

พฤติกรรมของวัยรุ่นที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของผู้สูงอายุ
อย่างสร้างสรรค์สำหรับการเลือกชมรายการบันเทิงในสื่อยูทูป
Effect of Teenage Behavior to Developing of Elder People's
Creative Learning to Watch Entertainment Programs on YouTube.

ณัฐพิชา โพธิ์ไพโรจน์* และธีระวัฒน์ จันทิก

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของผู้สูงอายุอย่างสร้างสรรค์สำหรับการเลือกชมรายการบันเทิงในสื่อยูทูป และศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อบันเทิงยูทูปของวัยรุ่นที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของผู้สูงอายุอย่างสร้างสรรค์สำหรับการเลือกชมรายการบันเทิงในสื่อยูทูป เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยคือแบบสอบถาม ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง กลุ่มตัวอย่างคือวัยรุ่นที่มีอายุ 18-22 ปี จำนวน 400 คน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน คือการทดสอบความสัมพันธ์ (Chi-Square) มาวิเคราะห์ข้อมูลผ่านโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences)

ผลการวิจัยพบว่าลักษณะผู้ตอบคำถามแบบสอบถาม ส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุ 18ปี ศึกษาอยู่ระดับชั้นปริญญาตรี มีรายได้อยู่ที่ 3,000-6,000บาทต่อเดือน มีรายได้จากผู้ปกครองจำนวน และภายในครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถามมีผู้สูงอายุอยู่ ด้านพฤติกรรมการใช้งานสื่อยูทูป พบว่า ส่วนมากได้รู้จักสื่อยูทูปมาเป็นเวลา 3 ปีขึ้นไป มีความถี่ในการใช้งานอยู่ที่ 10ครั้งขึ้นไปต่อสัปดาห์ มีระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่เข้าใช้งานสื่อยูทูปที่ 1-3 ชั่วโมง ใช้เพื่อบริการรายการบันเทิง เลือกชมรายการ music video และเหตุผลที่จะเลือกใช้เพราะสื่อยูทูปมีความหลากหลาย จากการวิจัย การเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ของผู้สูงอายุสำหรับการเลือกชมรายการบันเทิงผ่านสื่อยูทูป อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.7812, SD = 0.70326) ในด้านความสะดวกสบายในการเข้าใช้บริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ถัดจากนั้นจึงเป็นทัศนคติของการเรียนรู้สร้างสรรค์ ขั้นตอนของการเข้าใช้บริการ และท้ายที่สุดคือความสามารถในการสื่อสาร

คำสำคัญ : พฤติกรรม ,วัยรุ่น ,ผู้สูงอายุ ,ยูทูป ,การเรียนรู้สร้างสรรค์

Abstract

This research was a quantitative research aiming to study demographic characteristics and teenage behavior to watch entertainment programs on YouTube which affected to creative learning skill of elderly people for accessing social media called 'YouTube'. Online questionnaire was a tool to gather the information choosing specific examples at random, and the 400 samples were teenagers who are old between 18 and 22 years old. Using descriptive statistics which were percentage, frequency, mean and standard deviation, and inferential statistics (Chi-Square) to analyze information on SPSS (Statistical Package for Social Sciences).

The research found that the characteristic of respondents were almost women who were old 18 years old, studying in bachelor degrees, earning income 3,000-6,000 baht per month, earning income from parents, and having elderly

people in their families. In a section of accessing YouTube's behavior, most respondents have known YouTube over 3 years, access YouTube over 10 times a week, measuring 1 to 3 hours of time's average length for watching entertainment programs and music videos. The reasons of accessing YouTube were various. According to this research, creative learning of elderly people for accessing YouTube was on high level ($\bar{X} = 3.7812$, $SD = 0.70326$). In the section of convenience to access the service, there was the highest average. The second one was the attitude of creative learning. Next was steps of accessing the service, and the last one was ability of communication.

Keywords : Behavior, teenage ,elderly ,youtube , creative learning

*ผู้นิพนธ์ประสานงาน

1. บทนำ

สถานการณ์สถานะทางด้านของประชากรหลายประเทศทั่วโลก ได้มีจำนวนการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงอายุอย่างรวดเร็ว กล่าวได้ว่ากำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุกันมากขึ้น เนื่องจากมีอัตราการเกิดที่ลดลง แต่อายุขัยของผู้สูงอายุกลับยืนยาวมากขึ้น สถานการณ์ภายในประเทศไทยก็เป็นไปเช่นเดียวกัน ในปี 2558 มีจำนวนผู้สูงอายุอยู่ 11 ล้านคน จากจำนวนประชากรทั้งหมด 65.1 ล้านคน เท่ากับร้อยละ 16 ของประชากรทั้งหมด(ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.ปราโมทย์ ประสาทกุล 2559) ประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุตั้งแต่ปี 2549 ภายในปี 2565 จะได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุระดับสมบูรณ์ และในปี 2574 จะเป็นสังคมผู้สูงอายุระดับสูงสุด (อีคอนนิวส์, 2558)

วัยรุ่นในประเทศไทย ยังไม่ค่อยเห็นความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงเท่าไรนัก ยังไม่ได้ตระหนักถึงผู้สูงวัยกันเท่าที่ควร ทำให้ขาดการช่วยเหลือ หรือขาดการสนับสนุนแก่ผู้สูงวัย อาจเพราะช่องว่างระหว่างวัยจะทำให้เกิดการไม่เข้าใจกันระหว่างคนสองวัยนี้ เหตุผลเนื่องมาจากประสบการณ์ชีวิตไม่เท่ากัน และความคิดจะมีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง (ไทยซีเนียร์มาร์เก็ตติ้ง, ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์) เพราะมีความแตกต่างกัน จึงทำให้วัยรุ่นและผู้สูงวัยมักไม่เข้าใจกันบ่อยครั้ง แต่วัยรุ่นสามารถใช้เทคโนโลยีในการลดช่องว่างระหว่างวัยได้ ช่วยให้ผู้สูงวัยเป็นผู้สูงวัย 4.0 ให้ผู้สูงวัยสามารถใช้ชีวิตในยุคดิจิทัลได้อย่างสะดวกสบาย นอกจากนั้นยังได้กระชับความสัมพันธ์อีกด้วย (มติชนออนไลน์ ,2560)

