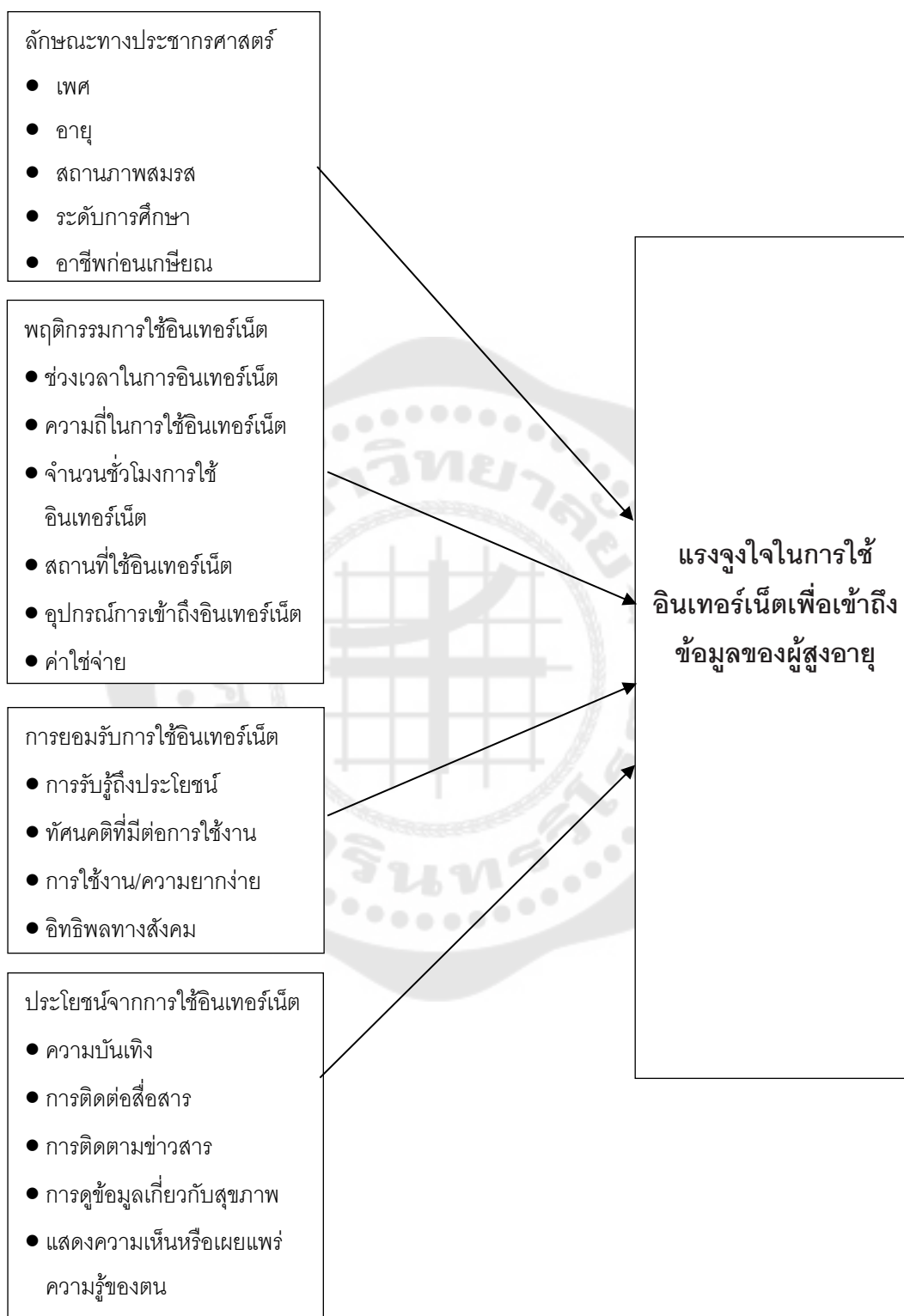
แสดงความเห็นหรือเผยแพร่ความรู้ของตน (expression of opinions) หมายถึง การใช้อินเทอร์เน็ตในการแลกเปลี่ยนและแสดงความคิดเห็นในเรื่องที่สนใจ รวมถึงการถ่ายทอดความรู้ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้อื่น

แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูล (motivation to use internet) หมายถึง เหตุผลหรือสิ่งที่กระตุ้นให้ผู้สูงอายุมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูล ซึ่งเป็นแรงจูงใจเกี่ยวกับความ

ต้องการใช้อินเทอร์เน็ตในการติดต่อกับคนรู้จัก การค้นหาความรู้เพิ่มเติม และเชื่อว่าอินเทอร์เน็ตมีความน่าเชื่อถือและปลอดภัย



### กรอบแนวคิดในงานวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้สูงอายุที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่แตกต่างกัน
2. ผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่แตกต่างกัน
3. การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี
4. ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี



## บทที่ 2

### ทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้อย่างทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ
2. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์
3. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต
4. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยี
5. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต
6. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ

##### 1.1 ความหมายของแรงจูงใจ

แรงจูงใจ (Motivation) เป็นความต้องการในสิ่งต่าง ๆ ของตัวบุคคล ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการเพื่อการดำรงชีวิต และเกิดจากภาวะตั้งเครียดทางร่างกาย ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการสิ่งจำเป็นทางจิตใจ (Kotler, 2006) และเป็นสาเหตุที่ทำให้มนุษย์และสิ่งมีชีวิตต่าง ๆ คิดและมีพฤติกรรมต่าง ๆ เกิดขึ้น (Weiner, 1992) ที่เกิดจากภาวะตั้งเครียดทางจิตใจหรือความไม่สบายใจ ซึ่งความต้องการทางจิตใจเกิดจากแรงจูงใจที่มีความรุนแรงที่มากพอ ที่จะกระตุ้นให้ความต้องการแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมได้ โดยก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา และวินัส อัครวิสิทธิ์ถาวร (2550) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับแรงจูงใจว่าเป็นแรงขับในการกระทำหรือเคลื่อนย้ายเพื่อให้เข้าถึงเป้าหมายที่วางไว้ ผู้บริโภคจะได้รับผลกระทบจากชุดของแรงจูงใจมากกว่าแรงจูงใจเพียงตัวใดตัวหนึ่งที่สร้างความพึงพอใจให้ตนเองและตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยชุดแรงจูงใจนั้นก็คือการใช้กิจกรรมทางการตลาดที่จะทำให้เกิดพลังทางการตลาดไปกระตุ้นและจูงใจผู้บริโภค ในส่วนของ ชูชัย สมธิกร (2556) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจ ว่าหมายถึง หนึ่งในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ (Perception) ของผู้บริโภค คือ ผู้บริโภคจะรับรู้สิ่งต่าง ๆ ตามแรงผลักดันหรือความต้องการของตนเอง ยิ่งระดับของแรงจูงใจมีมากเท่าใด ผู้บริโภคก็จะยิ่งสนใจสิ่งนั้นมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการหรือสอดคล้องกับแรงจูงใจมากขึ้นเท่านั้น ผู้บริโภคมักจะสนใจสิ่งเร้าที่

ตอบสนองต่อแรงจูงใจที่ตนเอง และยอดธิดา พระพรหม (2564) กล่าวว่า แรงจูงใจ คือบางสิ่งบางอย่างที่มนุษย์ต้องการหรืออยากให้มีบรรลุวัตถุประสงค์จึงส่งผลให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมา ซึ่งใกล้เคียงกับ ศรัณยา หวังเจริญตระกูล (2562) ได้อธิบายความหมายของแรงจูงใจไว้ว่า องค์ประกอบต่าง ๆ ที่ส่งผลให้มนุษย์นั้นแสดงพฤติกรรมออกมาอย่างมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการที่จะบรรลุเป้าหมายที่ตนเองนั้นคาดหวังโดยมีปัจจัยต่าง ๆ ที่นำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ

จากความหมายของนักวิชาการต่าง ๆ ให้ไว้ สรุปว่า แรงจูงใจ หมายถึง ภาวะที่เป็นแรงขับแรงกระตุ้นหรือเป็นกระบวนการที่สร้างและกระตุ้นหรือผลักดันให้บุคคลเกิดพฤติกรรมหรือแสดงพฤติกรรมออกมา เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ

## 1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

วิทวัส รุ่งเรืองผล (2556) กล่าวว่าในการสร้างแรงจูงใจนักการตลาดนิยมนำทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of needs) ที่นักจิตวิทยาชาวอเมริกัน ชื่อ อับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) มาใช้ โดยทฤษฎีดังกล่าวได้แบ่งระดับแรงจูงใจของมนุษย์ออกเป็น 5 ระดับจากระดับล่างสุดถึงสูงสุด ดังนี้ ระดับที่ 1 ความต้องการทางร่างกาย (physiological needs) ได้แก่ อาหาร น้ำ ที่อยู่อาศัยรวมถึงความต้องการทางเพศ เป็นต้น ระดับที่ 2 ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง (safety and security needs) ได้แก่ ความปลอดภัยทางร่างกาย จิตใจและความมั่นคงทางการเงิน เป็นต้น ระดับที่ 3 ความต้องการความรักและการเป็นเจ้าของ (love and belonging needs) ได้แก่ ต้องการความรัก ความเป็นมิตร และยอมรับเป็นสมาชิกในสังคมระดับที่ 4 ความต้องการการยกย่อง (esteem needs) คือ ความต้องการที่เกี่ยวกับความภาคภูมิใจในสถานภาพทางสังคม หรือความเคารพที่ได้รับจากสังคม ระดับที่ 5 ความต้องการบรรลุเป้าหมายสูงสุดในชีวิต (self-actualization needs) คือ ความต้องการบรรลุสิ่งที่มุ่งหวังสูงสุดของชีวิตคนคนหนึ่งซึ่งเป็นความมุ่งหวังส่วนตัวของแต่ละบุคคลจึงเป็นแรงจูงใจที่แตกต่างกันอย่างมากตามสถานภาพในปัจจุบันของบุคคลนั้น ๆ ยกที่บุคคลอื่นจะเข้าใจความต้องการในระดับนี้ของบุคคลหนึ่งๆ เช่น เป้าหมายสูงสุดของนักการเมือง อาจจะต้องการเป็นนายกรัฐมนตรี หรือเป้าหมายสูงสุดของคนขับรถแท็กซี่บางคน อาจต้องการจะมีรถแท็กซี่ เป็นของตนเอง เป็นต้น

นอกจากนี้ ทฤษฎีการจูงใจ ERG ของ Alderfer (Alderfer's ERG theory) ทฤษฎี ERG (existence-relatedness-growth theory (ERG) โดย Clayton P. Alderfer โดยเน้นความพอใจให้ตรงตามความต้องการของมนุษย์ โดยคำนึงถึงความต้องการของมนุษย์ มีความต้องการใดเกิดขึ้นก่อนหรือเกิดขึ้นหลัง หรือความต้องการหลาย ๆ ด้าน สามารถเกิดขึ้นพร้อมกันก็ได้ Alderfer ได้ทำการแบ่งความต้องการของมนุษย์ โดยได้แบ่งออกเป็น 3 ต้องการขั้นพื้นฐาน ดังนี้ 1) ความต้องการให้มีการ

การอยู่รอด (existence needs: E) ซึ่งเป็นความต้องการของมนุษย์ในระดับต่ำที่สุด เพื่อให้ดำรงชีวิตอยู่ได้ ตัวอย่าง เช่น อาหาร ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค เครื่องนุ่งห่ม เพื่อให้ดำรงชีวิตอยู่ได้ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานได้ ผู้บริหารควรตอบสนองความต้องการของมนุษย์ ด้วยการให้ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม เช่น โบนัส สวัสดิการอื่น ๆ รวมไปถึงความมั่นคงปลอดภัยในการทำงาน เช่น มีการทำเอกสารว่าจ้างการทำงาน เป็นต้น 2) ความต้องการด้านความสัมพันธ์ (relatedness needs: R) เป็นความต้องการของมนุษย์ที่จะสามารถความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลที่อยู่แวดล้อมในการทำงาน และมีมิตรไมตรีที่ดี ผู้บริหารควรส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อบุคคลภายนอกองค์กรด้วย เช่น การจัดกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารกับพนักงานเพื่อให้เกิดเป็นที่ยอมรับทางสังคม 3) ความต้องการความเจริญก้าวหน้า (growth needs) เป็นความต้องการของมนุษย์ขั้นสูงสุดของ ได้แก่ ต้องการความสำเร็จ และได้รับการยกย่องสรรเสริญ ผู้บริหารควรสนับสนุนให้พนักงานพัฒนาตนเองโดยมอบหมายงานระดับสูงให้รับผิดชอบ หรือการพิจารณาการ เลื่อนตำแหน่ง หรือ สนับสนุนโอกาสในการก้าวไปสู่ความสำเร็จของพนักงานในองค์กร (ธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ, 2550)

### 1.3 องค์ประกอบของแรงจูงใจ

นุชลี อุปภัย (2558) กล่าวว่า แรงจูงใจเป็นสภาวะภายในของบุคคลที่ปลุกเร้า และกำหนดทิศทางของพฤติกรรม อาจเกิดจากปัจจัยหลายประการที่แตกต่างหลายประการ (1) แรงจูงใจภายใน เป็นแรงผลักดันในการทำกิจกรรม โดยเกิดจากความต้องการ หรือความอยากรู้อยากเห็นภายในตัวบุคคล อันเกิดจากความคิดอย่างมีเหตุผล หรือเกิดจากอารมณ์ของบุคคลในขณะใดขณะหนึ่ง กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมา (2) แรงจูงใจภายนอก เป็นการกระทำเพื่อให้ได้ผลลัพธ์อื่นที่ไม่ได้เกิดจากความพอใจที่จะทำกิจกรรมนั้น ๆ เป็นการรับเอาเงื่อนไขหรือเกณฑ์ภายนอกเข้ามาควบคุมพฤติกรรม

อภิญญา อติชาติธานินทร์ (2556) กล่าวว่าแบ่งจูงใจแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ (1) แรงจูงใจจากภายใน คือ แรงผลักดันและความอยากรู้อยากเห็นของแต่ละบุคคลซึ่งเป็นปัจจัยที่ควบคุมไปกับความสนใจของแต่ละบุคคล และ (2) แรงจูงใจจากภายนอก คือ แรงผลักดันที่มาจากบุคคลหรือสถานการณ์รอบข้าง เช่น การกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อหวังรางวัล หรือมีใครบางคนมาขอรับรองให้ทำ หรือมีการชักชวนจากเพื่อน ๆ รอบตัว

ทศนีย์ ชาติไทย (2559) กล่าวว่า แรงจูงใจแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้ (1) แรงจูงใจทางร่างกาย คือแรงจูงใจประเภทหนึ่งที่เรียกว่าแรงจูงใจทางร่างกาย ดังนั้นหากจะนิยามความหมายคำว่าแรงจูงใจทางร่างกายแล้วจะนิยามได้ว่า แรงจูงใจทางร่างกายเป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากความต้องการ

ของร่างกายซึ่งไม่สมดุล ทำให้เกิดพฤติกรรมสนองความต้องการของร่างกายมีผลต่อสิ่งที่ร่างกายขาดไป เช่น ความหิว ความกระหาย ความต้องการหลับนอน ความต้องการขับถ่าย เป็นต้น เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเนื่องจากความต้องการของร่างกายเพื่อหาสิ่งที่ช่วยให้ร่างกายเกิดความสมดุล (2) แรงจูงใจทางจิตวิทยา เป็นแรงจูงใจที่สนองความต้องการทางด้านจิตใจ มีผลต่อสุขภาพจิตของบุคคล แม้ว่าแรงจูงใจประเภทนี้จะมีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์น้อยกว่าแรงจูงใจทางร่างกาย แต่จะมีส่วนช่วยให้บุคคลมีความสมดุลทางด้านจิตใจ ทำให้ดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมีความสุขตามที่ต้องการ ตัวอย่างของแรงจูงใจทางจิตวิทยาที่สำคัญ ได้แก่ ความต้องการความรักจากผู้อื่น ความอยากรู้อยากเห็นในเรื่องต่าง ๆ ความต้องการที่จะให้ผู้อื่นเอาใจใส่ตนเอง เป็นต้น และ (3) แรงจูงใจทางสังคม เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากการอบรมเลี้ยงดูตลอดจนสภาพของสังคมที่บุคคลนั้นเกี่ยวข้องกับ ซึ่งส่งผลทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมา

วุฒิชชาติ สุนทรสมัย (2560) กล่าวว่า แรงจูงใจของผู้บริโภคเกิดจากพื้นฐานด้านความต้องการ การหาทางตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเพื่อทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อนั้น เกิดจากแรงจูงใจ 2 ประการ คือ (1) แรงจูงใจที่มีเหตุผล (Rational motives) หมายถึง ปัจจัยที่เกิดขึ้นและถูกใช้เป็นข้อพิจารณาก่อนที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ซึ่งมักจะมีการพิจารณาในเชิงเปรียบเทียบด้านความประหยัด ความคงทน ความเชื่อถือและความไว้วางใจได้ ความสะดวกสบายในการซื้อหรือการใช้ เป็นต้น และ (2) แรงจูงใจทางอารมณ์ (Emotional motives) หมายถึง ปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในตัวของผู้บริโภคอันเกิดจากความรู้สึกนึกคิดต่อผลิตภัณฑ์ โดยไม่ใช้เหตุผลและมักเกิดขึ้นอย่างทันทีทันใดเมื่อเห็น ได้กลิ่น สัมผัสกับผลิตภัณฑ์ แรงจูงใจทางอารมณ์นี้มักเกี่ยวกับการเลียนแบบ ความเป็นอิสระ ตลอดจนความต้องการที่จะแตกต่างและเหนือผู้อื่น เช่น ความสุขทางใจ ความทะเยอทะยานความภาคภูมิใจ ความเชื่อมั่นในตนเอง เป็นต้น

อรุณีย์ ไรจนไพบุลย์ (2561) ได้แบ่งแรงจูงใจออกเป็น 2 ลักษณะดังนี้ (1) แรงจูงใจภายใน (Intrinsic motive) แรงจูงใจภายในเป็นสิ่งที่แสดงจากภายในตัวบุคคล เช่น ความตั้งใจ การมองเห็นคุณค่า เจตคติ ความต้องการ ความคิดเห็น ความสนใจ ความพอใจ สิ่งต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาแล้วนี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมแบบคงทน และ (2) แรงจูงใจภายนอก (extrinsic motives) แรงจูงใจภายนอกเป็นสิ่งที่ผลักดันภายนอกตัวบุคคล กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม เช่น ได้รับการยอมรับ ยกย่อง ได้รับรางวัล เกียรติยศชื่อเสียง คำชม เป็นต้น แรงจูงใจต่อพฤติกรรมแบบไม่คงทน บุคคลจะแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองสิ่งจูงใจ เฉพาะเวลาที่ต้องการรางวัล ต้องการเกียรติ ชื่อเสียง คำชม การยกย่อง การได้ยอมรับ เป็นต้น

จากนักวิชาการต่าง ๆ ให้ความสรุปว่า องค์ประกอบของแรงจูงใจ ประกอบด้วยแรงจูงใจภายใน และแรงจูงใจภายนอก โดยแรงจูงใจภายในนั้นจะหมายถึง แรงกระตุ้นภายในตัวบุคคลที่ทำให้เกิดพฤติกรรมนั้นๆ โดยที่ไม่หวังรางวัล ส่วนของแรงจูงใจภายนอกนั้นก็จะเป็นแรงจูงใจที่ได้รับอิทธิพลมาจากภายนอก ทั้งนี้แรงจูงใจอาจจะเกิดจากสิ่งเร้าภายในหรือภายนอกเพียงอย่างเดียว หรืออาจเกิดจากทั้ง 2 อย่างพร้อมกันเลยก็เป็นได้

## 2. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

### 2.1 ความหมายของประชากรศาสตร์

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2550) ได้ให้ความหมายของ ประชากรศาสตร์ ไว้ว่า เป็นลักษณะที่แตกต่างกันไปของแต่ละบุคคล โดยความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์จะมีอิทธิพลต่อการ สื่อสาร นอกจากนี้ อุดุลย์ จาตุรงค์กุล (2551) ยังได้กล่าวถึง ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย ด้านเพศอายุ ครอบครัว การศึกษา รายได้ โดยลักษณะประชากรศาสตร์ทั่วไปเหล่านี้ นักการตลาดส่วนใหญ่นิยมนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนทางการตลาดให้กับสินค้า และบริการ ที่หลากหลาย สอดคล้องกับที่ สุวสา ชัยสุรัตน์ (2552) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ (Demographic) หมายถึง ปัจจัยที่เป็นหลักเกณฑ์ที่ใช้แบ่งแยกถึงลักษณะทางประชากรที่อยู่ในตัวบุคคล เช่น อายุ เพศ การศึกษา รายได้ ขนาดครอบครัว ครอบครัวอาชีพ วัฏจักรชีวิต เชื้อชาติ ศาสนา สัญชาติ และสถานภาพทางสังคม เป็นต้น และ ภาวิณี กาญจนภา (2559) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ หรือ ที่เรียกว่า Demographics คือการกระจายของประชากร ลักษณะการกระจุกตัว เพศ อาชีพ การศึกษา อายุ และรายได้ นั้น จะเป็นสิ่งที่องค์กรธุรกิจให้ความสำคัญที่ต้องนำมาอธิบายคุณลักษณะต่างๆ ของประชากร ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญ สำหรับองค์กรต่างๆ ที่นิยมใช้ประชากรศาสตร์เพื่อแบ่งสัดส่วนทางการตลาด โดยลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคนั้น มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคทั้งทางตรงและทางอ้อม

จากความหมายของนักวิชาการต่าง ๆ ให้ความสรุปว่า ประชากรศาสตร์ หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ที่บ่งบอกถึงบุคคลนั้นๆ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพ ข้อมูลเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนทางการตลาด

### 2.2 องค์ประกอบของประชากรศาสตร์

Kotler (2000) กล่าวว่า คุณสมบัติส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการทางการตลาดนั้นมีปัจจัยต่าง ๆ ที่สำคัญ ดังต่อไปนี้ 1) เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญ เนื่องจากเพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการแตกต่างกัน ส่วนใหญ่อาจเกิดจากพื้นฐานการเลี้ยงดูของแต่ละบุคคล 2) อายุ เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญ เนื่องจากอายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรม

การซื้อสินค้าและบริการแตกต่างกัน เช่นกลุ่มที่มีอายุน้อยมีความสนใจเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ส่วนกลุ่มที่มีอายุเยอะมีความสนใจสินค้าที่เกี่ยวกับการดูแลตนเอง รักษาสุขภาพ ความปลอดภัย 3) สถานภาพการสมรส ทุกคนมีสถานภาพที่แตกต่างกัน บางคนมีความเกี่ยวข้องข้องกับการแต่งงาน การเป็นหม้าย การแยกกันอยู่ การหย่าร้าง และการเป็นโสด ซึ่งการตลาดจะนำเสนอขายผลิตภัณฑ์และบริการให้เหมาะสมตรงกับกลุ่มเป้าหมาย 4) ระดับการศึกษา เป็นตัวแปรที่สำคัญที่เป็นคุณสมบัติส่วนบุคคล เนื่องจากแสดงถึงฐานะความเป็นอยู่และความสนใจในสิ่งต่าง ๆ ซึ่งเป็นตัวสื่อกลางที่วัดระดับทัศนคติ และความคิดเห็นของคนกลุ่มนี้ โดยผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าส่วนใหญ่จะมีชีวิตที่ดีกว่ากลุ่มผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า 5) รายได้ หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจ เป็นตัวแปรที่สำคัญอย่างหนึ่ง เนื่องจากระดับช่วงรายได้ของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ทำให้สถานภาพทางเศรษฐกิจความเป็นของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน ช่วงระดับรายได้มีผลต่อตราสินค้าและบริการในการจับจ่ายใช้สอย ซึ่งคนที่มีระดับรายได้ต่ำมีความสนใจซื้อสินค้าและบริการที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ และการต่อรองราคา ส่วนคนที่มีระดับรายได้สูงมีความสนใจซื้อสินค้าและบริการที่มีความพรีเมียม ราคาสูง และคุณภาพดี โดยเน้นภาพลักษณ์ของสินค้าเป็นหลัก

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2551) อธิบายว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ รวมถึง อายุ เพศ การศึกษา รายได้ และวงจรชีวิตครอบครัว เป็นต้น ลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้นมีความสำคัญต่อการกำหนดอุปสงค์ (Demand) ของตัวสินค้าทั้งหลายที่นักการตลาดนำมากำหนดเพราะการเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์ แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด และการเกิดตลาดใหม่ ในส่วนด้านตลาดเดิมก็จะหมดไปหรือลดความสำคัญลง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญประกอบด้วย 1) อายุ (Age) การเปลี่ยนแปลงในเรื่องอายุโดยนักการตลาดต้องให้ความสำคัญ 2) เพศ (Gender) จำนวนสตรีสมรสหรือโสดที่ทำงานนอกบ้านเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ปัจจุบันสตรี เป็นผู้ซื้อรายใหญ่ มีอำนาจในการใช้จ่ายซึ่งที่แล้วมาผู้ชายเป็นผู้ตัดสินใจซื้อ เป็นสิ่งที่นักการตลาดต้องคำนึง 3) วงจรครอบครัว (Marital status) เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมที่สำคัญในแต่ละขั้นตอนต่างๆ ของวงจรชีวิตครอบครัว และ 4) การศึกษา และรายได้ (Education and Income) เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการศึกษาและรายได้ จะส่งผลและมีอิทธิพลเป็นอย่างมาก ในการใช้จ่ายจะเป็นสิ่งสำคัญ เพราะแบบแผนการใช้จ่ายนั้นขึ้นอยู่กับรายได้ที่ได้รับ

