

อินโฟกราฟิกและการเข้าถึงโครงการความช่วยเหลือทางสังคม

ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ของผู้สูงอายุ:

กรณีศึกษา ในเขตและนอกเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

Infographics and the Older People's Access to Social Assistance Programs

During the COVID-19 Pandemic: A Case study in the municipality

and rural areas of Nakhon Ratchasima

โชติกา บรรจงปรุ และ ²อจิราภัส เพียรขุนทด

¹Chotika Banjongpru and ²Ajirapa Pienkhuntod

¹นิสิตหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น

²อาจารย์ประจำวิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น

¹Master of Public Administration, College of Local Administration Khon Kaen University

² Lecturer Public Administration, College of Local Administration Khon Kaen University

¹Corresponding Author E-mail: b_chotika@kkumail.com

Received May 26, 2023; Revised June 29, 2023; Accepted August 8, 2023

บทคัดย่อ

สื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมการเข้าถึงบริการของรัฐโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเวลาวิกฤตที่ต้องเร่งนำส่งสวัสดิการให้แก่ประชาชนจำนวนมาก งานวิจัยนี้มุ่งให้คำตอบของคำถามที่ว่า การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบอินโฟกราฟิกสามารถช่วยให้ผู้สูงอายุในจังหวัดนครราชสีมาเข้าถึงความช่วยเหลือในโครงการความช่วยเหลือทางสังคมของรัฐในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษาและใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้สูงอายุ จำนวน 20 คน ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปพักอาศัยอยู่ในและนอกเขตเมืองนครราชสีมาผลการวิจัยพบว่า การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบอินโฟกราฟิก (Infographic) ช่วยให้ข้อมูลแก่ผู้สูงอายุได้ แต่ยังไม่สามารถช่วยให้ผู้สูงอายุในจังหวัดนครราชสีมาลงทะเบียนและเข้าถึงสวัสดิการฉุกเฉินจากโครงการเราไม่ทิ้งกัน โครงการเราเที่ยวด้วยกัน โครงการคนละครึ่ง และโครงการเราชนะได้ด้วยตนเอง เนื่องจากผู้สูงอายุขาดทักษะดิจิทัลในการลงทะเบียนในระบบออนไลน์ โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าถึงโครงการความช่วยเหลือทางสังคมของผู้สูงอายุ ได้แก่ ความเพียงพอของข้อมูล การเข้าถึงแหล่งบริการและความสะดวก ค่าใช้จ่ายสำหรับการประชาสัมพันธ์และการยอมรับคุณภาพ

คำสำคัญ การประชาสัมพันธ์ผ่านอินโฟกราฟิก; การเข้าถึงสวัสดิการของผู้สูงอายุ; โควิด-19; ผู้สูงอายุ

Abstract

Infographic publicity plays an important role in promoting access to government services during a crisis in which many people need social assistance. This research aims to answer the question of whether public relations in the form of infographics can help older people in Nakhon Ratchasima province access assistance to the state's social assistance programs during the coronavirus disease 2019 (COVID-19) Or not, how? This study was a case study using in-depth interviews as a research tool to collect information from 20 persons aged 60 years and over who were living in the municipality and rural areas of Nakhon Ratchasima province. The research findings showed that the public relations in the form of infographics could provide information to the elderly in Nakhon Ratchasima province but still insufficient to help them register and access social assistance programs will such as Rao Mai Thing Kan, Rao Thiao Duai Kan, Khon La Khrueng and Rao Chana on their own. That was primarily because the elderly lacked digital skills in online registration. The factors affecting the access to social assistance programs included availability of information, accessibility to the services, accommodation, affordability, and acceptability of the services.

Keywords: Public relations; Infographic; Access to welfare; COVID-19; Older People

บทนำ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (Coronavirus Disease Starting in 2019) หรือที่เรียกกันว่า “โควิด-19” (COVID-19) ไวรัสนี้เป็นสาเหตุที่ทำให้ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยประสบปัญหาการแพร่กระจายอย่างรวดเร็วและทำให้ติดจากคนสู่กันได้โดยง่าย โดยในช่วงแรกถือว่าเป็นโรคอุบัติใหม่ที่ได้แค่เพียงรักษาตามอาการเท่านั้น การติดเชื้อโควิด-19 ส่งผลต่อสุขภาพทั้งยังทำให้ภูมิคุ้มกันร่างกายบกพร่อง นอกจากนั้นยังส่งผลให้เกิดปัญหาเศรษฐกิจ เนื่องจากภาครัฐได้มีมาตรการล็อกดาวน์ส่งผลให้บางธุรกิจต้องปิดตัวลง คนตกงานและไม่มียานพาหนะอย่างเพียงพอ ส่งผลกระทบต่อประชาชนทุกคนในเรื่องของรายได้ (พุทธิพันธุ์ หิรัญยตระกูล และ ไตรสรณ์ ธีรชิวานนท์, 2563) ผลกระทบของการแพร่ระบาดของโควิด-19 ดังกล่าวทำให้ภาครัฐจำเป็นต้องมีมาตรการเร่งด่วนเพื่อแก้ไขปัญหาให้ทันทั่วทั้งที่ ดังเช่นมาตรการด้านสาธารณสุข การคุ้มครองทางสังคม หรือนโยบายการคลังเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชนและควบคุมจำนวนผู้ติดเชื้อ (Nadia Belhaj Hassine Belghith & Tanida Arayavechkit, 2021) ดังนั้นภาครัฐจึงได้จัดทำโครงการสวัสดิการและความช่วยเหลือทางสังคม (Social Assistance Programs) แบบเฉพาะกิจเพื่อเป็นการบรรเทาและเยียวยาประชาชนที่ได้รับผลกระทบ อีกทั้งเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ ในรูปแบบที่หลากหลาย

