

รูปแบบพฤติกรรมวัยรุ่นต่อการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้สูงอายุให้ใช้งานแอปพลิเคชันช้อปปิ้งออนไลน์ Adolescent Behavioral Patterns Promote the Learning Of Old Use Online Shopping Application

ทิพวรรณ ผลวัชชนะ* และธีระวัฒน์ จันทิก

สาขาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมวัยรุ่นต่อการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุใช้งานแอปพลิเคชันในการสื่อสารซื้อหรือสั่งสินค้าออนไลน์ สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงที่ใช้ คือ วัยรุ่น จำนวน 400 คน ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ศึกษาถึง ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และปัจจัยพฤติกรรมของวัยรุ่น ด้านจุดประสงค์ เหตุผลการเลือกใช้ การใช้บริการและการใช้แอปพลิเคชัน และตัวแปรตาม ได้แก่ ด้านขั้นตอน ด้านความสะดวกสบาย และด้านความปลอดภัย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ ความสัมพันธ์ โดยใช้ Chi-square สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Package for Sciences)

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 19 ปี กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีรายรับต่อเดือน 3,001-4,500 บาท มีจุดประสงค์ในการเลือกซื้อสินค้า โดยเหตุผลในการเลือกใช้มากที่สุดคือความสะดวกสบายจะการใช้บริการเดือนละครั้ง สำหรับการสั่งซื้อสินค้าส่วนใหญ่เป็นประเภทเสื้อผ้าและแอปพลิเคชันไลน์ช้อปปิ้ง (Line Shop) ที่ใช้ซื้อสินค้าบ่อยที่สุด และพบว่าพฤติกรรมของวัยรุ่นนั้นไม่ได้ส่งผลต่อการใช้แอปพลิเคชันช้อปปิ้งออนไลน์ของผู้สูงอายุ

คำสำคัญ : พฤติกรรม, วัยรุ่น, การเรียนรู้, ผู้สูงอายุ

Abstract

The objective of this research was to study adolescent behavioral patterns promote the learning of older people used online shopping application. The simple in this research was 400 questionnaires. This research studies about independent variable demographic characteristics of teenagers which were gender, age, education and monthly income. And the dependent variable, step, convenience and safety by purposive random was chosen as a tool for data collection. Statistical tools that used to analyze the data were percentage, mean and standard deviation. Statistical tools used for hypothesis testing were Chi-square. SPSS for windows software was chosen to analyze data.

The result showed that most respondent was female aged 19 years. And graduated in Bachelor's degree, with the goal of shopping by reason of the selection of the most was a convenience to use the service once a month. For purchases mainly clothing and apps applications Line Shop (Line Shop) used most frequently purchased products. And often the behavior of teenagers didn't use the applications online shopping of the elderly.

Keywords: behavior, teenagers, learning, older

*ผู้นิพนธ์ประสานงาน

1. บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ผู้สูงอายุที่อายุ 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป สำหรับในประเทศไทยใช้เวลาเป็นเวลานาน เป็นอายุที่เริ่มต้นได้รับผลประโยชน์ต่าง ๆ ประเทศไทยของเราได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุมาตั้งแต่ปี 2533 ซึ่งตาม (ข้อมูลขององค์กรสหประชาชาติ) กล่าวว่าหากมีจำนวนผู้สูงอายุที่อายุเกิน 65 ปี เกิน 14 เปอร์เซ็นต์ ก็จะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ และเกิน 20 เปอร์เซ็นต์ จะเข้าสู่สังคมที่อุดมไปด้วยผู้สูงอายุและงานวิจัยหลายสถาบันที่บ่งชี้ไปในทิศทางเดียวกันว่า ประเทศไทยกำลังจะก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในอีกไม่ช้า อย่างน้อยภาพของสังคมผู้สูงวัยจะเห็นได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นทั้งในเขตชุมชนเมืองและชนบท ส่งผลต่อการบริหารจัดการสาธารณสุขโรคต่าง ๆ ไม่พียงแต่กระทั่งสาธารณสุขโรคที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีเช่นกัน โดยรายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทยจาก (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทยระบุดำเนินในปี พ.ศ. 2561) หรืออีก 3 ปี ต่อจากนี้ จำนวนของประชากรสูงอายุที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปจะมีมากกว่าจำนวนประชากรเด็กที่มีอายุมากกว่า 15 ปีเป็นครั้งแรกในประเทศ ถ้าเทียบเป็นดัชนีผู้สูงวัยก็จะมีค่าเกิน 100 เป็นครั้งแรกเช่นกัน หรืออย่างน้อยอาจกล่าวได้ว่าจำนวนอัตราส่วนของผู้สูงอายุจะเข้าใกล้สัดส่วน 1 ใน 5 ของจำนวนประชากรทั้งหมดในประเทศในอีกไม่ช้า

จากการสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2550 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่ามีการเจ็บป่วยเพิ่มมากขึ้นโดยผู้สูงอายุเพศชาย (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, 2555) ดังนั้น กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุเล็งเห็นว่า การพัฒนาคุณภาพเป็นเรื่องสำคัญต่อความมั่นคงและการพัฒนาของประเทศ เทคโนโลยีจึงเข้ามามีความสำคัญในการสื่อสารของผู้สูงอายุอย่างมากเมื่อเวลาฉุกเฉินหรือว่ายามจำเป็น

ในปัจจุบันมีเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตมากขึ้น เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) ทวิตเตอร์ (Twitter) (กัณฑพล บรรทัดทอง, 2557) และแอปพลิเคชันออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อในการใช้สื่อสาร เนื่องด้วยความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามาจนยากที่จะหลีกเลี่ยงการใช้งานนับตั้งแต่เรื่องที่ยู่ยากจะซับซ้อน รวมไปถึงเรื่องพื้นฐานของชีวิตประจำวันที่ไม่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี ล้วนแล้วแต่ถูกดึงเข้ามาสู่วิถีทางการแห่งการใช้เทคโนโลยีด้วยกันทั้งสิ้นก่อให้เกิดแรงกระตุ้นในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้คงจะต้องพึ่งพาความสามารถของเทคโนโลยีและการสื่อสารต่าง ๆ จนแทบจะกล่าวได้ว่าทั้งในปัจจุบันและในอนาคต (กาญจนศักดิ์ จารุปาน, 2555) ดังนั้นหากมีการศึกษาเพื่อที่จะรับรู้ปัญหาในการใช้เทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุแล้ว ย่อมเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีต่อการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของศูนย์การเรียนรู้ของผู้สูงอายุที่จะใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารโดยผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่ในอนาคตอาจจะเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตที่จะต้องใช้เทคโนโลยีในการใช้ชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุมากยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์

- 1.) เพื่อศึกษาด้านประชากรศาสตร์ซึ่ง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายรับต่อเดือน ที่ส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้สูงอายุให้ใช้งานแอปพลิเคชันข้อปึงออนไลน์แตกต่างกัน
- 2.) เพื่อศึกษาพฤติกรรมวัยรุ่นต่อทัศนคติการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุใช้งานแอปพลิเคชันในการสื่อสารซื้อหรือสั่งสินค้าออนไลน์

3. สมมติฐานการวิจัย

- 1.) เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายรับต่อเดือน ที่แตกต่างกันจะส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้สูงอายุให้ใช้งานแอปพลิเคชันข้อปึงออนไลน์แตกต่างกัน
- 2.) ปัจจัยพฤติกรรมวัยรุ่นที่ต่างกันต่อการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้สูงอายุสั่งซื้อสินค้าและข้อปึงออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน

4.กรอบแนวคิด

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์

ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์

สำนักงาน สติติแห่งชาติ (2557) อินเทอร์เน็ต หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อกันทั่วโลก โดยมีมาตรฐาน การรับส่งข้อมูลระหว่างกันเป็นหนึ่งเดียว ซึ่งคอมพิวเตอร์แต่ละเครื่องสามารถรับส่งข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ

(Kanyarat Kaeomark, 2559) เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง สังคมออนไลน์ที่สร้างเครือข่ายขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการทางสังคมที่เน้นในการสร้างและให้เห็นถึงความสัมพันธ์ทางสังคมในกลุ่มที่มีความสนใจ บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์จะให้บริการผ่านหน้าเว็บและให้มีการตอบโต้กันระหว่างผู้ใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต

Encyclopedia of Sociology (Volume 4: S-Z Index) (1992: 1887) ให้นิยามว่า เครือข่ายของสังคม (Social Network) ว่าหมายถึง ปรากฏการณ์ทางสังคมในรูปแบบหนึ่งซึ่งแสดงให้เห็นถึง รูปแบบการจัดเรียงความสัมพันธ์ (Patterned Arrays of Relationship) ระหว่างปัจเจกชน (Individual) ที่ร่วมกระทำการในสังคม

