

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ ในจังหวัดสงขลา

Factors Influencing the Use of Communication Innovations Among Older Adults in Songkhla Province

นัตยา โชติกุล^{1*}
Nattaya Chotikul^{1*}

วันที่รับบทความ : 10/06/2568
วันแก้ไขบทความ : 07/07/2568
วันตอบรับบทความ : 09/10/2568

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ 2) ประเมินระดับทัศนคติและความตั้งใจในการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ 3) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้สูงอายุระหว่าง 60-78 ปี ในจังหวัดสงขลา จำนวน 384 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบแบบเจาะจง ที่มีการใช้นวัตกรรมการสื่อสารในชีวิตประจำวัน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมถึงใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย พบว่า ผู้สูงอายุใช้โทรศัพท์มือถือสื่อสาร ส่วนใหญ่สื่อสารทาง Facebook และ Line เพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อนปัจจุบันและเพื่อนเก่าที่บ้านและมักใช้นวัตกรรมการสื่อสารในช่วงกลางวัน (เวลา 11.01-16.00 น.) มีทัศนคติในการใช้นวัตกรรมการสื่อสารที่มองว่าเป็นสิ่งที่ทันสมัย เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน รู้สึกผ่อนคลายและสามารถส่งข้อมูลข่าวสารไปยังบุคคลที่ต้องการได้โดยตรงสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิด ผู้สูงอายุมีความตั้งใจที่จะใช้นวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการติดต่อสื่อสารอยู่ในระดับมาก มีความตั้งใจที่จะใช้นวัตกรรมในการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง เพราะสร้างความสุขและขณะเดียวกันได้เข้าถึงข้อมูล แหล่งความรู้ต่าง ๆ ซึ่งทำให้ผู้สูงอายุทราบข้อมูลที่ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้นวัตกรรมการสื่อสาร พบว่า ปัจจัยที่ศึกษาได้แก่ ด้านการสื่อสาร ด้านการจัดการข้อมูล ด้านสังคมออนไลน์ ด้านความปลอดภัย ด้านการบูรณาการในชีวิตประจำวัน และด้านคุณธรรม จริยธรรม และเจตคติ มีความสัมพันธ์ต่อการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสามารถเรียงลำดับระดับความสัมพันธ์จากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านสังคมออนไลน์ ($r=0.929$) ด้านการจัดการข้อมูล ($r=0.911$) ด้านการบูรณาการในชีวิตประจำวัน ($r=0.905$) ด้านความปลอดภัย ($r=0.840$) ด้านการสื่อสาร ($r=0.788$) ด้านคุณธรรม จริยธรรม และเจตคติ ($r=0.646$)

คำสำคัญ: นวัตกรรมการสื่อสาร ผู้สูงอายุ ทัศนคติ ความตั้งใจในการใช้นวัตกรรม

¹ อาจารย์, คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยทักษิณ
Lecturer, Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University
* Corresponding author ; E-mail: nattaya.c@tsu.ac.th

Abstract

The objectives of this research were to 1) examine the communication innovation usage behavior among the elderly, 2) assess the levels of attitude and intention to use communication innovation among the elderly, and 3) analyze the factors related to the use of communication innovation among the elderly. The sample group consisted of 384 elderly individuals aged between 60-78 years, residing in Songkhla Province. The participants were purposively selected based on their regular use of communication innovations in daily life. Data were collected using questionnaires and analyzed using both descriptive and inferential statistics. Descriptive statistics included frequency, percentage, mean, and standard deviation. Inferential statistics were used to test the hypotheses through Pearson's Product Moment Correlation Coefficient analysis.

The results revealed that most elderly participants used mobile phones for communication, primarily through Facebook and Line, to connect with both current and long-lost friends. Communication innovation was predominantly used during the daytime (between 11:01 AM-4:00 PM). Participants perceived communication innovations as modern, enjoyable, and relaxing, enabling them to directly share information and foster close relationships. Their intention to continue using communication innovations for communication purposes was found to be high, as it brought them happiness and access to various sources of information and knowledge, helping them stay up-to-date with current events. The analysis of factors related to the use of communication innovations indicated that communication, information management, online social interaction, security, integration into daily life, and ethics, morality, and attitudes all had statistically significant correlations at the 0.01 level. The strength of correlations, ranked from highest to lowest, were as follows: online social interaction ($r=0.929$) information management ($r=0.911$) integration into daily life ($r=0.905$) security ($r=0.840$) communication ($r=0.788$) ethics morality and attitudes ($r=0.646$)

Keywords : Communication Innovation, Older Adults, Attitude, Intention to Use Innovation

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยมีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรสู่สังคมสูงวัยมากขึ้น และกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ประชากรวัยทำงานมีสัดส่วนลดลงอย่างมาก อันเนื่องจากจำนวนแรงงานที่ลดลงอย่างต่อเนื่องก่อให้เกิดปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ส่งผลต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะยาว (Ogawa et.al, 2021) เปิดรายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทยปี 2565 ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุหลังจากเมื่อสามปีก่อนนับเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์ ที่ประเทศไทยมีจำนวนผู้สูงวัยอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าเด็กอายุต่ำกว่า 15 ปี โดยประชากรผู้สูงอายุในปี 2565 นั้นมีมากถึง 12,116,199 คน คิดเป็น 18.3% ของประชากรทั้งหมด เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว 0.5% แบ่งเป็นผู้สูงอายุนับตั้งแต่ช่วงอายุ 60-69 ปี จำนวน 6,843,300 คน คิดเป็น 56.5% ของผู้สูงอายุทั้งหมด

ผู้สูงอายุวัยกลาง ช่วงอายุ 70-79 ปี มีจำนวน 3,522,778 คน คิดเป็น 29.1% และ ผู้สูงอายุวัยปลาย อายุ 80 ปีขึ้นไป จำนวน 1,750,121 คน คิดเป็น 14.4% ขณะที่ผู้สูงอายุในไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้น แต่อัตราการเกิดกลับลดลงและมีอัตราที่ต่ำมาก สถานการณ์เด็กเกิดใหม่ของประเทศไทยขณะนี้ต่ำกว่า 600,000 รายต่อปี และในปีนี้มีอัตราการเกิดไม่ถึง 0.5% อยู่ที่ 0.18% ถือเป็นจำนวนที่ค่อนข้างน้อย ทั้งนี้เป็นเพราะปัจจัยหลัก ๆ จากสภาพเศรษฐกิจที่ทำให้คนไม่มั่นใจว่าจะมีทรัพยากรรองรับค่าใช้จ่ายของบุตรได้เพียงพอ รวมถึงค่านิยมที่เปลี่ยนไป ผู้หญิงออกทำงานนอกบ้านเหมือนฝ่ายชายทำให้ไม่มีเวลา และคนส่วนใหญ่มีค่านิยมรักอิสระมากขึ้น ไม่อยากรับผิดชอบมากมายและสภาพสังคมด้านต่าง ๆ ที่คนเป็นพ่อแม่รู้สึกไม่มั่นใจ (National Statistical Office, 2022)

กลุ่มผู้สูงอายุ (Baby Boomer Generation) คือบุคคลที่เกิดช่วงหลังสงครามโลก ครั้งที่ 2 ในช่วงปี พ.ศ. 2489 – 2507 มีอายุระหว่าง 57–75 ปี (Electronic Transactions Development Agency, 2022) เป็นยุคที่มีเด็กเกิดขึ้นใหม่เป็นจำนวนมากจึงถูกเรียกว่ายุคเบบี้บูมเมอร์ ประชากรในยุคนี้เติบโตขึ้นในสังคมที่มีการพัฒนาและการขยายตัวทางเศรษฐกิจ คุณค่าของประชากรในยุคเบบี้บูมเมอร์นี้มองโลกในแง่ดีและกล้าแสดงออก มีความขยันขันแข็ง มีความเป็นผู้นำและรับผิดชอบต่อครอบครัวและกลุ่มเจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์เป็นผู้ที่มีความเป็นอิสระสูง มองโลกในแง่ดี และชอบแสดงออกซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้มีทัศนคติที่จะปฏิเสธค่านิยมของรุ่นพ่อแม่ มองทัศนคติของสังคม ในแบบของตนเองและมีความคุ้นเคยกับสื่อมวลชนเป็นอย่างดี แต่ยังคงขาดความเชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมสมัยใหม่ ทั้งนี้จากสภาวะที่เปลี่ยนแปลงทางด้านปัจจัยทั้งภายในและภายนอกของครอบครัวที่หลากหลายที่ส่งผลให้ผู้สูงอายุนั้นต้องอยู่ห่างจากลูกหลาน ไม่ว่าเนื่องจากลูกหลานต้องศึกษาต่อในที่ห่างไกล และการเดินทางไปทำงานต่างถิ่น หรือขนาดของครอบครัวเล็กลงโดยการแยกตัวออกจากครอบครัวใหญ่มาใช้ชีวิตเป็นครอบครัวเล็กๆ จึงส่งผลให้ผู้สูงอายุจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและทัศนคติในการติดต่อสื่อสารหันมาเรียนรู้ที่จะใช้นวัตกรรมการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มากขึ้น จากการศึกษาพฤติกรรมออนไลน์ ปี 2565 โดยกลุ่มผู้สูงอายุ (เบบี้บูมเมอร์) ที่ใช้อินเทอร์เน็ต มากถึงวันละ 8-12 ชั่วโมง เนื่องจากความรู้ต่าง ๆ หรือเนื้อหาที่สร้างสรรค์และความบันเทิงในนวัตกรรมการสื่อสารออนไลน์มีความหลากหลายผู้สูงอายุสามารถเรียนรู้ได้ตลอดชีวิตเพื่อสร้างความบันเทิงและแก้เหงาแต่ต้องมีความระมัดระวังในการใช้นวัตกรรมซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Dhamanitayakul & Sriwisarthiyakun, 2024) กล่าวว่า การสื่อสารด้วยบุคคลเพื่อโน้มน้าวให้ผู้สูงอายุตระหนักในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ จนเกิดความมั่นใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยเฉพาะในด้านการสื่อสารซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการเข้าถึงข้อมูล การติดต่อกับครอบครัวและสังคม ตลอดจนการรับบริการจากภาครัฐและเอกชน การขาดโอกาสในการเข้าถึงช่องทางการสื่อสารสมัยใหม่อาจส่งผลกระทบต่อความโดดเดี่ยว ความเข้าใจผิด และคุณภาพชีวิตที่ลดลงในผู้สูงอายุนวัตกรรมการสื่อสาร เช่น แอปพลิเคชันเพื่อสุขภาพ การพูดคุยออนไลน์ การใช้งานโซเชียลมีเดีย หรืออุปกรณ์อัจฉริยะต่าง ๆ จึงเข้ามามีบทบาทในการเชื่อมต่อโลกของผู้สูงอายุให้ใกล้ชิดกับสังคมมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Kraijirarunlak, 2024) กล่าวว่า ในยุคดิจิทัลที่ข้อมูลข่าวสารแพร่กระจายอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ข่าวปลอม (Fake News) ได้กลายเป็นปัญหาที่สำคัญและเป็นที่พูดถึงกันอย่างแพร่หลาย ข่าวปลอมไม่เพียงแต่เป็นภัยคุกคามต่อความถูกต้องของข้อมูลที่ผู้คนได้รับ แต่ยังส่งผลกระทบต่ออย่างลึกซึ้งต่อการรับรู้และการตัดสินใจของผู้คน โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่อาจมีความเปราะบางต่อการรับข้อมูลข่าวสารที่ผิดพลาด อย่างไรก็ตาม ผู้สูงอายุหลายคนยังขาดทักษะ ความรู้ หรือแรงจูงใจในการใช้นวัตกรรมเหล่านี้ ทำให้จำเป็นต้องมีการศึกษาและพัฒนารูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมกับศักยภาพและบริบทของกลุ่มผู้สูงอายุโดยเฉพาะ การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้

