

การใช้สื่อสังคมออนไลน์กับการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุในยุคไทยแลนด์ 4.0

The Social Network and elderly health care in Thailand 4.0 Model

อุทัย ยะรี (Uthai Yaree)^{1*} มัณฑนา สีเขียว (Manthana See kiew)²

^{1,2} หลักสูตรนิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

อีเมลผู้แต่งหลัก : uthai@vru.ac.th เบอร์โทร : 0-2529-3847

วันที่รับบทความ 14 มกราคม 2562

วันที่แก้ไขบทความ 30 พฤษภาคม 2561

วันที่ตอบรับบทความ 5 มิถุนายน 2562

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอสถานการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์กับการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุในยุคไทยแลนด์ 4.0 โดยมุ่งเน้นเป้าหมายที่สำคัญ 2 ประการคือ 1) การดูแลสุขภาพ และ 2) ความเป็นอยู่ที่ดี ซึ่งจากการศึกษาพบว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุในปัจจุบันมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ตลอดจนหน่วยงานชุมชนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการดูแลสุขภาพและช่วยยกระดับความเป็นอยู่ของผู้สูงอายุและผู้ดูแลได้เพิ่มมากขึ้น โดยแนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในอนาคตหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้เรียนรู้และเข้าถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างสะดวกและทั่วถึงทุกภูมิภาคของประเทศ

คำสำคัญ : ผู้สูงอายุ; การดูแลสุขภาพ; ไทยแลนด์ 4.0; สื่อสังคมออนไลน์

Abstract

This article is intended to present the situation to use social media to the health care of the elderly in Thailand land era focuses on the crucial goal 4.0 2:-1) 2), health care and well-being, which the study found that the use of social media to promote the health of the elderly currently is expanding more and more, both private as well as government agencies, community agencies involved, which is associated with health care and enhance the well-being of seniors and caregivers. By using the social media guidelines in the future, the relevant departments should support and encourage seniors learn to use social media to reach and easily across all regions of the country.

Keyword : elderly people; health care; thailand 4.0; social network online

บทนำ

ปรากฏการณ์ใหม่ในศตวรรษที่ 21 ที่ประเทศไทยกำลังเผชิญคือ การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ซึ่งจากข้อมูลล่าสุดในปี พ.ศ. 2559 พบว่าในจำนวนประชากรไทยทั้งหมด 65.9 ล้านคน มีผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปประมาณ 11 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 16.5 ในขณะที่ประชากรรวมของประเทศ ไทยกำลังเพิ่มด้วยอัตราที่ช้าลงจนเหลือประมาณร้อยละ 0.4 ต่อปีในปัจจุบัน ประชากรผู้สูงอายุกลับ เพิ่มขึ้นด้วยอัตราที่สูงมาก โดยประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปเพิ่มขึ้นด้วยอัตราร้อยละ 5 ต่อปี โดยประมาณ ทั้งนี้ยังพบว่าในกลุ่มประชากรอายุ 80 ปีขึ้นไป ยิ่งเพิ่มขึ้นด้วยอัตราสูงมากกว่าร้อยละ 6 ต่อปี (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, 2561) โดยในปี พ.ศ. 2564 ประเทศไทยจะเข้าสู่ "สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ (Complete Aged Society) ตามคำนิยามขององค์การสหประชาชาติ (United Nations, UN) และคาดว่าจะเข้าสู่ "สังคมสูงวัยระดับสุดยอด (Super Aged Society) ในปี พ.ศ. 2578 (ทีมข่าวเศรษฐกิจ, 2559) จึงเห็นได้ว่า สถานการณ์ผู้สูงอายุของประเทศไทยนั้นเป็น สถานการณ์ที่ประเทศไทยต้องให้ความสนใจเร่งด่วน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพ ชีวิตของประชากรในกลุ่มนี้

การดูแลผู้สูงอายุเป็นอีกหนึ่งประเด็นที่ได้รับความสนใจอย่างมากในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการ ดูแลตัวเองของผู้สูงอายุ หรือการดูแลผู้สูงอายุภายในบ้านของลูกหลาน รวมไปถึงสินค้าและบริการต่าง ๆ ในกลุ่มผู้สูงอายุที่ผู้ประกอบการให้ความสนใจเพิ่มขึ้น ดังนั้นการผลักดันให้ระบบการดูแลผู้สูงอายุ ของประเทศสอดคล้องกับโครงสร้างของสังคมในปัจจุบันจึงเป็นสิ่งที่ควรให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เพื่อที่จะคงไว้ซึ่งศักยภาพในการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งนี้เนื่องจากผลการ สสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2561 ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทาง อิเล็กทรอนิกส์ (2562) พบว่ากลุ่มผู้สูงอายุมีการใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 4 ชั่วโมง 54 ต่อวัน เมื่อพิจารณาถึงกิจกรรมบนออนไลน์ที่นิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Online) ยังคงอยู่ใน อันดับสูงสุด รองลงมาคือ การดูทีวี ภาพยนตร์ และการฟังเพลงออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับตัวเลขการ ใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (LINE) ยูทูบ (YouTube) ของประเทศไทยในปัจจุบัน (กระทรวงการ พัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2561) อีกทั้งจากผลการสำรวจการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2561 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2561) พบว่า ผู้สูงอายุมีการใช้ อินเทอร์เน็ตประมาณร้อยละ 21.2 โดยกรุงเทพมหานครและในเขตเทศบาลมีการใช้มากที่สุด ส่วนใหญ่ใช้เพื่อค้นหาข้อมูล รองลงมา คือ ติดตามข่าวสาร และรับ-ส่งอีเมล และจากผลการศึกษาการ ใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ของกลุ่มผู้สูงอายุพบว่า สื่อสังคมออนไลน์มีผลดีกับคุณภาพชีวิตของ ผู้สูงอายุ โดยเฉพาะการดูแลตนเองทั้งในส่วนของสุขภาพทางกายหรือสุขภาพทางจิต (Nimrod, 2010)

