



การพัฒนาและประเมินแนวทางกระดานสนทนาสุขภาพ
สำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว
The Development and Evaluation of Health Webboard Outline
for Thai Elderly Caregivers in a Family

กมลชนก เศรษฐบุตร*

Kamolchanok Sreshthapupra

ภาควิชาวิทยาศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี 20131

Communication Arts, Faculty of Humanities and Social Sciences, Burapha University, Chonburi 20131 Thailand

*Corresponding author E-mail: kamolchanok@go.buu.ac.th

(Received: December 3 2020; Revised: April 28 2021; Accepted: May 6 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนา สังเคราะห์แบบจำลอง ออกแบบแนวทาง และศึกษาถึงความจำเป็น ความต้องการใช้ กระดานสนทนาสุขภาพสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว ซึ่งประโยชน์ของงานวิจัยนี้จะนำไปใช้สร้างเป็นต้นแบบกระดานสนทนาสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุต่อไป การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสนทนากลุ่ม จากประชากรจำนวน 48 คน ที่มีคุณสมบัติในเรื่องบทบาทและความเกี่ยวข้องกับการดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวตามที่กำหนดไว้ ผลการวิเคราะห์พบว่า กระดานสนทนาที่สร้างขึ้นมานี้จะช่วยให้ผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวได้รับข้อมูลและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นโดยเนื้อหาจะต้องมีคุณภาพ ให้ความเพลิดเพลิน ทันเหตุการณ์ ดังนั้น สมาชิกในกระดานสนทนาจะรวมตัวกันเป็นกลุ่มเฉพาะและสนับสนุนให้มีการบอกต่อไปยังผู้อื่น ซึ่งจะทำให้เกิดเป็นชุมชนที่เหนียวแน่นในที่สุด

คำสำคัญ : กระดานสนทนาสุขภาพ, ผู้ดูแลผู้สูงอายุไทย, สื่อออนไลน์

Abstract

The purposes of this research were to develop, synthesize the model, design the outline, and to study need of health webboard for Thai elderly caregivers in a family. Expected benefit was to use this outline for creating the prototype of webboard for Thai elderly caregivers in family. The qualitative research of focus group interview method was applied with 48 participants who were qualified in roles and related with elderly caregivers according to specifications. The findings indicated that this webboard would help Thai elderly caregivers in family to get information and exchange their opinions with quality, entertaining, and up to date contents. Therefore, members of the webboard will join into a specific group and pass it on to others that will finally create a strong community.

Keywords : Health webboard, Thai Elderly Caregivers, Online Media



บทนำ

สังคมไทยได้ก้าวเข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) มาตั้งแต่ปี 2548 แม้ว่าประชากรโดยรวมจะลดลงแต่กลับมีประชากรสูงอายุมากขึ้นและมีอายุยืนยาวมากขึ้นด้วย ในระหว่างปี พ.ศ. 2553 - พ.ศ. 2583 สัดส่วนของประชากรวัยเด็กและวัยแรงงานมีแนวโน้มลดลง ในขณะที่สัดส่วนของประชากรสูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากร้อยละ 13.2 ในปี พ.ศ. 2553 เป็นร้อยละ 32.1 ในปี พ.ศ. 2583 โดยในปี พ.ศ. 2564 ประเทศไทยจะเป็นสังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์และจะเป็นประเทศลำดับที่สามที่มีผู้สูงอายุมากที่สุดใญ่ภูมิภาค รองจากญี่ปุ่นและสิงคโปร์ (มูลนิธิพัฒนางานผู้สูงอายุ, 2558) ซึ่งหากจำนวนผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นไปเรื่อย ๆ จะมีผลต่อการดูแลผู้สูงอายุในระยะยาวกลายเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ที่ต้องได้รับการดูแลมากขึ้นและมีการเปลี่ยนแปลงของสภาวะทุกด้านโดยเฉพาะในด้านร่างกายที่เปลี่ยนไปในทางเสื่อมลง ทำให้ความสามารถในการดำเนินชีวิตประจำวันลดลงเสี่ยงต่อการเกิดโรคเรื้อรัง (จิราพร ทองดี, ดารารวรรณ รองเมือง และฉันทนา นาคฉัตรีย์, 2555 : 90)

อย่างไรก็ตามเมื่อถึงจุดหนึ่งที่ร่างกายเริ่มเสื่อมลง ผู้สูงอายุจำเป็นต้องได้รับการดูแลจากผู้อื่น ด้วยค่านิยมของคนไทยในเรื่องความกตัญญูซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกปลูกฝังอยู่ในสังคมมาเป็นเวลานาน การตอบแทนผู้มีพระคุณ เช่น บิดา มารดา จึงถือเป็นหน้าที่ของผู้ดูแลที่มักเป็นสมาชิกในครอบครัว ได้แก่ บุตรหลาน หรือญาติที่อาศัยอยู่ในครอบครัวเดียวกัน ซึ่งนับว่าสมาชิกในครอบครัวเป็นเครือข่ายการดูแลหลักของผู้สูงอายุไทย (ศศิพัฒน์ ยอดเพชร, 2551) หน้าที่ของผู้ดูแลคือ การช่วยเหลือผู้สูงอายุในการใช้ชีวิตประจำวัน การประคับประคองด้านจิตใจและอารมณ์ การเฝ้าระวังเรื่องโรคภัยและภาวะแทรกซ้อน นอกจากนี้ ผู้ดูแลส่วนใหญ่จะต้องรับบทบาทหน้าที่อื่น ๆ ภายในครอบครัว เช่น การเป็นหัวหน้าครอบครัว การดูแลงานบ้าน การซื้อของใช้ที่จำเป็นต่าง ๆ ซึ่งล้วนส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของผู้ดูแล และสภาวะการณ์นี้ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้สูงอายุอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (ปรกรณ์ ไยมณี และอรุณญา ดุ้ยคำภีร์, 2560) ทั้งนี้ แหล่งความรู้ของผู้ดูแลมาจากแหล่งที่ไม่เป็นทางการ หรือจากการปฏิบัติที่สืบทอดกันมา โดยผู้ดูแลส่วนใหญ่มักขาดความรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสภาพความเจ็บป่วยของผู้สูงอายุ การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ทางร่างกายของผู้สูงอายุ การพยากรณ์โรค ลักษณะอาการของโรค การดำเนินโรค แนวทางการดูแลและความต้องการสนับสนุนด้านจิตใจเพื่อช่วยเหลือบรรเทาความกลัวต่าง ๆ และในกรณีที่ผู้ดูแลต้องประกอบอาชีพนอกบ้านจึงต้องการอาสาสมัครผู้ดูแลผู้สูงอายุในเวลากลางวัน และต้องการให้มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ สำหรับผู้สูงอายุ (ศศิพัฒน์ ยอดเพชร, 2551 : 7) ผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวส่วนใหญ่มีความต้องการในด้านแหล่งข้อมูลทางวิชาการที่ถูกต้อง เป็นจริง เชื่อถือได้ และ

เข้าถึงได้สะดวก (ปรกรณ์ ไยมณี และอรุณญา ดุ้ยคำภีร์, 2560) การสร้างพื้นที่สำหรับแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้สำหรับผู้ดูแลเพื่อให้สามารถนำไปปรับใช้กับสถานการณ์จริงได้จึงเป็นสิ่งที่จำเป็น

ปัจจุบันการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตได้ทำลายข้อจำกัดทางการสื่อสาร จากเดิมที่ผู้รับสารจะต้องรอเวลาในการเผยแพร่เนื้อหาผ่านสื่อดั้งเดิม บทบาททางการสื่อสารของผู้รับสาร (Receiver) อยู่ในลักษณะที่เป็นผู้ตาม (Passive Receiver) แต่ด้วยคุณลักษณะของสื่อใหม่ที่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้ตามความต้องการ ทั้งด้านเวลา สถานที่ รวมถึงความสนใจ ผู้รับสารสามารถเข้าถึงและแสวงหาข้อมูลด้วยตนเอง ทำให้บทบาทของผู้รับสารเป็นไปในลักษณะของการแสวงหาข้อมูลหรือเป็นผู้เลือกมากกว่าผู้ตาม (Active Receiver) หรือเรียกว่า เป็นผู้แสวงหาหรือเลือกข้อมูลโดยเสรี (Active Seeker) ในทางการตลาดผู้รับสารมักหมายถึง ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ซึ่ง Young (2010) ได้กล่าวไว้ว่าเส้นทางของผู้บริโภค (Customer Journey) คือ พื้นฐานที่สำคัญในการสร้างกลยุทธ์ด้านการวางแผนสื่อให้กับตราสินค้า ในโลกของสื่อยุคใหม่นั้นนักการตลาดพัฒนากลยุทธ์มากมายเพื่อให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วมโดยตรงมากขึ้นในขั้นตอนต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการซื้อเส้นทางของผู้บริโภคประกอบไปด้วยขั้นตอนที่ส่งอิทธิพลต่อตราสินค้านี้: การตระหนักรู้ (Awareness) ในผลิตภัณฑ์หรือบริการ, ความเกี่ยวพัน (Involvement), การพิจารณาอย่างกระตือรือร้น (Active Consideration), การซื้อ/การเปลี่ยน (Purchase/Conversion), การบริโภค/การใช้ (Consumption/Usage), ความสัมพันธ์ในการสร้างและสนับสนุน (Relationship Building and Advocacy) เมื่อสื่อออนไลน์เริ่มเข้ามามีบทบาทของการผู้บริโภคจะสอดแทรกเครื่องมือออนไลน์เข้าไปในการเดินทางของผู้บริโภคนั้น ๆ เข้าไปอย่างแนบเนียนกับการเดินทางเส้นทางเดียวแบบเก่าได้ทันที ซึ่งนักการตลาดหรือคนวางแผนกลยุทธ์ในยุคแรก ๆ ของการมาถึงของสื่อออนไลน์นั้น คิดว่าการทำแบบเดิมจะสามารถทำให้ผู้บริโภคสามารถอยู่ในแผนหรือการเดินทางที่จะซื้อสินค้าได้ (Court, D. et al., 2017) แต่ในปัจจุบันผู้บริโภคเข้าถึงสื่อมากและเข้าถึงข้อมูลมาก รวมทั้งการซื้อที่ไม่ได้มีขีดจำกัดแค่ต้องไปซื้อที่ร้านค้าหรือโทรศัพท์ไปสั่ง แต่สามารถซื้อเมื่อไหร่ก็ได้ในทันที ทำให้การเดินทางของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากอีกครั้ง การเดินทางของผู้บริโภคอาจจะมีไม่จำกัดอีกต่อไป และไม่สามารถบอกได้เลยว่า กลไกการรับรู้จนถึงการเกิดความต้องการนั้นจะเกิดที่สื่ออะไรได้ เพราะสามารถเกิดขึ้นได้ทุกสื่อเนื่องจากการรับสื่อในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ผู้บริโภคทำการตัดสินใจผ่านโลกออนไลน์ แล้วไปสัมผัสสินค้าจริงที่ห้าง แล้วกลับมาตัดสินใจซื้อผ่านสื่อออนไลน์อีกที หรืออาจจะเป็นการสลับเช่นนี้ไปมา โดยก่อนจะซื้อสินค้าบางชนิดอาจมีการค้นหาสินค้าได้อีก ทำให้การวางแผนของนักการตลาดหรือนักกลยุทธ์ในปัจจุบันต้องวางสื่อทางการตลาดหรือ

กลวิธีทางการตลาดให้ครอบคลุมในทุก ๆ จุดสัมผัสของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นมา โดยทำหน้าที่ให้ครบเพื่อที่จะอำนวยความสะดวกของผู้บริโภคได้ (Court, D. et al., 2017) หนึ่งในบทบาทสำคัญของกลยุทธ์ออนไลน์คือ การแยกแยะขั้นตอนเส้นทางของผู้บริโภคที่มีการสื่อสารเกิดขึ้น

ปรากฏการณ์ทางการสื่อสารในยุคดิจิทัล เป็นเครื่องบ่งชี้ให้เห็นถึงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีการสื่อสารกับสังคมมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นทางเลือกในการสื่อสาร ช่องทางการสื่อสารใหม่ ๆ รูปแบบการสื่อสาร พฤติกรรมในการสื่อสาร รวมไปถึงวัฒนธรรมการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไป (วรวิทย์ อ่อนนวม, 2555 : 216) อินเทอร์เน็ตทำให้กลุ่มคนที่มีความสนใจคล้าย ๆ กันรวมกันและจับกลุ่มคนที่ชอบเรื่องเดียวกันหรือมีความสนใจเกี่ยวข้องกันเป็นชุมชน และเนื่องจากกลุ่มคนเหล่านี้มีความเชื่อในเรื่องเดียวกันสูง เชื่อในสิ่งที่อ่านและคิดมากกว่าการเชื่อคนดังที่เป็นดารา จึงเป็นที่มาของการใช้สื่อกระดานสนทนา เพราะเป็นข้อมูลที่มาจากผู้ใช้โดยทั้งสิ้น แม้ว่าในปัจจุบันชุมชนออนไลน์หลาย ๆ ที่เติบโตขึ้นมามากแต่กระดานสนทนายังเป็นพื้นที่ในการสร้างบทสนทนาเพื่อแลกเปลี่ยนเรื่องราวต่าง ๆ ระหว่างคนที่อยู่ในเครือข่ายการสื่อสารเดียวกัน สังเกตได้จากจำนวนผู้เข้าชมกระดานสนทนาต่างประเทศอย่าง Craigslist ที่มีผู้ใช้ 50 ล้านคนต่อวัน (Weckesser, S., 2021) ส่วน Yahoo! Answers! มีผู้ใช้ 15 ล้านคนต่อวัน (Wikipedia, 2021) หรือ 2channel ในประเทศญี่ปุ่นที่มีผู้ใช้ 2.4 ล้านคนต่อวัน (Wikipedia, 2021) ส่วนประเทศไทยนั้นกระดานสนทนา Pantip, Dek-D, Sanook, Siamza, และ MThaiTalk ถือว่ายังได้รับความนิยมและประสบความสำเร็จเช่นกัน (กมลชนก เศรษฐบุตร, 2563) ปัจจุบันผู้ใช้งานสามารถติดตั้งระบบกระดานสนทนาสำเร็จรูปโดยไม่ต้องพัฒนาระบบด้วยตัวเอง ซึ่งจะเชื่อมต่อกับเว็บไซต์ได้โดยง่าย และถูกออกแบบให้รองรับการแสดงผลหน้าจอตามอุปกรณ์ที่ใช้งานได้ โดยปัจจัยในการทำให้กระดานสนทนาประสบความสำเร็จนั้น คือ ควรเลือกสร้างกระดานสนทนาที่เจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ไม่แบ่งห้องในกระดานสนทนามากเกินไป สร้างเนื้อหาให้มากที่สุด ในช่วงต้น ประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามา ดูแลกรักษาให้กระดานสนทนาเติบโตอย่างสม่ำเสมอด้วยการเข้ามาในกระดานสนทนาเป็นประจำ คอยตอบทุก ๆ คำถามที่มีผู้ถามเข้ามา ทบทวนความหรือเนื้อหาใหม่ ๆ มาลงอย่างสม่ำเสมอ จัดการให้สมาชิกในกระดานสนทนาได้พบปะกัน (อภิลักษณ์ ทรูกานนท์, 2559, ไทยรัฐออนไลน์, 2560, โรเจอร์, 2552) โดยค่าใช้จ่ายสำหรับผู้ดูแลกระดานสนทนาอยู่ที่ 4,500-20,000 บาทต่อเดือน (โพสท์ทูเดย์, 2562) และค่าใช้จ่ายสำหรับผู้สร้างเนื้อหาเริ่มต้นที่ 350 บาทต่อ 1 ชิ้นงาน (JobsDB, 2562) สำหรับการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในกระดานสนทนานั้น เมื่อมีการขัดแย้งกันควรสร้างห้องใหม่แล้วแยกสมาชิกทั้ง 2 ให้ไปคุยกันในห้องใหม่ หากสมาชิกโพสท์สิ่งที่ไม่เหมาะสมให้ใช้วิธี