ปรมะ สตะเวทิน (2553) กล่าวว่า คนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน โดยสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้ 1) เพศ ความแตกต่างของเพศทำให้การติดต่อสื่อสารแตกต่างกัน เช่น เพศหญิงอาจมีความต้องการที่จะสื่อสารในการส่งสารและรับสารมากกว่าเพศชาย เพศหญิงและเพศชายมีทัศนคติ ความคิด และค่านิยมที่แตกต่างกัน เนื่องจากสังคม

เป็นผู้กำหนดบทบาทของแต่ละเพศไว้ 2) อายุ มีความแตกต่างกันในเรื่องพฤติกรรม เรื่องความคิดทำให้บุคคลนั้นแตกต่างกัน เช่น คนที่อายุน้อยจะมีความคิดที่อิสระ มองโลกในแง่ดี มากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนอายุมากก็มักจะมีความคิดที่ยึดถือการปฏิบัติ ระมัดระวังโลกในแง่ร้ายหรือเป็นนักอนุรักษ์นิยม เพราะได้ผ่านประสบการณ์ชีวิตมากกว่า 3) การศึกษา ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน เช่น คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบในการเป็นผู้รับสารที่ดีเพราะเป็นผู้มีความรู้กว้างขวาง สามารถทำความเข้าใจสารได้ดีจะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ หากปราศจากหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอในขณะที่คนมีการศึกษาดำมักจะใช้สื่อวิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อประเภทอื่น 4) สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง สถานภาพทางสังคม อาชีพ และรายได้ ย่อมมีอิทธิพลอย่างมากต่อปฏิกริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารเพราะแต่ละคนมีเป้าหมาย ประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

สุदारัตน์ พิมลรัตนกานต์ (2556) กล่าวว่า ปัจจัยที่กำหนดการบริโภคของผู้บริโภคแบ่งเป็น 3 ประเภทดังนี้ 1) การศึกษา ผู้บริโภคที่มีการศึกษาดีจะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการที่ดีและมีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว เพราะมีประสบการณ์ และการเรียนรู้ที่ดี 2) วัยและเพศของผู้บริโภค วัยและเพศเป็นปัจจัยที่กำหนดกำหนดการตัดสินใจที่รอบครอบในการตัดสินใจซื้อ เกี่ยวกับชนิดและปริมาณในการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค เช่น วัยผู้ใหญ่จะพิจารณาอย่างรอบครอบกว่าวัยรุ่น และ 3) รายได้ของผู้บริโภค เป็นสิ่งกำหนดให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าและบริการถ้าผู้บริโภครายได้มากก็จะซื้อสินค้าและบริการมาก โดยเหมาะสมกับรายได้ของตนเอง

ภาวิณี กาญจนานา (2559) กล่าวว่า ตัวแปรทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย 1) เพศ เพศหญิงและเพศชายที่แตกต่างกันจะมีบทบาทในด้านพฤติกรรมที่จะแสวงหาและการเลือกรับสื่อและข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน รวมถึงพฤติกรรมด้านความจำเป็น ความต้องการผลิตภัณฑ์ รูปแบบหรือผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน 2) อาชีพ โดยบุคคลที่มีอาชีพแตกต่างกันอาจมีความชื่นชอบแตกต่างกันในสินค้าแต่ละประเภท โดยใช้เป็นปัจจัยที่นำมาใช้ในการอ้างอิงถึงถึงแนวโน้ม ค่านิยม วิธีการดำเนินชีวิต และกระบวนการบริโภคของบุคคลได้ 3) การศึกษา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อของบุคคล โดยบุคคลที่มีการศึกษาแตกต่างกันจะมีความชื่นชอบประเภทของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน 4) อายุ เป็นตัวแปรที่อธิบายถึงพฤติกรรมทางด้านวัฒนธรรม และบรรทัดฐานทางทัศนคติของกลุ่มบุคคลที่มีอายุแตกต่างกัน อายุส่งผลกระทบบ วิธีการดำเนินชีวิตของบุคคล 5) รายได้ เป็นตัวแปรที่ไม่สามารถนำมาอธิบายพฤติกรรมการซื้อของบุคคลได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องใช้ควบคู่กับกับตัวแปรอื่น ๆ เช่น อาชีพ หรือการศึกษา เป็นต้น

จากนักวิชาการต่าง ๆ ให้ความสรุปว่า องค์ประกอบของประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพ ทั้งนี้ผู้วิจัยนำมาเพื่อศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุ

### 3. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

#### 3.1 ความหมายของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

ประยุทธ์ ไทยธานี (2550) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง กิริยาอาการที่ได้มาภายหลังการกำเนิด จากการทำที่เข้าร่วมสังสรรค์กับเพื่อนมนุษย์ ซึ่งแตกต่างจากพฤติกรรมที่มีมาแต่กำเนิด พฤติกรรมส่วนใหญ่จะประพฤติปฏิบัติตามแบบแผนของกฎระเบียบหรือวิธีการ ที่มีอยู่ในสังคม รวมทั้งวัฒนธรรมที่มีอยู่ในสังคมนั้น ๆ ซึ่งมนุษย์ยอมเข้าใจในสถานภาพและบทบาทตามที่กลุ่มสังคมคาดหวัง นอกจากนี้ ธีรวัฒน์ กิจงาม (2562) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง กิริยาอาการที่แสดงออกหรือการปฏิบัติใด ๆ โดยการกระทำซึ่งมีทั้งพฤติกรรมภายนอก และพฤติกรรมภายใน เป็นไปโดยรู้สึกตัว และไม่รู้สึกรู้ตัว โดยทั่วไปแล้วพฤติกรรมอาจเป็นได้ทั้งสิ่งที่พึงประสงค์หรือไม่พึงประสงค์ ขณะที่ ซาดิเซีย หล้าดา (2552) กล่าวว่า พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต หมายถึง การกระทำหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งได้แก่ วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต เนื้อหาบนอินเทอร์เน็ตที่ใช้ สถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต วัน เวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต บุคคลที่ใช้อินเทอร์เน็ตร่วมด้วย และบริการบนอินเทอร์เน็ตที่เข้าใช้ สอดคล้องกับพิมพ์วิภา ไพ เปรมสมิทธิ (2553) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต เป็นการกระทำหรือกิจกรรมที่ผู้ใช้ดำเนินการเพื่อให้ได้สารสนเทศ พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเริ่มขึ้น เมื่อบุคคลพบว่าตนเองต้องการสารสนเทศเพื่อใช้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จากนั้นแสวงหาสารสนเทศจากแหล่งสารสนเทศประเภทต่าง ๆ เพื่อให้ได้สารสนเทศที่ต้องการ และใช้สารสนเทศนั้น ในส่วนของ ประภาวดี สืบสนธิ (2559) กล่าวว่า พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต คือการแสวงหาสารสนเทศเป็นการนำสารสนเทศมาใช้ และประเมินผลการใช้สารสนเทศนั้นว่าสารสนเทศสามารถตอบสนองของความต้องการได้ เนื่องจากสามารถนำมาลดความไม่รู้ ความไม่แน่ใจ ตอบปัญหาในสิ่งที่สงสัย หรือคำถามได้ จะทำให้การแสวงหาสารสนเทศสิ้นสุดลง

จากความหมายของนักวิชาการต่าง ๆ ให้ความสรุปว่า พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต หมายถึง การกระทำที่บุคคลแสดงออกโดยเกิดจากความเชื่อ ความคิดเห็น ความรู้สึก ซึ่งผู้กระทำจะทำโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม โดยที่อาจจะแสดงออกมามากภายนอก หรือสิ่งที่อยู่ภายในใจของบุคคล หรือแม้กระทั่งจากสภาพแวดล้อมเป็นตัวนำพา ซึ่งอาจแสดงออกได้ทั้งทางบวกและทางลบจนเกิดเป็นการแสวงหาสารสนเทศและใช้อินเทอร์เน็ต

### 3.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552) อธิบายถึง การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค คือ 6W1H ที่ประกอบด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who) ผู้บริโภคจะซื้ออะไร (What) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Who) ซื้อเมื่อใด (When) ซื้อที่ไหน (Where) และซื้ออย่างไร (How) โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1) ใครอยู่ในตลาดกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายคือใคร ซึ่งกลุ่มเป้าหมายของตลาด ประกอบด้วย กลุ่มวัยรุ่น วัยทำงาน เป็นต้น 2) ผู้บริโภคซื้ออะไร สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อซึ่งต้องเป็นผลประโยชน์สูงสุดของการซื้อ เช่น คุณประโยชน์ที่ได้รับ เป็นต้น 3) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อ และเหตุจูงใจที่แท้จริงในการตัดสินใจซื้อ เช่น เพื่อความสวยงาม เพื่อดูแลสุขภาพ เพื่อควบคุมการลดน้ำหนัก เป็นต้น 4) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ บทบาทของบุคคลต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เช่น เพื่อน ครอบครัว ดารา นักแสดง เป็นต้น 5) ผู้บริโภคซื้อ เมื่อใด โอกาสที่จะซื้อ สินค้า เช่น ลูกค้านักชื้อสินค้าในช่วงใดมากที่สุด เป็นต้น 6) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคทำการซื้อ เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าเฉพาะ ร้านโมเดิร์นเทรด เป็นต้น 7) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผล การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ และหากผู้บริโภคซื้อแล้วเกิดความพึงพอใจ ก็จะทำให้เกิดการบอกต่อ หรือกลับมาซื้อซ้ำ

สรุปได้ว่า การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อสร้างสิ่งกระตุ้นหรือกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องและเหมาะสมสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### 3.3 องค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

เอมิกา เหมมินทร์ (2556) กล่าวว่าในการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต จะเป็นการศึกษาเกี่ยวกับ ช่องทางที่ใช้บ่อยที่สุด ความถี่ในการใช้ต่อวัน ช่วงเวลาที่ใช้ ระยะเวลาที่ใช้ต่อวัน ใช้เพื่อวัตถุประสงค์ใดมากที่สุด คุณสมบัติที่ชอบมากที่สุด และแหล่งหรือสื่อที่ทำให้สนใจใช้

กันตพล บรรทัดทอง (2557) กล่าวถึงพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการใช้ ช่องทางการใช้ สถานที่ที่ใช้ ความถี่ในการใช้ ระยะเวลาในการใช้ นอกจากนี้สมาน ลอยฟ้า (2557) ได้กล่าวถึงลักษณะพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต การใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน เวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละครั้ง ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต จำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์ อุปกรณ์ที่ใช้ในการติดต่ออินเทอร์เน็ต สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต สมาชิกในครอบครัวที่ใช้อินเทอร์เน็ต กิจกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ประเภทเว็บไซต์ที่ใช้ ค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ต เหตุผลในการใช้อินเทอร์เน็ต ขณะที่ สุวิษ ธีระโคตร และวีรพงษ์ พลนิกรกิจ (2561) กล่าวว่าในการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้และการรู้เท่าทันอินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย ประสบการณ์

การใช้งานอินเทอร์เน็ต วัตถุประสงค์หลักของการใช้ และสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ ในส่วนของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2565) ได้สำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตโดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อรวบรวมข้อมูลที่แสดงลักษณะและแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง โดยพบว่าพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตประกอบด้วย ช่วงเวลาที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ต อุปกรณ์ที่ใช้เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต กิจกรรมที่ใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้งาน

จากนักวิชาการต่าง ๆ ให้อำนาจสรุปว่า องค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตประกอบด้วย ช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต จำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ต สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต อุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และค่าใช้จ่าย ทั้งนี้ผู้วิจัยนำมาเพื่อศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุ

#### 4. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยี

##### 4.1 ความหมายของการยอมรับเทคโนโลยี

Davis (1989) ได้ให้ความหมายของการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศไว้ว่าเป็นพฤติกรรมหรือการกระทำโดยตรงจากทัศนคติและมีอิทธิพลที่มีต่อการใช้งานระบบสารสนเทศโดยตรง และอิทธิพลทางอ้อมในการรับรู้ว่าการใช้งานมีความยากง่าย และการรับรู้ถึงประโยชน์ผู้ใช้งานนั้น จะแสดงพฤติกรรมในรูปแบบไดออกมากี่ขึ้นอยู่กับทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ถ้าผู้ใช้มีทัศนคติเชิงบวกกับระบบสารสนเทศก็จะมีพฤติกรรมการยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศด้วย นอกจากนี้ Chu and Chu (2011) ได้ให้ความหมายของคำว่า การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) หมายถึง การทำความเข้าใจและการตัดสินใจที่จะยอมรับในเทคโนโลยี เพื่อนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน โดยมีความหมายสอดคล้องกับเอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล (2554) ได้ให้ความหมายของคำว่า การยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นการนำเทคโนโลยีนั้นมาใช้ให้เป็นไปได้โดยสิ่งที่ตามมา คือ ก่อให้เกิดการลงทุนกับการยอมรับ ขณะที่สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร (2555) ได้ให้ความหมายการยอมรับเทคโนโลยี ว่ามีองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ พฤติกรรม ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยีและ การใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้นซึ่งทำให้นบุคคลเกิดความเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับ เช่นเดียวกับอัครเดช ปิ่นสุข (2558) ได้กล่าวถึงการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นการวางแผนการใช้งานเทคโนโลยีใหม่ ซึ่งเกิดจากบุคคลรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งานที่จะได้รับจากการใช้งานเทคโนโลยีใหม่ โดยบุคคลสามารถเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีใหม่ได้ด้วยตนเอง และการยอมรับเทคโนโลยีใหม่นั้นโดยผู้ใช้มีการวางแผนที่จะคิดวิเคราะห์เรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ใช้ได้ทดลองใช้และพึงพอใจ จึงถือว่าเป็นการยอมรับเทคโนโลยีและตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยีใหม่ของบุคคล

จากความหมายของนักวิชาการต่าง ๆ ให้อำนาจสรุปได้ว่า การยอมรับเทคโนโลยีหมายถึง เป็นการนำเทคโนโลยีมาใช้งานเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตัวบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ การนำเทคโนโลยีมาใช้งานจะสามารถทำให้แต่ละบุคคลนั้นมีความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ และทักษะในการใช้งานเพิ่มมากขึ้นที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม ทักษะคติ และการใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น

## 4.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

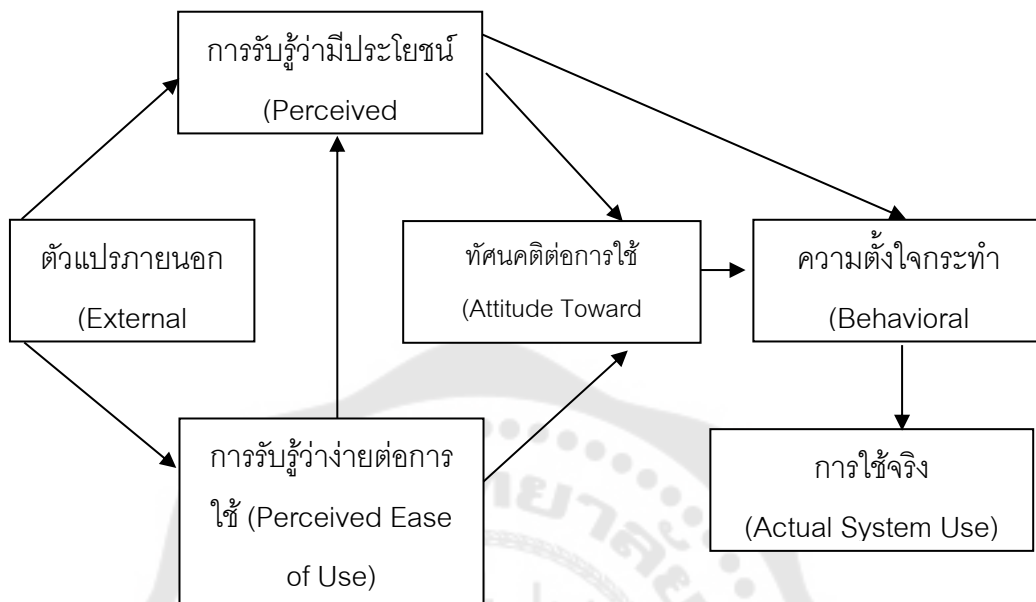
การศึกษาการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Acceptance Research) เป็นการศึกษาในเชิงพฤติกรรมมนุษย์ เพื่ออธิบายวิธีการและเหตุผลของแต่ละบุคคลในการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่สามารถชี้แจงการให้คำอธิบายและการพยากรณ์การยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสร้างความเข้าใจอิทธิพลของปัจจัยต่างๆที่เป็นตัวช่วยและตัวเร่งให้เกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของแต่ละบุคคลหรือแต่ละองค์กร รวมทั้งการแสดงให้เห็นถึงเหตุผลของการลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในอนาคต ซึ่งการยอมรับเทคโนโลยีมีหลายแบบจำลองทางทฤษฎีที่ถูกนำมาใช้เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้และพฤติกรรมการใช้งานที่เกิดขึ้น ในขณะที่หลายตัวแบบรวมการรับรู้ความง่ายของการใช้งานและการรับรู้ประโยชน์ที่ได้จากการใช้งานเป็นปัจจัยการยอมรับ อาทิเช่น ตัวแบบการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model หรือ TAM) เป็นรูปแบบที่ใช้กันอย่างแพร่หลายมากที่สุดของการยอมรับของผู้ใช้และการใช้งาน (สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร, 2555)

Davis (1989) กล่าวว่า รูปแบบการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) เป็นทฤษฎีที่ได้พัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ของ Ajzen and Fishbein (1975) มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแบบแผนในการทำนายการยอมรับด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ TAM เป็นแนวคิดพื้นฐานสำหรับการอธิบายการเชื่อมโยงระหว่างตัวแปร 2 โครงสร้าง มีดังนี้

1. การรับรู้ว่ามีประโยชน์ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use) เป็นตัวแปรหลักที่สำคัญของ TAM ซึ่งหมายถึง ระดับที่บุคคลเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศนั้นจะสามารถประสิทธิภาพในการทำงาน และสมรรถนะ ให้มากขึ้น การที่บุคคลได้รับรู้ถึงเทคโนโลยีที่นำมาใช้นั้น ทำให้เกิดเกิดประโยชน์และสามารถที่จะเสนอทางเลือกที่มีคุณค่าในการปฏิบัติงานได้ รวมทั้งถ้าใช้เทคโนโลยีใหม่จะทำให้ได้งานที่มีคุณภาพดีขึ้น หรือทำให้นางานนั้น ๆ ใช้ระยะเวลาอันน้อยลง เสรีเร็วขึ้น ทำให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) ในทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีถือว่าการรับรู้ประโยชน์เป็นปัจจัยสำคัญที่บ่งชี้ถึงการยอมรับ (Adoption) หรือความตั้งใจที่จะใช้และการใช้เทคโนโลยี อันเนื่องมาจากการรับรู้

ว่ามีประโยชน์มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการยอมรับ และการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการใช้ นอกจากนี้ Agarwal and Prasad (1999) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ว่ามีประโยชน์ และการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน ดังนี้ 1) การรับรู้ว่ามีประโยชน์ (Perceived Usefulness) หมายถึง ระดับความเชื่อของบุคคลว่าจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ต่อการใช้งานเทคโนโลยีนั้น ๆ และหมายถึงการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดการรับรู้ของแต่ละบุคคล กล่าวคือ แต่ละบุคคลจะรับรู้ได้ว่าเทคโนโลยีนั้นจะมีส่วนช่วยในการพัฒนาผลงานของตนเอง และศักยภาพได้อย่างไรบ้าง และ 2) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) หมายถึง ระดับความเชื่อว่าการใช้งานนั้นสามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องใช้ความพยายามมากนักในการใช้งาน นั่นคือ ใช้งานง่าย และรวมถึงการรับรู้ถึงความยากง่ายในการใช้งานนั้น จะเป็นตัวกำหนดการรับรู้ว่ามีความสำเร็จหรือปริมาณที่จะได้รับว่าตรงกับที่ต้องการหรือไม่

2. ทศนคติต่อการใช้ (Attitude Toward Using) พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้ (Behavioral Intentions to Use) และการใช้จริง (Actual System Use) หมายถึงระดับที่ผู้ใช้คาดหวังต่อเทคโนโลยีที่เป็นเป้าหมายที่จะใช้ว่าเทคโนโลยีนั้น ซึ่งจะต้อง มีความง่ายและมีความเป็นอิสระจากความมานะพยายาม เป็นตัวแปรหลักที่สำคัญอีกตัวแปรหนึ่ง มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการยอมรับการใช้งาน หรือความตั้งใจที่จะใช้งาน และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการใช้โดยส่งผ่านพฤติกรรมการยอมรับ ซึ่งหากเทคโนโลยีไม่ซับซ้อน ใช้งานง่ายและมีความสะดวก จะทำให้เทคโนโลยีนั้นมีความเป็นไปได้ว่าจะได้รับการยอมรับจากผู้ใช้ การรับรู้ความง่ายในการใช้งานนั้น โดย พรพวรรณ ต้นเจริญ (2563) ได้ให้ความหมายของทัศนคติต่อการใช้ คือ ทัศนคติที่มีต่อการใช้ในแต่ละบุคคลที่มีความสนใจที่จะใช้ระบบเทคโนโลยีหรือยอมรับการใช้งานยอมรับต่อการใช้งานเทคโนโลยีอย่างไร และได้ให้ความหมายของ พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้ (Behavioral Intentions to Use) หมายถึง การตั้งใจที่จะใช้งาน ซึ่งขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลมีพฤติกรรมสนใจที่จะใช้เทคโนโลยี และยังกล่าวว่า การใช้จริง (Actual System Use) หมายถึง การที่แต่ละบุคคลการยอมรับเทคโนโลยีและนำเทคโนโลยีนั้นมาใช้งานจริง



ภาพประกอบ 2 โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

ที่มา: Davis et al. (1989)

จากภาพประกอบ สามารถอธิบายว่า ปัจจัยภายนอกเป็นสิ่งกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ว่ามีประโยชน์ (Perceived Usefulness) และส่งผลให้เกิดการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ซึ่งจะส่งผลต่ออิทธิพล ทัศนคติการใช้งาน ความตั้งใจจะใช้งาน และการใช้งานจริง และสามารถทำการประเมินความพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อเทคโนโลยีนั้นได้ นอกจากนี้ยังเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้ (Behavioral Intentions to Use) และโดยสรุปพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้นั้นจะเป็นตัวทำนายการใช้งานจริงของเทคโนโลยี (Davis, 1989)

ต่อมา Venkatesh et al. (2012) อธิบายว่า ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี หรือ UTAUT2 คือ ทฤษฎีที่อธิบายถึงการยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภค จนนำไปสู่การใช้เทคโนโลยี โดยหลักการของ UTAUT2 คือ การศึกษาพฤติกรรมที่มีผลมาจากแรงขับเคลื่อนจากความตั้งใจแสดงพฤติกรรม โดยปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรม หรือพฤติกรรมการใช้โดยมีหลัก 7 ประการ มีดังนี้

1. ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance expectancy) หมายถึง ความเชื่อของแต่ละคนว่าเทคโนโลยีที่ใช้ สามารถช่วยให้การทำงานของผู้ใช้งานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง คือ การรับรู้ถึงประโยชน์และความสามารถจากเทคโนโลยี ที่แต่ละบุคคลเชื่อว่าเทคโนโลยีช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้นสามารถอธิบายความความสัมพันธ์ความตั้งใจและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีได้

2. ความคาดหวังในความพยายาม (Effort expectancy) หมายถึง ระดับของความสะดวกเกี่ยวกับการใช้ระบบ ความง่ายในการใช้งาน ความชัดเจนและสามารถเข้าใจได้เมื่อมีการใช้งาน และคำนึงถึงความซับซ้อนของระบบต่อการใช้งาน

3. อิทธิพลของสังคม (Social influence) หมายถึง การรับรู้ของแต่ละบุคคลต่อกลุ่มคนที่มีอิทธิพลต่อตนเอง ซึ่งกลุ่มคนเหล่านั้นได้ให้ข้อเสนอแนะว่าควรใช้เทคโนโลยีใหม่เข้ามาช่วยในการปฏิบัติงาน ซึ่งปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมส่งผลโดยตรงสู่ความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรม ซึ่งมีอิทธิพลมาจากคำแนะนำให้ใช้งานเทคโนโลยี

4. สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating conditions) หมายถึง ความเชื่อของแต่ละบุคคล ที่เชื่อว่าการมีโครงสร้างพื้นฐานที่เพิ่มความสะดวกและส่งเสริมการใช้งานได้ มีความเกี่ยวข้องกับปัจจัย การรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเอง สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกและความสอดคล้องเหมาะสมกับผู้ใช้งาน

5. แรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic motivation) หมายถึง ความสนุกความพอใจที่ได้รับจากการใช้เทคโนโลยีเพื่อความบันเทิง

6. มูลค่าราคา (Price value) หมายถึง ความรู้ ความคิดและทักษะการเปรียบเทียบของผู้บริโภคเกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับและค่าใช้จ่ายเพื่อการใช้ประโยชน์นั้น ๆ เช่น ความคุ้มค่าจากการมีค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม ความคุ้มค่าที่ได้รับจากการเสียค่าใช้จ่ายในราคาที่ต่ำ

7. ความเคยชิน (Habit) หมายถึง การที่บุคคลมีแนวโน้มแสดงพฤติกรรมโดยอัตโนมัติเนื่องด้วยสิ่งที่เรารู้มาในอดีตและได้เคยปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอจนกลายเป็นอุปนิสัย

จากนักวิชาการต่าง ๆ ให้อธิบายสรุปว่า รูปแบบการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) เป็นแบบแผนในการทำนายการยอมรับด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยผู้วิจัยนำมาประยุกต์เพื่อศึกษาการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุ ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน การใช้งาน/ความยากง่าย และอิทธิพลทางสังคม

## 5. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต

### 5.1 ความหมายของประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต

Katz et al. (1973) กล่าวว่า การใช้อินเทอร์เน็ตนั้นให้ความสำคัญกับผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ เพื่อสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งเป็นการศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับสภาวะทางสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิดความคาดหวังจากสื่อ แล้วนำไปสู่การเปิดรับสื่อในรูปแบบต่างๆ อันก่อให้เกิด การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ สอดคล้องกับศิริพร พุทธิพัตร (2553) กล่าวว่า การใช้อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสิ่งที่ผู้รับสารกำหนดความต้องการของตนเอง รวมถึงความต้องการสื่อและเนื้อหาข่าวสารที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของตนเองได้ ในส่วนของประวีณา ห่อเนาวรัตน์ (2556) กล่าวว่า การใช้อินเทอร์เน็ต หมายถึง การใช้อินเทอร์เน็ตที่ได้รับจากการติดตามและใช้บริการจากอินเทอร์เน็ต เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ความบันเทิง ความสุข และการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม นอกจากนี้ ศุภรัตน์ วิฑูริกุลเจริญ (2550) กล่าวว่า การประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต เกิดจากความเชื่อที่ว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสารที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของตนเอง ซึ่งเกี่ยวกับทฤษฎีการใช้อินเทอร์เน็ตและความพึงพอใจ ซึ่งหมายถึง กระบวนการที่ผู้รับสารสนใจทราบเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ และทำการแสวงหาข่าวสารนั้น ขณะที่ ศิริส บันเก่า (2559) กล่าวว่า การใช้อินเทอร์เน็ต หมายถึง การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการแบ่งปันข้อมูลจากการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน

จากความหมายของนักวิชาการต่าง ๆ ให้อธิบายสรุปว่า ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต หมายถึง การที่ผู้รับสารกำหนดความต้องการของตนเองในการเลือกติดตามและใช้บริการจากอินเทอร์เน็ตเพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลซึ่งมีความต้องการที่แตกต่างกัน

### 5.2 องค์ประกอบประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต

McCombs and Becker (1979) กล่าวถึงการเลือกใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสนองความต้องการต่าง ๆ ดังนี้ (1) ต้องการรู้เหตุการณ์ โดยการสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ เพื่อให้รู้ทันเหตุการณ์ให้ทันสมัยและรู้ว่ามิอะไรมีความสำคัญพอที่จะเรียนรู้ (2) เพื่อช่วยในการตัดสินใจ โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน (3) เพื่อต้องการข้อมูลในการพูดคุยหรือสนทนา ในการรับข่าวสารจะทำให้บุคคลมีข้อมูลที่นำไปใช้ในการพูดคุยกับคนอื่น (4) เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัว (5) ต้องการเสริมความคิดเห็นหรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว และ (6) เพื่อความบันเทิง เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์ สอดคล้องกับที่ Dainton and Zelley (2022) กล่าวว่า ประโยชน์จากการใช้งานสื่อแบ่งเป็น 4 ประเภท คือ (1) ความบันเทิง (Entertainment) คือความต้องการความผ่อนคลาย ความตื่นเต้น หรือเพื่อลดความรู้สึกเบื่อหน่าย (2) ความต้องการข้อมูลข่าวสาร

(Information) คือความต้องการที่บุคคลใช้สื่อเพื่อค้นหาข้อมูลข่าวสาร เหตุการณ์สำคัญ คำแนะนำ ความรู้ (3) อัตลักษณ์บุคคล (Personal Identity) คือความต้องการใช้สื่อเพื่อสะท้อนหรือเสริมสร้างความเป็นตัวตนออกมา และ (4) ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลและการปฏิสัมพันธ์ในสังคม (Personal Relationships and Social Interaction) คือความต้องการที่บุคคลใช้สื่อเพื่อสร้างความสัมพันธ์ส่วนบุคคลกับความสัมพันธ์ในสังคม

ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุนั้นพบว่า ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มากกว่าร้อยละ 50 ของผู้ตอบแบบสอบถามมีการใช้โทรศัพท์มือถือและคอมพิวเตอร์โดยการใช้อินเทอร์เน็ตในการโทรและการท่องบนโลกอินเทอร์เน็ตเป็นกิจกรรมที่สำคัญสำหรับผู้สูงอายุ (Gitlow, 2014) นอกจากนี้ยังใช้ติดต่อสื่อสารกับครอบครัวและเพื่อนฝูง ทำธุรกรรมทางการเงินแบบออนไลน์และชำระค่าบริการต่าง ๆ ค้นหาข้อมูลข่าวสาร ชื่อของออนไลน์ เล่นเกม และใช้เพื่อความบันเทิงอย่างการดูหนังฟังเพลง ตามลำดับ (Chang et al., 2015) นอกจากนี้ สมาน ลอยฟ้า (2557) ยังได้สรุปว่า ผู้สูงอายุยังส่งคลิปข่าวเตือนภัย เหตุการณ์ข่าว รวมทั้งยังนิยมส่งคลิปวิดีโอตลก และข่าวขัน ซึ่งผู้สูงอายุจะท่องโลกอินเทอร์เน็ตโดยถือเป็นกิจกรรมยามว่าง ขณะที่พนม คลี่ฉายา (2563) กล่าวถึง การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีของผู้สูงอายุนั้น ประกอบด้วย การนำไปใช้ในกิจกรรมในชุมชนของตนเอง ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีทางด้านสุขภาพ โดยใช้ค้นหาข้อมูลจาก กูเกิล หรือยูทูป หรือการได้รับข้อมูลข่าวสารทางสุขภาพทางแอปพลิเคชันไลน์ในเรื่องที่ตนเองสนใจ และยังใช้ในเรื่องของคนบันเทิง อาทิ การดูหนังฟังเพลงที่ตนเองชื่นชอบ การดูข่าวสารและฟังธรรมะ ในขณะที่ยังมีการใช้ในแง่ของการผลิตงานเนื้อหาที่ตนเองเชี่ยวชาญโดยลงเผยแพร่ผ่านยูทูป หรือเฟซบุ๊ก นอกจากนี้ยังมีการใช้ในการทำงาน เช่น ส่งเอกสารสำคัญทางแอปพลิเคชันไลน์ หรือการตัดต่อวิดีโอ หรือรูปภาพ รวมทั้งผู้สูงอายุบางส่วนยังมีการใช้ในการติดต่อธุรกิจของตนเองโดยการสร้างเพจของตนเองเพื่อให้ลูกค้าได้เข้ามาชมสินค้าของตน

จากนักวิชาการต่าง ๆ ทั่วไป สรุปว่า องค์ประกอบของประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย เพื่อความบันเทิง เพื่อการติดต่อสื่อสาร เพื่อติดตามข่าวสาร เพื่อดูข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ และเพื่อใช้แสดงความคิดเห็นหรือความรู้ของตน

## 6. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ

### 6.1 ความหมายของผู้สูงอายุ

จารุวรรณ พิมพิค้อ (2552) ได้ให้ความหมายของคำว่าผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ทั้งชายและหญิง โดยนับอายุตามปฏิทินเป็นมาตรฐานสากล ในการเป็นผู้สูงอายุซึ่งทางราชการไทยได้กำหนดให้เป็นเกณฑ์ในการเกษียณอายุราชการของข้าราชการไทย ทั้งนี้ในการเป็น

ผู้สูงอายุนั้นจะรวมถึงองค์ประกอบที่มีการเปลี่ยนแปลงของร่างกายและจิตใจไปในทางที่เสื่อมลง มีบทบาททางสังคม และกิจกรรมในการประกอบอาชีพลดลง ในส่วนของสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล (2567) กล่าวว่า ผู้สูงอายุ หมายถึงผู้มีอายุ 60 ปีขึ้นไป และประชากรสูงอายุ หมายถึงประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป นอกจากนี้คณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติ (2553) ได้แบ่งช่วงอายุของกลุ่มผู้สูงอายุออกเป็น 3 ช่วง คือ 1) กลุ่มผู้สูงอายุวัยต้น มีอายุ 60 – 69 ปี 2) กลุ่มผู้สูงอายุวัยกลาง มีอายุ 70 -79 ปี และ 3) กลุ่มผู้สูงอายุวัยปลาย มีอายุ 80 ปีขึ้นไป

จากความหมายของนักวิชาการต่าง ๆ ให้อธิบายสรุปว่า ผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป เป็นวัยสุดท้ายของชีวิต เป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงในทางเสื่อมถอยทั้งด้านร่างกาย จิตใจและสังคมและเป็นบุคคลสมควรได้รับการอุปการะช่วยเหลือ รวมทั้งได้รับการดูแลจากลูกหลาน กลุ่มผู้สูงอายุ มี 3 กลุ่มคือ ผู้สูงอายุวัยต้น อายุ 60-69 ปี ผู้สูงอายุวัยกลาง อายุ 70-79 ปี และผู้สูงอายุวัยปลาย อายุ 80 ปีขึ้นไป

## 7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อารีย์ มัยยพงษ์ และเกื้อกุล ตาเย็น (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการเรียนรู้สื่อเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในยุคหลอมรวมเทคโนโลยี โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาระดับของปัจจัยด้านการยอมรับ ปัจจัยด้านการสนับสนุน ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ ที่ส่งผลต่อความต้องการเรียนรู้สื่อเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในยุคหลอมรวมเทคโนโลยี โดยการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการเรียนรู้สื่อเทคโนโลยี แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ และแนวคิดเกี่ยวกับ ความต้องการเรียนรู้สื่อเทคโนโลยี เป็นกรอบในการศึกษาวิจัย ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ในการวิจัยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 368 ตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

ผลการวิจัยพบว่า เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตนั้นสามารถช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถติดต่อสื่อสาร และมีความสัมพันธ์กับครอบครัว ญาติพี่น้อง บุตรหลานและเพื่อนๆ ที่อยู่ห่างไกลได้สะดวกยิ่งขึ้น และผู้สูงอายุสามารถสร้างความบันเทิง เริงใจ ทำให้คลายความเครียด ด้วยการรับชมภาพยนตร์และฟังเพลงบนอินเทอร์เน็ตได้เป็นอย่างมาก และในด้านของการสนับสนุนทางเทคโนโลยีนั้นการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตตามห้องสมุด สถานพยาบาลศูนย์บริการผู้สูงอายุและชมรมผู้สูงอายุต่างๆ โดยจัดให้มีเจ้าหน้าที่ให้คำปรึกษาแนะนำการใช้งานต่างๆ รวมถึงการให้ความรู้ อบรม และฝึก

ทักษะเกี่ยวกับการใช้สื่อเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุเพื่อการเข้าถึงข่าวสารสารสนเทศนั้นรวมถึงการรู้เท่าทัน ส่วนในด้านความต้องการเรียนรู้สื่อเทคโนโลยีของผู้สูงอายุมีปัจจัยด้านต่างๆ ดังนี้ ระดับการศึกษา อาชีพปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ประสิทธิภาพใช้คอมพิวเตอร์ โดยมีอิทธิพลร้อยละ 24.6 ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ และด้านการสนับสนุนเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ ทั้ง 2 ปัจจัยมีอิทธิพลร้อยละ 39.7

วีรณัฐ วิจารณ์ประภา (2560) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อระดับความสุขของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อ (1) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีกับระดับความสุขของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร (2) ศึกษาถึงปัญหาในการใช้เทคโนโลยีของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร (3) พัฒนาแนวทางในการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มความสุขให้แก่ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร และ (4) เป็นข้อมูลสำหรับเตรียมความพร้อมรองรับสังคมผู้สูงอายุแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับสังคมผู้สูงอายุ แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี แนวคิดเกี่ยวกับความสุข และแนวคิดเกี่ยวกับกิจการค้าเพื่อสังคม เป็นกรอบในการศึกษาวิจัย ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 480 ตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าไค สแควร์ (Chi Square)

ผลการวิจัยพบว่า ระยะเวลาที่ใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับระดับความสุขของผู้สูงอายุ โดยการใช้ 2-4 ชั่วโมงต่อวันมีผลต่อระดับความสุขของผู้สูงอายุมากที่สุด เช่นเดียวกับจำนวนวันที่ใช้ต่อสัปดาห์ โดยการใช้ 4-6 วันต่อสัปดาห์มีระดับความสุขมากที่สุด รวมถึงในส่วนของระยะเวลาห่างในการติดตามความเคลื่อนไหวในแต่ละครั้งนั้นเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกที่เมื่อผู้สูงอายุมีระยะเวลาห่างในการติดตามความเคลื่อนไหวในแต่ละครั้งในระยะเวลาห่างที่มากขึ้นระดับความสุขก็จะมากขึ้นโดยการติดตามมากกว่า 2 ชั่วโมงมีระดับความสุขมากที่สุด ขณะที่สถานที่ที่ใช้คือ การใช้จากที่ทำงานก็มีผลต่อระดับความสุขของผู้สูงอายุ ต่างจากอุปกรณ์ที่ใช้ที่การใช้จากแท็บเล็ต สมาร์ทโฟนหรือคอมพิวเตอร์ในตึกที่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อระดับความสุข สำหรับวัตถุประสงค์ในการใช้เทคโนโลยีนั้นมีความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เพื่อความบันเทิงกับการใช้เพื่อสังคมโดยการใช้เพื่อความบันเทิงให้ระดับความสุขมากกว่า สำหรับปัญหานั้นพบว่า ค่าบริการของผู้ให้บริการเป็นปัญหาสำคัญที่สุด

เฉลิมศักดิ์ บุญประเสริฐ (2560) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อ (1) ศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ และ (2) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ โดยการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับสังคมออนไลน์ แนวคิดเกี่ยวกับ แอปพลิเคชันไลน์ แนวคิด

เกี่ยวกับลักษณะและพฤติกรรมของผู้สูงอายุ และแนวคิดเกี่ยวกับ การยอมรับการใช้เทคโนโลยี เป็นกรอบในการศึกษาวิจัย ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ในการวิจัยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้สูงอายุทั้งเพศชาย และเพศหญิง ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำนวน 394 ตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุตั้งแต่ 66 ปี - 70 ปี สถานภาพหย่าร้าง/หม้าย ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเฉลี่ย 15,001 - 20,000 บาท ช่วงเวลา 15.01 น. - 21.00 น. จะมีการใช้บ่อยที่สุด โดยส่วนใหญ่ใช้งานทุกวัน และใช้ต่อเนื่องโดยใช้เวลาน้อยกว่า 30 นาที โดยมีการเรียนรู้จากคนใกล้ชิด ลูกหลาน ฟังกซ์ชันที่มีการใช้มากที่สุดคือ การสนทนาแบบส่งข้อความ และในการใช้แอปพลิเคชันมีวัตถุประสงค์หลัก คือ การพูดคุยหรือสนทนากับเพื่อนสนิท ในส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพล คือการรับรู้ถึงประโยชน์ รองลงมาคือ ปัจจัยความบันเทิง และปัจจัยความสะดวกสบาย ตามลำดับ

สุกัญญา ชนะสงค์ (2561) ได้ศึกษาอิทธิพลด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการสนับสนุนเทคโนโลยีและแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้สูงอายุในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อ (1) ศึกษาความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร (2) ศึกษาความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยบุคคล (3) ศึกษาด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร และ (4) ศึกษาด้านการสนับสนุนเทคโนโลยีและแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของผู้สูงอายุและการแบ่งกลุ่ม แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมและสื่อสังคมออนไลน์ แนวคิดเกี่ยวกับช่องว่างทางดิจิทัล แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยความต้องการเรียนรู้และการยอมรับสื่อเทคโนโลยี และแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในชีวิต เป็นกรอบในการศึกษาวิจัย ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างเป็นประชากรในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้สูงอายุในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ อาชีพปัจจุบันต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูง โดยภาพรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิง ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน และด้านการรับรู้ความง่ายของการใช้งาน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (3) ปัจจัยด้านการสนับสนุนเทคโนโลยีและแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านการสนับสนุนเทคโนโลยีและด้านแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สุวิข ธิระโคตร และวีรพงษ์ พลนิกรกิจ (2561) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้และการรู้เท่าทันอินเทอร์เน็ตและทัศนคติการใช้เนื้อหาด้านสุขภาวะบนอินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้และการรู้เท่าทันอินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุ และ(2) เปรียบเทียบทัศนคติของผู้สูงอายุต่อการใช้อินเทอร์เน็ตและเนื้อหาสาระด้านสุขภาวะ โดยการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ แนวคิดเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุ แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันอินเทอร์เน็ต และแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นกรอบในการศึกษาวิจัย ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ในการวิจัยกลุ่มตัวอย่างเป็น ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 ตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test ค่า F-test และการทดสอบ Post-hoc ด้วย LSD

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 50-55 ปี พักอาศัยอยู่นอกเขตเทศบาลเมือง ในส่วนระดับการศึกษา คือ มัธยมศึกษาและปริญญาตรี และมีการทำงานในส่วนราชการ โดยจะมีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต 1-5 ปี และใช้อินเทอร์เน็ตนั้นเพื่อการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนและผู้รู้ โดยผู้สูงอายุที่มี ระดับการศึกษา อาชีพ การทำงาน ประสบการณ์การใช้งาน และวัตถุประสงค์ในการใช้งานที่แตกต่างกันนั้น จะมีระดับการรู้เท่าทันอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และในส่วนการแสวงหาความรู้ด้านสุขภาพอนามัย ด้วยโปรแกรมเฟซบุ๊ก โดยมีระดับการรู้เท่าทันอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่อยู่ที่ทักษะการเข้าถึง การวิเคราะห์ 2) การเปรียบเทียบทัศนคติการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุที่มีประสบการณ์และวัตถุประสงค์การใช้งานที่แตกต่างกัน มีเหตุผลการใช้งานอินเทอร์เน็ต การให้ความเชื่อถือต่อเนื้อหาที่ได้รับ และการใช้ประโยชน์จากเนื้อหาที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ข้อเสนอแนะจาก

ผลการวิจัยนี้คือ ผู้ให้บริการด้านสุขภาพสามารถสื่อสารเนื้อหาสาระเกี่ยวกับสุขภาพกับผู้สูงอายุผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ แต่ต้องตระหนักถึงความไม่เท่าเทียมกันของระดับการรู้เท่าทันอินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุด้วย

อารียา ศรีแจ่ม (2562) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในยุคดิจิทัลโดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อ (1) ศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในยุคดิจิทัล และ (2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในยุคดิจิทัล โดยการศึกษานี้ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ และแนวคิดเกี่ยวกับ เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นกรอบในการศึกษาวิจัย ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ในการวิจัยกลุ่มตัวอย่างเป็นบุคคลที่เตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่วัยผู้สูงอายุ ที่มีอายุ 55 ปี ขึ้นไป จำนวน 549 ตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติแบบ Multivariate Analysis of Variance : MANOVA เนื่องจากการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระ 1 ตัวหรือมากกว่า และกลุ่มตัวแปรตามหลาย ๆ ตัว

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลทุกด้านของผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อการเข้าถึงเทคโนโลยี ยกเว้นด้านรายได้ โดยมีค่า R Squared มีค่าเท่ากับ .472 สำหรับตัวแปรตามด้านวัตถุประสงค์ และ การใช้แอปพลิเคชัน มีค่า R Squared มีค่าเท่ากับ .543 ส่วนตัวแปรตามด้านกิจกรรม มีค่า R Squared มีค่าเท่ากับ .535 ส่วนตัวแปรอิสระด้านวิธีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีอิทธิพลต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ โดยมีค่า R Squared มีค่าเท่ากับ .114 สำหรับด้านวิธีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านเนื้อหาการรับรู้ข้อมูลมีค่า R Squared มีค่าเท่ากับ .143 และด้านกิจกรรม มีค่า R Squared มีค่าเท่ากับ .109

ลฎาภา แผนสุวรรณ และจิตาพัชญ์ ไชยสิทธิ์ (2562) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการเรียนรู้สื่อเทคโนโลยีในยุคหลอมรวมเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในจังหวัดนครสวรรค์ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาระดับของปัจจัยด้านการยอมรับและปัจจัยด้านการสนับสนุนเทคโนโลยี และ ปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล การยอมรับเทคโนโลยีและการสนับสนุนเทคโนโลยีส่งผลต่อความต้องการเรียนรู้สื่อเทคโนโลยีในยุคหลอมรวมเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในจังหวัดนครสวรรค์ โดยการศึกษานี้ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี แนวคิดเกี่ยวกับการสนับสนุนเทคโนโลยี และแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการเรียนรู้สื่อเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ เป็นกรอบในการศึกษาวิจัย ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ในการวิจัยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 400 ตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลด้วย วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson

correlation) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple regression analysis) ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter multiple regression analysis)

ผลการวิจัยพบว่า ด้านการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยการใช้สื่อสังคมออนไลน์และเว็บสังคมออนไลน์เป็นช่องทางที่เปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุได้มีการสร้างสังคมใหม่และพบเพื่อนใหม่ ๆ รวมทั้งสามารถแบ่งปันข้อมูลระหว่างเพื่อนสมาชิกใหม่ได้ ด้านการสนับสนุนเทคโนโลยี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยการให้ความรู้และฝึกทักษะการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับผู้สูงอายุเพื่อการเข้าถึงและการรู้เท่าทัน การเปลี่ยนแปลง ระดับความต้องการเรียนรู้สื่อเทคโนโลยี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เพื่อติดต่อกับสมาชิกในครอบครัว ในส่วนปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการเรียนรู้สื่อเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ คือ ปัจจัยด้านการยอมรับและปัจจัยด้านการสนับสนุนเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ โดยทั้ง 2 ปัจจัยสามารถอธิบายความมีอิทธิพลได้ร้อยละ 60.00

พนม คลีณา (2563) ได้ศึกษาการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของผู้สูงอายุและข้อเสนอเพื่อการเสริมสร้างภาวะพหุพลังของผู้สูงอายุไทย โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อ (1) สำรวจปัจจัยตัวบุคคล ปัจจัยเทคโนโลยี แรงจูงใจในการใช้งานเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต สถานภาพการเข้าถึง การใช้งาน และความสามารถในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของกลุ่มผู้จะก้าวสู่วัยสูงอายุ และผู้สูงอายุวัยต้น (2) สำรวจการเข้าถึง การใช้งาน และการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของกลุ่มผู้จะก้าวสู่วัยสูงอายุ และผู้สูงอายุวัยต้น (3) สำรวจความสามารถในการใช้เทคโนโลยีในด้านการใช้งานสื่อดิจิทัล ด้านการใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับคนในครอบครัว และด้านการใช้เพื่อสร้างผลิตภาพและรายได้ของกลุ่มผู้จะก้าวสู่วัยสูงอายุ และผู้สูงอายุวัยต้น และ (4) สร้างข้อเสนอเพื่อการพัฒนาผู้สูงอายุให้สามารถนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการเสริมสร้างภาวะพหุพลัง ในด้านความสัมพันธ์ในครอบครัว การสร้างผลิตผลและรายได้ และการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล โดยการศึกษารั้วนี้ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับ ช่วงวัยชีวิตผู้ใหญ่และผู้สูงอายุ แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยตัวบุคคล เทคโนโลยี และแรงจูงใจการใช้เทคโนโลยีของผู้สูงอายุ แนวคิดเกี่ยวกับการเข้าถึง ลักษณะการใช้งาน และความสามารถในการใช้เทคโนโลยีของผู้สูงอายุ แนวคิดเกี่ยวกับภาวะพหุพลังและผลิตภาพของผู้สูงอายุ และแนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล เป็นกรอบในการศึกษาวิจัย ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ และวิจัยเชิงคุณภาพ ในการวิจัย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็น ผู้กำลังจะก้าวสู่วัยสูงอายุ มีอายุ 50-59 ปี และ ผู้สูงอายุ มีอายุ 60 ปีขึ้นไป กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้มีอายุ 50-70 ปีทั่วประเทศ 6 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก ภาคใต้ และกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 1,400 ตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequencies) ร้อยละ

(Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์หาค่าเฉพาะ (Factor Analysis) และใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งใช้งานอินเทอร์เน็ตมากกว่า 5 ปี มีความคล่องแคล่วในการใช้งานโทรศัพท์สมาร์ทโฟน ส่วนใหญ่อาศัยในพื้นที่มีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เกือบทั้งหมดมีโทรศัพท์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต จำนวนมากกว่าครึ่งจ่ายค่าบริการแบบเหมาจ่ายรายเดือน มีค่าใช้จ่ายบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงอยู่ระหว่าง 300-600 บาทต่อเดือนราคาโทรศัพท์สมาร์ทโฟนที่ใช้มีราคาระหว่าง 3,001-7,000 บาท 2) ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว อยู่ในระดับมากแต่ด้านสร้างรายได้ กลุ่มอายุ 50-54 ปี อยู่ในระดับน้อย และกลุ่มอายุ 55-70 ปี อยู่ในระดับน้อยที่สุด การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้สูงอายุกลุ่ม 60-70 ปี อยู่ระดับปานกลาง ในขณะที่กลุ่มผู้จะก้าวสู่ผู้สูงอายุ กลุ่ม 50-59 ปี อยู่ระดับมาก 3) ผลการวิจัยเชิงคุณภาพอธิบายเชิงลึกเพิ่มเติมว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีของผู้สูงอายุ ได้แก่ อาชีพ การเรียนรู้จากเทคโนโลยี ทักษะความสามารถ/การพัฒนาตนเอง ความซับซ้อนยุ่งยากของเทคโนโลยี ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตและความคุ้มค่า บุตรหลานที่อยู่ห่างไกลเป็นแรงผลักดันให้ใช้เทคโนโลยีเพื่อติดต่อสื่อสารใกล้ชิดกัน 4) ผู้สูงอายุมีอุปสรรคในการใช้เทคโนโลยี ได้แก่ ปัญหาทางด้านสายตา การหลงลืมภาษาอังกฤษ ความกังวลเรื่องความเสี่ยงและอันตรายจากการทำงาน 5) ผู้สูงอายุต้องการการสนับสนุนด้านการเข้าถึงบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ต้องการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน การสอนเรื่องของการใช้สื่อออนไลน์ในการขายสินค้าชุมชนสร้างเพจหรือการผลิตเนื้อหาออนไลน์ และธุรกิจการสร้างรายได้จากสื่อออนไลน์ 6) กรณีตัวอย่างผู้สูงอายุที่สามารถใช้เทคโนโลยีเสริมสร้างพหุผลิผลได้ มาจากความเป็นตัวตน ความคิด ความรู้ ทักษะ ความสามารถที่สั่งสมมานานของผู้สูงอายุ การก้าวข้ามอุปสรรคด้านเทคโนโลยีด้วยการเรียนรู้ด้วยตนเองและการสอนจากบุตรหลาน การสนับสนุนจากหน่วยงานและองค์กรสาธารณประโยชน์ ทั้งนี้การเชื่อมโยงระหว่างรุ่นวัยเป็นปัจจัย นอกจากนี้กรณีตัวอย่างสะท้อนให้เห็นว่าการหารายได้แบบอิสระบนสื่อออนไลน์ เป็นเส้นทางสู่ความมั่นคงทางรายได้ของผู้สูงอายุได้ และ 7) งานวิจัยสร้างข้อเสนอเพื่อการพัฒนาพหุผลิผลผู้สูงอายุในสังคมผู้สูงอายุยุคดิจิทัล เน้นการเตรียมพร้อมให้ผู้สูงอายุสามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ในการชีวิตประจำวันอย่างมีคุณภาพชีวิตที่ดี และมีความมั่นคงทางรายได้ มีความสามารถในการสร้างผลผลิตชุมชนได้ ประกอบด้วยข้อเสนอเชิงนโยบาย 2 ด้านหลัก ได้แก่ แนวนโยบายสวัสดิการพื้นฐานด้านเทคโนโลยี และคุณภาพชีวิตในสังคมผู้สูงอายุ 5G และ แนวนโยบายด้านความมั่นคงในชีวิตผู้สูงอายุด้วยเทคโนโลยี

ทินภัทร ปัญจมหาลาก (2563) ได้ศึกษาพฤติกรรมการสื่อสาร ผ่านแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ ในอำเภอเกาะจันทร์ จังหวัดชลบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อ (1) ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้แอปพลิเคชันไลน์ (2) ศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ และ (3) เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน ต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ โดยการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์และสังคมผู้สูงอายุแบบสมบูรณ์ แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ และแนวคิดเกี่ยวกับ การรู้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นกรอบในการศึกษาวิจัย ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ในการวิจัยกลุ่มตัวอย่างเป็นประชากรกลุ่มผู้สูงอายุในเขตพื้นที่อำเภอเกาะจันทร์ จังหวัดชลบุรี อายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 359 ตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากรกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent t-Test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) การวิเคราะห์ความเป็นอิสระของตัวแปร (Chi-square) และวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient)

ผลการวิจัยพบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 60 – 64 ปี รายได้ส่วนใหญ่ 10,000 – 20,000 บาท ระดับการศึกษาปริญญาตรีอาชีวศึกษา ก่อนเกษียณ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลักษณะการอยู่อาศัย อยู่กับคู่สมรสและบุตร ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านมีการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์เป็นประจำทุกวัน มากที่สุด รองลงมาคือ แอปพลิเคชันไลน์เป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการสื่อสาร ทำให้การสื่อสารกับบุคคลรอบข้างน้อยลง ไลน์เป็นช่องทางการสื่อสารที่สะดวกและรวดเร็ว การใช้ไลน์ทำให้ท่านได้เรียนรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ไลน์ทำให้ได้ติดต่อพูดคุยกับเพื่อนเก่าและเพื่อนใหม่ การใช้ไลน์ทำให้ท่านได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็นต่าง ๆ ของตนกับบุคคลอื่น ท่านพูดคุยกับแอปพลิเคชันไลน์กับบุคคลในครอบครัวมากกว่าพูดคุยกันตัวต่อตัว ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ปรากฏในไลน์ มีทั้งน่าเชื่อถือและไม่น่าเชื่อถือ การใช้ไลน์ทำให้ประหยัดค่าโทรศัพท์ สติกเกอร์ไลน์ คือ ภาพการ์ตูนเป็นสัญลักษณ์แสดงอารมณ์และความรู้สึกแทนคำพูด เพื่อติดต่อเรื่องการทำงาน เพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารเพื่อความรู้และความบันเทิง เพื่อติดต่อเกี่ยวกับการเข้าร่วมกลุ่ม/ร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อพูดคุย-แลกเปลี่ยนเรื่องในครอบครัว/ปัญหาส่วนตัว

บัณฑิตา โนโชติ (2564) ได้ศึกษา ประสบการณ์และการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีผลต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อ (1) ศึกษาประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้สูงวัยหลัง

เกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (2) ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (3) ศึกษาความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และ (4) ศึกษาประสบการณ์และการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีผลต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ โดยการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับสังคมผู้สูงวัยหลังเกษียณ แนวคิดเกี่ยวกับประสบการณ์การใช้งานของผู้บริโภค แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี และแนวคิดเกี่ยวกับความเต็มใจใช้งาน เป็นกรอบในการศึกษาวิจัย ใช้การวิจัยเชิงปริมาณในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้สูงวัยหลังเกษียณ อายุ 60 ปีขึ้นไป ที่มีประสบการณ์การใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 ตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในส่วนของการทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผู้ศึกษาได้ใช้การวิเคราะห์ Simple linear Regression Analysis และ Multiple linear Regression Analysis

ผลการวิจัยพบว่า ประสบการณ์ใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนผลการวิเคราะห์ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านอิทธิพลทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านอิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด ผลจากการวิจัยยังสะท้อนให้เห็นว่า ผู้สูงวัยที่ใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญในความสะดวกสบายในการใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา ปรับให้ตรงตามความต้องการเฉพาะบุคคลได้ ดังนั้น ทางผู้ประกอบการธุรกิจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ จึงควรมุ่งเน้นในส่วนการเก็บข้อมูลหนังสือที่ซื้อได้ไม่จำกัด เปิดใช้งานได้รวดเร็ว และมุ่งเน้นส่งเสริมสภาพแวดล้อม เพิ่มคุณภาพความสุขให้ผู้สูงวัยหลังเกษียณ โดยผู้สูงวัยเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อ

ตาราง 1 แสดงปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์

รายนามนักวิจัย (ปี)	ลักษณะทางประชากรศาสตร์									
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพก่อนเกษียณ	รายได้/เดือน	การอยู่อาศัย	สถานภาพสมรส	โครงสร้างครอบครัว	ประสบการณ์การใช้คอมพิวเตอร์	พื้นที่อยู่อาศัย
อารีย์ มัยงพงษ์ และเกอภูด ตา เย็น (2559)	/	/	/	/	/			/	/	
เฉลิมศักดิ์ บุญประเสริฐ (2560)	/	/			/		/			
วีรณัฐ วิจารณ์ประภา (2560)	/		/			/	/			
สุวิษ ธีระโคตร และวีรพงษ์ พล นิกรกิจ (2561)		/	/	/						/
สุกัญญา ชนะสงค์ (2561)	/		/	/	/		/			
อารีย์ยา ศรีแจ่ม (2562)	/	/	/	/	/	/				
พนม คลี่ฉายา (2563)	/	/	/	/	/		/		/	/
ลฎาภา แผนสุวรรณ และ จิตาพัชฎ์ไชยสิทธิ์ (2562)	/	/	/						/	
ทินภัทร ปัญจมหาลาก (2563)	/	/	/	/	/	/				
บัณฑิตา ไนโชติ (2564)	/		/		/	/	/			
<b>รวม</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2</b>

ตาราง 2 แสดงปัจจัยพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

รายนามนักวิจัย (ปี)	พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต								
	ช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต	ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต	จำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ต	สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต	อุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต	ค่าใช้จ่าย	วัตถุประสงค์ในการใช้	แอปพลิเคชันที่ใช้งาน	กิจกรรมที่เลือกให้
เฉลิมศักดิ์ บุญประเสริฐ (2560)	/	/	/			/	/		/
วีรณัฐ วจนประภา (2560)		/	/	/	/		/		
สุวิษ ธีระโคตร และวีร พงษ์ พลนิกรกิจ (2561)							/		/
อารีญา ศรีแจ่ม (2562)			/	/	/		/	/	/
พนม คลีฉายา (2563)		/	/		/				/
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>4</b>

ตาราง 3 แสดงปัจจัยการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต

รายนามนักวิจัย (ปี)	การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต						
	การรับรู้ถึงประโยชน์	ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	การใช้งาน/ความยากง่าย	อิทธิพลทางสังคม	ความสะดวกสบาย	ความบันเทิงในการใช้	มูลค่าราคา
อารีย์ มัยงพงษ์ และเกื้อกุล ตาเย็น (2559)	/	/	/	/	/	/	/
เฉลิมศักดิ์ บุญประเสริฐ (2560)	/	/	/	/	/	/	
สุกัญญา ชนะสงค์ (2561)	/	/	/	/		/	/
ลฎาภา แผนสุวรรณ และจิตาพัชญ์ไชย สิทธิ์ (2562)	/	/	/	/		/	/
บัณฑิตา โนโชติ (2564)	/		/	/			
<b>รวม</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>3</b>

ตาราง 4 แสดงปัจจัยประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต

รายนามนักวิจัย (ปี)	ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต							
	เพื่อความบันเทิง	เพื่อติดต่อสื่อสาร	เพื่อติดตามข่าวสาร	เพื่อข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ	เพื่อใช้แสดงความคิดเห็นหรือความรู้ของตน	เพื่อการทำงาน/ธุรกิจ	เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์	เพื่อเพิ่มทักษะความรู้
วีรณัฐ ใจจนประภา (2560)	/	/			/	/		/
สุกัญญา ชนะสงค์ (2561)	/	/	/	/	/			
อารีญา ศรีแจ่ม (2562)	/	/	/	/	/	/	/	
ลฎาภา แผนสุวรรณ และจิตา พัชฌ์ ไชยสิทธิ์ (2562)	/	/	/	/	/			/
ทินภัทร ปัญจมหาลาก (2563)	/	/	/	/	/	/		
<b>รวม</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>2</b>

### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

#### การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีที่ใช้อินเทอร์เน็ต

##### กลุ่มตัวอย่างและการกำหนดจำนวนตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีที่ใช้อินเทอร์เน็ต ผู้วิจัยกำหนดจำนวนตัวอย่างด้วยการคำนวณสูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Cochran (1977) โดยกำหนดให้มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 แทนค่าในสูตรดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

เมื่อ

$n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

$p$  = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร

$e$  = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

$Z$  = ค่า  $Z$  ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือระดับนัยสำคัญ

.05 มีค่า  $Z$  เท่ากับ 1.96

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{1.96^2}{4(0.05)^2}$$

$$= 384.16$$

จำนวนตัวอย่างขั้นต่ำที่มีความเหมาะสมที่คำนวณได้จากสูตรของ Cochran (1977) มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำเท่ากับ 385 ตัวอย่าง

### การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (probability) ซึ่งทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความเป็นตัวแทนของประชากรเป้าหมายที่ต้องการสรุปอ้างอิงไปถึง ทุก ๆ หน่วยของประชากรมีโอกาสที่จะถูกเลือกได้เท่า ๆ กัน (random sampling) โดยผู้วิจัยกำหนดให้มีการสุ่มตัวอย่าง 2 ขั้นตอน มีดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) คำนวณจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 385 คน ดังตารางที่ 5

ตาราง 5 การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา(Quota Sampling)

อำเภอ	จำนวนตัวอย่าง
อำเภอเมือง	65
อำเภอบางกรวย	64
อำเภอบางใหญ่	64
อำเภอปากเกร็ด	64
อำเภอบางบัวทอง	64
อำเภอไทรน้อย	64
รวม	385

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีที่ใช้อินเทอร์เน็ต โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ Google Form เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีคำถามคัดกรองสอบถามอำเภอที่อยู่ในปัจจุบันเพื่อให้ได้ตามกลุ่มตัวอย่างที่ได้ระบุไว้

## การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามปลายปิด (close-ended questions) มีขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม ดังนี้

1. กำหนดขอบเขตและจุดมุ่งหมายของแบบสอบถามและกำหนดคำนิยามศัพท์เฉพาะหรือคำศัพท์เชิงปฏิบัติการ (operational definition) ของทุกตัวแปรที่ต้องการสร้างแบบสอบถาม โดยคำนิยามศัพท์ต้องสอดคล้องกับคำนิยามศัพท์เชิงทฤษฎี (theoretical definition) และมีความเฉพาะเจาะจงกับประชากรที่ศึกษา

2. สร้างข้อความจากคำนิยามศัพท์เฉพาะ

3. กำหนดระดับการวัดของตัวแปรที่ต้องการศึกษา โดยงานวิจัยนี้มีระดับการวัด 3 ระดับ ประกอบด้วย นามบัญญัติ อันดับมาตราและช่วงมาตรา ออกแบบมาตรวัดและเลือกรูปแบบของแบบสอบถาม งานวิจัยนี้มี 3 ลักษณะ ประกอบด้วย แบบตรวจสอบรายการ (Check list) แบบจัดอันดับ (Rank order) และแบบมาตรวัดประมาณค่า (Rating scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert's Scale)

4. กำหนดเกณฑ์ในการให้ค่าคะแนนของข้อความในแต่ละข้อและเกณฑ์ในการแปลค่าคะแนน โดยใช้การแบ่งอัตรภาคชั้นเป็นเกณฑ์ในการแบ่งระดับคะแนนด้วยการคำนวณสูตรหาอัตรภาคชั้น ดังนี้

4.1 เกณฑ์ในการให้ค่าคะแนนของข้อความที่มีลักษณะเป็นแบบมาตรประมาณค่าตามแบบของลิเคิร์ต (Likert's Scale) มี 5 ระดับ เรียงจากน้อยไปหามากในแต่ละข้อ ดังแสดงในตารางที่ 6

ตาราง 6 เกณฑ์การให้ค่าคะแนนของข้อความ

ค่าคะแนน	ความหมาย
5	ท่านเห็นด้วยกับข้อความนั้นทุกประการ
4	ท่านเห็นด้วยกับข้อความนั้นค่อนข้างมาก
3	ท่านเห็นด้วยกับข้อความนั้นบ้างและไม่เห็นด้วยกับข้อความนั้นบ้าง
2	ท่านไม่เห็นด้วยกับข้อความนั้นค่อนข้างมาก
1	ท่านไม่เห็นด้วยกับข้อความนั้นเลย

4.2 เกณฑ์การแปลค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การแปลค่าของ บุญชม ศรีสะอาด (2556) กำหนดเกณฑ์ดังแสดงในตารางที่ 7

ตาราง 7 เกณฑ์การแปลค่าเฉลี่ย

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.51-5.00	มากที่สุด
3.51-4.50	มาก
2.51-3.50	ปานกลาง
1.51-2.50	น้อย
1.00-1.50	น้อยที่สุด

### ตัวอย่างแบบสอบถาม

4. แบบสอบถามส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพก่อนเกษียณ โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบแบบคำตอบเดียว ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลแบบประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) และเป็นแบบสอบถามมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choice) และใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) มีตัวอย่างดังนี้

ข้อ 1 เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

1. เพศชาย
2. เพศหญิง

ข้อ 3 สถานภาพสมรส ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

1. โสด
2. สมรส/อยู่ด้วยกัน
3. หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

5. แบบสอบถามส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่ ช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต จำนวนชั่วโมงในการใช้อินเทอร์เน็ต สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต อุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และค่าใช้จ่ายโดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบแบบคำตอบเดียว ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลแบบประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) และใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) มีตัวอย่างดังนี้

ข้อ 2 ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

1. ทุกวัน
2. ใช้ 5 – 6 วันต่อสัปดาห์
3. ใช้ 3 – 4 วันต่อสัปดาห์
4. ใช้ 1 – 2 วันต่อสัปดาห์

ข้อ 3 จำนวนชั่วโมงในการใช้อินเทอร์เน็ต ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

1. น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน
2. 1 – 2 ชั่วโมงต่อวัน
3. มากกว่า 2 ชั่วโมงต่อวัน

6. แบบสอบถามส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert's scale) มี 5 ระดับ เรียงจากน้อยไปหามาก มีตัวอย่างดังนี้

การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>การรับรู้ถึงประโยชน์</b>					
1. การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้รับรู้ถึงข้อมูลข่าวสารรวดเร็วขึ้น					
2. การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้ท่านแบ่งปันข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้น					

7. แบบสอบถามส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ตโดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert's scale) มี 5 ระดับ เรียงจากน้อยไปหามาก มีตัวอย่างดังนี้

ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>เพื่อความบันเทิง</b>					
1. การใช้อินเทอร์เน็ตทำให้ท่านรู้สึกผ่อนคลายและลดความเครียด					
2. การใช้อินเทอร์เน็ตทำให้ท่านรู้สึกสนุกสนานและเพลิดเพลิน					

8. แบบสอบถามส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุโดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert's scale) มี 5 ระดับ เรียงจากน้อยไปหามาก มีตัวอย่างดังนี้

แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ท่านต้องการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการผ่อนคลายความเครียด					
2. ท่านต้องการความสะดวกสบายในการติดต่อกับคนรู้จัก					

### วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือ

1. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น และแก้ไขเรียบร้อยแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ราย เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) การใช้สำนวนภาษาและความเหมาะสมของภาษากับกลุ่มตัวอย่างวิจัย เพื่อปรับปรุงแก้ไขครั้งสุดท้ายก่อนนำไปทดลองใช้ (Try Out) โดยมีผลการทดสอบระหว่าง 0.5 – 1.00

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงและแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 40 คน เพื่อนำผลมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ( $\alpha$ -Coefficient) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยมีค่าระหว่าง  $0 \leq \alpha \leq 1$  ซึ่งค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มากแสดงว่ามีค่าความเชื่อมั่นสูง โดยกำหนดเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ยอมรับได้ ควรมีค่ามากกว่า 0.70 ถึงจะเป็นแบบทดสอบที่มีความเชื่อมั่น (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2558) โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต	ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.944
2.2 ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต	ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.961
2.3 แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ต	ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.726

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูล que ผู้วิจัยได้จากการใช้แบบสอบถามออนไลน์เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีจำนวน 385 ชุด และนำข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างมาศึกษาวิจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี

## การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

### การจัดกระทำข้อมูล

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามที่ได้เก็บมาและคัดแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้ว มาลงรหัสตามที่กำหนดในแบบสอบถามแต่ละส่วน เพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

3. การประมวลผลข้อมูล (Data Entry) โดยนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการวิจัยสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานโดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. การประมวลผลข้อมูล นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปทางการวิจัยสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการอธิบายลักษณะกลุ่มตัวอย่างได้แก่

#### 1.1 ค่าร้อยละ (Percentage)

สูตรค่าร้อยละ (Percentage) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2558)

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ P แทน ร้อยละ

f แทน ความถี่ของข้อมูล

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

#### 1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)

สูตรค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2558)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ  $\bar{X}$  หมายถึง ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของกลุ่มตัวอย่าง

$\sum X$  หมายถึง ผลรวมของค่าต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง

n หมายถึง จำนวนคนทั้งหมดในกลุ่มเป้าหมาย

#### 1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation หรือ SD)

สูตรส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2558)

$$SD = \sqrt{\frac{N \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ  $SD$  แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  
 $\sum x^2$  แทน ผลรวมคะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่างยกกำลังสอง  
 $(\sum x)^2$  แทน ผลรวมคะแนนในกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดยกกำลังสอง  
 $n$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้ทดสอบค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability of the test) โดยใช้วิธีหาค่าครอนบักอัลฟา (Cronbach's alpha) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2558)

$$\text{Cronbach's } \alpha = \frac{k \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}{1 + (k-1) \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}$$

เมื่อ  $\alpha$  แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งหมด  
 $k$  แทน จำนวนของแบบสอบถาม  
 $\overline{\text{covariance}}$  แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ  
 $\overline{\text{variance}}$  แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

ผลลัพธ์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง  $0 < \alpha < 1$  ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

สถิติสำหรับการวิเคราะห์คุณภาพแบบสอบถาม ใช้การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ของ ( $\alpha$ -Coefficient) ของครอนบัก (Cronbach) โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2558)

3. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานต่างๆ ได้แก่

3.1 สถิติ Independent T-Test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน โดยมีสูตรการหาค่า  $t$  (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2558) ดังนี้

กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน ( $S_1^2 = S_2^2$ )

$$\text{สูตร } t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{Sp \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

สถิติที่ใช้ทดสอบ  $t$  มีชั้นแห่งความเป็นอิสระ  $df = n_1 + n_2 - 2$

เมื่อ	$\bar{x}_1$	แทน ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 1
	$\bar{x}_2$	แทน ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 2
	Sp	แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวอย่าง รวมจากตัวอย่าง ทั้ง 2 กลุ่ม
	$n_1$	แทน ขนาดตัวอย่างของกลุ่มที่ 1
	$n_2$	แทน ขนาดตัวอย่างของกลุ่มที่ 2
	$S_1^2$	แทน ค่าแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$S_2^2$	แทน ค่าแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน ( $S_1^2 \neq S_2^2$ )

$$\text{สูตร } t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{Sp \sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

สถิติที่ใช้ทดสอบ t มีชั้นแห่งความเป็นอิสระ = V

$$V = \frac{\left[ \left( \frac{S_1^2}{n_1} \right) + \left( \frac{S_2^2}{n_2} \right) \right]^2}{\frac{S_1^2}{n_1 - 1} + \frac{S_2^2}{n_2 - 1}}$$

เมื่อ	t	แทน ค่าสถิติพิจารณาใน t-distribution
	$\bar{x}_1$	แทน ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 1
	$\bar{x}_2$	แทน ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 2
	Sp	แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวอย่าง รวมจากตัวอย่าง ทั้ง 2 กลุ่ม
	$n_1$	แทน ขนาดตัวอย่างของกลุ่มที่ 1
	$n_2$	แทน ขนาดตัวอย่างของกลุ่มที่ 2
	$S_1^2$	แทน ค่าแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$S_2^2$	แทน ค่าแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	V	แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ

3.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance) ใช้ค่า F-Ratio กรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2558) โดยใช้สูตร

สถิติ F-test กรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2558)

$$\text{สูตร } F = \frac{MS(b)}{MS(w)}$$

เมื่อ  $F$  แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-Distribution

$MS(b)$  แทน ค่าแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

$MS(w)$  แทน ค่าแปรปรวนภายในกลุ่ม

กรณีผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้วต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Fisher's least significant difference (LSD) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2558)

$$LSD = t_{1-\frac{\alpha}{2}; n-k} \sqrt{MSE \left[ \frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

โดยที่  $n_i \neq n_j$

เมื่อ LSD แทน ผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่มที่  $i$  และ  $j$

$t_{1-\frac{\alpha}{2}; n-k}$  แทน ค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ  $t$ -distribution ระดับความเชื่อมั่น 95% และชั้นแห่งความเป็นอิสระภายในกลุ่ม  $= n - k$

$MSE$  แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม

$n_i$  แทน จำนวนตัวอย่างของกลุ่ม  $i$

$n_j$  แทน จำนวนตัวอย่างของกลุ่ม  $j$

$\alpha$  แทน ค่าความคลาดเคลื่อน

สถิติ Brown –Forsythe ( $\beta$ ) กรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2558)

$$\text{สูตร } \beta = \frac{MS(b)}{MS(w)}$$

$$\text{โดยค่า } MS(w) = \sum_{i=0}^k \left(1 - \frac{n_j}{N}\right) S_1^2$$

เมื่อ  $\beta$  แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown – Forsythe

$MS(b)$  แทน ค่าแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

$MS(w)$  แทน ค่าแปรปรวนภายในกลุ่ม

กรณีผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทดสอบเป็นรายคู่เพื่อดูว่ามีคู่ใดที่แตกต่างกันโดยใช้วิธี Dunnett's T3 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2558)

$$t = \frac{\bar{x}_i - \bar{x}_j}{MS_{(w)} \left( \frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

เมื่อ  $t$  แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน  $t$  - distribution

$MS_{(w)}$  แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม

$\bar{x}_i$  แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่  $i$

$\bar{x}_j$  แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่  $j$

$n_i$  แทน จำนวนตัวอย่างของกลุ่ม  $i$

$n_j$  แทน จำนวนตัวอย่างของกลุ่ม  $j$

3.3 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามหลายปัจจัย (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560) ดังนี้

หาค่า  $b$  ได้จาก

$$B_i = \frac{\sum xy_i - \sum x_i \sum y_i}{n \sum x_j^2 - (\sum x_i)^2}$$

หาค่า  $a$  ได้จาก

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

เมื่อ  $X$  แทน ตัวแปรอิสระ

$Y$  แทน ตัวแปรตาม

$k$  แทน จำนวนตัวแปรอิสระ

$\beta_0$  แทน ส่วนตัดแกน  $Y$  หรือ ค่าของ  $Y$  เมื่อ  $X$  มีค่าเป็นศูนย์

$e$  แทน ความคลาดเคลื่อนอย่างสุ่ม (Random error)

$\beta_0$  แทน ความชัน (Slope) ของเส้นตรง เรียกว่า สัมประสิทธิ์ความถดถอย (Regression Coefficient)

หาค่า  $R^2$  ได้จาก

$$R^2 = \frac{SSR}{SST}$$

ค่า  $R^2$  จะมีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 ถ้ากลุ่มของตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (Y) แล้ว  $R^2 = 0$  แต่ถ้าสมการถดถอยที่ประมาณได้เหมาะสมกับข้อมูลอย่างสมบูรณ์ แล้ว  $R^2 = 1$  โดยทั่วไปแล้วหากเพิ่มตัวแปรอิสระเข้าไปในสมการถดถอยจะทำให้ค่า  $R^2$  มีค่าสูงขึ้น

หาค่า Adjusted  $R^2$

$$\text{Adjusted } R^2 = 1 - \frac{\text{SSE}/(n-k-1)}{\text{SST}/(n-1)}$$

เป็นค่าวัดการถดถอยที่เหมาะสมกับข้อมูลโดยการนำองศาแห่งความเป็นอิสระขึ้นมาพิจารณา

$$\text{หาค่า } SE_{\text{est}} = \frac{S_{YY} - bS_{XY}}{n-2}$$

วิเคราะห์ค่าที่ใช้บอกระดับความสัมพันธ์ Coefficient of Correlation (r) โดยที่ค่าที่อยู่ใกล้ -1.0 ถึง +1.0 ถือว่ามีความสัมพันธ์กันมากที่สุด ส่วน 0 หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองไม่มีความสัมพันธ์กันแม้แต่น้อย ส่วนเครื่องหมาย + หรือ - บ่งบอกว่าความสัมพันธ์นั้นเป็นทิศทางเดียวกันหรือตรงกันข้าม โดยสามารถหาได้จากสมการดังต่อไปนี้

$$r = \frac{\sum x(X_i - \bar{x})(Y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum (X_i - \bar{x})^2 \sum (Y_i - \bar{y})^2}}$$

เมื่อ  $X_i, Y_i$  แทน ค่าใด ๆ ของแต่ละตัวแปรที่เป็นคู่กัน

$\bar{x}, \bar{y}$  แทน ค่าเฉลี่ยของแต่ละตัวแปร

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

N	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample size)
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
Sig.	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติหรือความน่าจะเป็น
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
SS	แทน	ผลรวมคะแนนยกกำลังสอง (Sum of Square)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลรวมคะแนนยกกำลังสอง (Mean of Square)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-Distribution
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation)
B	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Unstandardized)
R	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ
$R^2$	แทน	กำลังสองค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ
$R^2_{Adj}$	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจของสถิติวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ
b	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ซึ่งพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ
$\beta$	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ตัวพยากรณ์ซึ่งพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน
$SE_{est}$	แทน	ความคลาดเคลื่อนของสมการพยากรณ์
$SE_b$	แทน	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์ของตัวพ
$H_0$	แทน	สมมติฐานหลัก
$H_1$	แทน	สมมติฐานรอง
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยการแบ่งนำเสนอ ออกเป็น 2 ส่วน ตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งผลวิเคราะห์ออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน จำนวน 4 ข้อดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้สูงอายุที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี

สมมติฐานที่ 4 ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งผลวิเคราะห์ออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตาราง 8 จำนวนและค่าร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์

	ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>	เพศชาย	177	45.97
	เพศหญิง	208	54.03
<b>อายุ</b>	อายุอยู่ระหว่าง 60 – 64 ปี	160	41.56
	อายุอยู่ระหว่าง 65 - 69 ปี	161	41.82
	อายุตั้งแต่ 70 ปีขึ้นไป	64	16.62
<b>สถานภาพสมรส</b>	โสด	42	10.91
	สมรส/อยู่ด้วยกัน	247	64.16
	หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	96	24.94
<b>ระดับการศึกษา</b>	ต่ำกว่าปริญญาตรี	110	28.57
	ปริญญาตรี	249	64.68
	สูงกว่าปริญญาตรี	26	6.75

ตาราง 8 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
<b>อาชีพก่อนเกษียณ</b>		
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	126	32.73
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	121	31.43
รับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	101	26.23
ไม่ได้ประกอบอาชีพ (พ่อบ้าน/แม่บ้าน)	37	9.61
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 8 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 385 คน โดยจำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 54.03 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 45.97 ตามลำดับ

อายุ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 65 – 69 ปี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 41.82 รองลงมา คือ อายุอยู่ระหว่าง 60 – 64 ปี จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 41.56 และอายุตั้งแต่ 70 ปีขึ้นไปจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.62 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นมีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 64.16 รองลงมา มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.94 และสถานภาพโสด จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.91 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 64.68 รองลงมา มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 ตามลำดับ

อาชีพก่อนเกษียณ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 32.73 รองลงมา ส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 31.43 อาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 26.23 และไม่ได้ประกอบอาชีพ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.61 ตามลำดับ

## ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

ตาราง 9 จำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
<b>ช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต</b>		
ช่วงเวลา 6.01 – 12.00 น.	167	43.38
ช่วงเวลา 12.01 – 18.00 น.	76	19.74
ช่วงเวลา 18.01 – 00.00 น.	112	29.09
ช่วงเวลา 00.01 – 6.00 น.	30	7.79
<b>ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต</b>		
ทุกวัน	165	42.86
ใช้ 5 – 6 วันต่อสัปดาห์	100	25.97
ใช้ 3 – 4 วันต่อสัปดาห์	94	24.42
ใช้ 1 – 2 วันต่อสัปดาห์	26	6.75
<b>จำนวนชั่วโมงในการใช้อินเทอร์เน็ต</b>		
น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน	27	7.01
ใช้ 1 – 2 ชั่วโมงต่อวัน	189	49.09
มากกว่า 2 ชั่วโมงต่อวัน	169	43.90
<b>สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต</b>		
บ้าน	262	68.05
ระหว่างเดินทาง	111	28.83
อื่น ๆ	12	3.12

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
<b>อุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต</b>		
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	27	7.01
โน้ตบุ๊ก คอมพิวเตอร์พกพา	56	14.55
แท็บเล็ต หรือไอแพด	138	35.84
โทรศัพท์สมาร์ทโฟน	164	42.60
<b>ค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือน</b>		
ช่วงต่ำกว่าหรือเท่ากับ 199 บาท	59	15.32
ช่วง 200 - 299 บาท	138	35.84
ช่วง 300 บาทขึ้นไป	135	35.06
อยู่ในแพคเกจและโปรโมชั่นโทรศัพท์มือถือ	53	13.77
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 9 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 385 คน โดยจำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตช่วงเวลา 6.01 – 12.00 น. จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 43.38 รองลงมาใช้อินเทอร์เน็ตช่วงเวลา 18.01 – 00.00 น. จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 29.09 ใช้อินเทอร์เน็ตช่วงเวลา 12.01 – 18.00 น. จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.74 และใช้อินเทอร์เน็ตช่วงเวลา 00.01 – 6.00 น. จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.79 ตามลำดับ

ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตทุกวัน จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมาใช้อินเทอร์เน็ต 5 – 6 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.97 ใช้อินเทอร์เน็ต 3 – 4 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 24.42 และใช้อินเทอร์เน็ต 1 – 2 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 ตามลำดับ

จำนวนชั่วโมงในการใช้อินเทอร์เน็ต ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ต 1 – 2 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 49.09 รองลงมาใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 ชั่วโมงต่อวัน

จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 43.90 และใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.01 ตามลำดับ

สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้าน จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 68.05 รองลงมาใช้อินเทอร์เน็ตระหว่างเดินทาง จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 28.83 และอื่น ๆ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.12 ตามลำดับ

อุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตด้วยโทรศัพท์สมาร์ทโฟน จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 42.60 รองลงมาใช้แท็บเล็ต หรือไอแพด จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 35.84 ใช้โน้ตบุ๊ก คอมพิวเตอร์พกพา จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.55 และใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.01 ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือน ช่วง 200 – 299 บาท จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 35.84 รองลงมา มีค่าใช้จ่ายช่วง 300 บาทขึ้นไป จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 35.06 มีค่าใช้จ่ายช่วงต่ำกว่าหรือเท่ากับ 199 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 15.32 และอยู่ในแพคเกจและโปรโมชั่นโทรศัพท์มือถือ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.77 ตามลำดับ

### ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต

การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต	$\bar{X}$	SD	แปลผล
การรับรู้ถึงประโยชน์	4.43	0.40	มาก
ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	4.41	0.41	มาก
การใช้งาน/ความยากง่าย	4.39	0.30	มาก
อิทธิพลทางสังคม	4.51	0.41	มากที่สุด
รวม	4.43	0.20	มาก

จากตาราง 10 พบว่า การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ตในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.43$ ,  $SD = 0.20$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ด้านอิทธิพลทางสังคม ( $\bar{X} = 4.51$ ,  $SD = 0.41$ ) รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ( $\bar{X} = 4.43$ ,  $SD = 0.40$ )

ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ( $\bar{X} = 4.41, SD = 0.41$ ) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านการใช้งาน/ความยากง่าย ( $\bar{X} = 4.39, SD = 0.30$ )

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์

การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต	$\bar{X}$	SD	แปลผล
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์			
1. การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้รับรู้ถึงข้อมูลข่าวสารรวดเร็วขึ้น	4.36	0.57	มาก
2. การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้ท่านแบ่งปันข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้น	4.49	0.63	มาก
3. บริการต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ตทำให้ชีวิตประจำวันของท่านสะดวกมากขึ้น	4.44	0.78	มาก
รวม	4.43	0.40	มาก

จากตาราง 11 พบว่า การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.43, SD = 0.40$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้แบ่งปันข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้น ( $\bar{X} = 4.49, SD = 0.63$ ) รองลงมาคือ บริการต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ตทำให้ชีวิตประจำวันสะดวกมากขึ้น ( $\bar{X} = 4.44, SD = 0.78$ ) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้รับรู้ถึงข้อมูลข่าวสารรวดเร็วขึ้น ( $\bar{X} = 4.36, SD = 0.57$ )

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน

การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. ท่านคิดว่าการใช้อินเทอร์เน็ตทำให้เข้าถึงข้อมูลได้ ทุกเวลาที่ต้องการ	4.35	0.61	มาก
2. ท่านคิดว่าการใช้อินเทอร์เน็ตมีความสะดวกต่อการใช้งาน	4.37	0.62	มาก
3. ท่านคิดว่าการใช้อินเทอร์เน็ตทำให้ติดต่อสื่อสาร ระหว่างกันสะดวกขึ้น	4.51	0.56	มากที่สุด
รวม	4.41	0.41	มาก

จากตาราง 12 พบว่า การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.41$ ,  $SD = 0.41$ ) เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ การใช้อินเทอร์เน็ตทำให้ติดต่อสื่อสารระหว่างกันสะดวกขึ้น ( $\bar{X} = 4.51$ ,  $SD = 0.56$ ) รองลงมาคือ การใช้อินเทอร์เน็ตมีความสะดวกต่อการใช้งาน ( $\bar{X} = 4.37$ ,  $SD = 0.62$ ) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การใช้อินเทอร์เน็ตทำให้เข้าถึงข้อมูลได้ทุกเวลาที่ต้องการ ( $\bar{X} = 4.35$ ,  $SD = 0.61$ )

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต ด้านการใช้งาน/ความยากง่าย

การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต ด้านการใช้งาน/ความยากง่าย	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. ท่านสามารถเรียนรู้และเข้าใจการใช้งาน อินเทอร์เน็ตได้อย่างง่ายดาย	4.51	0.56	มากที่สุด
2. การใช้อินเทอร์เน็ตทำให้ท่านติดต่อกับคนอื่น ๆ ได้ ง่ายขึ้น	4.44	0.50	มาก
3. เมื่อท่านใช้งานบ่อยๆ จะทำให้เกิดความเข้าใจ และ เรียนรู้วิธีการใช้อินเทอร์เน็ตได้มากขึ้น	4.44	0.56	มาก
รวม	4.39	0.30	มาก

จากตาราง 13 พบว่า การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต ด้านการใช้งาน/ความยากง่ายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.39, SD = 0.30$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ สามารถเรียนรู้และเข้าใจการใช้งานอินเทอร์เน็ตได้อย่างง่ายดาย ( $\bar{X} = 4.51, SD = 0.56$ ) รองลงมาคือ การใช้อินเทอร์เน็ตทำให้ท่านติดต่อกับคนอื่น ๆ ได้ง่ายขึ้น ( $\bar{X} = 4.44, SD = 0.50$ ) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ เมื่อใช้งานบ่อยๆ จะทำให้เกิดความเข้าใจ และเรียนรู้วิธีการใช้อินเทอร์เน็ตได้มากขึ้น ( $\bar{X} = 4.44, SD = 0.56$ )

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต ด้านอิทธิพลทางสังคม

การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต ด้านอิทธิพลทางสังคม	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. ครอบครัวหรือบุคคลใกล้ชิดมีส่วนกระตุ้นให้ท่านอยากใช้งานอินเทอร์เน็ต	4.29	0.58	มาก
2. บุคคลที่มีชื่อเสียงมีส่วนกระตุ้นให้ท่านอยากใช้งานอินเทอร์เน็ตมากขึ้น	4.55	0.56	มากที่สุด
3. คนรอบข้างของท่านส่วนมากใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเข้าสังคมท่านจึงต้องใช้อินเทอร์เน็ตด้วย	4.53	0.50	มากที่สุด
รวม	4.51	0.41	มากที่สุด

จากตาราง 14 พบว่า การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต ด้านอิทธิพลทางสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.51, SD = 0.41$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ บุคคลที่มีชื่อเสียงมีส่วนกระตุ้นให้ท่านอยากใช้งานอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ( $\bar{X} = 4.55, SD = 0.56$ ) รองลงมาคือ คนรอบข้างส่วนมากใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเข้าสังคมจึงต้องใช้อินเทอร์เน็ตด้วย ( $\bar{X} = 4.53, SD = 0.50$ ) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ครอบครัวหรือบุคคลใกล้ชิดมีส่วนกระตุ้นให้ท่านอยากใช้งานอินเทอร์เน็ต ( $\bar{X} = 4.29, SD = 0.58$ )

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต

ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต	$\bar{X}$	SD	แปลผล
เพื่อความบันเทิง	4.45	0.32	มาก
เพื่อติดต่อสื่อสาร	4.57	0.32	มากที่สุด
เพื่อติดตามข่าวสาร	4.36	0.31	มาก
เพื่อดูข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ	4.40	0.32	มาก
เพื่อใช้แสดงความเห็นหรือความรู้ของตน	4.55	0.35	มากที่สุด
รวม	4.47	0.16	มาก

จากตาราง 15 พบว่า ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ตในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.47, SD = 0.16$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ เพื่อติดต่อสื่อสาร ( $\bar{X} = 4.57, SD = 0.32$ ) รองลงมาคือ เพื่อใช้แสดงความเห็นหรือความรู้ของตน ( $\bar{X} = 4.55, SD = 0.35$ ) เพื่อความบันเทิง ( $\bar{X} = 4.45, SD = 0.32$ ) เพื่อดูข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ ( $\bar{X} = 4.40, SD = 0.32$ ) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ เพื่อติดตามข่าวสาร ( $\bar{X} = 4.36, SD = 0.31$ )

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อความบันเทิง

ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อความบันเทิง	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. การใช้อินเทอร์เน็ตทำให้ท่านรู้สึกผ่อนคลายและลดความเครียด	4.50	0.50	มาก
2. การใช้อินเทอร์เน็ตทำให้ท่านรู้สึกสนุกสนานและเพลิดเพลิน	4.34	0.65	มาก
3. การใช้อินเทอร์เน็ตทำให้ท่านรู้สึกมีความสุขที่ได้ใกล้ชิดกับเพื่อนมากยิ่งขึ้น	4.52	0.50	มากที่สุด
รวม	4.45	0.32	มาก

จากตาราง 16 พบว่า ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อความบันเทิงในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.45, SD = 0.32$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ การใช้อินเทอร์เน็ตทำให้รู้สึกมีความสุขที่ได้ใกล้ชิดกับเพื่อนมากยิ่งขึ้น ( $\bar{X} = 4.52, SD = 0.50$ ) รองลงมาคือ การใช้อินเทอร์เน็ตทำให้รู้สึกผ่อนคลายและลดความเครียด ( $\bar{X} = 4.50, SD = 0.50$ ) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การใช้อินเทอร์เน็ตทำให้รู้สึกสนุกสนานและเพลิดเพลิน ( $\bar{X} = 4.34, SD = 0.65$ )

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อติดต่อสื่อสาร

ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อติดต่อสื่อสาร	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคนใกล้ชิด ครอบครัว	4.60	0.56	มากที่สุด
2. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อติดต่อกับเพื่อน ๆ	4.55	0.50	มากที่สุด
3. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารกับผู้อื่น	4.56	0.56	มากที่สุด
รวม	4.57	0.32	มากที่สุด

จากตาราง 17 พบว่า ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อติดต่อสื่อสารในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.57, SD = 0.32$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคนใกล้ชิด ครอบครัว ( $\bar{X} = 4.60, SD = 0.56$ ) รองลงมาคือ ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารกับผู้อื่น ( $\bar{X} = 4.56, SD = 0.56$ ) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อติดต่อกับเพื่อน ๆ ( $\bar{X} = 4.55, SD = 0.50$ )

ตาราง 18 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อติดตามข่าวสาร

ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อติดตามข่าวสาร	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อติดตามข่าวสาร ความ เป็นไปของสังคม	4.27	0.45	มาก
2. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลข่าวสารที่ เป็นประโยชน์	4.38	0.49	มาก
3. ข่าวสารบนอินเทอร์เน็ตมีความทันต่อสถานการณ์	4.42	0.55	มาก
รวม	4.36	0.31	มาก

จากตาราง 18 พบว่า ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อติดตามข่าวสารในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.36, SD = 0.31$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ข่าวสารบนอินเทอร์เน็ตมีความทันต่อสถานการณ์ ( $\bar{X} = 4.42, SD = 0.55$ ) รองลงมาคือ ใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ ( $\bar{X} = 4.38, SD = 0.49$ ) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อติดตามข่าวสาร ความเป็นไปของสังคม ( $\bar{X} = 4.27, SD = 0.45$ )

ตาราง 19 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อดูข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ

ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อดูข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อดูข้อมูล ความรู้ในการดูแล รักษาสุขภาพตนเอง	4.22	0.49	มาก
2. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อดูข้อมูล วิธีการ ที่จะ นำมาใช้ออกกำลังกาย	4.51	0.56	มากที่สุด
3. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับ อาการเจ็บป่วยของตนเอง	4.47	0.56	มาก
รวม	4.40	0.32	มาก

จากตาราง 19 พบว่า ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อดูข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.40, SD = 0.32$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อดูข้อมูล วิธีการที่จะนำมาใช้ออกกำลังกาย ( $\bar{X} = 4.51, SD = 0.56$ ) รองลงมาคือ ใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับอาการเจ็บป่วยของตนเอง ( $\bar{X} = 4.47, SD = 0.56$ ) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อดูข้อมูล ความรู้ในการดูแล รักษาสุขภาพตนเอง ( $\bar{X} = 4.22, SD = 0.49$ )

ตาราง 20 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อใช้แสดงความเห็นหรือความรู้ของตน

ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อใช้แสดงความเห็นหรือความรู้ของตน	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. ท่านมักจะแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องที่ท่านรู้ ในอินเทอร์เน็ตต่ออยู่เสมอ	4.69	0.46	มากที่สุด
2. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อถ่ายทอดความรู้ของตน ให้กับผู้อื่น	4.58	0.49	มากที่สุด
3. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ กับผู้อื่น	4.38	0.71	มาก
รวม	4.55	0.35	มากที่สุด

จากตาราง 20 พบว่า ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อใช้แสดงความเห็นหรือความรู้ของตนในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.55, SD = 0.35$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มักจะแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องที่ท่านรู้ในอินเทอร์เน็ตต่ออยู่เสมอ ( $\bar{X} = 4.69, SD = 0.46$ ) รองลงมาคือ ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อถ่ายทอดความรู้ของตนให้กับผู้อื่น ( $\bar{X} = 4.58, SD = 0.49$ ) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้อื่น ( $\bar{X} = 4.38, SD = 0.71$ )

ตอนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุ

ตาราง 21 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุ

แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุ	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. ท่านต้องการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการผ่อนคลายความเครียด	4.29	0.81	มาก
2. ท่านต้องการความสะดวกสบายในการติดต่อกับคนรู้จัก	4.51	0.56	มากที่สุด
3. ท่านต้องการใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาความรู้เพิ่มเติม	4.40	0.61	มาก
รวม	4.40	0.49	มาก

จากตาราง 21 พบว่า แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.40$ ,  $SD = 0.49$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ต้องการความสะดวกสบายในการติดต่อกับคนรู้จัก ( $\bar{X} = 4.51$ ,  $SD = 0.56$ ) รองลงมาคือ ต้องการใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาความรู้เพิ่มเติม ( $\bar{X} = 4.40$ ,  $SD = 0.61$ ) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ต้องการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการผ่อนคลายความเครียด ( $\bar{X} = 4.29$ ,  $SD = 0.81$ )

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน จำนวน 4 ข้อดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้สูงอายุที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.1 ผู้สูงอายุที่มีเพศที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

$H_0$ : ผู้สูงอายุที่มีเพศที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้สูงอายุที่มีเพศที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือสถิติวิเคราะห์ค่าที่ (Independent t-test) โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 โดยในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าวจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

โดยผลการทดสอบความแปรปรวนจะใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 22 แสดงผลการทดสอบ ด้านเพศ โดยใช้การทดสอบ Levene's Test

Levene's Test for Equality of Variances	Levene's Statistics	<i>p-Value</i>
แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี	17.504*	<0.001

