

# ความท้าทายของผู้สูงอายุในการทำธุรกิจออนไลน์

## The Elderly's Challenges in Online Business

กาญจนา มีศิลปวิกัย\*

Kanchana Meesilapavikkai\*

Email : kanchana.mee1@gmail.com

|                    |                    |
|--------------------|--------------------|
| วันที่รับบทความ    | 12 ธันวาคม 2565    |
| วันที่แก้ไขบทความ  | 23 กุมภาพันธ์ 2566 |
| วันที่ตอบรับบทความ | 15 มีนาคม 2566     |

### บทคัดย่อ

ทั่วโลกมีแนวโน้มของการมีผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทำให้เกิดการเหลื่อมล้ำด้านดิจิทัลสำหรับคนต่างยุค (Generation) อย่างไรก็ตามยังมีผู้สูงอายุจำนวนมากที่เรียกว่า “พหุพลัง” (Active Aging) ยังคงมีความสามารถในการทำงานทั้งในด้านการทำธุรกิจและบริบทต่างๆ ของออนไลน์ซึ่งมีเรื่องของการปฏิสัมพันธ์ (Interactive) แนวคิดในการทำธุรกิจออนไลน์ต้องเข้าใจธุรกิจตนเอง ทำความเข้าใจในมุมมองของลูกค้า ใช้สื่อสังคม (Social Media) ให้ถูกทาง ใช้แพลตฟอร์ม Market-place ช่วยขาย และฝึกฝนการสร้างคอนเทนต์คุณภาพ (MyShop Team, 2021) ทั้งนี้ ความท้าทายของผู้สูงอายุในการทำธุรกิจออนไลน์ มีมิติที่สำคัญ คือ 1) มิติ : ผู้สูงอายุ ทางกายและทางใจ 2) มิติ : สื่อออนไลน์ 3) มิติ : การรับชำระเงิน 4) มิติ : ชื่อโฆษณา (ยิงแอด) 5) มิติ : สร้าง Content เอง และ 6) มิติ : ความสำเร็จ

**คำสำคัญ:** ผู้สูงอายุ / ธุรกิจออนไลน์ / ดิจิทัล / พหุพลัง / ความท้าทาย

### Abstract

All over the world, the trend of aging is increasing steadily. This has caused a digital inequality for different generations. However, there are many elderly people who are referred to as “Active Aging” who still able to work in business and in various contexts of online interaction. Doing an online business necessitates understanding one’s own business and customer perspective, using media correctly, using market place

\* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

\* Assistant Professor PhD., School of Communication Arts, Sripatum University

platforms to help sell, and practice creating quality content (MyShop Team, 2021). Nevertheless, the elderly face significant challenges when conducting business online: 1) Dimension: both physically and mentally elderly, 2) Dimension: online media, 3) Dimension: accepting payments 4) Dimension: purchasing advertisements (shooting ad.) 5) Dimension: content creation and 6) Dimension: Success.

**Keywords:** Elderly / Online Business / Digital / Active Aging / Challenges

## บทนำ

ปัจจุบัน ประชากรสูงอายุทั่วโลกมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีผลการศึกษาด้านประชากรศาสตร์หลายชิ้นแสดงให้เห็นว่าการก้าวเข้าสู่การเป็นประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้นเร็วกว่าที่คาดไว้ ในการศึกษาที่ดำเนินการโดยองค์การสหประชาชาติ แสดงการเติบโตของประชากรในแต่ละประเทศที่มีความแตกต่างกันโดยธรรมชาติ ในความเป็นจริง กลุ่มคนที่มีอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไปเป็นกลุ่มอายุที่มีสัดส่วนการเพิ่มมากขึ้น และการคาดการณ์ของสหประชาชาติคาดว่าคนกลุ่มนี้จะมีมากกว่า 2 พันล้านคนภายในต้นศตวรรษที่ 22 ในปี 2100 (Skilling, 2022) องค์การอนามัยโลกได้บัญญัติคำ “พหุพลัง” (Active Ageing) เมื่อปี ค.ศ. 1990 ว่าเป็นกระบวนการที่เหมาะสมในการนำไปสู่การมีสุขภาพดี (Healthy) การมีส่วนร่วม (Participation) และการมีหลักประกันที่มั่นคง (Security) ในการที่จะเสริมสร้างคุณภาพชีวิตเมื่อสูงวัย (WHO, 2002)

