

ปัจจัยอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อการเปิดเผยตนเอง
ของผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่*

SOCIAL INFLUENCE FACTORS AFFECTING SELF-DISCLOSURE OF
ELDERLY ON ONLINE MEDIA IN CHIANG MAI PROVINCE

วนิดา โนรา

Wanida Nora

ทิวานันท์ ไชยประสิทธิ์

Tiwanan Chaiprasit

วิฑูรย์ โพธิ์ทิพย์

Withoon Phothip

พิมพ์ไล เพาะเจาะ

Pimpilai Phocho

อภิชา ไชยเหล็ก

Apicha Chailek

ธันวา พิศดาร

Tunwa Pitsadarn

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตเชียงใหม่, ประเทศไทย

Thailand National Sports University Chiang Mai Campus, Thailand

E-mail: wanidanora64@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่ องค์ประกอบของอิทธิพลทางสังคม มี 4 องค์ประกอบ คือ บรรทัดฐานทางสังคม ภาพลักษณ์ทางสังคม ความร่วมมือด้วยความสมัครใจ และการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

* Received 6 February 2024; Revised 5 March 2024; Accepted 6 March 2024



ผู้สูงอายุในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลลัพธ์จากการวิจัย พบว่า ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม ด้านความร่วมมือด้วยความสมัครใจ และด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ส่งผลกระทบบวกต่อการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นจึงยอมรับข้อสมมติฐานที่ 3 และข้อสมมติฐานที่ 4 ในทางกลับกัน ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม ด้านบรรทัดฐานทางสังคม และด้านภาพลักษณ์ทางสังคม ส่งผลกระทบบวกต่อการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นจึงปฏิเสธข้อสมมติฐานที่ 1 และข้อสมมติฐานที่ 2 นอกจากนี้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมและงานวิจัยในอนาคตได้กล่าวไว้ในงานวิจัยนี้

คำสำคัญ: อิทธิพลทางสังคม, การเปิดเผยตนเอง, ผู้สูงอายุ, สื่อออนไลน์

Abstract

The purpose is to study the social influence factors affecting self-disclosure of elderly on online media in Chiang Mai Province. Social influence consists of social norms, social image, voluntariness cooperation and perceived usefulness of use. It is hypothesized to become an independent variable of the study. Here, data were collected from 400 of Elderly people in the area of the Muang District Chiang Mai Province aged 60 years and over as the sample of the study. Statistics used in data analysis include percentage, mean, standard deviation, multivariate analysis and multiple regression analysis. The result shows that social influence factors of voluntariness cooperation and perceived usefulness of use. have an important positive impact on elderly on online media in Chiang Mai Province statistically significant at the 0.01 level. Hence, supports hypothesis 3 and 4. On the other hand, social norms and social image have significant negative effect on elderly on online media in Chiang Mai Province statistically significant at the 0.01 level. Therefore, hypothesis 1 and 2 not supported. Theoretical and managerial



contributions are explicitly provided. Conclusion and suggestions and directions of the future research are included.

Keywords: Social Influence, Self-Disclosure, Elderly, Online Media

บทนำ

ในยุคที่สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีอิทธิพลและบทบาทในชีวิตประจำวันของมนุษย์เพิ่มมากขึ้นซึ่งส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งทางความคิดและพฤติกรรมของคนในสังคม การเกิดขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์ทำให้ข้อจำกัดทางด้านเวลาและสถานที่หายไป โดยการติดต่อสื่อสารและการใช้งานต่าง ๆ สามารถทำได้ในทุกที่ ทุกเวลา สื่อสังคมออนไลน์ยังทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในโลกสังคมออนไลน์ได้ง่ายขึ้นกว่าการพบเจอกันบนโลกแห่งความเป็นจริง การปฏิสัมพันธ์กับคนแปลกหน้าถือเป็นเรื่องปกติ และเมื่ออินเทอร์เน็ตเติบโตและก้าวหน้าขึ้น มีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางที่สำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารทั้งในเชิงลึกและมีความหลากหลาย ไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและพื้นที่ เนื่องจากเป็นเครือข่ายการสื่อสารจากปัจเจกชน โดยเชื่อมต่อข้อมูลข่าวสารและแบ่งปันไปยังบุคคลอื่น (Boyd, D. M., & Ellison, N. B., 2007) อีกทั้งยังสามารถสร้างพื้นที่ใหม่ในการนำเสนอตนเอง สามารถสร้างบัญชีรายชื่อเพื่อน หรือกลุ่มคนรู้จักที่ติดต่อกัน สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้ สามารถบอกเล่าเรื่องราวความรู้สึก แสดงความคิดเห็นต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมได้ สามารถโพสต์รูปภาพ โพสต์คลิปวิดีโอ พูดคุยผ่านแชท โดยผ่านแอปพลิเคชัน เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) ไลน์ (Line) อินสตาแกรม (Instagram) ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถเข้ามามีบทบาทในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันของสังคมได้ง่ายมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลหรือการสื่อสารระหว่างกลุ่ม และยังเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายเป็นที่รู้จักของคนจำนวนมาก

