



รายงานการวิจัย

เรื่อง

การวิเคราะห์และพัฒนาต้นแบบกระดานสนทนาเกี่ยวกับสุขภาพ  
สำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว

กมลชนก เศรษฐบุตร์

งานวิจัยได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณรายได้  
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๒  
มหาวิทยาลัยบูรพา

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องการวิเคราะห์และพัฒนาต้นแบบกระดานสนทนาเกี่ยวกับสุขภาพเพื่อผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว มีวัตถุประสงค์ที่จะสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ที่ยังไม่มีมากนักในกลุ่มเป้าหมายของผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัว งานวิจัยชิ้นนี้จะสำเร็จลงไม่ได้ถ้าขาดความช่วยเหลือจากอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ซึ่งให้เกียรติตรวจทานเนื้อหา และรูปแบบการทำวิจัยขอบคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน ขอขอบคุณสมาชิกในครอบครัวที่คอยให้กำลังใจสนับสนุนผู้วิจัยในด้านต่างๆเสมอมา ทำนองนี้ผู้วิจัยหวังว่า ผู้อ่านจะได้รับประโยชน์จากข้อมูล และนำไปพัฒนาองค์ความรู้ด้านการโฆษณาและการสื่อสารการตลาดต่อไปในอนาคต หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับแต่เพียงผู้เดียว

กมลชนก เศรษฐบุตร์

## สารบัญ

### หน้า

สารบัญ.....	
สารบัญภาพ/ตาราง/ภาพประกอบ.....	
<b>บทที่ 1</b> ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหานำการวิจัย.....	4
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา.....	6
<b>บทที่ 2</b> แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยข้อ.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับสังคมผู้สูงอายุ.....	7
โมเดลคุณภาพของสารสนเทศ.....	11
การสื่อสารออนไลน์และสื่อออนไลน์.....	12
แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารกับสื่อใหม่.....	15
แนวคิดเรื่อง Generation X และ Y กับพฤติกรรมการรับข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ.....	21
ทฤษฎีการเดินทางของผู้บริโภค.....	24
แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อสุขภาพ.....	33
วรรณกรรม/สารสนเทศที่เกี่ยวข้อง.....	35
<b>บทที่ 3</b> วิธีการดำเนินการวิจัย.....	38
<b>บทที่ 4</b> ผลการวิจัย.....	51
<b>บทที่ 5</b> สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	82
บรรณานุกรม.....	102
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก.....	110
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์การสนทนากลุ่ม.....	111
ภาคผนวกค หัวข้อเนื้อหา และแบบจำลองกระดานสนทนา.....	112

## สารบัญภาพ / ตาราง

แผนภาพที่	หน้า
1 ภาพแสดงกรอบแนวคิดในการศึกษา	6
2 ภาพแสดงโมเดลคุณภาพของสารสนเทศ	11
3 ภาพแสดงขั้นตอนการซื้อของผู้บริโภค	31
4 ภาพแสดงการสอดแทรกเครื่องมือออนไลน์เข้าไปในการเดินทางของผู้บริโภค	32
5 ภาพแสดงการเดินทางของผู้บริโภคในปัจจุบัน	32
6 ภาพแสดงขั้นตอนการวิจัย	38
<b>ตารางที่</b>	
1 การใช้สื่อที่แตกต่างและผลกระทบในขั้นตอนที่ต่างกันของเส้นทางของผู้บริโภค	26
2 การใช้ยุทธวิธีดิจิทัล	27
3 ส่วนประกอบของข้อมูล	40
4 ข้อมูลส่วนบุคคลจากการสัมภาษณ์เจาะลึก	42
5 สรุปขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	50
6 สรุปผลลัพธ์ข้อมูลจากการวิเคราะห์เนื้อหา	65
7 การวิเคราะห์เชื่อมโยงกระดานสนทนาเกี่ยวกับสุขภาพที่ประสบความสำเร็จ	67
8 ผลจากการสัมภาษณ์เจาะลึก	70
9 ประเด็นจากการสัมภาษณ์เจาะลึก	75
10 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลกลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะ	77
11 ผลการวิจัยต้นแบบกระดานสนทนาการสัมภาษณ์กลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะ	78
12 ผลลัพธ์จากการวิเคราะห์เนื้อหาในรูปแบบกระดานสนทนาที่ประสบความสำเร็จ	83
13 ข้อมูลส่วนบุคคลจากการสัมภาษณ์เจาะลึก	85
14 ประเด็นจากการสัมภาษณ์เจาะลึก	87
15 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลในสัมภาษณ์กลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะ	89
16 ผลการวิจัยต้นแบบกระดานสนทนาการสัมภาษณ์กลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะ	90
<b>ภาพประกอบที่</b>	
1 การออกแบบของ Pantip.com	52
2 การออกแบบของ Pantip.com	52
3 การออกแบบของ Pantip.com	53
4 การนำไปใช้ของ Pantip.com	55
5 การออกแบบของ Dek-D.com	56
6 การนำไปใช้ของ Dek-D.com	57

7	การออกแบบของ Sanook.com	58
8	การนำไปใช้ของ Sanook.com	59
9	การออกแบบของ Kapook.com	60
10	การรักษาความลับของ Kapook.com	62
11	การรักษาความลับของ Kapook.com	62
12	การออกแบบของ Mthai.com	63
13	การนำไปใช้ของ Mthai.com	64
14	การรักษาความลับของ Mthai.com	64
15	แบบจำลองที่ใช้ภาพถ่าย กราฟฟิกและอาร์ต	76
16	ต้นแบบกระดานสนทนาสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว	94

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน 2554 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) ได้ให้ความหมายของ “วัยชรา” ว่าเป็น “วัยที่ต่อจากวัยกลางคน อายุเกิน 60 ปี” ส่วนพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2556 มาตรา 3 (กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2548) ได้ระบุไว้ว่า “ในพระราชบัญญัตินี้ “ผู้สูงอายุ” หมายความว่าบุคคลซึ่งมีอายุเกินหกสิบปีบริบูรณ์ขึ้นไปและมีสัญชาติไทย” และในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 (คณะกรรมการร่างรัฐธรรมนูญ, 2557) ได้ระบุในมาตรา 53 ว่า “บุคคลซึ่งมีอายุเกินหกสิบปีบริบูรณ์และไม่มีรายได้เพียงพอแก่การยังชีพมีสิทธิได้รับสวัสดิการ สิ่งอำนวยความสะดวกอันเป็นสาธารณะอย่างสมศักดิ์ศรีและความช่วยเหลือที่เหมาะสมจากรัฐ” แสดงนัยว่าในรัฐธรรมนูญฉบับนี้ผู้สูงอายุคือผู้ที่มีอายุ 60 ปีบริบูรณ์แล้วเช่นกันในการศึกษานิยามของผู้สูงอายุของศรีรินทร์เกรย์และคณะ (2556, หน้า 8) พบว่า ผู้สูงอายุพิจารณาจากเกณฑ์อายุตามปีปฏิทิน ดูจากลักษณะภายนอก การมีสุขภาพและความจำไม่ดี ความสามารถในการทำงานลดลงหรือไม่สามารถทำงานได้แล้ว พฤติกรรมอารมณ์และการสูญเสียสถานภาพ และบทบาทจากสังคมที่เคยเป็น ดังนั้น กล่าวโดยสรุป ผู้สูงอายุจึงหมายถึงบุคคลที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปหรือเป็นผู้ที่มีการเปลี่ยนแปลงในด้านร่างกาย อารมณ์ พฤติกรรมสุขภาพ ความสามารถ การทำงาน และเศรษฐกิจในทางที่เสื่อมถอยหรือลดลง

สังคมไทยได้ก้าวเข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) มาตั้งแต่ปี 2548 แม้ว่าประชากรโดยรวมจะลดลงแต่กลับมีประชากรสูงอายุมากขึ้นและมีอายุยืนยาวมากขึ้นด้วย ในระหว่างปี พ.ศ. 2553 – พ.ศ. 2583 สัดส่วนของประชากรวัยเด็กและวัยแรงงานมีแนวโน้มลดลง ในขณะที่สัดส่วนของประชากรสูงอายุมิแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากร้อยละ 13.2 ในปี พ.ศ. 2553 เป็นร้อยละ 32.1 ในปี พ.ศ. 2583 โดยในปี พ.ศ. 2564 ประเทศไทยจะเป็นสังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์และจะเป็นประเทศลำดับที่สามที่มีผู้สูงอายุมากที่สุดในภูมิภาครองจากญี่ปุ่นและสิงคโปร์ (มูลนิธิพัฒนางานผู้สูงอายุ, 2558) ซึ่งหากจำนวนผู้สูงอายุมิแนวโน้มเพิ่มขึ้นไปเรื่อยๆ ก็จะมีผลต่อการดูแลผู้สูงอายุในระยะยาวกลายเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ที่ต้องได้รับการดูแลมากขึ้นและมีการเปลี่ยนแปลงของสุขภาวะทุกด้านโดยเฉพาะในด้านร่างกายที่เปลี่ยนไปในทางเสื่อมลง ทำให้ความสามารถในการดำเนินชีวิตประจำวันลดลงเสี่ยงต่อการเกิดโรคเรื้อรัง (จิราพร ทองดี, ดาราวรรณ ร่องเมือง และฉันทนา นาคฉัตรีย์, 2555) และสภาวะการณีนี้อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้สูงอายุอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ในแง่ของพฤติกรรมผลการวิเคราะห์ของธนาคารไทยพาณิชย์ (EIC Analysis, 2558) พบว่าผู้สูงอายุไทยมี

พฤติกรรมที่ใส่ใจดูแลสุขภาพมากขึ้น ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันและยอมรับเทคโนโลยีใหม่ๆ มากกว่าในอดีต นอกจากนี้ยังเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อ มีความรู้สูงขึ้น ดูแลตัวเองมากขึ้นและใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น (สมวลี ลิมปรัชตามร, 2558)

อย่างไรก็ตามเมื่อถึงจุดที่ร่างกายเริ่มเสื่อมถอยลงไปเรื่อยๆ ผู้สูงอายุจำเป็นต้องเข้าสู่ภาวะพึ่งพิงผู้อื่น ในสังคมไทยครอบครัวคือสถาบันหลักในการดูแล โดยสมาชิกในครอบครัวเป็นเครือข่ายการดูแลที่สำคัญของผู้สูงอายุ การส่งเสริมพฤติกรรมดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของครอบครัวจะช่วยในเรื่องภาวะสุขภาพของผู้สูงอายุ (พิมพิสุทธิ์ บัวแก้ว และรติพร ถึงฝั่ง, 2559) การให้ครอบครัวมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสัมพันธภาพในครอบครัวของผู้สูงอายุ จะช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ (ชุตติเดช เจียนดอน, นวรัตน์ สุวรรณพงษ์, ฉวีวรรณ บุญสุยา และนพพร โทวธีระกุล, 2554) ซึ่ง 90% ของผู้ดูแลมีอายุระหว่าง 30-50 ปี อยู่ในสถานะที่เป็นบทบาทเชิงซ้อน คือ ต้องดูแลทั้งบุตรและบุพการีพร้อมๆ กัน (ศศิพัฒน์ ยอดเพชร, 2551) ทำให้เป็นภาระที่ค่อนข้างหนัก ควรมีการจัดกิจกรรมการช่วยเหลือ หรือการจัดอบรมต่างๆ ให้กับผู้ดูแลผู้สูงอายุ (ปกรณ ใยมณีและอรัญญา ต้อยคำภีร์, 2560) ภาครัฐและเอกชนหลายแห่งมีการจัดอบรมผู้ดูแลผู้สูงอายุพร้อมจัดทำคู่มือเพื่อเป็นแนวทางขึ้นมาด้วยเนื้อหาที่ครอบคลุมรอบด้าน แต่การรับสมัครผู้เข้าอบรมที่จำกัดจำนวน อีกทั้งบางแห่งยังมีค่าใช้จ่ายในการเข้าอบรมสูง รวมไปถึงผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวส่วนใหญ่ที่ไม่สามารถแบ่งเวลาไปเข้าร่วมได้ ทำให้ผู้ดูแลขาดที่พึ่งในด้านองค์ความรู้ที่ชัดเจนและเข้าถึงง่าย ผู้ดูแลส่วนใหญ่ขาดความรู้เกี่ยวกับโรคต่างๆ ของผู้สูงอายุ และขาดความรู้เกี่ยวกับแนวทางการดูแล (ศศิพัฒน์ ยอดเพชร, 2551) จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างช่องทางการสื่อสารไปยังคนกลุ่มนี้ให้เหมาะสมยิ่งขึ้น ซึ่งปัจจุบันช่องทางอินเทอร์เน็ตเป็นวิธีการสำคัญลำดับต้นๆ ของการติดต่อสื่อสารที่สามารถแลกเปลี่ยนข่าวสารได้รวดเร็ว ง่ายตาย

Hootsuite และ Wearesocial (2018) แสดงสถิติการใช้งานดิจิทัลของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในเดือนมกราคม 2561 พบว่าประชากรไทย 69.11 ล้านคน เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 57 ล้านคน ซึ่งเพิ่มขึ้นใน 1 ปี ถึง 24% โดย 90% ของประชากรไทยใช้อินเทอร์เน็ตทุกวัน โดยประชากรอายุ 37-52 ปีใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 5 ชั่วโมง ซึ่ง 68% มองว่าเทคโนโลยีนำเสนอโอกาสมากกว่าเป็นภัย เว็บไซต์ยอดนิยมของคนไทย จัดอันดับโดย Similarweb คือ Google.co.th, Facebook.com, Google.com, Youtube.com และ Pantip.com ตามลำดับ กิจกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำแต่ละสัปดาห์ คือ ใช้ค้นหาบน Search Engine โซเชียลเน็ตเวิร์ค เล่นเกม ดูวิดีโอ และใช้มองหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ (MarketingOps!, 2561) เห็นได้ว่าอินเทอร์เน็ตกลายเป็นวิธีการที่ได้รับความนิยมสูงสุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกระดานสนทนา (Webboard) ที่เป็นโปรแกรมซึ่งทำหน้าที่แจ้งข่าวสาร ข้อมูล และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน โดยใช้รูปแบบการแสดงผล HTML ที่นิยมใช้ใน World Wide Web กระดานสนทนาจะอนุญาตให้ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ และผู้พัฒนาเว็บไซต์สามารถตั้งหัวข้อกระทู้ เพื่อประกาศข่าวสาร แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้โดยสามารถแยกหัวข้อต่างๆ ออกเป็นกระทู้ มีความโต้ตอบกันในการสนทนา ในหัวข้อเดียวกันได้ (กรมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกลาโหม, 2556) ช่องทางการสื่อสารผ่านกระดานสนทนาจึงเป็นช่องทางที่น่าสนใจในการใช้เป็นเครื่องมือด้านข้อมูลการ

ดูแลผู้สูงอายุสำหรับผู้ที่ทำหน้าที่ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว แต่การที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นจำเป็นต้องทำอย่างอื่นที่ผู้ควบคุมกระดานสนทนาจะต้องสร้างเนื้อหาขึ้นมาเองก่อน โดยทำให้เนื้อหานั้นน่าสนใจเพื่อให้เกิดการกระจายออกไปให้มากที่สุด โดยเริ่มจากการทำความเข้าใจกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายให้ลึกที่สุด จากนั้นระดมความคิดจากหลายๆฝ่าย สร้างหัวข้อที่กระตุ้นให้เกิดความน่าสนใจ วางแผนการปล่อยเนื้อหาว่าจะปล่อยอย่างไร เวลาไหน ด้วยความถี่เท่าใด เรียบเรียงเนื้อหาให้ตรงตามวัตถุประสงค์แล้วจึงเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เนื้อหาเหล่านั้นออกไป และควบคุมการโต้ตอบเนื้อหาสารเหล่านั้น (MarketingOps, 2561)

งานวิจัยที่ผ่านมาเน้นการศึกษาไปยังผู้สูงอายุโดยตรงทั้งในด้านคุณภาพชีวิต (นริสา วงศ์พนารักษ์และสายสมร เฉลยกิตติ, 2557) แนวทางการส่งเสริมคุณภาพชีวิต (ชุตติเดชเจียนดอนและคณะ, 2554) การวิเคราะห์คุณภาพชีวิต (ชญากุล อิมแล่ม, 2557) การดูแลสุขภาพและภาวะสุขภาพของผู้สูงอายุ (พิมพ์สุทธิบัวแก้ว และรติพร ถึงฝั่ง, 2559) เป็นต้น ในแง่ของการสื่อสารมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้สื่อสังคมของผู้สูงอายุ (ชานนท์ศิริธรและดวงกมลชาติประเสริฐ, 2562) พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลสุขภาพของผู้สูงอายุ (วรรณรัตน์ รัตนวรงค์, 2558) อีกทั้งมีการศึกษาสื่อเว็บไซต์สำหรับผู้สูงอายุในด้านต่างๆ เช่น การพัฒนาเว็บไซต์ศูนย์ความรู้สำหรับผู้สูงอายุ (วรางคณา จันทรวง, 2554) เว็บไซต์เพื่อการจัดการงานของผู้สูงอายุ (จิราลีนีย์ บรรพโคตร, 2556) เว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ (ปิติสัณห์ อินทพิชัยและทิพยา จินตโกวิท, 2561) รวมไปถึงศึกษาการประเมินคุณภาพของสารสนเทศบนเว็บไซต์ผู้สูงอายุ (นนทชัย ทรัพย์ทวีพงศ์ 2554) แต่การศึกษาที่เกี่ยวกับผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวนั้นมีน้อยมาก เป็นการศึกษาที่ทำไว้ในอดีตและมักเป็นในด้านจิตวิทยา เช่น ด้านความเครียดในบทบาท ความรู้สึกซาบซึ้งขอบคุณ ความหมายในชีวิต และความสุขในบริบทพุทธธรรม (ปกรณ์ โยมนิและอรุณญา ตัญคำภีร์, 2560) โดยในระยะเวลาที่ผ่านมาไม่พบการศึกษาในด้านสื่อ การสื่อสารหรือเนื้อหาสารสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวเลย การวิเคราะห์และพัฒนาต้นแบบกระดานสนทนาเกี่ยวกับสุขภาพเพื่อผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวจึงน่าจะช่วยให้ช่วยแก้ปัญหาผู้ดูแลผู้สูงอายุในสังคมไทย ด้วยความเหมาะสมของการเลือกช่องทางการสื่อสารผ่านกระดานสนทนา รวมถึงความหลากหลายของเนื้อหาที่สร้างขึ้นเพื่อผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวอันเป็นประโยชน์ ความเข้าใจง่าย บวกกับความสวยงาม ความคิดสร้างสรรค์ ความโดดเด่นและเทคนิคการกระตุ้นที่ชวนให้ติดตามอย่างต่อเนื่อง จะทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความประทับใจจดจำและช่วยเผยแพร่แบ่งปันต่อกันไปในกลุ่มชุมชนออนไลน์ของตนจนสามารถเป็นต้นแบบในด้านพื้นที่แลกเปลี่ยนข้อมูลการดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวและสามารถนำไปปรับใช้กับสถานการณ์จริงได้เป็นอย่างดี

## ปัญหานำวิจัย

1. รูปแบบกระดานสนทนาเกี่ยวกับสุขภาพที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างไร
2. ต้นแบบกระดานสนทนาเพื่อผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวจะออกแบบและพัฒนาได้อย่างไร
3. ผลการประเมินต้นแบบกระดานสนทนาเพื่อผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวที่ออกแบบและพัฒนาขึ้นมาเป็นอย่างไร

## วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบกระดานสนทนาเกี่ยวกับสุขภาพที่ประสบความสำเร็จ
2. เพื่อออกแบบและพัฒนาต้นแบบกระดานสนทนาเพื่อผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว
3. เพื่อประเมินต้นแบบกระดานสนทนาเพื่อผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว

## ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านระเบียบวิธีวิจัย ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) กับผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้คำตอบในรายละเอียดที่สามารถอธิบายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้อย่างครอบคลุมดังนี้
  - การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)
  - การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (In-dept Interview)
  - การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยกลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะ (Focus Group)
2. ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง
  - ในการวิเคราะห์เนื้อหา ใช้การวิเคราะห์จากกระดานสนทนา Pantip(ดีโอล์ดสยาม), Dek-D (สุขภาพ), Sanook(สุขภาพ), Siamzaบอร์ด (สุขภาพ), และ MThaiTalk(สุขภาพ) เนื่องจากเป็นกระดานสนทนาที่ได้รับการจัดอันดับว่ามีผู้เข้าชมและมีส่วนร่วมมากที่สุด (บริษัท ศูนย์วิจัยนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตไทย, 2562) มีการดำเนินการมากกว่า 10 ปี มีผู้สนับสนุน (Sponsor) ทั้งทางตรง (ป้ายโฆษณา banner) และทางอ้อม (โฆษณาแฝง) และมีห้องสนทนาที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ
  - ในการสัมภาษณ์ทำการเก็บข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้องจำนวน 13 คนประกอบไปด้วยผู้บริหารบริษัทเว็บไซต์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเนื้อหาและสร้างชุมชนในกระดานสนทนา ผู้เชี่ยวชาญด้านการดูแลผู้สูงอายุผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวที่เป็นเครือญาติกัน แพทย์ด้านเวชศาสตร์ฟื้นฟู นักจิตวิทยา และนักนิเทศศาสตร์
  - ในกลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะ สัมภาษณ์ผู้ดูแลผู้สูงวัยในครอบครัวที่เป็นเครือญาติกันจำนวน 48 คน ที่มีอายุ 34 ปีขึ้นไป เนื่องจากผู้ที่อายุ 60 ปีขึ้นไป (เกิดในปี 2502) เฉลี่ยแต่งงานเมื่ออายุ 25.9 ปี (ภัสสร ลิมานนท์, 2529) ดังนั้นผู้ดูแลผู้สูงวัยที่เป็นลูกหลานจะมีอายุ 34 – 50 ปีเนื่องจากอายุเฉลี่ยของคนไทย คือ 76 ปี (มหาวิทยาลัยมหิดล, 2561) โดยต้องเป็นผู้ที่ใช้งานในอินเทอร์เน็ตอย่างสม่ำเสมอ
3. ขอบเขตด้านสถานที่ในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลเฉพาะในกรุงเทพมหานครเนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีผู้สูงอายุอาศัยอยู่มากที่สุดในทุกปีที่ผ่านมาและในข้อมูลล่าสุด (พ.ศ. 2560) มีจำนวน 978,455 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561)

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาตั้งแต่เดือนมีนาคมพ.ศ. 2562 จนถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563

### นิยามศัพท์

**เว็บไซต์** หมายถึงตำแหน่ง หรือที่อยู่ในระบบอินเทอร์เน็ตของบริษัท องค์กร บุคคล เป็นต้น ซึ่งมีเอกสารและข้อมูลต่าง ๆ แสดงเอาไว้

**กระดานสนทนา** หมายถึงพื้นที่ในเว็บไซต์ที่อนุญาตให้ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ และผู้พัฒนาเว็บไซต์ สามารถตั้งหัวข้อกระทู้ เพื่อประกาศข่าวสาร แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้โดยสามารถแยกหัวข้อต่างๆ ออกเป็นกระทู้ มีความโต้ตอบกันในการสนทนา ในหัวข้อเดียวกันได้

**ผู้ดูแล** หมายถึงผู้อยู่อาศัยในครอบครัวที่เป็นเครือญาติกันที่มีหน้าที่ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัว

**ผู้สูงอายุไทย** หมายถึงบุคคลที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปหรือเป็นผู้ที่มีการเปลี่ยนแปลงในด้านร่างกาย อารมณ์ พฤติกรรมสุขภาพ ความสามารถ การทำงาน และเศรษฐกิจในทางที่เสื่อมถอยหรือลดลง

**การแสวงหาข้อมูล** หมายถึงสมรรถนะของบุคคลในการแสวงหา รู้จักใช้กระบวนการ และเข้าใจองค์ประกอบของสารสนเทศและบริการสารสนเทศด้านสุขภาพเพื่อการตัดสินใจแก้ปัญหาสุขภาพได้อย่างเหมาะสม

**คุณภาพของข้อมูลต้นแบบกระดานสนทนา** หมายถึง ความสวยงาม/ความเข้าถึงได้ง่าย/ความพร้อมใช้งาน (ด้านการออกแบบ)ความน่าเชื่อถือ/ความเสถียร (ด้านเนื้อหา)ประสิทธิภาพ (ด้านเทคนิคและปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้)ความสมบูรณ์/ความถูกต้อง (ด้านประโยชน์และการนำไปใช้)และความมั่นคง/การรักษาความลับ

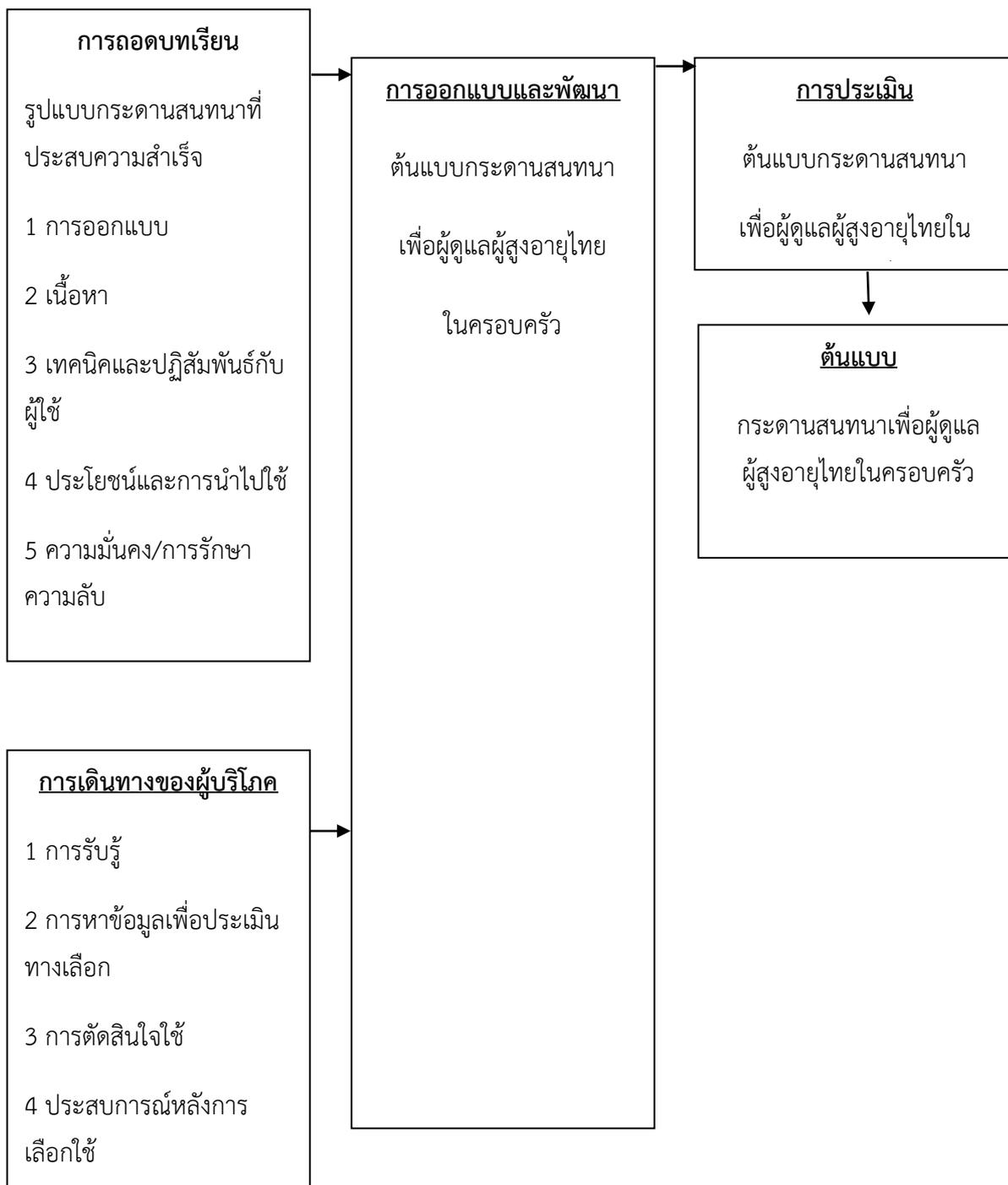
**การเดินทางของกลุ่มเป้าหมาย**หมายถึง การรับรู้การหาข้อมูลเพื่อประเมินทางเลือกการตัดสินใจใช้และประสบการณ์หลังการเลือกใช้ของกลุ่มเป้าหมาย

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้เข้าใจรูปแบบการใช้กระดานสนทนาปัญหา อุปสรรค เพื่อให้ได้แนวทางการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุที่มีประสิทธิภาพที่หลากหลายมากขึ้น
2. ทำให้ผู้ดูแลผู้สูงอายุเกิดความรู้ความเข้าใจ สามารถใช้ข้อมูลจากกระดานสนทนาเพื่อการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุในครอบครัวได้ดียิ่งขึ้น
3. การที่ผู้ดูแลผู้สูงอายุได้รับความรู้จากกระดานสนทนาแล้วนำไปปรับใช้ ทำให้ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลของผู้สูงอายุได้
4. เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายด้านรูปแบบและเนื้อหาของผู้ดูแลกระดานสนทนาด้านสุขภาพ

## กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาดังนี้



แผนภาพที่ 1: กรอบแนวคิดในการศึกษา

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์และพัฒนาต้นแบบกระดานสนทนาเกี่ยวกับสุขภาพเพื่อผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวม แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิด และแนวทางในการศึกษาดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับสังคมผู้สูงอายุ (Aging Society)
2. โมเดลคุณภาพของสารสนเทศ (Electronic Information Quality Model)
3. การสื่อสารออนไลน์และสื่อออนไลน์(Online Media)กระดานสนทนา (Webboard)
4. แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารกับสื่อใหม่ (Communication in New Media)
5. แนวคิดเรื่อง Generation X และ Y กับพฤติกรรมการรับข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ
6. ทฤษฎีการเดินทางของผู้บริโภค (Consumer Journey Map)
7. แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อสุขภาพ

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับสังคมผู้สูงอายุ (Aging Society)

องค์การอนามัยโลก (World Health Organization) คาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2593 (ค.ศ. 2050) จำนวนประชากรของผู้สูงอายุทั่วโลกที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป จะเพิ่มสัดส่วนเป็นเท่าตัว จาก 605 ล้านคน หรือ ร้อยละ 11 ของ จำนวนประชากรโลกทั้งหมด เป็น 2 พันล้านคน หรือ ร้อยละ 22 กล่าวโดยสรุปคือ 1 ใน 5 ของประชากรโลกจะมีอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไปนั้นหมายความว่า สังคมโลกกำลังจะกลายเป็นสังคมแห่งผู้สูงอายุ ทั้งนี้ กระบวนการเกิดสังคมผู้สูงอายุในแต่ละประเทศจะเกิดขึ้นในช่วงเวลาแตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยสภาพแวดล้อม อาทิ ความเจริญมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และการแพทย์ การสุขาภิบาล การโภชนาอาหาร การศึกษา เป็นต้น ซึ่งล้วนส่งผลต่อสุขภาพและการมีอายุยืนยาวของประชาชนทั้งสิ้น เมื่อมนุษย์สามารถดำรงชีวิตได้ยืนยาวขึ้นสะท้อนถึงภาพความสำเร็จของมวลมนุษยชาติที่สามารถพัฒนาวิทยาการด้านการแพทย์ การรักษาโรค และการดูแลสุขภาพ ส่งผลให้อัตราการบาดเจ็บและเสียชีวิตลดลงอย่างเห็นได้ชัด อีกทั้งยังถือเป็นความท้าทายใหม่สำหรับศตวรรษที่ 21 ในคราวเดียวกัน ดังที่นายบันคิมูน เลขาธิการ สหประชาชาติ ได้ระบุว่า "นัยทางสังคมและเศรษฐกิจของปรากฏการณ์นี้ลึกซึ้ง กว้างไกล เกินขอบเขตของผู้สูงอายุคนหนึ่งและครอบครัวที่ใกล้ชิด ส่งผลต่อสังคมวงกว้างและประชาคมโลกแบบที่ไม่เคยมีมาก่อน" ด้วยตระหนักถึงความสำคัญของภาวะการณดังกล่าว องค์การสหประชาชาติจึงถือเป็นประเด็นสำคัญที่ไม่

ควรเพิกเฉย และแต่ละประเทศจะต้องเตรียมความพร้อมและมีแผนรองรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในทุกประเทศทั่วโลกอย่างจริงจัง (UNFPA and HelpAge International, 2012 )

### ความแตกต่างของสังคมผู้สูงอายุ

สำหรับประเทศไทย พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 กำหนดให้บุคคลที่มีอายุ 60 ปีบริบูรณ์และมีสัญชาติไทยเป็นผู้สูงอายุหรือที่เรียกกันว่า “ผู้สูงอายุ” (สำนักส่งเสริมและพิทักษ์ผู้สูงอายุ, 2555) โดยแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ผู้สูงอายุวัยต้น (อายุ 60–69 ปี) เป็นช่วงวัยที่ยังช่วยเหลือตัวเองได้
2. ผู้สูงอายุวัยกลาง (อายุ 70–79 ปี) เป็นช่วงวัยที่เริ่มมีอาการเจ็บป่วย ร่างกายเริ่มอ่อนแอ มีโรคประจำตัวหรือโรคเรื้อรัง
3. ผู้สูงอายุวัยปลาย (อายุ 80 ปีขึ้นไป) เป็นช่วงวัยที่เจ็บป่วยบ่อยขึ้น อวัยวะเสื่อมสภาพ อาจมีภาวะทุพพลภาพ

ในปัจจุบันการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุทำให้ตลาดโลกต้องเผชิญหน้ากับความท้าทายครั้งใหญ่ นั่นคือความแตกต่างระหว่างวัยของผู้บริโภค โดยสรุปปัจจัยสำคัญได้ดังนี้ (Euromonitor International, 2011)

1. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร (Demographic Factor) ปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรคือ อัตราการเสียชีวิตและบาดเจ็บลดลง อัตราการเกิดต่ำลง สวนทางกับจำนวนประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นและมีอายุยืนยาว ด้วยความก้าวหน้าในทุกๆ ด้าน ตั้งแต่เทคโนโลยี การผ่าตัด ยารักษาโรค การเข้าถึงบริการด้านสาธารณสุข สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิต และโภชนาการอาหารที่ดี คนยุคใหม่จึงมีสุขภาพแข็งแรงและอายุยืนยาวมากกว่าในอดีต ขณะเดียวกันการศึกษาได้เข้ามามีบทบาทต่อการวางแผนครอบครัวในอนาคต ผู้หญิงมีแนวโน้มแต่งงานและมีครอบครัวช้าลง หรือกระทั่งเลือกใช้ชีวิตตามลำพังมากขึ้น อัตราการเกิดจึงลดน้อยลงตามไปด้วย ขณะที่ผู้สูงอายุหลายคนเลือกทำงานต่อแทนการเกษียณ

2. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor) เช่น ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทำให้วัยรุ่นอยู่บ้านกับครอบครัวมากกว่าแยกตัวออกไปอยู่ตามลำพัง แต่งานและมีลูกน้อยลง

3. การปรับเปลี่ยนมุมมองของผู้บริโภค (Shifts in Consumers) เช่น เทรนด์การดูแลสุขภาพทำให้ผู้บริโภคตระหนักถึงอาหารการกินที่ปลอดภัย มีประโยชน์ต่อสุขภาพ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์/บริการเกี่ยวกับความงามอย่างพิถีพิถัน

4. อิทธิพลของสื่อ (Media Influence) การปรากฏตัวของนางแบบ/นายแบบสูงวัยตั้งแต่บนรันเวย์ ไปจนถึงป้ายบิลบอร์ดโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมความงาม เรียกเสียงฮือฮาจากผู้ชมได้แทบจะทันที บุคคลเหล่านี้

กลายเป็นไอคอนหน้าใหม่ของวงการแฟชั่น สะท้อนถึงภาพลักษณ์ใหม่ของผู้สูงอายุที่เต็มไปด้วยความกระตือรือร้น (Active) มั่นใจ และจิตวิญญาณแห่งความเยาว์วัยที่ไม่สูญหายไปตามกาลเวลา

5. ปัจจัยที่มีอุปทานเป็นตัวชี้หน้า (Supply-led factors) เช่น มีตัวเลือกทางด้านสุขภาพมากขึ้นในตลาด เช่น ยา รักษาโรค อาหาร และการดูแลสุขภาพ

6. ความก้าวหน้าทางการแพทย์ เมื่อเทคโนโลยีมอบความหวังใหม่ในการบำบัดรักษาโรคและช่วยเหลือผู้ป่วยจากการบาดเจ็บและเสียชีวิต การมีสุขภาพแข็งแรงทั้งกายและใจ จึงเป็นสิ่งที่ทุกคนปรารถนาไม่เว้นแม้แต่ผู้สูงอายุ เราจึงจะเห็นได้ว่าในปัจจุบันมีผู้สูงอายุที่อยู่ในภาวะ "Active Aging" มากกว่าแต่ก่อน ขณะเดียวกันการผลิตสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับความงามก็ไม่ใช่ว่าเรื่องยากอีกต่อไปเวชศาสตร์ชะลอวัยได้รับความนิยมเพราะมีประสิทธิภาพมากขึ้นและสนนราคาถูกลง

7. เทคโนโลยีการสื่อสาร เช่น อินเทอร์เน็ตได้เปิดโลกแห่งการเข้าถึงแหล่งข้อมูลมหาศาล นำมาซึ่งโอกาสทางธุรกิจ การสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ และสลายพรมแดนแห่งความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมกับช่วงวัยเข้าด้วยกัน

การก้าวเข้าสู่การเป็นผู้สูงอายุทำให้บุคคลเกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ของชีวิต เช่น ความเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายที่จะเริ่มมีริ้วรอย ภูมิคุ้มกันเสื่อม เสี่ยงที่จะเป็นโรคต่างๆ (McGuire, 2002) มีอาการง่วงและซึมในช่วงระหว่างวัน (De Alberto, 1996) ความเปลี่ยนแปลงทางด้านประสาทสัมผัส โดยการมองเห็น การได้ยินเสียง การดมกลิ่น การรับรส และการสัมผัสจะเริ่มเปลี่ยน (Atchiley & Barusch, 2004) เนื่องจากการเสื่อมของเซลล์ประสาทการรับสัมผัส (Schieber, 1992) ความเปลี่ยนแปลงทางด้านความสามารถทางการเรียนรู้ ซึ่งในร่างกายของผู้สูงอายุนั้น จะเกิดภาวะความเสื่อมถอยของสมอง ความจำจะลดต่ำลงเป็นอย่างมาก (Salthouse, 1996) ความเปลี่ยนแปลงทางด้านอารมณ์และจิตใจ โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2561) รายงานว่า กลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มคนที่มีความเปราะบางทางด้านจิตใจเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ จากรายงานการศึกษาศาสนาการณผู้สูงอายุไทยยังพบว่าผู้สูงอายุไทยร้อยละ 3.1 มักเป็นคนคิดมาก และวิตกกังวล ร้อยละ 2.9 รู้สึกหงุดหงิด และร้อยละ 2.6 รู้สึกเหงา และสุดท้ายความเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม จากการที่ผู้สูงอายุไม่ได้ทำงานนั้น ทำให้สังคมหดแคบลง และทำให้ผู้สูงอายุสูญเสียการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้คนในสังคมไป (House, 1988)

การศึกษาเกี่ยวกับผู้สูงอายุด้วยทฤษฎีทางจิตวิทยานั้นเชื่อว่า การเปลี่ยนแปลงทางด้านบุคลิกภาพและการเปลี่ยนแปลงทางด้านพฤติกรรมของผู้สูงอายุนั้นเป็นการปรับตัวเกี่ยวกับความนึกคิด ความรู้ ความเข้าใจ แรงจูงใจ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของอวัยวะรับสัมผัสส่วนต่างๆ ในร่างกาย ตลอดจนเกี่ยวข้องกับ การเปลี่ยนแปลงด้านสังคม โดยมีทฤษฎีสำคัญทางจิตวิทยาพัฒนาการ (Developmental Psychology) หลายทฤษฎี ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงในแต่ละช่วงวัยของมนุษย์ โดยเฉพาะช่วงวัยชรา ซึ่งพบลักษณะเฉพาะและความต้องการ (Need) ของคนกลุ่มนี้ (ชานนท์ศิริธรและดวงกมลชาติประเสริฐ, 2562)

ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของ Arai และ Washio (1999) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับผู้สูงอายุในประเทศญี่ปุ่นและได้กล่าวว่าความต้องการของผู้สูงอายุนั้นมีอยู่มากมายหลากหลาย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นความต้องการที่จะแก้ไขหรือลดปัญหาทางจิตใจของตนเอง อันเป็นสาเหตุหลักที่ส่งผลกระทบต่อปัญหาในการใช้ชีวิตด้านอื่นๆ ของผู้สูงอายุต่อไป ซึ่งความต้องการเหล่านี้ประกอบด้วย 1.) ความต้องการลดอาการเหงา (Loneliness) ซึ่งการสื่อสารที่ดีและการให้กำลังใจจากคนในครอบครัวถือเป็นการรักษาอย่างดียิ่ง 2.) ความต้องการลดความวิตกกังวล (Anxiety) ซึ่งวิธีการในการรักษาหรือบรรเทาอาการวิตกกังวลนั้น จะต้องพยายามสร้างความมั่นคงในจิตใจ (Perceived Security) ให้แก่ผู้สูงอายุ ต้องพยายามส่งเสริม สนับสนุน หรือฟื้นฟูจิตใจให้ผู้สูงอายุเกิดความมั่นใจในตัวเองเพิ่มมากขึ้น จนเกิดการเห็นคุณค่าในตนเอง (Self-esteem,) และ 3.) ความต้องการลดอาการซึมเศร้า (Depression) หนทางในการลดอาการซึมเศร้าในผู้สูงอายุนั้น ควรจะต้องพยายามทำให้ผู้สูงอายุสื่อสารหรือระบายความรู้สึกต่างๆ ในจิตใจออกมา ควรสนับสนุนให้ผู้สูงอายุเกิดการเห็นคุณค่าในตนเอง ด้วยการให้การยอมรับนับถือ มีปฏิริยาตอบกลับ เมื่อผู้สูงอายุแสดงความคิดเห็นหรืออารมณ์ความรู้สึกออกมา นอกจากนี้ยังควรสนับสนุนให้มีกิจกรรมเพื่อให้เกิดความบันเทิง อันจะเป็นการผ่อนคลายอารมณ์ในที่สุด

การศึกษาของ Billingham (2007) พบว่า คุณลักษณะทางจิตวิทยาที่แตกต่างกันของประชากรแต่ละเจนเนอเรชัน ส่งผลทำให้มีพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกันออกไป โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุที่มักมีความต้องการอย่างเฉพาะเจาะจง ดังนั้นนักการตลาดจึงจำเป็นต้องศึกษาถึงลักษณะความต้องการที่แท้จริงของประชากรกลุ่มนี้ก่อนที่จะผลิตสินค้า บริการ รวมถึงสื่อต่างๆ มาสู่ตลาดผู้สูงอายุ เพราะถึงแม้ประชากรกลุ่มผู้สูงอายุจะมีลำดับขั้นตอนของพฤติกรรมผู้บริโภคเช่นเดียวกับประชากรกลุ่มอื่นๆ อันได้แก่ ขั้นก่อนการตัดสินใจบริโภค ขั้นการบริโภคและขั้นหลังการบริโภค (Shimp, 2007) แต่ก็มีความแตกต่างกันในรายละเอียดเป็นอย่างมาก

Anantachart (2013) ศึกษาพบว่า สมาชิกในครอบครัว สื่อโฆษณา และเพื่อน เป็นแหล่งข้อมูล 3 อันดับแรกที่ผู้สูงอายุใช้ประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้าต่างๆ ที่สำคัญ นักวิจัยการตลาดยังพบอีกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่อายุน้อยกว่า ผู้สูงอายุจะจดจำเนื้อหาโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึกได้มากกว่า (Williams & Drolet, 2005) และชอบดูโฆษณาที่ใช้อารมณ์เป็นจุดดึงดูดมากกว่า (Drolet, Williams & Lau-Gesk, 2007)

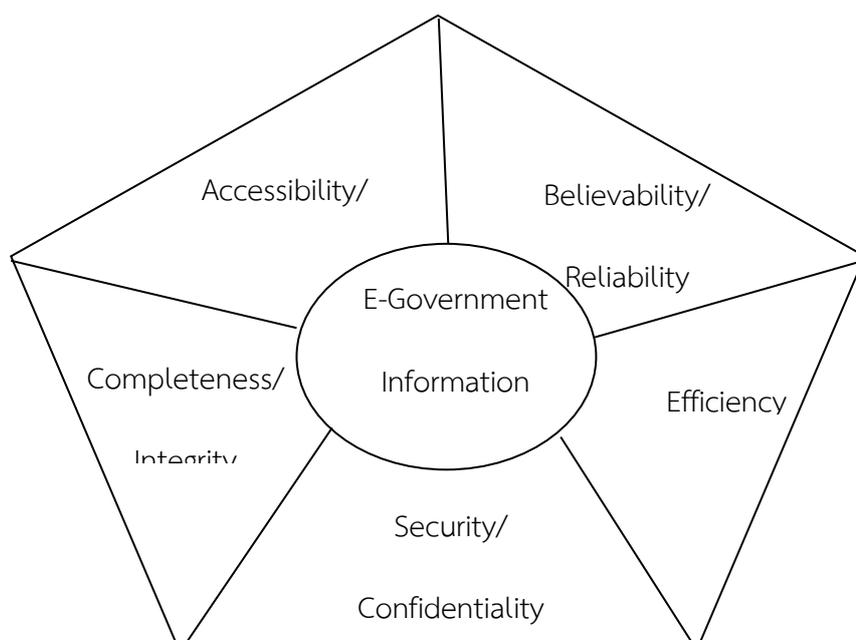
นอกจากนี้ Gilly และ Zeithaml (1985) ยังพบว่า กลุ่มสูงอายุมักมีการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมต่างๆ ไม่ต่างจากผู้ที่มีอายุน้อยกว่า ซึ่งอาจเกิดจากการที่ผู้สูงอายุมักมีการเปิดรับสื่อเพื่อทดแทนการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่น้อยลง ทำให้มีความรู้เรื่องนวัตกรรมเหล่านี้ไม่แตกต่างไปจากผู้บริโภคในวัยอื่นๆ มากนัก หากแต่เพียงต้องใช้เวลามากกว่าในการตัดสินใจ

## สรุปความเชื่อมโยงของประเด็นที่ศึกษา

การศึกษาเรื่องสังคมผู้สูงอายุมีความสำคัญสำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างมากในแง่ของบทเริ่มต้นด้านเนื้อหาที่จะนำมาใช้ในกระดานสนทนา แม้ว่าเนื้อหาหลักที่เกี่ยวกับวิวัฒนาการด้านการแพทย์ การรักษาโรค และการดูแลรักษาสุขภาพ จะเป็นเรื่องสำคัญที่สุด แต่การศึกษาสังคมผู้สูงอายุจะทำให้ได้ข้อมูลในส่วนของเนื้อหาด้านอื่นๆ เช่น การดำรงชีวิต จิตวิทยา พฤติกรรมการบริโภค เป็นต้น

## 2. โมเดลคุณภาพของสารสนเทศ

สุริย์ พุณิลกุลและคณะ (2551) ได้กำหนดโมเดลคุณภาพของสารสนเทศ โดยนำไปใช้กับสารสนเทศรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนชาตินพคุณ วิไลวรรณ (2552) ได้นำไปใช้ในงานวิจัยเรื่องความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ดบลูฟลาเน็ตพื้นที่ปดอทคอมและนนทชัยทรัพย์ทวีพงศ์ (2554) ได้นำไปพัฒนาระบบการประเมินคุณภาพของสารสนเทศบนเว็บไซต์ผู้สูงอายุในประเทศไทย



แผนภาพที่ 2: โมเดลคุณภาพของสารสนเทศในการจัดทำรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์: กรณีศึกษาในประเทศไทย (สุริย์ พุณิลกุลและคณะ, 2551)

โดยมิติคุณภาพทั้ง 5 ด้านนี้มีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มของสารสนเทศ 6 ประเด็นหลักคือ สารสนเทศเกี่ยวกับองค์กร สารสนเทศด้านการจัดการ สารสนเทศด้านงบประมาณ สารสนเทศด้านประชาสัมพันธ์ สารสนเทศด้านการบริการ และสารสนเทศด้านการทำเว็บไซต์ ซึ่งทั้ง 6 ประเด็นนี้เป็นสารสนเทศที่เป็นประเด็นสำคัญ โดยมีความเกี่ยวข้องกับแต่ละมิติคุณภาพของสารสนเทศ (Information Quality) ดังนี้

- คุณภาพของสารสนเทศในมิติเข้าถึงได้ง่าย/ความพร้อมใช้งาน
- คุณภาพของสารสนเทศในมิติความน่าเชื่อถือ/ความเสถียร
- คุณภาพของสารสนเทศในมิติประสิทธิภาพ
- คุณภาพของสารสนเทศในมิติความสมบูรณ์/ความถูกต้อง
- คุณภาพของสารสนเทศในมิติความมั่นคง/การรักษาความลับ

โดยชาตินพคุณวีไลวรรณ (2552) ได้นำโมเดลนี้ไปใช้ในงานวิจัยเรื่องความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ดบลูฟลาเน็ทพื้นที่ปดอทคอมว่าปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารผลการวิจัยพบว่าเกณฑ์ที่ผู้ใช้เว็บบอร์ดห้องบลูฟลาเน็ทให้ความสำคัญมากที่สุดในการประเมินความน่าเชื่อถือคือความทันสมัยความเคารพในความคิดเห็นของผู้อื่นและความเป็นกลางปราศจากอคติซึ่งเกณฑ์นี้ได้ถูกนำมาใช้ในงานวิจัยครั้งนี้สำหรับการประเมินด้านเนื้อหากระดานสนทนาที่ประสบความสำเร็จ

และนนทชัยทรัพย์ทวีพงศ์ (2554) พัฒนาระบบการประเมินคุณภาพของสารสนเทศบนเว็บไซต์ผู้สูงอายุในประเทศไทยโดยใช้โมเดลคุณภาพของสารสนเทศเป็นเครื่องมือสำหรับชี้วัดถึงระดับคุณภาพเช่นกัน ผลการสำรวจพบว่าทุกเว็บไซต์ที่คัดเลือกมามีการนำเสนอสารสนเทศเกี่ยวกับองค์กรค่อนข้างครบถ้วนซึ่งถือว่าเป็นจุดแข็งส่วนที่เป็นจุดอ่อนคือสารสนเทศด้านงบประมาณซึ่งพบว่าทุกเว็บไซต์ไม่มีการนำเสนอข้อมูลงบประมาณผ่านเว็บไซต์เลยงานวิจัยชิ้นนี้แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่เป็นตัวชี้วัดการประเมินนั้นสามารถผนวกเกณฑ์จากโมเดลคุณภาพของสารสนเทศแล้วขยายด้วยปัจจัยจากการประเมินจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้

### สรุปความเชื่อมโยงของประเด็นที่ศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้จะใช้โมเดลคุณภาพของสารสนเทศในการวิเคราะห์กระดานสนทนาที่ประสบความสำเร็จ และใช้วิเคราะห์ต้นแบบกระดานสนทนาเพื่อผู้สูงอายุที่ได้พัฒนาขึ้นมา

### 3. การสื่อสารออนไลน์และสื่อออนไลน์ (Online Media)

ลักษณะของสื่อออนไลน์เป็นการสื่อสารสองทาง เข้าถึงในวงกว้าง เป็นสื่อใหม่ที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง เพราะมีการปฏิสัมพันธ์กับสารและเผยแพร่ต่อได้ เชื่อมโยงข้อมูลได้จำนวนมาก ข้อมูลข่าวสารบนสื่อออนไลน์มีลักษณะแยกชิ้นส่วน หากผู้รับสารไม่เข้าใจและไม่สามารถประกอบรวมได้อาจทำให้เกิดการเข้าใจผิดขึ้น แต่ถ้าประกอบรวมได้จะมีประโยชน์ในการสื่อสารที่รอบด้าน สื่อออนไลน์เอื้อต่อการสร้างชุมชน ทำให้เกิดการรวมกลุ่ม โดยเฉพาะการรวมกลุ่มความคิด นำไปสู่การหลอมทัศนคติและพฤติกรรมกลุ่ม สื่อออนไลน์มีความสามารถในการประมวลเนื้อหาจากหลายแห่ง ทำให้บทบาทของผู้ใช้ที่สร้างเนื้อหาเอง (User-generated content) มีความสำคัญ สื่อออนไลน์มีลักษณะส่งเสริมการรวมกลุ่มและร่วมมือกันทางสังคม นอกจากนี้ยังทำให้เกิดวัฒนธรรมแบบบริมิกซ์ คือการเลือกเนื้อหามาดัดแปลง ตัดต่อ ประกอบสร้างใหม่ โดยที่ผู้รับสารเป็นผู้เปลี่ยนแปลงเนื้อหานั้น(สกุลศรี ศรีสารคาม, 2558)

## กระดานสนทนา (Webboard)

จากการสำรวจของนิelsenในปี 2007 พบว่า รูปแบบของการโฆษณาที่ได้รับความนิยมเชื่อถือมากที่สุด คือ คำแนะนำจากผู้บริโภคคนอื่นๆ ซึ่งนับเป็น 78% ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภคหลายรายรู้สึกมีส่วนร่วมกับบุคคลธรรมดาทั่วไปมากกว่าบุคคลที่ร้ายหรือมีชื่อเสียงที่มาจากสื่อ ดังนั้น การรับรองโดยบุคคลธรรมดาก็ได้เปรียบในแง่ของการรับรู้ที่คล้ายคลึงกันซึ่งหาไม่ได้จากการใช้การรับรองโดยบุคคลที่มีชื่อเสียง (Nielsen Company, 2007) จึงเป็นที่มาของการใช้สื่อกระดานสนทนา เพราะเป็นข้อมูลที่มาจากผู้บริโภคโดยทั้งสิ้น

กระดานสนทนา คือ การบริการที่ผู้เข้าร่วมสามารถแลกเปลี่ยนข้อความซึ่งกันและกันได้ ชุมชนเสมือน (Virtual Reality) มักถูกพัฒนาขึ้นจากกระดานสนทนา ซึ่งมีสมาชิกที่แบ่งปันความสนใจร่วมกัน ชุมชนเหล่านี้สามารถจูงใจให้เกิดทั้งความสัมพันธ์ที่ดีและความแตกแยกในสื่อออนไลน์ ขึ้นอยู่กับน้ำเสียงและหัวข้อที่สนทนากัน (Barker, M.S., Barker, D.I., Bormann, and Neher, 2013) จากแนวคิดนี้ทำให้องค์ประกอบด้านเนื้อหาที่มาจากผู้ใช้ถือเป็นองค์ประกอบด้านหนึ่งที่ใช้วิเคราะห์รูปแบบกระดานสนทนาที่ประสบความสำเร็จในครั้งนี้

โครงสร้างของกระดานสนทนาแบ่งเป็นกลุ่มขึ้นอยู่กับความสนใจในแต่ละหัวข้อ กลุ่มสนทนาจากการอภิปรายกัน ซึ่งทำให้เกิดการขึ้นประกาศ (Post) และการตอบไปตามการลื่นไหลของบทสนทนา โครงสร้างที่มีลักษณะคล้ายต้นไม้เรียกว่าเหตุการณ์ต่อเนื่อง (Thread) เพราะการโพสต์และตอบจะแสดงเป็นลำดับอย่างต่อเนื่อง (Barker et al., 2013)

ประวัติความเป็นมาของกระดานสนทนานั้นเริ่มจากบอร์ดกระดานข่าว เป็นที่ซึ่งชุมชนจะร่วมกันมาหาข้อมูลในหัวข้อต่างๆ (Videojug, 2011) ข้อมูลที่มาจากการเล่นบนกระดานถูกแทนที่ด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ กระดานสนทนาผ่านอินเทอร์เน็ตที่เกิดขึ้นครั้งแรกทำหน้าที่เหมือนกับไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีคนมาโพสต์ข้อความเกี่ยวกับหัวข้อใดหัวข้อหนึ่งแล้วมีคนอื่นๆ มาตอบสนอง เมื่อกระดานสนทนาเกิดขึ้น หัวข้อมากมายกลายเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นปกติ ในไม่ช้าจึงเกิดเป็นลำดับการอภิปรายมากมาย ที่การสนทนามีศูนย์กลางอยู่ที่ทุกสิ่งทุกอย่างตั้งแต่เรื่องเทคโนโลยี เกมออนไลน์ เพลง ภาพยนตร์ การชูปชิบนิทานบุคคลที่มีชื่อเสียง และกีฬา การอภิปรายที่มีสาระมากขึ้น เช่น หัวข้อเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ ศิลปะ การเมือง ศาสนาและข่าวสารบ้านเมือง หนึ่งในกระดานสนทนาที่ต้องหมั่นโทรศัพท์เข้าไปในยุคแรกๆ คือ CompuServe ที่ก่อตั้งในปี 1969 บริษัทเริ่มจากการให้บริการออนไลน์ในปี 1979 ซึ่งมีบริการกระดานข่าวอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว จากนั้น Usenet ได้เริ่มดำเนินการในปี 1980 เป็นกระดานสนทนาออนไลน์ที่เก่าแก่ที่สุดซึ่งยังดำเนินการอยู่ อย่างไรก็ตาม ต่อมาได้ถูกแทนที่ด้วย Prodigy ซึ่งเป็นกระดานสนทนาที่ทันสมัยกว่า (Lueg and Fisher, 2003) ก่อตั้งในปี 1984 เป็นกระดานสนทนาที่ใช้กันอย่างแพร่หลายปลายยุค 1980 ถึงต้นยุค 1990 (Red, 2010) กระดานสนทนาที่ทันสมัยในเว็บเริ่มปรากฏขึ้นในปี 1994 และเพิ่มขี้อย่างรวดเร็ว ด้วยโพสต์ 1.7 พันล้านโพสต์และมีสมาชิก 22 ล้านราย (Forum Software Timeline, 2010)

หัวข้อในกระดานสนทนาที่ได้รับความนิยมที่สุด คือ (Flowers, 2011)