ในขณะที่ การทำธุรกิจออนไลน์ หมายถึง การขายสินค้า/บริการบนเว็บไซต์ (Website) ที่ลงทุนเสียเงินทำเอง หรือขายบนเว็บฟรี เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) หรือ การนำสินค้าไปโพสต์ (Post) ไว้กับเว็บที่ให้บริการลงโฆษณาฟรี ในปัจจุบันการทำธุรกิจออนไลน์ไม่ใช่เทรนด์ (Trend) หรือกระแส แต่สามารถทำเพื่ออนาคตที่มั่นคง เลี้ยงชีพและครอบครัวได้ ผู้สูงอายุจำนวนมากที่ยังคงมีพหุพลัง การมองโลกในแง่ดีอยู่เสมอ ยอมรับความจริงที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาของโลกและโลกออนไลน์ การทำธุรกิจจะช่วยให้ชีวิตไม่หยุดนิ่ง ซึ่งจะช่วยให้มีการเตรียมความพร้อมให้อยู่ในโลกอนาคตได้อย่างมีความสุขและมีคุณค่า เข้าใจตนเองซึ่งรวมถึงการทำตนให้เป็นประโยชน์ ด้วยบริบทดังกล่าวบทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความท้าทายของผู้สูงอายุในการทำธุรกิจออนไลน์

## ความเหลื่อมล้ำด้านดิจิทัล

ผู้สูงอายุในทุกประเทศทั่วโลกต่างประสบกับปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านดิจิทัลด้วยประสบการณ์ชีวิตหรือบริบทของชีวิตในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นด้านการทำงาน การใช้ชีวิตในประเทศจีน ประชากรสูงอายุให้ความสำคัญกับความเหลื่อมล้ำด้านดิจิทัล ความท้าทายไม่ได้มีเฉพาะในจีนเท่านั้น แต่เป็นเรื่องเร่งด่วนอย่างยิ่งสำหรับประเทศจีน เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของประชากรจำนวนมหาศาล 1.4 พันล้านคนเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ในปี 2565 ประเทศจีนเป็น “สังคมผู้สูงอายุ” โดยมีประชากร 14% ที่มีอายุมากกว่า 65 ปี หรือประมาณ 200 ล้านคน โดยปกติแล้วหลายประเทศจะใช้เวลาเกือบร้อยปีกว่าจะมาถึงจุดนี้ ในขณะที่จีนใช้เวลาเพียง 21 ปีเท่านั้น ที่น่าตกใจยิ่งกว่าคือ

ภายในปี 2593 จำนวนผู้สูงอายุชาวจีนคาดว่าจะสูงถึง 380 ล้านคน ซึ่งคิดเป็นเกือบ 30% ของประชากรทั้งหมดของประเทศ (Kidron & Yang, 2021).

ด้วยประชากรสูงอายุมีความรู้เรื่องออนไลน์เพียงเล็กน้อย จึงจำเป็นต้องดำเนินการเพื่อให้การเข้าถึงก่อนที่ปัญหาจะรุนแรงขึ้น บริษัทเทคโนโลยี เช่น บริษัทอีคอมเมิร์ซ JD.com ได้เพิ่มความพยายามในการทำให้การเปลี่ยนแปลงง่ายขึ้น ต่อไปนี้เป็นแนวโน้มหลักสามประการ คือ

1. รับออนไลน์ในร้านค้า ร้านค้าที่มีหน้าร้านจริง ได้เริ่มจัดผู้ช่วยในโซนเฉพาะเพื่อช่วยให้ลูกค้าสูงอายุเข้าใจทุกอย่างตั้งแต่การชำระเงินดิจิทัลไปจนถึงบริการหุ่นยนต์ ทั้งหมดนี้เป็นบริการที่คนหนุ่มสาวจำนวนมากที่เติบโตมากับอินเทอร์เน็ตตั้งแต่อายุน้อยมักมองข้ามไป แต่ก็สามารถเรียนรู้ได้เช่นกัน

2. ตั้งแต่สมาร์ตโฟนที่ดังกว่าไปจนถึงเครื่องใช้ภายในบ้านที่สั่งงานด้วยเสียง สมาร์ตโฟนมีบทบาทสำคัญในการช่วยให้ผู้สูงอายุเปลี่ยนไปสู่โลกดิจิทัลได้ง่ายขึ้น โทรศัพท์ที่มีปุ่มขนาดใหญ่ ขนาดตัวอักษรที่ใหญ่ขึ้น และลำโพงเสียงสูงได้ปรากฏขึ้นเมื่อไม่นานมานี้

3. เอื้อให้ผู้สูงอายุมีการลงทุนที่ดีสำหรับแบรนด์ การฝึกอบรมช่วยลดความกลัวที่มีต่อเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้ในระยะยาว JD ได้จัดชั้นเรียนสำหรับผู้สูงอายุเกี่ยวกับวิธีใช้อุปกรณ์ดิจิทัล โดยเริ่มจากพื้นฐานเช่นการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันและเพิ่มความซับซ้อนให้ครอบคลุมถึงวิธีการ เช่น เข้าคิวเพื่อนัดหมายโรงพยาบาลแบบเสมือนจริง สแกนรหัส QR และใช้การชำระเงินผ่านมือถือ