อย่างไรก็ตาม แอปพลิเคชันที่มีอยู่อย่างมากมายเป็นประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดการนิยมนำเครือข่ายสังคมออนไลน์ ก็คือการเปิดเผยตนเองในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งถือเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างและการรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อน ซึ่งการเปิดเผยตนเองในเครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ การส่งข้อความเกี่ยวกับตัวเองสื่อสารไปยังผู้อื่น โดยการที่ผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ แสดงข้อมูลส่วนบุคคล ภาพงานอดิเรก เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเพื่อนจำนวนมาก ทั้งนี้เนื้อหาสาระที่อยู่บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ จะมีรูปแบบการสื่อสารที่สามารถตอบสนองกันได้



ในทันที ผสมผสานกันทั้งภาพและเสียงทำให้เกิดการรวมกลุ่มทางสังคมที่รวมคนที่มีทัศนคติ การดำเนินชีวิตที่คล้ายกันเข้ามารวมกลุ่มกัน (ชนยวรรณ์ สมถวิลพ่องใส, 2561) ซึ่งจาก ปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้เกิดการศึกษาข้อมูลทางสังคมที่แลกเปลี่ยนในเครือข่ายสังคม ออนไลน์อันเกิดจากพฤติกรรมทางสังคมที่แตกต่างไปจากเดิมทำให้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม ออนไลน์เกิดเป็นปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่แตกต่างจากในอดีตที่ผ่านมา ทำให้เกิดการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม นอกจากนี้ อิทธิพลของสังคม (Social Influence) ยังเป็นปัจจัยแวดล้อมหรืออิทธิพลจากบุคคลอื่น ๆ ในสังคมที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งส่งผลต่อทัศนคติหรือการตัดสินใจว่าจะใช้หรือไม่ใช้เทคโนโลยี โดยอิทธิพลทางสังคมเกิดจาก 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่ (1) บรรทัดฐานของบุคคล (Subjective Norm) ซึ่งเป็นความเข้าใจหรือทัศนคติของแต่ละบุคคล ในการตัดสินใจใช้หรือไม่ใช้เทคโนโลยี (2) ปัจจัยทางสังคม (Social Factors) เป็นความสัมพันธ์หรือข้อตกลงระหว่างบุคคลที่แสดงออกถึงวัฒนธรรม ค่านิยมของสังคมนั้น ๆ (3) ภาพลักษณ์ (Image) เป็นความรู้สึก ความเข้าใจของผู้ใช้เทคโนโลยีว่า เทคโนโลยีที่ใช้ช่วยเพิ่มภาพลักษณ์ หรือสถานภาพทางสังคมได้ (นริรัตน์ คงรักษา, 2560) ในขณะเดียวกันอิทธิพลทางสังคมนี้ยังมีหลากหลายรูปแบบที่มีความแตกต่างกัน รวมถึงการเชื่อฟัง ความสอดคล้อง การโน้มน้าวใจ การล้อเลียนทางสังคม การอำนวยความสะดวกทางสังคม การแยกตัวออกจากกัน และความกดดันจากสังคม นอกจากนี้ ภายในอิทธิพลทางสังคม บรรทัดฐานทางสังคมเป็นรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับแรงกดดันทางสังคมที่จะให้ทำหรือไม่ทำ โดยไม่คำนึงถึงความเชื่อและทัศนคติของแต่ละคนที่มีต่อการกระทำในสิ่งเหล่านั้น (Lee, C. H. et al, 2006) ซึ่งเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความรู้สึก อารมณ์ หรือพฤติกรรมของแต่ละบุคคล กระบวนการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ คือ การมีปฏิสัมพันธ์

ในขณะเดียวกัน ประเทศไทยเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ องค์กรต่าง ๆ มุ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาและส่งเสริมชีวิตความเป็นอยู่ในกลุ่มสังคมผู้สูงอายุ และการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเกิดขึ้นพร้อมกับบทบาทของเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งถือเป็นรูปแบบการติดต่อสื่อสารที่เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในทุกกลุ่ม สำหรับประเทศไทย พบว่า กลุ่มผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปมีการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 ถึงปีพ.ศ. 2561 โดยมีผู้สูงอายุที่ใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเกือบสามเท่า (National Statistical Office Ministry of Digital Economy and Society, 2018) ซึ่งการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์สามารถช่วยผู้สูงอายุให้สามารถติดต่อสื่อสารกับบุคคลใกล้ชิดได้มากขึ้น ซึ่งการเปิดเผยข้อมูล