จึงเห็นได้ว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันและอนาคตสามารถใช้เป็นช่องทางสำคัญในการส่งผ่านข้อมูลหลากหลายด้าน โดยสื่อออนไลน์ในปัจจุบันมีความสำคัญต่อผู้สูงอายุ โดยเป็นช่องทางสำคัญที่ใช้ในการส่งผ่านข้อมูลในหลายด้านโดยเฉพาะความรู้ทางด้านสุขภาพเพื่อเป็นการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้ถึงผู้สูงอายุโดยตรง ดังนั้นหากผู้สูงอายุหรือผู้ที่ดูแลมีความรู้ความเข้าใจ และมีความรู้และทักษะในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ก็จะช่วยส่งเสริมให้เกิดประโยชน์ด้านการดูแลสุขภาพ รวมทั้งยังพัฒนาต่อยอดเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่บุคลากรทางการแพทย์ใช้เป็นช่องทางติดต่อสื่อสาร ให้คำปรึกษาด้านการดูแลสุขภาพได้สะดวก รวดเร็ว แม้จะอยู่ในพื้นที่ห่างไกลในอนาคตได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์กับการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุในยุคนีแลนด์ 4.0
2. ศึกษาแนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุในอนาคต

คำนิยามที่เกี่ยวข้องกับสังคมผู้สูงอายุ

คำว่า “ผู้สูงอายุ” หรือ “ผู้สูงวัย” เป็นคำที่บ่งบอกถึงบุคคลที่มีอายุมาก โดยนิยมนับตามอายุตั้งแต่แรกเกิด (Chronological age) หรือทั่วไปสามารถเรียกว่า คนแก่ หรือ คนชรา ซึ่งในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้ให้ความหมายของคำว่า ชรา คือการแก่ด้วยอายุ ขำรดทรุดโทรม ฉะนั้น คำว่า “คนชรา” คือ คนที่มีอายุมากและมีสุขภาพที่ทรุดโทรม ทั้งนี้ World Health Organization (2002) ได้ใช้คำภาษาอังกฤษของผู้สูงอายุว่า Older person หรือ Elderly person

เมื่อกล่าวถึงการจำแนกผู้สูงอายุออกจากประชากรกลุ่มอื่นในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วส่วนใหญ่ได้ใช้เกณฑ์อายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไปในการนิยามคำว่า “ผู้สูงอายุ” อย่างไรก็ตาม องค์การสหประชาชาติ ยังไม่สามารถให้คำนิยามที่แน่นอนว่าต้องมีอายุเท่าไรจึงจัดว่าเป็น “ผู้สูงอายุ” แต่ได้ใช้อายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปเป็นเกณฑ์ (60+ years to cut-off) ในการนำเสนอสถิติข้อมูล และตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ (World Health Organization, 2002) สำหรับประเทศไทย “ผู้สูงอายุ” ได้ถูกกำหนดไว้ในพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 ว่าหมายถึง บุคคลซึ่งมีอายุเกินกว่า 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป

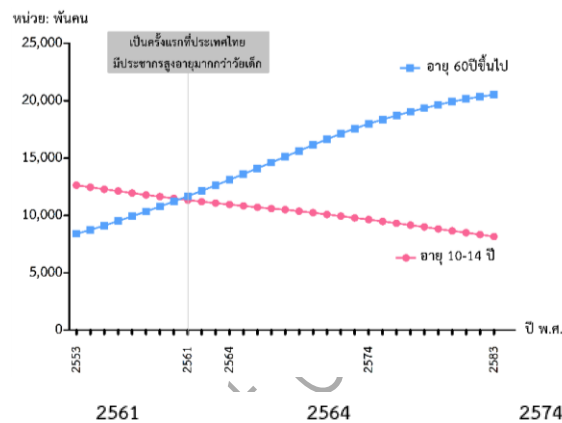
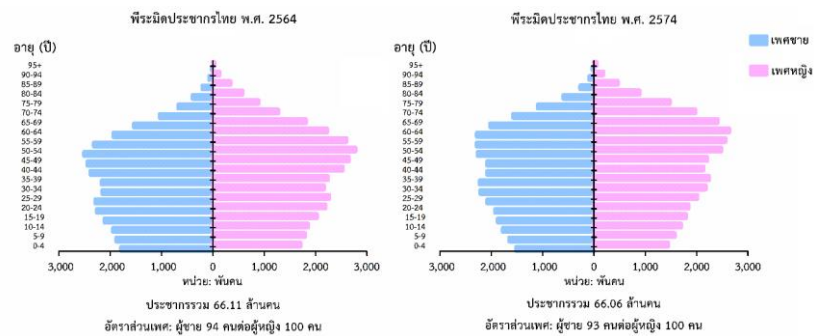
ส่วนคำว่า “สังคมผู้สูงอายุ” องค์การสหประชาชาติ ได้แบ่งระดับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ เป็น 3 ระดับ ได้แก่

1. ระดับการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging society) หมายถึง สังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งประเทศหรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปีมากกว่าร้อยละ 7 ของประชากรทั้งประเทศ แสดงว่าประเทศนั้นกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ
2. ระดับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged society) หมายถึง สังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศหรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปีมากกว่าร้อยละ 14 ของประชากรทั้งประเทศ แสดงว่าประเทศนั้นเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์
3. ระดับสังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มที่ (Super-aged society) หมายถึง สังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ แสดงว่าประเทศนั้นเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มที่ (สำนักเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2557)

สถานการณ์ของผู้สูงอายุในประเทศไทย

ในปี พ.ศ. 2560 ประชากรในประเทศไทยที่นับเฉพาะคนที่มีสัญชาติไทยและไม่ใช้สัญชาติไทย แต่มีชื่ออยู่ในทะเบียนราษฎร (ไม่นับรวมคนที่ไม่ใช่สัญชาติไทยและไม่มีชื่ออยู่ในทะเบียนราษฎร เช่น แรงงานต่างชาติด) มีจำนวนรวมทั้งหมดประมาณ 65.5 ล้านคน ในจำนวนนี้ประกอบด้วยประชากรอายุ 0-14 ปี จำนวน 11.5 ล้านคน หรือคิดเป็น 17.5% ประชากรอายุ 15-59 ปี จำนวน 42.8 ล้านคน หรือคิดเป็น 65.4% ประชากรอายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 11.3 ล้านคน หรือคิดเป็น 17.1% ในรอบ 50 ปีที่ผ่านมา โครงสร้างอายุของประชากรไทยได้เปลี่ยนไปอย่างมาก จากที่เคยมีเด็กมากเช่นในปี พ.ศ. 2513 ประเทศไทยมีประชากรเด็กอายุต่ำกว่า 15 ปีมากถึงเกือบครึ่งหนึ่งของประชากรทั้งหมด แต่ในปี พ.ศ. 2560 สัดส่วนประชากรวัยเด็กลดต่ำลงเหลือเพียงร้อยละ 18 สัดส่วนผู้สูงอายุซึ่งมีเพียงร้อยละ 5 ในปี 2513 ได้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 17 ในปี พ.ศ. 2560 รูปทรงของพีระมิดประชากรไทยได้เปลี่ยนไปอย่างชัดเจน จากที่เคยเป็นรูปสามเหลี่ยมเปลี่ยนมาเป็นพีระมิดที่มีรูปทรงเหมือนหัวคทา ซึ่งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 เป็นต้นไปคาดประมาณว่าจำนวนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปจะเพิ่มด้วยอัตราเฉลี่ยร้อยละ 4 ต่อปี ส่วนประชากรอายุ 80 ปีขึ้นไปจะเพิ่มด้วยอัตราเฉลี่ยร้อยละ 6 ต่อปี (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, 2561)