มุมมองของผู้สูงอายุในโลกดิจิทัลจากตัวอย่างด้านบนแสดงให้เห็นถึงภาครัฐหรือธุรกิจขนาดใหญ่ตระหนักถึงช่องว่าง (Digital Gap) ที่เกิดขึ้นและการลงมือหาช่องทางต่างๆ เพื่อช่วยลดช่องว่างทางด้านดิจิทัลให้แคบลงหรืออาจจะไม่มีกับผู้สูงอายุปลายทางของการสื่อสาร ในขณะเดียวกันทั่วโลกยังมีผู้สูงอายุจำนวนมากที่ยังคงมีพหุพลัง ไม่ได้เป็นเพียงผู้บริโภคปลายทางแต่ยังมีความสามารถในการเป็นผู้ทำธุรกิจได้ ในประเทศไทยก็เช่นเดียวกัน

### ประเภทของธุรกิจออนไลน์

แนวความคิดเกี่ยวกับประเภทของธุรกิจออนไลน์มีมุมมองที่คล้ายกันและแตกต่างกันบ้างตามบริบท BurinOnline.com (2022) ได้สรุปไว้ดังนี้

1. E-Commerce คือ ขายของออนไลน์ มีสินค้าในสต็อก หรือมีหน้าร้าน สร้างเว็บไซต์หรือแฟนเพจ ชื้อมาขายไป จัดส่งสินค้าให้ลูกค้าทางไปรษณีย์

2. Affiliate Marketing คือ นายหน้าขายสินค้า ไม่ต้องมีสินค้าแบรนด์ของตัวเอง เป็นการนำสินค้าของคนอื่นมาจำหน่าย ไม่ต้องผลิตหรือสต็อกสินค้า โดยเจ้าของสินค้าจะอยู่เบื้องหลัง ทำการตลาดบนโลกออนไลน์ด้วยรูปภาพ เมื่อลูกค้าสั่งซื้อจะส่งรายละเอียดการสั่งซื้อให้เจ้าของสินค้าเพื่อจัดส่งในนามของผู้ทำธุรกิจ

3. Info Product คือ การขายสิ่งของที่จับต้องไม่ได้ เช่น การขายคอร์สเรียน ขาย E-Book

4. Publisher คือ การขายพื้นที่โฆษณาในเว็บไซต์ ด้วยการสร้างเนื้อหาดีๆ ให้ผู้คนเกิดความสนใจเข้ามาชมมากๆ ติดตลาดเป็นที่นิยม หลังจากนั้นก็เปิดให้เช่าพื้นที่โฆษณาในเว็บไซต์

5. MLM Online คือ การทำธุรกิจเครือข่ายออนไลน์ ธุรกิจเครือข่ายมีสินค้า มีระบบมีนวัตกรรม มีระบบการจ่ายผลตอบแทน

ในขณะเดียวกัน การขายของออนไลน์ (E-Commerce) ก็มีมุมมองที่น่าสนใจ (Kanmaneeelert, 2022) โดยสามารถแบ่งประเภทการขายออนไลน์สำหรับธุรกิจได้ออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่

1. Social Media คือ สื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงได้ผ่านอินเทอร์เน็ต และใช้งานผ่านอุปกรณ์ (Device) ที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต หรือ คอมพิวเตอร์พีซี เป็นที่นิยมต่อการขายสินค้ามาก เช่น Facebook, Line, Instagram, Twitter เป็นต้น

2. E-Market Place คือ เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันที่เป็นสื่อกลางในการติดต่อซื้อขายระหว่างร้านค้าและลูกค้า เป็นแหล่งรวบรวมสินค้าให้ลูกค้าเลือกซื้อ มีหน้าที่ในการช่วยแนะนำสินค้า เก็บเงิน และติดต่อกับระบบขนส่งสินค้าอีกด้วย

3. Brand dot com เว็บไซต์ที่เป็นช่องทางการขายของแบรนด์ใดแบรนด์หนึ่ง ซึ่งผู้ที่เป็นเจ้าของ

แบรนด์มีชื่อเสียงและมีหน้าร้าน หรือห้างสรรพสินค้าเป็นของตัวเอง โดยสินค้าที่จำหน่ายในช่องทางแบรนด์ดอทคอมส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าของแบรนด์เองหรือแบรนด์ที่มีชื่อเสียงในตลาด เมื่อเกิดปัญหาต่อสินค้าที่ได้รับ แบรนด์ที่เป็นเจ้าของเว็บไซต์จะเป็นผู้รับผิดชอบ เช่น เซ็นทรัล โฮมโปร เป็นต้น

การเริ่มทำธุรกิจออนไลน์ไม่ใช่เรื่องง่าย คำว่า “ออนไลน์” เป็นแค่สถานที่ในการทำธุรกิจ แต่แนวคิดสำคัญที่ต้องนำมาพิจารณาคือเรื่องของ “ธุรกิจ” อย่างไรก็ตามผู้ที่ประสบความสำเร็จก็มีให้เห็นเป็นจำนวนมาก การเริ่มต้นอย่างมีหลักการจะช่วยให้เกิดการมองรอบด้านชัดเจนขึ้น