ตนเองเป็นวิธีการสื่อสารง่าย ๆ ของความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกัน และเป็นเงื่อนไขในการพัฒนาความใกล้ชิด (Altman, I., & Taylor, D. A., 1973) นอกจากนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า วัตถุประสงค์สำคัญในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุคือ การใช้เพื่อการติดต่อสื่อสารกับครอบครัวและเพื่อน การใช้เพื่อหาข้อมูลด้านสุขภาพ หรือข้อมูลที่ตนสนใจ การใช้เพื่อความบันเทิงและติดตามข่าวสาร การใช้เพื่อเข้าสังคมทั้งในลักษณะ ของการสร้างเพื่อนใหม่และการคงความสัมพันธ์ (Tirakoat & Polnigongit, 2018; Siriwong & Unhalekjit, 2017) อย่างไรก็ตาม ในกลุ่มผู้สูงอายุจำนวนหนึ่งเลือกที่จะไม่ใช้การติดต่อสื่อสารด้วยการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เนื่องจากเหตุผลในด้านความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวและความรู้สึกลำบากในการใช้คำสั่งบนแอปพลิเคชัน จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจะนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของผู้สูงอายุ เช่น ความสัมพันธ์กับครอบครัวและผู้อื่น คุณภาพชีวิตด้านสุขภาวะทางอารมณ์ คุณภาพชีวิตด้านความเชื่อทางศาสนาและจิต วิญญาณ คุณภาพชีวิตด้านความเป็นอิสระและความเป็นตัวเอง คุณภาพชีวิตด้านสังคมและกิจกรรมยามว่าง คุณภาพชีวิตด้านการเงินและเศรษฐกิจ และคุณภาพชีวิตด้านสุขภาพ (อารยา ผลธัญญา, 2564)

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

1. กลุ่มประชากร กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้สูงอายุในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปี จำนวน 54,417 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างของทาโร



ยามาเน (Yamane, T., 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับ 0.05

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นแบบปลายเปิด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนและวิธีการ ดังนี้

3.1 ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง พร้อมกับตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน และความสมบูรณ์ของเอกสารเตรียมนำส่ง

3.2 ดำเนินการจ้างผู้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำแบบสอบถามมอบให้กับผู้เก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 400 ชุด

3.3 เมื่อครบกำหนดระยะเวลา 15 วัน ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาจำนวน 175 ฉบับ ผู้วิจัยจึงได้ทำการประสานงานทางโทรศัพท์กับผู้เก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ตอบกลับ เพื่อขอความอนุเคราะห์ตอบกลับ หลังจากนั้น ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาเพิ่มอีกจำนวน 40 ฉบับ รวมแบบสอบถามตอบกลับจำนวนทั้งสิ้น 215 ฉบับ

3.4 เมื่อได้รับแบบสอบถามแล้วนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ซึ่งปรากฏว่าเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ ครบถ้วนของการตอบ ทั้งจำนวน 215 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ



ละ 53.75 ของจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง รวมระยะเวลาในการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล 90 วัน

3.5 นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับไปวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยแบ่งได้ ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อ การเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอย แบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อ ออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยอิทธิพลทางสังคมที่ส่ง ผลกระทบต่อการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อเป็นข้อเสนอเทศ และแนวทางในการพัฒนาสร้างสรรค์สื่อที่เหมาะสมและตรงกับความต้องการของผู้สูงอายุต่อไป โดยใช้การพรรณนา

5. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

5.1 นำแบบสอบถามไปทดสอบใช้ (Try-out) กับผู้สูงอายุ ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป ในอำเภอแมริม ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ไม่ใช่ประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาความ เชื่อมั่น (Reliability) ตามวิธีการครอนบาค โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) โดยดูจากค่า Cronbach's alpha จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.6 ในการศึกษาครั้งนี้ค่า Cronbach's alpha เท่ากับ 0.626 – 0.817 และความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Validity) ผลจะดูที่ค่า



Factor loading ของแต่ละตัวแปรจะต้องมีค่าตั้งแต่ 0.4 ขึ้นไป การศึกษาครั้งนี้ค่า Factor loading เท่ากับ 0.407 – 0.916

5.2 การหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item – Total Correlation ซึ่งค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแบบสอบถาม บรรทัดฐานทางสังคม (SN) ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.509 – 0.916 ภาพลักษณ์ทางสังคม (SI) ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.592 - 0.872 ความร่วมมือด้วยความสมัครใจ (VC) ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.407 - 0.915 การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (PU) ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.488 - 0.833 และการเปิดเผยตนเอง (SD) ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.458 - 0.916

6. นำผลที่ได้จากการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือแล้ว นำมาจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรต่อไป