1. คำที่ไม่มีในภาษาอังกฤษ โปสต์โดย Jessica Fletcher (มีผู้ชม 18,116 ครั้ง)
2. ฉันมีเงิน 10,000 ดอลลาร์ จะไปอาศัยอยู่ที่ไหนได้ใน 1 ปี โปสต์โดย ArghMonkey (มีผู้ชม 8,715 ครั้ง)
3. เดินทางด้วยสัญชาติญาน โปสต์โดย traveller1990 (มีผู้ชม 4,921 ครั้ง)
4. ประเทศที่เป็นมิตรที่สุดในโลก โปสต์โดย Kano\_Jim (มีผู้ชม 2,955 ครั้ง)
5. การใช้ iPad ในฝรั่งเศส เยอรมันและอิตาลี โปสต์โดย benelli (มีผู้ชม 2,475 ครั้ง)

ทั้งนี้ ความสำเร็จไม่ได้วัดเพียงแค่หัวข้อที่สนทนา แต่จำนวนผู้ที่เข้ามาตอบสนองเป็นตัวชี้วัดที่ชัดเจนว่าผู้ชมเข้าไปมีส่วนร่วมมากน้อยเพียงใด เมื่อมีคนเข้ามามีส่วนร่วมในบทสนทนาเป็นจำนวนมาก จะทำให้ขยายการดึงดูออกไปยังผู้ชมมากขึ้นความนิยมในกระดานสนทนาในประเทศไทยนั้นสังเกตได้จากเว็บไซต์พันทิปซึ่งมีห้องที่แบ่งตามความสนใจมากถึง 38 ห้องและมีผู้เยี่ยมชมเว็บมากถึง 128.49 ล้าน Page View จากการเก็บตัวเลขของ Similar (อ้างอิงในเดือนกันยายน 2561) คนต่อวัน (Nuttachit, 2561) แม้ว่าในปัจจุบันซึ่งเป็นยุคดิจิทัล ผู้บริโภคไม่ได้แสวงหาข่าวสารจากกระดานสนทนาเพียงช่องทางเดียว และความเป็นชุมชนนั้นมีอยู่ในช่องทางอื่นๆ เช่น Facebook, Instagram, Twitter เป็นต้น แต่กระดานสนทนาในฐานะการแสวงหาข่าวสารด้านสุขภาพก็ยังคงมีความสำคัญ เพราะกระดานสนทนาเป็นสื่อกลางเปรียบเสมือนเวทีให้สมาชิกเข้าไปแสดงความคิดเห็นได้อย่างเสรีนอกจากนี้ยังเป็นสถานที่แลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็นในทุกเรื่องโดยสมาชิกสามารถเข้าไปตั้งคำถามเพื่อไขข้อข้องใจหรือตอบกระทู้เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ให้แก่สมาชิกอื่นโดยในหน้า Homepage สมาชิกยังใช้เป็นแหล่งไว้สื่อสารหรือประกาศข่าวต้องประสงค์ประกอบของกระดานสนทนาที่การอภิปรายเปิดกว้างและต้อนรับสมาชิกใหม่ๆ ทุกคนจะมีข้อเสนอแนะพื้นฐานที่ผู้มีส่วนร่วมถูกคาดหวังให้ปฏิบัติตามซึ่งบางครั้งจะเรียกว่า “Netiquette” (เป็นการรวมกันของคำว่า Internet กับ etiquette) กฎข้อใหญ่ที่ไม่ได้มีการพูดออกมาตรงๆ มีข้อกำหนดการตอบโต้ในกระดานสนทนาออนไลน์โดยในบางกรณีกฎจะถูกบังคับโดยผู้ดำเนินการและในบางชุมชนใช้วิธีกำกับดูแลด้วยตัวเอง (Kotler & Armstrong, 2017) สำหรับผู้ที่ไม่ได้ตรวจสอบกฎเกณฑ์ผู้ที่สนทนาอยู่ก่อนจะแสดงความต่อต้านอย่างรวดเร็วทำให้ข้อมูลที่อยู่ในกระดานสนทนามักได้รับความเชื่อถือมากกว่าช่องทางอื่นๆ การได้มาซึ่งข้อมูลแม้ผู้ค้นหาจะเริ่มต้นจาก Search Engine ยอดนิยมอย่าง Google แต่คนจำนวนไม่น้อยก็เลือกที่จะพิมพ์คำว่า Pantip ต่อท้ายไปด้วย เพราะต้องการความคิดเห็นจากผู้อื่นซึ่งตนเองรู้สึกเชื่อถือมากกว่าข้อมูลที่ได้จาก Website ผ่าน Google เพียงด้านเดียว

### สรุปความเชื่อมโยงของประเด็นที่ศึกษา

จากแนวคิดนี้ทำให้คัดเลือกกระดานสนทนาที่นำมาวิเคราะห์โดยใช้เกณฑ์จากจำนวนผู้ที่เข้ามาชมและมีส่วนร่วมเป็นหลัก

#### 4. แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารกับสื่อใหม่ (Communication in New Media)

สื่อใหม่ (New Media) ไม่เพียงจะมีผลต่อสื่อดั้งเดิม (Traditional Media) เท่านั้นแต่สื่อใหม่ยังสามารถเติมเต็มประสิทธิภาพของการสื่อสารและเพิ่มช่องทางใหม่ๆ ในการสื่อสารด้วยการติดต่อสื่อสารระหว่างประเทศจากเดิมที่ใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศมีค่าบริการที่สูงมากมาเป็นการส่งอีเมล (E-Mail) หรือการพิมพ์ข้อความเพื่อสนทนา (Chatting) ในปัจจุบันมนุษย์สามารถพูดคุยด้วยเสียงและเห็นหน้ากันด้วยการสนทนาแบบวิดีโอ (Video Call) ทำให้ค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ลดลงแต่เราสามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ประชามติและปัจเจกบุคคลสามารถพบปะพูดคุยกับเพื่อนหรือมีสังคมเสมือนจริง (Virtual Community) บนโลกอินเทอร์เน็ตได้โดยผ่านเว็บไซต์โปรแกรมซอฟต์แวร์หรือแอปพลิเคชันต่างๆ ที่อยู่ในคอมพิวเตอร์หรือแม้แต่บนโทรศัพท์เคลื่อนที่เช่น Line หรือ Facebook และสามารถแบ่งปันข้อมูลเรื่องราวข่าวสารความคิดเห็นต่างๆ ผ่านแอปพลิเคชันที่หลากหลายเช่น Twitter, Instagram, Socialcam หรือแอปพลิเคชันอื่นๆ อีกมากมาย (วรวิฑูมิ อ่อนน่วม, 2555)

พัฒนาการด้านเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสื่อสารมวลชนของ Mashall McLuhan (1994) จากหนังสือ Understanding Media: The Extension of Man ที่กล่าวไว้ว่า “Medium is the message” แปลความภายใต้บริบทแห่งการสื่อสารได้ว่าสื่อหรือช่องทางการสื่อสารเป็นตัวกำหนดรูปแบบการสื่อสารของมวลมนุษยชาติได้จุดประกายให้กับนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนทั่วโลกให้หันถึงการสื่อสารในโลกไร้พรมแดนจวบจนปัจจุบันเราเริ่มประจักษ์ชัดถึงความหมายของประโยคดังกล่าวได้อย่างลึกซึ้งถึงความเปลี่ยนแปลงทางการสื่อสารในยุคที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการสื่อสารเราสัมผัสได้ถึงสังคมที่ข้อมูลข่าวสารมีบทบาทกับการดำรงชีวิตของมนุษย์สอดคล้องกับคำว่า Information Society หรือสังคมข่าวสาร จากองค์ประกอบของการสื่อสารแบบพื้นฐานได้แก่ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) สื่อ (Channel) ผู้รับสาร (Receiver) จากปัจจัยด้านเทคโนโลยี “สื่อ” จะเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญไม่น้อยเมื่อเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามารองรับการสื่อสารทำให้มนุษย์มีช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพหลากหลายและรวดเร็วมากขึ้นข้ามผ่านอุปสรรคด้านพื้นที่และเวลาได้สามารถติดต่อสื่อสารกันเสมือนยืนอยู่ตรงหน้าภายในไม่กี่วินาทีที่ทั้งที่อยู่ห่างไกลกันคนละทวีปเหล่านี้ถือเป็นปรากฏการณ์ทางการสื่อสารที่มีความสำคัญต่อมวลมนุษยชาติอาจกล่าวได้ว่าเป็นนัยแห่งการเปลี่ยนแปลงทางการสื่อสารรูปแบบการสื่อสารใหม่ๆ ซึ่งมีความคุณลักษณะที่แตกต่างและหลากหลายเช่นโปรแกรมซอฟต์แวร์เว็บไซต์ตลอดจนแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เกิดขึ้นเพื่อเพิ่มส่วนขยายทางการสื่อสารเปิดโอกาสให้มนุษย์สามารถนำเสนอเรื่องราวความรู้สึกรู้สึกคิดตลอดจนความคิดเห็นได้อย่างเสรีบนพื้นที่ส่วนตัวหรือโลกเสมือนจริง (Virtual Reality) และยังสามารถสร้างความสัมพันธ์กับผู้คนที่มีพื้นที่เสมือนจริงได้จนขยายเป็นเครือข่ายสังคมแบบออนไลน์ (Social Networking) สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ต่อกันได้หลากหลายรูปแบบทั้งการตอบกลับในเวลาต่อมาแม้กระทั่งการโต้ตอบแบบทันทีทันใด (Real Time Interaction) หรือจะระบุตัวผู้รับสารก็ได้เมื่อช่องทางการสื่อสารเกิดการเปลี่ยนแปลงอุปกรณ์การสื่อสารถือเป็นตัวแปรที่มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาในรูปแบบที่แตกต่างเพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบการสื่อสารใหม่ที่มีมนุษย์ได้พัฒนาขึ้นไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับการออกแบบให้ออกมาในรูปแบบของสมาร์ทโฟน (Smartphone) เต็มไปด้วยซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ที่

อำนวยความสะดวกให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างง่ายขึ้นและหลากหลายช่องทางมากขึ้น โทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันไม่เพียงแต่เป็นอุปกรณ์การสื่อสารที่ใช้ได้เพียงการโทรศัพท์พูดคุยหรือส่งข้อความได้เท่านั้นแต่ยังสามารถรับส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตเพื่อเปิดช่องทางการสื่อสารอื่นๆที่มากกว่าการโทรศัพท์เช่นการพูดคุยผ่านการสนทนาข้อความ (Chatting) การเข้าสู่เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) หรือการพูดคุยกันโดยเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต (Free Call) ทำให้ไม่ต้องเสียค่าบริการโทรศัพท์ไปจนถึงการพูดคุยแบบเห็นหน้ากัน (Video Call) เป็นต้น ยังไม่นับรวมถึงคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Tablet) ที่สามารถติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตด้วยโปรแกรมซอฟต์แวร์ต่างๆซึ่งในปัจจุบันมีการแข่งขันสูงมากนอกเหนือจากอุปกรณ์การสื่อสารที่ได้รับการพัฒนาให้สอดคล้องกับรูปแบบการสื่อสารใหม่ๆแล้วนั้นเนื้อหาสาระที่ได้รับการออกแบบให้อยู่ในรูปแบบของดิจิทัล (Digital Content) ย่อมมีการพัฒนารูปแบบและลักษณะให้มีความสอดคล้องไปกับอุปกรณ์การสื่อสารด้วยไม่ว่าจะเป็นเพลงภาพยนตร์เกมส์การ์ตูนหนังสือหรือนิตยสารถูกสร้างขึ้นให้สามารถนำไปใช้ในสื่อดิจิทัล (Digital Media) ได้ง่ายมากยิ่งขึ้นและดูเหมือนว่าจะมีทิศทางการใช้ที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆนับเป็นปรากฏการณ์ทางการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีภายใต้บริบทด้านการสื่อสารที่ช่องทางการสื่อสาร (Channel) ได้รับการพัฒนาด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบใหม่ๆจนก่อให้เกิดสื่อหรืออุปกรณ์การสื่อสาร (Medium) ที่สอดคล้องไปกับเทคโนโลยีใหม่ที่เกิดขึ้นส่งผลให้เนื้อหาสาระ (Message) เกิดการพัฒนาให้อยู่ในรูปแบบที่สอดคล้องไปกับสื่อหรือตัวกลางในการสื่อสารที่ได้รับการพัฒนาอย่างไรก็ตามเมื่อองค์ประกอบสำคัญด้านการสื่อสารได้รับการพัฒนาโดยเทคโนโลยีองค์ประกอบที่เหลือคือมนุษย์ผู้เป็นต้นทางและปลายทางของการสื่อสารย่อมได้รับผลกระทบจากการพัฒนาเช่นกันผลลัพธ์แห่งการเปลี่ยนแปลงอาจไม่ใช่เพียงแค่ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารเพียงอย่างเดียวแต่อาจหมายรวมถึงพฤติกรรมทางการสื่อสารของมนุษย์ที่ได้รับอิทธิพลมาจากการพัฒนารูปแบบการสื่อสารใหม่ๆอีกด้วย

บทบาทใหม่ของผู้รับสาร (Passive Reciever to Active Seeker) ภายใต้ความหลากหลายของพฤติกรรมสื่อสารของมนุษย์จึงเป็นจุดสนใจให้นักวิชาการต่างๆศึกษาพฤติกรรมสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นการโต้ตอบการมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันหรือบริบททางการสื่อสารที่มีผลต่อพฤติกรรมสื่อสารรวมถึงบทบาทใหม่ของมนุษย์ในฐานะผู้รับสาร

Sally McMillan (2006) กล่าวว่า การโต้ตอบในการสื่อสารเป็นจุดสนใจในการศึกษาเรื่องสื่อใหม่แต่ก็ยังไม่สามารถระบุได้ว่าสื่อใหม่มีการปฏิสัมพันธ์ต่อกันหากยังไม่เข้าใจว่าอะไรทำให้สื่อใหม่โต้ตอบปฏิสัมพันธ์ต่อกันได้ การโต้ตอบมีความหมายแตกต่างกันสำหรับบุคคลแต่ละคนและมีความหมายแตกต่างกันในสภาพแวดล้อมที่ต่างกันด้วยความเข้าใจในการโต้ตอบปฏิสัมพันธ์กันทำให้ผู้ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีการสื่อสารด้วยสื่อใหม่สามารถสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและง่ายต่อการสื่อสารแบบโต้ตอบปฏิสัมพันธ์กันของสื่อดิจิทัลแชลล์แสดงแนวคิดชี้ให้เห็นถึงความสนใจที่มีต่อการการโต้ตอบและสร้างปฏิสัมพันธ์กันของการสื่อสารโดยเฉพาะการสื่อสารด้วยสื่อใหม่ที่ผู้รับและผู้ส่งสามารถได้ประโยชน์จากเทคโนโลยีการสื่อสารที่สร้างบริบททางการสื่อสารที่มีความเหมาะสมและง่ายต่อการสื่อสารจึงสังเกตได้ว่าเมื่อการสื่อสาร

ระหว่างบุคคลเกิดขึ้นภายใต้การเปลี่ยนแปลงตัวสื่อให้มีความทันสมัยสามารถโต้ตอบและมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันได้อย่างทันทีทันใด (Real Time) พฤติกรรมการสื่อสารในด้านของบทบาทในการสื่อสารจะมีลักษณะเป็นอย่างไรการศึกษาของReeves, Byron & Nass, Clifford (2000)ว่าเมื่อบุคคลใช้สื่อใหม่ในการสื่อสารบุคคลก็จะวางกฎเกณฑ์ในการสื่อสารให้เป็นไปตามกฎเกณฑ์ทางสังคมที่บุคคลใช้สื่อสารในโลกแห่งความเป็นจริงตามแนวคิดการสื่อสารแบบใช้คอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลางในกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล (Computer-Mediated Communication) ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบมีคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลางอำนวยความสะดวกให้กับผู้สื่อสารทั้งสองฝ่ายแต่ก็ทำให้ผู้ใช้สื่อสามารถเปลี่ยนบทบาทตนเองเป็นผู้รับสารและผู้ส่งสารในกระบวนการสื่อสารได้จากการศึกษาของริฟและแนสแสดงให้เห็นว่าการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ผู้ใช้มีโอกาสแสดงบทบาททางการสื่อสารได้มากกว่า 1 ตำแหน่งกล่าวคือสามารถเป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในเวลาเดียวกันด้วยเหตุที่ว่าการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ด้วยเทคโนโลยีของการสื่อสารจะสามารถอำนวยความสะดวกในการสื่อสารทำให้การติดต่อสื่อสารกันเป็นในลักษณะสองทางมากขึ้นสามารถโต้ตอบกันได้ทั้งในเวลาต่อมาหรือแบบทันทีทันใด (Real Time) ไม่ว่าจะเป็นการสนทนาออนไลน์ (Chatting) การส่งข้อมูลออนไลน์ผ่านอีเมลหรือการอัพโหลดไฟล์ข้อมูลรวมไปถึงการประชุมทางไกลออนไลน์ (Video Conference) และการสนทนาแบบเห็นหน้ากัน (Video Call) จะเห็นได้ว่าลักษณะในการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ในรูปแบบดังที่กล่าวมานั้นผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถสลับบทบาทในการสื่อสารได้ทันทีที่มีการโต้ตอบและมีปฏิสัมพันธ์ต่อการสื่อสารได้แสดงให้เห็นว่านอกจากบทบาทในการสื่อสารจะเปลี่ยนไปแล้วลักษณะของบทบาทที่กระทำและความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารก็อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้เช่นกันในการศึกษาเรื่องการโต้ตอบปฏิสัมพันธ์ของ Sally McMillan (2006) ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ของผู้ใช้สื่อกับเนื้อหาสาระที่สื่อทั้งในสื่อเก่าและสื่อใหม่ว่ารูปแบบการโต้ตอบปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้สื่อและเนื้อหาสื่อ่นั้นมีลักษณะที่เรียกว่า “ความสัมพันธ์แบบกึ่งมีส่วนร่วมทางสังคม” (Parasocial Relationship) ซึ่งมีความสำคัญต่อการสื่อสารมวลชนว่าผู้ชม / ผู้อ่าน / ผู้ฟังสารไม่ใช่ผู้รับสาร (A passive receiver of information) แต่เป็นผู้ริเริ่มและมีส่วนร่วมในการสร้างสารหรือเนื้อหาสาระในสื่อ (An active co-creator) คุณลักษณะสำคัญของการเป็นผู้ริเริ่มและมีส่วนร่วมก็คือผู้รับสารจะสามารถควบคุมหรือสามารถเลือกที่จะกระทำต่อสารทั้งการนำเสนอและการสร้างเนื้อหาสาระในสื่อตามความต้องการของตนได้มากขึ้น การศึกษาเรื่องพัฒนาการสื่อใหม่ (New Media) : อิทธิพลภาษาดิจิทัลต่อรูปแบบการสื่อสารของมนุษยชาติ และผลกระทบต่อจริยธรรมสื่อ (สุรสิทธิ์วิฑูรย์, 2549) กล่าวถึงพัฒนาการด้านพฤติกรรมของผู้ใช้สื่อว่าสื่อแบบดั้งเดิมส่งข้อมูลข่าวสารให้กับผู้รับในลักษณะที่เป็น “Passive Audience” แต่ผู้รับสารของสื่อใหม่เป็นผู้รับสารที่มีลักษณะ “Active Seeker” คือเป็นฝ่ายแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้วยตนเองตามความสนใจและความสงสัยอยากรู้อยากเห็นของตัวเองโดยอิสระเสรีจากการศึกษาทั้งสองเรื่องในข้างต้นพบว่าการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ไม่เพียงจะทำให้การติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้นเท่านั้นแต่ในขณะเดียวกันยังมีส่วนทำให้บทบาททางการสื่อสารมีความเปลี่ยนแปลงด้วยการทำลายข้อจำกัดทางการสื่อสารจากเดิมที่ผู้รับสารจะต้องรอเวลาในการเผยแพร่เนื้อหาผ่านสื่อดั้งเดิมเช่นสื่อสิ่งพิมพ์ที่กำหนดเวลาว่างแผงรายวันรายสัปดาห์หรือรายเดือนสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ที่มีการกำหนดเวลาและสถานีอย่างชัดเจนเพราะเมื่อพลาด

การออกอากาศก็จะไม่สามารถรับชมย้อนหลังได้จากตัวอย่างที่กล่าวมาบทบาททางการสื่อสารของผู้รับสาร (Receiver) อยู่ในลักษณะที่เป็นผู้ตาม (Passive Receiver) แต่ด้วยณลักษณะของสื่อใหม่ที่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้ตามความต้องการทั้งด้านเวลาสถานที่รวมถึงความสนใจผู้รับสารสามารถเข้าถึงและแสวงหาข้อมูลด้วยตนเองทำให้บทบาทของผู้รับสารเป็นไปในลักษณะของการแสวงหาข้อมูลหรือเป็นผู้เลือกมากกว่าผู้ตาม (Active Audience) หรืออาจจะเรียกบทบาทนี้ได้อีกอย่างว่าเป็นผู้แสวงหาหรือเลือกข้อมูลโดยเสรี (Active Seeker) นอกเหนือจากการพฤติกรรมทางการสื่อสารของผู้ใช้สื่ออันเป็นข้อใหญ่ใจความของการเปลี่ยนแปลงแล้วนั้นรูปแบบการสื่อสารใหม่ๆ ยังส่งผลสะท้อนต่อพฤติกรรมการใช้สื่อในแต่ละชนิดด้วยไม่ว่าจะเป็น Line, Facebook, Twitter หรือโปรแกรมซอฟต์แวร์ต่างๆที่อำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารของผู้ใช้สื่อใหม่ในปัจจุบันต่างก็มีวิธีการใช้สื่อที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับวิธีการสื่อสารที่แต่ละโปรแกรมได้ออกแบบการสื่อสารไว้ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนคือ Facebook เป็นบริการหนึ่งบนเว็บไซต์ที่เปิดโอกาสให้ผู้เข้าใช้สมัครเป็นสมาชิกสามารถติดต่อสื่อสารและร่วมทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งผ่านเว็บไซต์เช่นการตั้งประเด็นกระทู้ถามตอบในเรื่องที่สนใจโพสต์รูปภาพคลิปวิดีโอเขียนบทความหรือบล็อกสามารถพูดคุยกันสดๆหรือร่วมเล่นเกมสไปพร้อมๆกันได้ที่สำคัญคือสมาชิกสามารถเลือกค้นหาเพื่อนเพื่อสร้างเป็นเครือข่ายสังคมได้ตามความต้องการและนอกจากนั้นแล้วยังมีผู้ผลิตจำนวนไม่น้อยที่พัฒนาโปรแกรมแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Phone) หรือคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Tablet) โดยให้แอปพลิเคชันเหล่านั้นสามารถเชื่อมต่อกับ Facebook ของแต่ละบุคคลอีกด้วยและดูเหมือนว่าการผลิตแอปพลิเคชันในลักษณะดังกล่าวมีอัตราเพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆลักษณะวิธีการใช้งานของ Facebook คือการสร้างความสัมพันธ์กันระหว่างสมาชิกด้วยกันเพื่อให้เกิดเป็นเครือข่ายสังคมและการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารความคิดเห็นต่างๆ (Sharing) ไม่ว่าจะเป็นรูปภาพข่าวสารข้อความต่างๆหรือเรียกอย่างง่ายๆในกลุ่มผู้เล่นแสดงให้ถึงลักษณะการมีส่วนร่วมต่อกระบวนการสื่อสารในการสร้างสรรค์เนื้อหา (Co-Created Content) จนสามารถเกิดเป็นสภาพแวดล้อมที่มีการโต้ตอบขึ้น (Interaction Environment) กล่าวคือเมื่อผู้ใช้มีการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารต่างๆไปสู่สมาชิกคนอื่นๆก็จะเกิดการปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันโดยมีข้อมูลข่าวสารนั้นเป็นประเด็นเริ่มต้นในการโต้ตอบการแบ่งปันข้อมูลไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะสื่อ Facebook เท่านั้นแต่ยังเกิดขึ้นกับโปรแกรมซอฟต์แวร์อื่นๆด้วยตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนคือ Twitter เป็นบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทไมโครบล็อก (Micro Blogging) โดยผู้ใช้สามารถส่งข้อความความยาวไม่เกิน 140 ตัวอักษรเรียกว่าการทวีต (Tweet – เสียงนกร้อง) โดยข้อความดังกล่าวผู้ใช้สามารถเขียนข้อความที่เกี่ยวกับตัวเองที่กำลังทำอะไรรู้สึกนึกคิดอย่างไรหรืออาจเขียนข้อความที่เป็นข้อมูลข่าวสารต่างๆเพื่อบอกเล่าให้กับเครือข่ายของตนได้รับทราบเมื่อสมาชิกเครือข่ายได้รับข้อความดังกล่าวก็สามารถ Retweet เพื่อส่งต่อข้อความให้เครือข่ายของตนต่อไปได้อีกจึงกลายเป็นคุณลักษณะทางการสื่อสารที่ไม่ได้เป็นแบบหนึ่งต่อหนึ่ง (One-to-One Communication) เท่านั้นแต่สามารถส่งสารไปยังผู้คนหมู่มากได้ (One-to-Many Communication) และข้อความเหล่านั้นก็สามารถแพร่กระจายได้ภายในระยะเวลาอันรวดเร็วคุณลักษณะทางการสื่อสารของ Twitter ในลักษณะดังกล่าวจึงกลายเป็นช่องทางสื่อสารใหม่ๆให้แก่ผู้ที่ต้องการบอกเล่าเรื่องราวข่าวสารที่ได้ประสบพบเจอให้ผู้อื่นได้รับรู้เสมือน

กับการทำหน้าที่รายงานข่าวของนักข่าวตั้งนั้น Twitter รวมไปถึงนักข่าวจากสำนักข่าวมากมายที่หันมาสนใจช่องทาง Twitter ในการเผยแพร่ข่าวสารต่างๆผ่านการ Tweet ข้อความไม่เกิน 140 ข้อความได้รับการตอบรับที่น่าสนใจโดยมีสมาชิกในเครือข่ายติดตาม (Follow) ข้อความเป็นจำนวนมากข้อดีของการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลผ่าน Twitter คือความรวดเร็วในการเผยแพร่โดยผู้ติดตาม (Follower) สามารถรับรู้ข่าวสารได้ทันทีไม่ต้องผ่านขั้นตอนใดๆต่างจากการรายงานข่าวผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีข้อจำกัดในการจัดส่งหรือการรายงานข่าวผ่านสื่อโทรทัศน์ที่ต้องรอกำหนดเวลาในรายงานข่าวกรณีศึกษาของโปรแกรมซอฟต์แวร์ดังที่กล่าวมาไม่ว่าจะเป็น Facebook หรือ Twitter ต่างก็ได้สร้างลักษณะบทบาทของพฤติกรรมในการใช้สื่อใหม่ที่เรียกว่า Active Audience คือการที่ผู้รับสารมีบทบาทในการเลือกที่จะรับสารหรือเป็นผู้ส่งสารเองไปจนถึงการมีส่วนร่วมต่อเนื้อหาสารเรียกว่า Co-Creator นอกจากนี้แล้วยังรวมถึงความสัมพันธ์ของผู้รับสารที่มีต่อเนื้อหาสารในลักษณะเป็นผู้แสวงหาข้อมูลและเลือกสรรเนื้อหาสารโดยเสรีเรียกว่า Active Seeker จะเห็นได้ว่าบทบาทและลักษณะความสัมพันธ์ของผู้ใช้สื่อใหม่มีความแตกต่างไปจากการใช้สื่อดั้งเดิมอย่างเห็นได้ชัดทั้งนี้เกิดขึ้นจากการพัฒนาของเทคโนโลยีด้านการสื่อสารที่อำนวยความสะดวกในการสื่อสารให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของมนุษย์ในยุคที่ข้อมูลข่าวสารมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตส่งผลให้มนุษย์จึงผูกติดกับการสื่อสารและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารอยู่ตลอดเวลา วงททัย ต้นชีวะวงศ์ (2549) พบว่าผู้คนในสังคมมีความสัมพันธ์กับเทคโนโลยีการสื่อสารอย่างแยกจากกันไม่ได้เมื่อผู้คนในสังคมไม่หยุดนิ่งแต่เดินทางไปไหนมาไหนมากขึ้นอุปกรณ์สื่อสารยังมีบทบาทมากไปกว่าใช้เพื่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลแต่ใช้เพื่อทำกิจกรรมส่วนตัวเช่นการฝากข้อมูลใช้เพื่อจดบันทึกใช้เพื่อแสดงค่านิยมใช้เพื่อการเข้าสังคมและเพื่อการปลีกตัวออกจากสังคมความสัมพันธ์นี้ยังคงพัฒนาอย่างต่อเนื่องไปในอนาคตการศึกษาดังกล่าวชี้ให้เห็นว่ามนุษย์ไม่สามารถแยกออกจากการสื่อสารได้เมื่อสังคมยังคงไม่หยุดนิ่งการสื่อสารยังคงต้องดำเนินต่อไปแต่ถึงกระนั้นมนุษย์ก็ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อการติดต่อสื่อสารเพียงอย่างเดียวแต่ยังใช้เพื่อการแสดงค่านิยมเพื่อแสดงตัวตนบนสังคมทั้งสังคมบนโลกแห่งความเป็นจริงและสังคมบนโลกเสมือนจริงถือได้ว่าเทคโนโลยีการสื่อสารจึงมีบทบาทต่อวัฒนธรรมของผู้บริโภค (Consumer Culture) Martin Lister(2003) กล่าวว่าเทคโนโลยีการสื่อสารเข้ามามีส่วนต่อวัฒนธรรมผู้บริโภค (Consumer Culture) มากขึ้นวัฒนธรรมผู้บริโภคสมัยใหม่ (Temporary Consumer Culture) หน้าที่ของเครื่องมือและเครื่องจักรในฐานะที่เป็นเครื่องมือช่วยในการทำงาน (Instrumental Function) คุณค่าในด้านการใช้งาน (Use Value) นั้นลดลงเครื่องมือและเครื่องจักรอยู่ในสถานะของเครื่องหมาย (Sign) แฟชั่น (Fashion) ของเล่นและเกมส์มากขึ้นอุปกรณ์การสื่อสารการส่งข้อความและโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นอุปกรณ์ที่ใช้สื่อสารกึ่งเล่นกึ่งใช้งานการอุปโภคสื่อใหม่ในแต่ละวันจะวนเวียนอยู่กับวัฒนธรรมประชานิยม (Popular Culture) และวัฒนธรรมคอมพิวเตอร์ (Computer Culture) การแบ่งแยกระหว่างการใช้เทคโนโลยีสื่อสารในฐานะที่เป็นเครื่องมือเครื่องใช้กับการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารในฐานะที่เป็นเครื่องเล่นที่สร้างจินตนาการคงแยกออกจากกันได้ยากการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ที่มีคุณลักษณะทางการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไปตามรูปแบบของการสื่อสารที่ได้รับการออกแบบมาเพื่อตอบสนองความต้องการด้านการสื่อสารที่หลากหลายของมนุษย์นอกจากจะแสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะทางการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปจากการใช้สื่อดั้งเดิมแล้วการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ยัง