### การทำธุรกิจออนไลน์

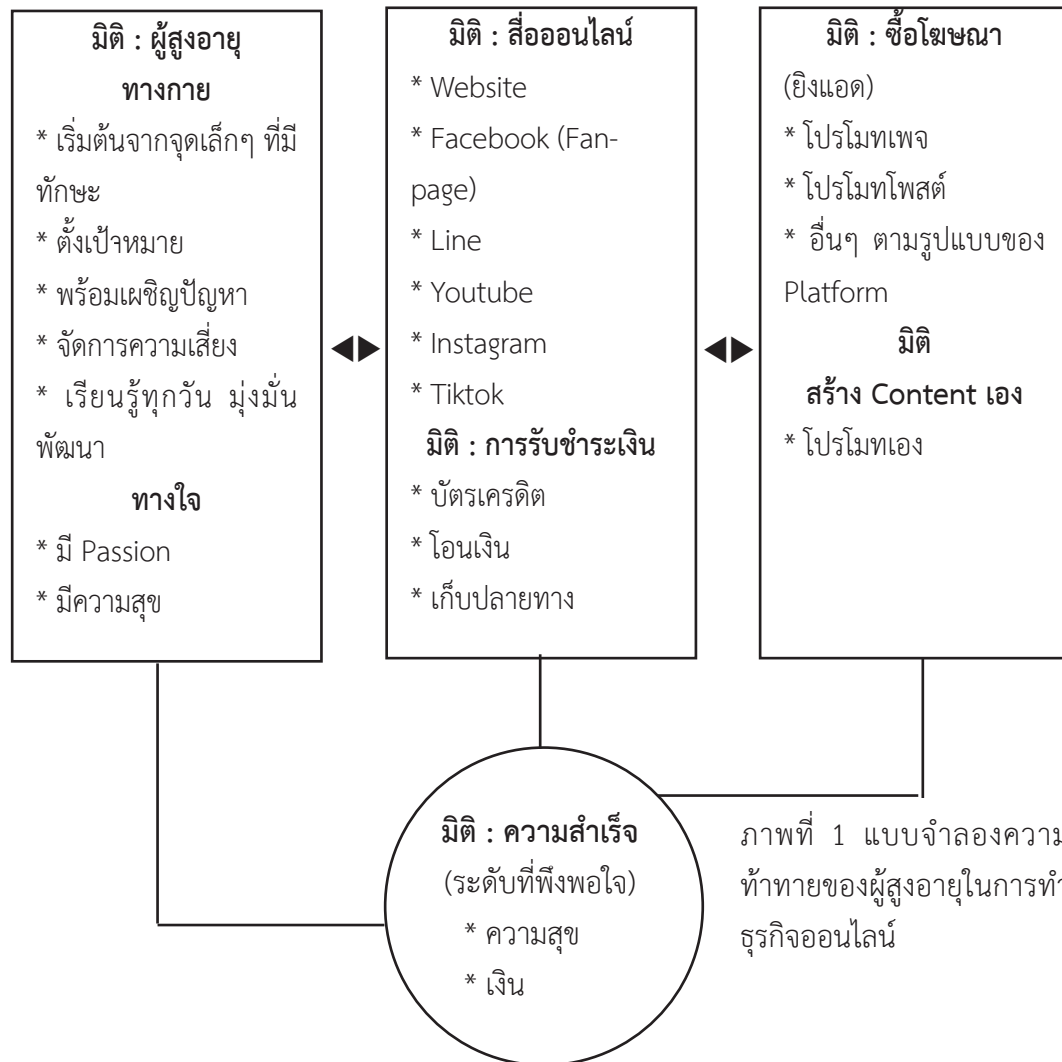
การเติบโตของโลกออนไลน์ทำให้ ‘ดิจิทัล’ มีบทบาทในการสร้างโอกาสใหม่ ๆ ทางธุรกิจ สร้างการขายสินค้าในโลกออนไลน์ สร้างความสำเร็จให้กับผู้ลงทุนทำธุรกิจ อย่างไรก็ตามอุปสรรคในเชิงของการแข่งขันก็สูงด้วยเช่นกัน MyShop Team (2021) ได้สรุปแนวคิดสำหรับผู้เริ่มทำธุรกิจออนไลน์ไว้ คือ เข้าใจธุรกิจตนเอง ทำความเข้าใจในมุมมองของลูกค้า ใช้ Social Media ให้ถูกทาง ใช้แพลตฟอร์ม Marketplace ช่วยขาย และฝึกฝนการสร้างคอนเทนต์คุณภาพ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แนวคิดสำหรับผู้เริ่มทำธุรกิจออนไลน์