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่สื่อออนไลน์ที่ท่านใช้ประจำคือ LINE จำนวน 171 คน รองลงมา Facebook จำนวน 152 คน ท่านรู้จักเว็บไซต์สื่อออนไลน์ที่ท่านเข้าใช้อยู่ช่องทางใด ส่วนใหญ่ สมัครเล่นด้วยตนเอง จำนวน 214 คน รองลงมา เพื่อนแนะนำ/ชักชวน จำนวน 123 คน ท่านใช้บริการสื่อออนไลน์มานานเท่าใด ส่วนใหญ่ มากกว่า 5 ปี จำนวน 268 คน รองลงมา 4 – 5 ปี จำนวน 67 คน ท่านใช้งานเว็บไซต์สื่อออนไลน์บ่อยครั้งเพียงใด ส่วนใหญ่ ทุกวัน จำนวน 310 คน รองลงมา บ่อยครั้ง/เกือบทุกวัน จำนวน 67 คน ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ท่านใช้เว็บไซต์สื่อออนไลน์ต่อครั้ง ส่วนใหญ่ 1 – 2 ชั่วโมง จำนวน 200 คน รองลงมา มากกว่า 3 ชั่วโมง จำนวน 88 คน ท่านใช้บริการสื่อออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ใดบ้าง ส่วนใหญ่ โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน จำนวน 374 คน รองลงมา แท็บเล็ต (Tablet) จำนวน 26 คน เหตุผลที่ท่านใช้เว็บไซต์สื่อออนไลน์ ส่วนใหญ่ ติดต่อกับบุคคลที่รู้จัก จำนวน 87 คน รองลงมา เปิดรับข่าวสารจากสื่อออนไลน์ จำนวน 82 คน เครือข่ายสื่อออนไลน์ ส่วนใหญ่ จำนวนทั้งหมด 101 – 200 คน จำนวน 176 คน น้อยกว่า 100 คน จำนวน 132 คน ช่วงเวลาที่ท่านเข้าใช้สื่อออนไลน์ 08.01 – 12.00 น. จำนวน 154 คน รองลงมา 20.01 – 00.00 น. จำนวน 134 คน



ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านบรรทัดฐานทางสังคมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ท่านจะกดถูกใจ (Like) เมื่อเพื่อนในกลุ่มออนไลน์มีการแสดงความคิดเห็น (Post) ในสิ่งที่ประโยชน์คนรอบข้างที่มีความสำคัญกับท่าน ท่านแสดงความคิดเห็นโดยการแชร์ ส่งรูปบุคคลที่ท่านสนทนาบนสื่อสังคมออนไลน์ คาดหวังให้ท่านใช้ภาษาที่สุภาพในการแสดงความคิดเห็น และตอบกลับด้วยภาษาที่สุภาพ และคนรอบข้างที่มีคุณค่ากับท่าน ท่านแสดงความคิดเห็นโดยการแชร์รูปเกี่ยวกับการทักทายเพื่อนบนโลกออนไลน์ เช่น สวัสดีวันจันทร์

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านภาพลักษณ์ทางสังคมโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ท่านมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แสดงความคิดเห็น ความรู้สึกต่าง ๆ ในมุมมองของท่านให้คนอื่นได้รับรู้ (Comment ใน Facebook, YouTube เป็นต้น) ท่านได้รับการยกย่อง ชื่นชม ยอมรับ ในผลงาน ภาพถ่าย วิดีโอ หรือประสบการณ์ต่าง ๆ ที่ได้อัปโหลดลงในสื่อสังคมออนไลน์ (เช่น การกด Like ใน Facebook, YouTube, Instagram เป็นต้น) และท่านเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ในการติดต่อประสานงาน แจ้งข่าวสาร (เช่น การขอความช่วยเหลือจากมูลนิธิต่าง ๆ การกระจายข้อมูลข่าวสาร หรือเหตุการณ์ในพื้นที่นั้น ๆ)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความร่วมมือด้วยความสมัครใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ท่านพร้อมที่จะตรวจสอบเนื้อหาก่อนแสดงขึ้น (Post) บนหน้าสื่อออนไลน์ ท่านพร้อมที่จะกดถูกใจ (Like) และติดตามหน้าสื่อออนไลน์ที่เป็นประโยชน์ เช่น สุขภาพ และท่านรู้สึกดีเมื่อข้อมูลที่ท่านส่งต่อ (Share) มีประโยชน์แก่ผู้อื่น

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ท่านคิดว่าการใช้งานบนสื่อออนไลน์ สามารถลดระยะเวลาในการทำธุรกรรมต่าง ๆ เช่น การลดธุรกรรมที่ธนาคาร เป็นต้น ท่านคิดว่าการใช้งานบนสื่อออนไลน์ ทำให้สามารถเข้าถึงการบริการได้สะดวกและ