เชื่อมโยงถึงวัฒนธรรมการบริโภค (Consumer Culture) ที่เปลี่ยนแปลงไปการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยกลายเป็นเครื่องมือในการแสดงค่านิยมทางสังคมเป็นที่ที่แสดงให้เห็นถึงรสนิยมความคิดหรือระดับการศึกษาได้เป็นสิ่งที่ทำตามกันหรือเรียกว่าเป็นแฟชั่นจนไม่สามารถแยกความต้องการด้านการสื่อสารขั้นพื้นฐานกับความต้องการที่เกินความจำเป็น

Castells (2007) อธิบายว่า การเลือกใช้และเลือกรับสารของสื่อใหม่ เป็นการสื่อสารด้วยตัวเอง (Self-communication) มีลักษณะของการเลือกเองตามความต้องการ (Self-selectivity) และการผลิตสื่อก็มีลักษณะเป็นการสร้างสื่อด้วยแต่ละบุคคล (Self-generated) การศึกษาจึงต้องให้ความสำคัญกับทั้งการรับเนื้อหาและกระบวนการสร้างเนื้อหา แนวคิดเรื่องทฤษฎีผลกระทบจากสื่อที่สร้างด้วยตัวเอง (Self-generated Media Effect) เป็นแนวคิดที่เพิ่มเติมขึ้นมาในส่วนของการศึกษาสื่อใหม่ โดยให้คำอธิบายว่าการสร้างเนื้อหาสื่อของปัจเจกชนมีผลต่อการรับรู้ ความเชื่อ และพฤติกรรมของผู้สร้างเนื้อหาเอง โดยผลทางตรงคือ กระบวนการในการผลิตสื่อที่นั้นหล่อหลอมและมีผลต่อความคิดของผู้ผลิตในเรื่องนั้นๆ การโพสต์เป็นการกลั่นกรองความคิดความเชื่อของตัวเอง ในขณะที่ผลกระทบทางอ้อมมาจากการที่มีคนปฏิสัมพันธ์หรือให้ผลตอบกลับต่อเนื้อหาที่ผลิตขึ้น จะส่งผลกระทบต่อความคิด ความรู้สึก ทศนคติ หรือพฤติกรรมของผู้ผลิตสื่อ แนวคิดนี้ ใช้ได้กับสื่อมวลชนและสื่อระดับปัจเจกชนคนทั่วไปที่สร้างเนื้อหาลงบนสื่อออนไลน์ (Castells, 2007)

ทั้งนี้ จากการวิจัยของ Shah, Cho, Eveland และ Kwak (2005) ระบุว่า การแสดงออกในลักษณะของพลเมืองผ่านสื่อออนไลน์ มีอิทธิพลต่อการปฏิสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมต่อประเด็นต่างๆ ได้มากกว่าสื่อดั้งเดิม ดังนั้น ในการศึกษาสื่อออนไลน์และการสื่อสารออนไลน์ในมิติของทฤษฎีเรื่องผลกระทบของสื่อเมื่อเป็นสื่อออนไลน์จะต้องอยู่ที่ผู้รับสาร เนื้อหา และกระบวนการ ซึ่งเนื้อหานั้นจะมีผลต่อตัวผู้ผลิตสารเองด้วย ไม่ใช่เพียงผลที่จะเกิดจากผู้รับสาร และในขณะเดียวกันควรศึกษาในส่วนของผลกระทบของ User-generated Content ตลอดจนการหล่อหลอมความคิด ทศนคติ และพฤติกรรมผ่านกระบวนการผลิตสารและปฏิสัมพันธ์ต่อสารนั้นบนสื่อออนไลน์ด้วย

แนวคิดเรื่องสื่อใหม่กับผลกระทบต่อสถาบันต่างๆ อธิบายทั้งในเรื่องของผลกระทบของสื่อต่อระดับปัจเจกบุคคลและต่อสถาบันในสังคม เช่น การเมือง ธุรกิจ สุขภาพ การศึกษา เป็นต้น แนวคิดนี้จะช่วยมองในภาพกว้างว่าการสื่อสาร ลักษณะของสื่อ มีผลต่อสังคมภาคส่วนต่างๆ อย่างไร เพราะปัจจุบัน มีปรากฏการณ์ซึ่งเกิดมาจากโลกออนไลน์จำนวนมาก ในขณะเดียวกันก็มีกระบวนการของความพยายามในการใช้สื่อออนไลน์เพื่อสร้างผลกระทบหรือผลักดันเรื่องบางเรื่องในสังคม นอกจากนี้ทฤษฎีภาพสะท้อนในสื่อ ยังอธิบายถึงบทบาทของสื่อในการสะท้อนสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม หรือ การสะท้อนภาพของสิ่งต่างๆ ผ่านสื่อ จนทำให้สังคมคิดและเชื่อตาม การวิเคราะห์จะต้องเปรียบเทียบเนื้อหาของสื่อว่ามีการสื่อสารเรื่องดังกล่าวอย่างไร เปรียบเทียบกับสิ่งที่เป็นในสังคม และใช้แนวคิดในการสะท้อนลักษณะภายนอก สะท้อนโครงสร้างสังคม สะท้อนทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ โดยในการวิเคราะห์มีแนวคิดประกอบคือ 1.) เนื้อหาทำหน้าที่เป็นกระจก 2.) เนื้อหาสะท้อนจุดยืนของผู้สื่อสาร 3.) เนื้อหาเป็นเพียงการประกอบสร้างเพื่อให้ได้

ผลผลิต 4.) เนื้อหาเป็นผลมาจากการผลักดันของกลุ่มพลังสังคม 5.) เนื้อหาเป็นผลมาจากการครอบงำทางความคิด (สกุลศรี ศรีสารคาม, 2558)

### สรุปความเชื่อมโยงของประเด็นที่ศึกษา

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์จากสื่อใหม่ที่ศึกษาทั้งเรื่องความต้องการและแรงจูงใจในการสื่อสารถือเป็นสิ่งสำคัญเพราะเป็นสื่อใหม่เป็นสื่อที่เลือกได้ตามความพึงพอใจและสามารถสร้างเนื้อหาได้เอง จึงมีผลต่อการหลอมพฤติกรรมทั้งในด้านวิธีการใช้สื่อ รูปแบบการใช้ ความถี่ การเข้าถึง รูปแบบของการเอาข้อมูลจากสื่อใหม่มาใช้ประโยชน์ในเรื่องต่างๆ ดังนั้น ในมุมของการวิเคราะห์สื่อใหม่จึงต้องวิเคราะห์จากทั้ง 2 ทางคือ สื่อทำอะไรให้คนเอาสิ่งที่น่าสนใจไปใช้ และคนทำอะไรในการผลิตสื่อเพื่อประโยชน์ของตัวเอง (สกุลศรี ศรีสารคาม, 2558) จากแนวคิดนี้การวิเคราะห์รูปแบบกระดานสนทนาที่ประสบความสำเร็จจึงต้องวิเคราะห์ประโยชน์และการนำไปใช้จากทั้ง 2 ทางคือสื่อทำอะไรให้คนเอาสิ่งที่น่าสนใจไปใช้และคนทำอย่างไรในการผลิตสื่อเพื่อประโยชน์ของตัวเอง

### 5. แนวคิดเรื่อง Generation X และ Y กับพฤติกรรมมารับข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ

ผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว มีอายุ 34–50 ปี อยู่ใน Generation X และ Y คำว่า Generation คือยุคสมัยของกลุ่มคนตามช่วงอายุซึ่งหมายถึง ช่วงเวลาเฉลี่ยระหว่างการมีลูกคนแรกของแม่กับการมีลูกคนแรกของเด็ก ดังนั้นในแต่ละ Generation จะห่างกันประมาณ 20 กว่าปีหรือรุ่นของแต่ละรุ่นที่เกิดขึ้นมาเรื่อยๆ จากประชากรคนทั้งโลก (เสมอ นิมเงิน, 2559) ซึ่งในเรื่อง Generation นี้มีคนที่ศึกษากันอย่างมากโดยเฉพาะสายทางด้านสังคมศาสตร์ที่จะศึกษาทั้งในด้านพฤติกรรม สังคม การใช้ชีวิตความคิดต่างๆ แม้แต่ในด้านการตลาดเองก็ให้ความสนใจกับเรื่องนี้ไม่น้อย เนื่องจากพฤติกรรมต่างๆ ส่งผลต่อการบริโภคอย่างเห็นได้ชัด การทำความเข้าใจต่อลักษณะพฤติกรรมของคนใน Generation ต่างๆ ถือเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งสาเหตุที่คนแต่ละช่วงวัยมีความคิดและพฤติกรรมต่างกันเป็นเพราะว่า สภาพสังคมในช่วงนั้นๆ เป็นปัจจัยที่หล่อหลอมความคิดและทำให้เกิดพฤติกรรมเหล่านั้นขึ้นมา เช่นเดียวกันพฤติกรรมมารับข่าวสารผ่านสื่อต่างๆของแต่ละ Generation ก็ย่อมมีความแตกต่างกัน การทำความเข้าใจและเรียนรู้ของคนใน Generation นั้นๆ จะช่วยให้สามารถเลือกใช้สื่อได้ตรงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ (Kook, 2556)

Generation X หรือ Gen X หรือเรียกกันว่ากลุ่มชาตแคลนเด็กเกิดใหม่ คือผู้ที่เกิดประมาณปีพ.ศ. 2508 – 2523 เป็นกลุ่มที่เล็กกว่ายุคก่อนหน้า (ประมาณ 45 ล้านคน) เริ่มเป็นผู้ใหญ่ในช่วงที่เศรษฐกิจถดถอยถูกเลี้ยงอยู่ในครอบครัวที่พ่อแม่ทำงานทั้งคู่ และ 40 เปอร์เซ็นต์อยู่ในครอบครัวเลี้ยงเดี่ยวก่อนอายุ 16 การหย่าร้างของพ่อแม่มักเป็นสาเหตุของความเครียดและปัญหาอื่นๆ สำหรับเด็กยุคนี้ (Hawkins and Mothersbaugh, 2016) อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ยังทำให้สมาชิกในกลุ่ม Gen X หลายรายมีมุมมองที่กว้างในเรื่องครอบครัว ซึ่งอาจรวมไปถึงความเป็นพ่อแม่ พี่น้อง พ่อเลี้ยงแม่เลี้ยง พี่น้องต่างบิดามารดา เพื่อนสนิท คู่รักที่อาศัยอยู่ด้วยกันและอื่นๆ เป็นยุคแรกที่เผชิญหน้ากับประเด็นของการลดความ

คาดหวัง ที่มาจากความจริงของการขาดแคลนเด็กเกิดใหม่ เนื่องมาจากโอกาสที่คนทำงานรุ่นใหม่ที่จะมีงานทำ และได้รับค่าจ้างนั้นมีจำกัด จนกระทั่งเศรษฐกิจเริ่มดีขึ้นในช่วงกลางยุค 1990 การขาดโอกาสนี้เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้กลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะออกจากบ้านแล้วก็กลับมาอาศัยอยู่กับพ่อแม่ตอนที่เริ่มเป็นผู้ใหญ่แล้ว แม้ว่าทางเดินสู่ความสำเร็จจะเป็นสิ่งไม่แน่นอนสำหรับคนกลุ่มนี้แต่พวกเขาหลายคนก็ยังไม่เชื่อในการทุ่มเทเวลา พลัง และความสัมพันธ์เหมือนกับที่คนยุคก่อน (Baby Boomer) ทำเพื่ออาชีพหรือเพื่อความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ คนยุคนี้เผชิญกับความหายนะของโลกจากความขัดแย้งเรื่องแบ่งดินแดนและผู้ก่อการร้าย สภาวะแวดล้อมที่เสื่อมโทรม และการแพร่ระบาดของโรคเอดส์ ที่คุกคามชีวิตพวกเขา สมาชิกในกลุ่มนี้มักจะโทษกลุ่มตนเอง และความเป็นวัตถุนิยมของกลุ่ม Baby Boomer ที่ทำให้พวกเขามีอนาคตที่ยากลำบาก อย่างไรก็ตาม Gen X มีการศึกษาสูง ด้วยการเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยและเรียนจบมากกว่ายุคก่อนหน้า และผู้หญิงใน Gen X มีการศึกษาสูงกว่าผู้ชาย ทำให้มีตำแหน่งงานในระดับที่เพิ่มขึ้น ด้วยความท้าทายทางเศรษฐกิจจึงไม่น่าแปลกใจที่คนยุคนี้จะเป็นผู้ประกอบการมากกว่าที่จะเสียสละชีวิตให้กับองค์กรรัฐวิสาหกิจขนาดใหญ่ มีงานวิจัยพบว่าของคนกลุ่ม Gen X ประกอบธุรกิจส่วนตัวมากกว่าคนยุคก่อน 25 เปอร์เซ็นต์ พลังของผู้หญิง Gen X ยังขยายก้าวข้ามในอาชีพการงาน พวกเขาชอบดูรายการปรับปรุงบ้าน แล้วก็สามารถต่อเติมบ้านด้วยตัวเอง (Reynolds, 2004)

คนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่นักโฆษณาและนักการตลาดอยากได้ จากการที่สื่อดั้งเดิมอย่างโทรทัศน์ไม่สามารถดึงดูดกลุ่มนี้ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเพศชาย เนื่องจากการขยายตัวอย่างรวดเร็วในทางเลือกของสื่อที่รวมไปถึงเคเบิลและอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดผู้บริโภคกลุ่มนี้เพิ่มขึ้นอย่างมาก ทั้งกลุ่ม Gen X และ Y มีความต้องการอย่างมากที่จะใช้อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีที่ใกล้เคียงกว่าคนยุคก่อน นักโฆษณาทอสนองด้วยการเพิ่มการใช้สื่อทางเลือกเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคเหล่านี้ (Engbretson, 2004) แม้ว่าจะเป็นกลุ่มสำคัญทางการตลาดแต่กลุ่ม Gen X ไม่ง่ายที่จะเข้าถึง เป็นกลุ่มที่ทั้งคู่ถูกและมีความรู้ดีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การโฆษณาและการซื้อของ เป็นพวกวัตถุนิยมและไม่มีอารมณ์ มีรสนิยมที่ “ไม่ใช่พวก Baby Boomer” มีการตอบสนองกับโฆษณาแต่การเข้าถึงด้วยวิธีการดั้งเดิมก็ไม่ได้ผลเสมอไป Gen X ต้องการผลิตภัณฑ์และข้อความที่ออกแบบเพื่อรสนิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของพวกเขาโดยเฉพาะ นักการตลาดจึงมุ่งเป้าหมายไปที่กลุ่มนี้มากขึ้นเรื่อยๆ (Hawkins and Mothersbaugh, 2016)

คนกลุ่มนี้เกิดมาในช่วงที่ไม่ลำบากเท่าคนรุ่นก่อนและยังเป็นช่วงของสันติภาพ สภาวะโลกสงบเรียบร้อย หลายๆ ประเทศเริ่มมีความมั่งคั่ง ดังนั้นการใช้ชีวิตของคนรุ่นนี้จึงเริ่มมีเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาให้สัมผัสกันมากขึ้นเช่นคอมพิวเตอร์ เพจเจอร์ โทรศัพท์มือถือขนาดใหญ่ วิดีโอเกม วอล์คแมน เป็นต้น การเข้าถึงเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตของคนรุ่นนี้จึงไม่เป็นปัญหา (ณัฐพล ไยไพโรจน์, 2557) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าคนรุ่นนี้จะเติบโตมาในยุคที่เริ่มมีเทคโนโลยีแต่ก็พบว่าพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีนั้นยังไม่ได้ใช้พำหรือหรือเน้นความสนุกแต่เน้นใช้เพื่อการทำงานในทางที่มีประโยชน์ ใช้อย่างเหมาะสมพอดีกับความจำเป็น สาเหตุอาจเป็นเพราะว่าในสมัยนั้นเทคโนโลยียังไม่ได้เข้าถึงทุกครัวเรือนเหมือนปัจจุบันนี้ คนกลุ่มนี้มีพฤติกรรมในการรับข่าวสารคือ FOMO (Fear of Missing Out)คนกลุ่มนี้กลัวไม่ได้รับข่าวสาร จึงรับข่าวสารทางออนไลน์ผ่าน

สำนักข่าวที่เป็นทางการและคนใกล้ชิดมากขึ้น ติดตามข่าวทางสื่อใหม่เพื่อให้ทันกระแสสังคมแต่ไม่ได้ให้ความเชื่อถือ โดยเฉพาะข่าวทางสื่อสังคมออนไลน์หรือโซเชียลเน็ตเวิร์คที่ Generation X ให้ความเชื่อถือในระดับน้อย แต่ให้ความเชื่อถือในสื่อที่เป็นประเภทสื่อดั้งเดิมในระดับมาก (Positioning, 2559) Generation X เป็นกลุ่มคนที่รับข่าวสารผ่านทางสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่น (Smart SME, 2559) โดย 71% ของคนกลุ่มนี้เชื่อว่าการนำเสนอข่าวด้านการเมืองและประเด็นสำคัญของสังคมจากสื่อโทรทัศน์เป็นการนำเสนอข้อมูลในหลายด้าน ขณะที่ช่วงเวลาที่ได้รับชมข่าวทางโทรทัศน์มากที่สุดคือ เวลา 10:30–15:30 น. (สพทอ, 2560)

Generation Y หรือ Gen Y คือ ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524–2543 ช่วง พ.ศ. นี้คือช่วงที่วิวัฒนาการด้านเทคโนโลยีเริ่มเข้ามา และพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ จากรุ่นแรกๆ คอมพิวเตอร์มีราคาสูงถึง 50,000–60,000 บาทต่อเครื่อง ผู้ที่มีคอมพิวเตอร์ใช้ถือว่ามีฐานะดี แต่เมื่อเวลาผ่านไปเทคโนโลยีมีมากขึ้น ทำให้ราคาเริ่มถูกลงตลอดจนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งมือถือ สมาร์ทโฟน โทรทัศน์แอลซีดีไอแพด เกมส์ ฯลฯ ได้อย่างง่ายดายมากขึ้น ดังนั้นคน Gen Y จึงเกิดมาพร้อมกับยุคเทคโนโลยีที่เพียบพร้อมทั้งอุปกรณ์ไอทีและอินเทอร์เน็ตเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้ง่ายและรวดเร็ว ด้วยสภาพแวดล้อมที่เกิดมาท่ามกลางเทคโนโลยีทำให้คนรุ่น Gen Y มีความสามารถด้านการใช้เทคโนโลยีไม่ว่าจะใช้ทำงานติดต่อสื่อสาร แต่ในขณะเดียวกันการให้ความสำคัญกับสังคมรอบข้างก็น้อยลง โดยไปเพิ่มความสำคัญในโลกโซเชียลแทน วิถีชีวิตส่วนใหญ่ผูกพันกับการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นอย่างมาก (ณัฐพล ไยไพโรจน์, 2557) นอกจากนี้ลักษณะนิสัยของคนกลุ่มนี้ยังใจร้อน กล้าแสดงออกกล้าแสดงความคิดเห็น มีความคิดเป็นตัวของตัวเอง ชอบความท้าทาย ไม่ชอบการขู่ขู่ขู่บังคับ หากเจอพ่อแม่หรือผู้ใหญ่ที่ชอบบังคับหรือไม่เข้าใจในตัวตนก็มักจะมีอาการไม่พอใจ มีค่านิยมที่ต่างจากคนรุ่นก่อนทั้งในเรื่องการดำเนินชีวิตและการทำงานการเข้าถึงทางการตลาดด้วยสื่อมวลชนแบบดั้งเดิมที่เคยประสบความสำเร็จกับคนยุคก่อนไม่สามารถนำมาใช้ได้กับคนยุคนี้ บริษัทต้องผลักดันความคิดสร้างสรรค์ทั้งด้านการใช้สื่อและการส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อจับคนกลุ่มนี้ การสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด (Event Sponsorship) และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นเพียงแค่วิธีการส่วนหนึ่งที่นักการตลาดใช้เพื่อหาวิธีการเชื่อมต่อกับคนกลุ่มนี้ เพลงและแฟชั่นมักเป็นจุดสัมผัสหลัก คนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มแรกที่เติบโตมากับโอกาสในอาชีพการงานอย่างเต็มที่สำหรับเพศหญิง ด้วยรายได้สองเท่าจากมาตรฐาน มีครอบครัวหลากหลายประเภทที่ถูกมองเป็นเรื่องปกติธรรมดา ทั้งในแง่สัญชาติและวัฒนธรรม มีคอมพิวเตอร์ที่บ้านและโรงเรียนและมีอินเทอร์เน็ต คนกลุ่มนี้เติบโตมากับการหย่าร้างที่ถือเป็นเรื่องปกติ โรคเอดส์ การรั่วที่อยู่ ยาเสพติด อันตราย ความรุนแรงและเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน (Paul, 2001) Gen Y มีความเป็นอิสระอย่างสูง กล้าแสดงออก พึ่งพาตนเอง เต็มไปด้วยอารมณ์ความรู้สึกและแสดงออกอย่างฉลาด มีนวัตกรรมและอยากรู้อยากเห็น พวกเขาเข้าใจว่าโฆษณาทำออกมาเพื่อขายผลิตภัณฑ์และมักไม่ตอบสนองต่อโฆษณาชวนเชื่อทางการตลาดนั้น พวกเขาชอบโฆษณาที่ใช้อารมณ์ขันหรือเหน็บแนมแล้วมีองค์ประกอบที่เป็นความจริงอยู่ในโฆษณานั้น พวกเขาชอบผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นมาจากเฉพาะเจาะจงเพื่อความต้องการอันเป็นเอกลักษณ์ของพวกเขา ชื่อเสียงของตราสินค้ามีความสำคัญสำหรับพวกเขา Gen Y เชี่ยวชาญในอินเทอร์เน็ต อีเมล โทรศัพท์มือถือ และการส่งข้อความเพื่อสื่อสาร มากกว่า 90 เปอร์เซ็นต์สื่อสารออนไลน์ ซึ่งมากกว่าในยุคก่อนๆ มา โฆษณาที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็น Gen Y ต้องลงสื่อที่เหมาะสม การแสดงภาพเชื้อชาติที่หลากหลายในโฆษณาเป็นเรื่องปกติ โฆษณาที่แสดงถึงคนเชื้อชาติเดียวเป็นเรื่องที่ดูไม่เป็นธรรมชาติสำหรับ

พวกเขา สื่อที่สำคัญเท่ากันกับการโฆษณาคือการประชาสัมพันธ์และการสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด (Hawkins and Mothersbaugh, 2016)

Gen Y รับข่าวสารแบบ “ใช้สื่อใหม่ ไว้ใจสื่อดั้งเดิม” กลุ่มนี้รับข่าวสารผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ หรือโซเชียลมีเดียบ่อยที่สุด รองลงมาคือสื่อโทรทัศน์เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันข่าว หนังสือพิมพ์และวิทยุ ตามลำดับ (Smart SME, 2559) แม้จะรับข่าวสารทางสื่อใหม่มากแต่ให้ความเชื่อถือในสื่อโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์มากกว่าข่าวสารจากสื่อใหม่ แต่มีแนวโน้มที่จะเชื่อถือในสื่อใหม่มากขึ้น สำหรับต้นตอข่าวทางออนไลน์ที่ Generation Y รับข่าวสารบ่อยคือ สำนักข่าวที่ไม่เป็นทางการและรับข้อมูลข่าวสารจากคนใกล้ชิด บ่อยครั้งกว่าสำนักข่าวที่เป็นทางการ (Positioning, 2559) และ 53.7% คิดว่าข่าวสารที่รับจากในสื่อใหม่นั้นมีการนำเสนอข่าวการเมืองและประเด็นสำคัญทางสังคมหลายด้านส่วนประเภทข่าวที่ Gen Y รับชมได้แก่ข่าวบันเทิง 57.2% ข่าวเหตุการณ์สำคัญ 51.6% และข่าวกีฬา 37.2% (สพทอ, 2560)

### สรุปความเชื่อมโยงของประเด็นที่ศึกษา

เห็นได้ว่าการศึกษาลักษณะพฤติกรรมของคนใน Generation ต่างๆ ถือเป็นสิ่งสำคัญ ในการวิจัยนี้ แนวคิดเรื่อง Generation ทำให้ทราบว่าผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว (อายุ 34–50 ปี) นั้นอยู่ใน Generation X และ Y ซึ่งถือเป็นกลุ่มที่ใช้เทคโนโลยีเป็น มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อใหม่ แม้จะยังเชื่อถือข่าวสารจากสื่อดั้งเดิมอยู่ก็ตาม

## 6. ทฤษฎีการเดินทางของผู้บริโภค (Consumer Journey Map)

Young (2010) กล่าวไว้ว่า เส้นทางของผู้บริโภค คือ พื้นฐานที่สำคัญในการสร้างกลยุทธ์ด้านการวางแผนสื่อให้กับตราสินค้า ในโลกของสื่อยุคใหม่นั้นนักการตลาดพัฒนากลยุทธ์มากมายเพื่อให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วมโดยตรงมากขึ้นในขั้นตอนต่างๆ ที่ส่งผลต่อการซื้อ เส้นทางของผู้บริโภคประกอบไปด้วยขั้นตอนที่ส่งอิทธิพลต่อตราสินค้านี้: การตระหนักรู้ (Awareness) ในผลิตภัณฑ์หรือบริการ, ความเกี่ยวพัน (Involvement), การพิจารณาอย่างกระตือรือร้น (Active Consideration), การซื้อ/การเปลี่ยน (Purchase/Conversion), การบริโภค/การใช้ (Consumption/Usage), ความสัมพันธ์ในการสร้างและสนับสนุน (Relationship Building and Advocacy)

เป็นเรื่องสำคัญที่จะต้องค้นหาข้อมูลเชิงลึกของผู้บริโภคในแต่ละขั้น ผลิตภัณฑ์หรือบริการทุกอันมีขั้นตอนพื้นฐานที่เหมือนกัน แต่ตราสินค้าในประเภทเดียวกันจะมีอุปสรรคที่แตกต่างกัน ดังนั้น ความสัมพันธ์ของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าอาจจะไม่จบด้วยการซื้อเสมอไป ทั้งนี้ การสนับสนุนจะทำให้เกิดการเริ่มวงจรอีกครั้งเมื่อผู้บริโภคแนะนำผลิตภัณฑ์หรือบริการไปยังผู้อื่นต่อ

- การตระหนักรู้ เป็นขั้นตอนแรก เมื่อผู้บริโภคค้นพบผลิตภัณฑ์หรือบริการที่อาจแก้ปัญหาที่พวกเขาไม่เคยรู้ว่าตนเองมีมาก่อน อาจจะเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทใหม่ ผลิตภัณฑ์ใหม่เลย ตราสินค้าใหม่

หรือหน้าที่บทบาทที่ปรับปรุงใหม่ ขั้นตอนนี้มุ่งไปที่การสร้างภาพให้เห็นและการจดจำ การสร้างการตระหนักรู้ให้ตราสินค้าจะช่วยสร้างรายได้ให้อย่างมากถ้าตราสินค้านั้นใหม่ มีผลประโยชน์ใหม่หรือความคิดใหม่ที่จะสื่อสารออกไป อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการสร้างการตระหนักรู้จะไม่ได้เป็นการรับรองถึงยอดขาย แต่ก็สามารถสร้างรายได้เป็นอย่างมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้ากลุ่มเป้าหมายใหญ่เป็นวงกว้าง การตั้งการตระหนักรู้ให้เป็นเป้าหมายทางการสื่อสารจึงเป็นการตัดสินใจทางกลยุทธ์ที่สำคัญ