การแบน (ban) ชื่อสมาชิก หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องของผู้นั้น เช่น ip, name เป็นต้น ควรบังคับผู้ใช้งานให้เข้ามาลงทะเบียนและติดตั้งโปรแกรมป้องกันขยะไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Spam) ไม่ให้เข้ามาในกระดานสนทนา

ทั้งนี้ ในระยะเวลาที่ผ่านมาไม่พบการศึกษาในด้านสื่อการสื่อสาร ขั้นตอนเส้นทางเดินทางหรือเนื้อหาสาระสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวเลย ผู้ดูแลผู้สูงอายุซึ่งมีอายุ 34 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย 8-10 ชั่วโมงต่อวัน (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564) คนกลุ่มนี้รับข่าวสารผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์หรือโซเชียลมีเดียบ่อยที่สุด และเป็นกลุ่มที่มีจำนวนสูงสุดในกระดานสนทนา (Smart SME, 2559) กระทั่งบนกระดานสนทนาจึงมีอิทธิพลอย่างสูงต่อกลุ่มนี้ เพราะเป็นเสียงสะท้อนของชุมชนลูกค้ำจริง ๆ (วิลาส ฉั่วเลิศวัฒน์ และคณะ, 2559)

การพัฒนาต้นแบบกระดานสนทนาเกี่ยวกับสุขภาพสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวจึงน่าจะช่วยให้ช่วยแก้ปัญหาผู้ดูแลผู้สูงอายุในสังคมไทย ด้วยความเหมาะสมของการเลือกช่องทางการสื่อสารผ่านกระดานสนทนา การค้นหาเส้นทางเดินทางของการสื่อสารรวมถึงความหลากหลายของเนื้อหาที่สร้างขึ้นเพื่อผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวอันเป็นประโยชน์ ความเข้าใจง่าย บวกกับความสวยงาม ความคิดสร้างสรรค์ ความโดดเด่นและเทคนิคการกระตุ้นที่ชวนให้ติดตามอย่างต่อเนื่องจะทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความประทับใจจดจำและช่วยเผยแพร่แบ่งปันต่อ ๆ กันไปในกลุ่มชุมชนออนไลน์ของตน จนสามารถเป็นต้นแบบในด้านพื้นที่แลกเปลี่ยนข้อมูลการดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวและสามารถนำไปปรับใช้กับสถานการณ์จริงได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาแบบจำลองกระดานสนทนาสุขภาพสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว
2. เพื่อสังเคราะห์แบบจำลองและออกแบบแนวทางการกระดานสนทนาสุขภาพสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว
3. เพื่อศึกษาถึงความจำเป็น ความต้องการใช้กระดานสนทนาสุขภาพสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิเคราะห์เนื้อหาและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (กมลชนก เศรษฐบุตร, 2563 : 12) แล้วพัฒนาแบบจำลอง (Mock up) กระดานสนทนาสุขภาพสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวขึ้นมา ในการประเมินแบบจำลองกระดานสนทนาสุขภาพสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว ผู้วิจัยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ด้วยแนวทางจากกิตติพัฒน์ นนทปัทมเดช (2554) คือ



1. สถานที่ที่ใช้ต้องทำให้สมาชิกรู้สึกสะดวกสบายที่จะพูดคุยกันได้อย่างเต็มที่ อาจมีการใช้ห้องกระจกที่มองเห็นจากด้านเดียวสำหรับการสังเกตการณ์ โดยได้รับการยินยอมจากสมาชิกกลุ่ม ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ที่ A Loft Café ซึ่งมีบริการสถานที่นั่งทำงาน (Co-working space)
2. การดำเนินการอยู่ภายใต้การจัดการของผู้ดำเนินการกลุ่มที่ได้รับการอบรมมาโดยตรง ซึ่งผู้วิจัยใช้ผู้ช่วยวิจัยที่เป็นผู้เชี่ยวชาญจำนวน 1 คน ใช้เวลาตอบคำถามประมาณ 30 นาที
3. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็น

ผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยซึ่งเป็นเครือญาติกันในครอบครัวที่มีอายุ 34 ปี ขึ้นไป เนื่องจากผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป (เกิดในปี 2502) เฉลี่ยแต่งงานเมื่ออายุ 25.9 ปี (ภัสสร ลิมานนท์, 2529) ดังนั้นผู้ดูแลผู้สูงอายุที่เป็นลูกหลานจะมีอายุ 34-50 ปี เนื่องจากอายุเฉลี่ยของคนไทยคือ 76 ปี (มหาวิทยาลัยมหิดล, 2561) โดยต้องดูแลผู้สูงวัยมาแล้วไม่ต่ำกว่า 1 ปี เป็นผู้ที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตทุกวัน วันละอย่างน้อย 8 ชั่วโมง ผ่านทางคอมพิวเตอร์ทั้งแบบตั้งโต๊ะหรือพกพาหรือโทรศัพท์มือถือ เป็นผู้ใช้กระดานสนทนาอย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 48 คน

ตารางที่ 1 แสดงกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

ชุดแรก	ชาย	หญิง	นำผลที่ได้จากการสนทนากลุ่มชุดแรกมาเป็นประเด็นคำถามเพื่อค้นหาคำตอบในประเด็นเฉพาะที่ชัดเจนลงไปอีกกับการสนทนากลุ่มชุดที่สอง	ชุดสอง	ชาย	หญิง
1	8	8	➔	1	8	8
2	8	8		2	8	8
3	8	8		3	8	8

สำหรับการป้องกันปัญหาจากการคัดเลือกสมาชิกกลุ่มนั้น นอกจากการเชิญในครั้งแรกแล้วผู้วิจัยมีการยืนยันชักชวนสมาชิกที่เชิญไปอีก 2 ครั้ง เพื่อให้เกิดความรู้สึกว่า “ต้องมาเข้ากลุ่ม” โดยมีการเชิญสมาชิกเกินไว้ 10 คนต่อ 1 กลุ่ม จากความต้องการสมาชิก 8 คน และมีการเสนอแรงจูงใจคือ สมาชิกจะได้รับของที่ระลึกเป็นการตอบแทน

4. มีการจัดเตรียมแนวทางการสนทนากลุ่มเอาไว้แล้วล่วงหน้า เพื่อเป็นหลักประกันว่าการพูดคุยจะได้ครอบคลุมประเด็นในข้อที่ต้องการและสามารถดำเนินการให้บรรลุผลได้ภายในช่วงเวลาที่ได้เตรียมการเอาไว้

5. กลุ่มดำเนินการสนทนาเน้นหลักการที่เปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนได้มีการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นในกลุ่ม ทั้งโดยวงจาและโดยภาษาท่าทาง

6. มีวิธีการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้สังเกตการณ์และผู้ดำเนินการสนทนากลุ่ม เพื่อให้เป็นหลักประกันว่าผู้สังเกตการณ์และผู้ดำเนินการกลุ่มจะสามารถมีปฏิสัมพันธ์กันได้ตลอดเวลาของการจัดการอภิปรายกลุ่ม

7. เป็นการจัดกลุ่มสนทนาภายใต้บรรยากาศแวดล้อมที่เป็นไปเพราะความสนใจกับประเด็นการอภิปรายอย่างเต็มที่ของสมาชิกทุกคนในกลุ่ม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. กระดานสนทนาจำลองที่สร้างขึ้นมาจากข้อมูลการวิเคราะห์เนื้อหาและการสัมภาษณ์ (กมลชนก เศรษฐบุตร, 2563 : 12)
2. ผู้วิจัยใช้แนวคำถาม (Question guideline) ที่เป็นแบบสอบถามทั้งโครงสร้างโดยวิธีการสนทนากลุ่มโดยคำถาม