| แนวคิดธุรกิจออนไลน์                                         | ประเด็นสำคัญ                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. เข้าใจธุรกิจตนเอง<br>Business Model Canvas (Osterwalder) | 1.1 กลุ่มลูกค้า (Customer Segment): ผู้ซื้อสินค้า/บริการ<br>1.2 ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship): การรักษาหรือเพิ่มฐานลูกค้า<br>1.3 คุณค่า (Value Proposition): จุดขายของสินค้าหรือบริการ<br>1.4 ช่องทาง (Channel): วิธี สื่อ หรือแพลตฟอร์มการเข้าถึงลูกค้า |

| แนวคิดธุรกิจออนไลน์                 | ประเด็นสำคัญ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                     | <p>1.5 ทรัพยากรหลัก (Key Resources): สิ่งที่ต้องมีในการทำธุรกิจ</p> <p>1.6 กิจกรรมหลัก (Key Activities): สิ่งที่ต้องทำเพื่อให้ดำเนินธุรกิจได้</p> <p>1.7 พันธมิตรหลัก (Key Partners): ผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ อาทิ ผู้ส่งวัตถุดิบ ผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม</p> <p>1.8 โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure): ต้นทุนทั้งหมดของธุรกิจ</p> <p>1.9 กระแสรายได้ (Revenue Stream): ที่มาของรายได้ทางธุรกิจ</p> |
| 2. ทำความเข้าใจในมุมมองของลูกค้า    | 2.1 ทำความเข้าใจลูกค้าแบบเจาะลึกโดยการสร้าง ‘ลูกค้าในอุดมคติ’ (Buyer Persona) โดยกำหนดข้อมูลครอบคลุมทุกด้าน เช่นด้านประชากรศาสตร์ อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ สถานะการสมรส เป็นต้นด้านความสนใจ พฤติกรรม อื่น ๆ                                                                                                                                                                                              |
| 3. ใช้ Social Media ให้ถูกทาง       | 3.1 ผู้ที่มีเว็บขายของออนไลน์อยู่แล้ว ใช้ Facebook, Youtube, Instagram, LINE, Twitter และ LinkedIn ในการโปรโมตร้านค้า ทั้งนี้ต้องพิจารณาเลือกให้เหมาะกับธุรกิจเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ                                                                                                                                                                                                                   |
| 4. ใช้แพลตฟอร์ม Marketplace ช่วยขาย | 4.1 เป็นการเปิดร้านขายของออนไลน์ในพื้นที่ที่มีฐานลูกค้าอยู่แล้ว ซึ่งสามารถช่วยเรื่องเวลาและต้นทุนให้เหมาะกับธุรกิจที่เพิ่งเริ่มต้นและต้องการเพิ่มช่องทางการขายสินค้าอย่างมาก เช่น LINE SHOPPING เป็นต้น                                                                                                                                                                                                 |
| 5. ฝึกฝนการสร้างคอนเทนต์คุณภาพ      | 5.1 เป็นสิ่งหนึ่งที่จะเรียกความสนใจจากลูกค้า สร้างเนื้อหาหรือคอนเทนต์คุณภาพที่ผู้ซื้อของออนไลน์ชื่นชอบ อาจจะอยู่ในรูปของอินโฟกราฟิก วิดีโอ หรือไลฟ์สด                                                                                                                                                                                                                                                   |

การนำ Business Model Canvas (Osterwalder) และ Social Media มาใช้ในการทำการตลาดช่วยให้เข้าถึงลูกค้าได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย มีความรวดเร็วตลอดจนช่วยในการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดการบอกกล่าวปากต่อปากในผู้คนหมู่มากได้อย่างง่ายดาย และสามารถเก็บ-วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำไปใช้ในการทำการตลาดให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้



ภาพที่ 1 แบบจำลองความท้าทายของผู้สูงอายุในการทำธุรกิจออนไลน์

อย่างไรก็ตามผู้สูงอายุที่ต้องการทำธุรกิจออนไลน์ก็มีมุมมองและข้อจำกัดที่ต่างกันไป จึงเป็นความท้าทายของแต่ละบุคคล จากภาพที่ 1 แสดงให้เห็นความท้าทายของผู้สูงอายุในการทำธุรกิจออนไลน์ ดังนี้

1. มิติ: ผู้สูงอายุ เป็นความท้าทายตั้งต้นที่มีความสำคัญมาก

1.1 ทางกาย: การเริ่มต้นการทำธุรกิจจากจุดที่มีองค์ความรู้ มีทักษะ มีความชำนาญส่วนตัวเป็นทุนเดิมจะทำให้มีความมั่นใจ ตั้งเป้าหมายทั้งทางธุรกิจและระยะเวลาเพื่อให้เห็นเส้นทางที่ชัดเจน เช่น ตั้งใจในระยะสั้นไว้ว่าจะทำธุรกิจออนไลน์ 3 ปี/5 ปี ไม่ว่าจะมีความรู้หรือประสบการณ์ใดก็ตามพร้อมเผชิญและแก้ปัญหาทั้งในส่วนของธุรกิจหรือระบบออนไลน์ เรียนรู้ในการจัดการความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น การแก้ปัญหาในวันใดวันหนึ่งจะเป็นต้นทุนของการเรียนรู้และพัฒนาในวันถัดไป