เช่น โครงการ“เราไม่ทิ้งกัน” โครงการช่วยเหลือผู้ที่มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ โครงการเยียวยาเกษตรกร กลุ่มเปราะบาง มาตรการลดภาระลูกจ้างระบบประกันสังคม มาตรการลดภาระค่าไฟฟ้า-น้ำประปา โครงการคนละครึ่ง เป็นต้น ซึ่งมาตรการที่กล่าวมามีเพียง 4 โครงการเท่านั้นที่ต้องลงทะเบียนผ่านเว็บไซต์ คือ โครงการ“เราไม่ทิ้งกัน” โครงการ“เราเที่ยวด้วยกัน” โครงการ“คนละครึ่ง” และ โครงการ“เราชนะ” โดยโครงการเหล่านี้มุ่งเน้น การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ด้วยรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อเป็นการเชิญชวน ให้ประชาชนทุกกลุ่มเข้าร่วม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อในรูปแบบของอินโฟกราฟิก เป็นที่นิยมในการนำมาใช้ในการออกแบบสื่อ ภาพนิ่ง วิดีโอ การโฆษณาต่าง ๆ โดยนำเสนอข้อมูลผ่าน รูปภาพที่เข้าใจง่าย เนื้อหาสั้นๆ กระชับและชัดเจน เช่น แผ่นป้ายที่ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวิธีการรับสิทธิ์ และใช้สิทธิ์ผ่านแอปพลิเคชัน“เป๋าตัง” ของโครงการ“เราชนะ” ที่มีการสรุปขั้นตอนการใช้ มีรูปภาพ ประกอบและมีข้อความอธิบายที่มีความกระชับและชัดเจน (The Chapt, 2565)

การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อในรูปแบบอินโฟกราฟิกเกี่ยวกับความช่วยเหลือทางสังคม (Social Assistance) ของรัฐในช่วงการระบาดโควิด-19 มักปรากฏและเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ในโทรศัพท์แบบสมาร์ทโฟนผ่านโซเชียลมีเดีย การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อในโครงการของภาครัฐในรูปแบบ อินโฟกราฟิกจะออกแบบสีพื้นหลังให้เป็นสีฟ้า เพื่อให้เห็นว่าเป็นการประชาสัมพันธ์โครงการของภาครัฐ หัวข้อใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่และขนาดตัวอักษรในเนื้อหาขนาดเล็กที่ไม่มีหัว แต่มีความสั้นและกระชับ เข้าใจได้ง่าย ซึ่งสิ่งนี้สามารถทำให้ประชาชนโดยทั่วไปสามารถที่จะเข้าใจและเข้าถึงได้ แต่ทว่าการสื่อ ประชาสัมพันธ์ลักษณะนี้มักจะมีปัญหากับกลุ่มผู้สูงอายุที่มีปัญหาในการมองเห็นตัวอักษรของแผ่น ประชาสัมพันธ์ไม่ค่อยชัดเจนหรือการที่ผู้สูงอายุไม่เปิดรับความเข้าใจในเทคโนโลยี (จงกลณี จงพรชัย และคณะ, 2559) ในบางโครงการรัฐมีการลงทะเบียนผ่านทางเว็บไซต์หรือใช้สิทธิ์ผ่านแอปพลิเคชันในมือ ถือ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นปัญหาทำให้ผู้สูงอายุบางส่วนไม่สามารถที่จะดำเนินการได้ด้วยตนเอง เนื่องจากไม่รู้ วิธีทำและไม่คุ้นเคยกับการใช้งาน (ยศ วัชรคุปต์ และสมชัย จิตสุชน, 2563) ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ใน รูปแบบอินโฟกราฟิกที่ดีควรมีการออกแบบเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สูงอายุ จึงจะทำให้ผู้สูงอายุ สามารถเข้าใจและสามารถเข้าถึงสวัสดิการสังคมแบบเฉพาะกิจได้ด้วยตนเองที่เป็นไปตามได้ตามหลัก ทฤษฎีของ Penchansky Roy & J. William Thomas (1981) คือความเพียงพอของบริการที่มีอยู่ การเข้าถึง แหล่งบริการ ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ ความสามารถที่จะเสียค่าใช้จ่าย และการยอมรับคุณภาพของการบริการ

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาอินโฟกราฟิกและการเข้าถึงโครงการ ความช่วยเหลือทางสังคมในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ของผู้สูงอายุ : กรณีศึกษา ในเขตและนอก

เขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2565) และติดอันดับ 1 ใน 5 จังหวัดที่มีสถิติการใช้จ่ายมากที่สุดของโครงการเราชนะ (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2564) และโครงการคนละครึ่ง (กรุงเทพธุรกิจ, 2564) โดยคาดหวังที่จะค้นหาปัจจัยที่มีส่วนทำให้การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบอินโฟกราฟิกนำไปสู่การเข้าถึงสวัสดิการของรัฐของผู้สูงอายุได้ด้วยตนเองมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของอินโฟกราฟิก (Infographic) ในโครงการความช่วยเหลือทางสังคมของรัฐ ช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)
2. เพื่อศึกษาผลของการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของอินโฟกราฟิก (Infographic) ช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ต่อการเข้าถึงความช่วยเหลือทางสังคมในกลุ่มผู้สูงอายุในจังหวัดนครราชสีมา