รวดเร็วมากยิ่งขึ้น และท่านคิดว่าการติดตามข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ทำให้ท่านรับรู้ข่าวสาร เหตุการณ์บ้านเมืองและสถานการณ์ของโลกปัจจุบันให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ท่านใช้สื่อออนไลน์ในการสร้างกลุ่มที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันกับตัวท่าน ท่านใช้สื่อออนไลน์ในการสะท้อนความเป็นตัวตนของตนเองและมีการเผยแพร่เรื่องราวของตนเอง และท่านมีความชื่นชอบที่จะแสดงข้อมูลที่หลากหลายให้ผู้อื่นได้รู้เกี่ยวกับตัวตนของท่านผ่านทางสื่อออนไลน์

ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม ด้านความร่วมมือด้วยความสมัครใจ (VC) ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่ (SD) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่ใช้สื่อออนไลน์นำความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ที่มีและยินดีที่จะแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็น (Comment) กลุ่มกิจกรรม หรือโพสของเพื่อนในเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีการหาข้อมูลจากหลายแหล่งเกี่ยวกับข่าวออนไลน์เพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงก่อนส่งต่อ (Share) ขาวนั้นให้ผู้อื่น และพร้อมที่จะตรวจสอบเนื้อหาก่อนแสดงขึ้น (Post) บนหน้าสื่อออนไลน์ มีความรู้สึกที่ดีเมื่อข้อมูลที่ท่านส่งต่อ (Share) มีประโยชน์แก่ผู้อื่น สุดท้ายพร้อมที่จะกดถูกใจ (Like) และติดตามหน้าสื่อออนไลน์ที่เป็นประโยชน์ เช่น สุขภาพ ดังนั้นจึงยอมรับข้อสมมติฐานที่ 3 ในขณะเดียวกัน ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (PU) ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่ (SD) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิปรายผลการวิจัย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านภาพลักษณ์ทางสังคมโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ท่านมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แสดงความคิดเห็น ความรู้สึกต่าง ๆ ในมุมมองของท่านให้คนอื่นได้รับรู้ (Comment ใน Facebook, YouTube เป็นต้น) ท่านได้รับการยกย่อง ชื่นชม ยอมรับ ในผลงาน ภาพถ่าย วิดีโอ หรือประสบการณ์ต่าง ๆ ที่ได้อัปโหลดลงในสื่อสังคมออนไลน์ (เช่น การกด Like ใน Facebook, YouTube, Instagram เป็นต้น) และท่านเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ



ในการติดต่อประสานงาน แจ้งข่าวสาร (เช่น การขอความช่วยเหลือจากมูลนิธิต่าง ๆ การกระจายข้อมูลข่าวสาร หรือเหตุการณ์ในพื้นที่นั้น ๆ) สอดคล้องกับ Hui & Buchegger (2009) ศึกษาถึงอิทธิพลทางสังคมในการใช้บริการของเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ 4 เว็บไซต์ คือ Orkut, YouTube, Live Journal and Flickr พบว่า การที่ผู้ที่จะใช้บริการเครือข่ายทางสังคมออนไลน์นั้นมีอิทธิพลมาจากการที่รับทราบข้อมูลต่าง ๆ หรือการติดต่อกันระหว่างกลุ่ม รวมถึงเพื่อนหรือผู้ที่เคยใช้บริการมาแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน ซึ่งนับว่าอิทธิพลทางสังคมมีบทบาทสำคัญยิ่งในการใช้บริการ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความร่วมมือด้วยความสมัครใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ท่านพร้อมที่จะตรวจสอบเนื้อหาก่อนแสดงขึ้น (Post) บนหน้าสื่อออนไลน์ ท่านพร้อมที่จะกดถูกใจ (Like) และติดตามหน้าสื่อออนไลน์ที่เป็นประโยชน์ เช่น สุขภาพ และท่านรู้สึกดีเมื่อข้อมูลที่ท่านส่งต่อ (Share) มีประโยชน์แก่ผู้อื่น สอดคล้องกับ Rosen & Sherman (2006) กล่าวว่า การสื่อสารกันระหว่างเพื่อนของนักศึกษา ส่งผลทำให้เกิดความบันเทิงและการรับรู้ถึงการใช้งานง่าย มีอิทธิพลต่อการยอมรับเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ และอารยา ผลัญญา (2564) กล่าวว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการมีปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ระหว่างผู้สูงอายุกับบุคคลอื่นเนื่องจากเป็นช่องทางหนึ่งที่ช่วยลดข้อจำกัดในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นของผู้สูงอายุซึ่งการคงความสัมพันธ์ทางสังคมกับผู้อื่นเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญของการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้สูงอายุดังนั้นหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้องจึงควรมีการสนับสนุนการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างเหมาะสมในกลุ่มผู้สูงอายุเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุต่อไป