เนื่องด้วยเทคโนโลยีในมีการพัฒนาที่รวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการสื่อสารสังคมออนไลน์นั้นมีบทบาทที่สำคัญและมากขึ้นต่อสังคม ปัจจุบันการโลกกำลังเปลี่ยนวิธีการติดต่อสื่อสารหรือเสพสื่อที่แตกต่างไปจากเดิม ทั้งการอ่านหนังสือที่สามารถซื้อออนไลน์หรือดาวน์โหลดไว้อ่านได้ หรือการสื่อสารผ่าน Facebook, twitter ,Video call (พัชรภรณ์ ไกรชุมพล, 2555) หรือ สื่อบันเทิงออนไลน์ เช่น YouTube ที่ผู้บริโภคสามารถรับชมคลิปโดยไม่ต้องไม่เสียค่าใช้จ่าย และไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการอัปโหลดคลิปต่างๆ สามารถใช้งานได้ง่ายสามารถหาชมรายการได้จากหลากหลายประเทศทั่วโลก จึงทำให้สื่อ YouTube มีสื่อการเรียนรู้สร้างสรรค์ที่จะเป็นประโยชน์ให้ได้เรียนรู้ใหม่ๆเสมอ แต่สื่อเหล่านี้มักจะนิยมใช้เพียงกลุ่มวัยรุ่น ในปี 2555 พบว่ากลุ่มประชากรที่ใช้งานสื่อออนไลน์มากที่สุดคือ กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 15-24ปี หรือคิดเป็นร้อยละ 55 แต่มีการใช้งานจากผู้สูงอายุเพียง ร้อยละ 2 เท่านั้น (กุลล สุนทรธาดา, ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์)

จากการที่จำนวนผู้สูงอายุนั้นมีแนวโน้มจะเพิ่มมากขึ้นในทุกๆปี และการพัฒนาที่รวดเร็วของเทคโนโลยีต่างๆในการอำนวยความสะดวก ความสำราญ จึงทำให้ผู้วิจัยเห็นความสำคัญว่าผู้สูงอายุควรได้รับการพัฒนาทักษะในการใช้งานสื่อเทคโนโลยีต่างๆ ผ่านวัยรุ่นที่มีความถนัด และมีความสามารถในการเข้าใช้งานสื่อเทคโนโลยี โดยศึกษาถึงปัจจัยพฤติกรรมใดบ้างของวัยรุ่นตอนกลางที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะของผู้สูงวัย ทั้งนี้ผลจากการเรียนรู้สร้างสรรค์จะก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้สูงอายุในทางที่ดีอีกด้วย

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของผู้สูงอายุอย่างสร้างสรรค์สำหรับการเลือกชมรายการบันเทิงในสื่อยูทูป

2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้งานสื่อบันเทิงยูทูปของวัยรุ่นตอนกลาง ที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของผู้สูงอายุอย่างสร้างสรรค์สำหรับการเลือกชมรายการบันเทิงในสื่อยูทูป