- *ความเกี่ยวพัน* เมื่อผู้บริโภคเริ่มคุ้นเคยและมีความสนใจมากขึ้นต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ พวกเขาจะเริ่มมีความเกี่ยวพัน ขั้นตอนนี้เป็นเพียงแค่ “การมอง” เมื่อผู้บริโภคพบว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นใช่สิ่งที่พวกเขาต้องการจึงยอมเปิดรับการโน้มน้าว ในจุดนี้ผู้บริโภคต้องการประสบการณ์และข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
- *การพิจารณาอย่างกระตือรือร้น* เมื่อเข้ามามีส่วนร่วมแล้ว ผู้บริโภคต้องการที่จะรู้มากขึ้น พวกเขาทำการบ้าน โดยอาจจะขอผลิตภัณฑ์มาทดลองแล้วค้นหาสิ่งที่สร้างมาเพื่อพวกเขา ในขั้นตอนนี้เป็นการทำให้ตราสินค้าอยู่ในรายการของผู้บริโภค ทำที่สุดแล้วเป็นการเพิ่มความชอบในตราสินค้าและเกิดความตั้งใจที่จะซื้อ การพิจารณาอย่างกระตือรือร้นหมายความว่าผู้บริโภคจะสำรวจเปรียบเทียบว่า “ทำไม ก จึงดีกว่า ข”
- *เปลี่ยนเป็นการซื้อ* เวลาที่ผู้บริโภคตัดสินใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการเฉพาะอย่างแต่ยังไม่ได้จ่ายเงินคือเวลาที่นักวางแผนต้องเปลี่ยนการตัดสินใจนั้นให้เป็นการซื้อให้ได้ ถือเป็นจุดแห่งพันธสัญญา
- *การบริโภค/การใช้* คือประสบการณ์ของผู้บริโภค เป็นจุดที่ผู้บริโภคค้นพบว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการส่งมอบสิ่งที่สัญญาให้และพวกเขาตัดสินใจว่าจะชอบมันหรือไม่
- *การสร้างความสัมพันธ์* จากมุมมองด้านธุรกิจการสร้างความสัมพันธ์คือการขายอีกครั้งด้วยการสนับสนุนให้เกิดการซื้อซ้ำหรือการขยายข้ามประเภท เป็นการสร้างการเชื่อมโยงกับผู้บริโภคและตอกย้ำว่าพวกเขาตัดสินใจเลือกได้ถูกต้องแล้ว เป็นเรื่องสำคัญที่จะต้องเข้าใจสัญญาและข้อตกลงที่ทำกับลูกค้า แล้วส่งมอบสิ่งที่มีมากกว่าสิ่งที่ได้สัญญาไว้
- *การสนับสนุน* ผู้บริโภคในปัจจุบันประกาศสิ่งที่สนับสนุนตราสินค้าออกไป เป็นการสร้างและเปิดทางให้เกิดการสื่อสารแบบปากต่อปากและการแนะนำต่อ

ในยุคดิจิทัลการดึงให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมและเกี่ยวพันซึ่งเป็นขั้นตอนถัดมาในเส้นทางของผู้บริภคนี้มีความสำคัญมากกว่าการตระหนักรู้ในขั้นแรก Google และการค้าอิเล็กทรอนิกส์เชิงพาณิชย์ (Ecommerce) ช่วยดึงให้ผู้บริโภคพิจารณาและเกิดการซื้อ Facebook, Twitter และเว็บไซต์อื่นๆ ช่วยให้ผู้บริโภคมีเสียงมากขึ้นในขั้นตอนสุดท้ายที่เป็นการสนับสนุน บริษัทเริ่มมีความชำนาญในการสร้างเนื้อหาให้เข้ากับสื่อแต่ละรูปแบบซึ่งส่งผลต่อขั้นตอนที่แตกต่างในเส้นทางของผู้บริโภค การทำความเข้าใจว่ากลยุทธ์ใดควรนำไปใช้ในขั้นตอนใดของเส้นทางจะช่วยนักการตลาดให้เข้าถึงผู้บริโภคได้

เมื่อจะต้องตัดสินใจในบทบาทของการสื่อสาร สิ่งที่ต้องคำนึงคือ ขั้นตอนใดในเส้นทางของผู้บริโภคที่เราต้องการมุ่งเป้าหมายไป เราจะขยายศูนย์กลางทางความคิดในการสื่อสารได้อย่างไร และเราจะสร้างความแตกต่างได้อย่างไร จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นภาพประมาณการณ์ของการใช้สื่อที่แตกต่างและผลกระทบในขั้นตอนที่ต่างกันของเส้นทางของผู้บริโภค เหตุที่เป็นการประมาณการณ์เพราะเป็นการกำหนดที่นิยมใช้กันโดยทั่วไป ซึ่งช่วยในการตัดสินใจบทบาทที่แต่ละจุดสัมผัส (Touch Point) ต้องการเพื่อให้ได้ภาพรวมทั้งหมด ยกตัวอย่างเช่น บทบาทของโทรทัศน์เพื่อสร้างการตระหนักรู้ บทบาทของสื่อออนไลน์เพื่อให้เกิดความรู้ แต่ละสื่อต้องมีความเฉพาะเจาะจงและกำหนดบทบาทเพื่อแสดงในแผนการสื่อสารโดยรวม กลยุทธ์ในการสร้างจุดสัมผัสของการเลือกสื่อทำได้โดยการกำหนดบทบาททางการสื่อสารที่ชัดเจน ซึ่งควรนำข้อมูลเชิงลึกของผู้บริโภคกับเป้าหมายทางการสื่อสารมาสร้างเป็นกลยุทธ์จุดสัมผัส อาจเริ่มจากการเพิ่มความเกี่ยวพันโดยขยายความคิดสร้างสรรค์ผ่านสื่อเฉพาะที่เลือกมา แล้วดึงให้เกิดการพิจารณาอย่างกระตือรือร้นด้วยจุดสัมผัสที่ส่งอิทธิพลต่อนักซื้อในเวลาใกล้เคียงกับเวลาที่พวกเขาซื้อ

	จุดสัมผัสที่แข็งแกร่งในขั้นตอนต่างๆ บนเส้นทางของผู้บริโภค						
	รับรู้	เกี่ยวพัน	พิจารณาอย่างกระตือรือร้น	ซื้อ	บริโภค	สร้างความสัมพันธ์	สนับสนุน
โทรทัศน์				←→		←→	←→
หนังสือพิมพ์	←→		←→				←→
นิตยสาร	←→		←→	←→			←→
วิทยุ	←→	←→					
สื่อกลางแจ้ง	←→	←→					←→
กิจกรรมทางการตลาด โฆษณา ณ จุดขาย การตลาดแบบกองโจร	←→			←→	←→		
ออนไลน์	←→	←→	←→	←→		←→	←→
เว็บไซต์			←→	←→		←→	
สื่อสังคมออนไลน์	←→	←→					
การค้นหาลง ออนไลน์				←→	←→		
การตลาดในร้านค้า ปลีก				←→	←→	←→	
โทรศัพท์เคลื่อนที่		←→	←→	←→		←→	



จุดแข็งหลัก



จุดรองหรือสื่อสนับสนุน

ตารางที่ 1: การใช้สื่อที่แตกต่างและผลกระทบในขั้นตอนที่ต่างกันของเส้นทางของผู้บริโภค (Young, 2010)

### การใช้ยุทธวิธีทางดิจิทัลในเส้นทางของผู้บริโภค

หนึ่งในบทบาทสำคัญของกลยุทธ์ออนไลน์คือการแยกแยะขั้นตอนเส้นทางของผู้บริโภคที่มีการสื่อสารเกิดขึ้น ในตารางที่ 2 เป็นการแสดงให้เห็นว่าสื่อดิจิทัลที่จำเป็นสำหรับสื่อสารตราสินค้าในขั้นตอนที่แตกต่างกันของเส้นทางผู้บริโภคเป็นอย่างไร

ตัวอย่างยุทธวิธีทางดิจิทัล						
รับรู้	เกี่ยวพัน	พิจารณาอย่างกระตือรือร้น	ซื้อ	บริโภค	สร้าง ความสัมพันธ์	สนับสนุน
-ป้ายโฆษณาบนเว็บไซต์อย่างดี, สื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มาก และ เฉพาะเจาะจง	-สร้าง ประสบการณ์ตราสินค้าที่ส่งเสริมความคิดในตราสินค้า	-ค้นหาโฆษณา-แผนโฆษณาออนไลน์เพื่อโน้มน้าวความสนใจและดึงให้เข้ามาในเว็บตราสินค้า	-ลดงบประมาณค่าใช้จ่ายในการขาย -แจกคู่มือในออนไลน์ เว็บไซต์ขายของ	-ดึงให้เกิด การทดลอง และแจกของ ตัวอย่าง -สร้างการใช้ตราสินค้าที่เสริมประสบการณ์ในผลิตภัณฑ์	-แผนการตลาดทางอีเมล -สร้างข้อมูลลูกค้าและบทสนทนา -Facebook Fan pages -สร้างเนื้อหาที่ดึงให้เกิดกิจกรรมในชุมชนตราสินค้า	-ดึงให้ลูกค้าสนับสนุนช่วยบอกต่อ
-ขยาย/ผลานกับกิจกรรมสื่อดั้งเดิม	-ขยาย กิจกรรมทางการตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น					
-แผนให้หน้าม้าบอกปากต่อปาก						
-ไวรัลวิดีโอ						
-ออนไลน์วิดีโอ						

ตารางที่ 2: การใช้ยุทธวิธีดิจิทัล (Young, 2010)

#### สร้างการตระหนักรู้

วางสื่อที่ดีในเว็บที่มีผู้ใช้ถึงสูง

สื่อออนไลน์ไม่จำเป็นว่าจะต้องเป็นสื่อแรกที่นักวางแผนสื่อจะนึกถึงเมื่อต้องการสร้างการตระหนักรู้ โทรทัศน์และหนังสือพิมพ์อาจจะเป็นสื่อที่ได้ผลกว่าในขั้นนี้ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันสื่อออนไลน์สามารถสร้างการเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างน่าประทับใจ

ขยาย/ผลานกับกิจกรรมสื่อดั้งเดิม

แน่นอนว่าไม่มีแผนการโฆษณาดิจิทัลที่ดำเนินการโดยแยกออกจากสื่ออื่นๆ โดยสิ้นเชิง และในหลายกรณีสื่อดิจิทัลช่วยสนับสนุนหรือขยายสื่อดั้งเดิม

แผนให้หน้าม้าบอกปากต่อปาก (Word of Mouth)

หนึ่งในจุดแข็งของสื่อดิจิทัลคือความสามารถในการสื่อสารแบบปากต่อปาก พลังของการโฆษณาออนไลน์ที่จะให้ผู้บริโภคกระจายสารทางการตลาดของตราสินค้าออกไปนั้นยิ่งใหญ่มากถ้าพัฒนาด้วยความคิดที่แข็งแกร่ง

#### *แผนการตลาดแบบไวรัส (Viral)*

ในโลกของสื่อไวรัสหรือการแพร่กระจายแบบไวรัส ความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่สำคัญมาก แผนการโฆษณาไวรัสส่วนใหญ่สร้างโดยทีมสร้างสรรค์ของบริษัทตัวแทนโฆษณา อย่างไรก็ตาม ด้วยการที่วิดีโอถูกโหลดลงใน YouTube ทุกนาที่ตลอด 24 ชั่วโมง โอกาสที่จะทำการตลาดแบบไวรัสให้สำเร็จจึงค่อนข้างน้อย แต่ก็คุ้มค่าที่จะทำ ความสวยงามของแผนการตลาดแบบไวรัส คือ เมื่อผู้ชมพบว่าเนื้อหานั้นมีความบันเทิงและสนุกสนาน แผนการตลาดแบบไวรัสที่ดีที่สุดนั้นผู้บริโภคหลายๆ คนไม่แม้กระทั่งจะมองว่าเป็นการโฆษณา

#### *สร้างความเกี่ยวพัน*

##### *สร้างประสบการณ์ตราสินค้าที่ส่งเสริมความคิดในตราสินค้า*

เป็นการก้าวข้ามการตระหนักรับรู้ไปสู่การสร้างประสบการณ์หรือโอกาสที่ทำให้ผู้บริโภคมีความคุ้นเคยมากขึ้นหรือมีความชอบต่อตราสินค้า การสร้างประสบการณ์นั้นเป็นการสนับสนุนสิ่งที่ตราสินค้านำเสนอ ซึ่งทำได้หลายวิธีในสื่อดิจิทัล วิธีหนึ่งคือการสร้างการโต้ตอบและให้มีความเกี่ยวข้องกับผู้บริโภคมากขึ้น อีกวิธีคือการขยายความคิดสร้างสรรค์จากสื่อโทรทัศน์เพิ่มเติมมาที่สื่อดิจิทัล

##### *ขยายกิจกรรมทางการตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น*

ในอดีตการสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดเป็นประสบการณ์ที่มอบให้เฉพาะผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมนั้น และต้องมีการจ้างคนให้เข้าร่วมเพื่อหวังให้เกิดการประชาสัมพันธ์ตามมา อินเทอร์เน็ตช่วยสร้างเนื้อหาให้กับสื่อที่ตราสินค้าเป็นเจ้าของ (Owned Media) ที่สามารถพบได้และแจกจ่ายไปยังผู้ชมที่กว้างขึ้น ประหยัดงบประมาณมากขึ้น

#### *เพิ่มการพิจารณาอย่างกระตือรือร้น*

##### *ใช้การค้นหาในสื่อออนไลน์เพื่อเพิ่มการพิจารณาอย่างกระตือรือร้น*

เมื่อผู้บริโภคเห็นโฆษณาแล้ว ในทางอุดมคติพวกเขาจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือใส่ตราสินค้าเข้าไปในรายการซื้อของตน แต่โดยทั่วไปแล้วตราสินค้าต้องการให้ผู้บริโภคมีความพร้อมในการพิจารณาและค้นคว้าในผลิตภัณฑ์ อาจจะเป็นการเข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์หรือตรวจสอบคำแนะนำผลิตภัณฑ์ของผู้อื่น อ่านบทความหรือเปรียบเทียบกับเว็บไซต์อื่นๆ และนั่นทำให้การค้นหาในสื่อออนไลน์เป็นหนึ่งในสื่อที่มีพลังมากที่สุดในการเพิ่มการพิจารณาอย่างกระตือรือร้นซึ่งอำนวยความสะดวกในการค้นหาเพื่อช่วยให้ตราสินค้าไปอยู่ในรายการซื้อและนำทางให้เกิดกระบวนการซื้อ การค้นหาที่ต้องชำระเงิน (Paid Search) ถูกนิยมใช้อย่างกว้างขวางในการค้าอิเล็กทรอนิกส์เชิงพาณิชย์ หรือเพื่อเพิ่มจำนวนคนที่มาเข้าเว็บไซต์ แต่การใช้เว็บไซต์ในแผนการโฆษณาเริ่มกลายเป็นเรื่องปกติ หนึ่งในเหตุผลก็คือผู้บริโภคนั้นใช้สื่ออย่างหลากหลาย เช่น การใช้สื่อออนไลน์ขณะชมโทรทัศน์ โฆษณาทางโทรทัศน์เป็นสื่อที่ตั้งใจให้ผู้บริโภคเข้าไปค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมในสื่อออนไลน์มากที่สุด

##### *ทำไมจึงต้องใช้การค้นหาที่ต้องชำระเงิน*

บริษัทหลายรายไม่ลงทุนในการค้นหาที่ต้องชำระเงิน เพราะคิดว่าถ้าผู้บริโภคสามารถค้นหาเว็บไซต์โดยไม่ต้องชำระเงินหรือเป็นการค้นหาตามธรรมชาติ(Natural Search) แล้ว ทำไมจึงต้องเสียค่าใช้จ่ายในสิ่งนี้ แต่การค้นหาที่ต้องชำระเงินนั้นมีคุณค่าดังนี้

#### *ช่วยสร้างตราสินค้า*

การค้นหาที่ต้องชำระเงินเพิ่มการตระหนักรู้ในตราสินค้าและความตั้งใจในตราสินค้า งานวิจัยโดย Google และ MetrixLab แสดงให้เห็นว่าการผสมผสานการเปิดรับสื่อที่ต้องชำระเงินและผลของการคลิกไปที่การเชื่อมต่อสามารถเพิ่มการตระหนักรู้ในแผนโฆษณาได้ 20 เปอร์เซ็นต์และตราสินค้าได้ 19 เปอร์เซ็นต์ และเนื่องจากนักการตลาดชำระเงินเฉพาะค่าคลิก ดังนั้น ผู้บริโภคที่เปิดรับต่อตราสินค้าซึ่งไม่ได้คลิกจึงถือเป็นรางวัลพิเศษ (O'Connell and Hulsebos, 2009)

#### *การค้นหาที่ต้องชำระเงินและการค้นหาตามธรรมชาติส่งมอบผู้ใช้ที่แตกต่างกัน*

งานวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคที่มาจากการค้นหาที่ต้องชำระเงินมักจะไปในขั้นตอนถัดไปของเส้นทางผู้บริโภค โดย 61 เปอร์เซ็นต์ มักจะซื้อมากกว่าการค้นหาโดยธรรมชาติ และเพื่อค้นหาข้อมูลกับมองหาข้อตกลงในการซื้อขาย (O'Connell and Hulsebos, 2009)

#### *ป้องกันการละเมิด*

องค์กรที่ชื่อ Hitwise ซึ่งเป็นองค์กรที่วิจัยเกี่ยวกับเว็บไซต์แนะนำว่าตราสินค้าชั้นนำในการค้าอิเล็กทรอนิกส์เชิงพาณิชย์ สูญเสียผู้เข้าชมเจ็ดรายในสิบรายให้กับการหันไปค้นหาตราสินค้าคู่แข่ง (Quinton, 2006)

#### *จุดหมายปลายทางที่เว็บตราสินค้า*

เว็บไซต์หรือตราสินค้าที่นำเสนอในเว็บสื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้เกิดการพิจารณาตราสินค้าอย่างกระตือรือร้น บ่อยครั้งที่บทบาทของทีมงานแผนสื่อต้องดึงผู้ใช้ให้เข้ามาที่เว็บไซต์ เมื่อต้องการทบทวนประสิทธิภาพของเว็บไซต์ตราสินค้าให้ถามคำถามต่อไปนี้

มันช่วยขยายตราสินค้าหรือไม่? มีประเด็น บุคคลคลิก ข้อเสนอที่แตกต่างหรือไม่ มันช่วยนำเสนอส่วนประกอบและคุณภาพของตราสินค้าหรือไม่

มันมีคำตอบในคำถามที่กลุ่มเป้าหมายถามบ่อยที่สุดหรือไม่? โดยหลักแล้วเว็บไซต์ช่วยดึงให้พิจารณาในตราสินค้าหรือค้าขายเชิงพาณิชย์ ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องจัดการคำถามที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอาจจะถามเพื่อโน้มน้าวไปสู่ตราสินค้า

มันช่วยเพิ่มลูกค้าคาดหวังหรือไม่? เว็บไซต์ช่วยสนับสนุนการโต้ตอบต่อไปหรือไม่ สนับสนุนให้ได้รับรายละเอียดเพื่อติดต่อลูกค้าต่อไปหรือไม่

มันเปลี่ยนลูกค้าคาดหวังมาเป็นลูกค้าของเราหรือไม่? มันช่วยเพิ่มการพิจารณาไปสู่ขั้นถัดไปของเส้นทางผู้บริโภคหรือไม่?

#### *ดึงให้เกิดการซื้อ*

สมรรถนะออนไลน์ทำการตลาดผ่านการค้นหา การแสดงบนหน้าจอ การเข้าร่วมกับโปรแกรมหรือเครือข่ายโฆษณาเป็นสิ่งที่นักวางแผนสื่อดิจิทัลและฝ่ายจัดซื้อสื่อต้องทำงานร่วมกัน การใช้ยุทธวิธีที่เหมาะสม

ของโปรแกรมการตลาดทางตรง การแจกคูปองอิเล็กทรอนิกส์เป็นวิธีที่นิยมใช้มากขึ้นในการแจกจ่ายการลดราคาหรือของขวัญของแจกให้กับลูกค้า ผลประโยชน์ที่ดีกว่าการใช้กระดาษคือการประหยัดค่าใช้จ่ายเช่นเดียวกันกับความสามารถที่จะแจกคูปองที่นำเสนอได้อย่างตรงจุดไปสู่มือลูกค้า หรืออาจส่งไปยังลูกค้าทางอีเมลหรือผ่านเว็บไซต์ที่เฉพาะเจาะจง นอกจากนี้การค้าเชิงพาณิชย์ทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ก็สามารถนำเสนอโอกาสที่จะสร้างยอดขายได้อย่างมาก

#### การบริโภค

สื่อดิจิทัลสามารถสร้างให้เกิดการบริโภคหรือสนับสนุนให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ในตราสินค้า

#### การสร้างความสัมพันธ์

สื่อออนไลน์ถูกใช้อย่างมากมายหลายวิธีเพื่อรักษาบทสนทนาและความสัมพันธ์กับลูกค้า วิธีที่ใช้มากที่สุดคือโปรแกรมการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer-Relationship Management – CRM) ซึ่งต้องพึ่งพาการสร้างฐานข้อมูลลูกค้าและการสื่อสารอย่างต่อเนื่องผ่านทางอีเมลเป็นอย่างมาก เครือข่ายสังคมออนไลน์ การอภิปรายสนทนา กลุ่มและบล็อก ถูกแทรกซึมโดย eCRM เกือบจะทุกตราสินค้าต้องมี fan page บน Facebook และมีที่อยู่ใน Twitter และแน่นอนว่าไม่ใช่ทุกตราสินค้าจะมีผู้ติดตามเป็นล้านราย สิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับเว็บไซต์เหล่านี้คือเนื้อหา ไม่ว่าจะสร้างโดยตราสินค้าหรือสมาชิกผู้ติดตาม เนื้อหาจะต้องมีประโยชน์ ให้ความบันเทิงและปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ จึงจะสรรหาผู้ติดตามเข้ามาให้ได้

#### ขยายการสนับสนุน

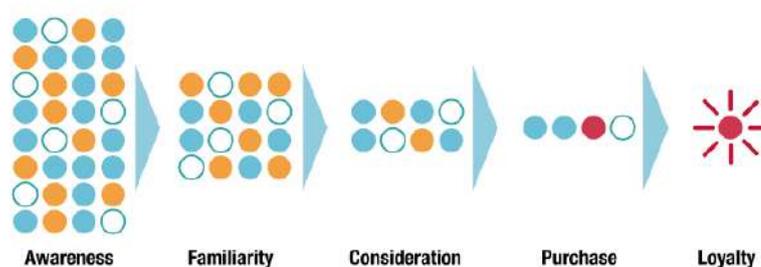
การบอกปากต่อปากเป็นวิธีการที่สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ช่วยเพิ่มให้เกิดการสนทนาในตราสินค้า และบอกต่อไปเรื่อยๆ

กล่าวโดยสรุปได้ว่าสื่อดิจิทัลช่วยให้เกิดบทสรุปในการสื่อสารเพื่อดึงดูดยุทธศาสตร์การใช้สื่อในตราสินค้าผ่านวิธีการที่หลากหลายแง่มุมของเส้นทางผู้บริโภค จากการตระหนักกับรู้ไปสู่การสนับสนุน สิ่งที่สำคัญคือแม้ว่ามันจะสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพอย่างมาก แต่การสื่อสารแบบนี้ต้องมีบทบาทที่ชัดเจนในการเป็นส่วนหนึ่งของภาพรวมทั้งหมดของกลยุทธ์การใช้สื่อในตราสินค้า สื่อดิจิทัลที่หลากหลายจากการค้นหาสื่อสังคมออนไลน์จากส่วนรวมไปสู่หนึ่งต่อหนึ่ง สื่อดิจิทัลในฐานะช่องทางการสื่อสารยังคงเป็นโอกาสที่จะสร้างสรรค์ ใช้เทคโนโลยีและความคิดใหม่ๆ เพื่อสร้างประสบการณ์ในการโต้ตอบให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย

ในขณะที่ Court, D., Elzinga, D., Mulder, S. and Vetvik, O. (2017) มองว่าการเดินทางของผู้บริโภค (Customer Journey) คือ การทำความเข้าใจว่าผู้บริโภคนั้นมีขั้นตอนที่ขั้นตอนที่จะเข้าถึงผ่านทาง การตลาดต่าง ๆ ซึ่งทำให้นักการตลาดหรือคอนวางแผนทางกลยุทธ์สามารถทำงานได้ง่ายขึ้นว่าแต่ละขั้นตอนจะทำอะไรบ้างและใช้สื่ออะไร ถือเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญต่อการตลาดเป็นอย่างมาก เนื่องจากทำให้นักการตลาดสามารถออกแบบสื่อทางการตลาดที่ควรจะใช้ในแต่ละขั้นตอนและทำให้เตรียมตัวหรือสร้างเครื่องมือเพื่อตอบสนองความต้องการหรือกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความต้องการขึ้นมาได้ ทำให้ผู้บริโภคซื้อหรือกลายมาเป็นสื่อของแบรนด์และบอกต่อไปอีก

การตลาดในอดีตมักจะมีเพียงแค่ 4Ps คือพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product) ออกมาให้ตอบสนองผู้บริโภค ตั้งราคา (Price) รอให้ผู้บริโภคมาซื้อ หาช่องทาง (Place) ที่วางขายสินค้า และจัดการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคให้มาซื้อมากขึ้น แต่ปัจจุบันผู้บริโภคฉลาดมากขึ้น มีข้อมูลมากขึ้นจากในอดีตการเดินทางของผู้บริโภคเป็นเส้นตรงง่ายๆ ไม่ซับซ้อน เพราะมีสื่อไม่มากโดยจะเป็นการดำเนินการผ่านสื่อของผู้บริโภคในแบบเส้นทางเดียวจากต้นจนจบ (Single Journey) ทำให้การวางแผนสื่อมักจะมีคามง่ายโดยสื่อหรือเครื่องมือทางการตลาดที่จะใช้นั้นจะมีความเฉพาะเจาะจงและสินค้ายิ่งมีตัวเลือกน้อยในการหาข้อมูล ทำให้การพิจารณาในการซื้อนั้นสามารถทำได้ง่ายกว่าปัจจุบัน

ตามทฤษฎีการเดินทางของผู้บริโภคแบบดั้งเดิม (Traditional Customer Journey) นั้นขั้นตอนการซื้อของผู้บริโภคแบ่งออกได้เป็น 5 ขั้นตอนคือ เมื่อผู้บริโภครับรู้ (Awareness) ถึงสินค้าจากสื่อโฆษณาต่างๆ และเริ่มมีความคุ้นเคย (Familiarity) กับ Brand นั้นๆ ก็จะพิจารณา (Consideration) ว่าจะซื้อหรือไม่ มีการเปรียบเทียบกับแบรนด์อื่น และเมื่อตัดสินใจซื้อ (Purchase) ก็จะเกิดการซื้อซ้ำและบอกต่อเกิดเป็นความภักดี (Loyalty) เป็นการเดินทางแบบเส้นทางเดียว (Court, D. et al., 2017)



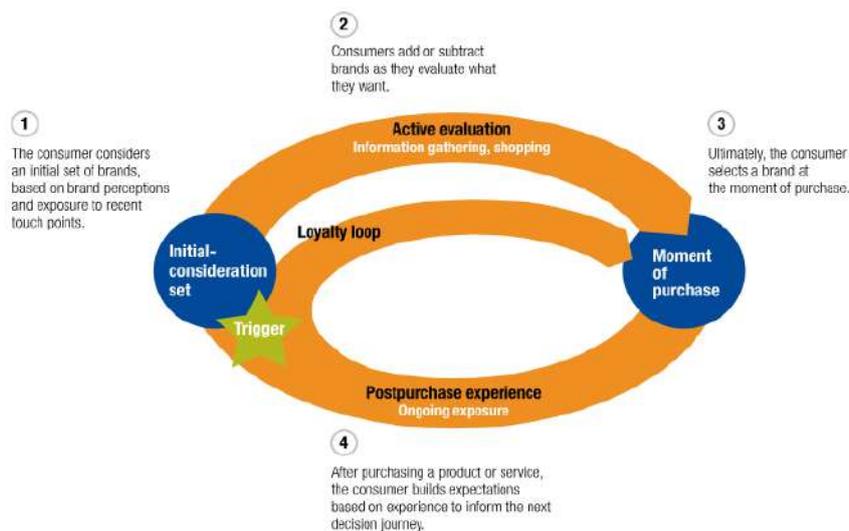
แผนภาพที่ 3: ขั้นตอนการซื้อของผู้บริโภค (Court, D. et al., 2017)

แต่เมื่อสื่อออนไลน์เริ่มเข้ามามีบทบาทในการเดินทางของผู้บริโภคจึงมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก การเข้ามาของสื่อออนไลน์ในช่วงยุคแรก ๆ นั้นนำเข้ามาปรับเปลี่ยนและผสมผสานกับการใช้ของการเดินทางของผู้บริโภคแบบเก่าจากผังการเดินทางของผู้บริโภคนี้จะเห็นการเปลี่ยนแปลงที่สอดคล้องเครื่องมือออนไลน์เข้าไปในการเดินทางของผู้บริโภคนั้น ๆ เข้าไปอย่างแนบเนียนกับการเดินทางเส้นทางเดียวแบบเก่าได้ทันที ซึ่งนักการตลาดหรือคนวางแผนกลยุทธ์ในยุคแรก ๆ ของการมาถึงของสื่อออนไลน์นั้นคิดว่าการทำแบบเดิมจะสามารถทำให้ผู้บริโภคสามารถอยู่ในแผนหรือการเดินทางที่จะซื้อสินค้าได้ (Court, D. et al., 2017)



แผนภาพที่ 4: การสอดแทรกเครื่องมือออนไลน์เข้าไปในการเดินทางของผู้บริโภค (Court, D. et al., 2017)