วิธีดำเนินการวิจัย

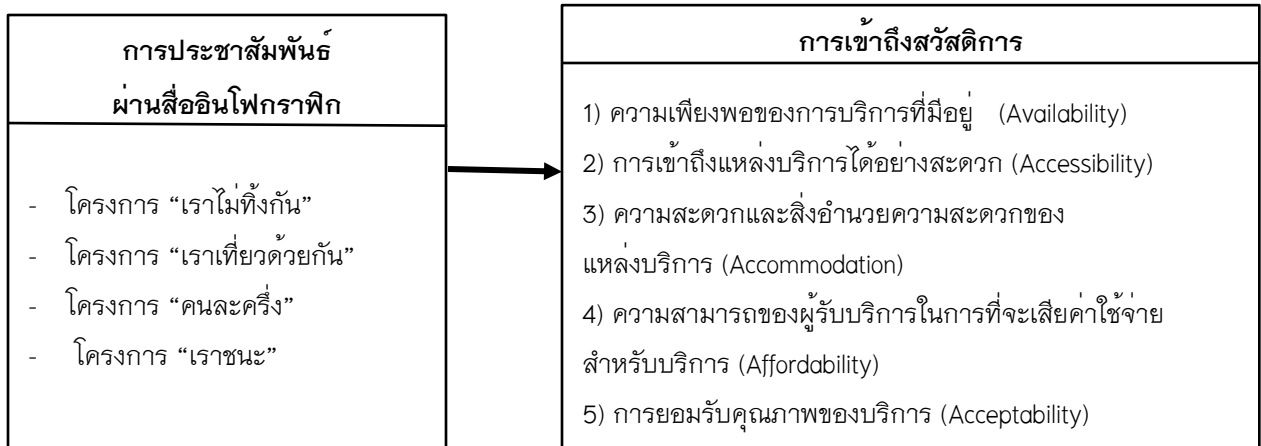
การศึกษานี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) แบบกรณีศึกษา (Case Study) ผู้วิจัยเลือกศึกษาในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2565) และติดอันดับ 1 ใน 5 จังหวัดที่มีสถิติเข้าร่วมโครงการเราชนะและโครงการคนละครึ่ง ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญจากกลุ่มประชากรแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา และนอกเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญต้องเข้าเกณฑ์ผู้สูงอายุที่เข้าร่วมโครงการสวัสดิการของรัฐที่สามารถให้ข้อมูลสำคัญแก่ผู้วิจัยได้ และจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ทำให้เลือกกลุ่มเป้าหมายเพื่อเก็บข้อมูลจากในอำเภอเมือง จำนวน 10 คน และนอกเขตอำเภอเมือง จำนวน 10 คน รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสิ้น 20 คน ทำการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Construct In-depth Interview) มีการบันทึกเสียงขณะสัมภาษณ์โดยได้รับการอนุญาตจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ภายหลังการสัมภาษณ์ผู้วิจัยทำการถอดเทปบันทึกเสียงให้เป็นความเรียงลงในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อให้ได้ข้อมูลอย่างครบถ้วน โดยมีคำถามสัมภาษณ์และกรอบวิจัย ดังนี้

1. ในช่วงของการเริ่มแพร่ระบาดของโควิด-19 ท่านได้รับการเยียวยาหรือช่วยเหลือจากรัฐบาลหรือไม่
2. ท่านได้รับความช่วยเหลือจากโครงการอะไรบ้าง (โครงการเราไม่ทิ้งกัน โครงการเยียวยาเกษตรกร โครงการเยียวยากลุ่มเปราะบาง โครงการคนละครึ่งหรือมาตรการช่วยเหลือการลดภาระค่าน้ำ ค่าไฟ ฯลฯ)
3. โครงการที่ได้รับ ท่านทราบมาจากแหล่งใด (สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ ฯลฯ)

4. ท่านรู้จักภาพอินโฟกราฟิกไหม (มีตัวอย่างภาพ)
5. ท่านคิดว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินโฟกราฟิกดีไหม หรือชอบไหม ดีกว่าการประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิมไหม เพราะเหตุใด มีข้อเสียอะไรไหม
 - 1) ท่านคิดว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินโฟกราฟิกมีข้อมูลเพียงพอกับการลงทะเบียนในโครงการช่วยเหลือและเยียวยาในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ของท่านไหม
 - 2) บอกถึงรายละเอียดที่ชัดเจนเกี่ยวกับแหล่งบริการครอบคลุมทุกพื้นที่ ที่ท่านต้องการลงทะเบียนเพื่อเข้าร่วมโครงการเพื่อช่วยเหลือเยียวยาไหม
 - 3) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินโฟกราฟิกสามารถช่วยอำนวยความสะดวก ทำให้การลงทะเบียนของท่านง่ายขึ้นไหม อย่างไร
 - 4) ท่านสามารถเสียค่าใช้จ่าย เสียค่าบริการอะไร เกี่ยวกับสื่ออินโฟกราฟิกไหม หรือเสียค่าใช้จ่ายเพื่อลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการไหม
 - 4) ท่านยอมรับกับคุณภาพของประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินโฟกราฟิกไหม? ท่านคิดว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินโฟกราฟิกดีไหมดีกว่าการประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิมไหม เพราะเหตุใด
6. ท่านคิดว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินโฟกราฟิก มีข้อเสียอะไรบ้าง
7. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ใช้แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการเข้าถึงของ Penchansky and Thomas (1981) ประกอบด้วย ความเพียงพอของการบริการที่มีอยู่ การเข้าถึงแหล่งบริการได้อย่างสะดวก ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ ความสามารถของผู้รับบริการในการที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ และการยอมรับคุณภาพของบริการ ภายใต้โครงการเราไม่ทิ้งกัน โครงการเราเที่ยวด้วยกัน โครงการคนละครึ่ง และโครงการเราชนะ โดยมีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) ขั้นตอนดังนี้

- 1) เมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแล้วผู้วิจัยทำการทบทวนข้อมูลทั้งการจดบันทึกและการขออนุญาตบันทึกเสียง หลังจากนั้นทำการถอดไฟล์เสียงเป็นความเรียงในโปรแกรมคอมพิวเตอร์และตรวจเช็คความถูกต้องอย่างเป็นระบบ
- 2) นำข้อมูลลงตารางเพื่อเปรียบเทียบการวิเคราะห์ข้อมูลโดยเปรียบเทียบระหว่างข้อมูลความเหมือนและความต่าง ความสัมพันธ์ของข้อมูล และให้สอดคล้องกับข้อเท็จจริงของข้อมูล รวมถึงวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย และ
- 3) ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจะถูกนำมาวิเคราะห์และประมวลผลเชื่อมโยงความสัมพันธ์อย่างเป็นองค์รวม

ผลการวิจัย

อินโฟกราฟิกและการเข้าถึงโครงการความช่วยเหลือทางสังคมในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 กรณีศึกษา จังหวัดนครราชสีมา มีการศึกษาผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในเขตและนอกเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา และศึกษาผลของการประชาสัมพันธ์รูปแบบอินโฟกราฟิกต่อบัณฑิตการเข้าถึงโครงการความช่วยเหลือทางสังคมช่วงโควิด-19 ในกลุ่มผู้สูงอายุทั้งในและนอกเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา สามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญทั้งหมด 5 ด้าน ดังนี้