เป็นประเด็นที่ชัดเจนแต่ไม่เป็นทางการ มีความเป็นกันเองสูงและไม่มีพิธีรีตอง มีรูปแบบเหมือนกับการพูดคุยกันและเนื่องจากการตั้งคำถาม 10 คำถาม ให้การสนทนากลุ่มอภิปรายตอบภายใน 1 ชั่วโมงครึ่งนั้นถือว่ามากเกินไป (Morgan, 1995 : 521) ผู้วิจัยจึงมีแนวคำถามอยู่ 5 หมวด ซึ่งคำถามเริ่มแรกจะเป็นการให้สมาชิกเป็นผู้หยิบยกเป็นประเด็นขึ้นมาเอง เพื่อให้กลุ่มเกิดพลวัตในระยะหนึ่งแล้วจึงพร้อมที่จะแสดงความเห็นได้อย่างเต็มที่ แม้จะเป็นความเห็นที่แตกต่างกันก็ตาม จากนั้นจึงเข้าสู่คำถามที่เป็นของนักวิจัยโดยตรง เพื่อให้การสนทนากลุ่มดำเนินไปได้อย่างราบรื่นและได้ข้อมูลคำตอบที่น่าพอใจ

แนวคำถามมีดังต่อไปนี้

- 2.1 องค์ประกอบที่สำคัญของคุณภาพกระดานสนทนา
 - 2.1.1 การออกแบบ
 - 2.1.2 เนื้อหา
 - 2.1.3 เทคนิคและปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้
 - 2.1.4 ประโยชน์และการนำไปใช้
 - 2.2 การเดินทางของผู้บริโภค การรับรู้ การหาข้อมูลเพื่อประเมินทางเลือก การตัดสินใจใช้ประสบการณ์หลังการเลือกใช้ข้อใดบ้างที่มีผลต่อการสื่อสารผ่านกระดานสนทนา
 - 2.3 ความจำเป็น ความความต้องการใช้กระดานสนทนาสุขภาพสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว
- การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย**
- ทำการทดสอบประเด็นคำถาม (Pretest) กับผู้ดูแลผู้สูงอายุจำนวน 2 คน เพื่อทดสอบดูว่าประเด็นคำถามนั้นมากเกินไปหรือไม่ง่ายที่จะตอบหรือไม่ จากนั้นทดสอบกับผู้ดูแลผู้สูงอายุท่านอื่นอีก 4 คน เพื่อปรับปรุงชุดประเด็นคำถามให้เหมาะสมที่สุด

การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

หน่วยการวิเคราะห์ของการสนทนากลุ่มจะคิดเป็นกลุ่มเท่านั้นไม่ใช่ข้อมูลที่ออกมาจากรายบุคคล ดังนั้นผู้วิจัยจึงพิจารณาข้อมูลในฐานะที่เป็นกลุ่มมากกว่ารายบุคคล ถ้าหากสมาชิกทั้ง 8 คนในกลุ่มมีความเห็นเหมือนกันหมดในคำถามประเด็นหนึ่งจะวิเคราะห์ในฐานะกลุ่มว่ากลุ่มทั้งหมดมีความเห็นเหมือนกัน และหากว่าสมาชิก 8 คนในกลุ่มมีความเห็นแตกต่างกันไปไม่ซ้ำกันเลย 8 ด้านจะวิเคราะห์ทั้งสองด้านมุม คือ กล่าวถึงความเห็นพ้องต้องกันของสมาชิกทั้งหมด 8 ราย และกล่าวถึงการเห็นแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงเป็น 8 ด้านของทั้ง 8 คนหรือทั้งกลุ่ม โดยให้ความสนใจทั้งในฐานะที่กลุ่มมีสมาชิก 8 คน และในฐานะเป็นกลุ่มทั้งหมดกลุ่มหนึ่ง และให้ความสำคัญกับความคิดเห็นในประเด็นทั้งที่เห็นพ้องกันและแตกต่างกัน ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวเกิดขึ้นในบริบทเฉพาะชุดนี้เท่านั้น จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาตีความและพยายามลดทอนข้อมูลให้เหลือเพียงมโนทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ควบคู่กับการหาประเด็นในการเชื่อมโยงมโนทัศน์ทั้งหมดให้มีลักษณะเป็นข้อสรุปเชิงทฤษฎีและเป็นข้อสันนิษฐานชั่วคราว เมื่อได้คำตอบที่ไม่มีความแตกต่างจากคำตอบเดิมที่มีอยู่แล้วจึงจัดกลุ่มของมโนทัศน์โดยอาศัยความไวทางทฤษฎี (Theoretical Sensitivity) จนนำไปสู่การสร้างมโนทัศน์และได้ข้อสรุปเป็นทฤษฎีฐานราก ซึ่งกระบวนการนี้เป็นวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิทยาของทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory Approach) ที่นำเสนอโดย Strauss & Corbin (1990) แล้วทำเช่นนี้ไปจนครบ 3 กลุ่ม

จากนั้นเสนอผลสรุปการวิจัยโดยอธิบายถึงรายละเอียดของสภาพการณ์แล้วนำเสนอข้อมูลในรายละเอียดรวมไปถึงข้อคิดเห็นของผู้วิจัยเอง

ผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อพัฒนาแบบจำลองกระดานสนทนาสุขภาพสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว ได้ผลการวิจัยคือ แบบจำลองกระดานสนทนาสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว 3 รูปแบบ

จากการวิเคราะห์เนื้อหาารูปแบบกระดานสนทนาที่ประสบความสำเร็จและจากการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ที่เกี่ยวข้อง (กมลชนก เศรษฐบุตร, 2563 : 12) จึงได้แบบจำลองต้นแบบกระดานสนทนาสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว ที่มีเนื้อหาประกอบไปด้วย กระตุ้นแนะนำ ถามตอบ เล่าเรื่อง รีวิว ซื้อขาย ข่าว บทความ สายตรงนักจิตวิทยา link โรงพยาบาล ปฏิทินกิจกรรม โดยมี 3 รูปแบบ ดังต่อไปนี้

1. แบบจำลองที่ใช้ภาพถ่าย พื้นหลังเป็นสีขาว ใช้ภาพประกอบเป็นภาพถ่ายทั้งหมด เน้นความเรียบง่าย เนื้อหาจะใช้ภาษาที่เป็นทางการ เช่น วิธีการจัดการกับอารมณ์ตนเองเมื่อพบกับความผิดหวัง
2. แบบจำลองเป็นกราฟฟิก พื้นหลังเป็นสีเขียวนอ่อน ใช้ภาพประกอบเป็นลายเส้นกราฟฟิกทั้งหมด เน้นความเป็นเทคโนโลยีดิจิทัล เนื้อหาจะใช้ภาษาที่ทันสมัย เช่น AI ปลอบใจผู้ดูแลได้อย่างเนียน
3. แบบจำลองเป็นศิลปะ พื้นหลังสีสด ใช้ภาพประกอบเป็นลายเส้นแนวย้อนยุค เน้นความเป็นธรรมชาติเนื้อหาจะใช้ภาษาที่เป็นกันเอง เช่น เกร็ดเล็กเกร็ดน้อยเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ที่ไม่ได้เป็นอย่างที่เราคิด



ภาพที่ 1 แบบจำลองที่ 1 การใช้ภาพถ่าย



ภาพที่ 2 แบบจำลองที่ 2 การใช้ภาพกราฟิก



ภาพที่ 3 แบบจำลองที่ 3 การใช้ภาพแนวศิลป์ย้อนยุค

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสังเคราะห์แบบจำลองและ
ออกแบบแนวทางกระดานสนทนาสุขภาพเพื่อดูแลผู้สูงอายุไทย
ในครอบครัว ได้ผลการวิจัย คือ การสังเคราะห์แบบจำลองด้วยการ
สนทนากลุ่ม (Focus Group)