นวัตกรรมการสื่อสารในกลุ่มผู้สูงอายุ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะสามารถช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น นักพัฒนาเทคโนโลยี ผู้ดูแลผู้สูงอายุ หน่วยงานรัฐ หรือองค์กรในชุมชน นำข้อมูลไปใช้ในการวางแผน ส่งเสริม และสนับสนุนให้ผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงและใช้นวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยกระดับคุณภาพชีวิตของพวกเขาได้อย่างยั่งยืน

การวิจัยนี้แสดงให้เห็นภาพรวมของปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ ด้วยผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น เพื่อนำมาเป็นแนวทางพัฒนารูปแบบการสื่อสารนวัตกรรมให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้สูงอายุให้เป็นผู้ที่มีคุณภาพมีความพร้อมและรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่งให้มีความปลอดภัยต่อผู้สูงอายุในปัจจุบันตลอดต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ
2. เพื่อประเมินระดับทัศนคติและความตั้งใจในการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ
3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ

ทบทวนวรรณกรรม

ความหมายของนวัตกรรม

นวัตกรรมเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นที่เป็นสิ่งใหม่และองค์การยอมรับเอาไปใช้ นวัตกรรมจึงก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในทุกครั้งจึงจำเป็นต้องมีนวัตกรรม เข้าไปเกี่ยวข้อง การเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงหรือการเปลี่ยนแปลงก่อนคนอื่น องค์การจึงเรียกว่า “นวัตกรรม” นวัตกรรมเป็นความคิดสร้างสรรค์ประกอบด้วยกระบวนการบริหารและความคิดทางสังคม เพื่อรวบรวมให้เกิดการแก้ปัญหากลับไปใช้ภายในสังคมและภายใต้สถานการณ์ต่างๆ อีกทั้งยังเป็นกระบวนการสร้างสรรค์ความคิดใหม่และนำไปใช้ในทางปฏิบัติมีผลทำให้วิธีการในการทำสิ่งต่างๆ ดีขึ้นกว่าเดิม ดังนั้น นวัตกรรมจึงเป็นผลที่เกิดจากการคิดค้นเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อแก้ปัญหาของบุคคล กลุ่มบุคคล และองค์การในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับ Rogers (2003) ได้อธิบายความหมายของนวัตกรรม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงสังคมและวัฒนธรรมเกิดขึ้นจากการแพร่กระจายของสิ่งใหม่ๆ จากสังคมหนึ่งไปยังอีกสังคมหนึ่งและสังคมนั้นรับเข้าไปใช้สิ่งใหม่ๆ นี้ คือ นวัตกรรม ซึ่งเป็นทั้งความรู้ ความคิด เทคนิควิธีการและเทคโนโลยีใหม่ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติในการใช้นวัตกรรมการสื่อสาร

ทัศนคติ หมายถึง เครื่องมือกำหนดทิศทางพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งความรู้สึกนั้นเป็นไปในทางที่พอใจหรือไม่พอใจก็ได้ สภาวะความพร้อมทางจิตใจหรือประสาท ซึ่งเกิดจากการได้รับประสบการณ์สภาวะความพร้อมนี้เป็นแรงที่กำหนดทิศทางของปฏิกิริยาของ บุคคลหรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลนั้น ทัศนคติเป็นเรื่องของความไม่ชอบ ความลำเอียง ความรู้สึกและความเชื่อมั่นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแต่สามารถวัดได้ในรูปความคิดเห็นหรือจากการแสดงออก ทางภาษา ทัศนคติเป็นเรื่องของจิตใจ ท่าที ความรู้สึกนึกคิด และความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร และการเปิดรับ รายการกรองสถานการณ์ รายการของสถานการณ์ที่ได้รับมา ซึ่งเป็นได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ทัศนคติ มีผลให้มีการแสดงพฤติกรรมออกมา เห็นได้ว่าทัศนคติ ประกอบด้วยความคิดที่มีผลต่ออารมณ์และแสดงความรู้สึกนั้นออกมาโดยทางพฤติกรรม เช่นเดียวกับ Anatsi (1976) ได้กล่าวถึงทัศนคติว่าเป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้น คิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้างวัตถุหรือสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ ความสำคัญกับกระบวนการการถ่ายทอดนวัตกรรมเป็นหลัก โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 สร้างความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม (Knowledge) เป็นขั้นพื้นฐานในการให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม ขั้นตอนนี้เป็นตัวกระตุ้นที่ดีที่สุดเพื่อให้กลุ่มเป้าหมาย สนใจยอมรับและตัดสินใจใช้นวัตกรรม ขั้นตอนที่ 2 การจูงใจ ผู้ถ่ายทอดและผู้รับนวัตกรรมต้องพิจารณาความสอดคล้องระหว่างความต้องการของสังคมกับลักษณะเฉพาะของนวัตกรรม ซึ่งต้องได้รับข้อมูลที่สามารถเปรียบเทียบข้อมูลเบื้องต้นเพื่อตัดสินใจเลือกใช้นวัตกรรม ขั้นตอนที่ 3 การตัดสินใจ เมื่อมีการยอมรับนวัตกรรมโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง องค์กรดำเนินการให้มีการติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่มผู้ตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมกับกลุ่มผู้ที่จะต้องใช้นวัตกรรม เมื่อกลุ่มผู้ตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมตกลงใจยอมรับนวัตกรรมควรประกาศการตกลงใจนี้ให้ผู้ที่จะต้องใช้นวัตกรรมรับรู้ ขั้นตอนที่ 4 ขั้นการทดลองใช้ นวัตกรรมจะถ่ายทอดจากแหล่งต้นตอ (Source) ได้แก่ ผู้ถ่ายทอดนวัตกรรม ผู้มีอำนาจตัดสินใจ และกลุ่มนาร่องในการใช้นวัตกรรม โดยมีข้อมูลที่ถ่ายทอด (Message) ไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ใช้นวัตกรรม (Receiver) ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ที่จะต้องใช้นวัตกรรม นำไปสู่การยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม ขั้นตอนที่ 5 ขั้นการยืนยันการนำไปใช้ (Confirmation) โดยกลุ่มผู้ใช้นวัตกรรมจะต้องดำเนินการใช้นวัตกรรมในองค์กรเป็นระยะเวลาหนึ่งก่อน เพื่อให้ได้ข้อมูลในการตัดสินใจยืนยัน ประเมิน และวิเคราะห์ผลจากข้อมูลในการดำเนินการทดลองใช้นวัตกรรม Rogers (2003)

ดังนั้นจากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติในการใช้นวัตกรรมการสื่อสาร จึงสรุปได้ว่าทัศนคติในการใช้นวัตกรรมการสื่อสารเป็นความรู้สึของผู้สูงอายุที่มีต่อการใช้นวัตกรรมการสื่อสาร จากการรับรู้ศักยภาพในการใช้เทคโนโลยี การยอมรับเทคโนโลยี และจากรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ ซึ่งความรู้สึนั้นเป็นไปในลักษณะที่เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้ทัศนคติจึงเป็นเรื่องของจิตใจท่าที ความรู้สึกนึกคิดและความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อข้อมูลข่าวสารและแสดงความรู้สึนั้นออกมาโดยทางพฤติกรรม ซึ่งจากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าทัศนคติในการใช้นวัตกรรมการสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้นวัตกรรมการสื่อสาร สอดคล้องกับ Attarrit (2020) กล่าวถึงระดับทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมทางการเงินในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติ ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งานและด้านความปลอดภัย พบว่า อยู่ในระดับมากเหตุผลที่เป็นเช่นนี้เพราะว่า พฤติกรรมของผู้สูงอายุที่มีต่อการใช้งานโมบายแบงก์ กังเกิดจากทัศนคติเชิงบวก มีความน่าเชื่อถือ ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งาน แรงจูงใจด้านอารมณ์ในการใช้งานเป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคล

นวัตกรรมการสื่อสาร

นวัตกรรมการสื่อสารถูกจัดให้เป็นรูปแบบของนวัตกรรมสมัยใหม่ และเป็นช่องทางสำคัญที่คนในยุคปัจจุบันนิยมใช้ หรือที่เรียกว่าการสื่อสารออนไลน์ ซึ่งการใช้งานขึ้นอยู่กับลักษณะที่แตกต่างไปตามบริบทของสังคม ไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือที่เชื่อมโยงผู้คนแต่ยังเป็นส่วนสำคัญในการขยายเครือข่ายสังคมออนไลน์ ส่งผลให้ผู้ใช้งานสามารถเชื่อมโยงและสร้างความสัมพันธ์กันในสังคมต่างๆ นอกจากนี้ นวัตกรรมการสื่อสารยังช่วยสนับสนุนในการบริหารจัดการขององค์กรให้สะดวกและรวดเร็วในการทำงาน และเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับข้อมูลข่าวสาร อีกทั้งยังส่งเสริมให้บุคลากรปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ Burke and Litwin (1992) ได้ให้ความสำคัญของการบริหารจัดการองค์กรที่มีการสื่อสารที่ดี ซึ่งเป็นการบูรณาการระหว่างปัจจัยภายนอกและภายในองค์กร เพื่อส่งเสริมให้องค์กรมีความแตกต่างและประสิทธิภาพ การนำนวัตกรรมการสื่อสารมาใช้ให้เกิดประโยชน์ Moapraman et al., (2024) จำเป็นต้องผ่านการกระบวนการแพร่กระจายของนวัตกรรมเพื่อก่อให้เกิดการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมเข้ามาใช้ เมื่อนำนวัตกรรมการสื่อสารมาบูรณาการร่วมกับการบริหาร จะเกิดรูปแบบการจัดการแนวใหม่ที่สามารถทำงานได้อย่างคล่องตัวขึ้น lamnet et al., (2024)