\* $p < .05$

จากตาราง 22 แสดงถึงผลการทดสอบแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามเพศ พบว่า แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามเพศ มีค่า *p-Value* <0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  ยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  หมายความว่า มีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน จึงใช้การทดสอบค่า *t* กรณีที่มีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน (Equal Variances not Assumed)

ตาราง 23 แสดงผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามเพศ

Levene's Test for Equality of Variances	เพศ	$\bar{x}$	SD	t	df	p-Value
แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี	ชาย	4.298	0.615	-3.750*	263.723	<0.001
	หญิง	4.492	0.339			

\*p < .05

จากตาราง 23 แสดงถึงผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามเพศ พบว่า แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามเพศ มีค่า *p-Value* <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  ยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มีเพศที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.2 ผู้สูงอายุที่มีอายุที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

$H_0$ : ผู้สูงอายุที่มีอายุที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้สูงอายุที่มีอายุที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าหากความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากันจะทำการทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และถ้าหากค่า

ความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsy the test ซึ่ง จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  ถ้ามีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อยหนึ่งคู่ โดยจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่ แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าวจะทำการตรวจสอบ ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

โดยผลการทดสอบความแปรปรวนจะใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 24 แสดงผลการทดสอบ ด้านอายุ โดยใช้การทดสอบ Levene's Test

Levene's Test for Equality of Variances	Levene's Statistics	df1	df2	p-Value
แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี	1.879	2	382	0.154

จากตาราง 24 แสดงถึงผลการทดสอบแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอายุ พบว่า แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามเพศ มีค่า *p-Value* เท่ากับ 0.154 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$  ปฏิเสธสมมติฐานรอง  $H_1$  หมายความว่า มีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน จึงใช้สถิติทดสอบ F-test

ตาราง 25 แสดงผลการทดสอบ ด้านอายุ โดยใช้สถิติทดสอบ F-test

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-Value
ระหว่างกลุ่ม	1.326	2	.663	2.735	.066
ภายในกลุ่ม	92.605	382	.242		
รวม	93.931	384			

จากตาราง 25 แสดงถึงผลการทดสอบแรงงูใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอายุ พบว่า แรงงูใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอายุ มีค่า  $p$ -Value เท่ากับ 0.066 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$  ปฏิเสธสมมติฐานรอง  $H_1$  หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มีอายุที่ต่างกันมีผลต่อแรงงูใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.3 ผู้สูงอายุที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีผลต่อแรงงูใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

$H_0$ : ผู้สูงอายุที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีผลต่อแรงงูใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้สูงอายุที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีผลต่อแรงงูใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าหากความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากันจะทำการทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และถ้าหากค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsy the test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  ถ้ามีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อยหนึ่งคู่ โดยจะนำไปเปรียบเทียบกับเชิงซ้อน t (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least

Significant Difference (LSD) หรือใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าวจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

โดยผลการทดสอบความแปรปรวนจะใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 26 แสดงผลการทดสอบ ด้านสถานภาพสมรส โดยใช้การทดสอบ Levene's Test

Levene's Test for Equality of Variances	Levene's Statistics	df1	df2	p-Value
แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี	89.389*	2	382	<0.001

\*p < .05

จากตาราง 26 แสดงถึงผลการทดสอบแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามสถานภาพสมรส มีค่า  $p$ -Value <0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  ยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  หมายความว่า มีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน จึงใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test

ตาราง 27 แสดงผลการทดสอบ ด้านสถานภาพสมรส โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test

Brown-Forsythe test	Statistic	df1	df2	p-Value
แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี	20.553*	2	110.735	<0.001

\*p < .05

จากตาราง 27 แสดงถึงผลการทดสอบแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test

พบว่า แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามสถานภาพสมรส มีค่า  $p$ -Value  $< 0.001$  ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  ยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 28 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้านสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	โสด	สมรส/อยู่ด้วยกัน	หม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่
		4.67	4.46	4.14
โสด	4.67	-	0.208* (0.008)	0.524* ( $< 0.001$ )
สมรส/อยู่ด้วยกัน	4.46	-	-	0.316* ( $< 0.001$ )
หม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	4.14	-	-	-

\* $p < .05$

จากตาราง 28 ผลเปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสของผู้สูงอายุโดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD พบว่า แตกต่างกัน 3 คู่ โดยคู่แรก คือ กลุ่มสถานภาพโสด มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $\bar{X} = 4.67$  และ  $\bar{X} = 4.46$ ,  $p$ -Value = 0.008) คู่ที่ 2 คือ กลุ่มสถานภาพโสด มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $\bar{X} = 4.67$  และ  $\bar{X} = 4.14$ ,  $p$ -Value  $< 0.001$ ) คู่ที่ 3 คือ กลุ่มสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $\bar{X} = 4.46$  และ  $\bar{X} = 4.14$ ,  $p$ -Value  $< 0.001$ )

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.4 ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

$H_0$ : ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ที่ใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าหากความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากันจะทำการทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และถ้าหากค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsy the test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  ถ้ามีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อยหนึ่งคู่ โดยจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าวจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

โดยผลการทดสอบความแปรปรวนจะใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 29 แสดงผลการทดสอบ ด้านระดับการศึกษา โดยใช้การทดสอบ Levene's Test

Levene's Test for Equality of Variances	Levene's Statistics	df1	df2	p-Value
แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี	10.580*	2	382	<0.001

\*p &lt; .05

จากตาราง 29 แสดงถึงผลการทดสอบแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา มีค่า *p-Value* <0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  ยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  หมายความว่า มีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน จึงใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test

ตาราง 30 แสดงผลการทดสอบ ด้านระดับการศึกษา โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test

Brown-Forsythe test	Statistic	df1	df2	p-Value
แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี	11.768*	2	313.697	<0.001

\*p &lt; .05

จากตาราง 30 แสดงถึงผลการทดสอบแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test พบว่า แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา มีค่า *p-Value* <0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  ยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 31 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.33	4.41	4.67
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.33	-	-0.081 (0.285)	-0.339* (<0.001)
ปริญญาตรี	4.41	-	-	-0.258* (<0.001)
สูงกว่าปริญญาตรี	4.67	-	-	-

\*p &lt; .05

จากตาราง 31 ผลเปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาของผู้สูงอายุโดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD พบว่า แตกต่างกัน 2 คู่ โดยคู่แรก คือ กลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $\bar{X} = 4.33$  และ  $\bar{X} = 4.67$ ,  $p$ -Value <0.001) คู่ที่ 2 คือ กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $\bar{X} = 4.41$  และ  $\bar{X} = 4.67$ ,  $p$ -Value <0.001)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.5 ผู้สูงอายุที่มีอาชีพก่อนเกษียณที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

$H_0$ : ผู้สูงอายุที่มีอาชีพก่อนเกษียณที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้สูงอายุที่มีอาชีพก่อนเกษียณที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์นี้ใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้า

หากความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากันจะทำการทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และถ้าหากค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  ถ้ามีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อยหนึ่งคู่ โดยจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าวจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

โดยผลการทดสอบความแปรปรวนจะใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 32 แสดงผลการทดสอบ ด้านอาชีพก่อนเกษียณ โดยใช้การทดสอบ Levene's Test

Levene's Test for Equality of Variances	Levene's Statistics	df1	df2	p-Value
แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี	15.677*	3	381	<0.001

\*p < .05

จากตาราง 32 แสดงถึงผลการทดสอบแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอาชีพก่อนเกษียณ พบว่า แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอาชีพก่อนเกษียณ มีค่า  $p$ -Value <0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  ยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  หมายความว่า มีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน จึงใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test

ตาราง 33 แสดงผลการทดสอบ ด้านอาชีพก่อนเกษียณ โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test

Brown-Forsythe test	Statistic	df1	df2	p-Value
แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี	9.341*	3	199.792	<0.001

\*p < .05

จากตาราง 33 แสดงถึงผลการทดสอบแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอาชีพก่อนเกษียณ โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test พบว่า แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอาชีพก่อนเกษียณ มีค่า  $p\text{-Value} < 0.001$  ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  ยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มีอาชีพก่อนเกษียณที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 34 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้านอาชีพก่อนเกษียณ

อาชีพก่อนเกษียณ	$\bar{X}$	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	รับจ้าง/พนักงาน บริษัทเอกชน	ไม่ได้ประกอบอาชีพ
		4.33	4.59	4.30	4.32
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	4.33	-	-0.253* (<0.001)	0.033 (0.999)	0.018 (1.000)
ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	4.59	-	-	0.286* (0.002)	0.271* (<0.001)
รับจ้าง/ พนักงาน บริษัทเอกชน	4.30	-	-	-	-0.015 (1.000)
ไม่ได้ประกอบ อาชีพ	4.32	-	-	-	-

\*p < .05

จากตาราง 34 ผลเปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างระหว่างอาชีพก่อนเกษียณของผู้สูงอายุโดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD พบว่า แตกต่างกัน 3 คู่ โดยคู่แรก คือ กลุ่มอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $\bar{X} = 4.33$  และ  $\bar{X} = 4.59$ ,  $p\text{-Value} < 0.001$ ) คู่ที่ 2 คือ กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $\bar{X} = 4.59$  และ  $\bar{X} = 4.30$ ,  $p\text{-Value} = 0.002$ ) คู่ที่ 3 คือ กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มไม่ได้ประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $\bar{X} = 4.59$  และ  $\bar{X} = 4.32$ ,  $p\text{-Value} < 0.001$ )

สมมติฐานที่ 2 ผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.1 ผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

$H_0$ : ผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าหากความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากันจะทำการทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และถ้าหากค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsy the test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  ถ้ามีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อยหนึ่งคู่ โดยจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าวจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

โดยผลการทดสอบความแปรปรวนจะใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 35 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวน ด้านช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต โดยทำการทดสอบ Levene's Test

Levene's Test for Equality of Variances	Levene's Statistics	df1	df2	p-Value
แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี	30.106*	3	381	<0.001

\*p < .05

จากตาราง 35 แสดงถึงผลการทดสอบแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต มีค่า  $p\text{-Value} < 0.001$  ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  ยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  หมายความว่า มีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน จึงใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test

ตาราง 36 แสดงผลการทดสอบ ด้านช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test

Brown-Forsythe test	Statistic	df1	df2	p-Value
แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี	8.573*	3	291.241	<0.001

\*p < .05

จากตาราง 36 แสดงถึงผลการทดสอบแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test พบว่า แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี

จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต มีค่า  $p\text{-Value} < 0.001$  ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  ยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 37 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้านช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต

ช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต	$\bar{X}$	ช่วงเวลา 6.01 – 12.00 น.	ช่วงเวลา 12.01 – 18.00 น.	ช่วงเวลา 18.01 – 00.00 น.	ช่วงเวลา 00.01 – 6.00 น.
		4.31	4.54	4.46	4.33
ช่วงเวลา 6.01 – 12.00 น.	4.31	-	-0.226* (0.003)	-0.148 (0.065)	-0.020 (0.999)
ช่วงเวลา 12.01 – 18.00 น.	4.54	-	-	0.078 (0.352)	0.206* ( $<0.001$ )
ช่วงเวลา 18.01 – 00.00 น.	4.46	-	-	-	0.128* ( $<0.001$ )
ช่วงเวลา 00.01 – 6.00 น.	4.33	-	-	-	-

\* $p < .05$

จากตาราง 37 ผลเปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างระหว่างช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุโดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD พบว่า แตกต่างกัน 3 คู่ โดยคู่แรก คือ ช่วงเวลา 6.01 – 12.00 น. มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าช่วงเวลา 12.01 – 18.00 น. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $\bar{X} = 4.31$  และ  $\bar{X} = 4.54$ ,  $p\text{-Value} = 0.003$ ) คู่ที่ 2 คือ ช่วงเวลา 12.01 – 18.00 น. มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าช่วงเวลา 00.01 – 6.00 น. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $\bar{X} = 4.54$  และ  $\bar{X} = 4.33$ ,  $p\text{-Value} < 0.001$ ) คู่ที่ 3 คือ ช่วงเวลา 18.01 – 00.00 น. มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าช่วงเวลา 00.01 – 6.00 น. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $\bar{X} = 4.46$  และ  $\bar{X} = 4.33$ ,  $p\text{-Value} < 0.001$ )

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.2 ผู้สูงอายุที่มีความถนัดในการใช้อินเทอร์เน็ตที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

$H_0$ : ผู้สูงอายุที่มีความถนัดในการใช้อินเทอร์เน็ตที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้สูงอายุที่มีความถนัดในการใช้อินเทอร์เน็ตที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ที่ใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าหากความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากันจะทำการทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และถ้าหากค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsy the test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  ถ้ามีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อยหนึ่งคู่ โดยจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าวจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

โดยผลการทดสอบความแปรปรวนจะใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 38 แสดงผลการทดสอบ ด้านความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต โดยทำการทดสอบ Levene's Test

Levene's Test for Equality of Variances	Levene's Statistics	df1	df2	p-Value
แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี	16.947*	3	381	<0.001

\*p < .05

จากตาราง 38 แสดงถึงผลการทดสอบแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลสำหรับผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลสำหรับผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต มีค่า  $p\text{-Value} < 0.001$  ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  ยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  หมายความว่า มีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน จึงใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test

ตาราง 39 แสดงผลการทดสอบ ด้านความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test

Brown-Forsythe test	Statistic	df1	df2	p-Value
แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี	11.281*	3	187.162	<0.001

\*p < .05

จากตาราง 39 แสดงถึงผลการทดสอบแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test พบว่า แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต มีค่า  $p\text{-Value} < 0.001$  ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  ยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 40 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้านความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต

ความถี่ในการ ใช้อินเทอร์เน็ต	$\bar{X}$	ทุกวัน	ใช้ 5 – 6 วัน ต่อสัปดาห์	ใช้ 3 – 4 วันต่อ สัปดาห์	ใช้ 1 – 2 วัน ต่อสัปดาห์
		4.32	4.30	4.58	4.67
ทุกวัน	4.32	-	0.018 (1.000)	-0.257* (<0.001)	-0.345* (<0.001)
ใช้ 5 – 6 วัน ต่อสัปดาห์	4.30	-	-	-0.275* (0.011)	-0.363* (<0.001)
ใช้ 3 – 4 วัน ต่อสัปดาห์	4.58	-	-	-	-0.089 (0.240)
ใช้ 1 – 2 วัน ต่อสัปดาห์	4.67	-	-	-	-

\*p &lt; .05

จากตาราง 40 ผลเปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างระหว่างความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุโดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD พบว่า แตกต่างกัน 4 คู่ โดยคู่แรก คือ กลุ่มที่ใช้ทุกวัน มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มที่ใช้ 3 – 4 วันต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $\bar{X} = 4.32$  และ  $\bar{X} = 4.58$ ,  $p$ -Value <0.001) คู่ที่ 2 คือ กลุ่มที่ใช้ทุกวัน มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มที่ใช้ 1 – 2 วันต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $\bar{X} = 4.32$  และ  $\bar{X} = 4.67$ ,  $p$ -Value <0.001) คู่ที่ 3 คือ กลุ่มที่ใช้ 5 – 6 วันต่อสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มที่ใช้ 3 – 4 วันต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $\bar{X} = 4.30$  และ  $\bar{X} = 4.58$ ,  $p$ -Value = 0.011) คู่ที่ 4 คือ กลุ่มที่ใช้ 5 – 6 วันต่อสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มที่ใช้ 1 – 2 วันต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $\bar{X} = 4.30$  และ  $\bar{X} = 4.67$ ,  $p$ -Value <0.001)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.3 ผู้สูงอายุที่มีจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

$H_0$ : ผู้สูงอายุที่มีจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้สูงอายุที่มีจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ที่ใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าหากความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากันจะทำการทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และถ้าหากค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsy the test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  ถ้ามีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อยหนึ่งคู่ โดยจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าวจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

โดยผลการทดสอบความแปรปรวนจะใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 41 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวน ด้านจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ต โดยทำการทดสอบ Levene's Test

Levene's Test for Equality of Variances	Levene's Statistics	df1	df2	p-Value
แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี	5.793*	2	382	0.003

\*p < .05

จากตาราง 41 แสดงถึงผลการทดสอบแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามจำนวนชั่วโมงการใช้

อินเทอร์เน็ต มีค่า  $p$ -Value เท่ากับ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  ยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  หมายความว่า มีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน จึงใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test

ตาราง 42 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวน ด้านจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ต โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test

Brown-Forsythe test	Statistic	df1	df2	p-Value
แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี	19.359*	2	344.105	<0.001

\* $p < .05$

จากตาราง 42 แสดงถึงผลการทดสอบแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ต โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test พบว่า แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ต มีค่า  $p$ -Value <0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  ยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มีจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 43 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้านจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ต

จำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ต	$\bar{X}$	น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน	ใช้ 1 – 2 ชั่วโมงต่อวัน	มากกว่า 2 ชั่วโมงต่อวัน
		4.49	4.28	4.52
น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน	4.49	-	0.212* (<0.001)	-0.029 (0.879)
ใช้ 1 – 2 ชั่วโมงต่อวัน	4.28	-	-	-0.240* (<0.001)
มากกว่า 2 ชั่วโมงต่อวัน	4.52	-	-	-

\*p &lt; .05

จากตาราง 43 ผลเปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างระหว่างจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุโดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD พบว่า แตกต่างกัน 2 คู่ โดยคู่แรก คือ กลุ่มที่ใช้น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่ใช้ 1 – 2 ชั่วโมงต่อวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $\bar{X} = 4.49$  และ  $\bar{X} = 4.28$ ,  $p$ -Value <0.001) คู่ที่ 2 คือ กลุ่มที่ใช้ 1 – 2 ชั่วโมงต่อวัน มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มที่ใช้ มากกว่า 2 ชั่วโมงต่อวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $\bar{X} = 4.28$  และ  $\bar{X} = 4.52$ ,  $p$ -Value <0.001)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.4 ผู้สูงอายุที่มีสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

$H_0$ : ผู้สูงอายุที่มีสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้สูงอายุที่มีสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  เมื่อระดับ

นัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าหากความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากันจะทำการทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และถ้าหากค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  ถ้ามีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อยหนึ่งคู่ โดยจะนำไปเปรียบเทียบกับเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าวจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

โดยผลการทดสอบความแปรปรวนจะใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 44 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวน ด้านสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต โดยใช้การทดสอบ Levene's Test

Levene's Test for Equality of Variances	Levene's Statistics	df1	df2	p-Value
แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของสูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี	39.673*	2	382	<0.001

\*p < .05

จากตาราง 44 แสดงถึงผลการทดสอบแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต มีค่า  $p$ -Value <0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  ยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  หมายความว่า มีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน จึงใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test

ตาราง 45 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวน ด้านสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test

Brown-Forsythe test	Statistic	df1	df2	p-Value
แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี	11.690*	2	366.633	<0.001

\*p < .05

จากตาราง 45 แสดงถึงผลการทดสอบแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test พบว่า แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต มีค่า  $p\text{-Value} < 0.001$  ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  ยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มีสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 46 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้านสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต

สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต	$\bar{X}$	บ้าน	ระหว่างเดินทาง	อื่น ๆ
บ้าน	4.42	-	0.091 (0.064)	-0.246* (<0.001)
ระหว่างเดินทาง	4.33	-	-	-0.336* (<0.001)
อื่น ๆ	4.67	-	-	-

\*p < .05

จากตาราง 46 ผลเปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างระหว่างสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD พบว่า แตกต่างกัน 2 คู่ โดยคู่แรก คือ กลุ่มที่ใช้ที่บ้าน มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มที่ใช้ที่อื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $\bar{X} = 4.42$  และ  $\bar{X} = 4.67$ ,  $p\text{-Value} < 0.001$ ) คู่ที่ 2 คือ กลุ่มที่ใช้ระหว่างเดินทาง มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มที่ใช้ที่อื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $\bar{X} = 4.33$  และ  $\bar{X} = 4.67$ ,  $p\text{-Value} < 0.001$ )

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.5 ผู้สูงอายุที่มีอุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

$H_0$ : ผู้สูงอายุที่มีอุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้สูงอายุที่มีอุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ที่ใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าหากความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากันจะทำการทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และถ้าหากค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsy the test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  ถ้ามีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อยหนึ่งคู่ โดยจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าวจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

โดยผลการทดสอบความแปรปรวนจะใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 47 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวน ด้านอุปสรรคการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต โดยใช้การทดสอบ Levene's Test

Levene's Test for Equality of Variances	Levene's Statistics	df1	df2	p-Value
แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี	25.342*	3	381	<0.001

\*p < .05

จากตาราง 47 แสดงถึงผลการทดสอบแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอุปสรรคการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต พบว่า แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอุปสรรคการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต มีค่า  $p\text{-Value} < 0.001$  ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  ยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  หมายความว่า มีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน จึงใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test

ตาราง 48 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวน ด้านอุปสรรคการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test

Brown-Forsythe test	Statistic	df1	df2	p-Value
แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี	40.955*	3	197.525	<0.001

\*p < .05

จากตาราง 48 แสดงถึงผลการทดสอบแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอุปสรรคการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต โดยใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test พบว่า แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอุปสรรคการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต มีค่า  $p\text{-Value} < 0.001$  ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  ยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มีอุปสรรคการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 49 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้านอุปกรณการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

อุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต	$\bar{X}$	คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	โน้ตบุ๊กคอมพิวเตอร์พกพา	แท็บเล็ต หรือไอแพด	โทรศัพท์มือถือ
		3.99	4.49	4.20	4.62
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	3.99	-	-0.500* ( $<0.001$ )	-0.208 (0.103)	-0.628* ( $<0.001$ )
โน้ตบุ๊กคอมพิวเตอร์พกพา	4.49	-	-	0.292* ( $<0.001$ )	-0.128* ( $<0.001$ )
แท็บเล็ต หรือไอแพด	4.20	-	-	-	-0.420* ( $<0.001$ )
โทรศัพท์มือถือ	4.62	-	-	-	-

\* $p < .05$ 

จากตาราง 49 ผลเปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างระหว่างอุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุโดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD พบว่า แตกต่างกัน 5 คู่ โดยคู่แรก คือ กลุ่มที่ใช้ที่คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มที่ใช้โน้ตบุ๊ก คอมพิวเตอร์พกพา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $\bar{X} = 3.99$  และ  $\bar{X} = 4.49$ ,  $p$ -Value  $<0.001$ ) คู่ที่ 2 คือ กลุ่มที่ใช้ที่คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มที่ใช้โทรศัพท์มือถือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $\bar{X} = 3.99$  และ  $\bar{X} = 4.62$ ,  $p$ -Value  $<0.001$ ) คู่ที่ 3 คือ กลุ่มที่ใช้ที่โน้ตบุ๊ก คอมพิวเตอร์พกพา มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่ใช้แท็บเล็ต หรือไอแพด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $\bar{X} = 4.49$  และ  $\bar{X} = 4.20$ ,  $p$ -Value  $<0.001$ ) คู่ที่ 4 คือ กลุ่มที่ใช้ที่โน้ตบุ๊ก คอมพิวเตอร์พกพา มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มที่ใช้โทรศัพท์มือถืออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $\bar{X} = 4.49$  และ  $\bar{X} = 4.62$ ,  $p$ -Value  $<0.001$ ) คู่ที่ 5 คือ กลุ่มที่ใช้ที่แท็บเล็ต หรือไอแพด มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มที่ใช้โทรศัพท์มือถืออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $\bar{X} = 4.20$  และ  $\bar{X} = 4.62$ ,  $p$ -Value  $<0.001$ )

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.6 ผู้สูงอายุที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

$H_0$ : ผู้สูงอายุที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้สูงอายุที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ที่ใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าหากความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากันจะทำการทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และถ้าหากค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsy the test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  ถ้ามีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อยหนึ่งคู่ โดยจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าวจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

โดยผลการทดสอบความแปรปรวนจะใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 50 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวน ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือน โดย  
ใช้การทดสอบ Levene's Test

Levene's Test for Equality of Variances	Levene's Statistics	df1	df2	p-Value
แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อ เข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขต จังหวัดนนทบุรี	76.503*	3	381	<0.001

\*p < .05

จากตาราง 50 แสดงถึงผลการทดสอบแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของ  
ผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือน พบว่า แรงจูงใจใน  
การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้  
อินเทอร์เน็ตต่อเดือน มีค่า *p-Value* <0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$   
ยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  หมายความว่า มีความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน จึงใช้สถิติ  
ทดสอบ Brown-Forsythe test

ตาราง 51 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวน ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือน โดย  
ใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe test

Brown-Forsythe test	Statistic	df1	df2	p-Value
แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึง ข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี	6.616*	3	89.049	<0.001

