

การศึกษาการเปิดรับข้อมูลผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาด  
กับความตั้งใจจะซื้ออุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุไทย



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล  
พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาการเปิดรับข้อมูลผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาด  
กับความตั้งใจซื้ออุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุไทย

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 26 เมษายน พ.ศ. 2560



นางสาวสุทัสนา แจ่มจำรัส  
ผู้วิจัย

บุญยิ่ง คงอาชาภัทร

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ศิริสุข รักถื่น

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

ดวงพร อภาศิลป์

Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุวรรณ

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่องการศึกษาการเปิดรับข้อมูลผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาดกับความตั้งใจซื้ออุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุไทย สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีด้วยความอนุเคราะห์ในการให้คำแนะนำปรึกษาหัวข้อสารนิพนธ์ และการดำเนินการศึกษาโดยตลอดตั้งแต่ต้นจนจบด้วยความกรุณาของอาจารย์บุญยั้ง คงอาษาภัทร และขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ได้แก่ อาจารย์ศิริสุข รักถื่น และอาจารย์วินัย วงศ์สุรวัฒน์ ที่ช่วยขัดเกลาและให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งกับการศึกษานี้ ขอขอบพระคุณ คุณนวลวรรณ แก่นสวาท ผู้ประสานงานภาควิชาการตลาดที่ช่วยประสานงานและช่วยในการตรวจทานทำให้เล่มสารนิพนธ์นี้สมบูรณ์เรียบร้อยดี นอกจากนี้ขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลทั้ง 20 ท่านที่เป็นส่วนสำคัญในการทำให้การศึกษานี้เสร็จสมบูรณ์และเป็นประโยชน์ต่อไปจากการพูดคุยให้สัมภาษณ์จนได้ข้อมูลมากมายเพื่อนำมาวิเคราะห์รวมไปถึงขอขอบคุณเพื่อนๆภาควิชาการตลาด เพื่อนคณะกายอุปกรณ์และบุคคลที่มีส่วนช่วยเหลือในการแนะนำกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุอีกด้วย

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณทุกท่านในครอบครัวทั้งคุณพ่อ คุณแม่ และพี่สาวทุกคนที่เป็นส่วนสำคัญในการสร้างกำลังใจและกำลังใจให้ในระหว่างการศึกษาและการทำสารนิพนธ์ในครั้งนี้ ขอขอบคุณเพื่อนๆ ที่ช่วยสร้างขวัญกำลังใจให้กันและกัน และคอยผลักดันช่วยกันเรียนตลอดระยะเวลาที่ศึกษาที่วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล และขอขอบพระคุณผู้มีส่วนร่วมทุกท่านแม้ไม่ได้ระบุนามที่ช่วยทั้งทางตรงหรือทางอ้อมให้สารนิพนธ์นี้สำเร็จเสร็จสิ้นไปได้เป็นอย่างดี

สุทัสนา แจ่มจรัส

การศึกษาการเปิดรับข้อมูลผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาดกับความตั้งใจจะซื้ออุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุไทย

A STUDY OF MARKETING COMMUNICATION TOOL EXPOSURE AND ASSISTIVE DEVICES PURCHASE INTENTION OF THAI OLDER ADULTS

สุทัศน์า แจ่มจำรัส 5850500

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : อาจารย์บุญยั้ง คงอาชภัทร, Ph.D., อาจารย์ศิริสุข รักถิ่น, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุรวัฒน์, Ph.D.

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข้อมูลผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาดของผู้สูงอายุ คือ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่ออินเทอร์เน็ต และเพื่อศึกษาปัจจัยและความตั้งใจจะซื้ออุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุตั้งแต่กระบวนการหาข้อมูล ไปจนถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มตัวอย่างคือผู้สูงอายุชาวไทยอายุ 55 - 75 ปีขึ้นไป จำนวน 20 คน

ผลการศึกษาพบว่าสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์เป็นสื่อที่ผู้สูงอายุทุกรายเปิดรับและให้ความเชื่อถือมากที่สุดเนื่องจากมีการควบคุมคัดกรอง ตรวจสอบได้ รายการที่สนใจเป็นข่าวสารจากช่องพื้นฐาน ส่วนมากดูทุกวันในช่วงเย็นและเช้า ส่วนสื่อบุคคลที่มีปฏิสัมพันธ์ใกล้ชิดเป็นแพทย์พยาบาลและคนในครอบครัว บุคคลที่ชื่นชอบและเชื่อถือส่วนใหญ่เน้นบุคคลด้านการเมืองการปกครอง สื่ออินเทอร์เน็ตที่ผู้สูงอายุใช้ส่วนมากเป็น Line, Facebook, Google ตามลำดับ โดยใช้คุยกับเพื่อนและเปิดดูข้อมูลข่าวสารความรู้ทั่วไป แต่ Line และ Facebook กลับไม่ได้รับความเชื่อถือเนื่องจากข้อมูลมักไม่จริงหรือไม่เป็นปัจจุบัน และไม่ทราบแหล่งที่มา ด้านการเลือกซื้ออุปกรณ์พบว่าส่วนใหญ่คิดว่าร่างกายตนเองแข็งแรงดีไม่จำเป็นต้องใช้อุปกรณ์ หากจะใช้เป็นไม้เท้าเมื่ออายุมากขึ้น แหล่งค้นหาข้อมูลคือร้านขายอุปกรณ์แพทย์และอินเทอร์เน็ต โดยปรึกษาคคนในครอบครัวและแพทย์พยาบาล จากนั้นจะซื้อจากร้านขายอุปกรณ์แพทย์และโรงพยาบาลเป็นหลัก ด้วยเหตุผลเรื่องความสะดวก คุณภาพของอุปกรณ์ และการใช้สิทธิ์เบิกค่าใช้จ่ายตามลำดับ

การศึกษานี้จึงเสนอแนะให้ผู้จัดทำนายอุปกรณ์มีการให้ข้อมูลผ่านทางบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อที่ผู้สูงอายุเชื่อถือและไว้วางใจนั่นคือแพทย์ พยาบาล และลูกหลานคนรุ่นใหม่ที่เป็นบุคคลในครอบครัว และสื่อใหม่ที่จะสามารถเข้าถึงผู้สูงอายุได้โดยตรงอย่างรวดเร็วและค่าใช้จ่ายน้อยคือ Line Application ซึ่งจะต้องทำเนื้อหาและแหล่งที่มาที่น่าเชื่อถือและมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของผู้สูงอายุเพื่อดึงความสนใจจากคนกลุ่มนี้

คำสำคัญ : การเปิดรับสื่อ / ความตั้งใจจะซื้อ / อุปกรณ์อำนวยความสะดวก / ผู้สูงอายุ

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญรูปภาพ	จ
บทที่ 1      บทนำ	1
บทที่ 2      ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและพฤติกรรมการซื้อ	6
2.1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารและสื่อ	8
2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ	9
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
2.2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ	10
2.2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างประเทศ	12
บทที่ 3      ระเบียบวิธีวิจัย	13
3.1      วิธีการวิจัย	13
3.2      กลุ่มตัวอย่าง	14
3.3      เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	14
3.4      วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	15
3.5      วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	15
บทที่ 4      ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	16
บทที่ 5      สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	22
บรรณานุกรม	26
ภาคผนวก	28
ภาคผนวก ก แบบสอบถามการสัมภาษณ์เชิงลึก	29
ภาคผนวก ข ผลการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 20 คน	35
ประวัติผู้วิจัย	52

## สารบัญรูปร่าง

รูปร่าง	หน้า
1-1 สักส่วนประชากรไทย วัยเด็ก วัยแรงงานและวัยสูงอายุ ในปี พ.ศ.2553 – พ.ศ.2583	1
2-1 รูปร่างจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (A Model of Consumer Behavior)	6

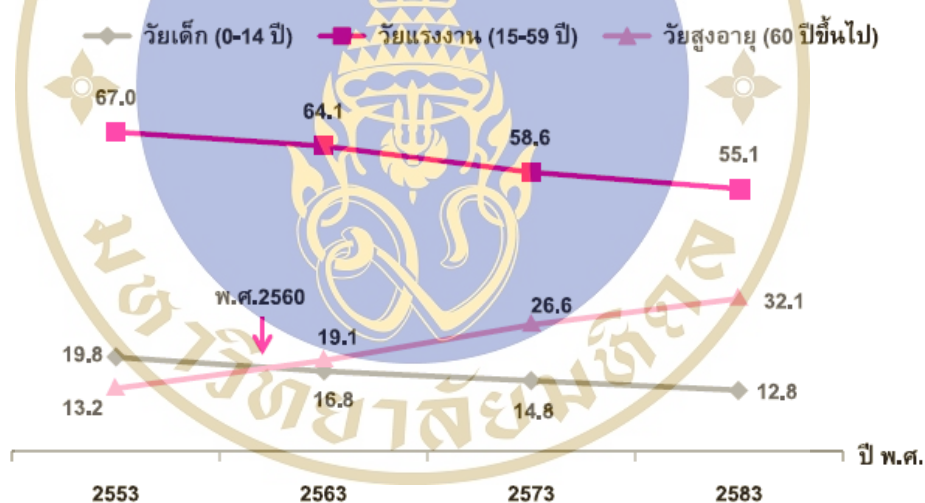


## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 หลักการและเหตุผล

สถานการณ์ด้านประชากรไทยในปีพุทธศักราช 2560 มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางอายุ โดยสัดส่วนของประชากรวัยเด็ก และวัยแรงงาน มีแนวโน้มลดลง ในขณะที่สัดส่วนประชากรวัยสูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นของประชากรที่อยู่ในวัยพึ่งพิง ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสุขภาพ ดังจะเห็นได้จากแผนภูมิที่ 1-1 ซึ่งนับตั้งแต่ปี 2560 จะเข้าสู่ช่วงที่มีประชากรวัยสูงอายุเป็นสัดส่วนที่สูงขึ้นอย่างชัดเจนมากกว่าวัยเด็ก (มูลนิธิพัฒนางานผู้สูงอายุ, 2558)



แหล่งข้อมูล: 1. สำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ.2553 สำนักงานสถิติแห่งชาติ  
2. การคาดประมาณประชากรของประเทศไทย พ.ศ.2553 – พ.ศ.2583  
สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ภาพที่ 1-1 สัดส่วนประชากรไทย วัยเด็ก วัยแรงงานและวัยสูงอายุ ในปี พ.ศ. 2553 – พ.ศ. 2583

เมื่อเทียบอัตราส่วนเกือหนุนผู้สูงอายุ (Potential support ratio: PSR) ซึ่งดูว่าจะมีคนวัยแรงงาน (อายุ 15-59 ปี) จำนวนกี่คนที่จะมีศักยภาพดูแลเกือหนุนผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) 1 คน พบว่าในปี 2558 มีตัวเลขอยู่ที่ 4.8 คน และจะลดลงเหลือเพียง 2.4 คนในอีก 20 ปีข้างหน้า (ปีพ.ศ. 2558 และ ป.ร.ม.ท., 2558)

การที่ผู้สูงอายุมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นนั้น สืบเนื่องมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทางการแพทย์ ซึ่งสิ่งที่เป็นต่อเหล่าผู้สูงอายุในการที่จะดำรงชีวิตวัยสูงอายุอย่างเป็นอิสระ จะต้องมีการอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อชดเชยกำลังร่างกายที่เสื่อมถอยลงไป และช่วยเหลือให้ผู้สูงอายุนั้นสามารถดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวัน ได้อย่างราบรื่น โดยอาศัยการพึ่งพาผู้อื่นน้อยที่สุด เนื่องจากวัยสูงอายุเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงนอกจากทางร่างกายแล้ว ยังมีการเปลี่ยนแปลงด้านสภาพทางสังคม และสภาพจิตใจที่ต้องการเป็นผู้มีคุณค่าไม่ต้องการเป็นภาระแก่ผู้อื่นอีกด้วย (อุบลรัตน์, 2551)

ปัจจุบันผู้คนมีตัวเลือกในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ ที่มีหลากหลายรูปแบบมากขึ้น เนื่องจากการพัฒนาทางเทคโนโลยีการสื่อสาร ซึ่งผู้สูงอายุนอกจากการใช้สื่อดั้งเดิมที่เป็นรูปแบบที่คุ้นเคยมานาน เช่น สื่อมวลชน อย่างโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ แล้ว ปัจจุบันผู้สูงอายุยังเริ่มมีการเรียนรู้การใช้สื่อใหม่ๆ เช่น คอมพิวเตอร์พกพา โน้ตบุ๊ก โทรศัพท์มือถือที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อใช้หาข้อมูลและติดต่อสื่อสารเพิ่มขึ้น โดยมีการศึกษาการใช้งานอินเทอร์เน็ตในกลุ่มผู้สูงอายุชาวอเมริกันอายุ 50 ปีขึ้นไป พบว่ามีการใช้งานผ่านคอมพิวเตอร์ถึง 90% และใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือ 34% (Fathom, 2012)

จากความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาดกับความตั้งใจจะซื้ออุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุไทย ซึ่งจะมีประโยชน์ต่อองค์กรต่างๆ ในการนำข้อมูลไปวางแผนการใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดอย่างตรงกลุ่มเป้าหมาย และนำข้อมูลความสนใจเกี่ยวกับการซื้ออุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุเพื่อให้นำเสนอและให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการ



## 1.2 คำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย

### 1.2.1 คำถาม

1. ผู้สูงอายุมีการเปิดรับข้อมูลผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาดอย่างไร
2. ผู้สูงอายุมีความตั้งใจจะซื้ออุปกรณ์อำนวยความสะดวกอย่างไร
3. ปัจจัยใดมีผลต่อความตั้งใจจะซื้ออุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุ

### 1.2.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข้อมูลผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาดของผู้สูงอายุ
2. เพื่อศึกษาความตั้งใจจะซื้ออุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุ

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้จัดทำนโยบรณำอุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุสามารถนำข้อมูลการเข้าถึงเครื่องมือสื่อสารการตลาดของผู้สูงอายุเพื่อใช้วางแผนการตลาดสำหรับนำเสนออุปกรณ์เพื่อผู้สูงอายุได้ตรงช่องทางที่มีประสิทธิภาพ และตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุ
2. หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนต่างๆ เช่น กระทรวงสาธารณสุข โรงพยาบาลมูลนิธิที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุมีข้อมูลช่องทางการสื่อสารและความสนใจเกี่ยวกับความต้องการใช้อุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุเพื่อเป็นแนวทางวางแผนพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ
3. สำหรับผู้ที่สนใจศึกษาพฤติกรรมของผู้สูงอายุในเรื่องการเปิดรับข้อมูลผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาดกับความตั้งใจจะซื้ออุปกรณ์อำนวยความสะดวก

## 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาการเปิดรับข้อมูลผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาดกับความตั้งใจจะซื้ออุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุไทย โดยเก็บตัวอย่างจากผู้สูงอายุชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 55-65 ปี จำนวน 10 คน และ 66-75 ปี จำนวน 10 คนรวมทั้งหมด 20 คนโดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนมีนาคมถึง เดือนเมษายน ปี พ.ศ. 2560

### 1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

**ผู้สูงอายุ** สำหรับงานวิจัยนี้กล่าวถึง ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 55ปีขึ้นไป คือผู้ที่เกิดก่อนปีพ.ศ. 2505 ซึ่งเป็นผู้มีการเปลี่ยนแปลงทางสภาพร่างกายและจิตใจ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงสถานภาพบทบาททางสังคม ครอบครัว และหน้าที่การงาน

**เครื่องมือสื่อสารการตลาด** หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ส่งต่อข้อมูลข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยแบ่งเป็น 3 ประเภทคือ

1. สื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา แผ่นพับใบปลิว
2. สื่อบุคคล ได้แก่ ผู้มีชื่อเสียง แพทย์ นักบำบัด คนในครอบครัว เพื่อนพนักงานขาย
3. สื่ออินเทอร์เน็ต ได้แก่ Website Email Pantip Youtube Google Facebook Twitter Line

**อุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุ** หมายถึง อุปกรณ์ที่ใช้เพื่อช่วยเหลือและชดเชยการเสื่อมถอยของกำลังการเคลื่อนไหวร่างกายในผู้สูงอายุ โดยใช้ในการดำเนินกิจวัตรประจำวัน แบ่งเป็นอุปกรณ์อย่างง่าย ได้แก่ ไม้เท้า อุปกรณ์พยุงเดิน (Walker) รถเข็นธรรมดา แก้วอ๊อบน้ำ และอุปกรณ์ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ได้แก่ รถเข็นไฟฟ้า สกู๊ตเตอร์

## บทที่ 2

### ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาเรื่องการเปิดรับข้อมูลผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาดกับความตั้งใจจะซื้ออุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุไทย โดยมีการนำทฤษฎีและงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องมาใช้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้

#### 2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- 2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและพฤติกรรมการซื้อ
- 2.1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารและสื่อ
- 2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

#### 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- 2.2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ
- 2.2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างประเทศ

## 2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

### 2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและพฤติกรรมกาซื้อ

Phillip Kotler และ Gary Armstrong (1990) ได้อธิบายถึงการเกิดพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยอาศัย S-R Theory ในรูปของแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (A Model of Consumer Behavior) ดังนี้

สิ่งกระตุ้นภายนอก (Stimuli)	ความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box)	การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Responses)
สิ่งกระตุ้นทางการตลาด <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์</li> <li>- ราคา</li> <li>- การจัดจำหน่าย</li> <li>- การส่งเสริมการตลาด</li> </ul>	ลักษณะของผู้ซื้อ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ปัจจัยทางวัฒนธรรม</li> <li>- ปัจจัยทางสังคม</li> <li>- ปัจจัยส่วนบุคคล</li> <li>- ปัจจัยด้านจิตวิทยา</li> </ul>	การเลือกผลิตภัณฑ์ <ul style="list-style-type: none"> <li>- การเลือกตราซื้อ</li> <li>- การเลือกผู้ขาย</li> <li>- การเลือกเวลาในการซื้อ</li> <li>- การเลือกปริมาณในการซื้อ</li> </ul>
สิ่งกระตุ้นอื่นๆ <ul style="list-style-type: none"> <li>- เศรษฐกิจ</li> <li>- เทคโนโลยี</li> <li>- การเมือง</li> <li>- วัฒนธรรม</li> </ul>	กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความต้องการที่ได้รับกระตุ้น</li> <li>- การแสวงหาข้อมูล</li> <li>- การประเมินทางเลือก</li> <li>- การตัดสินใจซื้อ</li> <li>- ความรู้สึกหลังการซื้อ</li> </ul>	

ภาพที่ 2-1 รูปแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (A Model of Consumer Behavior)

#### สิ่งกระตุ้นภายนอกของผู้ซื้อ (Stimuli)

สิ่งที่กระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคอาจเกิดจากแรงกระตุ้นภายในร่างกายของผู้บริโภคเอง เช่น ความหิวกระหาย หรืออาจเป็นสิ่งที่อยู่ภายนอกซึ่งได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด และสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ส่วนมากนักการตลาดจะให้ความสำคัญกับสิ่งกระตุ้นภายนอก โดยพยายามจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก โดยเฉพาะสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้สามารถจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้านั้น

### สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimuli)

สิ่งกระตุ้นทางการตลาดเป็นสิ่งที่นักการตลาดสามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้นได้ ซึ่งเกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามสะดุดตา ด้านราคา เช่น เงื่อนไขการชำระเงินหรือส่วนลด ด้านการจัดช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น มีผลิตภัณฑ์จำหน่ายอย่างทั่วถึง และด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การลดแลกแจกแถม การโฆษณาที่สม่ำเสมอ หากนักการตลาดเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภค และสามารถจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้ ย่อมจะเป็นเครื่องมือที่สามารถกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความต้องการได้ ซึ่งจะนำไปสู่พฤติกรรมการณ์การซื้อในที่สุด

### สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimuli)

สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ที่อยู่ภายนอกองค์กรที่นักการตลาดไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภคจะมีผลต่อความต้องการซื้อของผู้บริโภค เทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยและรวดเร็ว ทำให้ผู้บริโภคต้องการใช้โทรศัพท์มือถือถือกันมากขึ้น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะมีผลต่อความต้องการในสินค้านั้น และขนบธรรมเนียมประเพณีในเทศกาลต่าง ๆ จะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความต้องการสินค้าเฉพาะอย่างในเทศกาลนั้น ๆ เป็นต้น

### ความรู้สึกลึกซึ้งของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box)

กล่องคำหรือความรู้สึกลึกซึ้งของผู้ซื้อมาจากลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristic) ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจาก ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางจิตวิทยา นอกจากนี้ยังได้รับอิทธิพลมาจากกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer Decision Process) ที่ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

1. ความต้องการได้รับการกระตุ้นหรือการรับรู้ถึงความต้องการ (Need arousal or Problem recognition) จุดเริ่มต้นของกระบวนการซื้อคือ การที่ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาหรือถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคอาจเป็นสิ่งกระตุ้นภายในร่างกายหรือนักการตลาดอาจสร้างสิ่งกระตุ้นทางการตลาดเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการขึ้นได้

2. การแสวงหาข้อมูล (Information search) เมื่อผู้บริโภคเกิดความต้องการแล้วจะมีการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะที่สำคัญเกี่ยวกับประเภทสินค้า ราคาสินค้า สถานที่จำหน่าย และข้อเสนอพิเศษต่างๆ ของสินค้าหลายๆ ยี่ห้อ โดยมีแหล่งข้อมูลแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

- แหล่งบุคคล (Personal Sources) ได้แก่ เพื่อนสนิท ครอบครัว และผู้ใกล้ชิด
- แหล่งการค้า (Commercial Sources) ได้แก่ โฆษณาต่าง ๆ และพนักงานของบริษัท

- แหล่งสาธารณะ (Public Sources) ได้แก่ สื่อมวลชนต่าง ๆ
- แหล่งทดลอง (Experimental Sources) ได้แก่ ผู้ที่เคยทดลองใช้สินค้านั้น ๆ แล้ว

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารก็จะนำมาเลือกโดยกำหนดความต้องการของตนเองขึ้น พิจารณาลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ ตรายี่ห้อต่างๆ ที่ได้รับข้อมูลมาเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของแต่ละยี่ห้อ และเปรียบเทียบกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตนตั้งไว้ โดยจะมีเรื่องความเชื่อ ความเชื่อต่อตรายี่ห้อและทัศนคติต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยก่อนที่จะตัดสินใจเลือกตรายี่ห้อที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) เมื่อผ่านขั้นของการประเมินทางเลือกต่าง ๆ แล้ว ผู้บริโภคจะได้สินค้าตรายี่ห้อที่ตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุดที่ตั้งใจจะซื้อ นั่นคือผู้บริโภคจะเกิดความตั้งใจที่จะซื้อ (Purchase Intention) ขึ้น แต่อย่างไรก็ตามเมื่อถึงเวลาที่จะทำการซื้อจริง อาจมีปัจจัยอื่นเข้ามามีผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้อีก ได้แก่ ปัจจัยทางด้านสังคม (Social factors) ปัจจัยด้านสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ (Anticipated Situation Factors)

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post-purchase behavior) พฤติกรรมและความรู้สึกหลังการซื้อของที่ดีจะมีผลต่อความพึงพอใจในตัวสินค้าและการซื้อซ้ำ แต่ในทางตรงข้ามหากใช้แล้วไม่พอใจผู้บริโภคจะเกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อตัวสินค้าและเลิกใช้ในที่สุด

#### การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Responses)

การตอบสนองของผู้ซื้อ หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้ การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice) ที่จะมาตอบสนองความต้องการ การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice) การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Time) การเลือกปริมาณในการซื้อ (Purchase Amount) เป็นต้น

### 2.1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารและสื่อ

ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์. (2544). บุคคลจะเปิดรับข่าวสารอยู่ 3 ลักษณะ คือ

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนโดยผู้รับสารมีความคาดหวังว่าการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนลักษณะนิสัยเปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างได้โดยการเลือกรับสื่อมวลชนจะขึ้นกับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเพราะแต่ละบุคคลย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์แตกต่างกัน

2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อบุคคลหมายถึงตัวบุคคลที่นำข่าวจากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง โดยมีการติดต่อกันระหว่างบุคคล มีปฏิริยาโต้ตอบ ซึ่งสื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์กับสารที่ต้องการให้ผู้รับสารเข้าใจกระจ่าง และตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจ โดยสามารถเป็นทั้งการติดต่อโดยตรง ตัวต่อตัว และการติดต่อโดยกลุ่มที่มีผู้มีส่วนร่วมในการสื่อสารโดยมุ่งไปทิศทางหนึ่ง

3. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ สื่อเฉพาะกิจหมายถึงสื่อที่ถูกผลิตขึ้นเพื่อจุดมุ่งหมายที่เฉพาะเจาะจง มีเนื้อหาสาระเพื่อผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม ตัวอย่างเช่น แผ่นพับ ไปสเตอร์ โบปลิว คู่มือ เป็นต้น โดยผู้รับสารจะได้รับข้อมูลหรือความรู้เรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง

เสรี วงษ์มณฑา. (2546). ได้แบ่งประเภทรูปแบบของสื่อออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

1. สื่อบุคคล คือผู้ใช้สื่อสารและรับสารในลักษณะการเผชิญหน้ากัน โดยสามารถสื่อสารได้ทั้งแบบที่มีผู้รับสารคนเดียว หรือแบบการประชุมที่มีผู้รับสารมากกว่า 1 คนแต่มักเป็นการสื่อสารในวงแคบ ซึ่งเป็นการสื่อสารโต้ตอบได้แบบสองทาง ตัวอย่างเช่น พนักงานขาย พนักงานแนะนำสินค้า

2. สื่อมวลชน คือสื่อที่นำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารที่มีจำนวนมากได้อย่างรวดเร็วในเวลาใกล้เคียงกัน โดยสื่อนี้สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่พึงแน่นอนได้ ตัวอย่างเช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร

3. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือสื่อที่ให้ปริมาณข้อมูลข่าวสารได้มาก โดยมีทั้งภาพ เสียง มีการเคลื่อนไหว ดูเสมือนจริงโดยกลุ่มคนรุ่นใหม่ให้ความสนใจมาก สามารถกระจายข่าวสารได้รวดเร็วไร้ข้อจำกัด ตัวอย่างเช่น อินเทอร์เน็ต อีเมล

### 2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2540). ได้แบ่งกลุ่มผู้สูงอายุ โดยแบ่งตามลักษณะด้านจิตสังคม และชีววิทยา โดยแบ่งออกเป็น 4 ช่วง ดังนี้

1) The Young-old คือช่วงอายุประมาณ 60-69 ปี เป็นช่วงที่เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงของชีวิตหลายด้าน เช่น การเกษียณอายุรายได้ที่ลดลง การสูญเสียตำแหน่งทางสังคม โดยทั่วไปช่วงนี้ร่างกายยังคงแข็งแรง แต่อาจต้องพึ่งพิงผู้อื่นบ้างยังมีสมรรถภาพด้านต่าง ๆ ใกล้เคียงกับคนหนุ่มสาว

2) The Middle-aged Old คือช่วงอายุประมาณตั้งแต่ 70-79 ปี เป็นช่วงที่เริ่มเจ็บป่วย เริ่มมีการสูญเสียเพื่อนและสมาชิกในครอบครัวที่อายุใกล้เคียงกันมากขึ้น

3) The Old-old คือช่วงอายุประมาณ 80-90 ปี ผู้ที่มีอายุยืนยาวถึงระดับนี้จะปรับตัวให้

เข้ากับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เพราะสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับคนวัยนี้ต้องมีความเป็นส่วนตัวมากขึ้น ไม่ว่าจะวัย แต่ก็ต้องอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ยังกระตุ้นความมีชีวิตภาพในแง่ต่าง ๆ ตามวัยผู้สูงอายุ ระยะเวลาที่ต้องการความช่วยเหลือจากผู้อื่นมากกว่าเดิมและจะเริ่มนึกถึงอดีตมากยิ่งขึ้น

4) The Very Old-old คือผู้มีอายุประมาณ 90-99 ปี ผู้ที่อายุยืนถึงระดับนี้มีจำนวนค่อนข้างน้อย เป็นระยะที่มักมีปัญหาทางสุขภาพผู้สูงอายุในวัยนี้ควรได้ทำตามสิ่งที่อยากทำในชีวิต สำหรับผู้สูงอายุกลุ่มนี้ที่ได้พบผ่านวิกฤตต่าง ๆ ของชีวิตมาแล้วด้วยดีมากมาย จากนี้จะเป็นระยะแห่งความสุขสงบพอใจในตนเอง

อุบลรัตน์ เฟิงสถิตย์. (2551). กล่าวว่าโดยทั่วไปผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไปเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีการสั่งสมประสบการณ์ในชีวิตมากมาย และเมื่อมีอายุมากขึ้นร่างกายและจิตใจจะเสื่อมถอยอย่างชัดเจน ดังนั้นจึงต้องทำความเข้าใจในลักษณะสำคัญของผู้สูงอายุ ได้แก่

- 1) ผู้สูงอายุอยู่ในวัยของการเสื่อมถอยทั้งทางร่างกายและจิตใจอย่างเห็นได้ชัด เช่น ความจำเสื่อมถอย ร่างกายอ่อนแอ พฤติกรรมกลับเป็นเด็ก บางรายมีอาการทางจิตร่วมด้วย
- 2) ผู้สูงอายุเป็นวัยที่ต้องเผชิญกับบทบาทการเปลี่ยนแปลงในสังคม เช่น สถานการณ์ในครอบครัว ลักษณะการประกอบอาชีพ
- 3) ผู้สูงอายุเป็นวัยที่ต้องการปรับปรุงตัวเพื่อให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุข และมีสุขลักษณะที่ดีด้วยการเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องแบบแผนการกิน การนอน การออกกำลังกาย ู้วิธีการตรวจสุขภาพทางด้านร่างกาย รวมทั้งก่อนเข้าสู่ผู้สูงอายุต้องรู้จักวิธีการเตรียมตัว เพื่อเป็นผู้สูงอายุที่มีคุณภาพอีกด้วย

## 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ

สุทธิ ศิริวงศ์พากร. (2556). ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการพึ่งตนเองของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความสามารถในการพึ่งตนเอง ความสัมพันธ์ระหว่างหัวข้อทั้งสอง และความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความสามารถในการพึ่งตนเองของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร โดยเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้มีอายุ 60 ปีขึ้นไปในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรทัศน์เป็นประจำ เปิดรับสื่อนอกครอบครัว ส่วนสื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ต เปิดรับนานๆ ครั้ง ส่วนด้านความสามารถในการพึ่งตนเองทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ สังคม และ



เศรษฐกิจ พบว่าการพึ่งตนเองด้านร่างกายมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ส่วนด้านอื่นๆเฉลี่ยอยู่ที่ปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ปฐมพร เนตินันท์. (2559). ศึกษาความสัมพันธ์ของการเปิดรับข้อมูลผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อใช้สินค้าของ “Gen Y” โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาลักษณะและระดับการเปิดรับเครื่องมือสื่อสารการตลาด 4 กลุ่มประเภทสื่อ คือ สื่อดั้งเดิม สื่อใหม่ สื่อบุคคล และสื่ออินเทอร์เน็ต กับความสัมพันธ์ของระดับการแสดงผลพฤติกรรมการซื้อใช้ 20 ประเภทสินค้า โดยมีกลุ่มตัวอย่างอายุ 21 – 36 ปี และเลือกสถานที่เก็บข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจงคือห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตต่างๆ 12 แห่ง ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับสื่อครบทุกประเภทโดยอันดับหนึ่งเป็นสื่ออินเทอร์เน็ต ส่วนพฤติกรรมการซื้อใช้สินค้ามีครบทุกกลุ่มสินค้าโดยอันดับหนึ่งเป็นอาหารและเครื่องดื่ม และมีค่าเฉลี่ยความสัมพันธ์กันระดับปานกลางระหว่างการเปิดรับเครื่องมือสื่อสารการตลาดและพฤติกรรมการซื้อใช้สินค้า ซึ่งงานวิจัยนี้จะได้นำเอารูปแบบวิธีการศึกษามาปรับใช้กับการวิจัยในกลุ่มผู้สูงอายุและกลุ่มอุปกรณที่ให้ความสนใจ

วรรณรัตน์ รัตนวรงค์. (2558). ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามกับผู้สูงอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 624 คน ผลการศึกษาพบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่หาข้อมูลสุขภาพจากแพทย์ ช่องทางสื่อที่มีข้อมูลน่าเชื่อถือมากที่สุดคือแพทย์ โดยความถี่ของการใช้งานคือครั้งละ 1 – 2 ชั่วโมง สัปดาห์ละ 2 – 3 วัน โดยผู้สูงอายุมีความพึงพอใจการใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจากช่วยให้รู้เหตุการณ์ต่างๆ ข้อมูลสุขภาพที่ค้นหาส่วนใหญ่เป็นความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคและอาการเจ็บป่วย

กันตพล บันทัดทอง. (2557). ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ เปรียบเทียบความพึงพอใจ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความพึงพอใจของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยใช้แบบสอบถามกับผู้สูงอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่าผู้สูงอายุมีความพึงพอใจและมีแรงจูงใจระดับมากในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยใช้เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสาร คุยกับเพื่อนปัจจุบันและเพื่อนเก่า รวมถึงใช้เล่นเกมส เป็นอันดับต้นๆ ส่วนมากใช้ผ่านช่องทางโทรศัพท์มือถือ เป็นการใช้งานขณะอยู่ที่บ้าน ความถี่มากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ ครั้งละ 1-2 ชั่วโมง ส่วนมากใช้ช่วงกลางวัน โดยใช้ Line มากที่สุด

## 2.2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างประเทศ

Mirel and Carper. (2014). ได้ทำการศึกษาในหัวข้อ “Trends in Health Care Expenditures for the Elderly, Age 65 and Over: 2001, 2006, and 2011” ในประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อวิเคราะห์งบประมาณที่ใช้จ่ายเกี่ยวกับค่ารักษาพยาบาลของผู้สูงอายุในแต่ละปี พบว่าในปี 2001 มีจำนวนผู้สูงอายุเกินอายุ 65 ปี อยู่ 35.8 ล้านคน ปี 2006 มี 38 ล้านคน และในปี 2011 จำนวนเพิ่มสูงขึ้นเป็น 43.6 ล้านคน ซึ่งค่าใช้จ่ายในภาพรวมเพิ่มสูงขึ้นมากเช่นเดียวกัน โดยในปี 2001 มีค่าใช้จ่ายราว 304.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และในปี 2011 มีค่าใช้จ่ายถึง 414.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเห็นได้ว่าผู้สูงอายุจะมีการใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสุขภาพและการรักษาพยาบาลค่อนข้างมาก

Haque. (2016). ได้ทำการศึกษาในหัวข้อ “Active Ageing Level of Older Persons: Regional Comparison in Thailand” ในประเทศไทยเพื่อสร้างโมเดลภาวะ Active Ageing (เป็นดัชนี 0-1 ซึ่งค่า 1 คือมากที่สุด) โดย WHO ได้นิยามว่า Active Ageing เป็นแนวความคิดและการทำงานเพื่อปรับปรุงและสร้างโอกาสสำหรับสุขภาพ การมีส่วนร่วมในสังคมและความปลอดภัยเพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตของคนที่มีอายุมากขึ้น จากการศึกษาพบว่าระดับ Active Ageing ของประชาชนในประเทศไทยไม่สูงนัก โดยค่า AAI เฉลี่ยของผู้หญิงเท่ากับ 0.64 และ ผู้ชายเท่ากับ 0.61 อีกทั้งยังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และยังพบว่าประชาชนภาคกลางมี Active Ageing Index ต่ำกว่าภาคอื่น รัฐบาลจึงควรจัดสรร โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชากรผู้สูงอายุโดยอาจเน้นภาคกลางก่อน โดยสามารถบอกความสามารถในการพึ่งพาตนเองซึ่งสามารถพัฒนาได้จากความพร้อมของร่างกาย

Gregoire. (2003). ได้ทำการศึกษาในหัวข้อ “The Impact of Aging on Consumer Responses: What Do We Know” ในประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อสร้างโมเดลการศึกษาเรื่องการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคสูงอายุ โดยสรุปได้เป็น Conceptual Model ในฝั่งของตัวแปรต้นเป็น Age-Related Change สามประการ ได้แก่เชิงจิตวิทยาหมายถึงการประมวลผลข้อมูล อารมณ์และนิสัยทางชีวภาพรวมถึงภาพรวมระบบของร่างกายและต่อมรับรู้ต่างๆ และทางสังคมคือความสัมพันธ์กับบุคคลต่างๆและการมีเวลา ซึ่งอาจส่งผลต่อการตอบสนองของผู้บริโภคกลุ่มนี้ทั้งสามอย่าง ในแง่ของการรับรู้สื่อ (Cognition) คือการเลือกแหล่งข้อมูลและเลือกร้านค้า ความรู้สึกเชิงทัศนคติ (Affect) ต่อโฆษณาและเทคโนโลยี และพฤติกรรม (Behavior) คือการเลือกซื้อสินค้า การเลือกยี่ห้อและการแสดงความไม่พอใจ โดยการตอบสนองทั้งสามอย่างดังกล่าวจะส่งผลต่อกันในทิศทางเดียวคือ การรับรู้สื่อส่งผลต่อความรู้สึกเชิงทัศนคติและส่งผลต่อพฤติกรรมในท้ายที่สุด ซึ่งจากการวิจัยนี้พบว่าการรับรู้สื่อของผู้สูงอายุจะส่งผลต่อทัศนคติและส่งผลต่อไปยังพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมุ่งทำการศึกษาเรื่องการเปิดรับข้อมูลผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาดกับความตั้งใจซื้ออุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุไทย โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ โดยแบ่งขั้นตอนและขอบเขตการวิจัยตามรายละเอียดดังนี้

- 3.1 วิธีการวิจัย
- 3.2 กลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

### 3.1 วิธีการวิจัย

การกำหนดระเบียบวิธีการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กระบวนการวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย กระบวนการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารหรือการวิจัยเชิงเอกสาร และกระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีเหตุผลของการนำระเบียบวิธีการวิจัยหรือกระบวนการวิจัยดังกล่าวข้างต้น มาใช้ในการดำเนินกระบวนการวิจัย ดังต่อไปนี้