แนวคิดเรื่องกระบวนการสื่อสาร

แนวคิดเรื่องกระบวนการสื่อสาร (Berlo's Communication Model) ได้แสดงถึงลักษณะของกระบวนการสื่อสารที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ของมนุษย์ว่าการสื่อสารคือแก่นของการเรียนรู้ของมนุษย์โดย Narula (2006) อธิบายถึงกระบวนการสื่อสารของมนุษย์ของ David Berlo ดังนี้ 1. ผู้ส่งเป็นผู้ที่ต้องมีทักษะ “การเข้ารหัส” เนื้อหาข่าวสารในการสื่อสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับสารเพื่อผลในการสื่อสาร มีความรู้ที่ดีเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง และควรจะมีสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับสาร 2. สาร คือเนื้อหาที่อยู่ในสื่อ มีความเกี่ยวข้องกับทางด้านเนื้อหา สัญลักษณ์ รูปแบบรหัสในการสื่อสาร 3. ช่องทางในการสื่อสาร คือการที่จะส่งข่าวสารเพื่อให้ผู้รับสารได้รับข่าวสารข้อมูล โดยผ่านผัสนี้การรับรู้ ได้แก่ การได้ยิน การมองเห็น การสัมผัส การลิ้มรส หรือการได้กลิ่น 4. ผู้รับสาร คือผู้ที่มีความสามารถในการถอดรหัสและมีทัศนคติระดับความรู้ และพื้นฐานทางสังคมวัฒนธรรม

แนวคิดพฤติกรรมกรการยอมรับเทคโนโลยี

การยอมรับเทคโนโลยี หรือ TAM เสนอโดย Davis (1989) พัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำตามหลักการและเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ของ Davis (1989) มาผนวกกับแบบจำลองเพื่อใช้สำหรับอธิบายพฤติกรรมของผู้ใช้เทคโนโลยีจากการประเมินระดับของการรับรู้ของผู้ใช้ Luarn and Lin (2005) ใช้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) อธิบายความสัมพันธ์ของปัจจัยทั้งสองข้างต้นที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการยอมรับบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ ต่อมา George (2007) ได้ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการยอมรับรูปแบบการชำระเงินออนไลน์ พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยด้านการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งานทำให้เกิดทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน หลักการของ TAM จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยหลัก 4 ประการ ได้แก่ ตัวแปรภายนอก (External Variables) การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness หรือ PU) การรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้งาน (Perceived Ease of Use หรือ PEOU) และทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward Using) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตามทฤษฎี TAM ข้างต้น อธิบายได้ว่า ตัวแปรภายนอก (External Variables) จะสร้างการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) และการรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ซึ่งทั้งสองปัจจัยนี้จะส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้งานและในที่สุดจะนำไปสู่ความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยีและพฤติกรรมการใช้งานจริง

ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT) (Venkatesh, Davis and Morris, 2003) ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการอธิบายปัจจัยการยอมรับและใช้งานเทคโนโลยีในบริบทต่างๆ โดยอธิบายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและใช้งานเทคโนโลยี 4 ปัจจัย คือ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) นอกจากนี้ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory หรือ DOI) ของ (Rogers, 1995) ที่ประกอบด้วยปัจจัย 5 ปัจจัย ที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับปัจจัยการยอมรับของทฤษฎี UTAUT แต่ในขณะเดียวกันทฤษฎี UTAUT ไม่ได้ระบุถึงปัจจัยทางด้านความเข้ากันได้ดังที่งานวิจัยนี้ผู้วิจัยจึงได้นำปัจจัยทางด้านความเข้ากันได้จากทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory หรือ DOI) มาทำการศึกษารวมกับทฤษฎี UTAUT

แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้ใช้บริการทางด้านต่าง ๆ และเพื่อจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสม ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ การค้นหาว่าลักษณะของผู้ใช้บริการและความรู้สึกนึกคิดได้รับอิทธิพลสิ่งใดบ้างการศึกษาถึงลักษณะของผู้ใช้บริการที่เป็นเป้าหมายจะมีประโยชน์กระตุ้นและให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการที่เป็นเป้าหมายได้ถูกต้อง (Parinluk, 1990) ลักษณะของผู้ใช้บริการที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านส่วนบุคคล และปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (Philip Kotler, 1993)

แนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจในการใช้วัตกรรมการสื่อสาร

การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่เริ่มต้นจากการพบกับการกระตุ้นจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมองเห็น ได้ยิน ได้สัมผัสและได้สัมผัส ทำให้เกิดคนสนใจในสิ่งเร้าและจบลงด้วยการตีความหรือหาความหมายของสิ่งนั้น (Hawkins & Mothersbaugh, 2010) และเป็นกระบวนการที่บุคคลทำการเลือกจัดการและตีความจากสิ่งที่ได้รับรู้ทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 โดย Solomon (2007) การเปิดรับ (Exposure) เกิดจากการมีสิ่งกระตุ้นที่เข้ามากระทบก่อให้เกิดการรับรู้ ความรู้สึก (Sensation) ซึ่งการรับรู้ความรู้สึกจะอาศัยประสาทสัมผัส (Senses) ทั้ง 5 ได้แก่ การได้ยิน การดมกลิ่น การลิ้มรส การมองเห็น การสัมผัส โดยการที่บุคคลแต่ละบุคคลจะรับรู้ของสิ่งเดียวกัน แตกต่างกันไปนั้นเป็นผลมาจากกระบวนการ 3 กระบวนการ Kotler (2003) คือ การเลือกที่จะสนใจ (Selective Attention) การเลือกที่จะบิดเบือน (Selective Distortion) การเลือกที่จะจดจำ (Selective Retention) ความตั้งใจ (Attention) ในการจำแนกรายละเอียดความรู้สึกที่เกิดขึ้นตามความรู้สึกในจิตใจ ความรู้และประสบการณ์ของผู้บริโภค ความเข้าใจหรือการตีความ การตีความนั้นจะขึ้นอยู่กับความเชื่อ ทศนคติ และประสบการณ์ การประมวลผล ความรู้สึก ความเข้าใจที่เกิดขึ้นจากสิ่งที่รับรู้ โดยมีผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความหมายของความตั้งใจ คือ ความคิด ความพยายามที่จะทำสิ่งนั้น ความมุ่งมั่นที่จะทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดให้ประสบความสำเร็จตามที่ได้อคิดไว้ โดยมีผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความหมายของความตั้งใจในเชิงพฤติกรรม หมายถึง ความตั้งใจที่จะพยายามทำพฤติกรรมนั้น ซึ่งเป็น ปัจจัยการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม เป็นตัวบ่งชี้ว่าบุคคลได้ทุ่มเทความพยายามที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น Ajzen (1991)

Kerdsuk (2021) ศึกษาศักยภาพและความต้องการของผู้สูงอายุในการพัฒนาภายใต้การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างสังคมไทยในอนาคต: กรณีจังหวัดขอนแก่น พบว่า 1) ประชากรผู้สูงอายุทั้งสองพื้นที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับฐานข้อมูลประชากรประเทศไทย 2) สถานการณ์ข้อมูลผู้สูงอายุความเป็นอยู่ของผู้สูงอายุในพื้นที่ชุมชนเมืองและชนบท ส่วนใหญ่มีความเหมือนกัน แต่มีความแตกต่างกันบ้างในบางประเด็นเพียงเล็กน้อย 3) ผู้สูงอายุที่มีอายุอายุช่วง 61-75 ปี มีศักยภาพในการทำกิจกรรมและมีคุณค่าต่อสังคมเป็นอย่างมาก เห็นได้จากมีความกระตือรือร้นที่ความต้องการโครงการสนับสนุนแก่ผู้สูงอายุจากทางรัฐบาล/หน่วยงานภายนอกของผู้สูงอายุทั้งโครงการที่เกี่ยวข้องกับสร้างอาชีพเสริมเพื่อเพิ่มรายได้ครัวเรือนและโครงการที่เกี่ยวกับการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ แต่มีความแตกต่างกันในพื้นที่ชุมชนเมืองและชนบท 4) ผู้สูงอายุเสนอให้มีโครงการดูแลผู้สูงอายุในเวลากลางวัน หรือ Elderly Day Care เพื่อรองรับสังคมใหม่ในอนาคต 5) ทีมวิจัยมีข้อเสนอแนะหน่วยงานรัฐหรือเอกชนที่จะมีการดำเนินโครงการต่างๆ สำหรับเตรียมความพร้อมในการพัฒนาสังคมผู้สูงอายุ และเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนในอนาคตในประเด็นเศรษฐกิจสังคม สุขภาพและสิ่งอำนวยความสะดวก

Dhamanitayakul and Sriwisarthiyakun (2024) ศึกษาความต้องการและรูปแบบการสื่อสารนวัตกรรมเพื่อส่งเสริมทักษะความเป็นพลเมืองดิจิทัลด้านความปลอดภัยทางเทคโนโลยี

สารสนเทศสำหรับผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุกลุ่มตัวอย่างใช้ Line application มากที่สุด เพื่อติดต่อเพื่อนฝูง และครอบครัว รวมทั้งใช้เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและหาความรู้เพิ่มเติมในการดูแลสุขภาพ รักษาอาการเจ็บป่วย และรับข่าวสารต่างๆ ผู้สูงอายุต้องการนวัตกรรมเพื่อส่งเสริมทักษะความเป็นพลเมืองดิจิทัล ด้านความปลอดภัยทางเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาศักยภาพในการใช้สารสนเทศให้เกิดประโยชน์มากขึ้น ควรอยู่ในรูปแบบการสื่อสารนวัตกรรมที่ใช้วิธีการสื่อสารแบบเฉพาะบุคคล (Personalized) ผ่านการโต้ตอบสนทนากับระบบหุ่นยนต์สนทนา (Chatbot) บนแอปพลิเคชัน LINE โดยผสมผสานกับการสื่อสารแบบพบปะบุคคล เพื่อช่วยให้ผู้สูงอายุตระหนักถึงประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ จนนำไปสู่ความมั่นใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต หลังจากนั้นรูปแบบการสื่อสารนี้ได้รับการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นด้วยกับรูปแบบการสื่อสารนวัตกรรมเพื่อพัฒนาทักษะความเป็นพลเมืองดิจิทัลด้านความปลอดภัยทางเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับผู้สูงอายุในระดับมาก โดยเห็นว่าสามารถนำไปพัฒนาเป็นนวัตกรรมที่ใช้งานได้จริง และสามารถส่งเสริมผู้สูงอายุในการพัฒนาทักษะความเป็นพลเมืองดิจิทัลด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างปลอดภัยได้อย่างเหมาะสม