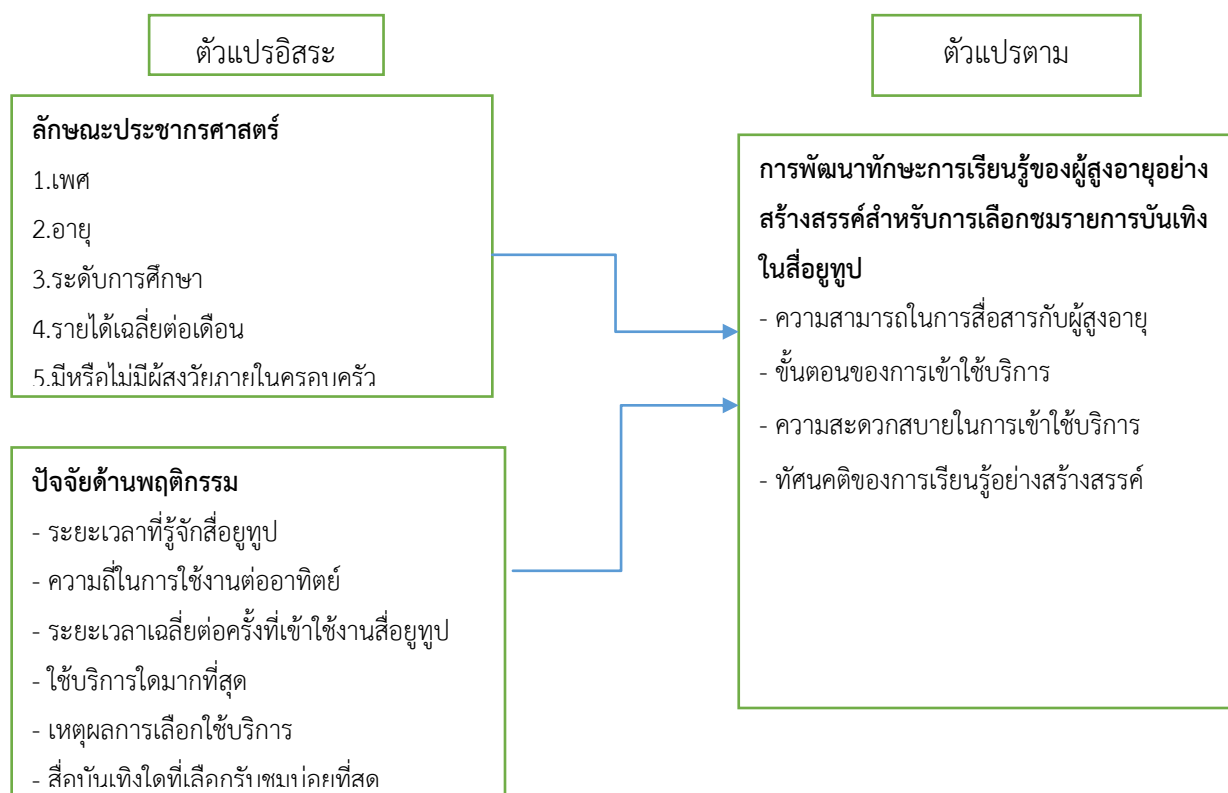
3. สมมติฐานทางการวิจัย

3.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของผู้สูงอายุอย่างสร้างสรรค์สำหรับการเลือกชมรายการบันเทิงในสื่อยูทูป

3.2 พฤติกรรมการใช้งานสื่อยูทูปของวัยรุ่น สัมพันธ์ต่อทักษะการเรียนรู้ของผู้สูงอายุอย่างสร้างสรรค์สำหรับการเลือกชมรายการบันเทิงในสื่อยูทูป

4. กรอบแนวคิด

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการวิจัยและรูปแบบของการศึกษาเปลี่ยนแปลงของตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ซึ่งส่งผลต่อตัวแปรตาม (dependent Variable) ดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

5. แนวคิด ทฤษฎี

5.1 ยูทูปคืออะไร ยูทูปคือไซต์ออนไลน์ ที่อนุญาตให้ผู้ใช้งานทุกคนสามารถอัปโหลดวิดีโอของผู้ใช้งานได้ และสามารถเข้าชมวิดีโอของผู้อื่นในไซต์ได้ ยูทูปถูกสร้างขึ้นในปี 2005 โดยมีผู้ก่อตั้ง 3 คน คือ Chad Hurley, Steve Chen, and Jawed Karim ยูทูปใช้การแนะนำแบบปากต่อปาก ไซต์ยูทูปไม่ได้ใช้การตลาดเยอะ แต่ใช้ตัวของคุณภาพของยูทูปเองในการนำเสนอไซต์ ทำให้ไม่ถึงควรจะใช้ยูทูป เพราะยูทูปสามารถเข้าใช้งานได้ง่าย มีความหลากหลาย สามารถรับชมรายการบันเทิง รายการสอนกิจกรรมต่างๆ นอกจากนั้นในด้านธุรกิจ ยูทูปยังสามารถเป็นช่องทางการกระจายสินค้าให้ลูกค้าได้รู้จักอีกด้วย หรือถ้าผู้ใช้งานนำเสนอสื่อที่ตนจัดทำ ขึ้นแล้วอัปโหลด ก็สามารถดูความคิดเห็นจากผู้คนที่ได้อย่างมากมาย (Feldman, Barbara, 2007).

5.2 พฤติกรรมผู้ใช้งานสื่อยูทูปในประเทศไทย พฤติกรรมนั้นหมายถึงการแสดงออกทางใดทางหนึ่ง โดยเป็นการกระทำหรือการเคลื่อนไหว การกระทำนั้นๆต้องสามารถบันทึกและอธิบายได้ (Morgan Aue-VanDenBerg, n.a) ในส่วนพฤติกรรมผู้ใช้งานยูทูปในไทยนั้นติดอันดับ 1 ใน 10 ของผู้ใช้งานมากที่สุดในโลก โดยส่วนมากเลือกที่จะดูยูทูปมากกว่าโทรทัศน์ถึง 14 ชั่วโมง ปัจจัยหลักที่ทำให้ยูทูปนิยมนั้นมีอยู่ 4 ปัจจัยคือ (ฉัตรปวีณ์ ตรีชัชวาลวงศ์, 2016)

5.2.1 ผู้บริโภค เนื่องจากการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตนั้นทำได้ง่ายกว่าในสมัยก่อน ผู้บริโภคมีทางเลือกในการเลือกใช้ที่หลากหลาย สามารถเปิดใช้งานได้จากโทรศัพท์มือถือได้อย่างสะดวก นอกจากนั้นพฤติกรรมของผู้บริโภคก็ได้เปลี่ยนจากการดูทีวีที่มีความยาวในรอบเดียว เป็นการดูวิดีโอที่มีความยาวสั้นกว่า แต่มีความถี่บ่อยขึ้น

5.2.2 เนื้อหาที่มีความหลากหลาย เพราะยูทูปไม่ได้กำหนดว่าสื่อที่จะนำมาเผยแพร่ จะต้องเป็นสื่อใดสื่อหนึ่ง สามารถเป็นสารคดี ข่าว รายการตลก และการอัปโหลดคลิปวิดีโอสามารถทำได้จากหลายประเทศ ข้อมูลจึงมีความหลากหลาย

5.2.3 การสร้าง Engagement ผู้ใช้กว่าร้อยละ 41 ไม่ได้เข้าใช้งานสื่อยูทูปโดยตรง แต่จะเป็นการเปิดใช้งานจากแอปพลิเคชันอื่นที่ ลิงค์วิดีโอั้นเผยแพร่ไป และในการใช้งานโดยส่วนมากจะเสิร์ชหาข้อมูลรายการที่ต้องการชมเป็นอันดับแรก จากนั้นทางด้านขวาของวิดีโอ จะมีการเสนอคลิปที่มีความใกล้เคียงกับช่องรายการที่กำลังรับชมเสนอให้ผู้บริโภค