#### 3.1.1 การวิจัยเชิงเอกสาร

ประกอบด้วย การทบทวนแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมผู้บริโภคและ พฤติกรรมการซื้อทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure) และแนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุรวมถึง ได้ศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อของงานวิจัยที่ต้องการศึกษา

### 3.1.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก

ประกอบด้วยการออกแบบ โครงสร้างของข้อคำถามที่สามารถนำไปใช้ในการ สัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง หรือการสัมภาษณ์แบบชี้นำ (guided interview) เป็นการสัมภาษณ์แบบ ปลายเปิด ซึ่งเป็นกระบวนการวิจัยที่มีความยืดหยุ่นและเปิดกว้างมีการนำคำสำคัญ (keywords) มา ใช้ประกอบในร่างข้อคำถามลักษณะของข้อคำถามมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับเปลี่ยนคำถามให้ มีความสอดคล้องกับผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคน

### 3.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของผู้เข้าร่วมวิจัยที่จะใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นผู้สูงอายุชาวไทยที่มีอายุ ตั้งแต่ 55-65 ปี จำนวน 10 คน และ 66-75 ปี จำนวน 10 คนรวมทั้งหมด 20 คน แยกเป็นเพศชายและ เพศหญิงกลุ่มละ 5 คนเท่าๆกัน โดยกลุ่มตัวอย่างไม่จำกัดว่าต้องเคยใช้อุปกรณ์อำนวยความสะดวก ของผู้สูงอายุหรือไม่ สามารถเข้าร่วมได้ทั้งผู้ที่เคยใช้อุปกรณ์และยังไม่เคยใช้อุปกรณ์

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นการวิจัยสืบค้นแนวคิด ทฤษฎีเชิง เอกสาร นอกจากนี้ยังมีแบบสัมภาษณ์เชิงลึกที่นำมาวิเคราะห์ตีความโดยใช้ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวม ข้อมูล โดยมีคำถามนำสำหรับการสัมภาษณ์ ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 : ประเด็นเรื่องพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุ

ส่วนที่ 3 : ประเด็นเรื่องการเปิดรับข้อมูลผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาด

โดยมีแบบสัมภาษณ์ซึ่งเป็นคำถามนำแสดงไว้ในส่วนภาคผนวก ก

### 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้การสัมภาษณ์ จดบันทึกข้อมูลและบันทึกเทปรายบุคคล จากนั้นผู้วิจัยใช้แนวทางวิเคราะห์ข้อมูลพร้อมกับการเก็บข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาถอดเทปโดยบันทึกเป็นข้อความเชิงบรรยายจากสิ่งที่ได้รับการบอกกล่าวตามลำดับเนื้อหาในแบบสัมภาษณ์หลังจากนั้นรวบรวมข้อมูลทั้งหมดจากผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนจนครบและนำข้อมูลที่ได้เข้าสู่ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

### 3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ผลและจัดระเบียบข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยดำเนินการร่วมกับการรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร ใช้การอ่านทบทวนและวิเคราะห์ทำความเข้าใจกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยกระบวนการและวิธีการวิเคราะห์จะดำเนินการตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ คือวิเคราะห์ข้อมูลจากประเด็นหลัก ดึงคำสำคัญที่พบจากการสัมภาษณ์ จากนั้นจึงพิจารณาแบ่งเป็นประเด็นย่อย และนำข้อมูลที่ได้รับจากการวิเคราะห์เนื้อหาแล้วมาบรรยายสิ่งที่ค้นพบที่น่าสนใจจากการวิจัยเชิงคุณภาพ

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องการเปิดรับข้อมูลผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาดกับความตั้งใจจะซื้ออุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุไทยเป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาความคิดเห็นของบุคคลแต่ละกลุ่มที่มีต่ออุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุและสื่อต่างๆ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสัมภาษณ์เชิงลึก และได้แบ่งกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ เป็น 2 กลุ่ม ตามช่วงอายุ คือ ผู้สูงอายุชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 55-65 ปี จำนวน 10 คน และ 66-75 ปี จำนวน 10 คนรวมทั้งหมด 20 คน โดยกลุ่มตัวอย่างมีทั้งผู้ที่เคยใช้อุปกรณ์และยังไม่เคยใช้อุปกรณ์แล้วนำข้อมูลไปวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ซึ่งการนำเสนอผลการวิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

- 4.1 ประเด็นเรื่องการเปิดรับข้อมูลผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาด
- 4.2 ประเด็นเรื่องพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุ

#### 4.1 ประเด็นเรื่องการเปิดรับข้อมูลผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาด

##### 4.1.1 สื่อมวลชน กลุ่มตัวอย่างมีการเลือกรับสื่อมวลชนรูปแบบต่างๆดังนี้

อันดับที่ 1 โทรทัศน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างทุกคนมีการรับสื่อโทรทัศน์ครบทุกราย โดยแบ่งเป็น เนื้อหาสาระในการดูโทรทัศน์คือ ดูข่าว 10 ราย ดูละคร 6 ราย ดูรายการบันเทิง 3 ราย ดูสารคดี 3 ราย และดูกีฬา 2 ราย ช่องหรือรายการที่เลือกดูคือ ช่อง 3 จำนวน 5 ราย ช่อง 7 จำนวน 3 ราย ช่อง MCOT จำนวน 3 ราย และช่องต่างประเทศ จำนวน 2 ราย ความถี่ในการดูโทรทัศน์คือ ดูทุกวัน 15 ราย ดู 2-3 วันต่อสัปดาห์ 3 ราย และดูนานๆครั้ง 2 ราย ช่วงเวลาที่ดูโทรทัศน์คือ ช่วงเย็น 11 ราย ช่วงเช้า 10 ราย ช่วงดึก 6 ราย และช่วงเที่ยง 5 ราย

อันดับที่ 2 วิทยุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 9 รายมีการรับสื่อทางวิทยุ โดยฟังรายการธรรมะ 3 ราย รายการข่าว 2 ราย รายการเพลง 2 ราย และรายการอื่นทั่วไป 2 ราย คลื่นวิทยุที่ฟังมีคลื่นวิทยุจุฬา คลื่นวิทยุธรรมศาสตร์ คลื่นข่าว 96.5 ความถี่ในการฟังวิทยุคือ ฟังทุกวัน 6 ราย ฟังเป็นบางครั้ง 2 ราย ช่วงเวลาที่ฟังวิทยุส่วนใหญ่คือเปิดทิ้งไว้ฟังตลอดวัน 7 ราย

อันดับที่ 3 หนังสือพิมพ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 9 รายมีการรับสื่อทางหนังสือพิมพ์ โดยเลือกอ่านหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ 5 ราย หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ 4 ราย และหนังสือพิมพ์มติชน 2 ราย ความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์คือ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ 6 ราย อ่านทุกวัน 2 ราย และอ่าน 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ 1 ราย

สื่อมวลชนอื่นๆ ที่กลุ่มตัวอย่างได้รับ คือ ใบปลิว จำนวน 3 ราย ป้ายโฆษณาต่างๆ จำนวน 3 ราย และนิตยสาร จำนวน 1 ราย

#### 4.1.2 สื่อบุคคล กลุ่มตัวอย่างมีการเลือกติดต่อปฏิสัมพันธ์กับสื่อบุคคลต่างๆดังนี้

อันดับที่ 1 แพทย์และพยาบาล พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวนถึง 12 ราย มีการพบแพทย์เป็นประจำทุกๆ 3 เดือนจำนวน 4 ราย และพบแพทย์ทุกๆ 6 เดือนเป็นจำนวน 3 ราย โดยโรงพยาบาลหรือสถาบันที่ไปแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ โรงพยาบาลใกล้บ้านที่กลุ่มตัวอย่างอยู่อาศัย เช่น โรงพยาบาลบางพลี โรงพยาบาลศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษก โรงพยาบาลวิภาวราม โรงพยาบาลบ้านแพ้ว โรงพยาบาลวัดไร่จิง ส่วนอีกประเภทคือโรงพยาบาลตามสิทธิ์การรักษา เช่น โรงพยาบาลพระมงกุฎฯ โรงพยาบาลภูมิพล โรงพยาบาลศิริราช โรงพยาบาลสิรินธร โรงพยาบาลราชวิถี เป็นต้น

อันดับที่ 2 ครอบครัว กลุ่มตัวอย่างมีการปฏิสัมพันธ์พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนในครอบครัวเป็นจำนวนใกล้เคียงกับอันดับหนึ่งแพทย์และพยาบาล คือ 11 ราย โดยส่วนใหญ่เป็นลูกหลานภายในบ้านที่มีการพูดคุยกันทุกวัน และอีกส่วนหนึ่งคือลูกหลานที่ได้พบปะพูดคุย 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์หรือช่วงวันหยุดเสาร์อาทิตย์

อันดับที่ 3 เพื่อน โดยกลุ่มตัวอย่างจะพูดคุยปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนทั้งสมัยเรียน 4 ราย และเพื่อนสมัยทำงาน 2 ราย โดยส่วนมากเป็นการใช้แอปพลิเคชัน Line คุยกันจำนวน 5 ราย มีการนัดพบปะสังสรรค์ประจำปีจำนวน 2 ราย นัดพบปะสังสรรค์ 1-2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 2 ราย และนัดพบปะสังสรรค์ 3 - 4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 1 ราย

สื่อบุคคลอื่นๆ ที่กลุ่มตัวอย่างได้มีการเปิดรับคือ นักบวช จำนวน 3 ราย และผู้มีชื่อเสียง เช่น ดารา พิธีกร ที่ชื่นชอบจำนวน 2 ราย

**4.1.3 สื่ออินเทอร์เน็ต** กลุ่มตัวอย่างมีการเลือกรับสื่อผ่านทางอินเทอร์เน็ตในรูปแบบต่างๆ ดังต่อไปนี้

อันดับที่ 1 Line พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 11 ราย ที่มีการใช้ Line application จะใช้เป็นประจำทุกวันทั้งหมด โดยใช้คุยกับเพื่อน 7 ราย ใช้เปิดดูข้อมูลความรู้ทั่วไป 5 ราย ใช้เปิดดูข่าวสาร และ ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับตนเอง อย่างละ 3 ราย

อันดับที่ 2 Facebook กลุ่มตัวอย่างจำนวน 8 ราย มีการใช้ Facebook ส่วนมากเป็นประจำทุกวัน 5 ราย โดยใช้ดูข่าวสาร 3 ราย ดูเรื่องธรรมะ 2 ราย คุยกับเพื่อน 2 ราย และติดตามข่าวสารสำหรับผู้สูงอายุ 1 ราย

อันดับที่ 3 Google กลุ่มตัวอย่างจำนวน 7 ราย มีการใช้ Google โดยประมาณ 3 – 4 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 4 ราย ใช้โดยประมาณ 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 2 ราย และใช้ทุกวันจำนวน 1 ราย โดยเป็นการค้นหาข้อมูลความรู้ทั่วไป 6 ราย โดยหาความรู้ เช่น ด้านการแพทย์ การเกษตร การเงิน อาหาร ข่าวสาร และแผนที่

อันดับที่ 4 Youtube กลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 ราย มีการใช้ Youtube เป็นประจำทุกวัน 3 ราย และใช้ 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์ 2 ราย โดยค้นหาเพลง 3 ราย ดูข่าวสารเศรษฐกิจ การเงิน และหุ้น 1 ราย หาความรู้ทางการช่าง 1 ราย และคู่มือ 1 ราย

อันดับที่ 5 Pantip กลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 ราย มีการใช้ Pantip เป็นบางครั้ง 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยเป็นการติดตามลิงค์มาจากแหล่งอื่น ข้อมูลที่ดูจะเป็นความรู้เกี่ยวกับการเงินการลงทุน รถยนต์ อาหาร การเกษตร ข่าว และกฎหมาย

สื่ออินเทอร์เน็ตอื่นๆ ที่กลุ่มตัวอย่างได้รับคือ Website มีผู้ใช้งาน 3 ราย โดยเข้าสัปดาห์ละ 1 – 2 ครั้ง เพื่อดูรายการบันเทิง ความรู้ทางการช่าง ข่าว และการเงิน อย่างละ 1 ราย ส่วน Email มีผู้ใช้งาน 2 ราย โดยใช้ในวันทำงานในบริษัท 1 ราย และใช้นานๆครั้ง 1 ราย

นอกจากนี้ยังมีกลุ่มตัวอย่างอีกส่วนหนึ่งซึ่งยังไม่เคยมีการใช้งานสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งมีจำนวนถึง 7 ราย โดยสาเหตุที่ทุกรายไม่ได้ใช้เนื่องจากยังใช้งานอินเทอร์เน็ตไม่เป็น และมีบางส่วนคือ 3 รายในจำนวนนี้ที่มีปัญหาทางร่างกายเช่น สายตาไม่เอื้ออำนวยต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ต

**4.1.4 ความน่าเชื่อถือของสื่อต่างๆ** จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด พบว่าสื่อมวลชนที่น่าเชื่อถือที่สุดคือ โทรทัศน์ จำนวน 13 ราย โดยให้เหตุผลว่าเป็นสื่อที่ผ่านการควบคุมและคัดกรองมาแล้ว น่าจะมีความน่าเชื่อถือและสามารถตรวจสอบได้ นอกจากนี้ยังเป็นสื่อที่มีบุคคลทั่วไปเห็นพร้อมกันเป็นจำนวนมากจึงคิดว่าน่าเชื่อถือที่สุด โดยอันดับรองลงมาจำนวน 3 ราย เชื่อถือหนังสือพิมพ์ เนื่องจากมีการตีพิมพ์เป็นลายลักษณ์อักษร มีหลักฐานน่าเชื่อถือ และอีก



ส่วนหนึ่งจำนวน 3 ราย ไม่เชื่อถือสื่อมวลชนใดเลย โดยให้เหตุผลว่าจำเป็นต้องดูแลแหล่งข่าวที่มา และดูจากหลายๆช่องทางประกอบกัน จึงจะเชื่อถือข่าวนั้นๆ

บุคคลที่ชื่นชอบและให้ความน่าเชื่อถือ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมุ่งเน้นเป็นบุคคลด้านการเมืองการปกครอง โดยอันดับที่ 1 เป็นนายกรัฐมนตรีนคนปัจจุบัน คือ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา จำนวน 7 ราย โดยให้เหตุผลว่าเป็นผู้ที่ทำงานแก้ปัญหาจริง ลงมือทำงานจริง มีความตั้งใจ และมีบุคลิกภาพที่เข้าถึงได้ พุดตรงไปตรงมา อันดับที่ 2 คือ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 จำนวน 5 ราย โดยให้เหตุผลว่าเป็นแบบอย่างที่ดีในการดำเนินชีวิต และเป็นผู้ที่ทำคุณประโยชน์เพื่อสังคมส่วนรวม ส่วนบุคคลอื่นๆ ที่คนให้ความชื่นชอบและเชื่อถือยังคงเป็นนักการเมืองรุ่นก่อนๆ เช่น นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ที่มีบุคลิกและความสามารถทางการนำเสนอ และนายชวน หลีกภัย ที่เป็นแบบอย่างในการดำเนินชีวิตและการทำงานได้ และมีบุคคลที่เป็นดารานักแสดง พิธีกรบ้างจำนวนอย่างละ 1 ราย นอกจากนี้ยังมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่งคือ 4 ราย ที่ไม่ให้ความเชื่อถือบุคคลใดเป็นพิเศษ โดยกล่าวว่า เชื่อถือตนเองมากกว่า

สื่ออินเทอร์เน็ตที่กลุ่มตัวอย่างใช้ ส่วนใหญ่ให้ความเชื่อถือกับ Google จำนวน 4 ราย โดยให้เหตุผลว่าสามารถค้นหาได้ทุกข้อมูลที่ต้องการทราบ มีแหล่งอ้างอิงได้ สามารถเปรียบเทียบจากหลายๆแหล่งได้ และมีเครือข่ายที่กว้างขวาง อันดับที่สองคือเว็บไซต์ข่าว จำนวน 4 รายเช่นกัน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างคิดว่าเป็นแหล่งข่าวที่มีข้อมูลน่าเชื่อถือ ประกอบกับการมีตัวตนของสำนักข่าวนั้นๆจริง เพียงแต่เป็นการนำเสนอในรูปแบบผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต จึงมีความน่าเชื่อถือได้ อีกสื่อหนึ่งที่มีการกล่าวถึงโดยให้ความน่าเชื่อถือคือ Facebook จำนวน 2 ราย เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลว่าเป็นสื่อที่มีคนเห็นเป็นจำนวนมาก และมีแหล่งข่าวที่มาเป็นจำนวนมาก จึงดูน่าเชื่อถือ ในขณะที่เดียวกันก็มีกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ให้ความเชื่อถือกับสื่ออินเทอร์เน็ตบางสื่ออย่างชัดเจน ได้แก่ Line จำนวน 3 คน เนื่องจากข่าวสารใน Line มักเป็นข่าวเท็จหรือข่าวเก่าแล้วแต่คนยังส่งต่อกัน และแหล่งที่มาของข่าวนั้นๆไม่น่าเชื่อถือ ไม่สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาของข่าวได้ นอกจากนี้ Facebook และ Pantip ก็ยังมีผู้ไม่ให้ความเชื่อถืออย่างละ 1 ราย โดยกล่าวว่า เป็นสื่อที่แหล่งข่าวใครจะเป็นคนเขียนขึ้นมาก็ได้ จึงไม่น่าเชื่อถือ

## 4.2 ประเด็นเรื่องพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุ

4.2.1 **ประสบการณ์การใช้อุปกรณ์** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 16 ราย ไม่เคยมีประสบการณ์การใช้อุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุมาก่อน โดยให้เหตุผลว่าร่างกายยังคงแข็งแรง ยังเดินได้ ไม่มีความจำเป็นต้องใช้ รวมถึงการที่อุปกรณ์เป็นภาระต่อการเคลื่อนไหวอีกด้วย ส่วนอีกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 4 ราย เคยใช้อุปกรณ์แล้ว อุปกรณ์ที่ใช้มีรถเข็น 2 ราย ไม้เท้า 2 ราย และ สกูเตอร์ไฟฟ้า 1 ราย โดยเป็นการใช้เนื่องจากความจำเป็นทางร่างกาย และเป็นการใช้เพื่อเป็นเครื่องช่วยอำนวยความสะดวกหรือป้องกันเพิ่มความปลอดภัย

4.2.2 **อุปกรณ์ที่จะใช้** กลุ่มตัวอย่างคิดว่าตนเองไม่มีความจำเป็นต้องใช้อุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุมากถึง 8 ราย โดยเป็นกลุ่มผู้มีอายุตั้งแต่ 66 – 75 ปีจำนวน 5 ราย ซึ่งมากกว่ากลุ่มผู้มีอายุตั้งแต่ 55 – 65 ปีที่มีจำนวน 3 ราย โดยประเมินจากการที่ร่างกายยังแข็งแรงอยู่ ไม่มีความจำเป็นต้องใช้ ส่วนกลุ่มตัวอย่างอีกส่วนหนึ่งคิดว่าจะใช้กลุ่มอุปกรณ์อย่างง่ายคือ ไม้เท้า 5 ราย รถเข็น 2 ราย วอล์กเกอร์ 1 ราย และกลุ่มอุปกรณ์ขั้นสูงที่คิดว่าจะใช้คือ สกูเตอร์ไฟฟ้า 1 ราย และรถเข็นไฟฟ้า 1 ราย