โครงการศึกษาของ College of Population Studies, Chulalongkorn University (2024) ศึกษาแบบการเรียนรู้ตลอดชีวิตสำหรับผู้สูงอายุในประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสามล้วนให้ความสำคัญและส่งเสริมการศึกษาอย่างต่อเนื่อง ผ่านกฎหมายหรือแผนระดับชาติว่าด้วยเรื่องการศึกษา โดยเน้นการพัฒนาการเรียนรู้ตลอดชีวิตสำหรับทุกกลุ่มประชากรหลายประเทศดำเนินนโยบายผ่านกลยุทธ์ระดับชาติ โดยอาศัยกลไกของสถาบันหรือวิทยาลัยในระบบการศึกษา และศูนย์การเรียนรู้ชุมชนที่กระจายอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ รวมถึงการสอดแทรกกิจกรรมการเรียนรู้ในกลุ่มหรือชมรมที่มีผู้สูงอายุเป็นสมาชิกการเรียนรู้มีการออกแบบเนื้อหาให้สอดคล้องกับความต้องการหรือความสนใจของผู้สูงอายุ โดยมีการปรับเปลี่ยนวิธีการเรียนรู้ให้เหมาะสมกับบริบท เช่น การใช้เทคโนโลยีหรือ ICT เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงการเรียนรู้และกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ

Jirasujarittham (2023) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพตนเองของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุในกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 93.8 และมีระดับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพตนเองอยู่ในระดับปฏิบัติบ่อยครั้ง ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพตนเอง พบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ สถานที่ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ความถี่ในการใช้ และประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพตนเองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปแนวทางการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ ผู้วิจัยได้นำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้

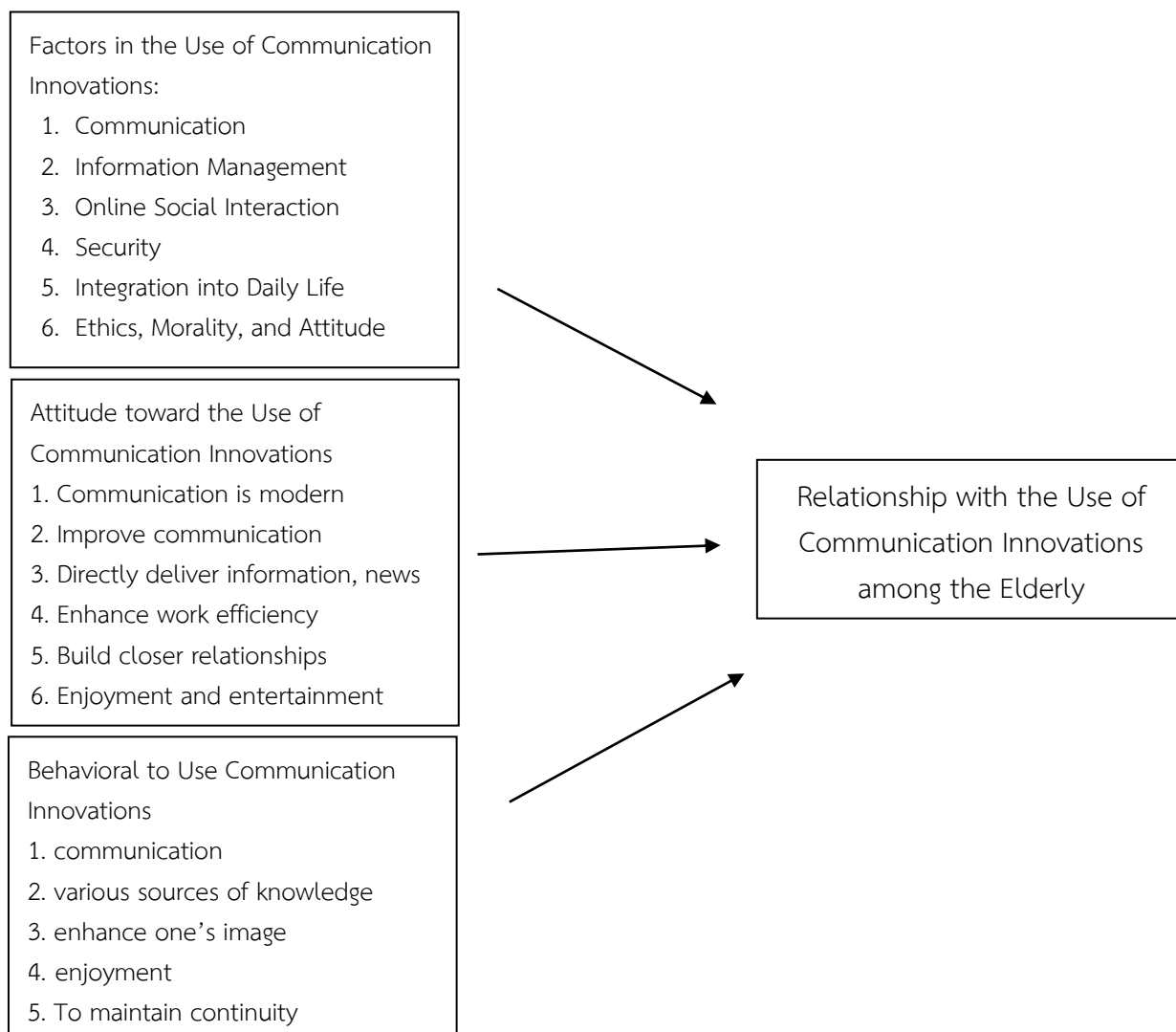


Figure1 Conceptual Framework of the Study

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้สูงอายุซึ่งเกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489–2507 อายุระหว่าง 60-78 ปี ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสงขลา เนื่องจากกลุ่มประชากรในช่วงอายุดังกล่าวเป็นรุ่นที่อยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านจากสังคมดั้งเดิมสู่ยุคเทคโนโลยีและดิจิทัล มีประสบการณ์ชีวิตทั้งในยุคที่ยังไม่มีเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ และในยุคที่เทคโนโลยีเริ่มเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน การเลือกกลุ่มนี้ยังสะท้อนถึงความแตกต่างด้านพฤติกรรมการใช้วัตรกรรมการสื่อสารทั้งเป็นกลุ่มที่เริ่มเผชิญกับความจำเป็นในการใช้เทคโนโลยี มีจำนวนผู้สูงอายุ 247,586 คน (Department of Older Persons, 2023) ขนาดกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการแบบแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 384 ตัวอย่าง จากตาราง (Krejcie & Morgan, 1970) ที่มีการใช้วัตรกรรมการสื่อสารในชีวิตประจำวัน ผู้วิจัยศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล ตลอดจนการแปลความหมายข้อมูลและการสรุปผล ซึ่งขั้นตอนเหล่านี้เก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย และเพื่อได้คำตอบของการวิจัยที่สะท้อนความเป็นจริงรวมทั้งไม่ขัดกับหลักศีลธรรมและ

บรรทัดฐานของสังคม ทั้งนี้การดำเนินวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามโดยได้ผ่านการขอจริยธรรมวิจัยในมนุษย์ จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยทักษิณ รหัสโครงการ 176/67 ในการดำเนินการวิจัย บทความวิจัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการยอมรับและใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ โดยมุ่งเน้น 1. ศึกษาพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ 2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นหลัก

การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลมีลักษณะคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว มีจำนวน 11 คำถาม

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมการสื่อสาร รวมจำนวนทั้งหมด 5 คำถาม ลักษณะคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว โดยใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ตามแนวคิดของของ (Solomon, 2007)

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของปัจจัยในการใช้นวัตกรรมการสื่อสาร จากอิทธิพลจาก 4 ปัจจัยหลักโดย (Kotler, 1993)

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ/แนวทางการปรับปรุงและพัฒนาวัตกรรมการสื่อสารให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของกลุ่ม

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ เพื่อประเมินความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยพิจารณาความเหมาะสมของข้อคำถาม การใช้สำนวนภาษา และความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย รวมทั้งได้ดำเนินการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) โดยทุกข้อคำถามมีค่า IOC ไม่ต่ำกว่า 0.5 ซึ่งอยู่ในช่วงระหว่าง 0.67 – 1.00 และได้มีการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามโดยการหาความเชื่อมั่นโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ที่ค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.981

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปด้วยวิธีการทางสถิติ โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมการสื่อสารกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งวิเคราะห์โดยใช้สถิติพื้นฐานหาค่าร้อยละ และการแจกแจงความถี่ และวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เกี่ยวกับระดับข้อมูลทัศนคติในการใช้นวัตกรรมการสื่อสารและความตั้งใจในการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ

โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยระดับทัศนคติและความตั้งใจในการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ ใช้เกณฑ์ในการกำหนดช่วงความกว้างของข้อมูลแต่ละระดับ (Srisatidnarakun, 2007)

2. การวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยในการใช้นวัตกรรมการสื่อสาร ประกอบด้วย ด้านการสื่อสาร ด้านการจัดการข้อมูล ด้านสังคมออนไลน์ ด้านความปลอดภัย ด้านการบูรณาการในชีวิตประจำวัน ด้านคุณธรรม จริยธรรม และเจตคติ ที่ส่งผลกับความสัมพันธ์ต่อการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของผู้สูงอายุ ที่นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 เพื่อทดสอบสมมติฐานหลักของการศึกษา

ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้วัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ ดังแสดงใน Table 1

Table 1 Number and Percentage of Samples Classified by Individual Factors (n = 384)

Behavior Usage	Number (Person)	Percentage
Communication via various channels		
Mobile phone	368	95.80
Computer	3	0.80
Tablet	7	1.80
Others	6	1.60
Media Usage Patterns		
Facebook	207	53.90
Twitter	0	0
Line	116	30.20
Instagram	16	4.20
WhatsApp	1	0.30
TikTok	30	7.80
Others	14	3.60
Objectives of Use		
Contact current and old friends	205	53.40
Make new friends	1	0.30
Follow various news and information	131	34.10
Sell products	6	1.60
For education and learning	16	4.20
Others	25	6.50
Place of Use		
At home	360	93.80
While traveling	16	4.20
Shopping malls / Restaurants	5	1.30
Others	3	0.80
Time period		
Morning (05:01–11:00 AM)	74	19.30
Afternoon (11:01 AM–4:00 PM)	187	48.70
Evening (4:01–7:00 PM)	75	19.50
Night (7:01 PM–12:00 AM)	43	11.20
Late night (12:01–5:00 AM)	5	1.30
Total	384	100.0