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมในรูปแบบหนึ่งซึ่งแสดงให้เห็นถึงรูปแบบของสังคมบนโลกอินเทอร์เน็ต ที่ผู้เล่นอินเทอร์เน็ตจะแบ่งปันความสนใจหรือเรื่องราวต่าง ๆ เข้าด้วยกัน โดยส่วนใหญ่จะใช้เว็บไซต์เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสาร (ณัฐพร มั่งอุทุมมลาภ, 2554)

แนวความคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

ความหมายของผู้สูงอายุ

พจนานุกรมฉบับ ราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ให้ความหมายคำว่า คนแก่ คือ มีอายุมากหรืออยู่ในวัยชราและให้ความหมายของคำว่า ชรา คือ แก่ด้วยอายุ ชำรุดทรุดโทรม นอกจากนี้ ยังมีการเรียกผู้สูงอายุว่า ราชนูรอาวุโส

(รศ.ดร.ปรีชา อุปโยคิน) ผู้สูงอายุ คือ บุคคลสำคัญผู้สืบทอดความเป็นคนไทยที่ได้ทำหน้าที่อย่างดีที่สุดแล้ว และวันนี้ท่านยังสามารถเป็นสมาชิกในสังคม ที่มาเคยท้อต่อการใช้ชีวิตในสังคมมาจนถึงปัจจุบันด้วยความมั่นคงในศักดิ์ศรีแห่งความเป็นมนุษย์ ได้ผ่านชีวิตที่ทำให้คุณประโยชน์ยิ่งและสังคมยังเห็นความสำคัญของท่านที่ได้อบรมสั่งสอนลูกหลานมาจนถึงทุกวันนี้

Lena et. Al (2009) ศึกษาปัญหาของผู้สูงอายุ ซึ่งพบว่าผู้สูงอายุไม่สามารถอ่านเขียนได้ผู้สูงอายุร้อยละ 48 ไม่มีความสุขในชีวิตส่วนใหญ่มีปัญหาเรื่องสุขภาพ กล่าวคือ ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาที่ดีกว่ามีสุขภาพที่ดีกว่าเป็นผู้รู้ คือจะเผชิญกับความเจริญเติบโต

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (The Demographics of Aging..., 2009) ส่วนในเชิงเศรษฐกิจเนื่องจากกลุ่มผู้สูงอายุกำลังเป็นกลุ่มประชากรกลุ่มใหญ่อานาการซื้อของผู้สูงอายุจึงถือว่าสำคัญด้วย (Reisenwitz, Iyer, Kuhlmeier, and Eastman, 2007)

5.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

(สรีพร โพธิ์งาม, 2558) ลาชาด้ากำลังได้รับความนิยมที่มีผู้เข้าชมสูงสุด แต่ทางร้านมีคู่แข่งจากทางออนไลน์สูงทั้งร้านค้าออนไลน์เก่าและร้านค้าออนไลน์ใหม่ที่กำลังจะเกิดขึ้นจำนวนมาก รวมทั้งร้านขายของทางเว็บไซต์สังคมออนไลน์ (Social Network) อย่างเช่น Facebook Instagram Twitter และอื่น ๆ อีกมากมาย ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นมาก ดังนั้น ลาชาด้าจึงจำเป็นต้องมีการทำตลาด ในด้านหนึ่งที่ต้องมุ่งเน้นการสร้างให้ผู้บริโภคเกิดความภักดีมากขึ้น จึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาภาพลักษณ์ตราสินค้า ความเชื่อถือ และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความภักดีต่อลาชาด้าของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร เพื่อจะได้นำผลการศึกษานี้ไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ได้ต่อไป

(ณัฐนันท์ มิยะพันธุ์, 2556) งานวิจัยนี้ต้องการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการตัดสินใจซื้อ เสื้อผ้าบนเว็บไซต์เพชบุ๊ค และศึกษาว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการยอมรับการตัดสินใจซื้อ และความพึงพอใจที่ได้รับจากการซื้อ และผู้ขาย

(จิราภรณ์ เลิศจิระจรัส, 2548) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเพียง 9 ปัจจัย ดังต่อไปนี้คือ วัตถุประสงค์ของการใช้บริการอินเทอร์เน็ตบุคคลมีส่วนเกี่ยวข้องต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ประเภทของสินค้าและบริการที่ซื้อขาย ระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลของเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต วิธีการชำระเงิน หน่วยงานในการรับส่งสินค้าการให้บริการตอบคำถามแก่ลูกค้าของเว็บไซต์สถานที่ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต และช่วงเวลาในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

6.ระเบียบวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมวัยรุ่นต่อการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้สูงอายุให้ใช้งานแอปพลิเคชันช้อปปิ้งออนไลน์ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลของวัยรุ่นตั้งแต่ 18-22 ปี ทั้งเพศชายและเพศหญิง เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