4.2.3 **สาเหตุที่จะใช้อุปกรณ์** ผู้สูงอายุที่มีการเลือกอุปกรณ์ที่คิดว่าจะใช้ในอนาคส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าอุปกรณ์อย่างง่ายจะสามารถช่วยอำนวยความสะดวกได้เมื่อตนเองอายุมากขึ้น 5 ราย และสามารถช่วยในการเดินทางที่ไกลมากกว่าปกติได้ 1 ราย ส่วนอุปกรณ์ขั้นสูงจะสามารถใช้เป็นเครื่องช่วยผ่อนแรงได้ 2 ราย

4.2.4 **แหล่งค้นหาข้อมูลอุปกรณ์** ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีการเลือกค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับอุปกรณ์อย่างง่ายจากร้านค้าที่ขายอุปกรณ์การแพทย์โดยตรง จำนวน 6 ราย โดยผู้เลือกเป็นผู้มีอายุในช่วง 66 – 75 ปีทั้งหมด ส่วนลำดับที่สองของการสืบค้นข้อมูลจะใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 4 ราย ซึ่งผู้เลือกเป็นผู้มีอายุในช่วง 55 – 65 ปี 3 ราย และผู้มีอายุในช่วง 66 – 75 ปี 1 ราย ลำดับที่สามของการสืบค้นข้อมูลคือแหล่งโรงพยาบาลจำนวน 2 ราย และแหล่งอื่นๆ เช่น ร้านขายยา หนังสือ โทรทัศน์ วิทยุ จำนวนแหล่งละ 1 ราย ส่วนอุปกรณ์ขั้นสูง จะมีการค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และ ร้านขายอุปกรณ์แพทย์แหล่งละ 1 ราย

**4.2.5 บุคคลที่ใช้หาข้อมูลอุปกรณ์** กลุ่มตัวอย่างทั้งสองช่วงอายุคาดว่าจะสอบถามเพื่อค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับอุปกรณ์อย่างง่ายจากลูกหลาน คนในครอบครัว และญาติพี่น้องเป็นอันดับแรก จำนวน 11 ราย ส่วนอันดับที่สองคือแพทย์และพยาบาลจำนวน 8 ราย ซึ่งหลักๆจะมาจากกลุ่มผู้มีอายุช่วง 66- 75 ปี จำนวน 5 ราย และกลุ่มผู้มีอายุในช่วง 55 – 65 ปี 3 ราย อันดับที่สามคือสอบถามจากพนักงานขาย จำนวน 4 ราย โดยผู้ตอบส่วนใหญ่ที่เลือกพนักงานขายเป็นกลุ่มอายุ 66- 75 ปี นอกจากนั้นคือปรึกษาเพื่อน และ นักกายภาพบำบัด จำนวนแหล่งละ 3 ราย และปรึกษาจากผู้ที่เคยใช้งานมาก่อน 2 ราย ส่วนอุปกรณ์ขั้นสูงกลุ่มตัวอย่างที่เลือกจะปรึกษาแพทย์/พยาบาล และ พนักงานขาย แหล่งละ 2 ราย และปรึกษาคคนในครอบครัว เพื่อน และเลือกด้วยตนเอง แหล่งละ 1 ราย สำหรับกลุ่มผู้ที่มีการใช้อุปกรณ์อยู่แล้ว พบว่าหาข้อมูลจากคนในครอบครัวจำนวน 3 ราย นอกจากนั้นเป็นการหาข้อมูลด้วยตนเอง จากเพื่อน และจากเจ้าหน้าที่อนามัย บุคคลละ 1 ราย

**4.2.6 แหล่งซื้ออุปกรณ์** กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเลือกซื้ออุปกรณ์อย่างง่ายจากร้านขายอุปกรณ์แพทย์มากที่สุด 8 ราย โดยเป็นสัดส่วนเท่ากันครึ่งหนึ่งทั้งสองกลุ่ม ลำดับที่สองของแหล่งซื้อคือ โรงพยาบาลจำนวน 6 ราย ซึ่งผู้เลือกส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้มีอายุ 66- 75 ปี ถึง 4 ราย นอกจากนั้นคือซื้อจากร้านขายยาจำนวน 2 ราย ส่วนซื้อจากบริษัทตัวแทนจำหน่าย และ ยังไม่ทราบแหล่งซื้อ เป็นจำนวนแหล่งละ 1 ราย ส่วนอุปกรณ์ขั้นสูง ผู้ที่เลือกจะหาซื้อจากร้านขายอุปกรณ์แพทย์ และ โรงพยาบาล เท่าๆกัน จำนวนแหล่งละ 2 ราย สำหรับกลุ่มผู้ที่มีการใช้อุปกรณ์อยู่แล้ว พบว่าแหล่งซื้ออุปกรณ์อันดับแรกคือได้รับอุปกรณ์แจกฟรีจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำนวน 2 ราย ซื้อจากร้านขายอุปกรณ์แพทย์ จำนวน 2 ราย และ ซื้อจากบริษัทตัวแทนจำหน่าย 1 ราย

**4.2.7 สาเหตุที่เลือกแหล่งซื้ออุปกรณ์** สาเหตุหลักของการเลือกแหล่งซื้ออุปกรณ์อย่างง่ายคือ ความสะดวก จำนวน 7 ราย เหตุผลรองลงมาคือคุณภาพของอุปกรณ์ และการใช้สิทธิเบิกได้บางส่วน จำนวนอย่างละ 2 ราย เหตุผลอื่นๆ คือ การบริการหลังการขาย ความน่าเชื่อถือ พนักงานขาย จำนวนอย่างละ 1 ราย ส่วนอุปกรณ์ขั้นสูง กลุ่มตัวอย่างมักจะเลือกจากความสะดวก เช่นเดียวกัน จำนวน 2 ราย ส่วนเหตุผลอื่นๆ คือ การใช้สิทธิเบิกได้บางส่วน การบริการหลังการขาย ความน่าเชื่อถือ พนักงานขาย และการมีตัวเลือกให้เลือก จำนวนอย่างละ 1 ราย สำหรับกลุ่มผู้ที่มีการใช้อุปกรณ์อยู่แล้ว พบว่าสาเหตุที่เลือกแหล่งซื้ออุปกรณ์จากร้านขายอุปกรณ์แพทย์ เนื่องจากความสะดวก และ สาเหตุที่เลือกซื้ออุปกรณ์จากบริษัทตัวแทน โดยตรงเพราะเงิน ใจด้านราคาที่ดีกว่า มั่นใจในคุณภาพสินค้า และบริการหลังการขายด้านการรับประกันและการซ่อมบำรุง

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาดกับความตั้งใจจะซื้ออุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุไทยโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข้อมูลผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาดของผู้สูงอายุ โดยแบ่งเป็นสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่ออินเทอร์เน็ต และเพื่อศึกษาความตั้งใจจะซื้ออุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุโดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการหาข้อมูล ไปจนถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมุ่งทำการศึกษาผ่านวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้สูงอายุชาวไทย 2 กลุ่ม แบ่งตามช่วงอายุได้เป็น อายุตั้งแต่ 55-65 ปี จำนวน 10 คน และอายุตั้งแต่ 66-75 ปี จำนวน 10 คนรวมทั้งรวม 20 คนจากผลการวิจัยที่ได้รับจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์สรุปผลการวิจัยแบ่งออกเป็นประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

5.1 การเลือกรับสื่อของผู้สูงอายุ

5.2 การเลือกอุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุ

#### 5.1 การเลือกรับสื่อของผู้สูงอายุ

สื่อดั้งเดิมอย่างสื่อมวลชน โดยเฉพาะโทรทัศน์ ยังคงเป็นสื่อที่ผู้สูงอายุเลือกเปิดรับมากที่สุด และยังเป็นสื่อที่ผู้สูงอายุให้ความเชื่อถือมากที่สุดด้วย ดังนั้นโทรทัศน์จึงเป็นสื่อกลางที่สามารถเข้าถึงและมีอิทธิพลต่อความคิด ความรู้สึกและความเชื่อมั่นของคนกลุ่มนี้มากที่สุด

บุคคลที่ผู้สูงอายุมีการปฏิสัมพันธ์บ่อยๆ คือ คนในครอบครัว และแพทย์พยาบาล ซึ่งมีส่วนในการสร้างแรงจูงใจ และมีอิทธิพลในการเลือกซื้อหาสินค้าและบริการที่ผู้สูงอายุต้องการ ส่วนบุคคลที่ผู้สูงอายุชื่นชอบและให้ความน่าเชื่อถือ ส่วนใหญ่ในกลุ่มตัวอย่างมุ่งเน้นเป็นบุคคลด้านการเมืองการปกครอง สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับสื่อมวลชนผ่านทางโทรทัศน์และส่วนมากที่ดูรายการข่าวสารเป็นประจำ จะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้สูงอายุเป็นผู้ที่สนใจและให้ความสำคัญกับเรื่องข่าวสารบ้านเมืองและความเป็นไปรอบตัวเป็นอย่างยิ่ง ขณะเดียวกันก็มีอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งเห็นว่าบุคคล

อื่นจะต้องไม่มีอิทธิพลต่อตนเอง เนื่องจากเชื่อมั่นในตนเองมากกว่า จึงถือได้ว่าแม้ผู้สูงอายุมีความชื่นชอบและเชื่อถือในตัวบุคคลหนึ่งๆ แต่การตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้สูงอายุนั้น ผู้สูงอายุจะเป็นผู้ตัดสินใจด้วยตนเอง

ผู้สูงอายุส่วนมาก มีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตบ้าง แต่ยังมีการใช้งานในประเภทของสื่อที่ใช้อินเทอร์เน็ตที่ไม่หลากหลายนัก โดยส่วนมากจะใช้เป็นบางสื่อเท่านั้น เช่น สื่อที่ใช้เรื่องการติดต่อพูดคุยสื่อสารกันอย่าง Line และ Facebook และสื่อที่ใช้ค้นหาข้อมูลข่าวสารหรือความบันเทิงอย่าง Google และ Youtube ซึ่งถึงแม้ว่า Line และ Facebook จะมีผู้สูงอายุใช้งานมากที่สุด และบ่อยที่สุด แต่กลับเป็นสื่อที่ผู้สูงอายุให้ความเชื่อถือน้อยที่สุดเนื่องจากขาดแหล่งที่มาและการระบุวันเวลาของข่าวที่ชัดเจน

## 5.2 การเลือกอุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุ

อุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุนั้นเป็นสิ่งที่ผู้สูงอายุแต่ละรายไม่ต้องการที่จะใช้ เป็นที่น่าสังเกตว่าในกลุ่มผู้สูงอายุตอนต้น (55 – 65 ปี) จะมีความคิดที่จะใช้อุปกรณ์อำนวยความสะดวกมากกว่ากลุ่มผู้สูงอายุตอนกลาง (66 – 75 ปี) ซึ่งวิเคราะห์ว่ามาจากการคาดคะเนสภาพร่างกายล่วงหน้าถึงความเป็นไปได้หากมีอายุที่เพิ่มมากขึ้นอาจมีความต้องการใช้อุปกรณ์ช่วยเหลือ แต่สำหรับผู้สูงอายุก่อนข้างมากแล้วดังเช่นกลุ่มผู้สูงอายุช่วงหลัง เมื่อประเมินความแข็งแรงของร่างกายปัจจุบันของตนเองที่ขณะนี้ยังคงอยู่ จึงคาดว่าอุปกรณ์เหล่านี้ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องใช้

แหล่งข้อมูลที่ใช้ค้นหาเพื่อเลือกซื้ออุปกรณ์ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มมีความแตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้สูงอายุตอนต้น (55 – 65 ปี) จะใช้การค้นหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นสื่อใหม่ที่ผู้สูงอายุมีการใช้งานเพิ่มมากขึ้น ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุตอนกลาง (66 – 75 ปี) จะใช้การค้นหาข้อมูลผ่านทางหน้าร้านค้าที่ขายอุปกรณ์แพทย์เป็นหลัก ซึ่งยังเป็นช่องทางและการใช้สื่อแบบดั้งเดิม

บุคคลในกลุ่มผู้สูงอายุจะปรึกษาเกี่ยวกับการเลือกซื้ออุปกรณ์ ทั้งสองกลุ่มมีการเลือกปรึกษาญาติพี่น้องและคนในครอบครัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้สูงอายุทั้งสองกลุ่มจะยกหน้าที่ในการหาซื้ออุปกรณ์เหล่านี้ให้กับลูกหลานเป็นคนจัดการให้ทั้งหมด ดังนั้นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์ของผู้สูงอายุ คือลูกหลานซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่ที่อยู่ในวัยแรงงาน ซึ่งเป็นผู้ดูแลจัดการสิ่งต่างๆ และเป็นที่พักพิงของผู้สูงอายุ

แหล่งที่ซื้ออุปกรณ์หากต้องจัดการหาซื้อเองของกลุ่มผู้สูงอายุตอนต้น (55 – 65 ปี) ตั้งใจว่าจะซื้อผ่านทางร้านขายอุปกรณ์แพทย์เป็นหลัก ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุตอนกลาง (66 – 75 ปี) ตั้งใจว่าจะซื้อผ่านทางโรงพยาบาลเป็นหลัก และร้านขายอุปกรณ์แพทย์รองลงมา จากการวิเคราะห์ร่วมกับ

แหล่งที่ผู้สูงอายุทั้งสองกลุ่มใช้ค้นหาข้อมูลเพื่อเลือกซื้ออุปกรณ์นั้น พบว่ามีการเชื่อมโยงกัน โดยกลุ่มผู้สูงอายุตอนต้น ( 55 – 65 ปี) จะใช้การค้นหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นการค้นหาด้วยตนเอง แล้วจึงคิดว่าจะไปซื้อผ่านร้านขายอุปกรณ์แพทย์โดยตรง ในส่วนของกลุ่มผู้สูงอายุตอนกลาง (66 – 75 ปี) จะใช้การค้นหาข้อมูลผ่านทางหน้าร้านค้าที่ขายอุปกรณ์แพทย์เป็นหลัก ร่วมกับการปรึกษาแพทย์และพยาบาลด้วย จึงทำให้ตัดสินใจว่าจะซื้อผ่านทางโรงพยาบาลเป็นหลัก และร้านขายอุปกรณ์แพทย์รองลงมา ซึ่งในกลุ่มนี้จะพบว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญ ร่วมกับการได้รับสิทธิประโยชน์ทางการรักษาต่างๆ จึงมุ่งเน้นการซื้ออุปกรณ์ผ่านช่องทางโรงพยาบาล

## อภิปรายผล

จากผลการศึกษาด้านการเปิดรับข้อมูลผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาดของผู้สูงอายุ พบว่าสื่อดั้งเดิมประเภทสื่อมวลชน โทรทัศน์เป็นสื่อที่ผู้สูงอายุเปิดรับมากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการพึ่งตนเองของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ของสุจิตี ศิริวงศ์พาคร (2556) ที่พบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่รับสื่อโทรทัศน์เป็นประจำ ส่วนสื่อประเภทบุคคลจากงานวิจัยเดียวกันนี้พบว่าผู้สูงอายุมีการเปิดรับบ่อยครั้ง ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาในครั้งนี้ที่พบว่าผู้สูงอายุมีการปฏิสัมพันธ์บ่อยๆ กับคนในครอบครัว และแพทย์พยาบาล โดยการศึกษาของวรรณรัตน์ รัตนวรงค์ (2558) เรื่องพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ยังยืนยันได้ว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่หาข้อมูลสุขภาพจากแพทย์ และเชื่อถือแพทย์มากที่สุดถึงแม้จะผ่านทางช่องทางอินเทอร์เน็ตก็ตาม นอกจากนี้ การศึกษาในครั้งนี้ยังได้ขยายผลของการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุในการหาข้อมูลสุขภาพ โดยวรรณรัตน์ รัตนวรงค์ (2558) ที่มีผู้สูงอายุใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลสุขภาพ โดยสื่อที่ใช้คือช่องทาง Line Application และ Google ซึ่งLine เป็นสื่ออินเทอร์เน็ตที่ผู้สูงอายุมีการใช้มากที่สุดเช่นเดียวกันกับผลที่ได้จากงานวิจัยของกันตพล บันทัดทอง (2558) เรื่องพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุอีกด้วย

ด้านความตั้งใจจะซื้ออุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุนั้น ผู้สูงอายุส่วนมากไม่มีความจำเป็นและไม่มีความต้องการที่จะใช้อุปกรณ์เนื่องจากคิดว่าสภาพร่างกายของตนยังแข็งแรงดี และสามารถดูแลตัวเองเพื่อลดโอกาสการใช้อุปกรณ์เหล่านี้ได้ ซึ่งเมื่อดูจากการศึกษาความสามารถในการพึ่งตนเองของผู้สูงอายุโดยเฉพาะทางด้านร่างกายของสุจิตี ศิริวงศ์พาคร (2556) พบว่าผู้สูงอายุมีความสามารถในการพึ่งตนเองทางร่างกายได้ในระดับมาก จึงไม่คิดว่าจำเป็นจะต้องใช้อุปกรณ์เครื่องช่วยเหลืออำนวยความสะดวกต่างๆ ส่วนในด้านบุคคลที่ผู้สูงอายุจะหาข้อมูลประกอบการ

ตัดสินใจซื้ออุปกรณ์นั้น นอกจากความคิดที่ว่าจะให้ลูกหลานคนในครอบครัวช่วยจัดการเป็นธุระให้แล้ว ผู้ที่ให้ความเชื่อมั่นน่าเชื่อถือเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพการดูแลร่างกายก็คือแพทย์และพยาบาล สอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณรัตน์ รัตนวรงค์ (2558) ที่พบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่หาข้อมูลและให้ความเชื่อถือกับข้อมูลที่ได้จากแพทย์ ดังนั้นจึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่จะสามารถให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาให้ครบถ้วนเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุไทยได้

### ข้อเสนอแนะ

ผู้มีส่วนร่วมตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์หลักๆ คือ แพทย์/พยาบาล และโดยเฉพาะลูกหลาน หรือคนในครอบครัว ซึ่งส่วนใหญ่ผู้สูงอายุระบุว่าจะให้เป็นผู้ช่วยเหลือจัดการให้ทั้งหมด ดังนั้นผู้จัดจำหน่ายสามารถให้ข้อมูลของอุปกรณ์ผ่านบุคลากร โรงพยาบาล และ ผ่านสื่อที่ลูกหลานคนรุ่นใหม่เปิดรับร่วมด้วย เพราะบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์ของผู้สูงอายุ คือ ลูกหลานซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่ที่เป็นผู้ดูแลจัดการสิ่งต่างๆและเป็นที่พักพิงของผู้สูงอายุ เพื่อเป็นข้อมูลให้คนกลุ่มนี้ใช้ตัดสินใจในการเลือกซื้ออุปกรณ์ให้กับผู้สูงอายุในบ้าน