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน อยู่ในระดับมาก อาทิเช่นการใช้งานบนสื่อออนไลน์ สามารถลดระยะเวลาในการทำธุรกรรมต่าง ๆ เช่น การลดธุรกรรมที่ธนาคาร เป็นต้น การใช้งานบนสื่อออนไลน์ ทำให้สามารถเข้าถึงการบริการได้สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น และการติดตามข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ทำให้ท่านรับรู้ข่าวสาร เหตุการณ์บ้านเมืองและสถานการณ์ของโลกปัจจุบันให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา สอดคล้องกับ กัตติกา แก้วมณี (2561) ศึกษางานวิจัย เรื่อง การเปิดรับสื่อสังคม การใช้



ประโยชน์และความพึงพอใจในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนใน เขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมส่วนใหญ่นั้นจะเน้นการใช้ประโยชน์สื่อสังคม เพื่อกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมทางการเงิน และมีความพึงพอใจในรูปแบบของ การโพสต์ เนื่องจากได้รับข้อมูลที่ทันสมัย รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งช่วยในการพัฒนาคุณภาพชีวิต ใน ทุก ๆ ด้าน เช่น ด้านสุขภาพร่างกาย ด้านข้อคิด คติ ธรรมะ ส่งผลให้มีทัศนคติในการมองโลก ในแง่ดี และยังได้ใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมในการพัฒนาทักษะต่าง ๆ เช่น ในด้านการทำงาน สร้างแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิตให้ดีขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยส่งเสริมการทำงานในอาชีพให้มี ประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นเป็นอีกช่องทางที่ท่านสามารถหารายได้เสริม รู้จักการวางแผนออมเงิน เพื่อนรายได้บางส่วนไปช่วยเหลือบุคคลที่ต้องการความช่วยเหลือได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้ท่านมีจิต สาธารณะ สามารถแบ่งปันสิ่งต่าง ๆ ให้กับผู้อื่น ทั้งยังช่วยส่งเสริมให้ท่านมีแนวปฏิบัติในการ เป็นพลเมืองที่ดีทำให้ได้เรียนรู้เรื่องราวใหม่ ๆ จากทั่วโลก และยังสอดคล้องกับกันตพล บันทัด ทอง (2557) ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคน ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เมื่อผู้สูงอายุมีแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ สูงขึ้นจะทำให้ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของผู้สูงอายุสูงขึ้นมากด้วย ทั้งนี้ เนื่องจากผู้สูงอายุมีแรงจูงใจคือการได้สื่อสารกันอย่างอิสระ ได้รับประโยชน์ต่าง ๆ ในการใช้ บริการ เพื่อให้มองดูเป็นคนทันสมัย อีกทั้งยังได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ได้รับการยอมรับนับ ถูจากเพื่อนในเครือข่ายการใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน ประหยัด จึงทำให้เกิดความพึงพอใจในการ ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ท่านใช้สื่อออนไลน์ในการสร้างกลุ่มที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันกับตัวท่าน ท่านใช้สื่อ ออนไลน์ในการสะท้อนความเป็นตัวตนของตนเองและมีการเผยแพร่เรื่องราวของตนเอง และ ท่านมีความชื่นชอบที่จะแสดงข้อมูลที่หลากหลายให้ผู้อื่นได้รู้เกี่ยวกับตัวตนของท่านผ่านทางสื่อ ออนไลน์ สอดคล้องกับเฟิร์น สุทธิพุ่ม (2560) ศึกษางานวิจัย เรื่อง การแสดงตัวตนของผู้สูงอายุ ชาวไทยในเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook ซึ่งพบว่า 1) ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ที่ใช้สื่อสังคม ออนไลน์ Facebook เป็นเพศหญิง 2) ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้ Facebook โดย เฉลี่ยใช้ Facebook มากกว่า 6 ชั่วโมงต่อวัน และเมื่อเกิดข้อสงสัย ในการใช้ Facebook ก็ มักจะศึกษาด้วยตนเอง นอกจากนี้ ในด้านการแสดงออกบนสื่อสังคมออนไลน์ Facebook



ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีการแสดงออกบนสื่อสังคมออนไลน์ ในรูปแบบมีความเป็นกันเอง รักครอบครัว ซื่อสัตย์ จริงใจ เป็นแบบอย่างที่ดี ชอบทำบุญ ให้ข้อคิด หัวเราะง่าย และชอบปาร์ตี้สังสรรค์