ทั้งนี้ได้มีการคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2564 ประเทศไทยจะเข้าสู่ “สังคมสูงอายุอย่างสมบูรณ์” เมื่อประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด และในปี พ.ศ. 2574 ประเทศไทยจะเข้าสู่ “สังคมสูงอายุระดับสุดยอด” เมื่อประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 28 ของประชากรทั้งหมด (ภาพที่ 1)



	2561		2564		2574		2580	
	จำนวน (ล้านคน)	ร้อยละ ของประชากร	จำนวน (ล้านคน)	ร้อยละ ของประชากร	จำนวน (ล้านคน)	ร้อยละ ของประชากร	จำนวน (ล้านคน)	ร้อยละ ของประชากร
ประชากรรวม	65.7	100.0	66.1	100.0	66.1	100.0	64.8	100.0
ประชากรสูงอายุ 80 ปีขึ้นไป	1.6	2.4	1.7	2.6	2.5	3.8	3.5	5.4
ประชากรสูงอายุ 60 ปีขึ้นไป	10.1	15.4	11.4	17.2	15.4	23.3	16.5	25.5
ประชากรอายุ 15-59 ปี	42.7	65.0	42	63.5	38.4	58.1	36.3	56.0
ประชากรอายุ 0-14 ปี	11.3	17.2	10.9	16.5	9.6	14.5	8.7	13.4

ภาพที่ 1 การคาดประมาณประชากรของประเทศไทย

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2556)

นอกจากนี้ปัจจุบันครอบครัวไทยได้เปลี่ยนรูปแบบไปมาก จากที่เคยเป็นครอบครัวแบบขยาย มีความครอบครัวใหญ่ แต่ในปี พ.ศ. 2559 พบว่าขนาดครัวเรือนไทยเฉลี่ยเหลือเพียง 3 คนเท่านั้น และเมื่อผู้สูงอายุมีอัตราที่เพิ่มสูงขึ้นส่งผลให้สัดส่วนผู้สูงอายุที่อยู่ตามลำพังมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น เช่นเดียวกัน (The Foundation of Thai Gerontology Research and Development institute, 2017)

กำเนิดเครือข่ายสังคมออนไลน์

จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และระบบโทรคมนาคมจนนำไปสู่บริการเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงคอมพิวเตอร์จากทุกส่วนของโลกหรือที่เรียกว่าอินเทอร์เน็ต ซึ่งรูปแบบการสื่อสารที่สำคัญบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตคือ การสร้างสังคมออนไลน์ (Online Community) หรือ สังคมเสมือน (Visual Community) หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) โดยเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้เป็นพื้นที่สาธารณะที่เปิดกว้างให้สมาชิกทุกคนทุกเพศ ทุกวัย ทุกเชื้อชาติศาสนา ทุกระดับการศึกษา ทุกสาขาอาชีพ และทุกกลุ่มสังคมย่อยจากทั่วโลกเป็นผู้สื่อสารข้อมูลสารสนเทศ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตน ผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ซึ่งเครือข่ายสังคมออนไลน์เติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องก่อให้เกิดวิวัฒนาการด้านเทคโนโลยีของสื่อสังคมออนไลน์อย่างหลากหลายประเภท ได้แก่ เว็บบล็อก (Weblog) หรือเรียกสั้น ๆ ว่า บล็อก (Blog) เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking Sites) ดังจะเห็นได้ว่าปัจจุบันการสื่อสารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้พัฒนาไปอย่างรวดเร็วทั้งด้านฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และความเร็วในการสื่อสารจากยุค 1.0, 2.0 มาจนถึงยุค 3.0 ที่อินเทอร์เน็ตกลายเป็นฐานข้อมูลความรู้ขนาดใหญ่ที่ข้อมูลทุกอย่างถูกเชื่อมต่อกันอย่างเป็นระบบมากขึ้น ผู้ใช้สามารถค้นหา และคาดเดาความต้องการของผู้บริโภคแต่ละคนได้ (Segment of One) (เทคโนโลยีเว็บไซต์, ม.ป.ป.) การเกิดขึ้นของสังคมเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจึงได้เข้ามากำหนดและปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของผู้รับสารเกือบสิ้นเชิงและทำให้เกิดช่องทางการสื่อสารรูปแบบใหม่ๆ เป็นจำนวนมาก (Pakiratha & WingWorn, 2017)

ทั้งนี้สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สังคม หรือการรวมตัวกันเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในรูปของกลุ่มคนรูปแบบหนึ่งที่ปรากฏเกิดขึ้นบนอินเทอร์เน็ตที่เรียกว่าชุมชนออนไลน์ ทำให้ผู้คนสามารถทำ ความรู้จัก แลกเปลี่ยนความคิดเห็น แบ่งปันประสบการณ์ร่วมกันและเชื่อมโยงกันในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง โดยมีการขยายตัวผ่านการติดต่อสื่อสารอย่างเป็นเครือข่าย เช่น เว็บไซต์ Facebook, YouTube, Twitter, LINE, Whatsapp เป็นต้น (สิทธิชัย คูเจริญสิน, 2559)