ปัจจัยส่วนบุคคล: ผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัว 48 คน

แบ่งเป็น

ตารางที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลในสัมภาษณ์การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

เพศ													
ชาย		24 คน											
หญิง		24 คน											
อายุ													
34 2 คน		36 3 คน		37 3 คน		39 2 คน		40 1 คน		41 3 คน		42 4 คน	
43 3 คน		45 2 คน		46 4 คน		47 3 คน		48 7 คน		49 5 คน		50 6 คน	
อาชีพ													
ธุรกิจส่วนตัว						11 คน		พนักงาน/ลูกจ้างของรัฐ		9 คน			
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/องค์กรอิสระ						10 คน		รับราชการ		8 คน			
พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน						10 คน							
รายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน						70,000 - 100,000 บาท							
ภูมิลำเนาอยู่จังหวัด						กรุงเทพมหานคร							
ความเกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุที่ดูแล						บิดา-มารดา ลุง ป้า น้า อา ปู่-ย่า ตา-ยาย							



ตารางที่ 3 ผลการวิจัยต้นแบบกระดานสนทนาจากการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

หัวข้อ	ประเด็นที่เหมือนกัน	ประเด็นที่แตกต่าง
1. องค์ประกอบ การออกแบบ	- เลือก แบบจำลองที่ 3 เพราะมีความสวยงาม น่าสนใจ	- เลือก แบบจำลองที่ 1 เพราะภาพประกอบสื่อ ความหมายได้ดี - เลือก แบบจำลองที่ 2 เพราะรูปแบบง่ายต่อ การอ่านและการใช้งาน
เนื้อหา	- ข่าวสาร ภาพ การประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสม น่าสนใจ ปริมาณเนื้อหาเพียงพอกับความต้องการ - การจัดลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอน ต่อเนื่อง อ่านแล้วเข้าใจ มีการจัดหมวดหมู่ให้ง่ายต่อการค้นหาและทำความเข้าใจ ข้อความถูกต้องตามหลักภาษาและไวยากรณ์ เนื้อหากับภาพ มีความสอดคล้องกัน	ยังขาดความน่าเชื่อถือ
เทคนิคและ ปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้	- มีความเหมาะสมของการออกแบบการเชื่อมโยง ทั้งการใช้งาน กระดานสนทนา หมวดอื่น ๆ และปฏิทิน สามารถเข้าถึงข้อมูล ได้ง่าย	- มีประโยชน์แต่ต้องใช้วิจารณญาณส่วนบุคคล ในการนำไปใช้ - ไม่สามารถเป็นแหล่งความรู้ได้
ประโยชน์และ การนำไปใช้	- เนื้อหามีประโยชน์ต่อผู้ใช้งานและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ เป็นแหล่งข้อมูลที่ตรงกับความต้องการผู้ใช้งาน	
2. การเดินทาง ของผู้บริโภค	- การสื่อสารผ่านกระดานสนทนาช่วยให้ผู้ดูแลผู้สูงอายุไทย ในครอบครัวเกิดการรับรู้ ได้รับข้อมูลเพื่อประเมินทางเลือก แต่การตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์ บริการ ข้อเสนอแนะต่าง ๆ และบอกต่อ ประสบการณ์หลังการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ บริการข้อเสนอแนะต่าง ๆ เหล่านั้น จำเป็นต้องสร้างให้เกิดชุมชนขึ้นมาก่อน	การสื่อสารผ่านกระดานสนทนาช่วยให้ผู้ดูแล ผู้สูงอายุไทยในครอบครัวเกิดการรับรู้ได้รับข้อมูล เพื่อประเมินทางเลือกตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์ บริการ ข้อเสนอแนะต่าง ๆ และยังคงบอกต่อไปยัง คนอื่น ๆ อีกด้วย

องค์ประกอบด้านการออกแบบ - ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ (36 คน) เลือก แบบจำลองที่ 3 เพราะหน้าโฮมเพจมีความสวยงาม ทันสมัย น่าสนใจ แปรกต่างจากที่เคยเห็น สีสันมีความเหมาะสม สีสันหลังกับสีตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษรมีความสวยงามและอ่านได้ง่าย ผู้ให้ข้อมูล เพียงเล็กน้อย (5 คน) เลือก แบบจำลองที่ 1 เพราะภาพประกอบ สื่อความหมายได้ และผู้ให้ข้อมูลอีกเพียงเล็กน้อย (7 คน) เลือก แบบจำลองที่ 2 เพราะรูปแบบง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน

องค์ประกอบด้านเนื้อหา - ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ (38 คน) ให้ความเห็นว่าเนื้อหาที่มีความทันสมัย ข่าวสาร ภาพ การประชาสัมพันธ์ มีความเหมาะสม น่าสนใจ ปริมาณเนื้อหาเพียงพอกับความต้องการ การจัดลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอน ต่อเนื่อง อ่านแล้วเข้าใจ มีการจัดหมวดหมู่ให้ง่ายต่อการค้นหาและทำความเข้าใจ ข้อความถูกต้องตามหลักภาษาและไวยากรณ์ เนื้อหากับภาพมีความสอดคล้องกัน ผู้ให้ข้อมูลบางส่วน (10 คน) ให้ความเห็นว่าเนื้อหาขาดความชัดเจนถูกต้อง

องค์ประกอบด้านเทคนิคและการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ - ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ (35 คน) มีความเห็นว่าเว็บไซต์มีการออกแบบ

การเชื่อมโยงการใช้งานกระดานสนทนาการใช้งานหมวดอื่น ๆ และการใช้งานในส่วนของปฏิทินได้อย่างดี รวมไปถึงการเข้าถึงข้อมูล มีความเหมาะสม ในด้านปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้เน้นควรมีการโต้ตอบ แต่ไม่จำเป็นต้องในทันทีทันใด ผู้ให้ข้อมูลที่เหลือ (13 คน) มีความเห็นว่า นอกจากเทคนิคที่ดีแล้วควรมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ในทันที

องค์ประกอบด้านประโยชน์และการนำไปใช้ - ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ (30 คน) มีความเห็นว่าประโยชน์ต่อผู้ใช้งานและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้เป็นแหล่งข้อมูลที่ตรงกับความต้องการผู้ใช้งาน ผู้ให้ข้อมูลส่วนหนึ่ง (10 คน) มีความเห็นว่าประโยชน์แต่ต้องใช้ วิจารณญาณส่วนบุคคลในการนำไปใช้ ผู้ให้ข้อมูลอีกส่วนหนึ่ง (8 คน) มีความเห็นว่าไม่สามารถเป็นแหล่งความรู้ได้

ผลการวิจัยด้านการเดินทางของผู้บริโภค

ผู้ให้ข้อมูลเกือบทั้งหมด (45 คน) มีความเห็นว่าการสื่อสารผ่านกระดานสนทนาช่วยให้ผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวเกิดการรับรู้ได้รับข้อมูลเพื่อประเมินทางเลือก แต่การตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์ บริการ ข้อเสนอแนะต่าง ๆ และบอกต่อประสบการณ์หลังการเลือกใช้ ในผลิตภัณฑ์ บริการ ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เหล่านั้น จำเป็นต้องสร้างให้



เกิดชุมชนขึ้นมาก่อน ผู้ให้ข้อมูลเพียงเล็กน้อย (3 คน) มีความเห็นว่าการสื่อสารผ่านกระดานสนทนาจะช่วยให้ผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวเกิดการรับรู้ ได้รับข้อมูลเพื่อประเมินทางเลือกตัดสินใจ ใช้ผลิตภัณฑ์ บริการ ข้อเสนอแนะต่าง ๆ และยังคงต่อไปยังคนอื่น ๆ อีกด้วย

ผลการวิจัยด้านความจำเป็น ความต้องการใช้กระดานสนทนาสุขภาพเพื่อผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว

ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมดเห็นถึงความจำเป็นและมีความต้องการใช้กระดานสนทนาสุขภาพเพื่อผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อออกแบบแนวทางกระดานสนทนาสุขภาพเพื่อผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว ได้ผลการวิจัยคือ แนวทางกระดานสนทนาเพื่อผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว ขั้นตอนการออกแบบ

1. ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลทั้งหมดจากแบบจำลองทั้ง 3 แบบ แล้วให้นักออกแบบสร้างชิ้นงานขึ้นมา ภายใต้โจทย์ที่ว่าจะต้องมีความสวยงาม ทันสมัย น่าสนใจ แปลกแตกต่างจากที่เคยเห็น สีสัน ขนาดตัวอักษรและรูปแบบตัวอักษรมีความสวยงามและอ่านได้ง่าย โดยมีตัวอย่างเป็นแบบจำลองที่ 3 (ศิลปะ) ที่ผู้ให้ข้อมูลเลือกขึ้นมา
2. ด้านเนื้อหา ผู้วิจัยปรับปรุงมาจากข้อคิดเห็นของผู้ดูแลผู้สูงอายุในเรื่องที่ประสบมาด้วยตนเองหรือเป็นเรื่องที่ผู้ดูแลผู้สูงอายุต้องการทราบข้อมูล โดยใช้ภาษาที่เป็นกันเอง
3. ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการออกแบบมีเพียงเล็กน้อย เช่น ภาพประกอบที่นำมาใช้ต้องระวังในเรื่องของลิขสิทธิ์
4. เมื่อสำเร็จแล้ว จึงได้กระดานสนทนาที่ใช้ชื่อว่า C Near 360 มีคำขวัญว่า อยู่สบายกับสูงวัย ลักษณะของต้นแบบกระดานสนทนา มีการออกแบบที่เรียบง่าย ชัดเจน มีการสร้างรูปแบบที่ใช้เหมือนกันทุกหน้า คือวางโลโก้ไว้ด้านบนซ้าย หัวข้อทั้งหมด

อยู่ด้านบน มีการใช้สีสันที่สดใส สะดุดตา ภาพประกอบเป็นภาพวาดลายเส้นแนวย้อนยุค และภาพถ่ายที่สอดคล้องกับเนื้อหา ในด้านเนื้อหาเน้นประกอบไปด้วยหน้าแรก กระตุ้นแนะนำ ถามตอบ เล่าเรื่อง รีวิว ซื้อขายข่าว บทความ สายตรงนักจิตวิทยา link โรงพยาบาล ปฏิทินกิจกรรม โดยแต่ละหัวข้อใหญ่จะมีหัวข้อย่อย มีตัวอย่างดังต่อไปนี้

กระตุ้นแนะนำ - เกร็ดเล็กเกร็ดน้อยเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ที่ไม่ได้เป็นอย่างที่เราคิด / อยากทำประกันชีวิตให้พ่อแม่แบบจ่ายทิ้งปีละไม่เกิน 5 พัน มีไหมคะ / พรุ่งนี้คือกำหนดวันฆ่าตัวตายของแม่

ถามตอบ - ปรีक्षाเรื่องคุณแม่ใส่สายปัสสาวะเบอร์เล็กกว่าเดิม / ลูกที่ถูกคาดหวังให้ดูแลพ่อแม่ต้องแบกรับอะไรบ้าง / พ่อหนังเถื่อน แนะนำที่เที่ยวเขาใหญ่หน่อย ที่พักด้วยคะ

เล่าเรื่อง - เมื่อเช้าแม่ทำกระเป๋าเงินตกแต่ได้คืนเพราะกล้องติดรถยนต์ / เล่าเรื่องบ้านพักคนชราในต่างประเทศ / พาแม่เที่ยวอยุธยาวันแม่

รีวิว - พินร่างกายจากป่วยด้วย Ensure / ผ้าอ้อมผู้ใหญ่แบบกางเกง / พาพ่อไปหัวหิน

ซื้อขาย - หัวเข็มฉีดยาแบบใช้แล้วทิ้ง / ชุดอยู่บ้านผู้ใหญ่ / รถเข็นไฟฟ้าสำหรับคนตัวใหญ่

ข่าว - ลูกทดลองใช้ “น้ำมันกัญชา” แทนแม่ป่วยเป็นมะเร็ง / หามหมอออนไลน์ทางวิดีโอคอล / ส่งยาถึงบ้านสมิติเวชจัดให้

บทความ - เริ่มต้นดูแลผู้สูงอายุอย่างไร / สัมภาษณ์คุณหมอ

ปฏิทินกิจกรรม - งานรณรงค์ใหญ่ไฟกระพริบ / งานอินเตอร์แควร์ Event เพื่อคนวัยเก๋า / งานมหกรรมผู้สูงอายุและครอบครัว / งานเข้าใจผู้สูงอายุ เรียนรู้งานออกแบบเพื่อคนชรา





ภาพที่ 4 ต้นแบบกระดานสนทนาเพื่อผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาถึงความจำเป็น ความต้องการใช้กระดานสนทนาสุขภาพเพื่อผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว ได้ผลการวิจัย คือ ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมดเห็นว่าปัจจุบันไม่มีช่องทางการสื่อสารสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวไทยโดยตรง การที่ต้องทำงานประจำและดูแลผู้สูงอายุไปด้วย จึงไม่มีเวลาเข้าอบรมหรือเข้าถึงเนื้อหาที่ทางรัฐและเอกชนจัดขึ้น คิดว่าเนื้อหาในกระดานสนทนา น่าเชื่อถือกว่าใน Facebook หรือ Line เพราะช่วยในการสนับสนุนความคิดไปจนถึงทางแก้ปัญหาที่เร็วขึ้น ข้อมูลผู้สูงอายุนั้นมีในเว็บไซด์เป็นจำนวนมาก ข้อมูลด้านการดูแลผู้สูงอายุนั้นมีอยู่บ้าง แต่วิธีการดูแลคนที่ดูแลผู้สูงอายุ วิธีที่จะจัดการตัวเอง ผู้ดูแลมือใหม่ พฤติกรรมที่เปลี่ยนไป จะดูแลตัวเองอย่างไร ลดความกดดันตัวเองอย่างไร ลดความเครียดอย่างไรที่จะทำให้ดูแลผู้สูงอายุได้ดีขึ้น การแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือสิ่งของ เช่น เคยดูแลผู้สูงอายุแล้ว ท่านเสียแล้วอยากนำไปบริจาค กระดานสนทนานี้ก็จะเป็นที่ต้องการเป็นกลุ่มตลาดพิเศษแบบเฉพาะ

อภิปรายผล

C Near 360 พื้นที่สาธารณะในการแลกเปลี่ยน ความรู้สุขภาพผู้สูงอายุ

C Near 360 เป็นต้นแบบกระดานสนทนาที่พัฒนามาจากการวิเคราะห์เนื้อหากระดานสนทนาที่ประสบความสำเร็จ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคลที่เกี่ยวข้อง และการสังเคราะห์แบบ