\*p < .05

จากตาราง 51 แสดงถึงผลการทดสอบแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของ  
ผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือน โดยใช้สถิติทดสอบ  
Brown-Forsythe test พบว่า แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัด  
นนทบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือน มีค่า *p-Value* <0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า  
0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  ยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  หมายความว่า ผู้สูงอายุที่มีค่าใช้จ่าย  
ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของ  
ผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 52 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือน	$\bar{X}$	ช่วงต่ำกว่าหรือเท่ากับ 199 บาท	ช่วง 200 - 299 บาท	ช่วง 300 บาทขึ้นไป	อยู่ในแพคเกจและโปรโมชั่นโทรศัพท์มือถือ
		4.25	4.52	4.45	4.14
ช่วงต่ำกว่าหรือเท่ากับ 199 บาท	4.25	-	-0.273* ( $<0.001$ )	-0.203* (0.011)	0.110 (0.972)
ช่วง 200 - 299 บาท	4.52	-	-	0.070 (0.309)	0.383* (0.042)
ช่วง 300 บาทขึ้นไป	4.45	-	-	-	0.313 (0.151)
อยู่ในแพคเกจและโปรโมชั่นโทรศัพท์มือถือ	4.14	-	-	-	-

\*p &lt; .05

จากตาราง 52 ผลเปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างระหว่างค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือนของผู้สูงอายุโดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD พบว่า แตกต่างกัน 3 คู่ โดยคู่แรก คือ ช่วงต่ำกว่าหรือเท่ากับ 199 บาท มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าช่วง 200 - 299 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $\bar{X} = 4.25$  และ  $\bar{X} = 4.52$ ,  $p$ -Value  $<0.001$ ) คู่ที่ 2 คือ ช่วงต่ำกว่าหรือเท่ากับ 199 บาท มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าช่วง 300 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $\bar{X} = 4.25$  และ  $\bar{X} = 4.45$ ,  $p$ -Value = 0.011) คู่ที่ 3 คือ ช่วง 200 - 299 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่ใช้ในแพคเกจและโปรโมชั่นโทรศัพท์มือถือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $\bar{X} = 4.52$  และ  $\bar{X} = 4.140$ ,  $p$ -Value = 0.042)

สมมติฐานที่ 3 การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

$H_0$ : การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ตไม่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี

$H_1$ : การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 53 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของด้านการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-Value
Regression	19.455	4	4.864	24.817*	<0.001
Residual	74.476	380	.196		
Total	93.931	384			

\*p < .05

จากตาราง 53 พบว่า การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต มีค่า  $p$ -Value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  หมายความว่า มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี (Y) และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ดังตาราง 54

ตาราง 54 แสดงการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุด้านการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต

การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต	B	SE	Beta	t	p-Value
ค่าคงที่ (Constant)	1.574	0.529		2.976	0.003
การรับรู้ถึงประโยชน์	-0.112	0.058	-0.092	-1.943	0.053
ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	0.152	0.055	0.152	2.766*	0.006
การใช้งาน/ความยากง่าย	0.222	0.093	0.134	2.388*	0.017
อิทธิพลทางสังคม	0.372	0.056	0.311	6.6971*	<0.001

R = 0.455; R<sup>2</sup> = 0.207; Adjusted R<sup>2</sup> = 0.199; SE<sub>est</sub> = 0.443

\*p < .05

จากตาราง 54 เมื่อพิจารณาคะแนนมาตรฐานของตัวแปรแต่ละด้านพบว่า ด้านอิทธิพลทางสังคม มีน้ำหนักในการทำนายสูงสุด (Beta = 0.311) รองลงมา ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Beta = 0.152) และด้านการใช้งาน/ความยากง่าย (Beta = 0.222) โดยทั้ง 3 ด้าน สามารถทำนายความแปรปรวนแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี ได้ร้อยละ 19.90 อย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุ (R) เท่ากับ 0.455 และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการทำนาย เท่ากับ 0.443

สมมติฐานที่ 4 ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H<sub>0</sub>: ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ตไม่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี

H<sub>1</sub>: ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H<sub>0</sub> และยอมรับสมมติฐานรอง H<sub>1</sub> เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 55 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณด้านประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-Value
Regression	8.495	5	1.699	7.537*	<0.001
Residual	85.436	379	.225		
Total	93.931	384			

\*p &lt; .05

จากตาราง 55 พบว่า ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต มีค่า  $p$ -Value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  หมายความว่า มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี (Y) และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณสามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ดังตาราง 56

ตาราง 56 แสดงการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณด้านประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต

ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต	B	SE	Beta	t	p-Value
ค่าคงที่ (Constant)	1.760	0.548		3.210	0.001
ความบันเทิง	-0.027	0.050	-0.027	-0.545	0.586
การติดต่อสื่อสาร	0.154	0.044	0.175	3.481*	0.001
การติดตามข่าวสาร	0.217	0.051	0.214	4.276*	<0.001
การดูข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ	0.118	0.047	0.134	2.512*	0.012
แสดงความเห็นหรือเผยแพร่	0.123	0.057	0.115	2.174*	0.030

R = 0.301; R<sup>2</sup> = 0.090; Adjusted R<sup>2</sup> = 0.078; SE<sub>est</sub> = 0.474

\*p &lt; .05

จากตาราง 56 เมื่อพิจารณาคะแนนมาตรฐานของตัวแปรแต่ละด้านพบว่า ด้านการติดตามข่าวสาร มีน้ำหนักในการทำนายสูงสุด (Beta = 0.214) รองลงมา ด้านการติดต่อสื่อสาร (Beta = 0.175) ด้านการดูข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ (Beta = 0.134) และด้านแสดงความเห็นหรือเผยแพร่ (Beta = 0.115) โดยทั้ง 4 ด้าน สามารถทำนายความแปรปรวนแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี ได้ร้อยละ 7.80 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุ (R) เท่ากับ 0.301 และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการทำนาย เท่ากับ 0.474

#### สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้สูงอายุที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพก่อนเกษียณที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

#### ตาราง 57 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุ ในเขตจังหวัดนนทบุรี	ลักษณะประชากรศาสตร์					
	เพศ	อายุ	สถานภาพ สมรส	ระดับ การศึกษา	อาชีพก่อน เกษียณ	
	✓	✗	✓	✓	✓	
หมายเหตุ	✓	หมายถึง สอดคล้องกับสมมติฐาน				
	✗	หมายถึง ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน				

สมมติฐานที่ 2 ผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย ช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต จำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ต สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต อุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

ตาราง 58 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

แรงจูงใจในการใช้ อินเทอร์เน็ตเพื่อ เข้าถึงข้อมูลของ ผู้สูงอายุในเขต จังหวัดนนทบุรี	พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต						
	ช่วงเวลาใน การใช้	ความถี่ใน การใช้	จำนวน ชั่วโมงการใช้	สถานที่ใช้ อินเทอร์เน็ต	อุปกรณ์การ เข้าถึง	ค่าใช้จ่าย ในการใช้	
	อินเทอร์เน็ต	อินเทอร์เน็ต	อินเทอร์เน็ต		อินเทอร์เน็ต	อินเทอร์เน็ต	
	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
หมายเหตุ	✓	หมายถึง สอดคล้องกับสมมติฐาน					
	✗	หมายถึง ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน					

สมมติฐานที่ 3 การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ ทักษะคดีที่มีต่อการใช้งาน การใช้งาน/ความยากง่าย และอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี

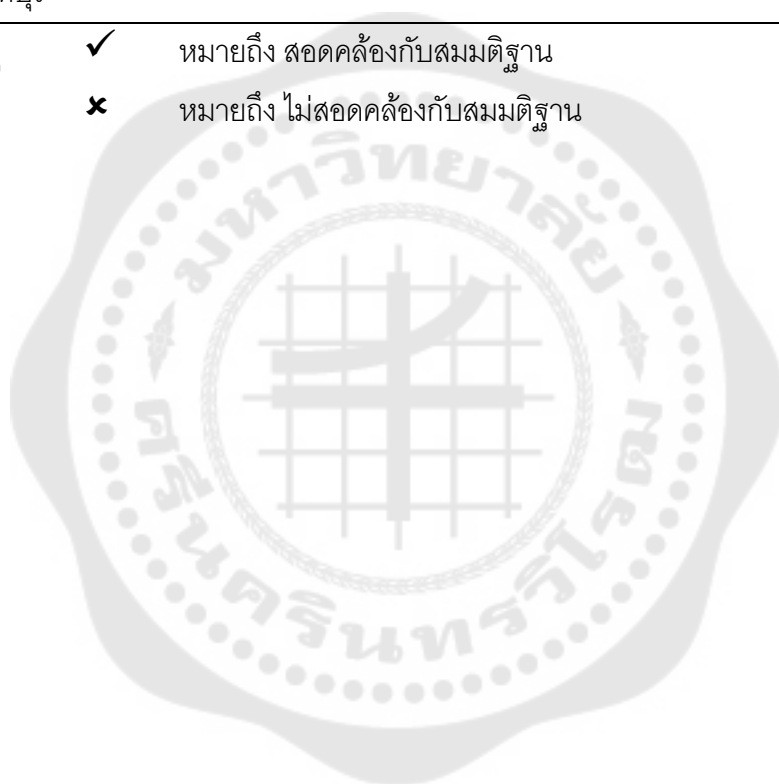
ตาราง 59 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3

แรงจูงใจในการใช้ อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึง ข้อมูลของผู้สูงอายุใน เขตจังหวัดนนทบุรี	การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต				
	การรับรู้ถึง ประโยชน์	ทักษะคดีที่มี ต่อการใช้งาน	การใช้งาน/ ความยากง่าย	อิทธิพลทางสังคม	
	✗	✓	✓	✓	
หมายเหตุ	✓	หมายถึง สอดคล้องกับสมมติฐาน			
	✗	หมายถึง ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน			

สมมติฐานที่ 4 ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย ความบันเทิง การติดต่อสื่อสาร การติดตามข่าวสาร การดูแลสุขภาพ และแสดงความคิดเห็นหรือเผยแพร่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี

## ตาราง 60 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4

แรงจูงใจในการ ใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อเข้าถึงข้อมูล ของผู้สูงอายุใน เขตจังหวัด นนทบุรี	การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต					
	ความ บันเทิง	การ ติดต่อสื่อสาร	การติดตาม ข่าวสาร	การดูข้อมูล เกี่ยวกับสุขภาพ	แสดงความเห็น หรือเผยแพร่	
	x	✓	✓	✓	✓	
หมายเหตุ	✓	หมายถึง สอดคล้องกับสมมติฐาน				
	x	หมายถึง ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน				



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยนำผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยประเด็นสำคัญที่จะนำมาสรุปอภิปราย และนำเสนอข้อเสนอแนะผลการวิจัยตามลำดับดังนี้

#### ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ระดับการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต ระดับประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต และระดับแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต และการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี

#### ความสำคัญของการวิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยมีความคาดหวัง ให้เกิดประโยชน์ ดังนี้

1. ข้อมูลนำมากำหนดแนวทางในการพัฒนาข้อมูลให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้สูงอายุ ให้สามารถเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตได้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น
2. นำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาความรู้เกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุให้ดีขึ้น

#### สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้สูงอายุที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่แตกต่างกัน
2. ผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่แตกต่างกัน
3. การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี
4. ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี

#### วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีที่ใช้อินเทอร์เน็ต

### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีที่ใช้อินเทอร์เน็ต ผู้วิจัยกำหนดจำนวนตัวอย่างด้วยการคำนวณสูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Cochran (1977) โดยกำหนดให้มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 จำนวนตัวอย่างขั้นต่ำที่มีความเหมาะสมที่คำนวณได้จากสูตรของ Cochran (1977) มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำเท่ากับ 385 ตัวอย่าง

### การเลือกตัวอย่าง

การวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (probability) ซึ่งทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความเป็นตัวแทนของประชากรเป้าหมายที่ต้องการสรุปอ้างอิงไปถึง ทุก ๆ หน่วยของประชากรมีโอกาสที่จะถูกเลือกได้เท่า ๆ กัน (random sampling) โดยผู้วิจัยกำหนดให้มีการสุ่มตัวอย่าง 3 ขั้นตอน มีดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) คำนวณจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 385 คน โดยการสุ่มจากประชากรทั้งหมด 6 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมือง จำนวน 65 คน อำเภอบางกรวย จำนวน 64 คน อำเภอบางใหญ่ จำนวน 64 คน อำเภอปากเกร็ด จำนวน 64 คน อำเภอบางบัวทอง จำนวน 64 คน และอำเภอไทรน้อย จำนวน 64 คน

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีที่ใช้อินเทอร์เน็ต โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ Google Form เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและนำมาประยุกต์เป็นลักษณะและข้อความถามในรูปแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพก่อนเกษียณ โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบแบบคำตอบเดียว ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลแบบประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) และเป็นแบบสอบถามมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choice) และใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) จำนวน 5 ข้อ

แบบสอบถามส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่ ช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต จำนวนชั่วโมงในการใช้อินเทอร์เน็ต สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต อุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และค่าใช้จ่ายโดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบแบบคำตอบเดียว ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลแบบประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) และใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) จำนวน 6 ข้อ

แบบสอบถามส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ ทศนคติที่มีต่อการใช้งาน การใช้งาน/ความยากง่าย และอิทธิพลทางสังคม โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert's scale) มี 5 ระดับ เรียงจากน้อยไปหามาก จำนวน 12 ข้อ

แบบสอบถามส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพื่อความบันเทิง เพื่อติดต่อสื่อสาร เพื่อติดตามข่าวสาร เพื่อดูข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ และเพื่อใช้แสดงความเห็นหรือความรู้ของตน โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert's scale) มี 5 ระดับ เรียงจากน้อยไปหามาก จำนวน 15 ข้อ

แบบสอบถามส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุโดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert's scale) มี 5 ระดับ เรียงจากน้อยไปหามาก จำนวน 3 ข้อ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการอธิบายลักษณะกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation หรือ SD)

2. สถิติที่ใช้ทดสอบค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability of the test) โดยใช้วิธีหาค่าครอนบักอัลฟา (Cronbach's alpha)

3. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานต่างๆ ได้แก่

3.1 สถิติ Independent T-Test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน

3.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance) ใช้ค่า F-Ratio กรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

3.3 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามหลายปัจจัย

## สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุ ในเขตจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยสามารถสรุปผลได้ดังนี้

### ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพก่อนเกษียณ พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 54.03 มีอายุอยู่ระหว่าง 65 – 69 ปี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 41.82 สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 64.16 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 64.68 อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 32.73

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย ช่วงเวลาการใช้อินเทอร์เน็ต ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต จำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ต สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต อุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือน พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตช่วงเวลา 6.01 – 12.00 น. จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 43.38 ใช้อินเทอร์เน็ตทุกวัน จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 โดยใช้อินเทอร์เน็ต 1 – 2 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 49.09 ใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้าน จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 68.05 ส่วนใหญ่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตด้วยโทรศัพท์สมาร์ตโฟน จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 42.60 และมียค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือน ช่วง 200 – 299 บาท จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 35.84

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต การวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ตในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ด้านอิทธิพลทางสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และด้านการใช้งาน/ความยากง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต การวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ตในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ เพื่อติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 รองลงมาคือ เพื่อใช้แสดงความคิดเห็นหรือความรู้ของตน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 เพื่อความบันเทิง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 เพื่อดูข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 และเพื่อติดตามข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุ การวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ต้องการความสะดวกสบายในการติดต่อกับคนรู้จัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 รองลงมาคือ ต้องการใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาความรู้เพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 และต้องการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการผ่อนคลายความเครียด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน จำนวน 4 ข้อดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพก่อนเกษียณ มีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุที่มีเพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพก่อนเกษียณที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนผู้สูงอายุที่มีอายุที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย ช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต จำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ต สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต อุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือน มีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต จำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ต สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต อุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ตประกอบด้วย อิทธิพลทางสังคม การใช้งาน/ความยากง่าย และด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งานมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี ร้อยละ 19.90 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ตประกอบด้วย การติดตามข่าวสาร การติดต่อสื่อสาร การดูข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ และแสดงความคิดเห็นหรือเผยแพร่ มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี ร้อยละ 7.80 อย่างน้อยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

### อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ผู้สูงอายุที่มีเพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพก่อนเกษียณที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้สูงอายุแต่ละคนที่มีความแตกต่างทางประชากรศาสตร์จะมีเกณฑ์ในการเลือกใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลแตกต่างกัน ดังที่พรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2550) กล่าวว่าความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ จะมีอิทธิพลต่อการสื่อสาร โดยทั่วไปตามลักษณะประชากรศาสตร์เหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอารีญา ศรีแจ่ม (2562) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในยุคดิจิทัล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพของผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีดังนั้นในการส่งเสริมแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีอิทธิพลต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสนับสนุนข้อค้นพบของลฎาภา แพนสุวรรณ และจิตาพัชญ์ ไชยสิทธิ์ (2562) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการเรียนรู้สื่อเทคโนโลยีในยุคหลอมรวมเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในจังหวัดนครสวรรค์ พบว่าเพศ และระดับการศึกษาส่งผลกระทบต่อความต้องการเรียนรู้สื่อเทคโนโลยีในยุคหลอมรวมเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในจังหวัดนครสวรรค์ สอดคล้องกับงานวิจัยของอารีญ์ มัยงพงษ์ และเกื้อกุล ตาเย็น (2559) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการเรียนรู้สื่อเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในยุคหลอมรวมเทคโนโลยี พบว่า ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่งผลกระทบต่อความต้องการเรียนรู้สื่อเทคโนโลยี และสอดคล้องกับงานวิจัยของทินภัทร ปัญจมหาลาภ (2563) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการสื่อสาร ผ่านแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุในอำเภอเกาะจันทร์ จังหวัดชลบุรี พบว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าในการส่งเสริมแรงจูงใจในการใช้

อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีจึงควรให้ความสำคัญกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้สูงอายุ

2. ผู้สูงอายุที่มีช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต จำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ต สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต อุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เพราะการใช้อินเทอร์เน็ตในการเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุเป็นการกระทำเกิดจากความเชื่อ ความคิดเห็น รวมถึงความต้องการของแต่ละบุคคลซึ่งมีความแตกต่างกัน ดังที่ชาติเชื้อ หล้าดา (2552) กล่าวว่าพฤติกรรมกรใช้อินเทอร์เน็ตเป็นการกระทำหรือกิจกรรมที่ผู้ใช้อำนาจการเพื่อให้ได้สารสนเทศ พฤติกรรมกรใช้อินเทอร์เน็ตเริ่มขึ้นเมื่อบุคคลพบว่าตนเองต้องการสารสนเทศเพื่อใช้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จากนั้นแสวงหาสารสนเทศจากแหล่งสารสนเทศประเภทต่าง ๆ เพื่อให้ได้สารสนเทศที่ต้องการ และใช้สารสนเทศนั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนิชานาถ สุชาติพงศ์ (2561) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้สูงอายุในการใช้สื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค กรณีศึกษาตำบลชะมาย อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่พบว่าผู้สูงอายุที่พฤติกรรมกรใช้งาน พฤติกรรมกรคุยในห้องสนทนาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้สื่อโซเชียลเน็ตเวิร์คต่างกัน นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสนับสนุนข้อค้นพบของปิยดา ราชพิบูลย์ (2565) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมกรใช้ และทักษะการประเมินสารสนเทศจากสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมกรใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างกันมีทักษะการประเมินสารสนเทศจากสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของวีรณัฐ โรจนประภา (2560) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมกรใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อระดับความสุขของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ระยะเวลาที่ใช้เทคโนโลยี และสถานที่ใช้เทคโนโลยี มีความสัมพันธ์กับระดับความสุขของผู้สูงอายุ และสอดคล้องกับงานวิจัยของพนม คลีฉายา (2563) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของผู้สูงอายุและข้อเสนอเพื่อการเสริมสร้างภาวะพหุพลังของผู้สูงอายุไทย พบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีของผู้สูงอายุ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตและความคุ้มค่า แสดงให้เห็นว่าในการส่งเสริมแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีจึงควรให้ความสำคัญกับพฤติกรรมกรใช้อินเทอร์เน็ต

3. การยอมรับกรใช้อินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย อิทธิพลทางสังคม การใช้งาน/ความยากง่าย และด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งานมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี ร้อยละ 19.90 อย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เพราะผู้สูงอายุมีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตทำให้มีแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูล โดย

ผลการวิจัยเป็นไปในทำนองเดียวกับแนวคิดของ Chu and Chu (2011) ที่กล่าวว่า การยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นพฤติกรรมหรือการกระทำที่ได้รับอิทธิพลโดยตรงจากทัศนคติที่มีต่อการใช้งานระบบสารสนเทศ ได้รับอิทธิพลทางอ้อมต่อการรับรู้ว่ายใช้งานง่ายและการรับรู้ถึงประโยชน์ของระบบผู้ใช้ จะแสดงพฤติกรรมการใช้ออกมาในรูปแบบใดก็ขึ้นอยู่กับทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ถ้าผู้ใช้มีทัศนคติในด้านบวกกับระบบสารสนเทศก็จะมีการยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุกัญญา ชนะสงค์ (2561) ที่ได้ศึกษาอิทธิพลด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการสนับสนุน เทคโนโลยีและแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้สูงอายุในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร ที่พบว่าปัจจัยด้านทัศนคติในการใช้งานส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุ นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสนับสนุนข้อค้นพบของบัณฑิตา โนโซติ (2564) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ประสบการณ์และการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีผลต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ที่พบว่าปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านอิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อารีย์ มัยยพงษ์ และเกื้อกุล ตาเย็น (2559) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการเรียนรู้สื่อเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในยุคหลอมรวมเทคโนโลยี พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงอายุส่งผลกระทบต่อความต้องการเรียนรู้สื่อเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลฎาภา แผนสุวรรณ และจิตาพัชญ์ ไชยสิทธิ์ (2562) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการเรียนรู้สื่อเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในจังหวัดนครสวรรค์ พบว่าปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ ส่งผลกระทบต่อความต้องการเรียนรู้สื่อเทคโนโลยี แสดงให้เห็นว่าในการส่งเสริมแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีจึงควรมีการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อให้สามารถเรียนรู้วิธีการใช้อินเทอร์เน็ตได้มากขึ้นรวมถึงมีการนำบุคคลที่มีชื่อเสียงมาใช้เป็นสื่อในการกระตุ้นให้ผู้สูงอายุมีแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลมากขึ้น

4. ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ตประกอบด้วย การติดตามข่าวสาร การติดต่อสื่อสาร การดูแลสุขภาพเกี่ยวกับสุขภาพ และแสดงความเห็นหรือเผยแพร่ มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี ทั้งนี้เพราะว่าผู้สูงอายุมีการใช้ประโยชน์จากการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อตอบสนองความต้องการต่าง ๆ ทั้งด้านความบันเทิง การติดต่อสื่อสาร การติดตามข่าวสาร โดยผลการวิจัยเป็นไปในทำนองเดียวกับแนวคิดของ ศิริส ปันเก่า (2559) ที่อธิบายว่าการใช้ประโยชน์นั้นเป็นสิ่งที่ผู้รับสารกำหนดความต้องการของตนเอง รวมถึงความต้องการสื่อและเนื้อหา

ข่าวสารที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของตนเองได้ ซึ่งประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ตจึงวัตถุประสงค์เพื่อการแบ่งปันข้อมูลจากการใช้งานอินเทอร์เน็ตในการตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเฉลิมศักดิ์ บุญประเสริฐ (2560) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ ที่พบว่า ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ของแอปพลิเคชันอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสนับสนุนข้อค้นพบของอารียา ศรีแจ่ม (2562) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในยุคดิจิทัล พบว่า วิธีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารส่งผลต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในยุคดิจิทัล สอดคล้องกับงานวิจัยของพนม คลีฉายา (2563) พบว่า ผู้สูงอายุใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีทางด้านสุขภาพ โดยใช้ค้นหาข้อมูลจาก กูเกิล หรือยูทูบ หรือการได้รับข้อมูลข่าวสารทางสุขภาพทางแอปพลิเคชันไลน์ในเรื่องที่ตนเองสนใจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของทินภัทร ปัญจมหาลาก (2563) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการสื่อสาร ผ่านแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ ในอำเภอเกาะจันทร์ จังหวัดชลบุรี พบว่า การใช้ไลน์ทำให้ผู้สูงอายุได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็นต่าง ๆ ของตนกับบุคคลอื่น แสดงให้เห็นว่าในการส่งเสริมแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรีจึงควรมีการให้ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้อินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้สูงอายุเกิดการรับรู้ประโยชน์ของการใช้อินเทอร์เน็ต

### ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องการให้บริการสารสนเทศ ข้อมูลข่าวสาร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้สูงอายุ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการบริการสาธารณะ ดังนี้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องการให้บริการสารสนเทศ ข้อมูลข่าวสาร ควรมีการจัดทำสื่อสารสนเทศที่เผยแพร่ผ่านอินเทอร์เน็ตให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุ โดยให้ความสำคัญในการสร้างและผลิตเนื้อหาที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ และสะดวกต่อการเข้าถึงให้กับกลุ่มผู้สูงอายุ เนื่องจากผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีช่วงเวลาดำเนินงานอินเทอร์เน็ต 6.00 – 12.00 น. มีความถนัดในการใช้งานอินเทอร์เน็ตทุกวัน และมีจำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ต 1 -2 ชั่วโมงต่อวัน

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้สูงอายุ ควรมีการจัดกิจกรรมอบรม สัมมนาให้กับผู้สูงอายุเพื่อส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีความรู้ ความเข้าใจในการใช้อินเทอร์เน็ตและกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และมีการสนับสนุนให้ผู้สูงอายุ ทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากอิทธิพลทางสังคมเป็นปัจจัยสำคัญในการยอมรับการใช้งาน อินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุ

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการบริการสาธารณะ ควรจัดให้มีศูนย์เรียนรู้อินเทอร์เน็ตชุมชนที่มีอุปกรณ์เทคโนโลยีที่ทันสมัย และระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อสนับสนุนให้ผู้สูงอายุ สามารถใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัย และสามารถเรียนรู้วิธีการใช้งาน การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น และนำเสนอเผยแพร่ความรู้ของตนได้ เพราะโดยส่วนมากผู้สูงอายุใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตนั้นเพื่อติดต่อสื่อสาร เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคนใกล้ชิด ครอบครัว และใช้เพื่อแสดงความเห็น หรือแสดงความรู้ของตน เพื่อถ่ายทอดความรู้ของตนให้กับผู้อื่น และใช้เพื่อติดตามข่าวสาร

### ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่อื่น ๆ ให้มีความหลากหลาย เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ และวางแผนการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุให้มากขึ้น

2. ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี เช่น ประสบการณ์ของผู้สูงอายุในการใช้งานอินเทอร์เน็ตรูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นต้น ซึ่งจะทำได้ข้อมูลมาใช้ในการวางแผนพัฒนาสื่ออินเทอร์เน็ตให้มีความหลากหลายมากขึ้น

3. ควรมีการศึกษาในเชิงคุณภาพเกี่ยวกับสถานการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุ เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกขึ้นมากขึ้น

## บรรณานุกรม

- Agarwal, R., & Prasad, J. (1999). Are individual differences germane to the acceptance of new information technologies? *Decision sciences*, 30(2), 361-391.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). A Bayesian analysis of attribution processes. *Psychological bulletin*, 82(2), 261-277.
- Chang, J., McAllister, C., & McCaslin, R. (2015). Correlates of, and barriers to, Internet use among older adults. *Journal of gerontological social work*, 58(1), 66-85.
- Chu, A. Z.-C., & Chu, R. J.-C. (2011). The intranet's role in newcomer socialization in hotel industry in Taiwan-technology acceptance model analysis *The International Journal of Human Resource Management*, 22(5), 1163-1179.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques*. John Wiley & Sons.
- Dainton, M., & Zelle, E. D. (2022). *Applying communication theory for professional life: A practical introduction*. Sage publications.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 13(3), 319-340.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management science*, 35(8), 982-1003.
- Gitlow, L. (2014). Technology use by older adults and barriers to using technology. *Physical & Occupational Therapy in Geriatrics*, 32(3), 271-280.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The public opinion quarterly*, 37(4), 509-523.
- Kotler, P. (2000). *Introduction al marketing*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. (2006). KELLER, Kevin Lane. *Administração de marketing*, 12.
- McCombs, M. E., & Becker, L. B. (1979). Using mass communication theory. *(No Title)*.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS quarterly*, 36(1), 157-178.

- Weiner, I. B. (1992). *Psychological disturbance in adolescence*. John Wiley & Sons.
- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2564). สิทธิและสวัสดิการผู้สูงอายุ. Retrieved 6 พฤศจิกายน 2566 from <https://www.dop.go.th/th/know/15/646>
- ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา และวินัส อัครวิสุทธิถาวร. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. วังอักษร.
- กันตพล บรรทัดทอง. (2557). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. ปทุมธานี.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2558). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติ. (2553). รายงานประจำปี สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2553. สืบค้นจาก [https://www.dop.go.th/download/knowledge/knowledge\\_th\\_20160106141440\\_1.pdf](https://www.dop.go.th/download/knowledge/knowledge_th_20160106141440_1.pdf)
- จากรุวรรณ พิมพิค้อ. (2552). การใช้และความต้องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครขอนแก่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น]. ขอนแก่น.
- เฉลิมศักดิ์ บุญประเสริฐ. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่]. เชียงใหม่.
- ชาติเชื้อ หล้าดา. (2552). พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นสังกัดสำนักงานศึกษาเทศบาลนครขอนแก่นจังหวัดขอนแก่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น]. ขอนแก่น.
- ชูชัย สมितिไกร. (2556). พฤติกรรมผู้บริโภค. จุฬาลงกรณ์.
- ณรงค์ศักดิ์ ศรีทานันท์. (2560). แนวทางการกำกับสื่อใหม่ในยุคการหลอมรวมเทคโนโลยี. วารสารนักบริหาร, 31(4), 126-134.
- ทัศน์ย์ชาติไทย. (2559). คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์]. กรุงเทพฯ.
- ทินภัทร ปัญจมหาลภ. (2563). การศึกษาพฤติกรรมการสื่อสาร ผ่านแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุในอำเภอเกาะจันทร์ จังหวัดชลบุรี มหาวิทยาลัยบูรพา]. ชลบุรี.
- ธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ. (2550). พฤติกรรมองค์กร. ธนัชการพิมพ์.
- ธีรวัฒน์ กิจงาม. (2562). นิเทศ เผยแพร่การใช้งาน eDLTV แก่โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน สังกัดกองกำกับการที่ 41. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

- นิชานาถ สุชาติพงศ์. (2561). พฤติกรรมของผู้สูงอายุในการใช้สื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค กรณีศึกษาตำบล  
ชะมาย อำเภอกู่สูง จังหวัดนครศรีธรรมราช มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยา  
เขตนครศรีธรรมราช]. นครศรีธรรมราช.
- นุชลี อุปภัย. (2558). จิตวิทยาการศึกษา. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บัณฑิตา โนโชติ. (2564). ประสบการณ์และการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยหลังเกษียณในเขต  
กรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีผลต่อความเต็มใจใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์  
มหาวิทยาลัยศิลปากร]. นครปฐม.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). การวิจัยเบื้องต้น. สุวีริยาสาส์น.
- ประมะ สตะเวทิน. (2553). การสื่อสารมวลชน. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประภาวดี สืบสนธิ์. (2559). พฤติกรรมการใช้สารสนเทศ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประยูรย์ ไทยธานี. (2550). คุณลักษณะการทำงานเป็นทีมของ บุคลากรในสถาบันอุดมศึกษา (สาย  
สนับสนุน) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา *Journal of Arts and Science*, 5(1), 3-21.
- ประวีณา ห่อเนาวรัตน์. (2556). การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจาก  
สื่อออนไลน์ บริษัท เอ็นโซโก้ จำกัด ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. กรุงเทพฯ.
- ปิยดา ราชพิบูลย์. (2565). พฤติกรรมการใช้และทักษะการประเมินสารสนเทศจากสื่อสังคมออนไลน์  
ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. กรุงเทพฯ.
- พนม คลีฉายา. (2563). การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของผู้สูงอายุและข้อเสนอเพื่อการเสริมสร้างภาวะ  
พหุพลังของผู้สูงอายุไทย.
- พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. (2550). การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรพรรณ ต้นเจริญ. (2563). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการเลือกใช้อุปโภคภัณฑ์ของธุรกิจขนส่ง  
อาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยศิลปากร]. กรุงเทพฯ.
- พิมพ์วิภา ไพ ปรอมสมิทธิ. (2553). การวิจัยเกี่ยวกับผู้ใช้สารสนเทศ. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ภาวิณี กาญจนานา. (2559). พฤติกรรมผู้บริโภค. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ยอดธิดา พระพรหม. (2564). การศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ  
สตรีวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี]. กรุงเทพฯ.
- ระวีวรรณ ทรัพย์อินทร์. (2560). สื่อกับผู้สูงอายุในประเทศไทย. วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต,  
11(2), 367-387.

- ลฎาภา แผนสุวรรณ และจิตาพัชญ์ไชยสิทธิ์. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการเรียนรู้ออนไลน์ในยุคนวัตกรรมเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในจังหวัดนครสวรรค์. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 14(2), 99-118.
- วิวัฒน์ รุ่งเรืองผล. (2556). หลักการตลาด. มาร์เก็ตติ้งมูฟ.
- วีรณัฐ ไรจนประภา. (2560). พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อระดับความสุขของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยศรีปทุม]. กรุงเทพฯ.
- วุฒิชชาติ สุนทรสมัย. (2560). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของภาพลักษณ์และกลยุทธ์การตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดปราจีนบุรี. วารสารชุมชนวิจัยและพัฒนาสังคม, 16(1), 37-50.
- ศรัณยา หวังเจริญตระกูล. (2562). พฤติกรรมในการใช้ แรงจูงใจ และการรับรู้ปัญหาจากการใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. กรุงเทพฯ.
- ศิริส ปันเก่า. (2559). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับอาหารของกลุ่มพ่อบ้านและกลุ่มแม่บ้านบนสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์]. กรุงเทพฯ.
- ศิริพร พุฒิพัตร. (2553). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของบุคลากรต่อเว็บไซต์กรมเจ้าท่า กระทรวงคมนาคม มหาวิทยาลัยรามคำแหง]. กรุงเทพฯ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่ (*Marketing management*) ฉบับปรับปรุงใหม่ ปี 2552. ธรรมสาร.
- ศุภรัตน์ จิตติกุลเจริญ. (2550). ทฤษฎีการสื่อสาร. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. (2567). กลุ่มวิจัยที่ 2: ภาวะสูงวัยของประชากร. สืบค้นจาก <https://ipsr.mahidol.ac.th/research-cluster/population-aging/>
- สมาน ลอยฟ้า. (2557). พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใหญ่ ในชนบท. *Information-อิน ฟ อ ร్ เมชั่น*, 21(2), 8-28.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2565). การสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. Retrieved 20 พฤศจิกายน from <https://www.etcha.or.th/th/%E0%B8%9A%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%95%E0%B9%81%E0%B8%A>

[5%E0%B8%B0%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%A1%E0%B8%A5/%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%95%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%A1%E0%B8%A5/Thailand-Internet-User-Behavior/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AA%E0%B8%B3%E0%B8%A3%E0%B8%A7%E0%B8%88%E0%B8%9E%E0%B8%A4%E0%B8%95%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B8%9C%E0%B9%83%E0%B8%8A%E0%B8%AD%E0%B8%99%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%AD%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%99%E0%B8%95%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%A8%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2-Thailand-Internet-User-Behavior.aspx](https://catalogapi.nso.go.th/api/doc/ICTH_1_5.pdf)

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). โครงการสำรวจการมีกรใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2565. Retrieved 20 พฤศจิกายน from [https://catalogapi.nso.go.th/api/doc/ICTH\\_1\\_5.pdf](https://catalogapi.nso.go.th/api/doc/ICTH_1_5.pdf)

สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2555). ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ. *KMITL Information Technology Journal*, 1-21. สืบค้นจาก [https://www.it.kmitl.ac.th/~journal/index.php/main\\_journal/article/download/2/4](https://www.it.kmitl.ac.th/~journal/index.php/main_journal/article/download/2/4)

สุกัญญา ชนะสงศ์. (2561). อิทธิพลด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการสนับสนุน เทคโนโลยีและแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้สูงอายุในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยรามคำแหง]. กรุงเทพฯ.

สุดารัตน์ พิมลรัตน์กานต์. (2556). การเงินส่วนบุคคล. วี พรินท์.

สุวสา ชัยสุรัตน์. (2552). หลักการตลาด. ภูมิบัณฑิตการพิมพ์.

สุวิช ธีระโคตร และวีรพงษ์ พลนิกรกิจ. (2561). พฤติกรรมการใช้และการรู้เท่าทันอินเทอร์เน็ตและทัศนคติการใช้เนื้อหาด้านสุขภาพบนเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุ. *วารสารการพยาบาลและการดูแลสุขภาพ*, 36(1), 72-80.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2551). พฤติกรรมผู้บริโภค. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อภิญา อติชาติธานินทร์. (2556). แรงจูงใจในการอ่านหนังสือพิมพ์ที่ส่งผลต่อทัศนคติการเลือกอ่านและการรับรู้การทดแทนกันได้ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ มหาวิทยาลัยบูรพา]. ชลบุรี.

อรุณีย์ ไรจนไพบูลย์. (2561). พฤติกรรมมนุษย์เพื่อการพัฒนาตน. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.

- อัครเดช ปิ่นสุข. (2558). การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ และ ส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (*E-satisfaction*) ในการ จดตัวภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. ปทุมธานี.
- อารีย์ มัยยังพงษ์ และเกื้อกกุล ตาเย็น. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการเรียนรู้สื่อเทคโนโลยีของ ผู้สูงอายุในยุคหลอมหลวงเทคโนโลยี.
- อารีญา ศรีแจ่ม. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในยุคดิจิทัล มหาวิทยาลัย รังสิต]. ปทุมธานี.
- เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล. (2554). การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร]. ปทุมธานี.
- เอมิกา เหมมินทร์. (2556). พฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่าย สังคมออนไลน์ (*Social Media*) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร สถาบันบัณฑิตพัฒน นบริหารศาสตร์]. กรุงเทพฯ.

ภาคผนวก





### แบบสอบถาม

งานวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุ  
ในเขตจังหวัดนนทบุรี

#### คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต และแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลสำหรับผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต การใช้ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ตกับแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลสำหรับผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี และ 3) ศึกษาการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต และการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี

โดยแบบสอบถามประกอบไปด้วยคำถาม 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุ

ผู้วิจัยขอความกรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วนทุกข้อ และตอบให้ตรงกับสภาพความเป็นจริงที่สุด ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามฉบับนี้จะนำเสนอในภาพรวม ไม่มีผลกระทบบิตๆ ต่อ ผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนำข้อมูลไปใช้เพื่อการศึกษาวิจัยเท่านั้น

ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งที่ท่านได้เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

ผู้วิจัย

### ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  หรือเติมข้อความเกี่ยวกับตัวท่านตามความเป็นจริงลงในช่องว่างที่กำหนดให้

#### 1. เพศ

1. เพศชาย

2. เพศหญิง

#### 2. อายุ

1. อายุอยู่ระหว่าง 60 – 64 ปี

2. อายุอยู่ระหว่าง 65 - 69 ปี

3. อายุอยู่ระหว่าง 70 - 74 ปี

4. อายุอยู่ระหว่าง 75 - 79 ปี

5. อายุ 80 ปีขึ้นไป

#### 3. สถานภาพสมรส

1. โสด

2. สมรส/อยู่ด้วยกัน

3. หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

#### 4. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

2. ปริญญาตรี

3. สูงกว่าปริญญาตรี

#### 5. อาชีพก่อนเกษียณ

1. รับราชการ

2. รัฐวิสาหกิจ

3. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

4. รับจ้าง

5. ไม่ได้ประกอบอาชีพ (พ่อบ้าน/แม่บ้าน)

6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

## ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  หรือเติมข้อความเกี่ยวกับตัวท่านตามความเป็นจริงลงในช่องว่างที่กำหนดให้

### 1. ช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ช่วงเวลา 6.01 – 9.00 น.   | <input type="checkbox"/> 2. ช่วงเวลา 9.01 – 12.00 น.  |
| <input type="checkbox"/> 3. ช่วงเวลา 12.01 – 13.00 น. | <input type="checkbox"/> 4. ช่วงเวลา 13.01 – 15.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 5. ช่วงเวลา 15.01 – 18.00 น. | <input type="checkbox"/> 6. ช่วงเวลา 18.01 – 21.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 7. ช่วงเวลา 21.01 – 00.00 น. | <input type="checkbox"/> 8. ช่วงเวลา 00.01 – 6.00 น.  |

### 2. ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ทุกวัน                   | <input type="checkbox"/> 2. ใช้ 5 – 6 วันต่อสัปดาห์ |
| <input type="checkbox"/> 3. ใช้ 3 – 4 วันต่อสัปดาห์  | <input type="checkbox"/> 4. ใช้ 1 – 2 วันต่อสัปดาห์ |
| <input type="checkbox"/> 5. น้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ |   |

### 3. จำนวนชั่วโมงในการใช้อินเทอร์เน็ต

1. น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน
2. ใช้ 1 – 2 ชั่วโมงต่อวัน
3. มากกว่า 2 ชั่วโมงต่อวัน

### 4. สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต

1. บ้าน
2. ระหว่างเดินทาง
3. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

### 5. อุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ    | <input type="checkbox"/> 2. โน้ตบุ๊ก คอมพิวเตอร์พกพา |
| <input type="checkbox"/> 3. แท็บเล็ต หรือไอแพด     | <input type="checkbox"/> 4. โทรศัพท์สมาร์ทโฟน        |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |  |

### 6. ค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อเดือน

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 50 บาท                         | <input type="checkbox"/> 2. ช่วง 50 – 99 บาท       |
| <input type="checkbox"/> 3. ช่วง 100 – 199 บาท                     | <input type="checkbox"/> 4. ช่วง 200 - 299 บาท     |
| <input type="checkbox"/> 5. ช่วง 300 – 399 บาท                     | <input type="checkbox"/> 6. ช่วง 400 บาทขึ้นไป     |
| <input type="checkbox"/> 7. อยู่ในแพคเกจและโปรโมชั่นโทรศัพท์มือถือ | <input type="checkbox"/> 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

### ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต

**คำชี้แจง:** ให้ท่านอ่านข้อความในแต่ละข้อแล้วพิจารณาว่าท่านมีความรู้สึกเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับข้อความนั้น ๆ มากหรือน้อยเพียงใด แล้วให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างทางขวามือของข้อความตามความหมายดังนี้

- |   |                      |         |  |
|---|----------------------|---------|--|
| 5 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง    | หมายถึง | ท่านเห็นด้วยกับข้อความนั้นทุกประการ                        |
| 4 | เห็นด้วย             | หมายถึง | ท่านเห็นด้วยกับข้อความนั้นค่อนข้างมาก                      |
| 3 | ไม่แน่ใจ             | หมายถึง | เห็นด้วยกับข้อความนั้นบ้างและไม่เห็นด้วยกับข้อความนั้นบ้าง |
| 2 | ไม่เห็นด้วย          | หมายถึง | ท่านไม่เห็นด้วยกับข้อความนั้นค่อนข้างมาก                   |
| 1 | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | หมายถึง | ท่านไม่เห็นด้วยกับข้อความนั้นเลย                           |

การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>การรับรู้ถึงประโยชน์</b>					
1. การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้รับรู้ถึงข้อมูลข่าวสารรวดเร็วขึ้น					
2. การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้ท่านแบ่งปันข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้น					
3. บริการต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ตทำให้ชีวิตประจำวันของท่านสะดวกมากขึ้น					
<b>ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน</b>					
1. ท่านคิดว่าการใช้อินเทอร์เน็ตทำให้เข้าถึงข้อมูลได้ทุกเวลาที่ต้องการ					
2. ท่านคิดว่าการใช้อินเทอร์เน็ตมีความสะดวกต่อการใช้งาน					
3. ท่านคิดว่าการใช้อินเทอร์เน็ตทำให้ติดต่อสื่อสารระหว่างกันสะดวกขึ้น					
<b>การใช้งาน/ความยากง่าย</b>					
1. ท่านสามารถเรียนรู้และเข้าใจการใช้งานอินเทอร์เน็ตได้อย่างง่ายดาย					
2. การใช้อินเทอร์เน็ตทำให้ท่านติดต่อกับคนอื่น ๆ ได้ง่ายขึ้น					
3. เมื่อท่านใช้งานบ่อยๆ จะทำให้เกิดความเข้าใจ และเรียนรู้วิธีการใช้อินเทอร์เน็ตได้มากขึ้น					

การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>อิทธิพลทางสังคม</b>					
1. ครอบครัวหรือบุคคลใกล้ชิดมีส่วนร่วมกระตุ้นให้ท่านอยากใช้งานอินเทอร์เน็ต					
2. บุคคลที่มีชื่อเสียงมีส่วนร่วมกระตุ้นให้ท่านอยากใช้งานอินเทอร์เน็ตมากขึ้น					
3. คนรอบข้างของท่านส่วนมากใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเข้าถึงสังคมท่านจึงต้องใช้อินเทอร์เน็ตด้วย					

#### ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต

**คำชี้แจง:** ให้ท่านอ่านข้อความในแต่ละข้อแล้วพิจารณาว่าท่านมีความรู้สึกเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับข้อความนั้น ๆ มากหรือน้อยเพียงใด แล้วให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างทางขวามือของข้อความตามความหมายดังนี้

- |   |                      |         |  |
|---|----------------------|---------|--|
| 5 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง    | หมายถึง | ท่านเห็นด้วยกับข้อความนั้นทุกประการ                        |
| 4 | เห็นด้วย             | หมายถึง | ท่านเห็นด้วยกับข้อความนั้นค่อนข้างมาก                      |
| 3 | ไม่แน่ใจ             | หมายถึง | เห็นด้วยกับข้อความนั้นบ้างและไม่เห็นด้วยกับข้อความนั้นบ้าง |
| 2 | ไม่เห็นด้วย          | หมายถึง | ท่านไม่เห็นด้วยกับข้อความนั้นค่อนข้างมาก                   |
| 1 | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | หมายถึง | ท่านไม่เห็นด้วยกับข้อความนั้นเลย                           |

ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>เพื่อความบันเทิง</b>					
1. การใช้อินเทอร์เน็ตทำให้ท่านรู้สึกผ่อนคลายและลดความเครียด					
2. การใช้อินเทอร์เน็ตทำให้ท่านรู้สึกสนุกสนานและเพลิดเพลิน					
3. การใช้อินเทอร์เน็ตทำให้ท่านรู้สึกมีความสุขที่ได้ใกล้ชิดกับเพื่อนมากยิ่งขึ้น					

ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>เพื่อติดต่อสื่อสาร</b>					
1. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคนใกล้ชิดครอบครัว					
2. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อติดต่อกับเพื่อน ๆ					
3. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารกับผู้อื่น					
<b>เพื่อติดตามข่าวสาร</b>					
1. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อติดตามข่าวสาร ความเป็นไปของสังคม					
2. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์					
3. ข่าวสารบนอินเทอร์เน็ตมีความทันต่อสถานการณ์					
<b>เพื่อดูข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ</b>					
1. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อดูข้อมูล ความรู้ในการดูแล รักษาสุขภาพตนเอง					
2. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อดูข้อมูล วิธีการ ที่จะนำมาใช้ออกกำลังกาย					
3. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับอาการเจ็บป่วยของตนเอง					
<b>เพื่อให้แสดงความเห็นหรือความรู้ของตน</b>					
1. ท่านมักจะแสดงความเห็นเกี่ยวกับเรื่องที่ท่านรู้ในอินเทอร์เน็ตอยู่เสมอ					
2. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อถ่ายทอดความรู้ของตนให้กับผู้อื่น					
3. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้อื่น					

### ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้สูงอายุ

**คำชี้แจง:** ให้ท่านอ่านข้อความในแต่ละข้อแล้วพิจารณาว่าท่านมีความรู้สึกเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับข้อความนั้น ๆ มากหรือน้อยเพียงใด แล้วให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างทางขวามือของข้อความตามความหมายดังนี้

- |   |                      |         |  |
|---|----------------------|---------|--|
| 5 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง    | หมายถึง | ท่านเห็นด้วยกับข้อความนั้นทุกประการ                        |
| 4 | เห็นด้วย             | หมายถึง | ท่านเห็นด้วยกับข้อความนั้นค่อนข้างมาก                      |
| 3 | ไม่แน่ใจ             | หมายถึง | เห็นด้วยกับข้อความนั้นบ้างและไม่เห็นด้วยกับข้อความนั้นบ้าง |
| 2 | ไม่เห็นด้วย          | หมายถึง | ท่านไม่เห็นด้วยกับข้อความนั้นค่อนข้างมาก                   |
| 1 | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | หมายถึง | ท่านไม่เห็นด้วยกับข้อความนั้นเลย                           |

แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ท่านต้องการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการผ่อนคลายความเครียด					
2. ท่านต้องการความสะดวกสบายในการติดต่อกับคนรู้จัก					
3. ท่านต้องการใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาความรู้เพิ่มเติม					

ประวัติผู้เขียน