บทบาทของเครือข่ายสังคมออนไลน์มักปรากฏในรูปแบบของการนำมาใช้เพื่อดำเนินงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ โดยอาจจะเป็นการดำเนินงานส่วนบุคคลหรือแม้กระทั่งหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อใช้ในการสื่อสารเป็นเครือข่าย เพื่อให้สามารถใช้ทรัพยากรร่วมกันแลกเปลี่ยนแบ่งปันทรัพยากร ข้อมูล ข่าวสาร ซึ่งจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า ในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและมีผู้ให้ความสนใจใช้งานอย่างกว้างขวาง สำหรับความนิยมในกลุ่มผู้สูงอายุพบว่า ในสหรัฐอเมริกาในช่วงปี ค.ศ. 2004-2009 เป็นช่วงที่อินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มผู้สูงอายุอเมริกัน โดยยอดผู้ใช้งานเพิ่มสูงถึงร้อยละ 55 ของจำนวนประชากรผู้สูงอายุ และในระหว่างปี ค.ศ. 2009-2011 เริ่มมีการใช้งานสื่อสังคม (Social Media) มากขึ้น ทำให้ยอดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในกลุ่ม

ผู้สูงอายุ โดยเฉพาะผู้ที่อายุ 65 ปีขึ้นไป มีจำนวนเพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 13 เป็นร้อยละ 26 ซึ่งคิดเป็นอัตราเติบโตร้อยละ 100 โดยเมื่อสำรวจระบบการให้บริการสื่อสังคมออนไลน์ รูปแบบเฟซบุ๊ก (Facebook) พบว่ามีผู้ใช้งานในสหรัฐอเมริกาถึง 16 ล้านคน โดยส่วนใหญ่เป็นประชากรสูงวัยตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป และเมื่อปี ค.ศ. 2012 พบว่า มีผู้สูงอายุที่ใช้ Social Media เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 34 มากกว่าเดิมในปี ค.ศ. 2010 ร้อยละ 8 ซึ่งจากสถิติยังพบว่า มีผู้สูงอายุอีกร้อยละ 18 ที่ลงทะเบียนเข้าใช้งาน (Login) เป็นประจำทุกวัน (Thumbsup team, 2013) ทั้งนี้จากการสำรวจพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในกลุ่มผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไปในประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2561 พบว่า กิจกรรมที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้สูงอายุ 3 อันดับแรก ได้แก่ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุด รองลงมาคือ Twitter, Instagram (ร้อยละ 84.7) รองลงมา คือ การรับ-ส่งอีเมล (ร้อยละ 81.1) และการพูดคุย/โทรศัพท์ผ่านทางออนไลน์ เช่น Line, Facebook Messenger, Face Time (ร้อยละ 75.1) ตามลำดับ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2562)

นอกจากนี้สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ได้ทำการวิจัยการตลาดกับกลุ่มผู้สูงอายุระหว่าง 55-70 ปี จำนวน 604 คน พบว่าสื่อที่ผู้สูงอายุมีการใช้งานมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ อันดับ 1 แอปพลิเคชันไลน์ (Line) จำนวนร้อยละ 50 เนื่องจากใช้งานง่ายในการติดต่อสื่อสาร โดยเมื่อศึกษาข้อมูลเชิงลึก พบว่า เมื่อผู้สูงอายุอ่านเนื้อหาที่ชื่นชอบ จะใช้การส่งสติ๊กเกอร์แทนการพิมพ์ข้อความตอบโต้ เนื่องจากไม่ถนัดในการพิมพ์ทีละตัวอักษร อันดับที่ 2 สื่อโทรทัศน์ จำนวนร้อยละ 24 โดยสื่อโทรทัศน์ถือเป็นสื่อดั้งเดิมที่ยังคงมีอิทธิพลต่อผู้สูงอายุ โดยผู้สูงอายุคิดเป็นร้อยละ 61 เปิดโทรทัศน์ทิ้งไว้โดยไม่มีการเปลี่ยนช่อง และเปิดไว้เป็นเพื่อนเพื่อคลายเหงา อันดับที่ 3 เฟซบุ๊ก (Facebook) จำนวนร้อยละ 16 โดยผู้สูงอายุมองว่า Facebook นั้น ใช้งานยากกว่า Line เวลาจะแชร์ข้อมูลให้ผู้อื่นต่อก็ไม่แน่ใจว่าจะกดปุ่มใดต่อ ต้องกดหลายครั้ง ต้องพึ่งพาคนอื่นให้ช่วยสอนการใช้หลายครั้ง ทำให้ผู้สูงอายุไม่อยากจะใช้ Facebook มากนัก เนื่องจากไม่ชอบเป็นภาระต่อผู้อื่น ด้านรูปแบบโฆษณาที่เข้าถึงได้มากที่สุด 5 อันดับ ได้แก่ 1.โฆษณาทีวี (TVC) 2.วิดีโอคลิป 3.รูปภาพ 4.บทความ และ 5. Infographic (บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, 2561)

การตื่นตัวของสื่อในเรื่องสังคมผู้สูงอายุ

ปัจจุบันคำว่า "ผู้สูงอายุ" หรือ "ผู้สูงวัย" ได้มีการกล่าวถึงอย่างกว้างขวางผ่านสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อวิทยุโทรทัศน์ หรือแม้กระทั่งสื่อออนไลน์ต่างๆ โดยเมื่อมีการสืบค้นคำสำคัญ เช่น "ผู้สูงอายุ" "ผู้สูงวัย" "คนแก่" "คนชรา" หรือ "ผู้เฒ่า" พบว่าในช่วงปี พ.ศ. 2559 เฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ ได้มีการกล่าวถึงคำว่า "ผู้สูงอายุ" เป็นจำนวนมากถึง 12,420 ครั้ง รองลงมาคือ