จาก Table 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้โทรศัพท์มือถือสื่อสาร จำนวน 368 คน (ร้อยละ 95.8) ใช้นวัตกรรมการสื่อสารทาง Facebook จำนวน 207 คน (ร้อยละ 53.9) ใช้บริการนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อนปัจจุบันและเพื่อนเก่า จำนวน 205 คน (ร้อยละ 53.4) ใช้นวัตกรรมการสื่อสารตามสถานที่บ้าน จำนวน 360 คน (ร้อยละ 93.8) มักใช้นวัตกรรมการสื่อสารในช่วงกลางวัน (11.01-16.00 น.) จำนวน 187 คน (ร้อยละ 48.7)

ประเมินระดับทัศนคติและความตั้งใจในการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ
ผลการวิเคราะห์ระดับทัศนคติและความตั้งใจในการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ
ดังแสดงใน Table 2

Table 2 Mean, Standard Deviation, The Attitudes and Behavioral Intentions of the Elderly toward Using Communication Innovations

Variables	Level of Opinion			
	$\bar{x}$	S.D.	levels	rank
Attitudes				
1. Communication is modern	3.84	1.14	High	1
2. Improve communication	3.78	1.15	High	2
3. Directly deliver information and news	3.71	1.16	High	4
4. Enhance work efficiency	3.67	1.17	High	5
5. Build closer relationships	3.63	1.17	High	6
6. Enjoyment and entertainment	3.78	1.15	High	3
Total	3.73	1.71	High	
Intentions				
1. For communication	3.71	1.20	High	1
2. various sources of knowledge	3.55	1.19	High	4
3. enhance one's image (modernity)	3.40	1.18	Moderate	5
4. For enjoyment	3.69	1.16	High	2
5. To maintain continuity	3.58	1.22	High	3
Total	3.73	1.71	High	

จาก Table 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติในการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุในภาพรวม อยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.73 โดยทัศนคติในการใช้นวัตกรรมการสื่อสารที่มองว่าเป็นนวัตกรรมการสื่อสารเป็นสิ่งที่ทันสมัย อยู่ในระดับมาก 3.84 ในขณะที่คิดว่านวัตกรรมการสื่อสารช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารและช่วยทำให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน อยู่ในระดับมาก 3.78 สามารถส่งข้อมูลข่าวสารไปยังบุคคลที่ต้องการได้โดยตรง อยู่ในระดับมาก 3.71 ในขณะที่นวัตกรรมการสื่อสารช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และคิดว่านวัตกรรมการสื่อสารช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67 และ 3.63 ตามลำดับ

ในส่วนของระดับความตั้งใจในการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.73 โดยมีความตั้งใจที่จะใช้นวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการติดต่อสื่อสาร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.71 ในขณะที่มีความตั้งใจที่จะใช้นวัตกรรมการสื่อสารเพื่อความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.69 มีความตั้งใจที่จะใช้นวัตกรรมในการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.58 ในขณะที่มีความตั้งใจที่จะใช้นวัตกรรมการสื่อสารเพื่อเข้าถึงข้อมูล/แหล่งความรู้ต่าง ๆ และใช้นวัตกรรมการสื่อสารเพื่อเสริมภาพลักษณ์ของตนเอง (ความทันสมัย) อยู่ในระดับมากและอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.55 และ 3.40 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการใช้นวัตกรรมการสื่อสาร ประกอบด้วย ด้านการสื่อสาร ด้านการจัดการข้อมูล ด้านสังคมออนไลน์ ด้านความปลอดภัย ด้านการบูรณาการในชีวิตประจำวัน ด้านคุณธรรม จริยธรรม และเจตคติ ที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ ดังแสดงใน Table 3

Table 3 Analysis Results of Factors Influencing the Use of Communication Innovations Among Older Adults

Correlation	Com- munication	Data Management	Online Society	Safety	Integration	Moral Ect..	TT _{yy}
Communication	1	.654**	.649**	.529**	.595**	.374**	.788**
Data Management		1	.863**	.791**	.786**	.492**	.911**
Online society			1	.798**	.856**	.518**	.929**
Safety				1	.746**	.367**	.840**
Integration					1	.610**	.905**
Moral Ect..						1	.646**
TT _{yy}							1
Mean	3.28	3.05	3.03	2.66	3.19	3.73	3.15
S.D.	1.71	1.23	1.24	1.31	1.20	1.12	1.09

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

จาก Table 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปัจจัยด้านการสื่อสาร ด้านการจัดการข้อมูล ด้านสังคมออนไลน์ ด้านความปลอดภัย ด้านการบูรณาการในชีวิตประจำวัน ด้านคุณธรรม จริยธรรม และเจตคติ ที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า

ด้านการสื่อสาร มีความสัมพันธ์ต่อการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.788 มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ด้านการจัดการข้อมูล มีความสัมพันธ์ต่อการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.911 มีความสัมพันธ์ในระดับสูง มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ด้านสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์ต่อการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.929 มีความสัมพันธ์ในระดับสูง มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ด้านความปลอดภัย มีความสัมพันธ์ต่อการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.840 มีความสัมพันธ์ในระดับสูง มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ด้านการบูรณาการในชีวิตประจำวัน มีความสัมพันธ์ต่อการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.905 มีความสัมพันธ์ในระดับสูง มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ด้านคุณธรรม จริยธรรม และเจตคติ มีความสัมพันธ์ต่อการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.646 มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ สามารถเรียงความสัมพันธ์จากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

1. ด้านสังคมออนไลน์
2. ด้านการจัดการข้อมูล
3. ด้านการบูรณาการในชีวิตประจำวัน
4. ด้านความปลอดภัย
5. ด้านการสื่อสาร
6. ด้านคุณธรรม จริยธรรม และเจตคติ

สรุปและการอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยทำการสรุปผลการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. พฤติกรรมการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมการสื่อสาร พบว่า พฤติกรรมการใช้นวัตกรรมการสื่อสาร ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือ ส่วนใหญ่ใช้นวัตกรรมการสื่อสารช่องทาง Facebook รองลงมาใช้ Application Line และใช้บริการนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อนปัจจุบันและเพื่อนเก่าที่อยู่ห่างไกล มีพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมการสื่อสารในสถานที่บ้านและส่วนใหญ่ใช้นวัตกรรมการสื่อสารในช่วงกลางวัน (11.01-16.00 น.)

2. ระดับทัศนคติและความตั้งใจในการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ

ผลการศึกษาในระดับทัศนคติในการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้สูงอายุมีแนวคิดที่ใช้นวัตกรรมการสื่อสารเป็นสิ่งที่ทันสมัย รองลงมาคือ คิดว่านวัตกรรมการสื่อสารช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร และทำให้เกิดความสนุกสนานและเพลิดเพลิน คิดว่านวัตกรรมการสื่อสารช่วยให้สามารถส่งข้อมูลข่าวสาร ไปยังบุคคลที่ต้องการได้โดยตรง เพิ่มประสิทธิภาพในการติดต่อและทำงาน และช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดต่อกัน ตามลำดับ

ผลการศึกษาในระดับความตั้งใจในการใช้นวัตกรรมการสื่อสาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้สูงอายุมีความตั้งใจที่จะใช้นวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการติดต่อสื่อสาร รองลงมา มีความตั้งใจที่จะใช้นวัตกรรมการสื่อสารเพื่อเพลิดเพลินคลายเครียด และตั้งใจที่จะใช้นวัตกรรมในการสื่อสารอย่างต่อเนื่องตลอดไป มีความตั้งใจที่จะใช้นวัตกรรมการสื่อสารเพื่อเข้าถึงข้อมูล/แหล่งความรู้

ต่าง ๆ และจะใช้ในวัตรกรรมการสื่อสารเพื่อเสริมภาพลักษณ์ของตนเองซึ่งมองว่ามีความทันสมัยตามลำดับ

3. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้นวัตรกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสาร ด้านการจัดการข้อมูล ด้านสังคมออนไลน์ ด้านความปลอดภัย ด้านการบูรณาการในชีวิตประจำวัน และด้านคุณธรรม จริยธรรม และเจตคติ มีความสัมพันธ์กับการใช้นวัตรกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสามารถอภิปรายรายละเอียดในแต่ละด้านได้ดังนี้

ด้านสังคมออนไลน์ พบว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูงที่สุด ($r = 0.929$) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุที่มีการใช้งานโซเชียลมีเดียบ่อยครั้ง คือ Facebook, LINE และ TikTok ตามลำดับ มักมีแนวโน้มในการใช้นวัตรกรรมการสื่อสารเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากแพลตฟอร์มเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงทางสังคม สร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและส่งเสริมการสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว นอกจากนี้ ยังช่วยลดความรู้สึกโดดเดี่ยว และเปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย

ด้านการจัดการข้อมูล พบว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูง ($r = 0.911$) บ่งชี้ว่า ผู้สูงอายุที่สามารถเข้าถึง ค้นหา และจัดการข้อมูลด้วยอุปกรณ์มือถือเข้าถึงแอปพลิเคชันต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพย่อมมีความสามารถในการใช้นวัตรกรรมการสื่อสารมากขึ้น ความสามารถนี้ครอบคลุมถึงการใช้สมาร์ตโฟนในการค้นหาข้อมูลดูแลสุขภาพ หรือการจัดการข้อมูลส่วนตัว เช่น การบันทึกโน้ตช่วยจำ ซึ่งสะท้อนถึงทักษะดิจิทัลพื้นฐานที่จำเป็นต่อการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในชีวิตประจำวัน

ด้านการบูรณาการในชีวิตประจำวัน พบว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูง ($r = 0.905$) เช่นกัน ผู้สูงอายุที่สามารถนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในกิจวัตรประจำวัน เช่น การติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ปัจจุบันและเพื่อนเก่า การทำธุรกรรมทางการเงิน การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ หรือการรับบริการภาครัฐผ่านช่องทางดิจิทัล จะมีความคุ้นชินและมีแนวโน้มในการพยายามใช้นวัตรกรรมการสื่อสารมากยิ่งขึ้น ผลการวิจัยในข้อนี้สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง “Active Aging” (พัฒนาพลัง/การสูงวัยอย่างมีพลัง) ที่ส่งเสริมให้ผู้สูงอายุสามารถใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพด้วยเทคโนโลยี