7.ขอบเขตการวิจัย

- 1.) ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Survey Research) โดยมีการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี ได้แก่ แนวความคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ และ แนวความคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของวัยรุ่นที่มีต่อผู้สูงอายุ
- 2) ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ วัยรุ่นในช่วง 18-22 ปี ที่มีการใช้เทคโนโลยี เป็นจำนวนทั้งสิ้น 400 คนที่ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Popostive random sampling และทำแบบสอบถามด้วยความสมัครใจ จึงได้กำหนดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ William G. Cochran (1977:75)

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2} = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)}{0.05^2} = 385.16$$

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างประชากร

Z = ค่ามาตรฐานขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่น

p = สัดส่วนของประชากรที่สนใจเท่ากับ 50%

q = 1-p

e = ระดับของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นเท่ากับ 0.0 ในทางปฏิบัติเรานิยมใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้น Z = 1.96

1.) ขอบเขตด้านตัวแปร

3.1 ตัวแปรต้น คือ

3.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายรับต่อเดือน

3.1.2 ปัจจัยพฤติกรรมของวัยรุ่น คือ ปัจจัยพฤติกรรมวัยรุ่นต่อการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้สูงอายุใช้งานแอปพลิเคชัน

3.2 ตัวแปรตาม คือ ทศนคติต่อการใช้แอปพลิเคชันของวัยรุ่นที่มีต่อการส่งเสริมผู้สูงอายุ

- 2.) **ขอบเขตด้านระยะเวลา** กำหนดระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 4 เดือน ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2560 – เดือนพฤษภาคม 2560

8.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์ เป็นเครื่องมือในการศึกษาครั้งนี้โดยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางในการออกแบบสอบถามซึ่งแบบสอบถามสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- 1.) การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายรับต่อเดือน โดยการคำนวณหาค่าสถิติ โดยเป็นลักษณะของคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question)
- 2.) การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยพฤติกรรมของวัยรุ่นต่อการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้สูงอายุให้ใช้งานแอปพลิเคชันซื้อปิ้งออนไลน์ เช่น จุดประสงค์ในการเลือกใช้แอปพลิเคชันออนไลน์ เหตุผลในการเลือกใช้แอปพลิเคชัน การใช้บริการแอปพลิเคชันบ่อยที่สุด การใช้แอปพลิเคชันสำหรับการสั่งซื้อสินค้าประเภท แอปพลิเคชันที่ใช้สั่งซื้อสินค้าบ่อยที่สุด โดยมีตัวเลือกของคำตอบที่หลากหลายให้เลือกตอบ
- 3.) การวิเคราะห์เกี่ยวกับทัศนคติต่อการใช้แอปพลิเคชันของวัยรุ่นที่มีต่อการส่งเสริมผู้สูงอายุ โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องพิจารณากับรายละเอียดแต่ละด้าน เป็นชนิดให้เลือกตอบ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาค (Interval Scale) การวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)โดยกำหนดเป็น 5 ระดับให้เลือกเพียงคำตอบเดียวและกำหนดให้แต่ละข้อมี 5 ตัวเลือกและแปรผลตาม Liker scale (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2552)

9. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือในการศึกษาวิจัย ถือเป็นสำคัญ เนื่องจากเครื่องมือการวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงวัตถุประสงค์และความน่าเชื่อถือของงานวิจัยอีกทั้งการทดสอบความเที่ยง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือไม่สามารถแยกส่วนออกจากกันได้ แต่ต้องมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน แสดงค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC)

1.) ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือ สำหรับวัดการวิจัยพฤติกรรมของวัยรุ่นที่มีต่อการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้สูงอายุสั่งซื้อสินค้าและซื้อปิ้งออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน โดยใช้แนวคิดทฤษฎีตลอดจนผลงานที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามแล้วนำแบบสอบถามขึ้นปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญ เพื่อขอคำแนะนำและทำการปรับปรุงแก้ไขจนมั่นใจว่าเนื้อหา มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา

2.) การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุดไปทำการทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างจริง เนื่องจากเครื่องมือที่ใช้มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จึงต้องนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha) 0.876 โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการประมวลผลและนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงก่อน นำไปใช้ในการเก็บข้อมูล