คำว่า "ผู้สูงอายุ" 3,124 ครั้ง "คนแก่" 3,114 ครั้ง คำว่า "ชรา" มีการกล่าวถึง 1,240 ครั้ง และคำว่า "ผู้เฒ่า" มีการกล่าวถึงน้อยที่สุดเพียง 994 ครั้ง แต่เมื่อใช้คำสำคัญเหล่านี้สืบค้นใน Web search engine ชื่อนำของ google.com ในปี พ.ศ. 2561 พบว่า เฉพาะคำว่า "ผู้สูงอายุ" จะได้ผลจากสื่อออนไลน์มากถึง 12,400,000 หน้าต่าง เมื่อพิจารณาประการแรกจะพบว่าปัจจุบันสื่อต่างๆ เริ่มให้ความสนใจและตื่นตัวกับสถานการณ์ผู้สูงอายุมากขึ้น และเมื่อพิจารณาในแง่ของรูปแบบประเภทสื่อก็จะพบว่า สื่อออนไลน์ และ/หรือสื่อสังคมออนไลน์ ได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นแทนที่สื่อสิ่งพิมพ์ นอกจากนี้ยังพบว่าประสิทธิภาพของการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ นั้นมีประสิทธิภาพและเข้าถึงกลุ่มผู้สูงอายุได้ง่ายกว่าสื่อสิ่งพิมพ์อีกด้วย ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยของนลินี ศรีวิลาส และปริญญา หรุษโนรี (2560) ที่ศึกษาการเข้าถึงและการใช้งานอินเทอร์เน็ตของกลุ่มผู้สูงอายุอำเภอบางแพ จังหวัดราชบุรี พบว่าผู้สูงอายุมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการมากกว่าใช้สื่ออื่นๆ โดยเฉพาะการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ และใช้เพื่อความบันเทิงแก้เหงา

ไทยแลนด์ 4.0 กับการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุ

ไทยแลนด์ 4.0 เป็นโมเดลที่ใช้ในการขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เพื่อให้ประเทศไทยสามารถก้าวสู่ "ประเทศในโลกรุ่นหนึ่ง" ซึ่งเกิดจากกระแสการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตของผู้คน 5 กระแส (Knowledge Management Institution, 2559) ได้แก่

1. โลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่เป็นแรงขับเคลื่อนให้เกิดการเคลื่อนไหลของทุน สินค้า และบริการ ผู้คนสามารถให้และรับบริการอย่างเสรี จนกลายเป็นโลกที่เชื่อมต่อกันอย่างสนิท (Connected World)
2. การแปลงสู่ระบบดิจิทัล (Digitization) โดยการติดต่อสื่อสารมีการเปลี่ยนรูปแบบจากการสื่อสารกับ Someone, Somewhere และ Sometime เป็น Anyone, Anywhere และ Anytime ซึ่งจะทำให้ผู้คนสามารถใช้ชีวิตอยู่ใน 2 อารยธรรมไปพร้อม ๆ กัน กล่าวคือ อารยธรรมในโลกจริง และอารยธรรมในโลกเสมือน (โลกดิจิทัล) ก่อให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยี (Network Externalities) ที่มีความดึงดูดใจสูง
3. ความเป็นเมือง (Urbanization) มีการกระจายตัวทางความเจริญไปสู่ภูมิภาคมากขึ้น ส่งผลให้ผู้คนเริ่มมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบคนเมือง ทั้งวิถีชีวิต พฤติกรรม และปฏิสัมพันธ์ของผู้คนจะเปลี่ยนแปลงไปจากสังคมชนบทเป็นสังคมเมือง
4. ความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individualization) ผู้คนในศตวรรษที่ 21 จะมีความเป็นปัจเจกมากขึ้น มีความคิดความอ่านเป็นของตัวเองมากขึ้น ต้องการแสดงออกมากขึ้น โดยแบ่งเป็นรูปแบบที่สร้างสรรค์ ที่ผู้คนต้องการอยู่ร่วมกันเพื่อสร้างสรรค์สังคม เกิดเป็นสังคมที่เข้มแข็ง ขณะที่

รูปแบบที่สอง เป็นรูปแบบที่ผู้คนต่างคนต่างอยู่ เห็นแต่ประโยชน์ส่วนตน เกิดสังคมที่เปราะบาง โอกาสที่จะเกิดความขัดแย้งจึงจะมีอยู่สูง

5) ผลกระทบร่วมกัน (Commonization) ในโลกที่ยังเชื่อมต่อกันมากขึ้นเท่าไร ผู้คนก็ยังต้องพึ่งพิงอิงอาศัยกันมากยิ่งขึ้นเท่านั้น ความเสี่ยงและภัยคุกคามมิได้ส่งผลกระทบต่อประเทศใดประเทศหนึ่งเป็นการเฉพาะ หากแต่ส่งผลกระทบต่อโลกโดยรวม ซึ่งเป็นปัญหาที่ทุกประเทศต้องเผชิญร่วมกัน (Global Commons) อาทิ ภาวะโลกร้อน วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ เป็นต้น ดังนั้นเวลาสุขประชาคมโลกจะสุขด้วยกัน ในทางตรงกันข้ามเมื่อถึงเวลาทุกข์ประชาคมโลกจะทุกข์ด้วยกัน

เมื่อพิจารณามุมมองความสุขของผู้สูงวัยจะมีความพึงพอใจกับอนาคตของตนด้วย 4 บริบท คือ มีสุขภาพที่ดี มีรายได้ที่เพียงพอ มีเงินออม และสุดท้ายสามารถที่จะอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างมีความสุข และต้องสอดคล้องกับสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป (สยามรัฐออนไลน์, 2560) เมื่อพิจารณาร่วมกับบริบทของประเทศไทย 4.0 ที่ให้ความสำคัญกับบทบาทของเทคโนโลยีอย่างมาก ผู้สูงอายุนี้นี้จึงต้องใช้ชีวิตอยู่กับเทคโนโลยี โดยจำเป็นต้องเรียนรู้ ยอมรับและปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน เพื่อจะได้ปรับใช้เทคโนโลยีสร้างความสุขให้กับชีวิตได้โดยเฉพาะเรื่องการดูแลสุขภาพที่เป็นความต้องการพื้นฐานในการดำรงชีวิตของผู้สูงวัย