5.2.4 การโฆษณา โฆษณาแตกต่างจากทางโทรทัศน์ตรงที่ ทางยูทูปผู้บริโภคสามารถกดข้ามได้ ไม่จำเป็นต้องรอให้โฆษณานั้นจบ (ฉัตรปวีณ์ ตรีชัชวาลวงศ์, 2016)

5.3 ทฤษฎีกิจกรรม (Activity theory)

ทฤษฎีกิจกรรมแสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุจะมีความสุขอยู่เสมอ ถ้าหากได้รับการสนใจหรือการดูแลที่ดีพอ เพราะผู้สูงอายุเมื่ออายุมากขึ้นเรื่อยๆ จะมีความคิดว่าตนนั้นถูกลดบทบาทลง การมีกิจกรรมที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุนั้น จะช่วยให้ผู้สูงอายุรู้สึกไปในทางที่ดี ทั้งคิดบวก ทฤษฎียังชี้ให้เห็นถึง ความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมและความพึงพอใจในชีวิตอีกด้วย (boundless, n.a.) กิจกรรมที่เหมาะสมกับผู้สูงวัยจะมีกิจกรรมนันทนาการ ทั้งวาดรูป เล่นดนตรี เดินรำหรืออื่นๆ กิจกรรมการเรียนรู้ เช่นการมีกลุ่มแลกเปลี่ยนความรู้กัน และกิจกรรมบริการผู้อื่น เช่นกิจกรรมอาสา ทำกิจกรรมอนุรักษ์ต่างๆ (งานส่งเสริมผู้สูงอายุ, ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์)

5.4 ทฤษฎี GENERATIONS ความแตกต่างระหว่าง GEN X และ GEN Y กลุ่มคน GEN Y จะมีแนวคิดพึ่งตนเองเป็นหลัก คิดว่าทุกความสำเร็จจะต้องมาจากตัวเอง ไม่พึ่งพาใคร ส่วน GEN Y จะเติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยี หรือสังคมอิเล็กทรอนิกส์ คิดว่าการจะประสบความสำเร็จได้จะต้องมีการทำงานร่วมกัน พึ่งพาอาศัยกัน ซึ่งแตกต่างจาก GEN Y อาจจะทำให้แนวคิดเมื่อมาปรึกษา หรือทำกิจกรรมร่วมกัน อาจจะมีขัดข้องใจกันได้ (William Strauss and Neil Howe, 2000)

5.5 ทฤษฎี Psychosocial development ของ (Erik H. Erikson) ได้กล่าวถึงการแบ่งพัฒนาการด้านจิตสังคมของบุคคลเป็น 8 ช่วงคือ (Kendra Cherry, 2004)

5.5.1 ช่วงเชื่อใจหรือไม่ไว้วางใจ อายุ 0-2 ปี หากเด็กทารกไม่ได้รับการตอบสนองที่มากพอ ทารกอาจเกิดการหวาดกลัวได้

5.5.2 อายุมีความเป็นอิสระกับความละเอียดและสงสัย อายุ 2-3 ปี หากเด็กได้รับการเลี้ยงดูแบบเลือกเองทำกิจกรรมต่างเองจะส่งผลดี แต่หากเข้มงวดเกินไปเด็กอาจไม่มั่นใจในตัวเองหากจะต้องทำกิจกรรมบางอย่าง

5.5.3 ช่วงความคิดริเริ่มและความรู้สึกผิด อายุ 3-6 ปี ในวัยนี้หากได้รับการเลี้ยงดูโดยให้เด็กเรียนรู้ด้วยตัวเองเด็กจะกล้าแสดงความคิดเห็น ทดลองทำสิ่งต่าง แต่หากเลี้ยงดูในระเบียบมากจนเกินไป เด็กอาจไม่กล้าทำอะไรด้วยตัวเอง

5.5.4 ช่วงมีผลงานและช่วงมีปมด้อย อายุ 6-12 ปี เป็นช่วงที่เด็กจะเริ่มสร้างสรรค์งาน หากได้รับคำชมก็จะทำให้เด็กภาคภูมิใจ แต่หากเด็กถูกต่อว่าจากงานที่ได้ทำ เด็กอาจต่อต้าน ไม่กล้าสร้างสรรค์สิ่งต่างๆอีก

5.5.6 ช่วงค้นพบตัวเองและหาตัวเองไม่เจอ อายุ 12-20 ปี มีการเข้าสังคมมากขึ้น รู้ตัวว่าต้องการ ไม่ต้องการอะไร แต่ถ้าในอดีตมีสถานะ ประสบการณ์ที่ไม่ดี อาจทำให้ไม่เข้าใจตัวเองได้

5.5.7 ช่วงความสนิทและความเหงา อายุ 20-40 ปี เป็นช่วงอายุที่เริ่มมีชีวิตครอบครัว หากมีช่วงที่ค้นพบตัวเองที่ดี ก็จะทำให้ขั้นนี้ประสบความสำเร็จได้ด้วยดี แต่หากหาคนสนิทด้วยไม่ได้ จะเกิดความรู้เปล่าเปลี่ยว ไม่มีที่พึ่งพา

5.5.8 ขึ้นมาถึงผู้อื่นและนึกถึงแต่ตนเอง อายุ 40-60ปี เป็นช่วงอายุที่จะเริ่มสนใจสังคมภายนอก มีการตอบแทนสังคมหรืออาจจะ นึกถึงแต่ตนเอง เห็นแก่ตัวก็ได้

ในทุกช่วงจะมีความมั่นคงและความสั่นไหว หากมีประสบการณ์ชีวิตที่ดี และสภาพแวดล้อมที่ดี สุขภาพจิตก็จะดีไปด้วย แต่คนที่เคยล้มเหลวในอดีตมากๆ อาจรู้สึกว้าตัวอะไรค่า ไม่พอใจในชีวิตของตัวเอง

2. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) เพื่อศึกษาพฤติกรรมวัยรุ่นต่อพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของผู้สูงอายอย่างสร้างสรรค์สำหรับการเลือกชมรายการบันเทิงในสื่อยูทูป โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านวัยรุ่นที่มีอายุ 18-22 ปี สร้างและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์หาผลตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งขึ้น โดยการแสดงข้อมูลจากการสอบถามเป็นค่าความถี่ และร้อยละ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ วัยรุ่นทั่วไป ที่มีอายุ18-22ปี เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรจึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างโดยการคำนวณประชากรใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่จะเกิดขึ้น 0.05 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2554) ดังนี้

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

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

Z = ค่ามาตรฐานซึ่งขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่น

e = ระดับของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นเท่ากับ 0.05

ในทางปฏิบัติเรานิยมใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น $Z = 1.96$

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

$n = 384.16$ หรือ 384 ตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 384 ชุดและเพื่อลดความคลาดเคลื่อนและให้การเก็บข้อมูลของแบบสอบถามครอบคลุมสมบูรณ์ จึงมีการเผื่อความผิดพลาดของแบบสอบถามไว้ 10% เท่ากับ 38 ชุด ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยครั้งนี้เท่ากับจำนวน 400 ชุด

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยใช้ความสุ่มแบบวิธีการเจาะจง ซึ่งได้แก่ วัยรุ่นตอนกลาง อายุระหว่าง 18-22ปี ที่มีความสามารถทางการใช้งานสื่อยูทูป เป็นจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามออนไลน์คือเครื่องมือหลักในการวิจัย แบบสอบถามได้ทำการศึกษาปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อพฤติกรรมวัยรุ่นต่อพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของผู้สูงอายุอย่างสร้างสรรค์สำหรับการเลือกชมรายการบันเทิงในสื่อยูทูป โดยแบ่งออกเป็น 3ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ หรือข้อมูลโดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มาของรายได้ และภายในครอบครัวมีผู้สูงอายุหรือไม่ โดยการตอบคำถามเป็นลักษณะเลือกตอบคำตอบใดคำตอบหนึ่ง (Check List)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรเข้าชมรายการบันเทิงผ่านสื่อยูทูป ได้แก่ ระยะเวลาที่รู้จักสื่อยูทูป ความถี่ในการใช้งานต่ออาทิตย์ ระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่เข้าใช้งานสื่อยูทูป ใช้บริการใดมากที่สุด เหตุผลการเลือกใช้บริการ สื่อบันเทิงใดที่เลือกรับชมบ่อยที่สุด โดยการตอบคำถามเป็นลักษณะเลือกตอบคำตอบใดคำตอบหนึ่ง (Check List)

ส่วนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของผู้สูงอายุอย่างสร้างสรรค์สำหรับการเลือกชมรายการบันเทิงในสื่อยูทูป แบ่งข้อคำถามออกเป็นอีก 4 ด้าน คือ ความสามารถในการสื่อสารกับผู้สูงอายุ ขั้นตอนของการเข้าใช้บริการ ความสะดวกสบายในการเข้าใช้บริการ ทักษะคติของการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ ลักษณะการตอบจะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) โดยแบบสอบถามจะมีคะแนนข้อละ 5 – 1คะแนน มีความหมายแตกต่างกันไปดังนี้

- 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

จากนั้นจะมีการหาค่าเฉลี่ยของข้อคำถามแต่ละข้อคำถาม โดยผลจากการคำนวณ จะมีวิธีหาค่าดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

- 5 คะแนน (ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80) หมายถึง เห็นด้วยในระดับมากที่สุด

- 4 คะแนน (ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60) หมายถึง เห็นด้วยในระดับมาก
- 3 คะแนน (ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40) หมายถึง เห็นด้วยในระดับปานกลาง
- 2 คะแนน (ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20) หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อย
- 1 คะแนน (ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00) หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

การตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

การตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยการหาค่า IOC (Item-Objective Congruence Index) จากการให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบข้อคำถามแล้วจึงลงคะแนน ความสอดคล้องของคำถามกับวัตถุประสงค์ โดยเกณฑ์การให้คะแนนมีดังนี้

ให้คะแนน +1 หากว่าแน่ใจ ข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด

ให้คะแนน 0 หากว่าไม่แน่ใจ ข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด

ให้คะแนน -1 หากว่าไม่แน่ใจ ข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด

ซึ่งเกณฑ์คะแนนนั้นจะต้องมีค่ามากกว่า 0.05 จึงจะใช้ได้)

สูตรในการคำนวณ

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC	คือ	ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์
R	คือ	คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ
$\sum R$	คือ	ผลรวมของคะแนนผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน
N	คือ	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

และหาค่าความเชื่อมั่น เรียกว่า ครอนแบคอัลฟา (Cronbach's alpha) หรือการหาค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น (coefficient of reliability) ค่าของครอนแบคอัลฟา ยิ่งสูงจะยิ่งมีความน่าเชื่อถือสูงตามไปด้วย โดยปกติควรมีค่าความเชื่อมากกว่าที่ 0.7 ถึงจะยอมรับให้ใช้ได้ (สรยุทธ์ กันหลง, 2555) ซึ่งในงานวิจัยนี้ค่าความเชื่อมั่นที่ได้เท่ากับ 0.878 ถือว่ามีความเชื่อมั่นสูง

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลทางลักษณะประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมกรเข้าชมรายการบันเทิงผ่านสื่อของของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยคำนวณหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่การใช้ การทดสอบความสัมพันธ์ (Chi-Square Test) โดยข้อมูลที่น่ามาทดสอบนั้นจะต้องเป็นข้อมูลระดับอัตราส่วน (Ratio Scale)

3. ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 จากผลของการตอบแบบสอบถาม พบว่าจำนวนของผู้ตอบคำถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงโดย คิดเป็นร้อยละ 86 มีอายุ 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 29 ศึกษาอยู่ระดับชั้นปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 68.5 มีรายได้อยู่ที่ 3,0001-6,000บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 38.2 มีรายได้จากผู้ปกครองจำนวน คิดเป็นร้อยละ 86 และ ครอบครัวมีผู้สูงอายุ คิดเป็นร้อยละ 74.5

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเข้าชมรายการบันเทิงผ่านสื่อยูทูปของวัยรุ่นส่วนใหญ่ รู้จักสื่อยูทูปมาเป็นเวลา 3 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 97.2 ส่วนมากมีความถี่ในการใช้งานอยู่ที่ 10ครั้งขึ้นไปต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 82.2 ส่วนมากมีระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่เข้าใช้งานสื่อยูทูปที่ 1-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 53 ส่วนมากเลือกใช้เพื่อบริการรายการบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 92.2 ส่วนมากเลือกรับชมรายการ music video คิดเป็นร้อยละ 52.5 และส่วนมากมีเหตุผลที่จะเลือกใช้เพราะสื่อยูทูปมีความหลากหลายคิดเป็นร้อยละ 33.8

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของผู้สูงอายุอย่างสร้างสรรค์สำหรับการเลือกชมรายการบันเทิงในสื่อยูทูป

การพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของผู้สูงอายุอย่างสร้างสรรค์สำหรับการเลือกชมรายการบันเทิงในสื่อยูทูป	\bar{X}	SD	ความหมาย
ความสามารถในการสื่อสาร	3.6580	0.76740	มาก
ขั้นตอนของการเข้าใช้บริการ	3.7344	0.69114	มาก
ความสะดวกสบายในการเข้าใช้บริการ	3.9619	0.71654	มาก
ทัศนคติของการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์	3.7705	0.63769	มาก
รวม	3.7812	0.70326	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าภาพรวมของการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของผู้สูงอายุอย่างสร้างสรรค์สำหรับการเลือกชมรายการบันเทิงในสื่อยูทูป อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.7812$, $SD = 0.70326$) ในด้านความสะดวกสบายในการเข้าใช้บริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ($\bar{X} = 3.9619$, $SD = 0.71654$) ถัดจากนั้นจึงเป็นทัศนคติของการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ ขั้นตอนของการเข้าใช้บริการ และท้ายที่สุดคือความสามารถในการสื่อสาร ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ส่งต่อการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของผู้สูงอายุอย่างสร้างสรรค์สำหรับการเลือกชมรายการบันเทิงในสื่อยูทูป

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการใช้งานสื่อยูทูปของวัยรุ่น สัมพันธ์ต่อทักษะการเรียนรู้ของผู้สูงอายุอย่างสร้างสรรค์สำหรับการเลือกชมรายการบันเทิงในสื่อยูทูป

ตารางที่ 2 ทดสอบสมมติฐาน ลักษณะทางประชากรศาสตร์ส่งต่อการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของผู้สูงอายุอย่างสร้างสรรค์สำหรับการเลือกชมรายการบันเทิงในสื่อยูทูป

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		การพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของผู้สูงอายุอย่างสร้างสรรค์สำหรับการเลือกชมรายการบันเทิงในสื่อยูทูป			
		ความสามารถในการสื่อสาร	ขั้นตอนการให้บริการ	ความสะดวกสบายในการใช้บริการ	ทัศนคติเกี่ยวกับการเรียนรู้การสร้างสรรค
เพศ	χ^2	47,294	29.194	36.718	25.431
	Sig.	0.000*	0.010*	0.001*	0.044*
อายุ	χ^2	107.374	86.010	76.954	137.673
	Sig.	0.010*	0.006*	0.033*	0.000*
ระดับการศึกษา	χ^2	88.904	28.498	28.384	38.342
	Sig.	0.000*	0.438*	0.444*	0.141*
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	χ^2	80.961	51.824	35.351	57.895
	Sig.	0.020*	0.142*	0.756*	0.094*
ที่มาของรายได้	χ^2	101.718	34.067	95.614	34.047
	Sig.	0.000*	0.199*	0.000*	0.279*
ภายในครอบครัวมีผู้สูงอายุหรือไม่	χ^2	35.521	22.657	18.178	17.998
	Sig.	0.012*	0.066*	0.199*	0.263*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 ได้แสดงผลการทดสอบลักษณะทางประชากรศาสตร์ส่งต่อการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของผู้สูงอายุอย่างสร้างสรรค์สำหรับการเลือกชมรายการบันเทิงในสื่อยูทูป โดยใช้สถิติ Chi-square ในการทดสอบ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มาของรายได้ และภายในครอบครัวมีผู้สูงอายุหรือไม่ ส่งต่อการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของผู้สูงอายุอย่างสร้างสรรค์สำหรับการเลือกชมรายการบันเทิงในสื่อยูทูป ในด้านความสามารถในการสื่อสารกับผู้สูงอายุ ขั้นตอนของการเข้าใช้บริการ ความสะดวกสบายในการเข้าใช้บริการ ทัศนคติของการเรียนรู้การสร้างสรรค ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 3 พฤติกรรมการใช้งานสื่อยูทูปของวัยรุ่น มีความสัมพันธ์ต่อทักษะการเรียนรู้ของผู้สูงอายุอย่างสร้างสรรค์สำหรับการเลือกชมรายการบันเทิงในสื่อยูทูป