- 1) ด้านความเพียงพอของข้อมูล พบว่า ผู้สูงอายรรู้ความพอเพียงของข้อมูลการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบอินโฟกราฟิก แม้จะไม่สามารถดำเนินการได้เองแต่สามารถรับรู้ผ่านผู้อื่นที่ลงทะเบียนให้ได้ โดยมีความเห็นว่าควรเสนอข้อความที่สั้น กระชับ เข้าใจง่ายภายในแผ่นเดียว

การได้เข้าร่วมโครงการสวัสดิการเฉพาะกิจของผู้สูงอายุ ถือว่าเป็นความสำคัญอย่างหนึ่งในแง่ของการได้รับเงินช่วยเหลือในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 สำหรับผู้สูงอายุที่ต้องเอาไปใช้จ่ายฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์วิกฤติ ในรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินโฟกราฟิกมีข้อมูลเพียงพอต่อการลงทะเบียนเพื่อเข้าร่วมโครงการ แม้ข้อมูลจะมีความเพียงพอ แต่อย่างไรก็ตามผู้สูงอายุจะไม่สามารถลงทะเบียนด้วยตนเอง ทั้งนี้เนื่องจากผู้สูงอายุมีความไม่เข้าใจและไม่ถนัดในการใช้เทคโนโลยีกลัวความผิดพลาดและมีปัญหาเกี่ยวกับสายตา จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้สูงอายุจำเป็นต้องพึ่งพาผู้อื่น

นอกจากนั้นผู้สูงอายุมีความเห็นเพิ่มเติมในทิศทางเดียวกันว่า ควรจะมีแผนการประชาสัมพันธ์แค่แผ่นเดียวเท่านั้น และมีขนาดที่ไม่เล็กจนเกินไป เนื่องจากผู้สูงอายุไม่ชอบการอธิบายที่ซับซ้อน ชอบความกระชับและเข้าใจง่าย อาจเพิ่ม keyword เพื่อเพิ่มความเข้าใจให้แก่ผู้สูงอายุ แม้ภาครัฐจัดทำคู่มือการลงทะเบียนที่มีความละเอียดทุกขั้นตอนแต่ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ชื่นชอบการประชาสัมพันธ์ที่บอกขั้นตอนวิธีการในแผ่นเดียว

2) ด้านการเข้าถึงแหล่งบริการ พบว่า การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อในรูปแบบอินโฟกราฟิกที่รัฐจัดทำบอกถึงรายละเอียดที่ชัดเจนเกี่ยวกับแหล่งบริการครอบคลุมทุกพื้นที่ที่ต้องการลงทะเบียนเพื่อเข้าร่วมโครงการเพื่อช่วยเหลือเยียวยา ทำให้ผู้ที่ได้อ่านหรือศึกษาสามารถรับรู้และเข้าถึงแหล่งบริการได้ ซึ่งพบว่าแผนการประชาสัมพันธ์สามารถบอกถึงรายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งบริการครอบคลุมทุกพื้นที่อย่างชัดเจน

การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินโฟกราฟิกเกี่ยวกับสวัสดิการในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 พบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่สามารถที่จะเข้าถึงข้อมูล เช่น ร้านค้าที่ร่วมโครงการ สถานที่ราชการ หรือตามแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียอย่างเว็บไซต์ของโครงการของรัฐโดยตรง เป็นต้น ขณะเดียวกันผู้สูงอายุในบางรายไม่สามารถที่พบเห็นหรือเข้าถึงแผ่นประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกได้ด้วยตัวเอง เนื่องจากไม่สามารถอ่านด้วยตนเองและไม่มี ความสนใจที่จะศึกษาข้อมูลดังกล่าว นอกจากผู้สูงอายุจะต้องทำความเข้าใจกับสื่อประชาสัมพันธ์แล้วยังต้องทำความเข้าใจกับการลงทะเบียนผ่านระบบออนไลน์อีกด้วย

นอกจากนี้ขนาดของตัวอักษรที่ปรากฏในแผ่นประชาสัมพันธ์ยังเป็นอีกหนึ่งสาเหตุที่ทำให้ผู้สูงอายุทุกคนกล่าวว่า ตัวหนังสือที่อยู่ในแผ่นประชาสัมพันธ์มีขนาดเล็กเกินไป ตัวอักษรอ่านได้ยากเนื่องจากตัวหนังสือสมัยใหม่ไม่มีหัว ซึ่งสาเหตุนี้ทำให้ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ประสบปัญหากับด้านสายตาและการมองเห็น

3) ด้านความสะดวก พบว่า การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินโฟกราฟิกในด้านความอำนวยความสะดวกพบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีความเห็นว่าแผ่นประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินโฟกราฟิกบอกขั้นตอนวิธีการใช้และวิธีการรับสิทธิในโครงการต่าง ๆ อำนวยความสะดวกอย่างมากต่อการเรียนรู้ สามารถที่จะศึกษาและดูวิธีการใช้และรับสิทธิได้

นอกจากนั้นรูปแบบของการประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิก ผู้สูงอายุยังมีความต้องการให้มีคนมาอธิบายและชี้แนะเพิ่มเติม เพื่อที่จะสามารถทำความเข้าใจ อีกทั้งยังเป็นการสร้างความอำนวยความสะดวกต่อการลงทะเบียนเพื่อเข้าร่วมโครงการให้มีความง่ายต่อตนเองมากมากขึ้น ถึงแม้ว่าการประชาสัมพันธ์รูปแบบอินโฟกราฟิกจะสามารถอำนวยความสะดวกต่อการลงทะเบียน แต่ในผู้สูงอายุบางท่านนั้นก็อาจจะเข้าใจทั้งหมดได้ เนื่องจากขาดทักษะทางด้านดิจิทัล