การใช้สื่อสังคมออนไลน์กับการดูแลสุขภาพของผู้สูงวัยในยุคไทยแลนด์ 4.0

ในสภาพสังคมยุคดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้นโดยเฉพาะกับสื่อสังคมออนไลน์ การปรับตัวเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ของผู้สูงวัยจึงเป็นประเด็นที่สังคมควรให้ความสำคัญ เพื่อช่วยลดปัญหาช่องว่างระหว่างวัย และช่วยให้ผู้สูงวัยได้อยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุขและเห็นคุณค่าในตัวเอง นอกจากนี้เทคโนโลยียังช่วยให้ผู้สูงวัยได้สัมผัสประสบการณ์แปลกใหม่ในโลกที่ไร้พรมแดนและยังช่วยลดปัญหาสุขภาพอีกด้วย และเมื่อพิจารณาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในด้านการดูแลสุขภาพของผู้สูงวัย จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติปี พ.ศ. 2560 พบว่ามีผู้สูงวัยเพียงร้อยละ 4.2 ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตหรือสื่อสังคมออนไลน์ และจากการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมแสวงหาข้อมูลสุขภาพผ่านสื่อออนไลน์/สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงวัยพบว่า ผู้สูงวัยที่มีสุขภาพดีมีการแสวงหาข้อมูลสุขภาพผ่านสื่อออนไลน์/สื่อสังคมอยู่ในระดับสูงกว่ากลุ่มผู้สูงวัยที่มีสุขภาพปานกลาง และพบว่าอิทธิพลของการรับรู้ภาวะสุขภาพต่อการแสวงหาข้อมูลสุขภาพจากสื่อออนไลน์/สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงวัยจัดอยู่ในระดับน้อย (Tipkanjanaraykha et al., 2017)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า หน่วยงานต่างๆ ในประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงวัยควรส่งเสริมความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลความรู้สุขภาพผ่านสื่อออนไลน์/สื่อสังคมออนไลน์ การพัฒนา

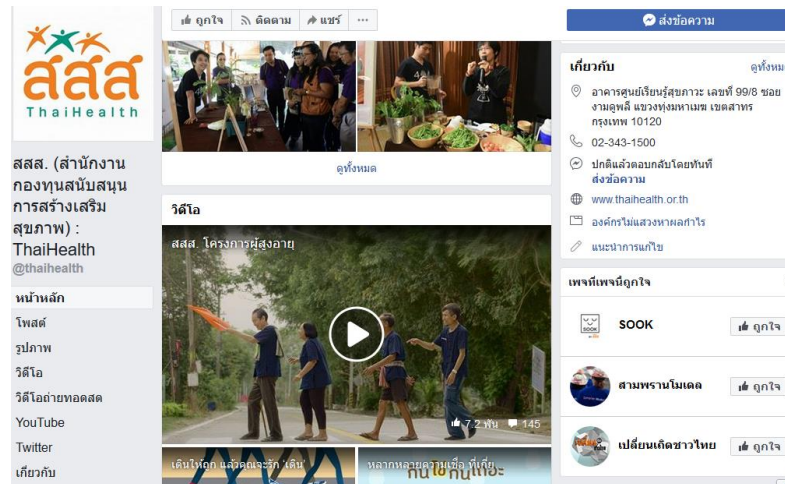
ศักยภาพการใช้สื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงการใช้แอปพลิเคชันที่จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้สูงอายุ และการให้ผู้สูงอายุสามารถนำข้อมูลต่างๆ ไปใช้ในเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

การตื่นตัวและตัวอย่างสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ

ปัจจุบันความตื่นตัวในการดูแลสุขภาพตนเองของผู้สูงอายุมีมากขึ้น รวมไปถึงได้มีหน่วยงานหลากหลายที่เริ่มให้ความสนใจในการจัดทำสื่อสังคมออนไลน์เพื่อให้ความรู้ในการดูแลสุขภาพ รวมถึงกิจกรรมที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยจากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้สูงอายุเมื่อเกษียณอายุจากการทำงานจะเป็นกลุ่มที่มีเวลามาก จะทำให้เกิดภาวะสุขภาพต่าง ๆ เช่น ความวิตกกังวลเกี่ยวกับสุขภาพร่างกายที่อาจส่งผลให้เกิดสุขภาพทางจิตที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น ความเหงา การต้องการความเอาใจใส่และต้องการที่จะสื่อสารกับกลุ่มคนในครอบครัวมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ รวมทั้งความต้องการรับข่าวสารเกี่ยวข้องกับสุขภาพที่เพิ่มมากขึ้นด้วย ทำให้สื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นที่ต้องการและส่งผลกระทบต่อภาวะสุขภาพของผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น เช่น การส่งภาพ คลิปวิดีโอ การสื่อสารออนไลน์ต่าง ๆ ทั้งนี้สมาคมบ้านปันรัก ได้กล่าวว่า มีความกังวลเรื่องของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในผู้สูงอายุ ซึ่งหากผู้สูงอายุที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์แต่พอดีจะเป็นกลุ่มที่มีความสุขมากที่สุด เนื่องจากมีความรู้ความเข้าใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ครอบครัว รวมทั้งการดูแลสุขภาพกายและใจทำให้เกิดความสุขอย่างยั่งยืนได้ (มติชนออนไลน์, 2560)

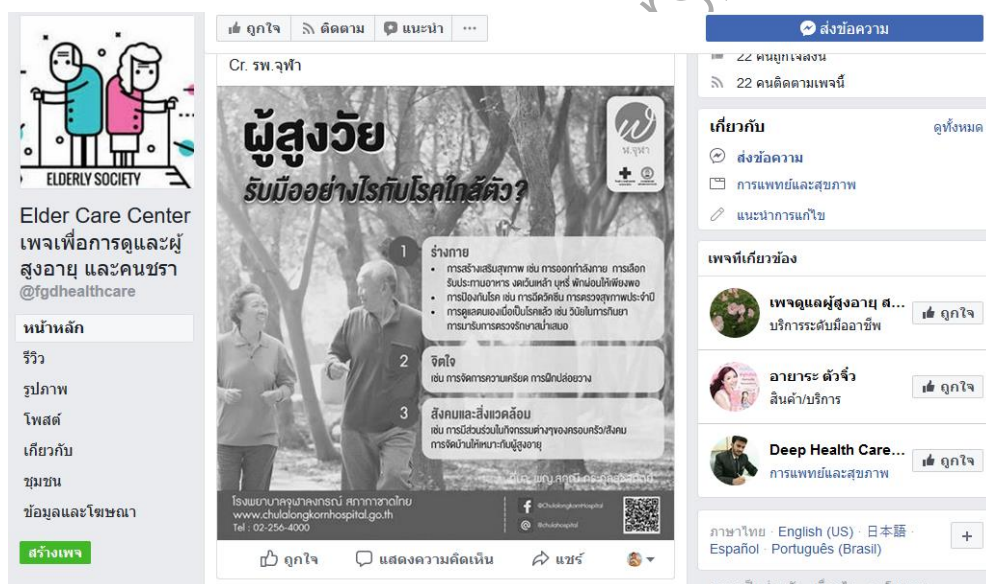
นอกจากนี้สื่อสังคมออนไลน์ให้มีความสำคัญกับการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ โดยมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้สูงอายุทั้ง Facebook, Line application, Twitter และ Instagram application โดยมีตัวอย่างการสื่อสารผ่านสื่อสังคมต่าง ๆ ดังนี้