นอกเหนือจากสื่อมวลชนดั้งเดิมที่ผู้สูงอายุมีการใช้งานเป็นประจำแล้ว Line Application ซึ่งเป็นสื่ออินเทอร์เน็ตที่ยังสามารถเข้าถึงผู้สูงอายุโดยตรงได้มากที่สุด แต่เนื่องจากช่องทาง Line ยังขาดความน่าเชื่อถือจากกลุ่มผู้สูงอายุ ดังนั้นหากต้องการใช้ช่องทาง Line ที่เข้าถึงผู้สูงอายุส่วนมาก ผู้สื่อสารควรทำเนื้อหาให้มีความน่าเชื่อถือเพิ่มมากขึ้น โดยอ้างอิงจากบุคลากรทางการแพทย์ที่ผู้สูงอายุให้ความเชื่อถือ นอกจากนี้ควรระบุแหล่งที่มาของข้อมูลให้ตรวจสอบอ้างอิงได้ ระบุวันเดือนปีของข้อมูลต่างๆ ให้ชัดเจน และสร้างเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของผู้สูงอายุ เพราะผู้สูงอายุจะเลือกดูสิ่งที่เกี่ยวข้องกับตนเองมากที่สุด

## บรรณานุกรม

- กันตพล บันทัดทอง. (2558). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์. (2544). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปฐมมาพร เนตินันท์. (2559). ความสัมพันธ์ของการเปิดรับข้อมูลผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อใช้สินค้าของ Gen Y. วารสารปัญญาภิวัฒน์, 8 (ฉบับพิเศษ), 208 – 222.
- ปัทมา ว่าพัฒนางศ์ และ ปราโมทย์ ประสาทกุล. (2558). ประชากรไทยในอนาคต. สถาบันวิจัยประชากรและสังคม, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- มูลนิธิพัฒนางานผู้สูงอายุ. (2015). สถานการณ์ผู้สูงอายุในประเทศไทย (ด้านประชากร). Foundation for Older Persons' Development.
- วรรณรัตน์ รัตนวรงค์. (2558). พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. Journal of Behavioral Science for Development, 7, 169–185.
- ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2540). จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุคี ศรีวงศ์พากร. (2556). การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการพึ่งตนเองของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- เสรีวงษ์มณฑา. (2546). สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: บริษัทธนรัชการพิมพ์จำกัด.
- อภิรดี เฉยรอด. (2557). การศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์. กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์, กระทรวงสาธารณสุข.
- อุบลรัตน์ เฟื่องสถิตย์. (2551). จิตวิทยาผู้สูงอายุ *Psychology of Aging*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Fathom. (2012). จับตาไลฟ์สไตล์การใช้งานออนไลน์ของผู้สูงอายุ น่าสนใจไม่แพ้วัยทีน. เข้าถึงได้จาก <http://thumbsup.in.th/2013/02/seniors-boomers-internet-usage/>



## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Mirel, L.B. and Carper, K. (2014). *Trends in Health Care Expenditures for the Elderly, Age 65 and Over: 2001, 2006, and 2011*. Statistical Brief #429. Agency for Healthcare Research and Quality, Rockville, MD.
- Nuruzzaman, H. (2016). *Active Ageing Level of Older Persons: Regional Comparison in Thailand*. Journal of Aging Research, Article ID 9093018. Hindawi Publishing Corporation.
- Philip, K. and Gary, A. (1990). *Marketing: An Introduction*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc. (2nd ed.), 143.
- Yany Gregoire. (2003). *The Impact of Aging on Consumer Responses: What Do We Know?* Advances in Consumer Research, 30, 19–26.



## ภาคผนวก ก

### แบบสอบถามการสัมภาษณ์เชิงลึก เรื่อง การศึกษาการเปิดรับข้อมูลผ่านเครื่องมือสื่อสาร การตลาดกับความตั้งใจซื้ออุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุไทย

#### คำชี้แจง

1. การสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาทำงานวิจัยของนักศึกษาปริญญาโท ภาควิชาการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านในการตอบคำถามอย่างละเอียดและครบถ้วนตามความเป็นจริง ทั้งนี้ผลการศึกษาจะถูกนำไปวิเคราะห์ในภาพรวมเพื่อประโยชน์ในเชิงวิชาการแก่ผู้ที่สนใจ ข้อมูลที่ได้รับจะนำไปใช้ในการศึกษาเชิงวิชาการเท่านั้น
2. เครื่องมือสื่อสารการตลาด หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ส่งข้อมูลข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์จากผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสาร แบ่งเป็น 3 ประเภทคือ
  - สื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์วิทยุหนังสือพิมพ์นิตยสารป้ายโฆษณาแผ่นพับใบปลิว
  - สื่อบุคคล ได้แก่ ผู้มีชื่อเสียง แพทย์ นักบำบัด คนในครอบครัว เพื่อน พนักงานขาย
  - สื่ออินเทอร์เน็ต ได้แก่ เว็บไซต์ อีเมล Pantip Youtube Google Facebook Twitter Line
3. อุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุ หมายถึง อุปกรณ์ที่ใช้เพื่อช่วยเหลือและชดเชยการเสื่อมถอยของกำลังการเคลื่อนไหวร่างกายในผู้สูงอายุ โดยใช้ในการดำเนินกิจวัตรประจำวัน โดยแบ่งกลุ่มอุปกรณ์อย่างง่าย ได้แก่ ไม้เท้า อุปกรณ์พุงเดิน (Walker) เก้าอี้อาบน้ำ รถเข็นธรรมดา และกลุ่มอุปกรณ์ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ได้แก่ รถเข็นไฟฟ้า สกู๊ตเตอร์ไฟฟ้า
4. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้
  - ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป
  - ส่วนที่ 2 : ประเด็นเรื่องพฤติกรรมการซื้ออุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุ
  - ส่วนที่ 3 : ประเด็นเรื่องการศึกษาการเปิดรับข้อมูลผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาด

## ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....
2. อายุ.....ปี                      055 – 65 ปี                      066 – 75 ปี
3. ภูมิลำเนา.....
4. สถานภาพสมรส  
 โสด                       สมรส                       หม้าย/หย่าร้าง
5. จำนวนสมาชิกที่พักอาศัยในครอบครัว.....
6. ระดับการศึกษา.....  
 ต่ำกว่าปริญญาตรี                       ระดับปริญญาตรี                       สูงกว่าปริญญาตรี
7. อาชีพ.....
8. แหล่งที่มาของรายได้  
 ได้รับความจากรอบครัว/มรดก                       รายได้จากการทำงานอย่างต่อเนื่อง  
 เบี้ยยังชีพจากรัฐบาลสำหรับผู้สูงอายุ                       เงินบำเหน็จ บำนาญ  
 เงินจากกองทุนประกันสังคม                       ดอกเบี้ยเงินออม  
 การขายสินทรัพย์ที่มีอยู่                       ผลตอบแทนจากประกันชีวิต  
 เงินปันผลจากการลงทุน                       อื่นๆ.....

## ส่วนที่ 2 : ประเด็นเรื่องพฤติกรรมการซื้ออุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุ

9. ปัจจุบันท่านมีการใช้อุปกรณ์อำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุหรือไม่

ประเภทของอุปกรณ์

กลุ่มอุปกรณ์อย่างง่าย ได้แก่ ไม้เท้า อุปกรณ์พยุงเดิน (Walker) เก้าอี้อาบน้ำ รถเข็นธรรมดา

กลุ่มอุปกรณ์ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ได้แก่ รถเข็นไฟฟ้า สกู๊ตเตอร์ไฟฟ้า

หากมีการใช้อุปกรณ์แล้ว

กลุ่มอุปกรณ์อย่างง่าย	กลุ่มอุปกรณ์ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง
ท่านใช้อุปกรณ์ใดบ้าง ..... .....	ท่านใช้อุปกรณ์ใดบ้าง ..... .....
ท่านใช้อุปกรณ์ดังกล่าวเมื่อใด ..... .....	ท่านใช้อุปกรณ์ดังกล่าวเมื่อใด ..... .....
ท่านซื้ออุปกรณ์จากแหล่งใดเพราะเหตุใด ..... .....	ท่านซื้ออุปกรณ์จากแหล่งใดเพราะเหตุใด ..... .....
ใครเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ ..... .....	ใครเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ ..... .....
เหตุใดท่านจึงเริ่มใช้อุปกรณ์ ..... .....	เหตุใดท่านจึงเริ่มใช้อุปกรณ์ ..... .....

### หากยังไม่มีการใช้อุปกรณ์

กลุ่มอุปกรณ์อย่างง่าย	กลุ่มอุปกรณ์ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง
เหตุใดท่านจึงไม่ใช้อุปกรณ์ ..... .....	เหตุใดท่านจึงไม่ใช้อุปกรณ์ ..... .....
ท่านคาดว่าจะมีโอกาสต้องใช้อุปกรณ์เหล่านี้หรือไม่ ..... .....	ท่านคาดว่าจะมีโอกาสต้องใช้อุปกรณ์เหล่านี้หรือไม่ ..... .....
ท่านคาดว่าจะปรึกษาใครหากต้องการใช้อุปกรณ์ ..... .....	ท่านคาดว่าจะปรึกษาใครหากต้องการใช้อุปกรณ์ ..... .....
ท่านคาดว่าจะหาข้อมูลเกี่ยวกับอุปกรณ์จากแหล่งใด ..... .....	ท่านคาดว่าจะหาข้อมูลเกี่ยวกับอุปกรณ์จากแหล่งใด ..... .....
ท่านคาดว่าจะซื้ออุปกรณ์จากแหล่งใดเพราะเหตุใด ..... .....	ท่านคาดว่าจะซื้ออุปกรณ์จากแหล่งใดเพราะเหตุใด ..... .....

### ส่วนที่ 3 : ประเด็นเรื่องการเปิดรับข้อมูลผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาด

10. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางใดบ้าง

สื่อมวลชน	รายละเอียด (ช่อง/รายการ/ชื่อสื่อ)	ความถี่ในการรับสื่อ
<input type="checkbox"/> โทรทัศน์	..... .....	..... .....
<input type="checkbox"/> วิทยุ	..... .....	..... .....
<input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์	..... .....	..... .....
<input type="checkbox"/> นิตยสาร	..... .....	..... .....
<input type="checkbox"/> ป้ายโฆษณา	..... .....	..... .....
<input type="checkbox"/> แผ่นพับ / ใบปลิว	..... .....	..... .....

สื่อบุคคล	รายละเอียด (สถาบัน/ความเกี่ยวข้อง)	ความถี่ในการรับสื่อ
<input type="checkbox"/> ผู้มีชื่อเสียง	..... .....	..... .....
<input type="checkbox"/> แพทย์	..... .....	..... .....
<input type="checkbox"/> นักบำบัด	..... .....	..... .....
<input type="checkbox"/> บุคคลใน ครอบครัว	..... .....	..... .....
<input type="checkbox"/> เพื่อน	..... .....	..... .....
<input type="checkbox"/> พนักงานขาย	..... .....	..... .....

สื่ออินเทอร์เน็ต	รายละเอียด (ชื่อ/ห้องระบุ/เพจ/ ประเภท)	ความถี่ในการรับสื่อ
O เว็บไซต์	..... .....	..... .....
O อีเมล	..... .....	..... .....
O Pantip	..... .....	..... .....
O Youtube	..... .....	..... .....
O Google	..... .....	..... .....
O Facebook	..... .....	..... .....
O Twitter	..... .....	..... .....
O Line	..... .....	..... .....

11. สื่อมวลชนใดที่ท่านให้ความเชื่อถือมากที่สุด เพราะเหตุใด

.....  
.....

12. บุคคลผู้มีชื่อเสียงใดที่ท่านชื่นชอบ เพราะเหตุใด

.....  
.....

13. บุคคลผู้มีชื่อเสียงใดที่มีอิทธิพลน่าเชื่อถือสำหรับท่าน เพราะเหตุใด

.....  
.....

14. สื่ออินเทอร์เน็ตใดที่ท่านให้ความเชื่อถือมากที่สุด เพราะเหตุใด

.....  
.....



## ภาคผนวก ข

### ผลการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 20 คน

#### ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1

หญิง อายุ 64 ปี ภูมิลำเนาจังหวัดสมุทรสาคร สถานภาพสมรส อาศัยอยู่กับครอบครัวทั้งหมด 6 คน จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพข้าราชการบำนาญ มีรายได้จากเงินบำนาญ ดอกเบี้ยเงินออม ผลตอบแทนจากประกันชีวิต

ยังไม่มีการใช้อุปกรณ์ฯ เพราะยังเคลื่อนไหวได้เกือบปกติ ผิดปกติเล็กน้อยแต่ก็ยังเดินเองได้ คาดว่าถ้าแก่มากก็อาจจะต้องใช้วอล์กเกอร์ หรือถ้าเดินไม่ไหวเลยก็คงต้องใช้รถเข็น ถ้าจะใช้อุปกรณ์จะปรึกษาลูก และพี่พยาบาลที่รู้จักสนิทกัน โดยหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตและถามคนที่รู้จัก ยังไม่รู้ว่าจะซื้อจากที่ไหน ต้องหาข้อมูลก่อนตัดสินใจ ส่วนอุปกรณ์ฯ ชั้นสูงคิดว่าไม่ได้ใช้แน่นอน ปล่อยให้เข็นดีกว่า ไม่นัด

สื่อมวลชนที่รับข่าวสารบ่อยที่สุดคือโทรทัศน์ ดูทุกวัน ประมาณช่วง 10.00 – 22.00 น. ถ้าวันเสาร์อาทิตย์มักจะดูช่วงเช้านิดหน่อย และช่วงเย็นถึงมืดๆ วิทยุฟังรายการธรรมะบ้าง แต่ไม่ค่อยได้ฟังแล้วเพราะคลื่นรบกวน ฟังไม่ค่อยชัด ส่วนหนังสือพิมพ์นานๆถึงจะอ่านที

สื่อบุคคลมีนัดพบแพทย์เป็นประจำที่โรงพยาบาลศิริราชทุกๆ 3 เดือน โรงพยาบาลราชวิถีและศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกทุก 6 เดือน นอกจากนี้มีเจอเพื่อนหลายๆกลุ่ม เป็นเพื่อนที่ทำงาน 1 ครั้งต่อเดือน เพื่อนสมัย มศ 5 ใช้วิธีไลน์คุยกัน ไม่ค่อยได้นัดเจอ ส่วนเพื่อนปริญญาตรีก็ไลน์คุยกัน ปีนึงได้เจอครั้งนึงนัดรวมรุ่น

สื่ออินเทอร์เน็ตใช้ไลน์เป็นประจำทุกวัน ใช้ทีนี่งหลายๆชั่วโมง ใช้เวลากับไลน์เยอะ ดูทั้งเช้า กลางวัน เย็น ติดตามคลับคนรักสุขภาพและความรู้ต่างๆไป ใช้ Google หาความรู้ทางด้านการแพทย์ การเกษตร และเกษีย ความรู้ต่างๆไป ใช้ทุกสัปดาห์ ประมาณ 1-4 ครั้งต่อสัปดาห์ มีใช้ Pantip บ้างโดยกดอ่านลิงค์จากที่ค้นหาเจอใน google

สื่อมวลชนที่เชื่อถือมากที่สุดคือโทรทัศน์ เพราะคิดว่าต้องมีการควบคุม สังเกตจากข่าวเอาว่าไม่มีการนำเสนอข่าวเอนเอียงไปฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง

บุคคลที่ชื่นชอบคือนายกรัฐมนตรีคนปัจจุบันเพราะลงมาช่วยแก้ปัญหาต่างๆอย่างจริงจัง

บุคคลที่น่าเชื่อถือและนับถือคือสมเด็จพระเทพฯ เพราะท่านทรงงานอย่างหนักเพื่อส่วนรวมและประชาชนมาโดยตลอด

สื่ออินเทอร์เน็ตที่เชื่อถือมากที่สุดคือ Google เพราะค้นหาเรื่องอะไรก็เจอ ได้ใช้ตลอดความรู้บางเรื่องเมื่อเทียบกับข่าวจากแหล่งอื่นๆก็ตรงกัน แต่ Line แทบไม่ค่อยเชื่อถือเลย บางทีข่าวไม่จริง ข่าวเก่า

## ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2

ชาย อายุ 56 ปี ภูมิลำเนาจังหวัดกรุงเทพฯ สถานภาพสมรส อาศัยอยู่กับครอบครัว 6 คน จบการศึกษาระดับปริญญาโท ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้จากการทำงาน ดอกเบี้ยเงินออม ผลตอบแทนจากประกันชีวิต ลงทุนใน RMF

ยังไม่มีการใช้อุปกรณ์ฯ เพราะรู้สึกว่าเป็นภาระ เกะกะ จริงๆปวดเข้าเดินเร็วมากไม่ได้แต่ไม่อยากใช้เพราะจะได้ดูเหมือนคนปกติ คิดว่าอาจจะใช้อุปกรณ์ไม้เท้าหลังเกษียณเวลาเดินไปไหนมาไหน จะได้ไม่รับน้ำหนักเยอะ ถ้าจะใช้อุปกรณ์จะให้ลูกช่วยดู แหล่งข้อมูลคือถามเพื่อนๆ และให้ลูกช่วยหา แหล่งซื้ออาจจะดูที่ร้านขายยาใหญ่ๆ เพราะมันสะดวกใช้เวลาในการหาข้อมูลและเลือกซื้อได้สะดวก ส่วนอุปกรณ์ฯขั้นสูง คิดว่าคงไม่ได้ใช้เพราะไม่เป็นหนักขนาดนั้น

สื่อมวลชน แฟนพับไบปส์ลิวคอน ไปเทศกาลโลดตัส โทรทัศน์ช่อง 3 ตอนเย็นทุกวัน พร้อมครอบครัว ป้ายโฆษณาเห็นตอนนั่งรถไปทำงานระหว่างทาง อ่านหนังสือพิมพ์มติชนทุกเช้า

สื่อบุคคล ปกติไปหาหมอ 3 เดือนครั้งรพ.วิภาวดีเพราะมีโรคประจำตัวเป็นความดัน มีเชลออกบูธในโรงพยาบาล บางทีชอบมีบริษัทมาจัดงานให้ความรู้ที่บริษัทด้วยเช่นเรื่องสุขภาพ เรื่องการเงิน และฟังเพื่อนๆ ทั้งเพื่อนเก่าและเพื่อนที่ทำงาน กับลูกๆ

สื่ออินเทอร์เน็ต ใช้อีเมลบริษัททุกวันยกเว้นวันหยุดเสาร์อาทิตย์ ใช้ Line ทุกวัน แต่เช็คไม่บ่อยมาก ใช้ไม่ค่อยคล่อง ไม่มี Facebook

สื่อมวลชนที่น่าเชื่อถือที่สุด คิดว่าโทรทัศน์เพราะมันออกได้ต้องลงทุนสูงและคัดกรองมาดีแล้ว น่าจะมีความน่าเชื่อถือ

บุคคลที่ชื่นชอบและน่าเชื่อถือ คือ ท่านประยุทธ์ เพราะดูพูดจ่าน่าเชื่อถือ มีหลักการฟังง่ายเข้าใจง่าย ตรงไปตรงมา ไม่อ้อมค้อมไม่หลอกลวง

สื่ออินเทอร์เน็ตที่เชื่อถือมากที่สุด คือเว็บไซด์ข่าว เช่นหนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์ เพราะมันมีหนังสือพิมพ์เป็นตัวตนจริงๆ ไม่ใช่ใครก็ไม่รู้มาพิมพ์

### ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3

ชาย อายุ 55 ปี ภูมิลำเนาจังหวัดนนทบุรี สถานภาพสมรส อาศัยอยู่กับครอบครัว 7 คน จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ มีรายได้จากการทำงาน เงินปันผลจากหุ้น ดอกเบี้ยเงินออม ผลตอบแทนจากประกันชีวิต