แต่ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก เพราะผู้บริโภคเข้าถึงสื่อมากและเข้าถึงข้อมูลมาก รวมทั้งการซื้อที่ไม่ได้มีขีดจำกัดแค่ต้องไปซื้อที่ร้านค้าหรือโทรสั่ง แต่สามารถซื้อเมื่อไหร่ก็ได้ในทันที ทำให้การเดินทางของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากอีกครั้ง การเดินทางของผู้บริโภคอาจจะมีไม่จำกัดอีกต่อไป และไม่สามารถบอกได้เลยว่า กลไกการรับรู้จนถึงการเกิดความภักตินั้นจะเกิดที่สื่ออะไรได้ เพราะสามารถเกิดขึ้นได้ทุกสื่อเนื่องจากการรับสื่อในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ผู้บริโภคทำการตัดสินใจผ่านโลกออนไลน์ แล้วไปสัมผัสสินค้าจริงที่ห้าง แล้วกลับมาตัดสินใจซื้อผ่านสื่อออนไลน์อีกที หรืออาจจะเป็นการสลับแบบนี้ไปมา บางทีก่อนจะซื้อสินค้าบางชนิดยังมีการค้นหาสินค้าได้อีก ทำให้การวางแผนของนักการตลาดหรือนักกลยุทธ์ในปัจจุบันต้องวางสื่อทางการตลาดหรือกลวิธีทางการตลาดให้ครอบคลุมในทุก ๆ จุดสัมผัสของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นมา โดยทำหน้าที่ให้ครบเพื่อที่จะอำนวยความสะดวกของผู้บริโภคได้ (Court, D. et al., 2017)



แผนภาพที่ 5: การเดินทางของผู้บริโภคในปัจจุบัน (Court, D. et al., 2017)

ในปัจจุบันการเดินทางของผู้บริโภคถูกออกแบบมาดังนี้ (Court, D. et al., 2017)

1. Initial Consideration Set คือผู้บริโภคเริ่มทำความรู้จักแบรนด์จากการรับรู้ (Brand Perception) ที่ไม่ใช่แค่การตระหนัก (Brand Awareness) คือไม่ใช่แค่ “รู้จัก” แต่ต้อง “รู้จักดี”
2. Active Evaluation คือช่วงที่ผู้บริโภคเริ่มหาข้อมูลเพื่อมาคัดกรองว่าจะซื้อแบรนด์ใดในท่ามกลางสื่อต่างๆ มากมาย เช่น Social Media, Website, Ads ต่างๆ
3. Moment of Purchase คือจุดที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ
4. Post-purchase Experience คือจุดที่ผู้บริโภคเริ่มประเมินว่าครั้งต่อไปจะซื้ออีกหรือไม่ถ้าไม่มีประสบการณ์ที่ดีพอ ต้องไปเริ่มขั้นที่ 1 ใหม่ แต่ถ้ามีประสบการณ์ที่ดีก็จะกลายเป็นวงแห่งความภักดี (Loyalty Loop) คือครั้งต่อไปจะซื้อเลย ไม่ต้องคิดหรือเปรียบเทียบอีก

ดังนั้นในปัจจุบันนักการตลาดและนักกลยุทธ์ทางการตลาดต้องมีความเข้าใจในเรื่องการเดินทางของผู้บริโภค และทำความเข้าใจว่าผู้บริโภคมีปฏิสัมพันธ์อย่างไรกับสื่อต่าง ๆ ในขั้นตอนต่าง ๆ อย่างไร และต้องวางแผนในการสร้างสื่อในแต่ละขั้นตอนอย่างครบวงจรเพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคหรือทำให้ผู้บริภคนั้นมีเส้นทางที่สั้นที่สุด การสื่อสารกับผู้บริโภคหลากหลายช่องทาง (Omnichannel) โดยเชื่อมโยงช่องทางต่างๆ ให้เป็นหนึ่งเดียว ผสมผสานช่องทางการสื่อสารเหล่านั้นทั้งออนไลน์ (Online) และการขายหน้าร้าน (Offline) เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภคอย่างชาญฉลาดและไร้รอยต่อการใช้เครื่องมือตรวจลักษณะเฉพาะของผู้บริโภค (Consumer Identity) จึงมีความสำคัญ เพื่อที่จะรับรู้ได้ว่าผู้บริภคนั้นอยู่ในขั้นตอนไหนและเพื่อสร้างการตลาดเฉพาะบุคคล (Personalized Marketing) ตอบสนองกลับไปให้ถูก เพื่อที่จะดึงให้เกิดการใช้จ่ายของผู้บริโภคให้เร็วที่สุด เพราะถ้าใช้เวลามากไปจะทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนใจได้ง่ายมากขึ้น

### สรุปความเชื่อมโยงของประเด็นที่ศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้จำเป็นต้องศึกษาว่าผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวนั้นมีขั้นตอนที่ขั้นตอนที่จะเข้าถึงผ่านสื่อทางการตลาดต่าง ๆ เพื่อให้เข้าใจว่าพวกเขาได้ต่อกับสื่อต่าง ๆ ในขั้นตอนต่าง ๆ อย่างไร และเพื่อให้มั่นใจว่าการสื่อสารผ่านกระดานสนทนาในอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งทีพวกเขาตอบรับ จากนั้นจึงวางแผนสร้างกระดานสนทนาที่เหมาะสม เพื่ออำนวยความสะดวกให้พวกเขาหรือทำให้พวกเขานั้นมีเส้นทางที่สั้นที่สุดในการสื่อสาร

## 7. แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อสุขภาพ

การรู้เท่าทันสื่อสุขภาพเป็นสมรรถนะของปัจเจกบุคคลในการแสวงหา รู้จักใช้กระบวนการ และเข้าใจองค์ประกอบของสารสนเทศและบริการสารสนเทศด้านสุขภาพเพื่อการตัดสินใจแก้ปัญหาสุขภาพได้อย่างเหมาะสม (Ratzan & Parker, 2000) สื่ออินเทอร์เน็ตขยายขอบเขตและทำให้สารสนเทศสุขภาพมีจำนวนมากขึ้น ส่งผลกระทบต่อความรู้สารสนเทศและการรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศของผู้รับสารในการสืบค้น การประเมิน

สารสนเทศด้านสุขภาพเพื่อให้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้สูงสุด การวิจัยของ Chew (2015) พบว่าบุคคลใช้สารสนเทศสุขภาพที่สืบค้นได้จากสื่ออินเทอร์เน็ตมาประกอบการตัดสินใจในการดูแลส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดีของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุการเกิดโรคและการรักษา การบริการจัดการสภาวะสุขภาพของตนเอง ข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงานเชี่ยวชาญหรือแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในการรักษาโรคประเภทต่างๆ แต่ด้วยความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของปัจเจกบุคคลที่แตกต่างกันระดับการรู้สารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ทางด้านสุขภาพจึงต่างกันซึ่งส่งผลต่อความสามารถในการดูแลสุขภาพของปัจเจกบุคคลด้วยเช่นกัน (พนิตนาฏ ชำนาญเสื่อและคณะ, 2559)

แนวคิดเกี่ยวกับการรู้สารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ด้านสุขภาพ (eHealth Literacy) ถูกกล่าวถึงมาตั้งแต่ปี 2000 (Stellefson et al, 2011) โดยหมายถึงความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการแสวงหาสืบค้น กำหนดกระบวนการและทำความเข้าใจสารสนเทศสุขภาพเพื่อยกระดับสมรรถนะในการดูแลสุขภาพ (Eng, 2001) การวิจัยของ Neter และ Brainin (2012) ชี้ให้เห็นว่าการรู้สารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ด้านสุขภาพเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภครุ่นใหม่เข้าสืบค้นสารสนเทศด้านสุขภาพทางอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น ในปี 2006 Norman และ Skinner (Norman & Skinner 2006a) พัฒนาเครื่องมือวัดระดับสมรรถนะการรู้สารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ด้านสุขภาพเรียกว่า eHEALS ซึ่งประกอบด้วยตัวชี้วัดการประเมินตนเองแบบบูรณาการจำนวน 8 ข้อ ครอบคลุมการรู้เท่าทัน (Literacy) ในทักษะพื้นฐาน 6 ประการ (Norman & Skinner, 2006b) ได้แก่

๑. การรู้ทักษะพื้นฐานการสื่อสาร (Traditional literacy) คือความสามารถในการฟัง พูด อ่าน เขียนเพื่อการสื่อสารได้เป็นอย่างดี
๒. การรู้สารสนเทศ (Information literacy) ซึ่งเป็นความรู้เกี่ยวกับวิธีการจัดการสารสนเทศ วิธีการค้นหาสารสนเทศและวิธีการใช้สารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ
๓. การรู้หลักการทางวิทยาศาสตร์ (Scientific literacy) หมายถึงความสามารถในการเข้าใจธรรมชาติ เป้าหมาย วิธีการ การประยุกต์ใช้ ข้อจำกัดและยุทธศาสตร์ของการสร้างองค์ความรู้อย่างเป็นระบบ
๔. การรู้เท่าทันสื่อ (Media literacy) อันเป็นความสามารถในการคิดเชิงวิพากษ์เกี่ยวกับสาระที่เผยแพร่ในสื่อ (Media content) ของบุคคลในการเข้าถึง ตีความ วิเคราะห์ ประเมินสาระนั้นอย่างถ่องแท้ รู้และเข้าใจกระบวนการที่สื่อสร้างและเผยแพร่สาร จนสามารถเลือกนำสารที่มีคุณภาพไปใช้ประโยชน์ในบริบทต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม
๕. การรู้สื่อคอมพิวเตอร์ (Computer literacy) คือความสามารถในการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการเข้าถึงสารสนเทศและนำมาใช้ประโยชน์ในการแก้ปัญหาด้านสุขภาพอย่างชาญฉลาด
๖. การรู้สารสนเทศด้านสุขภาพ (Health literacy) เป็นความสามารถในการเข้าถึงระบบสารสนเทศด้านสุขภาพและสามารถนำมาใช้ในการดูแลสุขภาพอย่างเหมาะสม

## สรุปความเชื่อมโยงของประเด็นที่ศึกษา

ความสามารถในการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ด้านสุขภาพและการรู้สารสนเทศสุขภาพจึงมีความสำคัญสำหรับการวิจัยนี้ในช่วงการประเมินต้นแบบกระดานสนทนา ในการเข้าถึง การวิเคราะห์ การประเมินสารสนเทศด้านสุขภาพ เพื่อให้ทราบว่ากลุ่มเป้าหมายสามารถนำข้อมูลมาใช้เพื่อดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวที่เป็นเครือญาติกันได้หรือไม่

### วรรณกรรม/สารสนเทศ (Information) ที่เกี่ยวข้อง

ในเรื่องสุขภาพของผู้สูงอายุนั้น พิมพิสุทธิ บัวแก้ว และรติพร ถึงฝั่ง (2559) ศึกษาการดูแลสุขภาพและสภาวะสุขภาพของผู้สูงอายุไทยแล้วเสนอแนะว่าภาครัฐควรที่จะคงไว้ซึ่งนโยบายที่เกี่ยวข้องกับสวัสดิการของผู้สูงอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุและปรับปรุงช่องทางการเข้าถึงสิทธิดังกล่าวให้ครอบคลุมและทั่วถึง รวมทั้งส่งเสริมพฤติกรรมดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของครอบครัวส่วนนริสา วงศ์พนารักษ์และสายสมร เฉลยกิตติ (2557) ศึกษาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุไทย นโยบายการดูแลผู้สูงอายุและแนวทางการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ พบว่า ควรมีการศึกษาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุไทยที่เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพการวิจัยแบบผสมเพื่อให้ได้ความหมายและการรับรู้คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในบริบทของประเทศไทยและมีการติดตามประเมินระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่อง และครอบคลุมทุกพื้นที่ในประเทศเนื่องจากมีความแตกต่างกันในบริบทและปัจจัยต่างๆของผู้สูงอายุจึงอาจทำให้คุณภาพชีวิตมีความแตกต่างกันดังนั้นการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตที่จะช่วยยกระดับให้ดีขึ้นหรือคงระดับที่ดีไว้จึงต้องพิจารณาหลายปัจจัยประกอบกันนอกจากนี้ควรมีการพัฒนาโปรแกรม หรือแนวทางการดูแลที่ส่งเสริมพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุไทยด้วยในขณะที่ยอดเพชร (2551) ศึกษาถึงผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวแล้วพบว่าความสามารถในการดูแลมีผลต่อคุณภาพการดูแล แต่การดูแลจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ คุณลักษณะของผู้ดูแล ภาวะสุขภาพทั้งของผู้ดูแลและผู้สูงอายุ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ดูแลและผู้สูงอายุ ปัจจัยทางเศรษฐกิจรวมถึงรายได้ของครอบครัว ปัจจัยทางสังคมทั้งด้านการศึกษาความรู้ความสามารถของผู้ดูแลสภาพแวดล้อมของที่อยู่อาศัย ศักยภาพการดูแลในครอบครัวและระบบบริการสุขภาพและสังคม

สำหรับในแง่เว็บไซต์นั้น วรรณรัตน์ รัตนวรงค์ (2558) ศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัญหาสุขภาพที่พบมากคือเบาหวาน ผู้สูงอายุส่วนใหญ่หาข้อมูลสุขภาพจากแพทย์ ใช้อินเทอร์เน็ตครั้งละ 1 – 2 ชั่วโมง สัปดาห์ละ 2 – 3 วัน ส่วนใหญ่พอใจการใช้อินเทอร์เน็ตและเห็นว่าช่วยให้รู้เหตุการณ์ต่างๆ มักค้นหาความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคและอาการเจ็บป่วย

ในการออกแบบเว็บไซต์เพื่อผู้สูงอายุนั้น วรางคณา จันทรคง (2554) ศึกษาการพัฒนาเว็บไซต์ศูนย์ความรู้สำหรับผู้สูงอายุแล้วพบว่า ลักษณะเว็บไซต์ที่ผู้สูงอายุคาดหวัง คือ ควรเป็นภาพเคลื่อนไหว ประกอบคำบรรยาย ไม่ควรมีเนื้อหาที่ยาวเกินไป หรือเน้นเชิงวิชาการมาก ควรมีการจัดทำทะเบียนสมาชิกและมีการตอบ

คำถามชิงรางวัล ในขณะที่วิธาสิณีย์ บรรพโคตร (2556) พัฒนาระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์เพื่อการจัดการงานของผู้สูงอายุ พบว่า รูปแบบเว็บไซต์ คือ ขนาดตัวอักษรใหญ่ รูปแบบตัวอักษรชัดเจน ใช้พื้นหลังสีอ่อน ใช้ภาพประกอบคำบรรยาย ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่ใช้สีที่ฉูดฉาดและนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ ข่าวอบรมฝึกอาชีพ สุขภาพ ท่องเที่ยว

นนทชัย ทรัพย์ทวีพงศ์ (2554) พัฒนาระบบการประเมินคุณภาพของสารสนเทศบนเว็บไซต์ผู้สูงอายุในประเทศไทย เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำหรับชีวิตถึงระดับคุณภาพของระดับสารสนเทศดังกล่าว รวมทั้งเสนอแนะแนวทางกรอบงานที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพของสารสนเทศบนเว็บไซต์ให้กับหน่วยงานต่างๆ ส่วนชญากุล อิมแล่ม (2557) ได้จัดทำเว็บไซต์เพื่อนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุแล้วประเมินผล ซึ่งผลการประเมินความพึงพอใจจากผู้ใช้งานโดยภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับดีมาก สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุให้ดียิ่งขึ้นในขณะที่ปีติสัณห์ อินทพิชัยและทิพยา จินตโกวิท (2561) ศึกษาแนวทางการออกแบบเว็บไซต์สำหรับผู้สูงอายุจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเสนอแนวทางการออกแบบเว็บไซต์สำหรับการท่องเที่ยวโดยเฉพาะที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ ผลการศึกษาพบว่าความสามารถในการเรียนรู้เว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นของผู้สูงอายุอยู่ในระดับง่าย ความพึงพอใจต่อการใช้เว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นอยู่ในระดับมาก เวลาที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรมบนเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นน้อยกว่าเว็บไซต์ที่มีอยู่เดิม

ในเรื่องกระดานสนทนานั้นมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องคือชาตินพคุณ วิไลวรรณ (2552) ได้ศึกษาเกณฑ์ของผู้ใช้เว็บบอร์ดด้านการท่องเที่ยวในเว็บไซต์พันทิปดอทคอม ห้องบลูพลาเน็ต โดยประเมินว่าปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร ผลการวิจัยพบว่า เกณฑ์ที่ผู้ใช้เว็บบอร์ดห้องบลูพลาเน็ตให้ความสำคัญมากที่สุดในการประเมินความน่าเชื่อถือคือ ความทันสมัย ความเคารพในความคิดเห็นของผู้อื่น และความเป็นกลางปราศจากอคติ

สำหรับในเรื่องผู้ดูแลผู้สูงอายุนั้น ขวลิต สวัสดิ์ผล, ธวัชชัย เพ็งพินิจ, อัครเดช เสนานิกรณ และวาริศรีสุรพล (2559) ได้ศึกษาเรื่องการดูแลผู้สูงอายุที่อยู่ในภาวะพึ่งพิงในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยแล้วพบว่า การดูแลผู้สูงอายุที่อยู่ในภาวะพึ่งพิงโดยครอบครัวเป็นการดูแลในผู้ดูแลหลักคือลูกสาวขณะที่บทบาทภาระของผู้ดูแลหลักมีปัญหาและได้รับผลกระทบจากการเป็นผู้ดูแลหลักที่หลากหลายคือไม่มีประสบการณ์และความรู้ด้านการดูแลมีปัญหาด้านสุขภาพและการเจ็บป่วยร่วมสมรรถนะทางร่างกายลดลงมีปัญหาด้านอารมณ์จิตใจมีปัญหาด้านเศรษฐกิจสังคมขึ้นอยู่กับระดับการพึ่งพิงของผู้สูงอายุบทบาทและภาระการจัดบริการดูแลผู้สูงอายุที่อยู่ในภาวะพึ่งพิงโดยชุมชนท้องถิ่นกิจกรรมที่มีความสำคัญคือการเยี่ยมบ้านและการดูแลสุขภาพที่บ้านเป็นการดูแลนอกได้แก่กลุ่มเครือข่ายตึกกลุ่มเพื่อนบ้านครัวเรือนแบบชิดกลุ่มผู้นำกลุ่มอาสาสมัครกลุ่มองค์กรและสถาบันในชุมชนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและกลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐที่เกิดจากการผสมผสานการนำทุนทางสังคมของชุมชนท้องถิ่นที่หลากหลายและระบบสวัสดิการของรัฐมาใช้ทำให้เกิดความสัมพันธ์เชื่อมโยงและช่วยเหลือกันแต่บทบาทและภาระการจัดบริการโดยชุมชนท้องถิ่นยังสามารถกระทำกันได้ในวงแคบๆไม่ทั่วถึงไม่ครอบคลุมไม่ต่อเนื่องและเข้าไม่ถึงผู้สูงอายุที่อยู่ในภาวะพึ่งพิงแนวทางในการดูแลคือการเพิ่มศักยภาพ

ด้านการดูแลและการเตรียมความพร้อมให้กับผู้ดูแลในและวงนอกที่เป็นเครือญาติและครัวเรือนแบบชิด เพื่อให้เกิดการช่วยเหลือกันเป็นสิ่งจำเป็นและควรพัฒนาทั่วโลกในรูปคณะกรรมการดูแลผู้สูงอายุที่อยู่ในภาวะพึ่งพิงในชุมชนท้องถิ่นร่วมกับหน่วยงานภาคีที่เกี่ยวข้องโดยมีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีแผนงานที่เกิดจากการมีส่วนร่วมจากชุมชน

รศ.ยานภิศ พละศึก และเบญจวรรณ ถนอมชยธวัช (2560) ได้ศึกษาตัวแบบของครอบครัวในการดูแลผู้สูงอายุแล้วพบว่า 1. ผู้สูงอายุต้องการการดูแลจากสมาชิกในครอบครัวด้านค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันและค่ารักษาพยาบาลการตอบสนองการทำกิจวัตรประจำวันได้แก่การรับประทานอาหารการรักษาสุขอนามัยส่วนบุคคลการแก้ปัญหาอาการทางกายการจัดการสิ่งแวดล้อมให้ได้รับความสะดวกสบายและปลอดภัยการไปรับการรักษาตามนัดหรือเมื่อได้รับการเจ็บป่วยที่ไม่สามารถดูแลตนเองได้รวมถึงต้องการเพื่อนคุย 2. บทบาทของผู้ดูแลสามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุได้ทุกด้าน 3. ตัวแบบของครอบครัวในการดูแลผู้สูงอายุเป็นกระบวนการเชิงระบบคือ S-A-M-E-E Model ประกอบด้วยการค้นหาความร่วมมือในการดูแลผู้สูงอายุ (Seeking Cooperation) การประเมินความต้องการการดูแลของผู้สูงอายุ (Assessment) การจัดการ (Management) การพัฒนาความสามารถในการดูแลผู้สูงอายุ (Enabling) และการประเมินผลการดูแลผู้สูงอายุ (Evaluation) ดังนั้นสมาชิกในครอบครัวชมรมผู้สูงอายุอาสาสมัครสาธารณสุขชุมชนสุขภาพแกนนำชุมชนควรมีส่วนร่วมในการดูแลผู้สูงอายุอย่างบูรณาการ

ปกรณ ใยมณี และอรัญญา ตัญคำภีร์ (2560) ศึกษาเรื่องความเครียดในบทบาท ความรู้สึกซาบซึ้ง ขอบคุณ ความหมายในชีวิต และความสุข ในบริบทพุทธธรรมของผู้ดูแลผู้สูงอายุที่มีความเจ็บป่วยด้วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง แล้วพบว่าผู้ดูแลผู้สูงอายุที่มีความเจ็บป่วยและทพพลภาพมีความเครียดในระดับต่ำ และมีความสุขสงบในระดับปานกลางค่อนข้างสูง แสดงถึงความสามารถในการปรับตัวได้ดีในระดับหนึ่ง โดยผลการวิจัยบ่งชี้ถึงตัวแปรทางจิตวิทยาที่สำคัญต่อการส่งเสริมความสุขสงบในผู้ดูแลเหล่านี้คือ ความรู้สึกซาบซึ้งขอบคุณต่อบุพการีหรือญาติ และความหมายในชีวิตด้านการค้นหาความหมายในชีวิต (เช่น ชีวิตของฉันมีเป้าหมายที่ชัดเจน น่าพึงพอใจ เป็นต้น) ดังนั้น การทำงานกับผู้ดูแลผู้สูงอายุ ควรมีการประเมินระดับตัวแปรทั้งสอง ร่วมไปกับการจัดการกิจกรรมการช่วยเหลือ หรือการจัดอบรมต่างๆ ให้กับผู้ดูแลผู้สูงอายุ เพื่อเพิ่มการตระหนักรู้ในความรู้สึกซาบซึ้งขอบคุณ และการค้นพบความหมายในชีวิตจากการเป็นผู้ดูแล และด้านอื่นๆ ในชีวิตเพื่อเพิ่มความสุขให้กับประชากรกลุ่มนี้ต่อไป

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทำให้พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่เน้นไปที่สภาวะสุขภาพของผู้สูงอายุ การออกแบบและการประเมินเว็บไซต์สำหรับผู้สูงอายุ ในส่วนของผู้ดูแลผู้สูงอายุนั้นงานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่ผู้ดูแลที่เป็นพยาบาลหรืออาสาสมัคร และในส่วนที่เป็นผู้ดูแลในครอบครัวมักเน้นไปที่ด้านวิธีการดูแลและภาวะทางด้านจิตวิทยา ยังไม่มีการศึกษาค้นคว้าที่เกี่ยวข้องกับวิธีการสื่อสารของผู้ดูแลผู้สูงอายุที่จะช่วยให้ผู้ดูแลได้รับข้อมูลที่ต้องการทั้งในเรื่องข้อมูลที่เกี่ยวกับผู้สูงอายุ หรือข้อมูลเพื่อช่วยในการดูแลตนเองทั้งทางร่างกายและจิตใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านการสื่อสารทางกระดานสนทนา

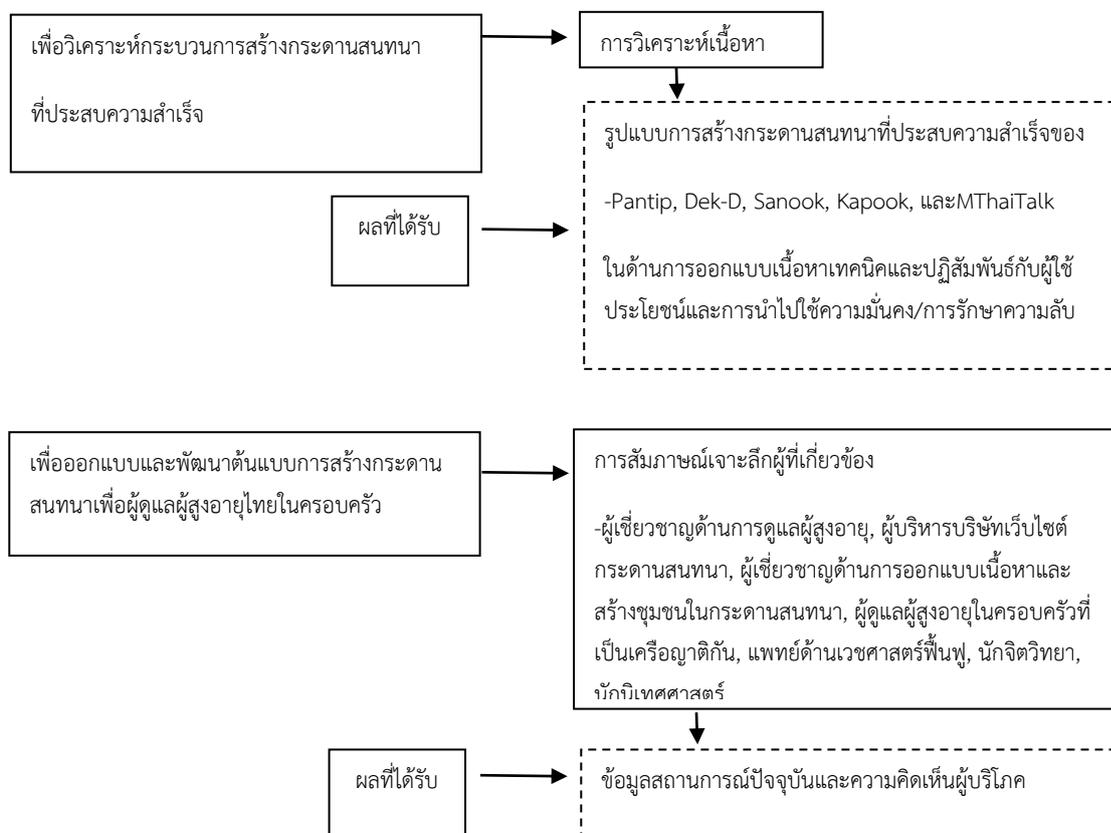
### บทที่ 3

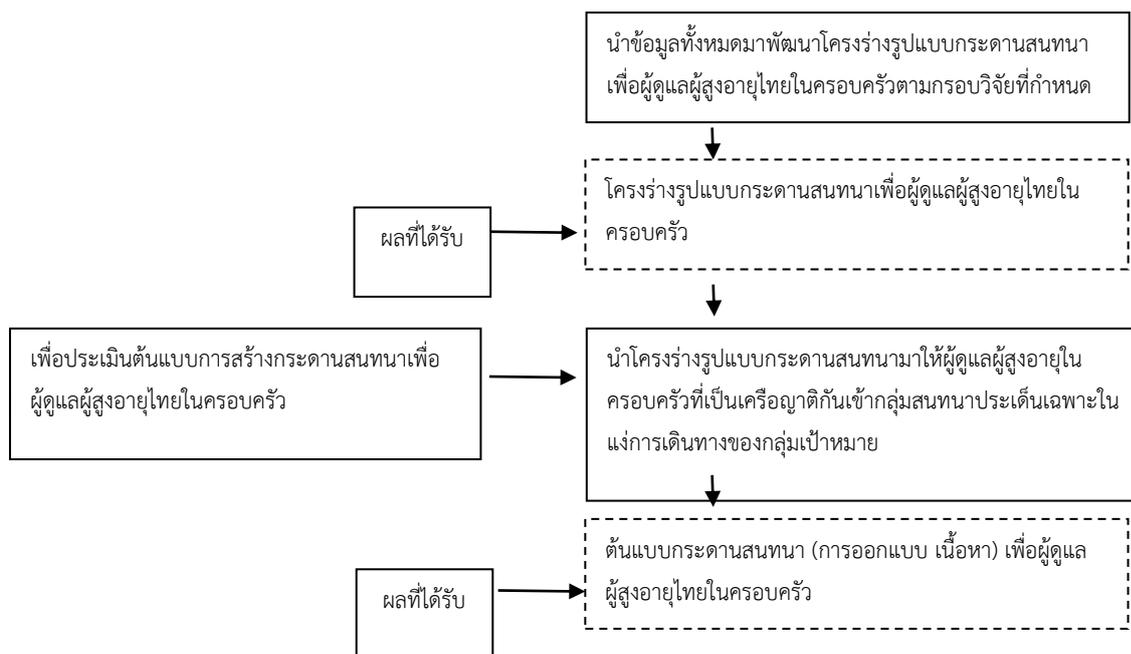
#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง “การวิเคราะห์และพัฒนาต้นแบบกระดานสนทนาเกี่ยวกับสุขภาพเพื่อผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว” ได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามความมุ่งหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งมุ่งศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบกระดานสนทนาเกี่ยวกับสุขภาพที่ประสบความสำเร็จเพื่อออกแบบและพัฒนาต้นแบบกระดานสนทนาเพื่อผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวจากนั้นจึงประเมินต้นแบบกระดานสนทนาดังกล่าว เพื่อเป็นกรอบแนวทางของรูปแบบกลยุทธ์ที่จะให้กลุ่มเป้าหมายนำไปใช้สื่อสารได้ตรงจุด ด้วยระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) จากการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-dept Interview) และกลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะ (Focus Group) เพื่อรวบรวมทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิให้ได้รับคำตอบที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์วิจัยมากที่สุดโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