1.เพจ Facebook เช่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ชมรมคนรักสุขภาพ และ Elder Care Center เพจเพื่อการดูแลผู้สูงอายุ และคนชรา (ภาพที่ 3-5)



ภาพที่ 2 เพจ Facebook ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

ที่มา: <https://th-th.facebook.com/thaihealth/>



ภาพที่ 3 เพจ Facebook ของ เอลเดอร์ แคร์ เซ็นเตอร์

ที่มา: <https://th-th.facebook.com/pg/fgdhealthcare/>

2. Line application ผ่าน Line official account เช่น official account ของโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ (ภาพที่ 6) หรือ official account ของกระทรวงสาธารณสุข (ภาพที่ 7)

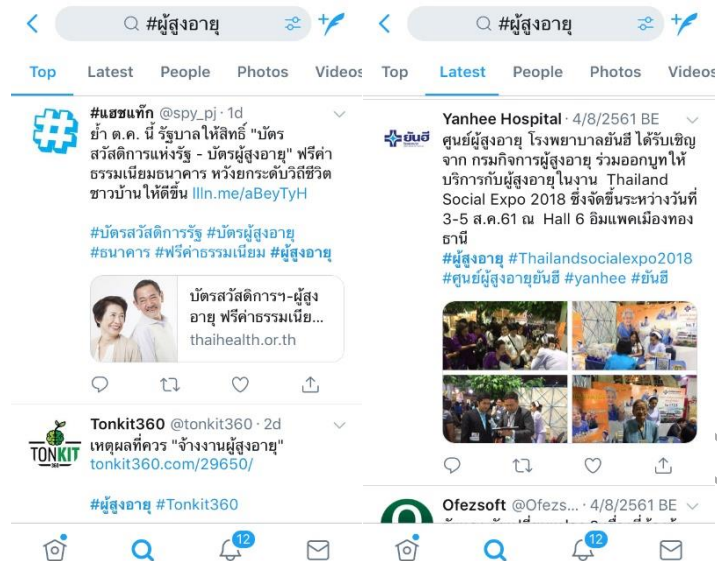


ภาพที่ 4 แสดงหน้าจอจากไลน์แอปพลิเคชันของโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ และการเผยแพร่ความรู้ในรูปแบบของ Infographic



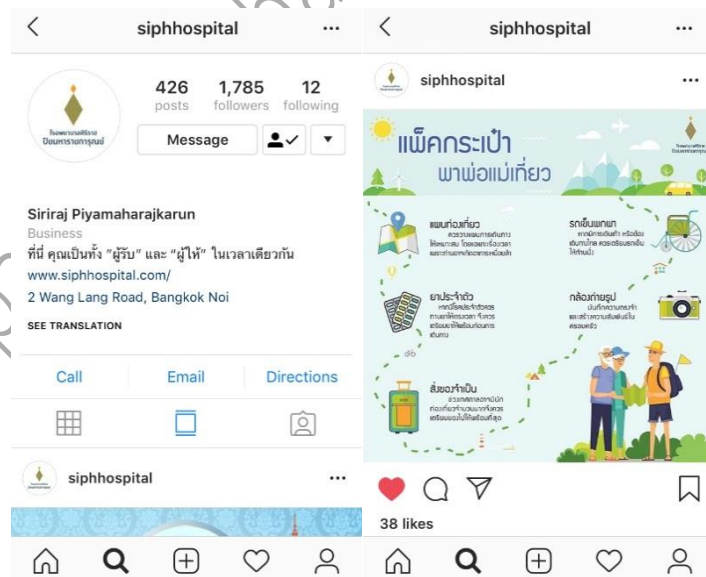
ภาพที่ 5 แสดงหน้าจอจากไลน์แอปพลิเคชันของกระทรวงสาธารณสุข

3.การใช้ Twitter application ในแอชแท็ก ว่า #ผู้สูงอายุ (ภาพที่ 8)



ภาพที่ 6 แสดงผลการค้นหาจากคำว่า “ผู้สูงอายุ” ใน Twitter application

4. Instagram application เช่น account ของโรงพยาบาลศิริราชปิยมหาราชการุณย์ (ภาพที่ 9) และ account ของสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) (ภาพที่ 10)



ภาพที่ 7 ภาพการเผยแพร่ความรู้ผ่าน Instagram application

ของโรงพยาบาลศิริราชปิยมหาราชการุณย์

ที่มา: <https://www.instagram.com/siphhospital/?hl=th>



ภาพที่ 8 ภาพการเผยแพร่ความรู้ผ่าน Instagram application
ของสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.)

ที่มา: <https://www.instagram.com/nhso.official/>

ส่วนสรุป

โดยสรุปพบว่ากลุ่มผู้สูงอายุในปัจจุบันยอมรับและนิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Online) เพิ่มขึ้น โดยใช้เป็นช่องทางติดต่อสื่อสารกับคนในครอบครัว หรือแม้แต่เพื่อนๆ รวมถึงใช้เพื่อสืบค้นหรือส่งผ่านข้อมูลความรู้ด้านสุขภาพเพื่อเป็นการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้ถึงผู้สูงอายุโดยตรง ดังนั้นหากผู้สูงอายุหรือผู้ที่ดูแลมีความรู้ความเข้าใจ และมีความรู้และทักษะในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ก็จะช่วยส่งเสริมให้เกิดประโยชน์ด้านการดูแลสุขภาพ รวมทั้งยังพัฒนาต่อยอดเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่บุคลากรทางการแพทย์ใช้เป็นช่องทางติดต่อสื่อสาร ให้คำปรึกษาด้านการดูแลสุขภาพได้สะดวก รวดเร็ว แม้จะอยู่ในพื้นที่ห่างไกลในอนาคตได้อีกด้วย ซึ่งในปัจจุบันหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพเริ่มนิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์มาเป็นช่องทางดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุในยุคไทยแลนด์ 4.0 ทั้งการเผยแพร่ข้อมูลด้านสุขภาพ ทั้งเพจ Facebook, Line application, Twitter และ Instagram application ดังนั้นเทคโนโลยีจึงมีประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์และได้รับการยอมรับเนื่องจากมีความดึงดูดใจของนวัตกรรม (Attractiveness of Innovation) ดังที่อาร์เธอร์ (Arthur, 1988) ได้กล่าวว่า ผลตอบรับนวัตกรรมจะเพิ่มขึ้นก็ต่อเมื่อเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมนั้นมีความดึงดูดใจในระดับสูงและสามารถเรียนรู้และใช้เทคโนโลยีนั้นได้ด้วยตนเอง ซึ่งในกรณีนี้คือผู้สูงอายุในปัจจุบันให้การยอมรับและนิยมใช้ข้อมูลด้านการดูแลสุขภาพที่ได้จากสื่อสังคมออนไลน์มาปรับใช้กับตนเองและบุคคลรอบข้าง