การประชาสัมพันธ์โครงการสวัสดิการในช่วงโควิด-19 ผ่านรูปแบบอินโฟกราฟิกถือว่าอำนวยความสะดวกอย่างมากต่อการลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการสำหรับผู้สูงอายุ ถึงแม้ว่าผู้สูงอายุไม่สามารถที่จะลงทะเบียนได้ด้วยตนเองเนื่องจากไม่มีความถนัดพอที่จะใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่หรือในกรณีของผู้สูงอายุบางท่านหากไม่มีผู้ใดในการให้ความช่วยเหลือในการลงทะเบียน ก็สามารถที่จะให้ทางเจ้าหน้าที่ของธนาคารกรุงไทยหรือเจ้าหน้าที่พนักงานของรัฐช่วยเหลือในการลงทะเบียนได้ ธนาคารกรุงไทยหรือสถานที่ราชการต่างๆ ถือว่าเป็นอีกหนึ่งกลไกที่สามารถอำนวยความสะดวกต่อการเข้าร่วมโครงการได้เช่นกัน

4) ด้านค่าใช้จ่าย พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบอินโฟกราฟิกสามารถเข้าถึงในรูปแบบที่หลากหลายและให้บริการฟรี ไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ หากมีค่าใช้จ่ายเพื่อสามารถให้เข้าร่วมโครงการได้ ผู้สูงอายุก็สามารถที่จะเสียค่าใช้จ่ายในลงทะเบียนการได้

อย่างไรก็ตามสำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบอินโฟกราฟิกเกี่ยวกับสวัสดิการ ในส่วนนี้ไม่มีการเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ เนื่องจากเป็นการให้บริการฟรี โดยไม่มีค่าใช้จ่ายกับแผ่นกระดาษของการประชาสัมพันธ์ในโครงการแต่อย่างใด ทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลในสื่อประชาสัมพันธ์ได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย อีกทั้งข้อมูลการประชาสัมพันธ์หรือแผ่นโฆษณาเกี่ยวกับสวัสดิการสามารถดาวน์โหลดได้ฟรีตามเว็บไซต์ของโครงการต่าง ๆ อีกด้วย

5) ด้านการยอมรับ พบว่า ผู้สูงอายุทุกคนให้การยอมรับว่าแผ่นประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินโฟกราฟิก มีประโยชน์เนื่องจากสามารถทำให้ผู้สูงอายุได้เห็นและรับรู้ได้ แม้จะไม่สามารถที่ใช้เทคโนโลยีได้อย่างเต็มที่ แต่เมื่อมีการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบนี้ก็ถือว่าเป็นสิ่งที่ดีที่จะช่วยอำนวยความสะดวกและมีประโยชน์ต่อการรับรู้และเข้าถึงได้อย่างง่าย

นอกจากจะให้การยอมรับในเรื่องของประโยชน์ของสื่อในรูปแบบอินโฟกราฟิกแล้ว ในเรื่องของการออกแบบของสื่อประชาสัมพันธ์นั้นก็เป็นที่ยอมรับเช่นกัน เนื่องจากการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ผู้สูงอายุทุกคนให้การยอมรับว่าการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ของทางภาครัฐนั้นมีการออกแบบที่ดี มีการสีสันสวยงาม มีรูปภาพประกอบ ข้อมูลมีความกระชับ ทำให้มีความรู้สึกดึงดูดอยากที่จะเข้ามาดูและศึกษาในแผ่นประชาสัมพันธ์ อีกทั้งการออกแบบโลโก้ของแต่ละโครงการมีความโดดเด่น จำได้ง่าย การจัดวางรายละเอียดต่าง ๆ วางที่เป็นขั้นเป็นตอน สามารถทำความเข้าใจได้อย่างง่าย ดังนั้นการประชาสัมพันธ์

ผ่านสื่ออินโฟกราฟิกสามารถเป็นที่ยอมรับของผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนในเรื่องของประโยชน์ในการนำมาใช้ และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิก

อภิปรายผลการวิจัย

ในการศึกษาอินโฟกราฟิกและการเข้าถึงโครงการความช่วยเหลือทางสังคมในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ของผู้สูงอายุ : กรณีศึกษา ในเขตและนอกเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา สามารถอภิปรายผลการศึกษา ดังนี้

ปัจจัยด้านความเพียงพอของสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสวัสดิการภาครัฐผ่านสื่ออินโฟกราฟิก (Availability) พบว่า ข้อมูลในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินโฟกราฟิก ได้แก่ วิธีการลงทะเบียนรับเงินเยียวยา วิธีการใช้สิทธิและรับสิทธิ และข้อมูลทั่วไปของโครงการมีข้อมูลเพียงพอโดยมีขั้นตอน รายละเอียดที่เข้าใจง่าย ไม่สับสน แม้ผู้สูงอายุจะไม่สามารถลงทะเบียนด้วยตนเองได้ แต่ก็รับรู้ถึงความเพียงพอ เหมาะสมของข้อมูล โดยเสนอแนะให้มีแผ่นเดียวและเน้น keyword ข้อความสำคัญ สอดคล้องกับ ภานนท์ คุ่มสุภา, 2558) กล่าวว่าอินโฟกราฟิกเป็นเครื่องมือการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เนื่องด้วยเป็นการสื่อสารที่ผ่านการมองเห็น มีความน่าสนใจ น่าจดจำ สามารถเข้าใจในระยะเวลาอันสั้น ทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดการเข้าถึงสวัสดิการสังคมของภาครัฐ ที่มีมาตรการเร่งด่วนเพื่อแก้ปัญหาด้านเศรษฐกิจในประเทศไทย ทั้งยังสอดคล้องกับ Penchansky Roy & J. William Thomas (1981) ที่เสนอแนวคิด ด้านความเพียงพอของการบริการที่มีอยู่ (Accessibility) ซึ่งต้องพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณและชนิดของบริการและทรัพยากรที่มีอยู่เปรียบเทียบกับความต้องการของผู้รับบริการ ทั้งยังสอดคล้องกับธนวรรธน์ ธนาภิจักริณสุข และยงยุทธ ศรีแสงอ่อน (2565) กล่าวว่าหนึ่งในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุคือการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตโดยการนำเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมหรือความจริงเสริม (Augmented Reality technology) เช่น ภาพกราฟิก วิดีโอ และข้อความ ตัวอักษร ทั้งยังสอดคล้องกับสุพิศ เสี่ยงก้อง (2564) ที่กล่าวถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุจะต้องครอบคลุมการเข้าถึง 3 ด้าน ได้แก่ ความง่าย การรับรู้ได้ และด้าน ความปลอดภัย ทั้งนี้การออกแบบกราฟิกนั้นต้องคำนึงถึงปัญหาการมองเห็นของผู้สูงอายุที่ต้องมีขนาดตัวอักษรใหญ่ เน้นข้อความในส่วนใจความสำคัญ ภาพประกอบที่สามารถสื่อสารได้ชัดเจน