พฤติกรรมกรเข้าชมรายการบันเทิงผ่านสื่อยูทูป		การพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของผู้สูงอายุอย่างสร้างสรรค์สำหรับการเลือกชมรายการบันเทิงในสื่อยูทูป			
		ความสามารถในการสื่อสาร	ขั้นตอนการใช้บริการ	ความสะดวกสบายในการใช้บริการ	ทัศนคติเกี่ยวกับการเรียนรู้สร้างสรรค์
ระยะเวลาที่รู้จักสื่อยูทูป	χ^2	185.399	75.449	67.041	66.219
	Sig.	0.000*	0.001*	0.008*	0.021*
ความถี่ในการใช้งานต่ออาทิตย์	χ^2	57.829	36.910	17.168	52.944
	Sig.	0.021*	0.121*	0.945*	0.006*
ระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่เข้าใช้งานสื่อยูทูป	χ^2	95.171	71.066	65.587	77.058
	Sig.	0.001*	0.003*	0.011*	0.002*
ใช้บริการใดมากที่สุด	χ^2	112.804	73.432	95.419	56.097
	Sig.	0.000*	0.002*	0.000*	0.124*
สื่อบันเทิงใดที่เลือกรับชมบ่อยที่สุด	χ^2	194.153	101.680	173.746	139.596
	Sig.	0.000*	0.379*	0.000*	0.014*
เหตุผลการเลือกใช้บริการ	χ^2	133.482	72.059	316.153	107.164
	Sig.	0.006*	0.410*	0.000*	0.009*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบพฤติกรรมกรเข้าชมรายการบันเทิงผ่านสื่อยูทูปของวัยรุ่นส่งผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ของผู้สูงอายุสำหรับการเลือกรับชมรายการบันเทิงผ่านสื่อยูทูป โดยใช้สถิติ Chi-square ในการทดสอบ ทำให้พบว่าระยะเวลาที่รู้จักสื่อยูทูป ความถี่ในการใช้งานยูทูป ระยะเวลาเฉลี่ย การเลือกใช้บริการใดมากที่สุด สื่อบันเทิงใดที่เลือกรับชมบ่อยที่สุด เหตุผลการเลือกใช้บริการ ส่งผลต่อปัจจัยการเรียนรู้สร้างสรรค์ของผู้สูงอายุในการในการเลือกรับชมรายการบันเทิงผ่านสื่อยูทูปด้านความสามารถในการสื่อสารขั้นตอนการใช้บริการ ความสะดวกสบายในการใช้บริการ และทัศนคติเกี่ยวกับการเรียนรู้สร้างสรรค์ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

4. สรุปผลและอภิปรายผล

ในการวิจัยพฤติกรรมการของวัยรุ่นส่งผลต่อการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ของผู้สูงอายุสำหรับการเลือกรับชมรายการบันเทิงผ่านสื่อ YouTube พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์จะมีผลต่อการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ของผู้สูงอายุสำหรับการเลือกรับชมรายการบันเทิงผ่านสื่อ YouTube โดย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถามแบบสอบถาม ส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุ 18ปี ศึกษาอยู่ระดับชั้นปริญญาตรี มีรายได้อยู่ที่ 3,0001-6,000บาทต่อเดือน มีรายได้จากผู้ปกครองจำนวน และภายในครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถามมีผู้สูงอายุอยู่

ในด้านของพฤติกรรมการใช้งานสื่อ YouTube ของวัยรุ่นจะมีผลต่อการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ของผู้สูงอายุสำหรับการเลือกรับชมรายการบันเทิงผ่านสื่อ YouTube พบว่า พฤติกรรมของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนมากได้รู้จักสื่อ YouTube มาเป็นเวลา 3 ปีขึ้นไป มีความถี่ในการใช้งานอยู่ที่ 10 ครั้งขึ้นไปต่อสัปดาห์ มีระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่เข้าใช้งานสื่อ YouTube ที่ 1-3 ชั่วโมง ใช้เพื่อบริการรายการบันเทิง เลือกรับชมรายการ music video เหตุผลที่จะเลือกใช้เพราะสื่อ YouTube มีความหลากหลาย

จากการวิจัย ภาพรวมของการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ของผู้สูงอายุสำหรับการเลือกรับชมรายการบันเทิงผ่านสื่อ YouTube อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.7812$, $SD = 0.70326$) ในด้านความสะดวกสบายในการเข้าใช้บริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ถัดจากนั้นจึงเป็นทัศนคติของการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ ขั้นตอนของการเข้าใช้บริการ และท้ายที่สุดคือความสามารถในการสื่อสาร

จากการศึกษาพฤติกรรมการของวัยรุ่นส่งผลต่อการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ของผู้สูงอายุสำหรับการเลือกรับชมรายการบันเทิงผ่านสื่อ YouTube ในด้านความสามารถในการสื่อสารขั้นตอนการให้บริการ ความสะดวกสบายในการใช้บริการ และทัศนคติเกี่ยวกับการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพรทิพย์ กิมสกุล (2010) ในการวิจัยพฤติกรรมการใช้ YouTube และประเด็นจริยธรรมทางข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้ ที่พบว่าผู้ใช้ YouTube ส่วนใหญ่ต้องการใช้ความบันเทิง โดยเฉพาะการเข้าชมมิวสิควิดีโอ