ยังไม่มีการใช้อุปกรณ์ฯ เพราะยังแข็งแรงดีอยู่ คิดว่ามีโอกาสต้องใช้บ้าง อยากได้สคูตเตอร์ไฟฟ้า ใช้เพื่อเบาแรงเฉยๆ ถ้าจะซื้อต้องหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตก่อน แล้วโทรถามข้อมูลจากฝ่ายขายของบริษัท โดยซื้อตรงกับบริษัท หรือผู้แทนจำหน่ายของสินค้านั้นๆ เพราะถ้ามีปัญหาอะไรจะได้ติดต่อได้ และมั่นใจว่ามีการรับประกัน ได้ของมีคุณภาพ ส่วนอุปกรณ์อย่างง่ายคิดว่าไม่น่าจะต้องใช้

สื่อมวลชน ดูข่าวจากโทรทัศน์ ช่อง 3 กับช่อง CNN ทุกวัน เข้าและเย็น วิทยูฟังคลื่น 96.5 ช่องข่าวทั้งวัน เปิดฟังทั้งวันในบ้าน

สื่อบุคคล ชอบดูสทรูทอ่านข่าว มีนัดสังสรรค์กับเพื่อนอาทิตย์ละครั้ง

สื่ออินเทอร์เน็ต ใช้ Facebook Youtube Line Pantip โดย FB ใช้ทุกวัน ติดตามเพจ่าพิชิต ใช้ตลอดในมือถือ Youtube ดูทุกวันช่วงเย็นเป็นกิจวัตร พกวิเคราะห์หุ้น วิเคราะห์เศรษฐกิจย้อนหลัง Line ใช้ทั้งวัน ไม่ได้ติดตามอะไร ใช้คุยกับเพื่อนอย่างเดียว Pantip ดูห้องสินธรและห้องรัชดา เกี่ยวกับการลงทุนและรถยนต์ ใช้สัปดาห์ละ 2-3 วันช่วงเย็น

สื่อมวลชนที่น่าเชื่อถือที่สุด หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจฉบับออนไลน์ เพราะวิเคราะห์ค่อนข้างตรง และเป็นความเคยชินด้วย

บุคคลที่ชื่นชอบ ชอบนายอภิสิทธิ์ เพราะเขาฟรีเซนต์ดี คุณฉลาด

บุคคลที่น่าเชื่อถือ คือนายประยุทธ์ เพราะลงมือทำจริงถึงจะฟรีเซนต์ไม่ค่อยดีเท่าไร

สื่ออินเทอร์เน็ตที่เชื่อถือมากที่สุด Website ข่าวเพราะว่ามันมีตัวตนน่าเชื่อถือ ส่วน Pantip ต้องฟังหูไว้หู โครมาโพสต์ก็ไม่รู้ แต่ก็ยังอ่านอยู่ดี

### ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4

ชาย อายุ 60 ปี ภูมิลำเนาจังหวัดกรุงเทพฯ สถานภาพหย่าร้าง อาศัยอยู่กับครอบครัว 3 คน จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้จากการทำงานอย่างต่อเนื่อง

ยังไม่มีการใช้อุปกรณ์ฯ ทั้งอย่างง่ายและขั้นสูง เพราะร่างกายยังแข็งแรงดีอยู่ ไม่มีความจำเป็นต้องใช้ ยังเดินได้ทำงานได้ปกติ ไม่คิดว่าจะมีโอกาสต้องใช้ถ้าดูแลตัวเองดี หากต้องซื้อ

อุปกรณ์จะปรึกษาลูกที่เป็นนักกายภาพบำบัด ให้ลูกเลือกคูให้แทน หาข้อมูลจากลูก และให้ลูกเป็นคนเลือกแหล่งที่ซื้อจัดการให้เลยทั้งหมด

สื่อมวลชน ดูโทรทัศน์อย่างเดียว โดยดูทุกอย่าง ทุกช่อง ทั้งรายการบันเทิง ข่าว ละคร ความถี่ทุกวัน โดยช่วงเช้าถึงเย็นจะฟังข่าวทั่วไป ส่วนหัวค่ำดูละครยาวเปิดยาวๆทำอย่างอื่นไปด้วย

สื่อบุคคล นอกจากลูกที่เป็นคนในครอบครัวก็คุยกับเพื่อนปริญญาตรีที่เรียนมหาวิทยาลัยรามคำแหงมาด้วยกัน นัดเจอกันบ้างเดือนละประมาณ 2 ครั้ง

สื่ออินเทอร์เน็ต ส่วนมากใช้ Youtube เปิดฟังเพลงทุกวัน ใช้ Google ค้นหาข้อมูล หาวิธีทำอาหาร อ่านข่าว หาความรู้ทั่วไป ใช้ Facebook ของลูก ดูข่าวสารการเมือง และใช้ Pantip ดูพวกกระทู้ทำอาหาร โดยพวกนี้ใช้ทุกวัน ช่วงกลางวันประมาณ 2-3 ชั่วโมงก่อนนอน ใช้อินเทอร์เน็ตพร้อมกับดูโทรทัศน์ทุกคืน เข้าเว็บไซต์ mthai บ้างสัปดาห์ละ 2 ครั้งเพื่อดูหนัง

สื่อมวลชนที่น่าเชื่อถือที่สุด ไม่มีเพราะต้องดูทุกแหล่งแล้วประเมินเอง เชื่อตัวเองมากกว่า

บุคคลที่ชื่นชอบ ดารานักแสดงชอบอมสุชา เอสเธอร์ เพราะเป็นผู้หญิงน่ารักมีเสน่ห์ ดูจากละครที่แสดง และ ปอ ทฤษฎี ชอบเพราะเป็นดาราที่วางตัวดี ไม่มีข่าวฉาว เป็นตัวอย่างที่ดี

บุคคลที่น่าเชื่อถือ ไม่มี เชื่อตัวเองมากกว่า

สื่ออินเทอร์เน็ตที่เชื่อถือมากที่สุด ไม่มี เพราะต้องอ่านจากหลายๆแหล่ง ไม่ฟังความข้างเดียว ต้องหาข้อมูลมาประกอบกันก่อนตัดสินใจเชื่อ

#### ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5

หญิง อายุ 58 ปี ภูมิลำเนาจังหวัดนครราชสีมา สถานภาพสมรส อาศัยอยู่กับครอบครัว 4 คน จบการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพแม่บ้าน มีรายได้โดยได้รับจากครอบครัว

ยังไม่มีการใช้อุปกรณ์ฯ ทั้งอย่างง่ายและขั้นสูง เนื่องจากยังสามารถลุกและเดินเองได้ดี ไม่มีความจำเป็นต้องใช้ แต่คิดว่าน่าจะต้องใช้ไม่เท่าเมื่ออายุมากขึ้น อาจมีโอกาสดูต้องใช้มากขึ้น ถ้าจะซื้อต้องปรึกษาคณะในครอบครัวให้ช่วยกันเลือกช่วยกันดู โดยหาข้อมูลจากทางอินเทอร์เน็ตน่าจะได้ง่ายหลากหลายมากที่สุด ส่วนแหล่งที่ซื้อคิดว่าอุปกรณ์อย่างง่ายหาซื้อได้ตามร้านขายยาเพราะสะดวกใกล้บ้าน แต่อุปกรณ์ฯขั้นสูงน่าจะต้องไปหาซื้อแถวศิริราชเพราะน่าจะจะมีเยอะและมีคนแนะนำได้

สื่อมวลชน ดูโทรทัศน์ทุกวัน ดูรายการช่อง One และ ช่อง Workpoint เป็นรายการบันเทิงและละคร ช่วงเช้าดูตั้งแต่ 8.00 น. ส่วนช่วงเย็นดูรายการประกวดร้องเพลง 18.00 – 19.00 น.

สื่อบุคคล ชื่นชอบการดูรายการบันเทิงและละคร ชอบคาราฟิธีกรของรายการ และพูดคุยกับคนในครอบครัวคือลูกสาวเกือบทุกวัน คุยเจตตัวบ้าง คุยทางไลน์บ้างแล้วแต่วัน

สื่ออินเทอร์เน็ต ดูหนังฟังเพลงผ่าน Youtube ทุกวัน เล่น Facebook ทุกวัน ชอบอ่านเวลามีคนแชร์ความรู้ใหม่ๆ และมี Line เอาไว้อ่านข่าวสารจากเพื่อนหรือคุยกับเพื่อนกับลูกสาว ใช้ทุกวันอ่านทุกวัน

สื่อมวลชนที่น่าเชื่อถือที่สุด คิดว่าเป็นโทรทัศน์ เพราะต้องผ่านการคัดกรองข่าวมาก่อน ผู้อ่านข่าวก็ต้องนำเสนอสิ่งที่มีหลักฐานยืนยันเรื่องจริง ตรวจสอบได้

บุคคลที่ชื่นชอบคือคุณสรยุทธ เป็นผู้ประกาศข่าวเพราะอ่านข่าวมานาน

บุคคลที่น่าเชื่อถือ ท่านประยุทธ์ นายกรัฐมนตรี เพราะตั้งใจบริหารบ้านเมือง

สื่ออินเทอร์เน็ตที่เชื่อถือมากที่สุด คือ Facebook เพราะคนทั่วไปเห็นเยอะมาก มาจากหลายๆแหล่ง ถ้าทุกแหล่งพูดตรงกันก็ถือว่าเชื่อถือได้

#### ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6

ชาย อายุ 62 ปี ภูมิลำเนาจังหวัดกรุงเทพฯ สถานภาพสมรส อาศัยอยู่กับครอบครัว 4 คน จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีรายได้จากครอบครัว เบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ

ยังไม่มีการใช้อุปกรณ์ฯ เนื่องจากร่างกายแข็งแรง ยังเดินคล่องแคล่วอยู่ คิดว่าไม่จำเป็นต้องใช้อุปกรณ์ช่วย แต่ถ้าแก่มาๆอาจจะใช้ไม้เท้าบ้าง ถ้าต้องใช้อุปกรณ์คิดว่าจะปรึกษาลูกหลานให้เลือกหาอุปกรณ์มาให้ โดยจะซื้อจากร้านขายอุปกรณ์ใกล้ๆบ้าน ส่วนอุปกรณ์ฯขั้นสูงคงไม่จำเป็นต้องใช้เพราะไม่ได้เป็นโรคอะไรหนักขนาดนั้น แข็งแรงดี

สื่อมวลชน ปกติดูข่าวจากโทรทัศน์อย่างเดียว ดูหนังดูละครบ้าง จะเป็นช่อง 7 และช่อง 3 ดูประจำ ดูทุกวัน ช่วงกลางคืน 20.00 – 22.00 น. ช่วงเช้าดูข่าว ประมาณ 8.00 – 10.00 น.

สื่อบุคคล พูดคุยเรื่องต่างๆ ไป ติดตามถามความเป็นไปลูกหลานคนในบ้าน เจอกันคุยทุกวัน

สื่ออินเทอร์เน็ต ไม่เคยใช้เลยเพราะไม่ถนัด ใช้ไม่เป็นด้วย ลูกหลานก็จะสอนแต่สายตาไม่ค่อยดี ไม่อยากจ้องหน้าจอนานๆ

สื่อมวลชนที่น่าเชื่อถือที่สุดคือโทรทัศน์ เพราะออกข่าวทันเหตุการณ์ มีแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ ลงพื้นที่จริง

บุคคลที่ชื่นชอบรวมทั้งน่าเชื่อถือคือ นายกท่านประยุทธ์ เพราะเป็นคนจริงจัง จริงใจ ตั้งใจทำงานแก้ปัญหาได้ดี

สื่ออินเทอร์เน็ตที่เชื่อถือมากที่สุด ไม่มี

### ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7

ชาย อายุ 58 ปี ภูมิลำเนาจังหวัดสมุทรปราการ สถานภาพสมรส อาศัยอยู่กับครอบครัว 4 คน จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานทั่วไปโรงพยาบาล มีรายได้จากการทำงาน ดอกเบี้ยเงินออม

ยังไม่มีการใช้อุปกรณ์ฯ เพราะยังไม่จำเป็นต้องใช้ ถ้าจะซื้ออุปกรณ์จะปรึกษาเพื่อนที่ทำงานและหมอี่ที่สนิทเป็นหลัก แหล่งข้อมูลคือเพื่อนๆที่ทำงานและหมอี่ที่สนิท แหล่งซื้ออาจจะดูจากที่มีในโรงพยาบาลที่ทำงานหรือร้านขายยาใหญ่ๆที่ใกล้เคียงเพราะน่าจะเชื่อมั่นในคุณภาพ ส่วนอุปกรณ์ฯขั้นสูง อาจไม่ได้ใช้

สื่อมวลชน โทรทัศน์ช่อง 7 ตอนเย็นเป็นบางวันพร้อมครอบครัว คู่ข่าวและละคร

สื่อบุคคล มีปรึกษาหมอี่ที่สนิทกันบ่อยๆ มีถามพนักงานขายที่มาออกบูธในโรงพยาบาลบ้าง

สื่ออินเทอร์เน็ต ใช้ Google หาข้อมูลความรู้ทั่วไปนานๆครั้ง ใช้ Facebook ทุกวัน แต่วันละไม่มาก เนื่องจากใช้ไม่ค่อยเป็น ไม่คล่อง

สื่อมวลชนที่น่าเชื่อถือที่สุด คิดว่าโทรทัศน์ เพราะดูน่าสนใจ ได้รับข้อมูลเยอะ มีภาพประกอบ มีรายงานสด แหล่งข้อมูลสืบค้นจากหลายๆช่อง

บุคคลที่ชื่นชอบและน่าเชื่อถือ คือ วิกรม กรมดิษฐ์ เพราะเป็นคนประสบความสำเร็จ แต่ยังมีอุปสรรค มีประสบการณ์สูง รอบรู้ในสิ่งต่างๆเข้าใจอย่างลึกซึ้ง

สื่ออินเทอร์เน็ตที่เชื่อถือมากที่สุด น่าจะเว็บไซต์ข่าวที่มีหนังสือพิมพ์เป็นของตัวเอง เช่นไทยรัฐ

### ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8

หญิง อายุ 58 ปี ภูมิลำเนาจังหวัดกรุงเทพฯ สถานภาพหย่าร้าง อาศัยอยู่กับครอบครัว 4 คน จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับจ้าง มีรายได้จากการทำงานอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน

ยังไม่มีการใช้อุปกรณ์ฯ ทั้งอย่างง่ายและขั้นสูง เนื่องจากไม่มีความจำเป็นต้องใช้เพราะร่างกายแข็งแรง ดูแลสุขภาพตัวเองอย่างดี และคิดว่าไม่มีโอกาสต้องใช้อุปกรณ์เหล่านี้ หากต้องซื้อหาอุปกรณ์จะปรึกษาแพทย์ตามโรงพยาบาลหากจำเป็น โดยหาข้อมูลจากโรงพยาบาล แหล่งที่ซื้อเป็นร้านอุปกรณ์การแพทย์เพราะสะดวกในการซื้อหา ส่วนอุปกรณ์ฯขั้นสูง ถ้าซื้อจะหาซื้อและขอคำแนะนำจากโรงพยาบาลเพื่อความสะดวกและน่าเชื่อถือ

สื่อมวลชน ส่วนมากฟังวิทยุที่เป็นรายการธรรมะ ฟังทุกวัน เปิดไว้ระหว่างทำงาน ระหว่างวัน มีดูโทรทัศน์บ้างนานๆที ถ้าดูก็จะดูช่อง 3 รายการต่างๆไป

สื่อบุคคล ส่วนมากพูดคุยกับคนในครอบครัวคือลูกสาวเกือบทุกวัน

สื่ออินเทอร์เน็ต ใช้ Line คุยกับเพื่อนทุกวัน แลกเปลี่ยนข่าวสาร ทักทายกัน

สื่อมวลชนที่น่าเชื่อถือที่สุด ไม่มี เพราะต้องดูและคิดซึ่งใจเองดูแหล่งข่าวหลายๆที่

บุคคลที่ชื่นชอบ ไม่มี

บุคคลที่น่าเชื่อถือ คือพระอาจารย์ เพราะชอบฟังธรรมะ เป็นหลักในการดำเนินชีวิต

สื่ออินเทอร์เน็ตที่เชื่อถือมากที่สุด ไม่มี Line ก็ต้องดูประเมินแหล่งข่าว ไม่ค่อย น่าเชื่อถือ

#### ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9

ชาย อายุ 65 ปี ภูมิลำเนาจังหวัดสมุทรปราการ สถานภาพสมรส อาศัยอยู่กับครอบครัว 4 คน จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีรายได้จากเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ เงินกองทุนประกันสังคมสำหรับคนทุพพลภาพ

มีการใช้อุปกรณ์ฯ อย่างง่าย ประเภทรถเข็นธรรมดา ก่อนหน้านี้เคยใช้ไม้เท้า ใช้อุปกรณ์ตั้งแต่ออกจากโรงพยาบาลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 หลังจากนั้นก็ใช้มาตลอด ใช้อุปกรณ์ประเภทรถเข็นมาจากอนามัย มีงานที่ Bitec บางนา เป็นรถเข็นที่ด้านหลังเขียนว่ารถเข็นพระราชทานห้ามจำหน่าย ส่วนไม้เท้าแบบสามขา ชื้อมาจากร้านขายอุปกรณ์แพทย์หน้าซีคอน ผู้ที่จัดการเรื่องการซื้อหาอุปกรณ์ที่เป็นรถเข็นคือ เจ้าหน้าที่จากอนามัยจัดการให้ แต่ก่อนใช้รถเข็นซื้อไม้เท้ามาใช้เอง ลุง(สามี) เป็นคนตัดสินใจ ไปหาซื้อมาให้ สาเหตุที่ใช้อุปกรณ์เนื่องจากเป็นอัมพาตครึ่งซีกซ้าย ไม่สามารถขยับได้ทั้งแขนขาด้านซ้าย ส่วนอุปกรณ์อื่นๆเช่นเก้าอี้อาบน้ำ หรืออุปกรณ์ฯขั้นสูง ยังไม่จำเป็นต้องใช้เพราะยังช่วยเหลือตัวเองได้อยู่

สื่อมวลชน ปกติดูข่าวและหนังจากโทรทัศน์อย่างเดียว เปลี่ยนไปเรื่อยๆ ดูทุกช่องหลักๆดูช่อง 7 และ ช่อง 3 ประจำทุกวัน ช่วงเช้าดูข่าวช่อง 7 ประมาณ 9.00 – 10.00 น. ช่วงกลางคืนดูหนัง 20.00 – 21.00 น.