จำลองผ่านการสนทนากลุ่ม กระดานสนทนาเป็นช่องทางที่เหมาะสมเพราะเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดลักษณะของการสร้างเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ ซึ่ง Deuze (2003 : 211) อธิบายว่า การใช้สื่อออนไลน์ต้องเหมาะสมกับเนื้อหาที่จะนำเสนอและมีความเป็นมัลติมีเดีย (Multimedia) ต้องคำนึงถึงช่องทางเครื่องมือที่จะทำให้การโต้ตอบกับผู้รับสารและมีเครื่องมือให้ผู้รับสารสามารถเลือกรับข่าวสารในรูปแบบที่ต้องการได้ (Interactivity) เช่นเดียวกับ Skoler (2009 : 39) ที่อธิบายว่าสื่อสังคมเป็นเรื่องของการแบ่งปัน การรับฟังและตอบโต้กับผู้อื่น ซึ่งการแบ่งปันข้อมูลนี้ทำให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความรู้ และการรับฟังความเห็นของผู้อื่น การสร้างความสัมพันธ์ และการรวบรวมความรู้มาจากแหล่งที่หลากหลายรวมถึงมาจากประสบการณ์โดยตรง ซึ่ง C Near 360 มีการแบ่งเนื้อหาออกเป็น ส่วน ๆ ให้ผู้ดูแลผู้สูงอายุเลือกรับสารตามความสนใจของตนได้ โดยมีส่วนของความรู้ข่าวสาร บทความ กิจกรรม ส่วนของห้องสนทนา ถาม-ตอบ สายตรงนักจิตวิทยา เล่าเรื่อง รีวิวซื้อขาย ที่สามารถโต้ตอบ แสดงความคิดเห็นกันได้ โดยมีตัวแทนจากเจ้าของผลิตภัณฑ์เข้ามาร่วมตอบคำถามด้วย นอกจากนี้สื่อออนไลน์ที่ดีต้องคำนึงถึงการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวไปสู่ประเด็นหรือฐานข้อมูลอื่น ๆ ผ่าน Hyperlink (Deuze, 2003 : 211) ซึ่ง C Near 360 มี Hyperlink ที่เชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ที่จำเป็นสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ของโรงพยาบาล สถานพักฟื้น ร้านขายยา ฯลฯ



เมื่อมีช่องทางและเนื้อหาที่เหมาะสมแล้ว จำเป็นต้อง ค้นหาเส้นทางการสื่อสารของผู้ดูแลผู้สูงอายุเพื่อให้วิธีที่จะตอบสนอง ต่อพวกเขา ดังเช่น Court., D et al. (2017) กล่าวว่า ความเข้าใจ ในเรื่องการเดินทางของผู้บริโภค และการทำความเข้าใจว่าผู้บริโภค มีปฏิสัมพันธ์อย่างไรกับสื่อต่าง ๆ ในขั้นตอนต่าง ๆ อย่างไร ทำให้ สามารถวางแผนในการสร้างสื่อในแต่ละขั้นตอนอย่างครบวงจร เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคหรือทำให้ผู้บริโภคนั้นมีเส้นทาง ที่สั้นที่สุดเพื่อที่จะรับรู้ได้ว่าผู้บริโภคผู้นั้นอยู่ในขั้นตอนไหนและเพื่อสร้าง

การตลาดเฉพาะบุคคล (Personalized Marketing) แล้วตอบสนอง กลับไปให้ถูก เพราะเส้นทางผู้บริโภคในยุคของสื่ออินเทอร์เน็ตนั้น ขั้นตอนตั้งแต่การรับรู้ไปจนถึงการเกิดความรู้สึกที่ดีสามารถสลับ สับเปลี่ยนกันระหว่างสื่อออนไลน์และออฟไลน์ได้ทุกเมื่อ ปรากฏ ในตารางที่ 4 ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นว่าสื่อดิจิทัลที่จำเป็นสำหรับ สื่อสารตราสินค้าในขั้นตอนที่แตกต่างกันของเส้นทางผู้บริโภค เป็นอย่างไร

ตารางที่ 4 การใช้ยุทธวิธีดิจิทัล (Young, 2010)

ตัวอย่างยุทธวิธีทางดิจิทัล						
รับรู้	เกี่ยวพัน	พิจารณาอย่าง กระตือรือร้น	ซื้อ	บริโภค	สร้างความ สัมพันธ์	สนับสนุน
- ป้ายโฆษณาบน เว็บไซต์อย่างดี, สื่อที่ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ที่มากและเฉพาะ เจาะจง - ขยาย/ผสมกับ กิจกรรมสื่อดั้งเดิม - แผนให้หน้าม้าบอก ปากต่อปาก-ไวรัล วิดีโอ-ออนไลน์วิดีโอ	- สร้างประสบการณ์ ตราสินค้าที่ส่งเสริม ความคิดในตราสินค้า - ขยายกิจกรรม ทางการตลาดไปยัง กลุ่มเป้าหมาย ที่กว้างขึ้น	- ค้นหาโฆษณา - แผนโฆษณา ออนไลน์เพื่อ โน้มน้าวความ สนใจและดึงดูดให้ เข้ามาในเว็บ ตราสินค้า	- ลดงบประมาณ ค่าใช้จ่ายในการ ขยาย - แจกคูปอง ในออนไลน์ - เว็บไซต์ขายของ	- ดึงให้เกิดการ ทดลองและแจก ของตัวอย่าง ของตัวอย่าง - สร้างการใช้ ตราสินค้าที่เสริม ประสบการณ์ ในผลิตภัณฑ์	- แผนการตลาด ทางอีเมล - สร้างข้อมูล ลูกค้าและบท สนทนา - Facebook Fan pages - สร้างเนื้อหาที่ดึงดูด ให้เกิดกิจกรรมใน ชุมชนตราสินค้า	- ดึงให้ลูกค้า สนับสนุน ช่วยบอกต่อ

กระดานสนทนาเป็นหนึ่งในจุดสัมผัสผ่านสื่อออนไลน์ ที่ช่วยให้ผู้ดูแลผู้สูงอายุได้รับข้อมูลครบถ้วน เส้นทางของผู้ดูแล ผู้สูงอายุในกระดานสนทนานั้นทำให้เกิดผลตอบสนองในขั้นแรกและ ขั้นที่สอง กล่าวคือ การสื่อสารผ่านกระดานสนทนาช่วยให้ผู้ดูแล ผู้สูงอายุไทยในครอบครัวเกิดการรับรู้และได้รับข้อมูลเพื่อประเมิน ทางเลือก แต่ในขั้นที่สามและสี่ คือ การตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์ บริการ ข้อแนะนำต่าง ๆ และบอกต่อประสบการณ์หลังการเลือกใช้ ในผลิตภัณฑ์ บริการ ข้อแนะนำต่าง ๆ เหล่านั้น จำเป็นต้องสร้างให้ เกิดชุมชนขึ้นมาก่อน ดังที่ Young (2010) ชี้ให้เห็นว่าบทบาทที่เป็น จุดแข็งหลักของสื่อออนไลน์นั้นสามารถสร้างให้เกิดความเกี่ยวพัน การพิจารณาอย่างกระตือรือร้น สร้างความสัมพันธ์และสนับสนุน หรือไปถึงขั้นบอกต่อได้ แต่กลยุทธ์ที่จะสร้างให้เกิดเป็นจุดสัมผัส ที่แข็งแกร่งนั้นจำเป็นต้องขยายกิจกรรมทางการตลาด วางแผน ที่โน้มน้าวความสนใจและดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาในเว็บไซต์ สร้าง ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายและบทสนทนา มีการโต้ตอบที่เกี่ยวข้องกับ กลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ซึ่งในการสร้างความสัมพันธ์นั้นสื่อออนไลน์ ถูกใช้อย่างมากมายหลายวิธีเพื่อรักษาบทสนทนาและความสัมพันธ์ กับลูกค้า วิธีที่เข้ามาที่สุดคือ โปรแกรมการบริหารความสัมพันธ์กับ