ข้อเสนอแนะจากผลวิจัย

1. จากผลวิจัยการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของผู้สูงอายุอย่างสร้างสรรค์ด้านความสะดวกสบาย พบว่าวัยรุ่นมีความรู้สึกที่สื่อบันเทิงออนไลน์ YouTube ช่วยให้ผู้ใช้สูงอายุสามารถรับชมรายการบันเทิงต่างๆ ได้ง่ายขึ้นโดยไม่จำเป็นต้องรอตามเวลาโทรทัศน์ ดังนั้นเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกเช่น ปรับตัวอักษรให้มีขนาดใหญ่ขึ้น
2. จากผลการวิจัยด้านการพัฒนาการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ในด้านของการสื่อสารด้านขั้นตอนการให้บริการ วัยรุ่น พบว่าวัยรุ่นคิดว่าขั้นตอนการให้บริการสื่อ YouTube ไม่ได้มีความยากจนเกินไป แต่ถ้าสามารถลดขั้นตอนของการเข้าชมได้จะมีประโยชน์มาก เช่น เซฟวิดีโอเป็นช่องของผู้สูงอายุเอง เนื่องด้วยผู้สูงบางคนมีอาการหลงลืม อาจจะทำให้เกิดความลำบากเมื่อเข้าใช้ได้
3. จากผลการวิจัยด้านการพัฒนาการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ในด้านของการสื่อสารด้านทัศนคติเกี่ยวกับการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ จะทำให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมกับการเรียนรู้มากกว่าปกติ และได้ผลตอบรับจากการเรียนรู้ที่ดีกว่า ดังนั้นควรมีการทำกิจกรรมร่วมกัน
4. จากผลการวิจัยด้านการพัฒนาการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ในด้านของการสื่อสาร พบว่าวัยรุ่นเห็นความสำคัญของการสื่อสาร สามารถรู้จักการระงับการแสดงอารมณ์ได้ ดังนั้นให้วัยรุ่นมีการอบรมเกี่ยวกับการเก็บอารมณ์และฝึกการพูดกับผู้สูงอายุ โดยเฉพาะจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ให้ศึกษาปัจจัยด้านความสะดวกสบายของการเข้าใช้บริการที่ส่งผลต่อการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ในการการใช้งานสื่อบันเทิง YouTube ของผู้สูงอายุ เพราะปัจจัยด้านความสะดวกสบายมีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด งานวิจัยชี้ให้เห็นถึงวัยรุ่นมีความรู้สึกที่สื่อ YouTube มีประโยชน์และผู้สูงอายุสามารถเข้าใช้งานได้ ในปัจจุบันการสื่อสารและการเข้าชมสามารถเลือกได้หลายช่องทางและหลายวิธี หากด้านความสะดวกสบายได้ถูก

พัฒนาให้ตอบสนองการใช้งานต่อผู้สูงอายุได้มากยิ่งขึ้น จะทำให้การพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของผู้สูงอายุอย่างสร้างสรรค์ได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5. เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กุศล สุนทรธาดา. (ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์). สุนัขวัยกับไฮเทค. สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2560, จดหมายข่าว ประชากรและการพัฒนา. <http://www2.ipsr.mahidol.ac.th/newsletter/index.php/component/content/article/91-vol33-no6/135-vol33-no6-issue01>

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). การวิเคราะห์สถิติสถิติสำหรับการบริหาร: และวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 13 กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาสถิติคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

งานส่งเสริมผู้สูงอายุ, ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์. บทบาทผู้สูงอายุต่อสังคมครอบครัว .13 พฤษภาคม 2560 <http://hp.anamai.moph.go.th/soongwai/statics/about/soongwai/topic006.php>

ฉัตรปวีณ์ ตรีชัชวาลวงศ์. (2559). เจาะลึกพฤติกรรมผู้ใช้ Youtube, 1 เมษายน 2560. <https://www.dailygizmo.tv/2016/10/12/youtube-tns-user-survey/>

ไทยซีเนียร์มาร์เก็ต. (ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์). ปัญหาระหว่างผู้สูงอายุกับลูกหลาน. , 13 พฤษภาคม 2560 <http://www.thaiseniormarket.com/article-detail/364>

พัชรภรณ์ ไกรชุมพล. 2555. ทศนคติและพฤติกรรมการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสร้างชื่อเสียง กรณีศึกษา ยูทูบ. บัณฑิตศึกษา,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พรทิพย์ กิมสกุล, พฤติกรรมการใช้ยูทูบและประเด็นแบบประเด็นจริยธรรมทางข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้ยูทูบในประเทศไทย. สาขาวารสารสนเทศ มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์,ปีการศึกษา 2553

มติชนออนไลน์ (2560). วิถีใหม่ “ผู้สูงอายุ” ยุค 4.0 ส่งความสุขแบบ”ออนไลน์” เชื่อมสัมพันธ์ครอบครัว, 13 พฤษภาคม 2560. MatichonOnline. <https://www.matichon.co.th/news/517489>

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.ปราโมทย์ ประสาทกุล. (2559). *สถานการณ์ ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. ๒๕๕๘*. จังหวัด กรุงเทพมหานคร : บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)

สรายุทธ กันหลง. (2555). การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม Cronbach’s alpha, 8 เมษายน 2560. <http://www.ipernity.com/blog/248956/424773>

อีโคโนนิวส์. (2558). ไทยนับถอยหลังสู่ ‘สังคมสูงอายุระดับสมบูรณ์’, 1 เมษายน 2560. Econnews. <http://www.econnews.co.th/สังคมสูงอายุ-สมบูรณ์/>

ภาษาต่างประเทศ

Boundless, (n.d.). **Activity Theory**. Retrieved 29 May 2017 from

<https://www.boundless.com/sociology/textbooks/boundless-sociology-textbook/aging-18/the-functional-perspective-on-aging-128/activity-theory-722-9146/>

Feldman, Barbara. (2007). "YouTube: What Is It and Why Use It?." Retrieved 1 June 2017

from <https://www.surfnetkids.com/tech/1200/youtube-what-is-it-and-why-use-it/> Kendra Cherry.(2004).

Erikson's Eight Stages of Psychosocial Development. " Retrieved 1 June

2017 from <https://www.explorepsychology.com/eriksons-eight-stages-of-psychosocial-development/>

Morgan Aue-VanDenBerg, (n.a.). what is behavior?. Retrieved 29 May 2017 from

<https://www.special-learning.com/blog/article/112>

William Strauss and Neil Howe. (2000).Millennials Rising: The Next Great Generation.

NewYork: Vintage Book