#### ขั้นตอนของการวิจัย





แผนภาพที่ 3: แสดงขั้นตอนการวิจัย

จากแผนภาพข้างต้น ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนในการศึกษาออกเป็น 3 ขั้นตอนตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยมีรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

### การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

#### รูปแบบการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบของการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก รายบุคคล (In-dept Interview) และกลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะ (Focus Group)

#### การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

จะทำตามเนื้อหาที่ปรากฏ (Manifest content) มากกว่ากระทำกับเนื้อหาที่ซ่อนอยู่ (Latent content) ซึ่งวิธีการทางคุณภาพจะตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Induction) โดยอาจมีการแบ่งประเภทตามเนื้อหาแล้วเปรียบเทียบเนื้อหาประเภทต่างๆเข้าด้วยกันทั้งนี้ในการวิจัยเชิงคุณภาพนั้นการวิเคราะห์ข้อมูลมิได้สนใจเพียงแค่อรรถาภิธานที่ปรากฏหากทว่าพยายามค้นหาและตีความหมายที่แฝงอยู่ในข้อความเหล่านั้นอีกด้วยโดยอาศัยข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้ด้วยวิธีการอื่นหรือข้อมูลภูมิหลังสภาพแวดล้อมอื่นๆมาประกอบการวิเคราะห์และตีความหมายข้อมูลในเอกสาร (เอี่ยมพรหลินเจริญ, 2555)

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ส่วนประกอบของข้อมูล (Component Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์คุณสมบัติของส่วนประกอบของข้อมูลแต่ละชุดแล้วนำคุณสมบัติของส่วนประกอบของข้อมูลมาเปรียบเทียบเพื่อหาลักษณะร่วมที่เหมือนกันและแตกต่างกันหลังจากนั้นจึงทำการสรุปบรรยายให้เห็นถึง

ความหมายของข้อมูลเหล่านั้นโดยการวิเคราะห์ส่วนประกอบจะกระทำได้อีกต่อเมื่อมีข้อมูลตั้งแต่สองชุดขึ้นไป แต่ไม่ควรมากเกินไปจนเกินไป (สุภาวศ์จันทรนิช, 2554) เพราะถ้าหากข้อมูลมากเกินไปจะทำให้ยากแก่การลงสรุปเกี่ยวกับคุณสมบัติของส่วนประกอบข้อมูลนั้นนอกจากนั้นแล้วการลงสรุปข้อมูลที่เหมาะสมสำหรับนำมาวิเคราะห์ส่วนประกอบควรเป็นข้อมูลที่มีความละเอียดและได้จากการเก็บรวบรวมด้วยการวิเคราะห์ที่เจาะลึกหรือเน้นจุดสนใจทั้งนี้เพราะว่าข้อมูลดังกล่าวสามารถนำมาแยกส่วนประกอบได้หลายส่วนโดยการแยกส่วนประกอบของข้อมูลเพื่อพิจารณาคุณสมบัตินั้นจะแยกออกเป็นส่วนขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของผู้วิจัยว่าหากแยกแล้วจะทำให้ได้ข้อมูลสำหรับการเปรียบเทียบได้ชัดเจนขึ้นก็ควรแยกส่วนประกอบตามนั้น

โดยเอี่ยมพร (2555) ได้ระบุขั้นตอนในการวิเคราะห์เนื้อหา ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เลือกข้อมูลที่จะนำมาแยกส่วนประกอบเพื่อหาคุณสมบัติที่ต้องการเปรียบเทียบซึ่งควรมีข้อมูลอย่างน้อยตั้งแต่สองชุดขึ้นไปแต่ก็ไม่ควรมากเกินไปควรพิจารณาให้เหมาะสมสะดวกต่อการเปรียบเทียบในการวิจัยครั้งนี้คัดเลือกเนื้อหาจากกระดานสนทนา 5 กระดานสนทนา คือ Pantip (ดีโอล์ดสยาม), Dek-D (สุขภาพ), Sanook (สุขภาพ), Kapookบอร์ด (สุขภาพ), และMThaiTalk (สุขภาพ) เนื่องจากเป็นกระดานสนทนาที่ได้รับการจัดอันดับว่ามีผู้เข้าชมมากที่สุด (ศูนย์วิจัยนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตไทย, 2561) มีการดำเนินการมากกว่า 10 ปี มีผู้สนับสนุน (Sponsor) ทั้งทางตรง (ป้ายโฆษณา banner) และทางอ้อม (โฆษณาแฝง) และมีห้องสนทนาที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ การวิจัยนี้เลือกวิเคราะห์ภาพรวมทั้งหมดและเน้นที่ห้องสนทนาที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ โดยศึกษาทุกวันเป็นระยะเวลา 1 เดือน เท่ากับ 30 ขั้นตอนหนึ่งเว็บบอร์ด รวมที่นำมาวิเคราะห์ทั้งหมดคือ 150 ชิ้น

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์แยกส่วนประกอบข้อมูลแต่ละชุดโดยพิจารณาว่าจะแยกส่วนประกอบของข้อมูลเป็นกี่ส่วนจากคุณสมบัติใดบ้างส่วนประกอบที่จะแยกควรพิจารณาว่าถ้าแยกแล้วสามารถให้คุณสมบัติที่จะนำมาเปรียบเทียบกันได้หรือไม่

ในการวิจัยครั้งนี้แยกส่วนประกอบของข้อมูล ดังนี้

ส่วนประกอบ	คุณสมบัติ
ความเหมาะสมด้านการออกแบบ	-ความสวยงาม -กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงได้ง่าย -การใช้งานระบบมีความสะดวก -ประมวผลได้อย่างรวดเร็ว
ความเหมาะสมของเนื้อหา	-การนำเสนอข้อมูลถูกต้อง -การนำเสนอข้อมูลไม่ซ้ำซ้อน -มีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา -สามารถแสดงผลลัพธ์การประมวผลได้ถูกต้อง เชื่อถือได้

ความเหมาะสมของเทคนิคและปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้	-ระบบแสดงผลข้อมูลในเชิงกราฟฟิกส์ เพื่อถ่ายทอดความเข้าใจของผู้ใช้ -มีการจัดทำคู่มือการใช้งานในส่วนต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานระบบได้อย่างถูกต้อง
ความเหมาะสมด้านประโยชน์และการนำไปใช้	-สามารถรองรับการใช้งานจำนวนมาก ณ เวลาเดียวกันของผู้ใช้งาน -ระบบสามารถใช้งานได้ตลอดเวลา
ความเหมาะสมในความมั่นคงและการรักษาความลับ	-มีการแจ้งถึงการรักษาความลับของผู้ใช้ -การเข้าถึงข้อมูลในแต่ละส่วนมีการกำหนดสิทธิ์ใช้งานตามบทบาทของผู้ใช้งานแต่ละคน -มีการสำรองข้อมูลทั้งระบบ ทุกสัปดาห์ ย้อนหลัง 3 เดือน -สามารถกู้คืนระบบให้ใช้งานได้เป็นปกติภายในเวลา 3 ชั่วโมง หากระบบเกิดความผิดพลาดหรือล้มเหลว

### ตารางที่ 3: ส่วนประกอบของข้อมูล

ขั้นตอนที่ 3 จดรายชื่อข้อมูลและส่วนประกอบที่จะแยกข้อมูลชุดนั้นๆไว้ในกระดาษบันทึกเพื่อป้องกันการลืม

ขั้นตอนที่ 4 จัดทำตารางเปรียบเทียบคุณสมบัติข้อมูลแต่ละชุดแยกตามส่วนประกอบและใส่คุณสมบัติข้อมูลแต่ละชุดแยกตามส่วนประกอบลงในตารางถ้าคุณสมบัติของข้อมูลและส่วนประกอบใดขาดหายไปอาจต้องเก็บข้อมูลเพิ่มเติม

ขั้นตอนที่ 5 เปรียบเทียบคุณสมบัติของข้อมูลทั้งหมดตามส่วนประกอบโดยพิจารณาความเหมือนและความแตกต่างและสร้างข้อสรุปที่ได้จากการเปรียบเทียบโดยบรรยายโยงให้เห็นคุณสมบัติของข้อมูลตามส่วนประกอบนั้นๆ

### การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (In-dept Interview)

#### กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

การสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยทำการเลือกผู้ให้สัมภาษณ์แบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาจากคำถามคัดกรองในคุณสมบัติเรื่องบทบาทและความเกี่ยวข้องกับกระดานสนทนาการสื่อสารและการดูแลผู้สูงอายุแล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 4 ท่าน ซึ่งเป็นนักวิชาการด้านจิตวิทยา ด้านนิเทศศาสตร์ ด้านสารสนเทศ พิจารณาถ้าไม่มีความเกี่ยวข้องจะคัดออกผสมผสานกับเทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบสโนว์บอล (Snowball Sampling) โดยให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) แนะนำผู้ที่มีความเกี่ยวข้องอีกทอดหนึ่งเพื่อให้มั่นใจว่าสามารถเข้าถึงผู้ที่มี

คุณสมบัติตามที่กำหนดได้ทั้งนี้ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องจนเกิดการซ้ำของข้อมูลเพียงพอจึงหยุดทำการสัมภาษณ์การสัมภาษณ์ในครั้งนี้ประกอบไปด้วยบุคคลที่เกี่ยวข้องที่สามารถนำมาออกแบบเป็นกระดานสนทนาได้ดังต่อไปนี้

- ผู้บริหารบริษัทเว็บไซต์กระดานสนทนาทำให้ได้ข้อมูลด้านการบริหารจัดการเว็บไซต์
- ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเนื้อหาและสร้างชุมชนในกระดานสนทนาทำให้ได้ข้อมูลด้าน

วิธีการออกแบบ (Design) และการสร้างเนื้อหา (Content)

- ผู้เชี่ยวชาญด้านการดูแลผู้สูงอายุทำให้ได้ข้อมูลด้านเนื้อหา
- ผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวที่เป็นเครือข่ายกันทำให้ได้ข้อมูลด้านการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
- แพทย์ด้านเวชศาสตร์ฟื้นฟูทำให้ได้ข้อมูลด้านเนื้อหา
- นักจิตวิทยาทำให้ได้ข้อมูลด้านเนื้อหา
- นักนิเทศศาสตร์ทำให้ได้ข้อมูลด้านวิธีการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย

แล้วนำข้อมูลข้างต้นทั้งหมดรวมทั้งข้อมูลจากการวิเคราะห์เนื้อหาในตอนแรกมากำหนดความต้องการในองค์ประกอบที่พึงมีสำหรับกระดานสนทนาแก่ผู้รับจ้างออกแบบและพัฒนาระบบกระดานสนทนาต้นแบบ

จากนั้นได้จัดทำคำถามคัดกรองในคุณสมบัติของบทบาทและความเกี่ยวข้องกับกระดานสนทนา การสื่อสารและการดูแลผู้สูงอายุ ถ้าไม่มีความเกี่ยวข้องจะคัดออก โดยผู้วิจัยถามคำถามคัดกรองไปยังผู้ให้ข้อมูล 20 ท่าน มีผู้ที่ตอบตรงตามคุณสมบัติ 7 ท่าน นอกจากนี้ยังผสมผสานกับเทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบสโนว์บอล (Snowball Sampling) โดยให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) แนะนำผู้ที่มีความเกี่ยวข้องอีกทอดหนึ่ง เพื่อให้มั่นใจว่าสามารถเข้าถึงผู้ที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดได้ ทั้งนี้ ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องไป 13 ท่าน แล้วเกิดการซ้ำของข้อมูลเพียงพอจึงหยุดทำการสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์ในครั้งนี้ประกอบไปด้วยบุคคลที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

ลำดับ	เพศ	อายุ	อาชีพ	วันที่สัมภาษณ์
1	ชาย	42	ผู้บริหารบริษัทเว็บไซต์กระดานสนทนา บริหารเว็บไซต์กระดานสนทนาที่ติดอันดับ 1 ใน 5 มากกว่า 20 ปี	10/8/2562
2	ชาย	38	ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเนื้อหาและสร้างชุมชนในกระดานสนทนา ผู้ดูแลเว็บไซต์กระดานสนทนาที่ติดอันดับ 1 ใน 5 มากกว่า 20 ปี	10/8/2562
3	ชาย	43	อาจารย์คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในจังหวัดชลบุรี มีส่วนร่วมในโครงการพัฒนาย่านนวัตกรรมและสมาร์ทซิตี้	14/8/2562

			เทคโนโลยีอัจฉริยะสำหรับผู้สูงอายุ	
4	หญิง	50	แพทย์ด้านเวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลแห่งหนึ่งในจังหวัดชลบุรี รับผิดชอบโครงการอาสาสมัครดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน (อผส.)	31/8/2562
5	ชาย	51	แพทย์ด้านเวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้อำนวยการศูนย์เวชศาสตร์ผู้สูงอายุ	24/8/2562
6	หญิง	50	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการเทศบาลชลบุรี รับผิดชอบโครงการอาสาสมัครดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน (อผส.)	23/8/2562
7	ชาย	35	อาสาสมัครดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน (อผส.) เทศบาลกรุงเทพมหานคร แกนนำในการดำเนินกิจกรรมผู้สูงอายุต่างๆ ในชุมชน	2/9/2562
8	หญิง	55	ผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวที่เป็นเครือญาติกัน ดูแลบิดาและมารดาสูงอายุที่ป่วยด้วยโรคเมเร็งมากกว่า 10 ปี	8/8/2562
9	ชาย	51	ผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวที่เป็นเครือญาติกัน ดูแลบิดา มารดาและพี่เลี้ยงสูงอายุที่มีโรคประจำตัวที่ไม่ติดต่อเรื้อรัง	30/8/2562
10	หญิง	47	นักจิตวิทยาคลินิก โรงพยาบาลแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ตรวจวินิจฉัยทางด้านจิตคลินิก บำบัดรักษาผู้สูงอายุด้วยวิธีจิตบำบัด	5/9/2562
11	ชาย	59	นักวิชาการด้านจิตวิทยา มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในจังหวัดชลบุรี ผู้รับอนุญาตประกอบโรคศิลปะสาขาจิตวิทยาคลินิก กรรมการ อำนวยการสมาคมจิตวิทยาแห่งประเทศไทย	27/9/2562

12	หญิง	43	นักนิเทศศาสตร์ บริษัทตัวแทนโฆษณาแห่งหนึ่งใน กรุงเทพมหานคร ประกอบอาชีพด้านนิเทศศาสตร์มากกว่า 10 ปี และดูแลบิดามารดาสูงอายุ	26/7/2562
13	ชาย	44	นักนิเทศศาสตร์ บริษัทตัวแทนโฆษณาแห่งหนึ่งใน กรุงเทพมหานคร ประกอบอาชีพด้านนิเทศศาสตร์มากกว่า 15 ปี และดูแลบิดามารดาสูงอายุ	23/9/2562

ตารางที่ 4: ข้อมูลส่วนบุคคล

จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลข้างต้นทั้งหมดรวมทั้งข้อมูลจากการวิเคราะห์เนื้อหาในตอนแรกมากำหนดความต้องการในองค์ประกอบที่พึงมีสำหรับกระดานสนทนา เพื่อเป็นโจทย์ให้แก่ผู้รับจ้างออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์กระดานสนทนาต้นแบบต่อไปในอนาคต

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง (Semi Structure Interview) โดยตั้งแนวคำถาม (Guideline Questions) ที่เป็นคำถามกว้างๆ เปิดโอกาสให้ผู้ให้สัมภาษณ์สามารถให้ข้อมูลได้อย่างเต็มที่และผู้วิจัยสามารถยืดหยุ่นในการสัมภาษณ์ประเด็นต่างๆ ที่น่าสนใจเพิ่มเติมได้ โดยผู้วิจัยได้ทบทวนงานวิจัย ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับการวิเคราะห์เนื้อหากระดานสนทนาที่ประสบความสำเร็จ จากนั้นจึงได้พัฒนาข้อคำถามขึ้นมาโดยเน้นความสอดคล้องกับกรอบการวิจัย แล้วนำไปที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องในเนื้อหา โดยคำถามที่ใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ประกอบด้วยคำถามต่อไปนี้

### ส่วนที่ 1: ข้อมูลส่วนบุคคล

1.1 เพศ

1.2 อายุ

1.3 ความเกี่ยวข้องกับหัวข้อในการศึกษาครั้งนี้

- ผู้บริหารบริษัทเว็บไซต์กระดานสนทนา
- ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเนื้อหาและสร้างชุมชนในกระดานสนทนา
- ผู้เชี่ยวชาญด้านการดูแลผู้สูงอายุ
- ผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวที่เป็นเครือญาติกัน
- แพทย์ด้านเวชศาสตร์ฟื้นฟู
- นักจิตวิทยา

○ นวัตกรรมศาสตร์

**ส่วนที่ 2:** องค์ประกอบที่สำคัญของคุณภาพกระดานสนทนา

- 2.1 คุณภาพของกระดานสนทนาควรมีความสวยงาม/เข้าถึงได้ง่าย/มีความพร้อมใช้งานอย่างไร (ด้านการออกแบบ)
- 2.2 คุณภาพของกระดานสนทนาควรมีความน่าเชื่อถือ/ความเสถียรอย่างไร (ด้านเนื้อหา)
- 2.3 คุณภาพของกระดานสนทนาควรมีประสิทธิภาพอย่างไร (ด้านเทคนิคและปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้)
- 2.4 คุณภาพของกระดานสนทนาควรมีความสมบูรณ์/ความถูกต้องอย่างไร (ด้านประโยชน์และการนำไปใช้)
- 2.5 คุณภาพของกระดานสนทนาควรมีความมั่นคง/การรักษาความลับอย่างไร

**ส่วนที่ 3:** การสื่อสารผ่านกระดานสนทนา

- 3.1 การสื่อสารผ่านกระดานสนทนาในเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุช่วยในการดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวหรือไม่

โดยผู้วิจัยเริ่มจากการทำการนัดหมายและส่งเอกสารข้อคำถามไปยังผู้ให้ข้อมูลล่วงหน้าเพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลมีความเข้าใจแนวทางการสัมภาษณ์จากนั้นจึงเดินทางไปทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเองในเวลาที่ผู้ให้ข้อมูลสะดวก โดยได้ขออนุญาตทำการบันทึกเสียง เหตุผลที่ต้องบันทึกเสียงนั้นเพื่อให้เข้าถึงอวัจนภาษาของผู้ให้ข้อมูล เช่น น้ำเสียง ระยะเวลาในการหยุดคิดก่อนตอบ เป็นต้นนอกจากนี้การบันทึกเสียงยังสามารถทำให้ได้รายละเอียดของคำพูดเพื่อนำมารายงานผลการวิจัยได้ถูกต้อง จากนั้นจะนำบทสัมภาษณ์มาถอดเป็นบทความสัมภาษณ์ ส่งกลับไปให้ผู้ให้สัมภาษณ์ตรวจสอบยืนยันความถูกต้อง และได้ทำการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์เพื่อนำไปใช้ในขั้นตอนต่อไป ทั้งนี้ข้อมูลจะถูกเก็บไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีรหัสผ่านของคณะผู้วิจัยเท่านั้น หลังการเผยแพร่ผลการวิจัยการบันทึกเสียงนี้จะถูกลบออก ระยะเวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 30 นาที

**การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ**

ทำการทดสอบประเด็นคำถาม (Pretest) กับกลุ่มเป้าหมาย (ผู้บริหารบริษัทเว็บไซต์กระดานสนทนา ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเนื้อหาและสร้างชุมชนในกระดานสนทนา ผู้เชี่ยวชาญด้านการดูแลผู้สูงอายุ ผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวที่เป็นเครือญาติกัน แพทย์ด้านเวชศาสตร์ฟื้นฟู นักจิตวิทยานักนิเทศศาสตร์) จำนวน 2 คน เพื่อทดสอบดูว่าประเด็นคำถามนั้นมากเกินไปหรือไม่ง่ายที่จะตอบหรือไม่จากนั้นทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายอีก 4 คน เพื่อปรับปรุงชุดประเด็นคำถามให้เหมาะสมที่สุด

เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเอกสารและภาคสนามได้เพียงพอต่อการศึกษิตตามวัตถุประสงค์บ้างแล้วผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นต้นโดยนำมาจัดหมวดหมู่ให้เป็นระเบียบตามเค้าโครงเรื่องแล้วสรุปออกมาเพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์และหาข้อมูลเพิ่มเติมต่อไปหลังจากนั้นมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนที่ยังไม่สมบูรณ์โดยการสัมภาษณ์ซ้ำในบางประเด็นที่เป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ข้อมูลมากขึ้นและทำการวิเคราะห์ข้อมูลอีกครั้งหนึ่งซึ่งให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นจริงมากอย่างไรก็ตามเพื่อยืนยันความ

ถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) (สุภางค์ จันทวานิช, 2554) โดยดำเนินการดังนี้

- การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านข้อมูลกล่าวคือผู้วิจัยจะตรวจสอบความสอดคล้องในด้านเนื้อหาจากบทสัมภาษณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีความแตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม
- การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เปรียบเทียบกับการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ที่ได้ทำไปในเบื้องต้น

หากได้ข้อมูลเหมือนกันหรือตรงกันก็หมายความว่าข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพที่เชื่อถือได้

### **การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล**

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากบทสัมภาษณ์และนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาจัดเป็น Category ใช้การวิเคราะห์สรุปเนื้อหาและการจัดกลุ่มข้อมูลจากนั้นเสนอผลสรุปการวิจัยโดยอธิบายถึงรายละเอียดของสภาพการณ์ แล้วนำเสนอข้อมูลในรายละเอียด รวมไปถึงข้อคิดเห็นของผู้วิจัยเอง

ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จะนำไปพัฒนาการสร้างสรรค์แบบกระดานสนทนาสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวต่อไป

### **กลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะ (Focus Group)**

หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิเคราะห์เนื้อหาและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคลแล้ว ผู้วิจัยได้ออกแบบและพัฒนาต้นแบบกระดานสนทนาสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวขึ้นมา แล้วจึงทำการสัมภาษณ์กลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำผลการสัมภาษณ์ที่ได้มาใช้ในการปรับปรุงต้นฉบับกระดานสนทนาให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

คำว่าประเด็นเฉพาะหรือการรวมศูนย์ความสนใจไปในประเด็นเฉพาะมาจากคำในภาษาอังกฤษว่า Focus ซึ่งหมายถึงการกระทำรวมหมู่ของกลุ่มคนที่มารวมกันและสนทนาหรืออภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันในประเด็นที่มีกรอบวางไว้แน่นอนกลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะเป็นกลุ่มบุคคลจำนวน 8-12 คนที่คัดเลือกมาเข้ากลุ่มโดยใช้หลักเกณฑ์ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์หรือลักษณะทางจิตวิทยาหรือลักษณะทางทัศนคติหรือพฤติกรรมที่มีความใกล้เคียงกันให้เข้ามาร่วมอภิปรายถกเถียงกันโดยมีการนำของผู้ทำหน้าที่ประสานงานกลุ่ม (Moderator) และการอภิปรายถกเถียงนั้นเป็นประเด็นที่กำหนดเป็นการเฉพาะขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเจาะลึกข้อมูลด้านอารมณ์ความรู้สึกและทัศนคติของกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยเพื่อทำความเข้าใจสาเหตุที่ลึกซึ้งของพฤติกรรมหรือการกระทำหรือประเด็นในคำถามการวิจัย (กิติพัฒน์ นนทปัทมะดุลย์, 2554)

โดยปกติการจัดกลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะจะประกอบด้วย (กิติพัฒน์ นนทปัทมะดุลย์, 2554)

1. สถานที่ที่ทำให้สมาชิกรู้สึกสะดวกสบายที่จะพูดคุยกันได้อย่างเต็มที่อาจมีการใช้ห้องกระจกที่มองเห็นจากด้านเดียวสำหรับการสังเกตการณ์โดยได้รับการยินยอมจากสมาชิกกลุ่มซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ที่ A Loft Café ซึ่งมีบริการสถานที่นั่งทำงาน (Co-working space)
2. กลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะดำเนินการภายใต้การจัดการของผู้ดำเนินการกลุ่มที่ได้รับการอบรมมาโดยตรงซึ่งผู้วิจัยใช้ผู้ช่วยวิจัยที่เป็นผู้เชี่ยวชาญจำนวน 1 คนใช้เวลาตอบคำถามประมาณ 30 นาที
3. กลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะอาจประกอบด้วยบุคคลประมาณ 8 – 12 คนหรือ 4 – 6 คนสำหรับกลุ่มเล็กโดยบุคคลเหล่านี้ได้รับการคัดเลือกเข้ามาโดยมีคุณลักษณะร่วมกันหรือคล้ายคลึงกันโดยผู้วิจัยใช้ผู้ดูแลผู้สูงอายุ 8 คนจำนวน 6 กลุ่มทั้งเพศหญิงและชายในจำนวนเท่าๆกัน
4. มีการจัดเตรียมแนวทางกลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะเอาไว้แล้วล่วงหน้าเพื่อเป็นหลักประกันว่าการพูดคุยจะได้ครอบคลุมประเด็นในข้อที่ต้องการและสามารถดำเนินการให้บรรลุผลได้ภายในเวลาที่ได้เตรียมการเอาไว้
5. กลุ่มดำเนินการสนทนาเน้นหลักการที่เปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนได้มีการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นในกลุ่มทั้งโดยวาจาและโดยภาษาท่าทาง
6. มีวิธีการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้สังเกตการณ์และผู้ดำเนินการกลุ่มเพื่อให้เป็นหลักประกันว่าผู้สังเกตการณ์และผู้ดำเนินการกลุ่มจะสามารถมีปฏิสัมพันธ์กันได้ตลอดเวลาของการจัดการอภิปรายกลุ่ม
7. เป็นการจัดกลุ่มสนทนาภายใต้บรรยากาศแวดล้อมที่เป็นไปเพราะความสนใจกับประเด็นการอภิปรายอย่างเต็มที่ของสมาชิกทุกคนในกลุ่ม

การสัมภาษณ์กลุ่มกับการจัดกลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะมีความแตกต่างคือการจัดกลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะนั้นอาศัยปฏิสัมพันธ์ของสมาชิกในกลุ่มและกระบวนการกลุ่มในการผลิตข้อมูลที่คาดว่าจะเป็นการตอบต่อชุดคำถามที่ตั้งไว้ในขณะที่การสัมภาษณ์กลุ่มเพียงต้องการให้สมาชิกตอบคำถามที่ถามกับผู้ตอบพร้อมๆกันทีเดียวหลายคนเป็นการประหยัดเวลาที่จะไปสอบถามทีละคนการสัมภาษณ์กลุ่มนั้นไม่ต้องการคำตอบที่ลึกซึ้งนักเมื่อเปรียบเทียบกับสนทนาประเด็นเฉพาะในกลุ่มการสัมภาษณ์กลุ่มอาจจะมีทิศทางของการติดต่อสื่อสารเป็นการถามและตอบกลับไปให้ผู้สัมภาษณ์เป็นหลักกว่าในการสนทนาประเด็นเฉพาะในกลุ่มนักวิจัยจะกระตุ้นให้สมาชิกเป็นผู้พูดคุยกันเองถามตอบกันเองแลกเปลี่ยนมุมมองทัศนคติความรู้สึกรวมถึงประสบการณ์รวมถึงวิจารณ์ซึ่งกันและกันอย่างเปิดเผยมากกว่าการสัมภาษณ์กลุ่มนอกจากนี้นักวิชาการบางท่าน (Kitzinger, & Barbour, 1999) ยังเห็นว่าการจัดสนทนาในกลุ่มไม่ใช่การจัดกลุ่มสนทนาในหมู่ผู้เชี่ยวชาญที่เรียกว่า Delphi groups โดยเหตุผลที่ว่า การจัดสนทนาในหมู่ผู้เชี่ยวชาญนั้นดำเนินการเพื่อให้ได้

คำตอบหรือผลที่มีลักษณะเห็นพ้องต้องกันในหมู่ผู้เชี่ยวชาญเป็นหลักในขณะที่การจัดกลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะนั้นเป็นการพิจารณาไปถึงการจัดลำดับความสำคัญและกระบวนการกลุ่มในการตัดสินใจที่เกิดขึ้น

### กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

#### การสุ่มตัวอย่าง

เมื่อได้ผลการวิจัยจากการวิเคราะห์เนื้อหาและการสัมภาษณ์ผู้วิจัยเลือกประเด็นหลักที่ได้มาเป็นประเด็นคำถามโดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยซึ่งเป็นเครือญาติกันในครอบครัวที่มีอายุ 34 ปีขึ้นไป เนื่องจากผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป (เกิดในปี 2502) เฉลี่ยแต่งงานเมื่ออายุ 25.9 ปี (ภัสสร ลิมานนท์, 2529) ดังนั้นผู้ดูแลผู้สูงอายุที่เป็นลูกหลานจะมีอายุ 34 – 50 ปี เนื่องจากอายุเฉลี่ยของคนไทย คือ 76 ปี (มหาวิทยาลัยมหิดล, 2561) โดยต้องเป็นผู้ที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตอย่างสม่ำเสมอ จำนวน 8 คนจำนวน 3 กลุ่ม จากนั้นนำผลที่ได้จากกลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะชุดแรกมาเป็นประเด็นคำถามเพื่อค้นหาคำตอบในประเด็นเฉพาะที่ชัดเจนลงไปอีกโดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง 8 คนเป็นจำนวน 3 กลุ่มในการทำกลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะชุดที่สอง