สื่อบุคคล มีนัดหมอ โรงพยาบาลศูนย์สิรินธร ประเวศ และ โรงพยาบาลบางพลี แต่ก่อนข้างไกลและลำบาก 2 – 3 เดือนไปครั้งหนึ่ง แล้วแต่หมอกำหนด นักกายภาพบำบัดแต่ก่อนมีทำแต่เดี๋ยวนี้ไม่ทำแล้ว เพราะทำก็ไม่ดีขึ้นแล้ว สภาพร่างกายคงตัว

สื่ออินเทอร์เน็ต ไม่มี ไม่ได้ใช้ มีแต่หลานที่ใช้ เพราะใช้ไม่เป็น

สื่อมวลชนที่น่าเชื่อถือที่สุดคือไม่มี บางครั้งสื่อก็เชื่อถือไม่ได้ บางทีพูดผิดๆ ไม่แน่นอน ต้องดูหลายๆช่องประกอบกันไป

บุคคลที่ชื่นชอบและน่าเชื่อถือ ไม่มี

สื่ออินเทอร์เน็ตที่เชื่อถือมากที่สุด ไม่มี

### ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10

หญิง อายุ 63 ปี ภูมิลำเนาจังหวัดกรุงเทพฯ สถานภาพสมรส (หม้าย) อาศัยอยู่กับครอบครัว 4 คน จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีรายได้จากเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ มีการใช้อุปกรณ์ฯ ประเภทรถเข็นธรรมดา เนื่องจากมีโรคประจำตัว เก๊าท์ เบาหวาน ความดัน เริ่มใช้อุปกรณ์ตั้งแต่ตอนสามสี่สิบ ซ็อค เลยเดินไม่ได้มาประมาณ 2-3 ปีแล้ว รถเข็นได้มาจากอนามัยบัวเกาะ ก่อนหน้านี้ไปขอมมาเอง ตอนที่ยังเดินได้อยู่ ขอไว้ให้สามสี่มาก่อน ตอนนีสามสี่ก็มาใช้เอง ส่วนอุปกรณ์ฯ ขึ้นสูงไม่ได้ใช้ ไม่ต้องใช้เพราะอยู่แต่ในบ้าน ไม่ได้ออกไปไหน

สื่อมวลชน ดูโทรทัศน์บ้าง ส่วนมากดูละคร แต่ดูได้นิดๆหน่อยๆก็ปิด เพราะตามองไม่ค่อยเห็น ม้าๆ ดูไม่ทุกวัน ประมาณ 2-3 วันต่อสัปดาห์ไม่ถึงชั่วโมงก็ปิด ดูนานไม่ได้เพราะปวดตามองไม่ค่อยเห็น

สื่อบุคคล มีไปหาหมอโรงพยาบาลบางพลี แล้วแต่หมอจะนัด แต่ถ้าหอบหรือเหนื่อยก็จะไปก่อนหมอนัด

สื่ออินเทอร์เน็ต ไม่เคยใช้เลย ตามองไม่เห็นและใช้ไม่เป็น

สื่อมวลชนที่น่าเชื่อถือที่สุด ไม่มี

บุคคลที่ชื่นชอบหรือน่าเชื่อถือ ไม่มี

สื่ออินเทอร์เน็ตที่เชื่อถือมากที่สุด ไม่มี



## ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 11

ชาย อายุ 73 ปี ภูมิลำเนาจังหวัดสมุทรสาคร สถานภาพสมรส อาศัยอยู่กับครอบครัวทั้งหมด 6 คน จบการศึกษาระดับ มศ 4-5 อาชีพข้าราชการบำนาญ มีรายได้จากเงินบำนาญ ดอกเบี้ยเงินออม ผลตอบแทนจากประกันชีวิต

ยังไม่มีการใช้อุปกรณ์อย่างง่าย เนื่องจากร่างกายยังดีอยู่ สุขภาพยังดีอยู่ คาดว่าน่าจะมีโอกาสใช้ไม้เท้า ถ้าจะซื้อก็จะดูจากสื่อต่างๆ ไป หรือหนังสือก็มีเยอะ พวกไม้เท้าปรับได้ ไม้เท้าหลายๆแบบ สื่อก็จะ เป็นประเภทกระจายเสียง ทีวี วิทยุ รายการสุขภาพ อินเทอร์เน็ต ถ้าเป็นบุคคลก็จะปรึกษาบ้าง เช่น เพื่อนมีหลายอาชีพ ให้พูดคุยปรึกษากันในกลุ่ม คิดว่าจะซื้อจากร้านค้าทั่วไปที่ขายอุปกรณ์เครื่องช่วย อุปกรณ์การแพทย์

กลุ่มอุปกรณ์ฯชั้นสูง พวกนี้ก็น่าใช้ พวกรถเก้าอี้ไฟฟ้า ควบคุมได้น่าใช้ ถ้าเกิดร่างกายไม่ดีก็อยากจะใช้เพราะมันดีกว่า สบายกว่า แต่ตอนนี้ร่างกายยังดีอยู่ เก้าอี้ไฟฟ้าควบคุมได้ ไปไหนมาไหนได้ไม่ต้องไปลำบากคนอื่นเงิน โดยดูจากสื่อ อินเทอร์เน็ตมากกว่า อาจจะปรึกษากลุ่มเพื่อนฝูงที่เป็นหมอ พยาบาล บ้าง ส่วนใหญ่ปรึกษาคนแล้วเราก็เลือกเอง แต่ก็ดูประกอบกันตัดสินใจให้พอเหมาะกับเรา แหล่งที่ซื้อจะปรึกษาแพทย์พยาบาลให้แนะนำให้ได้ว่าซื้อที่ไหน

การรับสื่อมวลชนมากที่สุดจะเป็น วิทยุ โทรทัศน์ ไม่ค่อยสนใจนิตยสารและใบปลิว ทีวีดูข่าวเกือบทุกช่อง ฟังหลายที่หลายด้านแล้วสรุปประมวลผล รายการความรู้ เรื่องช่าง DIY ความรู้ต่างๆ ไป สิ่งใหม่ๆยุคสมัยใหม่ ดูทุกวันช่วงเช้าและเย็น ครั้งละ 2 ชั่วโมง ช่วงกินข้าว 7.30 - 9.00 น. และ 18.00 – 21.00 น. วิทยุฟังคลื่น am ธรรมศาสตร์ fm จุฬา ที่ฟังประจำ ฟังทุกวันทำงานไปด้วยฟังไปด้วยช่วงนอกเหนือจากดูทีวี รายการเกี่ยวกับความรู้ข่าวสารเพลง สำคัญคือไม่มีโฆษณาข่าวสั้น มีผู้จัดรายการนำเสนอ ไม่มีโฆษณาแนวการค้า

สื่อบุคคลพูดคุยกับคนในครอบครัว เพื่อน แพทย์ เพื่อนเป็นหมอ นักบำบัด ครู แพทย์ โรงพยาบาลบ้านแพ้ว, วัดไร่ขิง นักกายภาพบำบัดเกษียณแล้ว คุยแลกเปลี่ยนข่าวสารผ่านสื่อ อินเทอร์เน็ต ไลน์คุยกันทุกวัน เจอตัวกันนานๆครั้ง คนในครอบครัวอยู่บ้านกันพ่อแม่ และพี่น้องที่อยู่บ้านติดกัน เดินไปมาหาสู่พูดคุยกัน

สื่ออินเทอร์เน็ต ดู FB บ่อยทุกวัน Google ใช้แฟนที่บอย Line ทุกวัน ส่วนมากข่าวสารมาจากไลน์เยอะ ทั้ง nation TV, MCOT ก็มี Line ที่เป็นข่าวสาร website ส่วนมากเข้าเว็บช่าง ไม้ต่างๆ ถ้ามีเวลาก็เข้าไปดู 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ อีเมลมีแต่ไม่ค่อยได้ใช้ มี Gmail Hotmail Pantip เข้าไปดูข่าวสารเกี่ยวกับงาน ดอกไม้ ลิงค์มาจากFB ไม่ค่อยได้เข้าโดยตรง Youtube ดูพวกความรู้ต่างๆ โดยตรง เช่นช่างทุกประเภท DIY ต่างๆ FB มีติดตามเพจธรรมะ ผู้สูงอายุ ชมรมผู้เฒ่าชาวยุผู้สูงอายุ วัดต่างๆ ท่านพุทธทาส ท่านป.ปยุตโต พระที่มีชื่อเสียง พระไพศาล วิสาโล

สื่อมวลชนให้ความเชื่อถือ โทททัศน์และวิทยุพอๆกัน เพราะได้ดูหลายๆแหล่ง เอามาวิเคราะห์ จริงไม่จริงถาม MCOT ดูจากทีวีเป็นหลัก สอบถามกับผู้สื่อข่าวโดยตรงได้

บุคคลที่มีชื่อเสียงที่ชื่นชอบคือรัชกาลที่ 9 เพราะท่านเป็นแบบอย่างที่ดี เห็นประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว ท่านป.ปยุตโต พระราชาคณะ เพราะท่านปฏิบัติดี เป็นพระปาสายปฏิบัติ มีความรู้ เป็นแบบอย่างที่ดี

ส่วนความน่าเชื่อถือ เชื่อตนเองมากกว่า จากการวิเคราะห์เอง

สื่ออินเทอร์เน็ตที่น่าเชื่อถือที่สุดคือ Google เพราะมีหลักฐานอ้างอิงว่าใช่หรือไม่ จริงหรือไม่ ตรวจสอบได้ FB Line ไม่ค่อยน่าเชื่อถือ แต่ไว้เป็นข้อมูลได้

### ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 12

หญิง อายุ 68 ปี ภูมิลำเนาจังหวัดกรุงเทพฯ สถานภาพสมรส อาศัยอยู่กับครอบครัว 4 คน จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการบำนาญ มีรายได้จากเงินบำนาญและเงินออม

ยังไม่มีการใช้อุปกรณ์ฯ เพราะยังไม่มีความจำเป็นต้องพึ่งเครื่องช่วย ร่างกายยังแข็งแรง เดินไหว ทำงานบ้านต่างๆ ได้ คิดว่าถ้าแก่ตัวมากๆอาจจะใช้ไม้เท้าบ้าง ถ้าจะซื้อจะปรึกษาญาติ คนในครอบครัว ให้ช่วยดูให้ โดยจะหาข้อมูลอุปกรณ์จากร้านขายอุปกรณ์ ปรึกษาพนักงานขายว่าแบบไหนเหมาะ ซื้อจากร้านขายอุปกรณ์หรือร้านขายยาตามแต่ที่สะดวกใกล้บ้าน ส่วนอุปกรณ์ฯ ขึ้นสูงก็ใช้การตัดสินใจแบบเดียวกันคือปรึกษาคคนในครอบครัว และไปหาซื้อตามร้านขายอุปกรณ์การแพทย์ที่มีพนักงานแนะนำให้

สื่อมวลชน อยู่บ้านมักจะดูทีวีทุกวัน ช่วงเช้า 9.00 – 10.00 น. และช่วงเย็น 18.00 – 20.00 น. ดูรายการข่าวช่อง MCOT เปิดฟังวิทยุบ้างเวลากลางวัน แต่ไม่ค่อยเท่าไร

สื่อบุคคล นัดหมอมตรวจทุกๆ 3 เดือน ที่โรงพยาบาลศิริราช และพูดคุยกับคนในครอบครัว และเพื่อนเก่าๆทาง Line และนัดสังสรรค์ประจำปี

สื่ออินเทอร์เน็ต ใช้ Line บ่อยที่สุด ใช้ทุกวัน ช่วงว่างๆตอนกลางวัน เพื่อพูดคุยกับเพื่อนและอ่านข่าวสาร กดอ่านความรู้ทั่วไปเรื่องสุขภาพ กฎหมาย ไม่มี Facebook ใช้ Google เพื่อค้นหาข้อมูลที่สนใจเป็นบางครั้ง ประมาณ 2 ครั้งต่อสัปดาห์

สื่อมวลชนที่น่าเชื่อถือที่สุด คือ โทททัศน์ เนื่องจากข่าวสารมีการระบุแหล่งที่มา มีผู้สื่อข่าว และทุกคนเห็นพร้อมๆกัน ต้องนำเสนอความจริงเป็นส่วนมาก แต่ก็ต้องดูหลายๆ ช่อง ประกอบกันเพื่อให้แน่ใจ

บุคคลที่ชื่นชอบและน่าเชื่อถือ คือรัชกาลที่ 9 เพราะท่านเป็นแบบอย่างที่ดีในการดำเนินชีวิต มีหลักคำสอนที่มีประโยชน์แก่ส่วนรวมมากมาย

สื่ออินเทอร์เน็ตที่เชื่อถือมากที่สุด ไม่มี เพราะข่าวเร็ว บางที่ยังไม่ได้กรองก็มีคนส่งต่อกันจนเกิดการบิดเบือน ต้องดูหลายๆช่องทาง

### ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 13

หญิง อายุ 73 ปี ภูมิลำเนาจังหวัดสมุทรสาคร สถานภาพสมรส อาศัยอยู่กับครอบครัว 3 คน จบการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพแม่บ้าน มีรายได้จากรอบครัว

ยังไม่มีการใช้อุปกรณ์ฯ เพราะยังเดินได้สะดวก โดยไม่ต้องมีอุปกรณ์ช่วยเดิน สามารถทำงานบ้านเล็กๆน้อยๆไหว ในอนาคตถ้าแก่ลงก็อาจจะใช้รถเข็นเวลาออกไปนอกบ้านกับลูกไกลๆมีคนเซ็นให้ แต่ถ้ายู่บ้านคงไม่ใช่ เพราะคงไม่สะดวก ถ้าจะซื้อคิดว่าจะปรึกษาหมอให้แนะนำ และปรึกษาลูก แหล่งที่หาข้อมูลคือหมอและร้านขายอุปกรณ์การแพทย์ที่มีพนักงานแนะนำ แหล่งที่จะซื้อคิดว่าซื้อจากโรงพยาบาล หรือร้านใกล้ๆบ้านเพราะสะดวก

สื่อมวลชน ฟังวิทยุทั้งวัน เปิดทุกวัน ฟังรายการธรรมะและเพลงบ้าง โทรทัศน์ดูสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง ส่วนมากจะเปิดดูข่าวช่วงเย็นถึงค่ำก็เข้านอน อ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง

สื่อบุคคล พูดคุยกับเพื่อนบ้าน ญาติบ้านใกล้เรือนเคียงเวลาไปตลาดตอนเช้าๆ

สื่ออินเทอร์เน็ต ไม่เล่นเลยเพราะใช้ไม่เป็นเลย

สื่อมวลชนที่น่าเชื่อถือที่สุด โทรทัศน์ เพราะมีทั้งภาพข่าวและผู้รายงานจากเหตุการณ์ สถานการณ์จริง กระจายให้คนจำนวนมากดูพร้อมๆกัน

บุคคลที่ชื่นชอบ รัชกาลที่ 9 เพราะท่านประพฤติปฏิบัติดี น่าเป็นแบบอย่าง แม้จากไปก็ยังมีอยู่ในใจเสมอ

บุคคลที่น่าเชื่อถือ ไม่มี เชื่อตัวเองมากกว่า

สื่ออินเทอร์เน็ตที่เชื่อถือมากที่สุด ไม่มี

### ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 14

ชาย อายุ 71 ปี อยู่กรุงเทพ สถานภาพสมรส อาศัยอยู่กับครอบครัวทั้งหมด 6 คน จบการศึกษาระดับ ม.6 อาชีพข้าราชการบำนาญ มีรายได้จากเงินบำนาญ ดอกเบี้ยสหกรณ์รายปี

ยังไม่มีการใช้อุปกรณ์ฯอย่างง่าย เพราะยังพอเดินได้ ยังทำงานได้ทุกอย่าง ยังไม่จำเป็นต้องใช้อุปกรณ์พวกนั้น คิดว่ายังไม่ต้องใช้ แต่ก็ตามสภาพร่างกาย ถ้าจะซื้อจะปรึกษาผู้ที่เคยใช้

อุปกรณ์นั้นแล้ว และหมออายุรกรรม จะหาข้อมูลจากร้านค้า ตัวแทนจำหน่าย ซื่อจากโรงพยาบาล เพราะมีส่วนเบิกคืนได้ ส่วนอุปกรณ์ฯชั้นสูง คิดว่ายังไม่ใช้เพราะยังไม่จำเป็น ถ้าจะซื้อจะปรึกษาตัวแทนจำหน่าย หาข้อมูลจากร้านค้าตัวแทนจำหน่าย จะซื่อจากโรงพยาบาลเพราะเบิกคืนได้บางส่วน แต่ถ้าโรงพยาบาลไม่มีก็แล้วแต่หมอแนะนำ

การรับสื่อมวลชนส่วนมากเป็นโทรศัพท์ รongลงมาเป็นหนังสือพิมพ์ และ วิทยู โดยดูโทรศัพท์ช่อง 8, 27 รายการประเภทกีฬามวย ฟุตบอล สารคดีสัตว์ต่างๆ ดูทุกวัน วันหยุดช่วงบ่าย และก่อนนอน 18.00 – 22.00 น. วันธรรมดาจะดูช่วงก่อนนอนอย่างเดียวจนกระทั่งหลับไป หนังสือพิมพ์แต่ก่อนซื้อทุกวัน แต่ตอนนี้ไม่ค่อยได้ซื้อเพราะดูผ่านมือถือและดูทีวี จึงอ่านน้อยหน่อย อ่านไทยรัฐ เดลินิวส์ สัปดาห์ละ 2 วัน สิ่งพิมพ์อื่นๆไม่มากนัก มีพวกที่ส่งมาตามไปรษณีย์หรือไปตามที่ต่างๆแล้วยื่นแจก แต่ก็ไม่ได้สนใจมากนัก

สื่อบุคคลจะพูดคุยกับแพทย์และนักบำบัด โดยมีแพทย์รพ.พระมงกุฎ และรพ.ภูมิพล โดยไปประจำตามที่หมอนัด

สื่ออินเทอร์เน็ต ใช้ Line Facebook Youtube Google โดย Line เปิดดูเรื่อยๆ ถ้าเกี่ยวข้องกับเราถึงจะสนใจ นอกนั้นก็ดูผ่านไป ดูทุกวัน Facebook ใช้สัปดาห์ละ 4 วัน มีเฉพาะคนรู้จัก ไม่มีติดตามเพจ Youtube ค้นหาเพลงที่สนใจ สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง Google ใช้บ้างไม่มากนัก นานๆที เพื่อหาข้อมูลเป็นพิเศษ

สื่อมวลชนเชื่อถือสื่อโทรทัศน์มากที่สุดเพราะเผยแพร่ข่าวออกกระจายสู่คนส่วนมาก ก็ น่าจะต้องกลั่นกรองดีมากกว่า

บุคคลที่มีชื่อเสียงที่ชื่นชอบและนับถือคือนายก และรัฐมนตรีที่คุ้นเคยและเชื่อในผลงาน ครูบาอาจารย์ แพทย์ เชื่อนายกเพราะเป็นผู้มีหน้าที่โดยตรงทางเศรษฐกิจการเมืองการรักษาความปลอดภัยต่างๆ รongลงมาคือรัฐมนตรีในคณะ ส่วนนักวิชาการจะเชื่อเป็นบางคน

สื่ออินเทอร์เน็ตที่น่าเชื่อถือที่สุดคือ Google และ Facebook เพราะสาขาเยอะ นักวิชาการมีความรอบรู้ในสาขาต่างๆมีมาก สามารถอ้างอิงได้ ฟังได้ เชื่อได้

### ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 15

ชาย อายุ 71 ปี ภูมิลำเนาอยู่จังหวัดนครปฐม สถานภาพสมรส อาศัยอยู่กับครอบครัวทั้งหมด 4 คน จบการศึกษาระดับ ม.6 อาชีพข้าราชการบำนาญ มีรายได้จากเงินบำนาญ ดอกเบี้ยเงินออม ผลตอบแทนจากประกันชีวิต

ยังไม่มีการใช้อุปกรณ์ฯ อย่างง่าย เพราะยังเดินไหว ร่างกายแข็งแรง ทำงานได้ทุกอย่าง คิดว่าจะไม่ใช้เพราะยังไม่จำเป็นต้องใช้อุปกรณ์ฯ ถ้าจะซื้อจะปรึกษาคณะที่เคยใช้อุปกรณ์นั้นอยู่แล้ว