10. การวิเคราะห์ข้อมูล

- 1.) การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโดยใช้สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- 2.) การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ได้แก่ ค่าสถิติ t-Test ใช้ในการทดสอบค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบสมมติฐาน ค่าสถิติ (One Way ANOVA) โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-Square test) การทดสอบความเชื่อมั่นด้วยวิธี Crosstab
- 3.) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมวัยรุ่นต่อการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้สูงอายุให้ใช้งานแอปพลิเคชันซื้อปิ้งออนไลน์ ใช้สถิติทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2544) ในการทดสอบระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ 0.01 เป็นเกณฑ์ในการยอมรับสมมติฐานและเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย

11. ผลการวิจัย

รูปแบบพฤติกรรมวัยรุ่นต่อการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้สูงอายุให้ใช้งานแอปพลิเคชันซื้อปิ้งออนไลน์ ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

ด้านประชากรศาสตร์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 70.9 มากกว่าเพศชาย จำนวน 118 คิดเป็นร้อยละ 29.1 มีอายุ 19 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.1 ระดับการศึกษา กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 และมีรายได้ต่อเดือน 3,001 - 4,500 บาท จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 37.9

ปัจจัยพฤติกรรมวัยรุ่นต่อการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้สูงอายุใช้งานแอปพลิเคชัน ซึ่งจุดประสงค์ในการเลือกซื้อสินค้า (คิดเป็นร้อยละ 58.9) มีเหตุผลในการเลือกใช้มากที่สุดคือความสะดวกสบาย (คิดเป็นร้อยละ 61.8) การใช้บริการส่วนมากเดือนละครั้ง (คิดเป็นร้อยละ 30.8) ใช้แอปพลิเคชันสำหรับการสั่งซื้อสินค้าส่วนใหญ่ประเภทเสื้อผ้า (คิดเป็นร้อยละ 60.3) แอปพลิเคชันที่ใช้ คือ ไลน์ช้อปปิ้ง (Line Shop) ที่ซื้อบ่อยที่สุด (คิดเป็นร้อยละ 26.6)

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจจำแนกตามปัจจัยทางพฤติกรรมของวัยรุ่นต่อการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้สูงอายุใช้งานแอปพลิเคชันทัศนคติต่อการใช้ออปพลิเคชันของวัยรุ่นที่มีต่อการส่งเสริมผู้สูงอายุ

ปัจจัยทางพฤติกรรม	\bar{x}	S.D	ระดับความสำคัญ
ด้านขั้นตอนการใช้ออปพลิเคชัน	3.64	0.77	มาก
ด้านความสะดวกสบายการใช้ออปพลิเคชัน	3.63	0.71	มาก
ด้านความปลอดภัยการใช้ออปพลิเคชัน	3.62	0.81	มาก
ปัจจัยทางพฤติกรรมโดยรวม	3.63	0.63	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยทางพฤติกรรมของวัยรุ่นโดยรวมมีระดับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับมาก คือ (Mean = 3.63 และ S.D = 0.63) โดยพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าระดับความพึงพอใจในด้านขั้นตอนการใช้ออปพลิเคชันนั้นอยู่ในระดับมาก คือ (Mean = 3.64 และ S.D = 0.77) ยังมีความพึงพอใจในด้านของความสะดวกสบายการใช้ออปพลิเคชันนั้นอยู่ในระดับมาก คือ (Mean = 3.63 และ S.D = 0.71) และระดับความพึงพอใจด้านของความปลอดภัยการใช้ออปพลิเคชันนั้น คือ (Mean = 3.62 และ S.D = 0.81)

ตารางที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามเพศโดยใช้ค่าสถิติ t-Test ได้พบว่า การเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามเพศทัศนคติต่อการใช้ออปพลิเคชันของวัยรุ่นที่มีต่อการส่งเสริมผู้สูงอายุ ที่มีความแตกต่างกันทางเพศโดยใช้สถิติทดสอบ

การพัฒนาทัศนคติการใช้งานของผู้สูงอายุ	t-Test					
	เพศ	\bar{x}	S.D	df.	t	Sig.
ด้านขั้นตอนการใช้ออปพลิเคชัน	ชาย	3.65	0.084	403	0.224	0.823
	หญิง	3.63	0.081			
ด้านความสะดวกสบายการใช้ออปพลิเคชัน	ชาย	3.58	0.077	403	-1.002	0.817
	หญิง	3.65	0.075			
ด้านความปลอดภัยการใช้ออปพลิเคชัน	ชาย	3.54	0.088	403	-1.231	0.219
	หญิง	3.65	0.087			

จากตารางที่ 2 ค่าสถิติ t-Test จากการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น พบว่า ค่า Sig. นั้นมากกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่าเพศที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการส่งเสริมผู้สูงอายุในการใช้ออปพลิเคชันช้อปปิ้งออนไลน์