ลูกค้า (Customer-Relationship Management - CRM) ซึ่งต้อง พึ่งพาการสร้างฐานข้อมูลลูกค้าและการสื่อสารอย่างต่อเนื่องผ่าน ทางอีเมลเป็นอย่างมาก เครือข่ายสังคมออนไลน์ กระดานสนทนา กลุ่มและบล็อก ถูกแทรกซึมโดย eCRM สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ เนื้อหา ไม่ว่าจะสร้างโดยตราสินค้าหรือสมาชิกผู้ติดตาม เนื้อหาจะต้องมี ประโยชน์ให้ความบันเทิงและปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ สามารถ ดึงให้เกิดกิจกรรมในชุมชนและดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายสนับสนุน ช่วยบอกต่อ เพราะการบอกปากต่อปากเป็นวิธีการที่สื่อดิจิทัลและ สื่อสังคมออนไลน์ช่วยเพิ่มให้เกิดการสนทนาในตราสินค้า และ บอกต่อไปเรื่อย ๆ อันจะทำให้เกิดเป็นชุมชนที่เหนียวแน่นในที่สุด ซึ่งต้นแบบกระดานสนทนาที่สร้างขึ้นมานี้จะช่วยให้ผู้ดูแลผู้สูงอายุไทย ในครอบครัวได้รับความรู้ ข่าวสาร และได้มีพื้นที่ในการแลกเปลี่ยน ข้อมูล แสดงความคิดเห็นต่าง ๆ เพราะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง มีหัวข้อต่าง ๆ ให้เลือกตามความต้องการได้ สามารถโต้ตอบกันได้ และมี Hyperlink ที่เชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ อีกทั้งยังมีแนวโน้มที่จะทำให้เกิดเป็นเครือข่ายขึ้นมาได้ เพื่อให้เกิด ความสมบูรณ์ในเส้นทางการสื่อสารของกลุ่มผู้ดูแลผู้สูงอายุ



ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 นำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายด้านรูปแบบและเนื้อหาเพื่อป้องกันปัญหา อุปสรรค สำหรับการออกแบบกระดานสนทนาของผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว

1.2 วางแผนด้านการตลาด การโฆษณา การจัดหาผู้ดูแล และดำเนินการเปิดใช้เว็บไซต์กระดานสนทนา

1.3 ใช้เป็นเครื่องมือในการตอบสนองนโยบายภาครัฐที่มุ่งเน้นมาตรการเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุเพื่อขับเคลื่อนสังคม

2. ข้อเสนอแนะในการทาวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการสำรวจความคิดเห็นจากผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวที่มีต่อกระดานสนทนาดังกล่าวที่ได้รับแนวทางในการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุที่มีประสิทธิภาพที่หลากหลายมากขึ้น สามารถใช้ข้อมูลจากกระดานสนทนาเพื่อการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุในครอบครัวได้ดียิ่งขึ้น ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลของผู้สูงอายุได้มากขึ้นหรือไม่

เอกสารอ้างอิง

กมลชนก เศรษฐบุตร. (2563). การแสวงหาข้อมูลจากกระดานสนทนาไทยเกี่ยวกับเนื้อหาด้านสุขภาพที่ประสบความสำเร็จ. วารสารการสื่อสารและการจัดการนิต้า. 6 (2): 1-19.

กิตติพัฒน์ นนทพิทักษ์ดุข. (2554). การวิจัยเชิงคุณภาพในสถิติการสังคม: แนวคิดและวิธีการวิจัย. ฉบับพิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จิราพร ทองดี, ดาราวรรณ ร่องเมือง และฉันทนา นาคฉัตรีย์. (2555). ภาวะสุขภาพและคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในจังหวัดชายแดนภาคใต้. วารสารพยาบาลกระทรวงสาธารณสุข, 22 (3): 88-99.

ไทยรัฐออนไลน์. อยากรู้มั๊ย? หลังบ้าน ‘พันทิป’ เว็บบอร์ดทำงานยังงี้? (Online). เข้าถึงได้จาก: <https://www.thairath.co.th/lifestyle/tech/howto/919080>. 2560.

ปกรณ โยมนิ และอรุณญา ดุ้ยคำภีร์. (2560). การปรับตัวทางจิตวิทยาและการส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุและผู้ดูแล: การศึกษาวิจัยเชิงประจักษ์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

โพสต์ทูเดย์. เปิดใจ “อาชีวะแอดมิน” ผู้รองรับอารมณ์คนโซเชียล “งานดี รายได้งาม” ที่ต้องรับผิดชอบสูง. (Online). เข้าถึงได้จาก: <https://www.posttoday.com/social/general/594805>. 2562.

ภัสสร ลิมานนท์. (2529). การศึกษา ทศนคติ และค่านิยมของสตรีไทยเกี่ยวกับการสมรส (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพมหานคร: สถาบันประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มหาวิทยาลัยมหิดล. ประชากรของประเทศไทย. (Online). เข้าถึงได้จาก: <http://www.ipsr.mahidol.ac.th/ipsrbeta/th/Gazette.aspx>. 2562.

มูลนิธิพัฒนางานผู้สูงอายุ. สถานการณ์ผู้สูงอายุในประเทศไทย (ด้านประชากร). (Online). เข้าถึงได้จาก: <https://fopdev.or.th/สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย/>. 2558.

โรเจอร์. ประวัติเว็บเด็กดี. (Online). เข้าถึงได้จาก <https://www.dek-d.com/board/view/1500523/>. 2552.

วรภูมิ อ่อนน้อม. (2555). ปรากฏการณ์ทางการสื่อสารยุคดิจิทัล. วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.), 18 (2): 212-220.

วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์ และคณะ. (2559). re: digital การตลาดยุคใหม่ เจาะใจลูกค้า. กรุงเทพมหานคร: โปรวิชั่น.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. ETDA เผยผลสำรวจ IUB 63 คนไทยใช้เน็ตยังไม่ไหว เกือบครึ่งวัน โควิด-19 มีส่วน. (Online). เข้าถึงได้จาก: <https://www.etda.or.th/th/newsevents/pr-news/ETDA-released-IUB-2020.aspx>. 2564.

ศศิพัฒน์ ยอดเพชร. (2551). ผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัว. ในการประชุมเวทีระดมความเห็นต่อประเด็นนโยบายเรื่อง “ระบบการดูแลและกำลังคนในการดูแลผู้สูงอายุ”. การประชุมจัดโดยมูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, ศูนย์การประชุมสถาบันวิจัยจุฬาลงกรณ์ กรุงเทพมหานคร.

อภิสิทธิ์ ตรุงกานนท์. ทำไมเว็บ Pantip ถึงใช้พื้นหลังสีม่วง? (Online). เข้าถึงได้จาก: <http://macroart.net/2013/10/why-pantip-background-is-violet/>. 2559.

Court, D., Elzinga, D., Mulder, S. and Vetvik, O. The Consumer Decision Journey. (Online). Available: <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/the-consumer-decision-journey>. 2017.

Deuze, M. (2003). The Web and It's Journalism: Considering the Consequence of Different Types of News Media online. New Media & Society Journal, 5 (34): 203-230.



- JobsDB. เส้นทางอาชีพ “Content Writer” และกลยุทธ์อัพเงินเดือน. (Online). Available: <https://th.jobsdb.com/th-th/articles/content-writer-%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD/>. 2562
- Morgan, D.L. (1995). Why things (sometimes) go wrong in focus group. **Qualitative Health Research**, 5 (4): 516-523.
- Newman, Nic. (2009). **The Rise of Social Media and Its Impact on Mainstream Journalism**. University of Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Skoler, M. (2009). Why the News Media Became Irrelevant-And How Social Media Can Help. **Nieman Reports** (Fall), 3 (10): 38-40.
- Smart SME. พฤติกรรมการรับข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ ของคนแต่ละ Gen. (Online). เข้าถึงได้จาก: <https://www.smartsme.co.th/content/54256>. 2559.
- Strauss A., Corbin, J. (1990). **Basic of Qualitative Research. Grounded Theory Procedures and Techniques**. Newbury Park, USA: Stage Publishing Company.
- Wikipedia. Yahoo! Answer!. (Online). Available: https://en.wikipedia.org/wiki/Yahoo!_Answers#:~:text=The%20slogan%20%22The%20world's%20leading,15%20million%20users%20visiting%20daily.https://en.wikipedia.org/wiki/2channel.2021.
- Young, A. (2010). **Brand Media Strategy, Integrated Communications Planning in the Digital Era**. New York: Palgrave Macmillan.
- Weckesser, S. **20 Facts about Craigslist, the world's community bulletin board**. (Online). Available: <https://bluewatercredit.com/20-facts-craigslist-worlds-community-bulletin-board/#:~:text=Fast%20forward%2020%20years%20from,2%20million%20are%20job%20listings.2021.>