1.2 ทางใจ: เป็นความท้าทายในการทำธุรกิจออนไลน์ของผู้สูงอายุที่สำคัญ คือ การมีความรักมีความหลงใหลในธุรกิจที่ทำ (Passion) ทำให้มีความตั้งใจ มีพลังใจที่เข้มแข็ง ไม่ยอมแพ้ง่ายๆ อย่างไรก็ตามต้องตั้งอยู่บนฐานของความสุขด้วย

นอกจาก มิติผู้สูงอายุทางกายและทางใจแล้ว การเริ่มต้นต้องรู้จักธุรกิจที่จะทำเป็นอย่างดี เช่น สินค้าทำเอง ซื้อมาขายไป หรือเป็นตัวแทนขาย เพื่อเป็นการพิจารณาในมิติถัดไปให้มีความสอดคล้องกัน

2. มิติ: สื่อออนไลน์ ผู้สูงอายุที่ทำธุรกิจออนไลน์สามารถเลือก Platform ที่มีความคุ้นเคย และ เข้าใจการทำงานของระบบเป็นตัวตั้งต้น เช่น

2.1 Website จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอข้อมูลของสินค้าผ่านทางคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเป็นการประชาสัมพันธ์ในเบื้องต้น หากมีการสร้าง Landing Page เพื่อการโน้มน้าวใจ และการทำโปรโมชั่นด้วยก็จะเป็นเรื่องดี



ภาพที่ 2 ตัวอย่างเว็บไซต์

2.2 Facebook (Fanpage) เป็นหน้าเพจใหม่ อะไรก็ตามที่มีการโพสต์ (Post) เช่น ข่าวสารของสินค้าใหม่ คนเข้ามาที่หน้าเพจก็สามารถเห็นข้อความนั้นได้เลยทันที โดยไม่จำเป็นต้องเพิ่มการเป็นเพื่อนเหมือนกับหน้าเว็บที่ดูได้ทั่วไป อีกทั้งในหน้าเพจสามารถเพิ่มเพื่อน (หรือกลุ่มลูกค้า) ได้ตลอดไม่จำกัด กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้ามาเลื่อนดูโพสต์สินค้าทั้งหมดของเพจได้



ภาพที่ 3 ตัวอย่าง Facebook (Fanpage)



ภาพที่ 4 ตัวอย่าง LINE

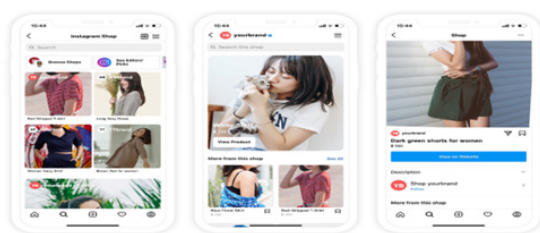
2.3 LINE เป็นแอปพลิเคชันหนึ่งที่สามารถใช้แชตหรือโทรหาผู้อื่นได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ สามารถพูดคุยกันโดยการเปิดกล้องได้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเร็วของอินเทอร์เน็ตด้วย การทำธุรกิจออนไลน์สามารถเลือก LINE Official Account (LINE OA) ซึ่งคือ บัญชี LINE สำหรับธุรกิจ สามารถส่งข้อความ แชต รูปภาพ วิดีโอต่างๆ พูดคุยกับผู้ติดตามได้เหมือนกับ LINE ทั่วไป แต่ความพิเศษ คือ มีฟีเจอร์ต่าง ๆ สามารถบอर्डแคสต์ข่าวสาร บริการ สินค้า หรือโปรโมชั่น ให้กับคนที่ติดตามทั้งหมดได้ในครั้งเดียว ช่วยยกระดับภาพลักษณ์ของแบรนด์แต่ค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงในการสมัคร สำหรับผู้สูงอายุสามารถเลือกใช้ LINE@ ที่ทำมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการรายย่อยซึ่งมีรายละเอียดที่ต้องศึกษาเช่นเดียวกัน

2.4 YouTube ยูทูบเป็นเว็บไซต์คลังคลิปวิดีโอที่มีจำนวนมากกว่าล้านคลิปจากผู้ใช้งานที่อัปโหลดทั่วโลก ภายใต้

การให้บริการฟรีและมีหลากหลายหมวดให้เลือกชม จึงเป็นที่นิยมของคนทุกเพศทุกวัย นอกจากนี้ยังสนับสนุนให้ผู้ใช้งานสามารถเป็น Creator นักสร้างสรรค์ หรือ “ยูทูบเบอร์ (Youtuber)” เพื่อสร้างช่อง (Channel) อัปโหลดวิดีโอให้ผู้คนได้เข้าชม ติดตามและสร้างรายได้ให้กับผู้สร้างคลิปวิดีโออีกด้วย ผู้สูงอายุสามารถเลือกใช้ยูทูบได้ตามทักษะที่มีเพื่อการทำธุรกิจออนไลน์