ด้านความปลอดภัย พบว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูง ($r = 0.840$) แสดงว่าผู้สูงอายุมีความมั่นใจในความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล มีการระมัดระวังจากมิจฉาชีพ ตระหนักรู้ และมีความรู้ในการป้องกันความเสี่ยงบนโลกออนไลน์ ไม่ให้ข้อมูลกับบุคคลที่ไม่รู้จักและไม่กดลิงค์ข้อมูลต่างๆ มีการปรึกษาคนในครอบครัวก่อนที่ส่งผลการตัดสินใจใช้นวัตรกรรมของผู้สูงอายุ ผู้ที่มีความมั่นใจในระบบรักษาความปลอดภัยดิจิทัลย่อมเปิดรับเทคโนโลยีได้มากกว่า

ด้านการสื่อสาร พบว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ($r = 0.788$) ผู้สูงอายุที่มีทักษะในการสื่อสารผ่านช่องทางดิจิทัล เช่น การพิมพ์ข้อความ โทร Video Call หรือใช้แอปพลิเคชันสื่อสารต่าง ๆ มีแนวโน้มที่จะใช้นวัตรกรรมได้อย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจะมีอุปสรรคด้านเทคนิคหรือข้อจำกัดทางกายภาพบ้างแต่ก็สามารถปรับตัวได้หากมีการสนับสนุนจากบุคคลในครอบครัวหรือชุมชน

ด้านคุณธรรม จริยธรรม และเจตคติ พบว่า แม้จะมีค่าสัมประสิทธิ์ในระดับปานกลาง ($r = 0.646$) แต่ก็ยังพบว่ามีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สะท้อนว่าผู้สูงอายุที่มีเจตคติที่ดีต่อเทคโนโลยี และใช้เทคโนโลยีด้วยความรับผิดชอบ มักเปิดรับนวัตรกรรมการสื่อสารมากขึ้น ทั้งนี้ การให้ความรู้เกี่ยวกับจริยธรรมดิจิทัลและความตระหนักในการใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาและส่งเสริมการใช้นวัตรกรรมในกลุ่มผู้สูงอายุ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมการสื่อสารโทรศัพท์มือถือ ส่วนใหญ่ใช้นวัตกรรมการสื่อสารช่องทาง Facebook รองลงมาใช้ Application Line และ TikTok ใช้บริการนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อนปัจจุบันและเพื่อนเก่าที่อยู่ห่างไกล ใช้นวัตกรรมการสื่อสารในช่วงกลางวัน (ระหว่างเวลา 11.01 ถึง 16.00 นาฬิกา) วิเคราะห์ได้ว่าพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของผู้สูงอายุในปัจจุบันสะท้อนถึงความสามารถในการปรับตัว และการเลือกใช้เทคโนโลยีที่ตอบสนองทั้งด้านความสะดวกและความสัมพันธ์ทางสังคม โดยมี Facebook และ Application Line เป็นแพลตฟอร์มหลักที่ช่วยเติมเต็มความต้องการด้านการติดต่อสื่อสาร ขณะที่ TikTok เริ่มกลายเป็นแหล่งความบันเทิงที่ผู้สูงอายุเปิดรับมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งมีความสอดคล้องกับ Senarak et al. (2024) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้และแนวทางการพัฒนาทักษะการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ เทศบาลตำบลโพธิ์พิทักษ์ ตำบลโพนางดำตก อำเภอสรรพยา จังหวัดชัยนาท ได้กล่าวว่า พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุส่วนใหญ่ใช้ไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือ ใช้ส่งข้อความเพื่อติดต่อสื่อสารกับครอบครัวส่วนใหญ่ใช้ไลน์ทุกวันเฉลี่ยวันละ 1-2 ชั่วโมง มีการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลให้แก่ผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่องในลักษณะการเรียนรู้ตลอดชีวิต การอบรมบ่มเพาะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลให้แก่แกนนำผู้สูงอายุ และสอดคล้องกับ Panyathorn et al. (2025) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพื้นฐาน การรับรู้ประโยชน์ การรู้เท่าทันสื่อ ทักษะติดกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือของผู้สูงอายุ พบว่า การรู้เท่าทันสื่อและทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือของผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากการทบทวนงานวิจัยเห็นได้ว่า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลต่อเนื่องทุกวันทั้งยังมีการส่งเสริมการเรียนรู้เทคโนโลยีในลักษณะของการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) ผ่านกิจกรรมอบรมและการบ่มเพาะแกนนำผู้สูงอายุในชุมชน จากการวิเคราะห์เชิงลึก ข้อมูลทั้งหมดสะท้อนให้เห็นถึง ศักยภาพและความสามารถในการปรับตัวของผู้สูงอายุในการเรียนรู้และการปรับตัวของผู้สูงอายุต่อเทคโนโลยีดิจิทัล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติของการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ การใช้สื่อดิจิทัลไม่ได้จำกัดอยู่แค่การสื่อสารเท่านั้นและยังขยายไปสู่การบริโภคความบันเทิง และการเรียนรู้รูปแบบใหม่อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งการสนับสนุนเชิงระบบ เช่น การอบรม ส่งเสริมความรู้ และการพัฒนาแกนนำ ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนผู้สูงอายุในยุค สะท้อนให้เห็นว่าแม้จะเป็นกลุ่มประชากรที่อยู่ในวัยหลังเกษียณ แต่มีศักยภาพในการเรียนรู้และใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม

2. ทัศนคติในการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้สูงอายุมีแนวคิดที่ใช้นวัตกรรมการสื่อสารเป็นสิ่งที่ทันสมัย รองลงมาคือ คิดว่านวัตกรรมการสื่อสารช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร และทำให้เกิดความสนุกสนาน และเพลิดเพลิน คิดว่านวัตกรรมการสื่อสารช่วยให้สามารถส่งข้อมูลข่าวสาร ไปยังบุคคลที่ต้องการได้โดยตรง เพิ่มประสิทธิภาพในการติดต่อและทำงานและช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับครอบครัวและคนในชุมชน ตามลำดับ สอดคล้องกับ Phumee et al. (2024) ศึกษาเรื่องการพัฒนาแบบการสื่อสารสุขภาพเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ กล่าวว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง โดยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ สภาพอารมณ์ที่ดี สภาพร่างกายที่ดี และสภาพความเป็นอยู่ที่ดี ตามลำดับ ส่วนการรับรู้ข้อมูล

ข่าวสารและ ภาวะสุขภาพของผู้สูงอายุที่มีความถี่สูงสุดผ่านสื่อสุขภาพ คือ เพื่อน ญาติ คนในครอบครัว รองลงมา คือ โทรศัพท์ และอื่น ๆ ได้แก่ อบต. ผู้ใหญ่บ้าน ตามลำดับ และสอดคล้องกับ Pharksuwan (2024) ศึกษาแนวทางการส่งเสริมและเผยแพร่ศักยภาพการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อภาวะพลัมของผูสูงอายุไทย กล่าวว่า แนวทางการส่งเสริมและเผยแพร่ศักยภาพการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อภาวะพลัมของผูสูงอายุไทย โดย 1) ทักษะคิด ความรู้ ประสบการณ์ และความเป็นตัวตนของผูสูงอายุเป็นต้นทุนที่สร้างภาวะพลัม 2) การเชื่อมประสานของคนในครอบครัว 3) การสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐและการสนับสนุนจากหน่วยงานภาคเอกชน สอดคล้องกับ Kaewkingchan (2021) ศึกษาเรื่อง โมเดลการใช้นวัตกรรมสื่อสารของผูสูงอายุ พบว่า มีทักษะคิดในการใช้นวัตกรรมสื่อสารเป็นตัวแปรส่งผ่านอย่างมีนัยสำคัญ พบว่า ทักษะคิดในการใช้นวัตกรรมสื่อสารยังมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจในการใช้นวัตกรรมสื่อสารของผูสูงอายุ จากการทบทวนงานวิจัยเห็นได้ว่า ทักษะคิดและ ความสัมพันธ์ทางสังคม เป็นหัวใจสำคัญของพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมสื่อสารของผูสูงอายุ โดยทักษะคิดเชิงบวกช่วยสร้างแรงจูงใจให้ผูสูงอายุเปิดรับเทคโนโลยี ขณะที่ความสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นกับคนในครอบครัว ชุมชน และสังคม โดยรอบเป็นปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญต่อการใช้เทคโนโลยีอย่างยั่งยืน จากการวิเคราะห์เชิงลึก ข้อมูลสะท้อนให้เห็นว่าทักษะคิดที่ดีเป็นรากฐานสำคัญในการขับเคลื่อนพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมสื่อสารในกลุ่มผูสูงอายุ โดยเฉพาะทักษะคิดที่มองว่านวัตกรรมคือ สิ่งที่จะช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิต ทั้งด้านความสัมพันธ์ทางสังคม การรับรู้ข่าวสาร และการมีส่วนร่วมในสังคมยุคดิจิทัล