ส่วนปัจจัยอิทธิพลทางสังคม ด้านความร่วมมือด้วยความสมัครใจ ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ในจังหวัด โดย เสาวนิจ นิจนันต์ชัย (2553) กล่าวว่า ส่วนใหญ่ผู้สูงอายุได้รับการสนับสนุนจากบุตรในครอบครัวในระดับดี เกี่ยวกับปัจจัย 4 ได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค ได้รับการสนับสนุนให้ทำงานบ้าน และให้พักผ่อนให้มีการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นในสังคม ได้รับข่าวสารด้านสุขภาพ รวมทั้งให้คำแนะนำหรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับการดูแลตนเองเมื่อเจ็บป่วย พร้อมทั้งพาผู้สูงอายุไปพบแพทย์เพื่อรับการรักษา นอกจากนี้ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ที่อาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกันมีสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อกัน มีการเยี่ยมเยียนกันเป็นประจำ แม้ในภาวะปกติ ซึ่งการมีความผูกพันที่ดีต่อกันในสังคมอย่างสม่ำเสมอ เป็นการเชื่อมโยงสัมพันธ์ภาพที่ดีให้เกิดขึ้น ในบุคคลในชุมชนและสังคม ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่ใช้สื่อออนไลน์นำความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ที่มีและยินดีที่จะแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็น (Comment) กลุ่มกิจกรรม หรือโพสของเพื่อนในเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีการหาข้อมูลจากหลายแหล่งเกี่ยวกับชาวออนไลน์เพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงก่อนส่งต่อ (Share) ขาวนั้นให้ผู้อื่น และพร้อมที่จะตรวจสอบเนื้อหาก่อนแสดงขึ้น (Post) บนหน้าสื่อออนไลน์ มีความรู้สึกที่ดีเมื่อข้อมูลที่ท่านส่งต่อ (Share) มีประโยชน์แก่ผู้อื่น สุดท้ายพร้อมที่จะกดถูกใจ (Like) และติดตามหน้าสื่อออนไลน์ที่เป็นประโยชน์ เช่น สุขภาพ ในขณะเดียวกัน ปัจจัยอิทธิพลทางสังคมด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่

ในทางกลับกัน ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม ด้านบรรทัดฐานทางสังคม ส่งผลกระทบเชิงลบต่อการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่ใช้สื่อออนไลน์ส่วนใหญ่ ไม่ได้มุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น การสร้างโปรไฟล์ของตนเอง สร้างรายชื่อของสมาชิกในกลุ่มเพื่อสร้างชุมชนออนไลน์ที่เชื่อมโยงกัน และแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันภายในระบบ ซึ่งกลุ่มผู้สูงอายุใช้สื่อสังคมออนไลน์เพียงแค่การกดถูกใจ (Like) เมื่อเพื่อนในกลุ่มออนไลน์มีการแสดงความคิดเห็น (Post) ในสิ่งที่ เป็นประโยชน์เท่านั้น หรืออาจเป็นเพียงการแชร์ ส่งรูปเกี่ยวกับบทความ สารความรู้ และการแสดงความคิดเห็นในโอกาสต่าง ๆ ทำให้อิทธิพลทางสังคมจึงส่งผลกระทบเชิงลบต่อการเปิดเผยตนเองของ



ผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับสวินดา ถิรวงศ์จินดา (2560) ศึกษา งานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้การพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้บริโภคในพื้นที่สโลม โดยปัจจัยอิสระประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านการรับรู้การควบคุมจาก ภายนอก (Perceptions of External Control) ปัจจัยด้านความวิตกกังวล (Anxiety) ปัจจัย ด้านบรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norm) ปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trusting Belief) ปัจจัย ด้านชื่อเสียง (Reputation) ปัจจัยด้านความสนุกในการทำธุรกรรม (Playfulness) ปัจจัยด้าน การยืนยัน (Confirmation) และปัจจัยด้านข้อผิดพลาด (Errors) ซึ่งพบว่า มีเพียงปัจจัยด้าน ความไว้วางใจ (Trusting Belief) และปัจจัยด้านชื่อเสียง (Reputation) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการ ตัดสินใจใช้การพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในพื้นที่สโลมเท่านั้น

องค์ความรู้ใหม่

ปัจจัยอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้พบองค์ความรู้ใหม่ ดังนี้

1. ปัจจัยอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อ ออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านภาพลักษณ์ทางสังคม ผู้สูงอายุมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แสดงความคิดเห็น ความรู้สึกต่าง ๆ ในมุมมองของท่านให้คนอื่นได้รับรู้ ได้รับการยกย่อง ชื่นชม ยอมรับ ในผลงาน ภาพถ่าย วิดีโอ หรือประสบการณ์ต่าง ๆ ที่ได้อัปโหลดลงในสื่อสังคม ออนไลน์ และเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ในการติดต่อประสานงาน แจ้งข่าวสาร

2. ปัจจัยอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อ ออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความร่วมมือด้วยความสมัครใจ ผู้สูงอายุพร้อมที่จะตรวจสอบ เนื้อหาก่อนแสดงขึ้น (Post) บนหน้าสื่อออนไลน์ พร้อมที่จะกดถูกใจ (Like) และติดตามหน้า สื่อออนไลน์ที่เป็นประโยชน์ เช่น สุขภาพ และรู้สึกดีเมื่อข้อมูลที่ท่านส่งต่อ (Share) มีประโยชน์ แก่ผู้อื่น

3. ปัจจัยอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อ ออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ผู้สูงอายุใช้งานบนสื่อ ออนไลน์ สามารถลดระยะเวลาในการทำธุรกรรมต่าง ๆ เช่น การลดธุรกรรมที่ธนาคาร การใช้ งานบนสื่อออนไลน์ ทำให้สามารถเข้าถึงการบริการได้สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น และการ



ติดตามข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ทำให้รับรู้ข่าวสาร เหตุการณ์บ้านเมืองและสถานการณ์ของโลกปัจจุบันให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา

สรุปและข้อเสนอแนะ

1. ผู้สูงอายุมีความถนัดในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ LINE สูงและมีปัจจัยอิทธิพลทางสังคม ด้านความร่วมมือด้วยความสมัครใจ (VC) ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (PU) ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการเปิดเผยตนเองของผู้สูงอายุบนสื่อออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่ (SD) ดังนั้นจึงควรกำหนดเป็น นโยบาย และมีแนวทางขับเคลื่อนอย่างชัดเจนและจริงจังในการนำสื่อสังคมออนไลน์ LINE มาใช้เพื่อประโยชน์ของตัวผู้สูงอายุ 2. หน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องควรพัฒนาแอปพลิเคชันที่ เอื้ออำนวยประโยชน์กับผู้สูงอายุ เพื่ออำนวยความสะดวกหรือให้ข้อมูลข่าวสารสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ผ่านแอปพลิเคชัน เช่น การโอนเงินเบี้ยยังชีพ การนัดหมาย การตรวจสอบสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เป็นต้น 3. ปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารสิทธิของผู้สูงอายุ ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านการเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ และด้านการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารสิทธิของผู้สูงอายุผ่านเครือข่าย สังคมออนไลน์ ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐควรมีการสนับสนุนส่งเสริม และมีการอบรมให้ความรู้เพิ่มเติม และส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้เรียนรู้หรือค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิผู้สูงอายุผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ทางช่องทางเฟซบุ๊ก รวมถึงให้บริการอินเทอร์เน็ตฟรีทุกพื้นที่ และ 4. ควรมีการศึกษาในลักษณะการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อทำความเข้าใจในมิติของความเป็นผู้สูงอายุที่มีความต้องการใช้และเสพสื่อที่แตกต่างกันออกไป นำไปสู่การพัฒนาสร้างสรรค์สื่อที่เหมาะสมและตรงกับความต้องการของผู้สูงอายุ

บรรณานุกรม

กัตติกา แก้วมณี. (2561). การเปิดรับสื่อสังคม การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนใน เขตกรุงเทพมหานคร. ใน (การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.



กันตพล บันทัดทอง. (2557). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ชั้นยन्नันต์ สมถวิลผ่องใส. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดเผยตนเองในเครือข่ายสังคมออนไลน์. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี, 10(2), 267-275

นรีรัตน์ คงรักษา. (2560). อิทธิพลของรูปแบบการใช้เทคโนโลยี ความไว้วางใจและความคาดหวังของบุคคลที่มีต่อความตั้งใจใช้อินเทอร์เน็ตอพติงส์ประเภทอุปกรณ์สวมใส่. ใน (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เฟิร์น สุทธิพุ่ม. (2560). การแสดงตัวตนของผู้สูงอายุชาวไทยในเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook. ใน (การค้นคว้าอิสระหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สวินดา ธีรวงศ์จินดา. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้การพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในพื้นที่สลม. ใน (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

เสาวนิจ นิจอนันต์ชัย. (2553). การสนับสนุนทางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการดูแลตนเองของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ. วารสารกองการพยาบาล, 37, 2: 64-76.

อารยา ผลัญญา. (2564). การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 15(3), 272-288.

Altman, I., & Taylor, D. A. (1973). Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationships. New York: Holt, Rinehart, & Winston.

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network sites: Definition, history and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(October), 210-230.

Hui & Buchegger. (2009). Social influence in using the services of 4 online social networking websites. Journal of Communication, 59, 79-97.



- Lee, C. H., Eze, U. C. & Ndubisi, N. O. (2006). Analyzing key determinants of online repurchase intentions. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 23(2), 200-221.
- National Statistical Office Ministry of Digital Economy and Society. (2018). The 2018 Household Survey on the use of Information and Communication Technology. Statistical Forecasting Bureau National Statistical Office. Bangkok.
- Rosen, Peter & Sherman, Peter. (2006). Hedonic Information Systems: Acceptance of Social Networking Websites. *AMCIS 2006 Proceedings*. 162.
- Siriwong, P. & Unhalekjit, B. (2017). Social media use of the elderly in the market area of Sam Phran Subdistrict, Sam Phran District, Nakhon Pathom Province. (Research report) Bangkok: Silpakorn University.
- Tirakoat, S. & Polnigongit, W. (2018). Internet usage behaviors, literacy, and attitude towards utilization of wellness content on the internet among Thai elderly. *Journal of Nursing and Health Care*, 36, 72-80.