ปัจจัยด้านการเข้าถึงข้อมูลในสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินโฟกราฟิก (Accessibility) พบว่า การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อในรูปแบบอินโฟกราฟิกบอกถึงรายละเอียดที่ชัดเจนเกี่ยวกับขั้นตอนวิธีการใช้การลงทะเบียนเพื่อร่วมโครงการ และแหล่งบริการที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ที่ต้องการลงทะเบียน ผู้สูงอายุที่ได้อ่านหรือศึกษาสามารถรับรู้และเข้าถึงแหล่งบริการได้โดยผ่านการประชาสัมพันธ์จากร้านค้าที่ร่วมโครงการ สถานที่ราชการ แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย และเว็บไซต์ นอกจากนี้หากผู้สูงอายุมีข้อจำกัดในการอ่าน

หรือการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้วยตนเองสามารถขอความช่วยเหลือหรือรับการแนะนำจากเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐ ธนาคารกรุงไทย ตลอดจนเพื่อนบ้าน คนรู้จัก และลูกหลาน สอดคล้องกับ Penchansky Roy & J. William Thomas (1981) ที่เสนอแนวคิดด้านการเข้าถึง ซึ่งสัมพันธ์กันในเรื่องของที่ตั้งระหว่าง การให้บริการและของผู้ใช้บริการ จะคำนึงถึงเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ระยะทาง และค่าใช้จ่ายของผู้ใช้บริการ อย่างไรก็ตามปัญหาตัวหนังสือที่มีขนาดเล็กและไม่มีหัวทำให้ผู้สูงอายุเกิดข้อผิดพลาดในการอ่านบ่อยครั้ง ดังเช่น ตัวอักษรขร ที่ปรากฏในแผ่นประชาสัมพันธ์ผู้สูงอายุบางท่านเห็นเป็นตัว ๖ เป็นต้น สอดคล้องกับ วณาลี อัครพราหมณ์ และมาริญา ทรงปัญญา (2563) พบว่า กลุ่มเป้าหมายคือผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ในการออกแบบจึงเน้นใช้ตัวอักษรที่มีหัวและเพิ่มขอบตรงตัวหนังสือเป็นสีขาว เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถ อ่านง่ายและมองเห็นได้ชัดขึ้น

ปัจจัยด้านความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินโฟกราฟิก (Accommodation) พบว่า แผ่นประชาสัมพันธ์ สามารถอำนวยความสะดวกต่อการลงทะเบียนเพื่อเข้าร่วมโครงการได้ เนื่องจากแผ่นประชาสัมพันธ์ที่ออกแบบมาได้สรุปข้อมูลที่สำคัญทุกอย่างเกี่ยวกับวิธีหรือ สิทธิต่าง ๆ ของแต่ละโครงการไว้ในแผ่นเดียว สามารถรับรู้ข้อมูลครบถ้วนและรวดเร็ว ผู้ที่ได้อ่านเข้าใจได้ ง่าย สอดคล้องกับแนวคิดของ Penchansky Roy & J. William Thomas (1981) ที่เสนอแนวคิดด้านความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ (Accommodation) ที่ผู้ให้บริการให้การยอมรับว่า มีความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ขั้นตอนของการให้บริการ และความสะดวกในการเข้ารับ บริการ ทั้งยังสอดคล้องกับฐาปณี เพ็งสุข (2563) ที่ได้ศึกษากระบวนการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิก เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ พบว่า การประชาสัมพันธ์โดยใช้รูปแบบอินโฟกราฟิก มีการออกแบบข้อมูลที่สั้น กระชับ เข้าใจง่าย สามารถอำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตามผู้สูงอายุทั้งในเมืองและนอกเมืองบางท่านสามารถลงทะเบียนได้โดยผ่านการประชาสัมพันธ์โครงการต่าง ๆ แต่บางท่านไม่สามารถศึกษาหรือลงทะเบียนได้ด้วยตนเอง เนื่องจากไม่มีความถนัดพอที่จะใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ มีความกลัวที่จะเกิดข้อผิดพลาด จำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยผู้ครอบครัว สอดคล้องกับจิโรจน์ จิระเจริญวงศ์ษา (2564) ที่ได้ศึกษาความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงระบบสวัสดิการ ผู้สูงอายุของรัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาจังหวัดขอนแก่น พบว่า ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่นอกเขตเมืองขอนแก่น มีทักษะการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ต่ำกว่าผู้สูงอายุที่อยู่ในเขตเมืองขอนแก่น ทั้งนี้เนื่องจากผู้สูงอายุเขต นอกเมืองมีความกลัวในการใช้บริการฯ ไม่มีความรู้วิธีในการใช้ กลัวเกิดความผิดพลาด แม้ว่าลูกหลาน จะสอนวิธีการใช้แล้วก็ตาม ยังมีความจำเป็นต้องพึ่งพาการช่วยเหลือแบบตัวต่อตัว (Face-to-face) จากครอบครัวและคนรอบข้างในการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งยังสอดคล้องกับสุภาวดี สุวรรณเทน