ภาพที่ 5 ตัวอย่าง YouTube



ภาพที่ 6 ตัวอย่าง Instagram

2.5 Instagram: IG เป็นโปรแกรมที่จัดทำขึ้นเพื่อเป็นสังคมของคนในโลกออนไลน์ที่ทำให้สามารถรู้จักตัวตนของกันและกันผ่านรูปภาพและข้อความสั้นๆ เรียนรู้กันได้มากขึ้นจากการกดติดตาม (Follow) สามารถใช้เพื่อโปรโมตสินค้าหรือบริการที่มีหน้าร้านอยู่แล้วและ

ไม่มีหน้าร้าน สินค้าราคาถูก/แพงแตกต่างกันออกไป ผู้สูงอายุสามารถเลือกใช้ไอจีเป็นอีกช่องทางในการโปรโมตสินค้า เนื่องจาก Instagram เป็นแอปพลิเคชันที่มีผู้ใช้งานมากมาย ลูกหลานสามารถเห็นรูปสินค้าได้ชัดเจนและหลากหลายมากยิ่งขึ้น มีการตั้ง ไฮไลต์ไอจี เป็นหมวดหมู่ต่าง ๆ เช่น หมวดรีวิว หมวดโปรโมชั่น เป็นต้น

2.6 TikTok ถือเป็นแพลตฟอร์ม Social Media ที่มีจุดเด่น คือ การสร้างและแชร์วิดีโอสั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นคลิปเต้นสั้น ๆ ลิขิงค์เพลง สร้างคอนเทนต์ตลกเฮฮา หรือการทำ Challenge ต่าง ๆ เพื่อการโฆษณา และแชร์กับเพื่อนบนโลกออนไลน์ พร้อมติด #Hashtag ต่าง ๆ เพิ่มความสะดวกในการเข้าถึง ด้วยจุดเด่นที่ใช้



ภาพที่ 7 ตัวอย่าง TikTok

งานง่าย จึงได้รับความนิยมมากขึ้น ผู้สูงอายุสามารถเลือกใช้เพื่อสร้างการรับรู้ (Awareness) การมีส่วนร่วมระหว่างแบรนด์กับผู้บริโภค (Engagement) พร้อมต่อยอดไปถึงการพิจารณาเลือกซื้อ (Consideration) ไปสู่การตัดสินใจซื้อ (Conversion) ได้ และมี Self-Serve Solution หรือ โซลูชันแบบบริการตนเอง เพื่อให้ผู้ลงโฆษณาสามารถบริหารจัดการโฆษณาได้ด้วยตนเองอย่างง่ายดาย

### 3. มิติ: การรับชำระเงิน เป็นเรื่องที่สำคัญและต้องทำความเข้าใจอย่างยิ่ง

การรับชำระเงินสำหรับธุรกิจออนไลน์จะอยู่ในรูปของบัตรเครดิต/เดบิต การโอนเงินผ่านธนาคารหรือการเรียกเก็บปลายทาง ผู้สูงอายุต้องทำความเข้าใจระบบที่เกี่ยวข้องให้ดี อันที่จริงยังมีระบบการรับชำระเงินอีกหลายระบบแต่ในภาพรวมแล้ว 3 รูปแบบนี้เป็นที่นิยมและเพียงพอแล้วสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการทำธุรกิจออนไลน์

### 4. มิติ: ชื่อโฆษณา (ยิงแอด) แตกต่างกันตามแพลตฟอร์ม

แพลตฟอร์มที่แตกต่างกันกระบวนการชื่อโฆษณาจะแตกต่างกันตามบริบท ทั้งความยากง่ายในการชื่อโฆษณาและค่าใช้จ่ายซึ่งถือเป็นต้นทุนของการทำธุรกิจ ต้องเรียนรู้การสร้างโพสต์ คลิปให้น่าสนใจและดึงดูดเพื่อการตัดสินใจซื้อ ในส่วนของเพชบุรีแฟนเพจสามารถโปรโมตเพจหรือโปรโมตโพสต์ได้ อย่างไรก็ตามต้องมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน

### 5. มิติ : สร้าง Content เอง เมื่อไม่ซื้อโฆษณา

ผู้สูงอายุต้องพิจารณาถ้าธุรกิจที่ทำเพียงเพื่อให้ได้ใช้ศักยภาพของตนเอง เพื่อความเพลิดเพลิน เพื่อความสุข ก็ไม่จำเป็นต้องซื้อโฆษณา เรียนรู้ในการสร้างเนื้อหา โพสต์ และโปรโมตเอง สำหรับเพชบุรีแฟนเพจเริ่มจากการตั้งชื่อเพจให้สอดคล้องกับสินค้า บอกปากต่อปาก ประกาศคนใกล้ตัว ใช้ Facebook Group ช่วยโปรโมต โพสต์บ่อย ๆ ให้เพจมีความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา ติด Hashtag บนโพสต์ สิ่งที่สำคัญคือการมีวินัยในการทำอย่างต่อเนื่อง