ความตั้งใจในการใช้นวัตกรรมสื่อสาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผูสูงอายุมีความตั้งใจที่จะใช้นวัตกรรมสื่อสารเพื่อการติดต่อสื่อสาร รองลงมา มีความตั้งใจที่จะใช้นวัตกรรมสื่อสารเพื่อผลิตเพลนคลายเครียด และตั้งใจที่จะใช้นวัตกรรมในการสื่อสารอย่างต่อเนื่องตลอดไป มีความตั้งใจที่จะใช้นวัตกรรมสื่อสารเพื่อเข้าถึงข้อมูล/แหล่งความรู้ต่าง ๆ และจะใช้นวัตกรรมสื่อสารเพื่อเสริมภาพลักษณ์ของตนเองซึ่งมองว่ามีความทันสมัยตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ Watakit (2024) ศึกษาเรื่อง การศึกษาประสบการณ์และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้โซเชียลมีเดียของผูสูงอายุในจังหวัดขอนแก่น กล่าวว่า โซเชียลมีเดียที่กลุ่มตัวอย่างผูสูงอายุในจังหวัดขอนแก่นนิยมใช้ คือ เฟสบุ๊ก รองลงมา คือ Line, YouTube และ TikTok วัตถุประสงค์ในการใช้โซเชียลมีเดียส่วนใหญ่ใช้เพื่อการพูดคุย บันทึกลง และติดตามข้อมูลข่าวสาร ผูสูงอายุในจังหวัดขอนแก่นให้ความสำคัญกับประสบการณ์การใช้โซเชียลมีเดียด้านประสาทสัมผัส ความคิด ความเชื่อมโยง ความรู้สึก และการกระทำ ตามลำดับ การยอมรับเทคโนโลยีของผูสูงอายุในจังหวัดขอนแก่น พบว่า มีการรับรู้ประโยชน์มากที่สุด รองลงมาคือ ทักษะคิดในการใช้งานและใช้งานง่าย โดยมีความตั้งใจใช้โซเชียลมีเดียอย่างต่อเนื่องในอนาคต ประสบการณ์การใช้โซเชียลมีเดียด้านความรู้สึกและความเชื่อมโยงส่งผลต่อความตั้งใจใช้โซเชียลมีเดีย การยอมรับเทคโนโลยีของผูสูงอายุส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้โซเชียลมีเดีย จากการทบทวนงานวิจัยเห็นได้ว่า ความตั้งใจในการใช้นวัตกรรมสื่อสารของผูสูงอายุมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับประสบการณ์ส่วนบุคคล ทักษะคิด และการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งรวมถึงความง่ายในการใช้งาน การเห็นประโยชน์ และการรู้สึกมีคุณค่าเมื่อใช้งาน ความตั้งใจดังกล่าวยังสัมพันธ์กับมิติทางสังคมและอารมณ์ เช่น ความรู้สึกเชื่อมโยงกับผู้อื่น หรือความภาคภูมิใจในความสามารถของตนเองในการใช้เทคโนโลยี จากการวิเคราะห์เชิงลึก ความตั้งใจของผูสูงอายุที่จะใช้นวัตกรรมสื่อสาร ไม่ได้เป็นเพียงการตอบสนองต่อกระแสเทคโนโลยี หากแต่สะท้อนถึงการ “ยอมรับในระดับจิตใจ” ที่ลึกซึ้งมากขึ้น เช่น การใช้เพื่อการสื่อสารระหว่างบุคคล การเสริมสร้างสุขภาวะจิตใจ หรือแม้แต่การสร้างภาพลักษณ์ของตนเองให้ดูทันสมัยและมีคุณค่าในสังคม สิ่งนี้แสดงถึง “การเห็นคุณค่าในตนเองผ่านเทคโนโลยี” ซึ่งเป็นมิติที่มากกว่าการใช้เพื่อประโยชน์เชิงหน้าที่

3. ผู้สูงอายุมีความสัมพันธ์ปัจจัยด้านสังคมออนไลน์และการจัดการข้อมูลเป็นตัวแปรสำคัญและมีอิทธิพลในระดับสูงที่มีผลต่อการใช้นวัตกรรมการสื่อสารในกลุ่มผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งปัจจัยด้านสังคมออนไลน์ทำให้ผู้สูงอายุสามารถเชื่อมโยงการติดต่อพูดคุยกับลูกหลานและบุคคลในครอบครัวเพื่อน และคนชุมชนได้อย่างต่อเนื่องโดยไม่ต้องเดินทางด้วยปัญหาทางด้านสุขภาพและร่างกาย ผู้สูงอายุสามารถค้นหาข้อมูลสุขภาพ เช่น วิธีทำอาหารเพื่อสุขภาพหลักการออกกำลังกายที่ถูกวิธี หรือการใช้บริการภาครัฐ การตั้งค่าความเป็นส่วนตัวในแอปได้เองหรือคนในครอบครัวช่วยเหลือเหล่านี้ จะส่งผลให้ผู้สูงอายุรู้สึกควบคุมเทคโนโลยีได้ ซึ่งเพิ่มความมั่นใจในการใช้งานมากขึ้น สอดคล้องกับ Jirasujarittam (2023) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพตนเองของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครกล่าวว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุในกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์และมีความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพตนเองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นภาครัฐจึงควรให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งเกี่ยวกับการเตรียมการด้านสาธารณสุขออนไลน์ เพื่อส่งเสริมให้ผู้สูงอายุในสังคมเมืองของประเทศไทย ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่มีความเปราะบาง และมีความเสี่ยงต่อปัญหาสุขภาพ สามารถนำความรู้ด้านการดูแลสุขภาพตนเองไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง อีกทั้งการที่ผู้สูงอายุสามารถดูแลสุขภาพตนเองโดยเรียนรู้ผ่านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม ก็จะสามารถช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายของรัฐบาล และลดภาระงานที่หนักเกินไปของระบบสาธารณสุขได้ และสอดคล้องกับ Pharksuwan (2024) ศึกษาแนวทางการส่งเสริมและเผยแพร่ศักยภาพการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อภาวะพลพลังของผู้สูงอายุไทย กล่าวว่า ผู้สูงอายุเข้าถึงการใช้สมาร์ตโฟนและโซเชียลมีเดียได้ โดยเรียนรู้การใช้งานจากลูกหลาน หน่วยงานรัฐ หลักสูตรออนไลน์ และศึกษาด้วยตนเอง แรงจูงใจในการผลิตคลิปวิดีโอเกิดจากลูกที่ต้องการให้ผู้สูงอายุมีกิจกรรมทำ ความต้องการสร้างประโยชน์ให้คนในสังคม ฯลฯ ซึ่งเนื้อหาที่ผลิตมาจากความรู้ ประสบการณ์ ความถนัดและความเป็นตัวตน ทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกเห็นคุณค่าในตนเองส่งผลดีต่อความสัมพันธ์ในครอบครัว การมีส่วนร่วมในสังคมและสร้างรายได้ และสอดคล้องกับ Asana (2025) ได้ทำการศึกษาการใช้งานและรูปแบบของเนื้อหาสำหรับผู้สูงอายุในแอปพลิเคชัน TikTok ค้นพบว่า ผู้สูงอายุในปัจจุบันมีพฤติกรรมในการใช้แอปพลิเคชัน TikTok เพิ่มขึ้นและใช้เวลากับการใช้แอปพลิเคชัน TikTok นานขึ้นโดยใช้เพื่อความผ่อนคลาย ความบันเทิง ตลอดจนติดตามข้อมูลข่าวสารสถานการณ์ปัจจุบันด้านเนื้อหาสำหรับผู้สูงอายุ และพบว่าผู้สูงอายุต้องการเนื้อหาที่สร้างความผ่อนคลาย มีความบันเทิง และยังพบว่าผู้สูงอายุ ให้ความสนใจเนื้อหาทางด้านสุขภาพ โดยจำแนกออกเป็น 3 ลักษณะ 1) เนื้อหาด้านสุขภาพ การเปลี่ยนแปลงของสภาพร่างกาย 2) เนื้อหาที่ถูกแนะนำโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้ยาและการรับประทานอาหาร 3) เนื้อหาด้านการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้สูงอายุชื่นชอบเนื้อหาที่ส่งเสริมภาพลักษณ์เชิงบวก เน้นความรักความผูกพันระหว่างครอบครัว ตลอดจนเนื้อหาที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุและผู้สูงอายุที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญก็อยากที่จะสร้างสรรค์เนื้อหาด้วยตนเองและแบ่งปันบนสื่อสังคมออนไลน์เช่นกัน จากการวิเคราะห์เชิงลึก ปัจจัยด้านสังคมออนไลน์และการจัดการข้อมูล เป็นตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของผู้สูงอายุในปัจจุบัน ไม่เพียงทำหน้าที่เป็นช่องทางการสื่อสารเท่านั้น แต่เป็นเครื่องมือเชื่อมความสัมพันธ์ที่ช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถติดต่อกับบุคคลในครอบครัว เพื่อน และชุมชนได้อย่างต่อเนื่อง โดยไม่ต้องพึ่งพาการเดินทาง ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคจากข้อจำกัดด้านสุขภาพหรือร่างกาย

การเชื่อมโยงผ่านเทคโนโลยีในลักษณะนี้ ช่วยลดความรู้สึกโดดเดี่ยวทางสังคม และเสริมสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคมดิจิทัล ยังช่วยสนับสนุนภาวะสุขภาพจิตและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้สูงอายุได้อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ ความสามารถในการจัดการข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นการค้นหาความรู้

ด้านสุขภาพ การเข้าถึงบริการของภาครัฐ หรือการควบคุมความเป็นส่วนตัวภายในแอปพลิเคชัน ล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สะท้อนถึงการเพิ่มขีดความสามารถของผู้สูงอายุในการใช้งานเทคโนโลยีอย่างมั่นใจ การที่ผู้สูงอายุสามารถควบคุมการใช้งานนวัตกรรมได้ด้วยตนเอง มีการสนับสนุนจากครอบครัวในการตั้งค่าต่าง ๆ ช่วยให้เกิดความรู้สึกว่าตนมี อำนาจในการจัดการ (sense of control) ซึ่งเป็นแรงเสริมทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความมั่นใจในการใช้งานและความเต็มใจที่จะเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง สิ่งเหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของปัจจัยภายนอกที่หลอมรวมกับปัจจัยภายใน (ความสามารถในการจัดการข้อมูล) ซึ่งร่วมกันส่งเสริมพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของผู้สูงอายุให้มีความยั่งยืนและเป็นธรรมชาติยิ่งขึ้น ผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษา ไม่เพียงทำให้ผู้สูงอายุใช้เทคโนโลยีได้เท่านั้น แต่ยังนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตในมิติที่ลึกกว่า ทั้งด้านจิตใจ ความสัมพันธ์ สติปัญญา และบทบาทในสังคม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการส่งเสริมภาวะผู้สูงวัยอย่างมีพลัง (พุดมพลัง)

สรุปการอภิปรายผล ผลการวิจัยสะท้อนว่า ปัจจัยด้านสังคมออนไลน์และการจัดการข้อมูลเป็นตัวแปรสำคัญและมีอิทธิพลในระดับสูงที่มีผลต่อการใช้นวัตกรรมการสื่อสารในกลุ่มผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับบริบทสังคมไทยที่ผู้สูงอายุเริ่มเปิดรับเทคโนโลยีมากขึ้น แต่ยังคงต้องได้รับการสนับสนุนในด้านความปลอดภัย ความรู้ และการเสริมทักษะเพื่อให้ใช้งานได้อย่างมั่นใจและมีประสิทธิภาพมากขึ้น เมื่อผู้สูงอายุรู้สึกว่าจะสามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อประโยชน์ของตนเองได้จริง และเป็นส่วนหนึ่งของสังคมผ่านโลกออนไลน์ก็จะเปิดรับและใช้นวัตกรรมการสื่อสารได้อย่างมีความสุข