ตารางที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน ลักษณะทางประชากรที่ทางพฤติกรรมของวัยรุ่นต่อการส่งเสริมผู้สูงอายุในการใช้แอปพลิเคชันช้อปปิ้งออนไลน์

สมมติฐาน		One way ANOVA		
		ด้านขั้นตอนการใช้แอปพลิเคชัน	ด้านความสะดวกสบายการใช้แอปพลิเคชัน	ด้านความปลอดภัยการใช้แอปพลิเคชัน
อายุ	F	2.969	3.891	3.687
	Sig.	0.012	0.002	0.003
	การยอมรับสมมติฐาน	H ₀	H ₁	H ₁
ระดับการศึกษา	F	6.755	4.436	8.524
	Sig.	0.001	0.012	0.000
	การยอมรับสมมติฐาน	H ₁	H ₀	H ₁
รายรับต่อเดือน	F	0.607	0.750	0.883
	Sig.	0.694	0.586	0.493
	การยอมรับสมมติฐาน	H ₀	H ₀	H ₀

*ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่าการวิเคราะห์ทัศนคติต่อการใช้อุปกรณ์ของวัยรุ่นที่มีต่อการส่งเสริมผู้สูงอายุ โดยใช้ค่าสถิติ One way ANOVA เพื่อทดสอบสมมติฐานที่แตกต่างกันอายุจะส่งผลด้านความสะดวกสบายและด้านความปลอดภัยแต่ไม่ส่งผลด้านขั้นตอนการใช้ ระดับการศึกษาส่งผลด้านขั้นตอนการใช้และด้านความปลอดภัยและรายรับรายต่อเดือนไม่ส่งผลต่อการปฏิสัมพันธ์กับผู้สูงอายุ

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมวัยรุ่นต่อการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้สูงอายุให้ใช้งานแอปพลิเคชัน ชื่อปิงออนไลน์ โดยใช้สถิติ Chi-Square

ปัจจัยทางพฤติกรรมของวัยรุ่น		ทัศนคติต่อการใช้แอปพลิเคชันของวัยรุ่น		
		ด้านขั้นตอนการใช้แอปพลิเคชัน	ด้านความสะดวกสบายการใช้แอปพลิเคชัน	ด้านความปลอดภัยการใช้แอปพลิเคชัน
จุดประสงค์ในการเลือกใช้อปพลิเคชันออนไลน์	Chi-square	29.331	55.427	26.533
	Sig.	0.893	0.347	0.740
	การยอมรับสมมติฐาน	H ₀	H ₀	H ₀
เหตุผลในการเลือกใช้อปพลิเคชันชื่อปิงออนไลน์	Chi-square	48.638	44.464	17.985
	Sig.	0.017	0.253	0.804
	การยอมรับสมมติฐาน	H ₀	H ₀	H ₀
การใช้บริการแอปพลิเคชัน ชื่อปิงออนไลน์	Chi-square	78.432	51.195	46.844
	Sig.	0.000	0.091	0.003
	การยอมรับสมมติฐาน	H ₁	H ₀	H ₁
ประเภทสินค้าสำหรับการสั่งซื้อสินค้า	Chi-square	43.900	96.995	30.837
	Sig.	0.310	0.000	0.525
	การยอมรับสมมติฐาน	H ₀	H ₁	H ₀
ใช้แอปพลิเคชันชื่อปิงออนไลน์สำหรับการสั่งซื้อสินค้า	Chi-square	28.397	49.420	34.454
	Sig.	0.994	0.924	0.718
	การยอมรับสมมติฐาน	H ₀	H ₀	H ₀

12.อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษารูปแบบพฤติกรรมวัยรุ่นต่อการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้สูงอายุให้ใช้งานแอปพลิเคชัน ชื่อปิงออนไลน์ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายรับต่อเดือนนั้นส่วนใหญ่เพศหญิง อายุ 19 ปีกำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีและมีรายได้เฉลี่ยละ 3,001-4,500 บาท ซึ่งในปัจจุบันนั้นเริ่มมีที่ยอมรับและเห็นด้วยกับแอปพลิเคชันซึ่งได้สอดคล้องกับวิจัยของ (พาสนา เอกอุดมพงษ์, 2558) ศึกษาการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือ พบว่าผู้ใช้สารสนเทศให้การยอมรับอยู่ในเกณฑ์

มาก และไปสอดคล้องกับ (ปุลณซ์ เดชมานนท์, 2556) จากการศึกษาในครั้งนี้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถาม การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงเวลาจำกัด พบว่าส่วนใหญ่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและอายุ 20-30 ปี