### 6. มิติ : ความสำเร็จ ระดับที่พึงพอใจ

การทำธุรกิจออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุระดับความสำเร็จตั้งต้นควรเป็น ‘ความสุข’ ที่พ่วงด้วยการมีรายได้ที่เหมาะสมก็จะเป็นเรื่องที่ดี แต่ถ้าสามารถสร้าง ‘เงิน’ ที่เป็นผลจากการทำธุรกิจอย่างจริงจังก็ถือเป็นความสำเร็จที่สะท้อนศักยภาพได้เป็นอย่างดี

## บทสรุป

การทำธุรกิจออนไลน์ของผู้สูงอายุสามารถนำแนวคิดของความเข้าใจในธุรกิจตนเอง Business Model Canvas (Osterwalder) การทำความเข้าใจในมุมมองของลูกค้า การใช้ Social Media ให้ถูกทาง การใช้แพลตฟอร์ม Marketplace ช่วยขาย และการฝึกฝนการสร้างคอนเทนต์คุณภาพ มาปรับใช้เพื่อการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งเรื่องของการทำธุรกิจและบริบทของออนไลน์

อย่างไรก็ตามการทำธุรกิจออนไลน์ใน 6 มิติ จากแบบจำลองความท้าทายของผู้สูงอายุในการทำธุรกิจออนไลน์ (ภาพที่ 1) มีความสำคัญอย่างยิ่ง ด้วยบริบทของผู้สูงอายุที่แตกต่างกัน ปัญหาแตกต่างกัน การใช้แบบจำลองที่เหมาะสมกับแต่ละปัจเจกบุคคลก็จะแตกต่างกันไปด้วย ดังนั้นการเริ่มต้นจากสิ่งที่เป็นปัญหาน้อยที่สุดจะเป็นประโยชน์ที่สุด เช่น การเริ่มจากสินค้าที่รู้จักดีมีความเข้าใจในรายละเอียด การรู้วิธีสร้างคอนเทนต์ที่น่าสนใจ การเข้าใจและใช้แพลตฟอร์มเดียวเพื่อการทำธุรกิจก็สามารถทำได้ไม่จำเป็นต้องใช้หลายแพลตฟอร์มนอกจากจะมีความพร้อม การเรียนรู้และพัฒนาตลอดเวลาจะทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ๆ ซึ่งจะเป็นต้นทุนในการสร้างประสบการณ์ต่อยอดไปอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้การเริ่มต้นด้วย ‘ความสุข’ จะเป็นพลังที่ยิ่งใหญ่ในการทำงานของผู้สูงอายุ

## บรรณานุกรม

### ภาษาอังกฤษ

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler, & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. (pp.19-32). Beverly Hills: Sage.

World Health Organization. (2002). *The world health report 2002: Reducing risks, promoting healthy life*. Amazon.com

### ระบบออนไลน์

BurinOnline.com. (2022). 5 ประเภทของธุรกิจออนไลน์ ความรู้เบื้องต้น. เข้าถึงได้จาก <http://burinonline.com/net/>

Kidron E. & Yang V. (2021). *How to close the digital gap for the elderly*. เข้าถึงได้จาก <https://www.weforum.org/agenda/2021/01/too-old-is-simply-a-myth-tech-companies-narrow-the-digital-gap-for-the-elderly/>.

Marketingoops.com. (2018). เปิด “ตลาดผู้สูงวัย” มาดูผลการทำการตลาดจาก CMMU กันว่าการทำการตลาดกับสื่อไหนถึงจะโดนใจคนวัยนี้. เข้าถึงได้จาก <https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/silver-age-marketing-cmmu/>

- 
- MyShop Team. (2021). *แนะนำ 5 แนวคิดธุรกิจออนไลน์ ทำได้ง่ายๆ แม้เพิ่งเริ่มต้นทำธุรกิจ!*. เข้าถึงได้จาก <https://lineshoppingseller.com/best-selling-technique/myshop-324>
- Pajaree Kanmaneeelert. (2022). *3 ประเภทการขายออนไลน์ที่ควรรู้ก่อนทำธุรกิจออนไลน์ในปี 2021*. เข้าถึงได้จาก <https://ourpoint.co/posts/blogs/online-sale-category>
- Skillington, B. (2022). *Elderly populations: Global trends in the healthy aging market*. เข้าถึงได้จาก <https://www.news-medical.net/news/20220816/Elderly-populations-Global-trends-in-the-healthy-aging-market.aspx> Accessed 13 December 2022.
-