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. หน่วยงานภาครัฐและท้องถิ่น เช่น กองพัฒนาศักยภาพผู้สูงอายุ กรมกิจการผู้สูงอายุ และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ทั้งด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านปัญญาประดิษฐ์ การออกแบบสื่อดิจิทัล สามารถใช้ข้อมูลเพื่อวางแผนส่งเสริมการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศของผู้สูงอายุ โดยจัดตั้งศูนย์เรียนรู้เทคโนโลยีสำหรับผู้สูงวัย สร้างหลักสูตรอบรมการใช้นวัตกรรมการสื่อสาร เช่น การใช้สมาร์ทโฟน แอปพลิเคชันสื่อสาร และโซเชียลมีเดีย ที่เหมาะกับระดับความเข้าใจของผู้สูงอายุ โดยออกแบบกิจกรรมให้เหมาะกับพฤติกรรมและทัศนคติที่พบจากงานวิจัยและดึงเยาวชนหรืออาสาสมัครในชุมชนมาเป็นพี่เลี้ยงเทคโนโลยี

2. ผู้พัฒนาเทคโนโลยี เช่น นักออกแบบหรือนักพัฒนา Application หรือทีมออกแบบเว็บไซต์ระบบสื่อสาร สามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยไปปรับปรุง การออกแบบหน้าจอหรือส่วนที่ผู้สูงอายุเห็นและโต้ตอบ เช่น ขนาดตัวอักษร สี สัน ปุ่มเมนู รูปแบบไอคอนเข้าใจง่าย ใช้แล้วรู้สึกไม่สับสนทำให้เมนูไม่ซับซ้อน ใช้ตัวอักษรใหญ่ขึ้นและสีตัดกันชัดเจน จำกัดจำนวนขั้นตอนให้น้อยลง เพิ่มเสียงแนะนำหรือสัญลักษณ์ที่เข้าใจง่าย ใช้ภาษาเรียบง่าย เหมาะกับผู้สูงอายุที่ไม่คุ้นเคยกับศัพท์เทคนิคเพื่อให้เหมาะกับผู้สูงอายุที่มีความนิยมและชื่นชอบการใช้นวัตกรรมการสื่อสารที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตหรือการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านทัศนคติ ความตั้งใจ และพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กับการใช้นวัตกรรมการสื่อสารของผู้สูงอายุ ซึ่งสนับสนุนแนวคิดใน ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีที่ระบุว่า การรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ส่งผลต่อเจตคติและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นฐานในการต่อยอดหรือปรับปรุงกรอบแนวคิด TAM ให้เหมาะสมกับ

กลุ่มผู้สูงอายุ เช่น การเพิ่มตัวแปรด้านอารมณ์ ความกลัวต่อเทคโนโลยี หรือการสนับสนุนจากครอบครัว และแนวคิดของ Unified Theory of Acceptance and Use of Technology ซึ่งการใช้เทคโนโลยีจะช่วยให้การทำงานหรือกิจกรรมมีประสิทธิภาพมากขึ้นมีโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการใช้งานเทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ต อุปกรณ์ หรือการอบรม ซึ่งอาจเป็นปัจจัยเฉพาะกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการใช้เทคโนโลยี ในกลุ่มนี้ นักวิจัยในอนาคตจึงควรนำผลการวิจัยนี้ไปเปรียบเทียบกับประชากรกลุ่มอื่น หรือศึกษาในบริบทที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มชนบทและเมือง เพื่อทดสอบความเป็นสากลของทฤษฎีที่ใช้ ถ้าผลลัพธ์ออกมาใกล้เคียงกันในหลายกลุ่ม นั่นแปลว่า ทฤษฎีนั้นมีความเป็นสากล (Generalizable) และสามารถนำไปใช้ต่อในวงกว้างได้แต่ถ้าผลลัพธ์แตกต่างกัน อาจต้องปรับหรือพัฒนาทฤษฎีให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

2. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามเพียงอย่างเดียวทำให้มีข้อจำกัดสำหรับการวิเคราะห์ผลที่ได้รับ เพื่อให้การแปลความหมายและการวิเคราะห์ข้อมูลถูกต้อง และครอบคลุมสิ่งที่ได้ผลใกล้เคียงความเป็นจริงมากยิ่งขึ้น การวิจัยครั้งต่อไปควรใช้วิธีเก็บรวบรวม ข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ควบคู่กับแบบสอบถามด้วย เพื่อให้การศึกษามีความครอบคลุม และสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น รวมทั้งเพื่อให้เกิดการค้นพบปัจจัยใหม่ ๆ ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- Anastasi, A. (1976). *Psychological Testing*. New York : Macmillan.
- Arifin, E.N. et al. (2009). Employment of Older Persons. Diversity across Nations and Subnations in Southeast Asia” in Older Persons in Southeast Asia in E.N.Arifin et al (ed.) *Institute of Southeast Asian Studies*, Singapore. 167-217.
- Attarit, T., Khunardsungnern, D., & Burinwattana, S. (2020). Attitude, Trust and Intention to Use Financial Innovation in Thailand. *Journal of Management Science Udon Thani Rajabhat University*, 2(5), 29–43.
- Asana, K. (2025). Usage and Format of Content for Seniors In the TikTok Application. *Innovation Technology Management Communication ITMC*. 2(1), 91–100.
- Burke, W., & Litwin, G. (1992). A Causal Model of Organizational Performance and Change. *Journal of Management*, 18, 523-545.
- Clark, R.L. et al. (2004). *The Economics of an Aging Society Blackwell Publishing Ltd.*, Cornwall.
- College of Population Studies, Chulalongkorn University. (2024). *Lifelong Learning of Older Persons for ASEAN+3 Countries*. available at: https://www.dop.go.th/download/knowledge/th1732680499-2582_0.pdf. (accessed 7th June 2025).
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 318-339.
- Department of Older Persons. (2023). *Statistics on The Elderly*. Retrieved January 23, 2024, from https://www.dop.go.th/th/statistics_page.

- Dhamanitayakul, C., & Sriwisarthiyakun, K., (2024). *The Need of Innovation Communication Model of Innovation-Decision Process of Older Adults in Digital Citizenship Skill Improvement in Information Technology (IT) Security*.
- Electronic Transactions Development Agency. (2022). *An Online Behavior Study of Baby Boomers' Internet Usage in 2022*. available at: <https://www.etcha.or.th/th/pr-news/iub2022.aspx> (accessed 6th June 2025).
- George, R. (2007). A TAM Framework to Evaluate User' Perception towards Online Electronic Payment. *Journal of Internet Banking and Commerce: December, 12(3)*, 1-6.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy*. Boston: McGraw-Hill, Inc.
- Jirasujarittham, S. (2023). *Relationship Between Online Social Media Usage Behaviors and Self-Care Behaviors Among the Elderly in Bangkok*. Chulalongkorn University Theses and Dissertations (Chula ETD). 10701. available at : <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/10701>
- Kaewkingchan, W. (2021). *A Model of Behavioral Intention to Use Communicative Innovation of the Elderly*. Naresuan University.
- Kerdsuk, V. (2021). *Potential and Needs of the Elderly in Development Under Future Changes in Thai Social Structure: A Case Study of Khon Kaen Province*. Social Research Institute, Khon Kaen University.
- Kotler, P. (1993). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control* (7th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. 11th Edition, Prentice-Hall, Upper Saddle River.
- Kraijirarunlak, C (2024). The Impact of Fake News on Older People Perceptions and Decisions. *Journal of Innovation Technology Management Communication*, 1(2), 92-105.
- Krejcie, R., & Morgan, D. (1970). Determining Sample Sizes for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.
- Iamnet, N., Wongsurawat, S., Phra Khrupalat Prawit Suppurairat, Kaewnak, N., & Roengmeesrisuk, J. (2024). Communication Innovation for Promoting Public and Private Sector Organizational Management in The Digital Era. *Journal of Educational Management and Research Innovation*, 6(1), 291-302.
- Luarn, P., & Lin, H. H. (2005). Toward an Understanding of The Behavioral Intention to Use Mobile Banking. *Computers in Human Behavior*, 21(6), 873-891.
- Moapraman, N., Thaweephon, R., & Siriwong, P. (2024). Strategies for Developing Innovative Service Models to Create Competitive Advantages in The Hotel Business. *Journal of Interdisciplinary Humanities and Social Sciences*, 7(1), 380-400.
- National Statistical Office. (2022). *Report on The Survey of The Older Persons in Thailand, 2022*. Bangkok: Author.

- Ogawa, N., Mansor, N., Lee, S.-H., Abrigo, M. R. M., & Aris, T. (2021). Population Aging and The Three Demographic Dividends in Asia. *Asian Development Review*, 38(1), 32-67. https://doi.org/10.1162/adev_a_00157
- Panyathorn, K., Paokanha, R., & Khaewkhamhom, N. (2025). The Relationship Among Basic Conditioning Factors, Perceived Usefulness, Media Literacy, Attitude and Online Media Usage Behaviors of The Elderly Using Smartphone. *Udonthani Hospital Medical Journal*, 33(1), 99-133.
- Parinluk, S. (1990). *Marketing Strategies, Marketing Management, and Case Studies*. Bangkok: Phatthana Suksa Publishing.
- Pharksuwan, M., & Archaphet, N. (2024). Guidelines to Promote and Disseminate the Potential of Using Digital Media for the Active Aging of Thai Senior Citizens. *URU Journal of Integrated Sciences for Development*, 14(2), 1-17.
- Phumee, W., Issaro, S., Saeung, O., Primpray, P., & Nasom, J. (2024). Developing a Health Communication Model to Enhance the Elderly's Quality of Life. *Journal of Social Science and Cultural*, 7(12), 35-47.
- Rogers, E.M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). New York: Free.
- Rogers, Carl R. (2023). *Terapia Centrada no Cliente*. Available at: <https://repositorio.grupoautonoma.pt/server/api/core/bitstreams/c3943d3c-3b95-4f05-a318-0c3a7fb3bfff/content> (accessed 6th June 2025).
- Senarak, T., Sirisathien, K., Raweesri, T., & Suanseda, R. (2024). Usage Behavior and Development Guidelines for Line Application Skills Among the Elderly in Pho Phithak Subdistrict Municipality, Pho Nang Dam Tok Subdistrict, Sapphaya District, Chainat Province. *ROMYOONGTHONG JOURNAL*. 2(3), 73-90
- Solomon, M.R. (2007). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Srisatidnarakun, B. (2007). *Research Methodology in Nursing Science*. Bangkok, Thailand: U&I Inter Media Co., Ltd.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS quarterly*, 27(3), 425-478.
- Watakit, U. (2024). Study of Experiences and Acceptance of Technology that Affect Intentions to Use Social Media of the Elderly in Khon Kaen Province. *Academic and Research Journal, North-Eastern University*, 14(1), 133-146.