คนในครอบครัว และหมอ จะหาข้อมูลจากร้านค้าที่ขายอุปกรณ์โดยตรง แหล่งที่ซื้อจะซื้อผ่านโรงพยาบาลเพราะสามารถเบิกได้บางส่วน ส่วนอุปกรณ์ฯชั้นสูง คิดว่าคงไม่ใช่เพราะยังไม่จำเป็นแข็งแรง ถ้าจะซื้อจะปรึกษาตัวแทนขายจากร้าน หาข้อมูลจากร้านค้าตัวแทนจำหน่าย โดยจะซื้อจากโรงพยาบาลเพราะเบิกได้

สื่อมวลชนส่วนมากดูโทรทัศน์ รองลงมาเป็น หนังสือพิมพ์ โดยดูโทรทัศน์รายการประเภทข่าว สารคดี กีฬา ดูทุกวัน ช่วงบ่าย และค่ำ 18.00 – 21.00 น. หนังสือพิมพ์อ่านไทยรัฐ เดลินิวส์ สัปดาห์ละ 3-4 วัน แต่ก่อนซื้อทุกวันแต่ตอนนี้ไม่ค่อยอ่านแล้ว ดูทีวีและดูจาก Line แทน

สื่อบุคคลจะมีนัดแพทย์รพ.พระมงกุฎ เป็นหลัก ไปตามที่หมอนัดประมาณ 4-6 เดือน ครั้ง

สื่ออินเทอร์เน็ต ใช้ Line Youtube Google Pantip โดย Line คุยกับเพื่อนทุกวัน และดูข่าวสารที่ส่งมาให้ ส่วน Youtube ใช้เปิดฟังเพลง ดูกีฬา สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง Google นานๆใช้ที เพื่อหาข้อมูล และ อ่าน Pantip พวกข่าวสารกฎหมายทั่วไป

สื่อมวลชน เชื่อถือสื่อโทรทัศน์มากที่สุดเพราะคนเห็นเป็นจำนวนมาก ต้องมีการระบุแหล่งข่าวและตรวจสอบดีกว่าสื่ออื่น

บุคคลที่มีชื่อเสียงที่ชื่นชอบและนับถือคือนายกรัฐมนตรีคนปัจจุบัน เพราะเป็นผู้นำระดับประเทศ มีหน้าที่ดูแลรับใช้ประชาชนและดูแลรักษาความสงบปลอดภัยของบ้านเมือง

สื่ออินเทอร์เน็ตที่น่าเชื่อถือที่สุดคือ Google เพราะใช้หาข้อมูลได้ทุกแนว สามารถเปรียบเทียบข้อมูลแหล่งข่าวที่น่าสนใจได้

#### ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 16

ชาย อายุ 73 ปี ภูมิลำเนาจังหวัดนนทบุรี สถานภาพสมรส อาศัยอยู่กับครอบครัว 5 คน จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้จากการทำงาน และเงินเก็บออม

ยังไม่มีการใช้อุปกรณ์ฯ เพราะยังเดินได้ ไม่ค่อยได้ออกไปไหน อยู่บ้านก็ไม่ต้องใช้ อุปกรณ์ช่วยอะไร คิดว่าคงไม่จำเป็นต้องใช้อุปกรณ์ช่วยถ้ายังเดินออกกำลังอยู่ทุกวัน ถ้าจะซื้อคิดว่าจะให้ลูกหลานช่วยดูให้ แหล่งข้อมูลสอบถามจากตามร้านขายยา ร้านอุปกรณ์แพทย์ โรงพยาบาล ใกล้บ้าน แหล่งซื้อเป็นโรงพยาบาลใกล้บ้านเพราะสะดวกขนย้ายง่าย อุปกรณ์ฯชั้นสูงคิดว่าไม่จำเป็นต้องใช้เพราะสภาพบ้านไม่เอื้ออำนวย ถ้าใช้ต้องปรับบ้านใหม่ ใช้แบบธรรมดาดีกว่า ให้ลูกหลานช่วยเงินไปก็ได้

สื่อมวลชน อยู่บ้านคูทิวีตอนเช้า 9.00 - 10.00 น.ทุกวัน หลังจากนั้นจะเปิดวิทยุฟังข่าว ฟังเพลงไปเรื่อยๆ วันเสาร์อาทิตย์ลูกหลานกลับมาเยี่ยมก็ไม่ค่อยเปิดทีวีหรือวิทยุ หนังสือพิมพ์ไม่ค่อยได้อ่านเพราะต้องฟังแล้วปวดตา ฟังข่าวจากทีวีวิทยุ

สื่อบุคคล ญาติพี่น้องใกล้บ้าน คุยกันเจอกันสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง ลูกหลานคนในครอบครัว พร้อมหน้าพร้อมตาวันเสาร์อาทิตย์ ไปหาหมอบ้างตามนัดที่โรงพยาบาลใกล้บ้าน

สื่ออินเทอร์เน็ต ไม่ได้เล่นเลย ลูกหลานใช้แต่เล่นเองไม่เป็นด้วย และจ้องจอนานๆ ไม่ได้ปวดตา

สื่อมวลชนที่น่าเชื่อถือที่สุด คิดว่าหนังสือพิมพ์น่าเชื่อถือเพราะต้องคัดกรองและตีพิมพ์ มีหลักฐานเห็นชัดอยู่นาน คนทำต้องมั่นใจมากๆว่าข้อมูลถูกต้องเพราะจะถูกตีพิมพ์เห็น โดยคนจำนวนมาก

บุคคลที่ชื่นชอบและน่าเชื่อถือ คือรัชกาลที่ 9 เพราะท่านเป็นผู้ที่เสียสละทำเพื่อประโยชน์ส่วนรวมโดยไม่เห็นดีเห็นชอบ เป็นแนวทางในการดำรงชีวิตอย่างพอเพียง มีความสุขกับสิ่งที่มี ไม่โลภ

สื่ออินเทอร์เน็ตที่เชื่อถือมากที่สุด ไม่มี

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 17

หญิง อายุ 70 ปี อยู่หลักสี่ สถานภาพสมรส สมาชิกในครอบครัว 4 คน จบการศึกษาระดับปริญญาโท อาชีพข้าราชการบำนาญ มีรายได้จากเงินบำนาญและดอกเบี้ยเงินออม

ยังไม่ใช้อุปกรณ์ทุกอย่างง่ายและขั้นสูง เพราะร่างกายยังแข็งแรง เรายังไม่เจ็บ เดินขึ้นสะพานลอยข้ามถนนได้ ยังไม่คิดว่าจะต้องใช้ คนที่จะปรึกษาคือคนใกล้ชิด หมอ คนขายอุปกรณ์ โดยดูความจำเป็นว่าต้องใช้อะไร หาข้อมูลจากร้านค้าที่จำหน่าย ตามหลายๆฝ่าย เช่น เจ้าหน้าที่กายภาพ จะซื้อจากโรงพยาบาล แต่ไม่สั่งทางอินเทอร์เน็ตเพราะไม่แน่ใจ เราไม่เห็นของ เขาส่งอะไรมาก็ไม่รู้ อาจจะมีปัญหา

ได้รับสื่อมวลชนประเภท วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ โดยฟังวิทยุมากที่สุด ทุกวัน ช่วงที่อยู่บ้านทำงานทำครัว เปิดทั้งวัน ฟังเพลง และข่าว โทรทัศน์ดูช่วงที่เป็นข่าว บันเทิงนิดหน่อย ช่อง MCOT HD ช่อง 9 เดี่ยวนี้ไม่ค่อยดูเลย โดยดูทุกวัน ช่วงเที่ยงที่มีข่าว และช่วงเย็นข่าว 18.00 - 19.00 น. นอนเร็ว หนังสือพิมพ์ อ่านมติชน เดลินิวส์ ไทยรัฐ ดูพาดหัวข่าวถ้าน่าสนใจก็ซื้อมา บางทีซื้อมาเปิดดูก็ไม่น่าสนใจเลยเมื่อหนังสือพิมพ์ไปแล้ว อ่านไม่ประจำ ความถี่ในการซื้อไม่แน่นอน บางทีข่าวก็ซ้ำๆ อยากพักสายตา เปลี่ยนเป็นฟังวิทยุแทน

สื่อบุคคลคุยกับเพื่อนทางไลน์ มีกลุ่มหอพักนิติ กลุ่มเพื่อนมัธยม นัดเจอหน้าทานข้าว บ้าง มีหมอที่ตรวจและนัดประจำ

สื่ออินเทอร์เน็ตไม่ได้ใช้เลย มีเพียง Line ที่เพิ่งเริ่มเล่น

สื่อมวลชนที่เชื่อถือ คือ โทททัศน์ พวกข่าว แต่คนคุยข่าวต้องไม่ใส่ความคิดเห็นของตัวเองลงไปด้วย

บุคคลที่ชื่นชอบคือ รัชกาลที่ 9 เพราะท่านทรงงานหนัก เสียสละเพื่อประชาชน

บุคคลที่น่าเชื่อถือไม่มี เฉยๆ

สื่ออินเทอร์เน็ตที่เชื่อถือมากที่สุด ไม่มี

### ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 18

หญิง อายุ 72 ปี อยู่สมุทรสาคร สถานภาพโสด อาศัยอยู่คนเดียว จบการศึกษาระดับ ม. 6 อาชีพตัดเย็บเสื้อผ้าและสอนตัดเสื้อผ้าให้กศน. มีรายได้จากครอบครัว/มรดก และดอกเบี้ยเงินออม

ยังไม่มีการใช้อุปกรณ์อย่างง่ายเพราะยังคล่องตัว จริงๆมีโรคกล้ามเนื้ออ่อนแรง ต้องไปหาหมอ แต่ร่างกายก็ยังแข็งแรง ไม่จำเป็นต้องใช้เครื่องช่วย คาดว่ายังออกกำลังกายได้ เพื่อชะลอการใช้อุปกรณ์เป็นตัวช่วย เป็นโรคกระดูกพรุน แต่ก็ยังต้องออกกำลังดูแลตัวเอง หากจะซื้ออุปกรณ์จะปรึกษาพยาบาลที่มาเยี่ยมบ้าน ดูแลตั้งแต่อยู่รพ.พระมงกุฎ และมีพยาบาลรพ.กระทู้มแบนที่ดูแลมาตลอด มีนักกายภาพบำบัด มหิดลที่รู้จักกับหลานชาย จะหาข้อมูลจากพยาบาล รพ.ศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษก โดยจะซื้อโดยติดต่อจากคำแนะนำแพทย์ แต่ถ้าซื้อก็จะไปซื้อที่ร้านขายอุปกรณ์หน้า รพ.ศิริราช เพราะมีคนคอยดูแล มีพนักงานเยอะ ตอบคำถาม มีคนอธิบายให้ฟังตัวต่อตัว 1:1 โดยตอบเช่นเดียวกันสำหรับอุปกรณ์ขั้นสูง

การรับสื่อมวลชนส่วนมากดูทีวี ดูข่าว หนังสือพิมพ์ดูบ้าง เพราะเวลาน้อย ต้องทำงานบ้าน ทีวีดูข่าว สารคดี บางวันก็ไม่ได้ดูไม่ได้เปิดเลย สัปดาห์ละประมาณ 2-3 วัน เปิดทิ้งเอาไว้ระหว่างทำงาน หนังสือพิมพ์อ่านเดลินิวส์ สัปดาห์ละ 1-2 ครั้งที่ซื้อเอง แต่บางวันก็ดูหนังสือพิมพ์ของน้องข้างบ้าน และมีบอกรับหนังสือ นิตยสาร ที่หมอรับ เกี่ยวกับยา อาหาร ธรรมะ

สื่อบุคคลติดต่อพยาบาลรพ.กระทู้มแบน โดยมาเยี่ยมที่บ้านติดต่อตลอด มีติดต่อทางไลน์ มีนักบำบัดสถาบันกัลยาณ์ราชนครินทร์

สื่ออินเทอร์เน็ต Line คุยกับเพื่อนๆ ใช้ทุกวัน วันละหลายชั่วโมง แต่ถ้าไปต่างจังหวัดก็อาจจะไม่ได้ดูเลย ดูเกี่ยวกับวิธีการดูแลตัวเอง ประโยชน์ของอาหาร โทษของยา ใช้ FB ติดตามเพจข่าวสาร เพจพระ ดูทุกวันตอนเช้าก่อนใส่บาตร และช่วงก่อนทานอาหาร บ่าย ก่อนนอน

สื่อมวลชนที่น่าเชื่อถือคือนิตยสาร ทีวีกีซังดี แต่หนังสือพิมพ์ก็ยังไม่แน่ใจ เพราะเขียนแล้วต้องถูกถั่นกรอง

บุคคลที่มีชื่อเสียงที่ชื่นชอบและนับถือคือคุณชวน หลีกภัย มั่นใจ เชื่อถือมากที่สุดในทุกด้านของชีวิตเขา อาจเป็นเพราะว่าคนใกล้ชิดรู้จักเคยพบเจอ และอยู่กับนักการเมืองมานาน อยู่กับลุงมีนักการเมืองมหาเสียงตลอด

สื่ออินเทอร์เน็ตที่น่าเชื่อถือที่สุด ต้องชั่งใจทุกอย่าง ถ้าเทียบ Line กับ FB คิดว่า FB น่าเชื่อถือกว่า เพราะบางไลน์เพื่อนส่งมาแล้วยังมีโต้แย้งว่าจริงหรือไม่ แต่ทั้งคู่ก็ต้องดูว่าเป็นไปได้หรือไม่

### ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 19

หญิง อายุ 68 ปี ภูมิลำเนาจังหวัดสมุทรสงคราม สถานภาพโสด อาศัยอยู่กับครอบครัว 3 คน จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีรายได้จากครอบครัว เงินออม มีการใช้อุปกรณ์ฯ ประเภทไม้เท้า เวลาเดินออกไปข้างนอกไกลๆหรือไปทำสวนเพื่อล้มจะได้มีอะไรยันตัวไว้ รถเข็นยังไม่จำเป็นต้องใช้เพราะยังเดินได้คล่องตัวกว่า อุปกรณ์ไฟฟ้าต่างๆไม่ใช้เลยเพราะไม่สะดวกกับบ้านและดูแลยาก ได้ไม้เท้ามาจากน้องซื้อจากร้านขายอุปกรณ์แพทย์หน้าศิริราช ได้มาตั้งแต่ปีที่แล้ว ใช้บ้างบางครั้ง ไม่ได้ใช้ตลอด สาเหตุที่เริ่มใช้เพราะก่อนนี้ไปหกล้มข้างนอกมาเลยกลัวจะล้มซ้ำแล้วเป็นหนักกว่าเดิม

สื่อมวลชน เปิดทีวีให้คนในบ้านดูทุกวันช่วงกลางวัน แต่ตัวเองไม่ค่อยได้ดู เดินทำนุ่่นทำนืออยู่ในบ้านตลอดเวลา อ่านใบโฆษณาบ้างเวลาไปซื้อของ เดือนละ 1-2 ครั้ง

สื่อบุคคล คุยกับเพื่อนบ้าน ญาติบ้านใกล้ๆ ที่เจอกันบ่อยๆ คุยเรื่องสัพเพเหระ เกือบทุกวัน ญาติพี่น้องมาบ้านเดือนละครั้ง แวะเวียนกันมาสลับๆกัน ก็ได้พูดคุยกัน

สื่ออินเทอร์เน็ต ที่บ้านไม่มีใครใช้ มีแต่สูงวัยกันทั้งนั้น ใช้ไม่เป็น ดูข่าวจากทีวีและคุยๆกับเพื่อนบ้านเอา

สื่อมวลชนที่น่าเชื่อถือที่สุด โทรทัศน์ เพราะเข้าถึงคนทุกพื้นที่ ต้องมีการกรองข่าวก่อนจะออกข่าวได้

บุคคลที่ชื่นชอบ ไม่มี

บุคคลที่น่าเชื่อถือ ไม่มี

สื่ออินเทอร์เน็ตที่เชื่อถือมากที่สุด ไม่มี



## ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 20

ชาย อายุ 68 ปี ภูมิลำเนาจังหวัดกรุงเทพฯ สถานภาพสมรส อาศัยอยู่กับครอบครัว 9 คน จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพข้าราชการบำนาญ เกษียณแล้ว มีรายได้จากดอกเบี้ยเงินออม ผลตอบแทนจากประกันชีวิต เงินปันผลจากหุ้นและกองทุนรวมที่สะสมไว้และเงินบำนาญ

มีการใช้อุปกรณ์คือ Scooter ไฟฟ้าเพื่อผ่อนแรงในการเดินทางสั้นๆและเพิ่มความสะดวก ทำให้คล่องตัวและปลอดภัยมากยิ่งขึ้น ปัจจุบันยังเดิน ทำกิจวัตรประจำวัน ได้ปกติแต่อาจไม่เร็วมาก ตอนซื้ออุปกรณ์ลูกเป็นคนช่วยดู แหล่งข้อมูลคือลูกๆและเพื่อนๆ แหล่งซื้อติดต่อผ่านบริษัทโดยตรงเพื่อให้ได้ราคาที่ดี ไม่ต้องกังวลคุณภาพของสินค้าและมั่นใจเรื่องการรับประกันและซ่อมบำรุง อุปกรณ์อื่นๆ ไม่ได้ใช้ เพราะคิดว่ายังไม่จำเป็น

สื่อมวลชน ดูโทรทัศน์ทุกวันเป็นช่องต่างประเทศเป็นหลักเช่นหนัง HBO, Fox, CNN, BBC อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทุกวันแทนหนังสือพิมพ์แบบเดิม เห็นโฆษณา bill board ตามทางด่วนตอนเดินทางพร้อมครอบครัวไปทำธุระและพักผ่อน

สื่อบุคคล ปกติไปหาหมอประจำที่โรงพยาบาลเอกชนเพื่อปรึกษาเวลาเจ็บป่วย แม้ว่าไม่มากและไม่มีโรคประจำตัว มีพบพนักงานขายที่มาออกบูธในโรงพยาบาลเป็นบางครั้ง และขอข้อมูลจากร้านขายอุปกรณ์การแพทย์ในโรงพยาบาล

สื่ออินเทอร์เน็ต ใช้ Line ทุกวัน ใช้ Facebook บ่อยพอๆกันไว้คุยกับเพื่อนๆและติดต่อทำธุระ อ่านข่าวจาก Website หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ออนไลน์ และเข้าดู Website ต่างๆของธนาคารและอื่นๆ เพื่อหาข้อมูลการลงทุนอยู่บ่อยๆ

สื่อมวลชนที่น่าเชื่อถือที่สุด สำนักข่าวต่างๆทั้งโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ ที่มีตัวตนในโลก offline และในปัจจุบันก็สามารถติดตามผ่าน online ได้อย่างสะดวก

บุคคลที่ชื่นชอบและน่าเชื่อถือ คือ ท่านประยุทธ์ เพราะคิดและพูดตรงไปตรงมา ตามหลักข้อเท็จจริง ไม่หมกเม็ดให้ยุ่งยาก เห็นข้อดีข้อเสียชัดเจน

สื่ออินเทอร์เน็ตที่เชื่อถือมากที่สุด คือเว็บไซต์ข่าว เช่นกรุงเทพธุรกิจออนไลน์ BBC เป็นต้น เพราะมีหนังสือพิมพ์เป็นตัวตนจริงๆ