ปัจจัยที่ส่งผลทางพฤติกรรมของวัยรุ่นต่อการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้สูงอายุให้ใช้งานแอปพลิเคชัน ซือปป์ออนไลน์ เช่น จุดประสงค์ในการเลือกใช้ออปพลิเคชัน เหตุผลในการเลือกใช้ออปพลิเคชัน การใช้บริการแอปพลิเคชัน การใช้แอปพลิเคชันสำหรับการสั่งซื้อสินค้าประเภท ออปพลิเคชันที่ใช้สั่งซื้อสินค้า ส่วนใหญ่แอปพลิเคชันที่เลือกใช้บริการนั้น คือ ไลน์ช้อป (Line Shop) จะเข้าใช้ส่วนใหญ่นั้นเดือนละ 1 ครั้ง ซึ่งไปสอดคล้องกับ (กฤษณี เสือใหญ่, 2559) ผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการใช้ออปพลิเคชันได้รับความนิยมน้อยแพร่หลายและมีผู้ใช้จำนวนมาก โดยส่วนใหญ่จะมีประสบการณ์ในการใช้ออปพลิเคชันไลน์ 2 ปี และมีความถี่ในการใช้ออปพลิเคชันคือเปิดตลอด

ปัจจัยที่ส่งผลทางพฤติกรรมของวัยรุ่นต่อการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้สูงอายุให้ใช้งานแอปพลิเคชัน ซือปป์ออนไลน์ ด้านเจตคติที่มีต่อการใช้ออปพลิเคชันสำหรับการสั่งซื้อสินค้าซือปป์ออนไลน์ที่วัยรุ่นส่งเสริมให้กับผู้สูงอายุพบว่าขั้นตอนการใช้งาน นั้นมีความสะดวกและมีความปลอดภัยในระดับมาก (ขวัญวิทย์ ดาน้อย, 2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

13. ข้อเสนอแนะ

ผลวิจัยในการศึกษาในครั้งนี้ได้ศึกษาด้านพฤติกรรมของวัยรุ่นเพศหญิงอายุ 19 ปี ที่มีจุดประสงค์ต่อการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้สูงอายุให้ใช้งานแอปพลิเคชันซือปป์ออนไลน์การเลือกซื้อสินค้าเพื่อความสะดวกสบายในระดับที่มาก การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงมีข้อเสนอแนะ คือ ในปัจจุบันนั้นมีการขายสินค้าและซื้อสินค้าผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์มากมาย จึงทำให้เกิดการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นมากขึ้น จึงจะต้องมีการแนะนำ ผู้สูงอายุให้คำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้ออปพลิเคชันซือปป์ออนไลน์ และตัววัยรุ่นเองควรที่จะต้องเข้าใจในเรื่องของขั้นตอนการใช้งานอย่างละเอียดผ่านแอปพลิเคชันซือปป์ออนไลน์ เนื่องจากผู้สูงอายุมีในบางส่วนที่ไม่ยอมรับเทคโนโลยีเข้ามาในชีวิตประจำวัน วัยรุ่นจึงจะต้องทำความเข้าใจในตัวของผู้สูงอายุเพราะในปัจจุบันนั้นจำนวนผู้สูงอายุมีมากขึ้นโดยส่วนใหญ่จะไม่รู้ในเรื่องของเทคโนโลยีทำให้ผู้สูงอายุอาศัยอยู่แต่ในบ้านและวัยรุ่นยังจะต้องมีการเรียนรู้สร้างสรรค์เพื่อลดภัยอันตรายที่จะเกิดขึ้นกับทางสังคมออนไลน์

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1.) ควรศึกษาพฤติกรรมที่ผู้สูงอายุใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์และการเข้าถึงแอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่มีอยู่บนมือถือ ในจังหวัดที่มีผู้สูงอายุมากและระดับฐานะปานกลางเป็นต้นไป เนื่องจากในปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม ดังนั้น จึงเหมาะที่จะทำการศึกษาการสร้างแอปพลิเคชันสั่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สูงอายุ เช่น แอปพลิเคชันการสั่งซื้อสินค้าที่จำเป็นเฉพาะผู้สูงอายุโดยไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทาง

2.) ควรศึกษาพฤติกรรมผู้สูงอายุได้รับความสะดวกสบายหลังการใช้งานแอปพลิเคชันต่าง ๆ บนมือถือ เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook), ไลน์ (line), ทวิตเตอร์ (Twitter) ในการศึกษาของงานวิจัยครั้งต่อไป เนื่องจากปัจจุบันนี้สังคมไทยและหน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญเกี่ยวกับความรู้ด้านเทคโนโลยีแก่ผู้สูงอายุน้อยมาก

14. เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- [1.] กฤษณี เสือใหญ่. (2559). พฤติกรรมการใช้ออปพลิเคชันไลน์ ความพึงพอใจ และการนำไปใช้ประโยชน์ของคนในกรุงเทพมหานคร.
- [2.] กาญจนศักดิ์ จารุปาน. (2555). การศึกษาปัญหาการเรียนรู้เทคโนโลยีของผู้สูงอายุ. วิทยาลัยนวัตกรรมการมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- [3.] กัณฑ์พล บรรทัดทอง. (2557). “พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคน ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร.” การค้นคว้าอิสระตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- [4.] ณัฐนันท์ มิเมะพันธุ์. (2556). ทักษะคิดและพฤติกรรมทางเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบนเว็บไซต์เฟซบุ๊กขอประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.
- [5.] ธนาญส ธนธิต. (2558). การพัฒนาพฤติกรรมการดูแลสุขภาพที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุ ในชมรมผู้สูงอายุตำบลบางเตย อำเภอสามพราน จังหวัด นครปฐม. วิทยาลัยพยาบาลสงขลานครินทร์ อ้างถึง สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2550). จากการสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย.
- [6.] พาสณา เอกอุดมพงษ์. (2558). ศึกษาการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันบนมือ. สาขาวิชาเทคโนโลยี.คอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีการประมง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.
- [7.] รศรินทร์ เกรย. มโนทัศน์ใหม่ของนิยามผู้สูงอายุ: มุมมองเชิงจิตวิทยาสังคม และสุขภาพ.
- [8.] পুলณัช เดชमानนท์. (2556). การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงเวลาจำกัด. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- [9.] สมประวิณ มั่นประเสริฐ. (2553). ผลกระทบของสังคมผู้สูงอายุต่อระบบเศรษฐกิจไทย.
- [10.] วีระเวช อรรถนาลัย. (2558). สังคมผู้สูงอายุ. เข้าถึงเมื่อ 22 กุมภาพันธ์. เข้าถึงได้จาก: <http://idgthailand.com/5-เทคโนโลยีสำหรับ-สังคม>
- [11.] วีรวัฒน์ สว่างแสง. (2558). แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์.
- [12.] สรีพร โพธิ์งาม. (2558). อิทธิพลของภาพลักษณ์ตราสินค้า ความเชื่อถือ และความพึงพอใจต่อความภักดีต่อลาซาด้า ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- [13.] สุภาวรรณ ชัยทวีวุฒิกุล. (2555). เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์แบบร่วมกลุ่มกันซื้อบนเว็บไซต์ ENSOGO ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [14.] อรรถพล สาธิตคณิตกุล. (2558). ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงวัย กับเทคโนโลยีที่ช่วยอำนวยความสะดวกในยุคหน้า. เข้าถึงเมื่อ 22 กุมภาพันธ์. เข้าถึงได้จาก: <http://www.telecomjournalthailand.com>
- [15.] อธิษฐ์ วัฒนพรหม : การรับรู้ของลูกค้าต่อปัจจัยการตลาดผ่านสื่อออนไลน์: กรณีศึกษา ธุรกิจโรงแรม ในเขตเมืองพัทยา (CUSTOMER’S PERCEPTIONS TOWARDS ONLINE). วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์
- [16.] อำพล นววงศ์เสถียร. (2557). พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคในร้านค้าออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร.
- [17.] kanyarat kaeomark. (2559). เครือข่ายสังคม. เข้าถึงเมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม.

ภาษาอังกฤษ

- [18.] Amichai-Hamburger, Y., & Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality. *Computers In Human Behavior*, 26(6), 1289-1295.
- [19.] Anthony, O.C. (2010). “Managing Behavior and Emotional Issues in Older People”. *The Social*
- [20.] Lena, A.; Ashok, K.; Padma, M.; Kamath, V. & Kamath, A. (2009). Health and social problems of elderly: A cross-sectional study in Udupi Taluk, Karnataka. *Indian Journal of Community Medicine*. 2(34): 131-134.
- [21.] Reisenwitz, T.; Iyer, R.; Kuhlmeier, D.B & Eastman, J.K. (2007). The elderly’s internet usage: an updated look. *Journal of Consumer Marketing*. 24(7): 406-418.
- [22.] Solomon; & Michael R. (1996). *Consumer Behavior: Buying, Having’ and Being*. Englewood Cliffs’ New Jersey: Prentice-Hall, Inc. Science. Vol. 5 (5), pp.401-413