ดังนั้นในการขับเคลื่อนประเทศไทยให้เข้าสู่สังคมไทยแลนด์ 4.0 หน่วยงานด้านการส่งเสริมสุขภาพจึงควรดำเนินแนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับการดูแลผู้สูงอายุในอนาคต โดยมีความตื่นตัวในการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพของเครื่องมือการสื่อสารเรื่องการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อกลางให้เข้ากับความสนใจและสถานการณ์ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่การใช้เทคโนโลยีควรมีการสนับสนุนให้ผู้สูงอายุมีความตื่นตัวในการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และอินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น เพื่อใช้ในการหาความรู้และการเข้าถึงระบบดูแลสุขภาพออนไลน์ได้สะดวกมากยิ่งขึ้นและใช้อย่างถูกวิธีอันจะส่งเสริมให้ผู้สูงวัยมีสุขภาพที่ดีจะได้ใช้ชีวิตได้อย่างมีความสุขอย่างยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กฤษณาพร ทิพย์กาญจนเรชา, ศิริธร ยิ่งแรงเรง, จันทิมา เขียวแก้ว, และคณะ. (2560). พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลสุขภาพจากสื่อออนไลน์ และสื่อสังคมของผู้สูงอายุตามลำดับการรับรู้ภาวะสุขภาพ. *วารสารวิจัยทางวิทยาศาสตร์สุขภาพ*. 11(1): 12-22.

กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2561). *รายงานสถานการณ์ทางสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ปี 2561*. กรุงเทพมหานคร.

ทีมข่าวเศรษฐกิจ. (2559). ระบิตเวลาสังคมผู้สูงอายุกระทรวงมหาดไทยจัดเป็นวาระแห่งชาติ. *ฐานเศรษฐกิจ*, [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.thansettakij.com/content/24454> สืบค้นเมื่อ 25 มิถุนายน 2561.

เทคโนโลยีเว็บไซต์. (2562). Web 3.0 Web 4.0, [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://sites.google.com/a/bumail.net/technoloyi-websit/web-3-0-web-4-0> สืบค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2562.

นลินี ศรีวิลาศ และปริญญา หรุ่มโพธิ์. (2560). พฤติกรรมการเข้าถึงและการใช้งานอินเทอร์เน็ตของกลุ่มผู้สูงอายุอำเภอบางแพะ จังหวัดราชบุรี, [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: http://www.repository.rmutr.ac.th/bitstream/handle/123456789/808/rmutrconth_161.pdf สืบค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2562.

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. (2546). กรุงเทพฯ: นามมีบุ๊คส์.

มติชนออนไลน์. (2560). วิถีใหม่ผู้สูงอายุ ยุค 4.0 ส่งความสุขแบบออนไลน์เชื่อมสัมพันธ์ในครอบครัว, [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: https://www.matichon.co.th/lifestyle/news_517489 สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2562.

มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2561). *สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2560*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย.

- สำนักเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2557). นิยาม: สังคมผู้สูงอายุ, [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sec/Lom12/05-01.html>. สืบค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2561.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2561). โครงสร้างด้านประชากรของประเทศไทยเข้าสู่การเป็น “สังคมสูงวัย” (Aged society), [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.nso.go.th/sites/2014> สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2561.
- สยามรัฐออนไลน์. (2560). "เปิดมุมมอง" / สูงวัยไทยแลนด์...อยู่อย่างไรในยุค4.0, [ออนไลน์]. <https://siamrath.co.th/n/21850> สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2562.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2562). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561. กรุงเทพฯ: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2556). รายงานประจำปี 2556. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- บุญยิ่ง คงอาชาภัทร. (2561). วิจัยการตลาดกับกลุ่มผู้สูงอายุ 55-70 ปี. นครปฐม: สาขาการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- Arthur, W.B. (1988). Competing Technologies: An overview, **Technical change and economic theory**. London: Pinter publishers.
- Jostsons, F. (2018). Social Media Landscape 2017. [Online] Available: <http://thinkspace.csu.edu.au/networkedlearning/2018/01/18/social-media-landscape-2017/> Retrieved June 30, 2018.
- Nimrod, G. (2010). Seniors' online communities: a quantitative content analysis. *Gerontologist*, 50 (3). 382-392.
- Thumbsupteam. (2013). To monitor an elderly's lifestyle of the social media's usage which is more interested as well as the teen's usage. [Online] Available: <https://thumbsup.in.th/2013/02/seniors-boomers-internet-usage/> Retrieved June 30, 2018.
- Tipkanjanaraykha, K., & et al. (2017). Health information seeking behaviors of elderly through online media According to perceived health status. *Journal of Health science research*. 11,12-22.

- World Health Organization [WHO]. (2002). Proposed working definition of an older person in Africa for the MDS Project. [Online] Available: <http://www.who.int/healthinfo/survey/ageingdefnolder/en/> Retrieved June 25, 2018.
- โรงพยาบาลศิริราชปิยมหาราชการุณย์. (2561). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.instagram.com/siphhospital/?hl=th> สืบค้นเมื่อ 24 กรกฎาคม 2561.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ. (2561). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.facebook.com/thaihealth> สืบค้นเมื่อ 27 กรกฎาคม 2561.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2556). **การคาดประมาณประชากรของประเทศไทย 2543-2573**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ. (2561). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.instagram.com/nhso.official> สืบค้นเมื่อ 28 กรกฎาคม 2561.
- เอลเดอร์ แคร์ เซ็นเตอร์. (2561). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://th-th.facebook.com/pg/fgdhealthcare> สืบค้นเมื่อ 29 กรกฎาคม 2561.