และคณะ (2556) ที่ได้ศึกษาสภาพปัญหาการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น พบว่า ทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของผู้สูงอายุมีปัญหาในระดับมาก ทั้งนี้ผู้สูงอายุมองว่าการใช้เทคโนโลยีในปัจจุบันมีความยุ่งยากซับซ้อน ทั้งยังมีปัญหาสายตาและความจำที่เสื่อมถอย

ปัจจัยด้านการที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินโฟกราฟิก (Affordability) พบว่า ค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินโฟกราฟิกฯ เป็นสิ่งที่รัฐดำเนินการเพื่อให้เกิดการรับรู้ และเข้าถึงสวัสดิการโดยสามารถดาวน์โหลดรายละเอียดผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียหรือเว็บไซต์ของโครงการสวัสดิการของรัฐโดยไม่มีค่าใช้จ่าย สอดคล้องกับลฎาภา อินทมหา (2564) ที่ให้ความหมายรัฐสวัสดิการว่าเป็นสวัสดิการที่เป็นหน้าที่ของรัฐที่ทำการจัดสรรเพื่อดูแลความเป็นอยู่ของประชาชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ทั้งนี้ทุกคนสามารถได้รับบริการอย่างเท่าเทียมไม่จำกัดชนชั้นทางสังคม ทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Penchansky Roy & J. William Thomas (1981) ที่เสนอแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยด้านการที่จะเสียค่าใช้จ่าย ซึ่งสัมพันธ์กับความสามารถของผู้ใช้บริการที่สามารถจ่ายค่าบริการ อีกทั้งยังสอดคล้องกับพระราชบัญญัติส่งเสริมการจัดสวัสดิการสังคม พ.ศ. 2546 ที่ให้ความหมายของสวัสดิการสังคมว่าเป็นระบบการจัดบริการสังคมที่เกี่ยวกับการป้องกัน แก้ไขปัญหา การพัฒนา และการส่งเสริมความมั่นคงทางสังคม เพื่อตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐานของประชาชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีและพึ่งตนเองได้อย่างทั่วถึงเหมาะสม เป็นธรรม และให้เป็นไปตามมาตรฐาน

ปัจจัยด้านการยอมรับคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินโฟกราฟิก (Acceptability) พบว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ทั้งในและนอกเขตเมืองมีการยอมรับคุณภาพของการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินโฟกราฟิก เนื่องจากมีการออกแบบที่สามารถรับรู้และศึกษารายละเอียดการเข้าร่วมโครงการ แม้ว่าผู้สูงอายุจะไม่สามารถเข้าใจในเนื้อหารายละเอียดได้ทั้งหมด แต่แผ่นประชาสัมพันธ์สามารถสื่อให้เข้าใจได้ง่าย ไม่ซับซ้อน สามารถเห็นรายละเอียดของโครงการได้ นอกจากนั้นมีการออกแบบที่ดี สวยงาม มีภาพประกอบและจัดเรียงข้อมูลให้มีความกระชับ อ่านง่าย สอดคล้องกับแนวคิดของ Penchansky Roy & J. William Thomas (1981) ที่เสนอแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยด้านการยอมรับทัศนคติของผู้ใช้บริการมีต่อลักษณะและการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ และยังสอดคล้องตามหลักการออกแบบอินโฟกราฟิกของ จงรัก เทศนา และวรวิทย์ จันทรสุวรรณ (2561) และสอดคล้องกับฐาปนี เพ็งสุข (2563) ที่ได้ศึกษากระบวนการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ฯ พบว่า ความพึงพอใจในการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์มีความเหมาะสม และสะท้อนอัตลักษณ์ มีความชัดเจนในการสร้างสัญลักษณ์แนะนำที่ท่องเที่ยว ออกแบบสัญลักษณ์มีความเหมาะสมสามารถรับรู้ได้ง่าย และยังสอดคล้องกับวนาลี อัครพรหมณ์ และมาริญา ทรงปัญญา (2564) ได้ออกแบบ

กราฟิกเพื่อให้ข้อมูลการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สำหรับผู้สูงอายุ พบว่า ความเหมาะสมในการใช้สัญลักษณ์ การสื่อข้อมูลให้ความรู้ต่าง ๆ อยู่ระดับดีมาก

ข้อค้นพบจากการศึกษา พบว่า ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ถือเป็นช่องทางที่สำคัญสำหรับการสื่อสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับรู้การเข้าถึงสวัสดิการของรัฐในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ปรากฏในรูปแบบของอินโฟกราฟิกที่มีการออกแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุ ดังเช่นตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่ มีลักษณะเป็นหัวกลม เน้นสีส้มและโทนสีที่ชัดเจน หรืออาจกล่าวได้ว่าการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบอินโฟกราฟิกช่วยให้ข้อมูลกับผู้สูงอายุได้ แต่ยังไม่สามารถช่วยให้ผู้สูงอายุเข้าถึงโครงการต่าง ๆ ด้วยตนเอง เนื่องจากขาดทักษะด้านดิจิทัล (Digital Skill) ในการลงทะเบียนจำเป็นต้องพึ่งพาการแนะนำและให้ความช่วยเหลือ แต่อย่างไรก็ตามหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการส่งเสริมสนับสนุนการให้บริการพึ่งพาความช่วยเหลือแบบตัวต่อตัว (Face to face) ทั้งจากครอบครัวและชุมชนรอบข้าง เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงการบริการสาธารณะแบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างสะดวกและรวดเร็วได้ด้วยตัวเองต่อไปในอนาคต นอกจากนี้ยังพบว่าผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่นอกเขตและในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกโครงการความช่วยเหลือทางสังคมในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากความพร้อมด้านระบบสาธารณูปโภคจึงทำให้สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวกและทั่วถึง ซึ่งหากมีการศึกษาในพื้นที่อื่นอาจมีลักษณะที่ต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ภาครัฐควรออกแบบการประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุโดยเฉพาะ และเน้นให้มีตัวหนังสือที่มีหัวเรื่อง และขนาดตัวอักษรใหญ่ เพื่อมองเห็นได้ง่าย นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐควรจะต้องใช้และผลักดันกลไกดั้งเดิมให้ดีขึ้น คือ มีเจ้าหน้าที่ในการให้ความรู้ด้านการลงทะเบียนเพื่อเข้าร่วมโครงการสวัสดิการฉุกเฉิน โดยการให้เจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง มาบริการในการลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการถึงบ้าน เพื่อป้องกันการตกหล่นของสิทธิ์ในโครงการของผู้สูงอายุที่ควรจะได้รับ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ภาครัฐควรมีการเพิ่มทักษะในการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ให้กับผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนมีการสร้างความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนในการสนับสนุนอุปกรณ์และสัญญาณอินเทอร์เน็ตราคาประหยัดให้กับผู้สูงอายุโดยเฉพาะเพิ่มการเข้าถึงระบบอิเล็กทรอนิกส์ให้กับผู้สูงอายุ นอกจากนี้ภาครัฐควรมีระบบและกลไกการให้บริการแบบมีตัวช่วยสำหรับรองรับผู้สูงอายุโดยตรง ทั้งนี้

ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ยังคงพึ่งพาความช่วยเหลือแบบตัวต่อตัว (Face to face) จากครอบครัวและชุมชนรอบข้างอยู่ ซึ่งจะทำให้ผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงการบริการสาธารณะแบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างสะดวกและรวดเร็วได้ด้วยตัวเองในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2565). สถิติผู้สูงอายุของประเทศไทย 77 จังหวัด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565. สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2566, จาก <https://www.dop.go.th/th/know/side/1/1/1766>.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2564). เปิดสถิติจังหวัดใช้จ่ายคนละครึ่งเฟส 3 สูงสุด. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2566, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/958244>
- จงกลณี จงพรชัย, กฤตติกาตัณญะ แสนสุข และลาวัลย์ ศรีธาทพุทธ. (2559). อินโฟกราฟิกและกาประยุกต์ในงานสุขภาพและเภสัชกรรม INFOGRAPHIC AND ITS APPLICATIONS IN HEALTH AND PHARMACY. *Thai Bulletin of Pharmaceutical Sciences*, 11(2), 98–120.
- จรงค์ เทตนา. (2561). อินโฟกราฟิกส์ (Infographics). สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2566, จาก <https://chachoengsao.cdd.go.th>.
- จิโรจน์ จิระเจริญวงศ์ษา. (2564). ความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงระบบสวัสดิการผู้สูงอายุของรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา จังหวัดขอนแก่น. *วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 5(3), 94–102.
- ฐาปณี เพ็งสุข. (2563). กระบวนการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ กรณีศึกษา: สะพานหิน ตำบลท่าลี่ อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี. *Silpakorn University Journal*, 40(4), 36–51.
- ธนรัตน์ ธนาภิเจริญสุข และยงยุทธ ศรีแสงอ่อน. (2565). การพัฒนาอินโฟกราฟิกแบบความจริงเสริมที่ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ. *Journal of MCU Nakhondhat*, 9(9), 91–105.
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2564). เราชนะ” เปิดรายชื่อ 5 จังหวัด ยอดการใช้จ่ายวงเงินสิทธิสูงสุด. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2566, จาก <https://www.prachachat.net/breaking-news/news-623521>
- พุทธิพันธุ์ หิรัญยตระกูล และไตรสรณ์ ธีรชิวานนท์. (2563). จากปิดเมืองสู่ฟื้นฟู : วิฤตการว่างงานแฝงเป็น ทางเศรษฐกิจ สู่การสร้างงานและศักยภาพแรงงานในระยะยาว. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2566, จาก <https://tdri.or.th/2020/09/the-unemployment-impacts-of-covid-19/>.

- ภานนท์ คุ่มสุภา. (2558). อินโฟกราฟิกเพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภคในยุคการตลาดเชิง
เนื้อหา. *Journal of communication and innovation NIDA*, 2(1), 155–172.
- ยศ วัชรคุปต์ และสมชัย จิตสุชน. (2563). ผลกระทบของโควิด-19 ต่อผู้สูงอายุ. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม
2566, จาก <https://tdri.or.th/2020/09/the-impact-of-covid-19-on-older-persons/>
- ลฎาภา อินทรมหา. (2564). รัฐสวัสดิการกับการแก้ปัญหาสังคม. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2566, จาก
<https://www.schoolofchangemakers.com/knowledge/28369/>.
- วนาลี อัคร พรหมณ์ และมาริญา ทรงปัญญา. (2563). การออกแบบกราฟิกเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการ
แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สำหรับผู้สูงอายุ. *วารสารศิลปกรรมและการออกแบบแห่งเอเชีย*,
2(2), 37–63.
- สุพิศ เสี่ยงทอง. (2564). การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ. *วารสารศิลปกรรมบูรพา*, 24(1),
131–142.
- สุภาวดี สุวรรณเทน, นิตยา กิณบุญ, สุวิธ ธีระโคตร, ชญา หิรัญเจริญเวช และลฎาภา ศรีพสุตา. (2556).
สภาพปัญหาการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. *Journal of
Graduate School Sakon Nakhon Rajabhat University*, 16 (74), 235–245.
- Nadia belhaj hassine belghith and Tanida Arayavechkit. (2021). ผลกระทบของโควิด-19 ต่อครัวเรือน
ในประเทศไทย – ข้อมูลเชิงลึกจากการสำรวจแบบเร่งด่วนทางโทรศัพท์. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม
2566, จาก <https://blogs.worldbank.org/th/eastasiapacific/phlkrathbkhxngokhwid-19-txkhraweruuxninpraethsithy>
- The Chapt. (2565). *infographic คืออะไร? นำเสนอข้อมูลผ่านรูปภาพ แบบเข้าใจง่าย*. สืบค้นเมื่อ 15
มกราคม 2566, จาก <https://thechapt.com/infographic>.
- Willam, T. j., & Penchansky, R. (1981). *The Concept of Access: Definition and
Relationship to Consumer Satisfaction*. (Lippincott) Retrieved from jstor:
<https://www.jstor.org/stable/3764310>.