#### การป้องกันปัญหาจากการคัดเลือกสมาชิกกลุ่ม

1. นอกจากการเชิญในครั้งแรกแล้วผู้วิจัยมีการยืนยันซ้ำกับสมาชิกที่เชิญไปอีก 2 ครั้งเพื่อให้เกิดความรู้สึกว่า "ต้องมาเข้ากลุ่ม"
2. มีการเชิญสมาชิกเกินไว้ 10 คนต่อ 1 กลุ่มจากความต้องการสมาชิก 8 คน
3. มีการเสนอแรงจูงใจคือสมาชิกจะได้รับของที่ระลึกราคา 350 บาทต่อคน

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. กระดานสนทนาต้นแบบที่สร้างขึ้นมาจากข้อมูลการวิเคราะห์เนื้อหาและการสัมภาษณ์
  2. ผู้วิจัยใช้แนวคำถาม (Question guideline) ที่เป็นแบบสอบถามกึ่งโครงสร้างโดยวิธีการสัมภาษณ์กลุ่มโดยคำถามเป็นประเด็นที่ชัดเจนแต่ไม่เป็นทางการมากนักก็มีความเป็นกันเองสูงและไม่มีพิธีรีตอง มีรูปแบบเหมือนกับการพูดคุยกันและเนื่องจากการตั้งคำถาม 10 คำถามให้กลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะอภิปรายตอบภายใน 1 ชั่วโมงครั้งถึงนั้นถือว่ามากเกินไป (Morgan, 1995) ผู้วิจัยจึงมีแนวคำถามอยู่ 5 หมวดซึ่งคำถามเริ่มแรกจะเป็นการให้สมาชิกเป็นผู้หยิบยกเป็นประเด็นขึ้นมาเองเพื่อให้กลุ่มเกิดพลวัตไปประเด็นหนึ่งแล้วจึงพร้อมที่จะแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่แม้จะเป็นความคิดเห็นที่แตกต่างกันก็ตามจากนั้นจึงเข้าสู่คำถามที่เป็นของนักวิจัยโดยตรงเพื่อให้กลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะดำเนินไปได้อย่างราบรื่นและได้ข้อมูลคำตอบที่น่าพอใจ
- แนวคำถามมีดังต่อไปนี้

#### 2.1 องค์ประกอบที่สำคัญของคุณภาพกระดานสนทนา

- 2.2 การรับรู้มีผลต่อการสื่อสารผ่านกระดานสนทนาหรือไม่
- 2.3 การหาข้อมูลเพื่อประเมินทางเลือกมีผลต่อการสื่อสารผ่านกระดานสนทนาหรือไม่
- 2.4 การตัดสินใจใช้มีผลต่อการสื่อสารผ่านกระดานสนทนาหรือไม่
- 2.5 ประสบการณ์หลังการเลือกใช้มีผลต่อการสื่อสารผ่านกระดานสนทนาหรือไม่

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย

ทำการทดสอบประเด็นคำถาม (Pretest) กับผู้ดูแลผู้สูงอายุจำนวน 2 คนเพื่อทดสอบดูว่าประเด็นคำถามนั้นมากเกินไปหรือไม่ที่จะตอบหรือไม่จากนั้นทดสอบกับผู้ดูแลผู้สูงอายุท่านอื่นอีก 4 คนเพื่อปรับปรุงชุดประเด็นคำถามให้เหมาะสมที่สุด

### การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

หน่วยการวิเคราะห์ของการจัดสนทนาประเด็นเฉพาะจะคิดเป็นกลุ่มเท่านั้นไม่ใช่ข้อมูลที่ออกมาจากรายบุคคลดังนั้นผู้วิจัยจึงพิจารณาข้อมูลในฐานะที่เป็นกลุ่มมากกว่ารายบุคคลถ้าหากสมาชิกทั้ง 8 คนในกลุ่มมีความเห็นเหมือนกันหมดในคำถามประเด็นหนึ่งจะวิเคราะห์ในฐานะกลุ่มว่ากลุ่มทั้งหมดมีความเห็นเหมือนกันและหากว่าสมาชิก 8 คนในกลุ่มมีความเห็นแตกต่างกันไปไม่ซ้ำกันเลย 8 ด้านจะวิเคราะห์ทั้งสองด้านมุมคือกล่าวถึงความเห็นพ้องต้องกันของสมาชิกทั้งหมด 8 รายและกล่าวถึงการเห็นแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงเป็น 8 ด้านของทั้ง 8 คนหรือทั้งกลุ่มโดยให้ความสนใจทั้งในฐานะที่กลุ่มมีสมาชิก 8 คนและในฐานะเป็นกลุ่มทั้งหมดกลุ่มหนึ่งและให้ความสำคัญกับความคิดเห็นในประเด็นทั้งที่เห็นพ้องกันและแตกต่างกันซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวเกิดขึ้นในบริบทเฉพาะชุดนี้เท่านั้นจากนั้นนำข้อมูลที่ได้อามาตีความและพยายามลดทอนข้อมูลให้เหลือเพียงมโนทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยควบคู่กับการหาประเด็นในการเชื่อมโยงมโนทัศน์ทั้งหมดให้มีลักษณะเป็นข้อสรุปเชิงทฤษฎีและเป็นสมมุติฐานชั่วคราวเมื่อได้คำตอบที่ไม่มีความแตกต่างจากคำตอบเดิมที่มีอยู่แล้วจึงจัดกลุ่มของมโนทัศน์โดยอาศัยความไวทางทฤษฎี (Theoretical Sensitivity) จนนำไปสู่การสร้างมโนทัศน์และได้ข้อสรุปเป็นทฤษฎีฐานรากซึ่งกระบวนการนี้เป็นวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิทยาของทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory Approach) ที่นำเสนอโดยStrauss & Corbin (1990) แล้วทำเช่นนี้ไปจนครบ 3 กลุ่ม

จากนั้นเสนอผลสรุปการวิจัยโดยอธิบายถึงรายละเอียดของสภาพการณ์แล้วนำเสนอข้อมูลในรายละเอียดรวมไปถึงข้อคิดเห็นของผู้วิจัยเอง

## สรุปขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การแสวงหาข้อมูลจากกระดานสนทนาของผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว” มีขั้นตอนการดำเนินการดังต่อไปนี้

	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	การเก็บรวบรวมข้อมูล	การวิเคราะห์ข้อมูล
การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)	กระดานสนทนาที่ได้รับการจัดอันดับว่ามีผู้เข้าชมมากที่สุด และมีห้องสนทนาที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ(Truehits, 2561) คือ Pantip, Dek-D, Sanook, Kapook, และMThaiTalk	โมเดลคุณภาพของสารสนเทศของ สุรีย์ พูนิกุลและคณะ (2554)	เก็บข้อมูลด้วยตนเอง	ใช้การปรับเปลี่ยนแนวคิดตามข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นสำคัญ
การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-dept interview)	เลือกผู้ให้สัมภาษณ์แบบเจาะจง คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการดูแลผู้สูงอายุ, ผู้บริหารบริษัทเว็บไซต์กระดานสนทนา, ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเนื้อหาและสร้างชุมชนในกระดานสนทนา, ผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวที่เป็นเครือญาติกัน, แพทย์ด้านเวชศาสตร์ฟื้นฟู, นักจิตวิทยา, นักนิเทศศาสตร์ จำนวน 10 คน หรือมากกว่านั้น	ประเด็นในการสนทนาที่สร้างขึ้นจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหา ซึ่งเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์การวิจัย	ทำการนัดหมายและส่งเอกสารข้อคำถามไปยังผู้ให้ข้อมูลล่วงหน้า เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลมีความเข้าใจแนวทางการสัมภาษณ์ จากนั้นจึงเดินทางไปทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเองในเวลาและสถานที่ที่ผู้ให้ข้อมูลสะดวก	ใช้การปรับเปลี่ยนแนวคิดตามข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นสำคัญ
กลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะ (Focus Group)	ผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวซึ่งเป็นเครือญาติกัน 48 คนจากกรุงเทพฯ เพราะเป็นพื้นที่ที่มีผู้สูงอายุอาศัยอยู่มากที่สุด คือ 978,455 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) มีอายุ 34-50 ปี เพราะผู้ที่อายุ 60 ปีขึ้นไป (เกิดในปี 2502) เฉลี่ยแต่งงานอายุ 25.9 ปี (ภัสสร ลิมานนท์, 2529) และมีอายุเฉลี่ย 76 ปี (มหาวิทยาลัยมหิดล, 2561)	ต้นแบบกระดานสนทนาและแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากผลการวิเคราะห์เนื้อหา กระดานสนทนาที่ได้รับการจัดอันดับว่ามีผู้เข้าชมมากที่สุด และมีห้องสนทนาที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและผลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก	เก็บข้อมูลโดยผู้ทำหน้าที่ประสานงานกลุ่ม (Moderator) และตนเองทำหน้าที่เป็นผู้ช่วย	หน่วยการวิเคราะห์ของการจัดสนทนาประเด็นเฉพาะจะคิดเป็นกลุ่มเท่านั้น และให้ความสำคัญกับความคิดเห็นในประเด็นที่เห็นพ้องกันและแตกต่างกัน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาตีความ และพยายามลดทอนข้อมูลให้เหลือเพียงมโนทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ควบคู่กับการหาประเด็นในการเชื่อมโยงมโนทัศน์ทั้งหมด ให้มีลักษณะเป็นข้อสรุปเชิงทฤษฎี และเป็นสมมุติฐานชั่วคราว

ตารางที่ 5: สรุปขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์และพัฒนาต้นแบบกระดานสนทนาเกี่ยวกับสุขภาพเพื่อผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว” ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอนคือ (1) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) (2) การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-dept Interview) และ (3) การสนทนาประเด็นเฉพาะ (Focus Group) ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น

4. รูปแบบกระดานสนทนาเกี่ยวกับสุขภาพที่ประสบความสำเร็จ
5. ออกแบบและพัฒนาต้นแบบกระดานสนทนาเพื่อผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว
6. ประเมินต้นแบบกระดานสนทนาเพื่อผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว

โดยมีรายละเอียดของผลการวิจัยดังนี้

#### 1. ผลการวิจัยรูปแบบกระดานสนทนาเกี่ยวกับสุขภาพที่ประสบความสำเร็จ

##### 1.1 ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

สำหรับมิติคุณภาพของกระดานสนทนา เกณฑ์การประเมินในแต่ละด้านมีดังนี้

1. ความสวยงาม/ความเข้าถึงได้ง่าย/ความพร้อมใช้งาน(ด้านการออกแบบ)
2. ความน่าเชื่อถือ/ความเสถียร(ด้านเนื้อหา)
3. ประสิทธิภาพ(ด้านเทคนิคและปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้)
4. ความสมบูรณ์/ความถูกต้อง(ด้านประโยชน์และการนำไปใช้)
5. ความมั่นคง/การรักษาความลับ

สรุปรายละเอียดของการวิเคราะห์ที่ได้ดังนี้

#### 1. Pantip.com ห้อง ดิโอล์ดสยาม

##### ประวัติความเป็นมา

Pantip.com ก่อตั้งโดยนายวันฉัตร ผดุงรัตน์ เมื่อวันที่ 7 ตุลาคม พ.ศ. 2539 โดยในระยะแรกมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นนิตยสารคอมพิวเตอร์ออนไลน์ซึ่งความหมายของชื่อนั้นคำว่า พัน หมายถึงหนึ่งพัน และคำว่า ทิป หมายถึงข้อเสนอแนะพิเศษ,เคล็ดลับ แต่ผลตอบรับจากผู้เยี่ยมชมกลับชื่นชอบที่จะใช้กระดานข่าวสาธารณะในการออกความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ มากกว่ารูปแบบนิตยสาร จึงทำให้เกิดการเปลี่ยนเป้าหมาย

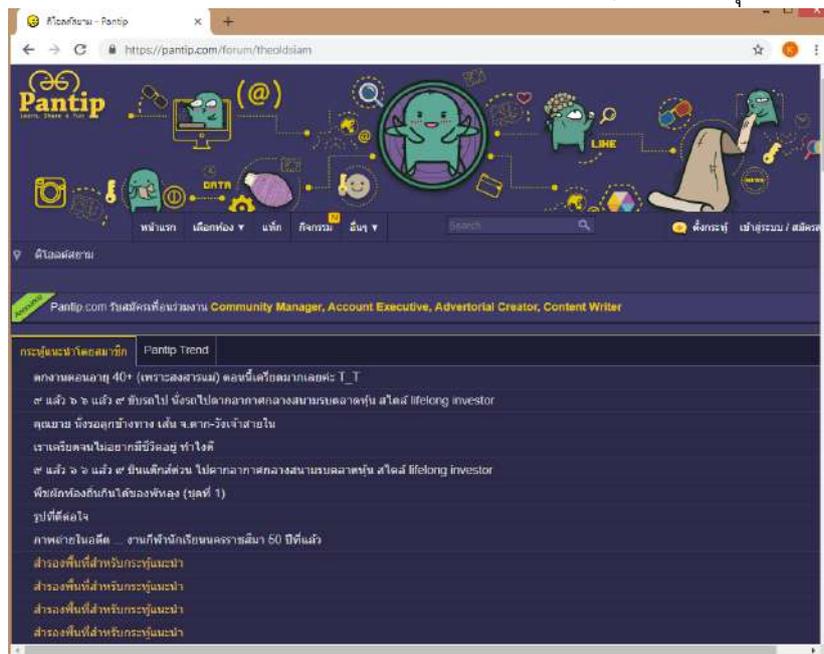
ทางธุรกิจเป็นการดำเนินงานทางด้านกระดานข่าว โดยหารายได้จากการโฆษณาเป็นหลักและขยายรูปแบบการทำงานเป็นกระดานข่าวเป็นหมวดต่าง ๆ (วิกิพีเดีย, 2562)

### ด้านการออกแบบ



ภาพประกอบที่ 1: การออกแบบของ Pantip.com

ในยุคเริ่มต้นใช้สีดำเป็นพื้นหลัง ยุคถัดมาปรับเป็นสีขาว แล้วปรับเป็นสีดำอีกครั้งหนึ่งจนกลายมาเป็นพื้นหลังสีฟ้า แต่ก็มีผลตอบรับไม่ค่อยดีนัก เพราะเมื่อผ่านไปสักพักก็จะทำให้เกิดอาการปวดตาจากนั้นทีมงานจึงได้ทำการค้นหาและลองเปิดหน้าเว็บ เพื่อดูว่าสีไหนดูแล้วสบายตาที่สุด ด้วยการใช้เครื่องวัดแสง เพื่อวัดค่าเปรียบเทียบกับจอ รวมถึงปรับโทนสีพื้นหลังกับตัวหนังสือ ให้มีการเปล่งแสงน้อยกว่าเดิม จนมาลงเอยที่ “สีม่วง” เนื่องจากสีม่วงเป็นสีที่มองแล้วสบายตา อีกทั้งยังมีความยาวคลื่นต่ำสุดในสเปกตรัมที่สายตามนุษย์สามารถมองเห็นได้ ทำให้สีม่วงกลายมาเป็นเอกลักษณ์ (อภิศิลป์ ตรงกานนท์, 2559)



ภาพประกอบที่ 2: การออกแบบของ Pantip.com

- ปัจจุบันยังคงใช้การออกแบบที่เรียบง่าย ไม่เน้นความสวยงาม โลโก้เป็นตัวอักษรภาษาอังกฤษสีเหลือง ใช้สีม่วงเป็นพื้นหลังในหน้าหลักและสีน้ำเงินในหน้าเนื้อหากระทู้ตัวอักษรสีเหลือง (ส่วนที่เป็นหัวข้อ) และขาว (ส่วนที่เป็นข้อย่อยและรายละเอียด) มีการใช้ภาพประกอบเป็นลายเส้นกราฟฟิกด้านบน โดยใช้ลวดลายเดียวกันในทุกๆหน้า รูปแบบตัวอักษรเน้นอ่านง่ายชัดเจน



ภาพประกอบที่ 3: การออกแบบของ Pantip.com

- กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงได้ง่าย เพราะมีหัวข้อหลักเพียง 2 หัวข้อ คือ กระตุ้นแนะนำโดยสมาชิกและ Pantip Trend ซึ่งจะปรากฏอยู่ด้านบนสุดถัดจากลายภาพกราฟฟิก จากนั้นเป็นพื้นที่โฆษณาในหัวข้อ Pantip Share โดบออกแบบเป็นกรอบสี่เหลี่ยมเรียงกันตามแนวนอน ถัดลงมาเป็นกระตุ้ทั้งหมด ยกเว้นขายของ ด้านขวามีหัวข้อย่อย 6 หัวข้อ คือ ปรับแต่งแท็กที่คุณสนใจ, Club, PR Channel, Blog gang, Pantip Channel และ Pantip Market การใช้งานระบบมีความสะดวก ประมวลผลได้อย่างรวดเร็ว

### ด้านเนื้อหา

ปัจจุบัน Pantip มีห้องกระดานสนทนา 38 ห้อง จาก 14 ห้องในปี พ.ศ. 2545 (เพ็ญพรรณ รวีโชติกุล, 2544) โดยห้องดีโอล์ดสยามนั้นไม่ได้ปรากฏอยู่ตั้งแต่แรกเริ่ม แต่มาปรากฏในระยะหลัง ไม่มีหลักฐานแน่ชัดว่าเริ่มเมื่อใด แต่ปรากฏอยู่ในหัวข้อกระตุ้ของสมาชิกท่านหนึ่งในปี พ.ศ. 2560 ว่า “เพิ่งเห็นห้องดีโอล์ดสยาม จึงอยากรู้อยากถามว่าแค่นี้คือคนแก่”

- เนื้อหา หัวข้อของเนื้อหาแตกต่างกันในส่วนที่เข้าถึงได้ผ่านหน้าจอ Desktop กับส่วนที่เป็น Application ผ่าน Smart Phone แต่ข้อมูลย่อยในทุกหัวข้อจะเหมือนกัน ซึ่งหัวข้อเนื้อหาที่ผ่านหน้าจอ Desktop ประกอบไปด้วย
  - ประกาศ เป็นประกาศจาก Pantip เช่น รับสมัครงาน ปรากฏเป็นแถบ Hypertext ด้านบนสุดใต้ภาพกราฟฟิก
  - กระตุ้แนะนำโดยสมาชิกคือ กระตุ้ที่ได้รับการโหวตจากสมาชิกให้เป็นกระตุ้แนะนำ มีพื้นที่ให้ 12 หัวข้อ
  - Pantip Trend คือ กระตุ้ที่ Pantip แนะนำมีพื้นที่ให้ 12 หัวข้อ

- พื้นที่โฆษณาในหัวข้อ Pantip Share
  - ปรับแต่งแท็กที่คุณสนใจเกิดจากความนิยมใน Instagram ที่เมื่อลงภาพหรือข้อความแล้วจะมีการติด Hash tag เพื่อให้ไปปรากฏอยู่ร่วมกันหัวข้อนั้นๆ ในหัวข้อนี้จะมีหัวข้อย่อย คือ แท็กหลักและแท็กฮิต
  - Club เป็นการรวมกระทู้ที่อยู่ในหมวดเดียวกันไว้ในหัวข้อเดียวกัน โดยสมาชิกสามารถตั้งกระทู้ในคลับได้
  - PR Channel เป็นข่าวประชาสัมพันธ์ โดยบุคคลทั่วไปสามารถติดต่อลงข่าวประชาสัมพันธ์ได้ โดยมีอัตราค่าบริการ
  - Blog gang เป็นเว็บไซต์ในเครือที่ให้สมาชิกเขียนเรื่องราวมาลง
  - Pantip Market เป็นเว็บไซต์ในเครือที่ให้บริการลงประกาศขายสินค้าทั้งมือหนึ่งและมือสอง รวมถึงประกาศรับสมัครงานมีทั้งลงโฆษณาได้ฟรีและเสียค่าบริการ
- ส่วนเนื้อหาที่เป็น Application ผ่าน Smart Phone ประกอบไปด้วย
- กระทู้นแนะนำ คือ กระทู้ที่ Pantip แนะนำมีพื้นที่ให้ 10 หัวข้อ
  - Pantip Trend
  - กระทูล่าสุด คือ กระทู้ที่สมาชิกเขียนเข้ามาล่าสุด
  - พื้นที่โฆษณาเป็น Banner เล็กๆ ด้านล่าง โดยบุคคลทั่วไปสามารถติดต่อลงโฆษณาได้ โดยมีอัตราค่าบริการ
- การนำเสนอข้อมูลถูกต้อง ไม่ซ้ำซ้อน มีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา สามารถแสดงผลการทำงานของประมวผลได้ถูกต้องเชื่อถือได้

### **ด้านเทคนิคและปฏิสัมพันธ์**

- ระบบแสดงผลข้อมูลในเชิงกราฟฟิก ทำให้ง่ายต่อความเข้าใจของผู้ใช้
  - ระบบแสดงผลเป็นตัวหนังสือมากกว่าเป็นเชิงกราฟฟิก แต่ไม่ซับซ้อนยุ่งยาก สามารถเข้าใจได้ง่าย
- มีการจัดทำคู่มือการใช้งานในส่วนต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานระบบได้อย่างถูกต้อง
  - อยู่ในหมวดอื่นๆ เกี่ยวกับเรา ที่มีเนื้อหาประกอบไปด้วย กฎ กติกา และมารยาท, คำแนะนำการโพสต์แสดงความเห็น, ติดต่อทีมงาน Pantip, ติดต่อลงโฆษณา, ร่วมงานกับ Pantip, Download App Pantip และ Pantip Certified Developer

### **ด้านประโยชน์และการนำไปใช้**

- ไม่สามารถรองรับการใช้งานจำนวนมาก ณ เวลาเดียวกันของผู้ใช้งานเพราะระบบเซิร์ฟเวอร์ของ Pantip เคยมีปัญหาขัดข้องจนไม่สามารถให้บริการได้อย่างราบรื่นในบางเหตุการณ์สำคัญๆ เพราะเพียงแค่เหตุการณ์ปกติจะมีผู้เข้าชมถึง 4.5 ล้านคนต่อวัน (ไทยรัฐออนไลน์, 2560)



ภาพประกอบที่ 4: การนำไปใช้ของ Pantip.com

### ด้านความมั่นคงและการรักษาความลับ

- มีการแจ้งถึงการรักษาความลับของผู้ใช้
- การเข้าถึงข้อมูลในแต่ละส่วนมีการกำหนดสิทธิ์ใช้งานตามบทบาทของผู้ใช้งานแต่ละคน
- มีการสำรองข้อมูลทั้งระบบ ทุกสัปดาห์ ย้อนหลัง 3 เดือนด้วยระบบระบบฐานข้อมูล MongoDB
- สามารถกู้คืนระบบให้ใช้งานได้เป็นปกติภายในเวลา 3 ชั่วโมง หากระบบเกิดความผิดพลาดหรือล้มเหลว

## 2. Dek-D สุขภาพ

### ประวัติความเป็นมา

ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2542 โดยกลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ของโรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย มีจุดมุ่งหมายในการสร้างเว็บไซต์สำหรับการพบปะพูดคุยของเพื่อนวัยเดียวกันจากโรงเรียนต่างๆ ได้มาพบเจอกัน โดยมีบริการที่โดดเด่น ได้แก่ เว็บไซต์ บล็อก Writer ชุมชนนักเขียน ปัจจุบันผู้ใช้เว็บมีหลายวัย อายุตั้งแต่ 11 ไปจนถึง 40 ปีขึ้นไป (โรเจอร์, 2552)

## ด้านการออกแบบ



ภาพประกอบที่ 5: การออกแบบของ Dek-D.com

ออกแบบเรียบง่าย โลโก้เป็นภาษาอังกฤษสีขาว ใช้สีส้มและขาวเป็นหลัก เรียงหัวข้อไว้ด้านบนเป็นหมวดหมู่ ถัดมาเป็นพื้นที่โฆษณาที่มีภาพลายเส้นการ์ตูนประกอบ ใช้สีชมพูอมส้มเป็นพื้นหลัง ด้านขวาเป็นพื้นที่โฆษณาเช่นกัน เป็นกรอบเล็กเลื่อนดูได้ 6 ภาพ ถัดลงมาจึงเป็นเนื้อหาโดยเป็นภาพประกอบในกรอบด้านซ้าย ถ้าไม่มีภาพประกอบจะเป็นหัวข้อใหญ่ ใช้ตัวหนังสือสีขาวบนพื้นส้ม ด้านขวาเป็นหัวข้อย่อย ใช้ตัวหนังสือสีน้ำตาลและสีเทาบนพื้นขาว

### ด้านเนื้อหา

ในหน้า Desktop หมวดสุขภาพจะประกอบไปด้วย บทความ/ข่าว, บอร์ดกระทู้, นิยาย/นักเขียน, และควิช เนื่องจากเว็บ Dek-D เป็นเว็บที่มีเนื้อหา Community สำหรับวัยรุ่น ในบอร์ดกระทู้ของหมวดสุขภาพจึงมีเนื้อหาที่อยู่ในความสนใจของวัยรุ่นเช่นกัน เช่น สถานที่ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย, การตรวจสุขภาพเพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย, ประจำเดือนมาไม่ปกติ, อยากรู้เสียงแตกต้องทำอะไร เป็นต้น และเมื่อดูผ่าน Smart Phone เนื้อหาจะเหมือนกัน

### ด้านเทคนิคและปฏิสัมพันธ์

- ระบบแสดงผลข้อมูลในเชิงกราฟฟิก ทำให้ง่ายต่อความเข้าใจของผู้ใช้
  - ระบบแสดงผลเป็นตัวหนังสือมากกว่าเป็นเชิงกราฟฟิก แต่ไม่ซับซ้อนยุ่งยาก สามารถเข้าใจได้ง่าย
- มีการจัดทำคู่มือการใช้งานในส่วนต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานระบบได้อย่างถูกต้อง
  - อยู่ด้านล่างในหน้าแรกของเว็บในหมวดระเบียบข้อบังคับในการใช้บริการ ประกอบไปด้วยคำจำกัดความ, ข้อสงวนสิทธิ์, การสมัครเป็นสมาชิก, นโยบายความเป็นส่วนตัว, ระเบียบในการใช้บริการเว็บไซต์, ข้อสงวนสิทธิ์ในทรัพย์สินทางปัญญาของเว็บไซต์, และข้อตกลงผูกพัน

- นอกจากนี้ยังมีหมวดแก้ปัญหาการใช้งาน ที่ผู้ใช้สามารถเขียนกระทู้เข้าไปถามได้ทั้งสิ้นเมื่อเกิดปัญหาใดๆ เกี่ยวกับการใช้เว็บ โดยจะมีเจ้าหน้าที่มาคอยตอบคำถาม

### ด้านประโยชน์และการนำไปใช้

- ไม่สามารถรองรับการใช้งานจำนวนมาก ณ เวลาเดียวกันของผู้ใช้งานสังเกตได้จากกระทู้ที่มีผู้ใช้เข้ามาบ่นตั้งแต่อดีตจนปัจจุบัน



ภาพประกอบที่ 6: การนำไปใช้ของ Dek-D.com

### ด้านความมั่นคงและการรักษาความลับ

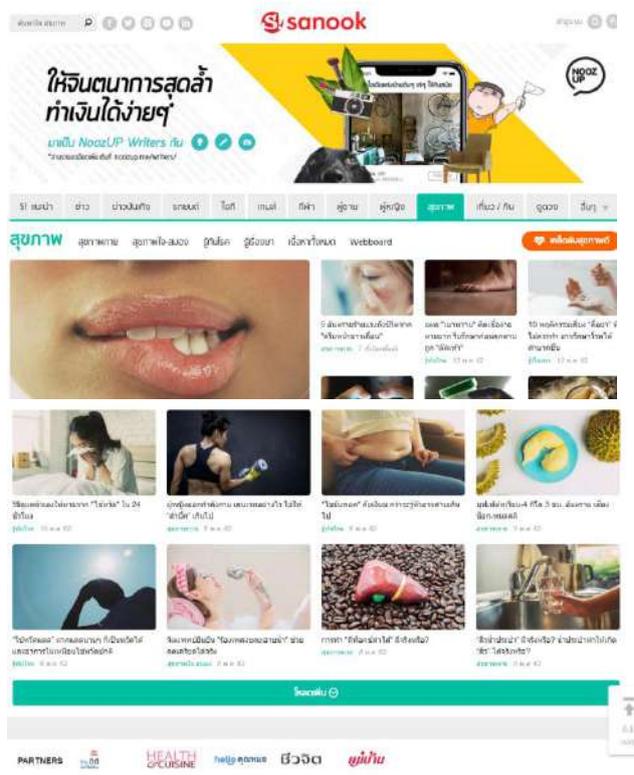
- มีการแจ้งถึงการรักษาความลับของผู้ใช้
- การเข้าถึงข้อมูลในแต่ละส่วนมีการกำหนดสิทธิ์ใช้งานตามบทบาทของผู้ใช้งานแต่ละคน
- มีการสำรองข้อมูลทั้งระบบ ทุกสัปดาห์ ย้อนหลัง 3 เดือนด้วยระบบระบบฐานข้อมูล MongoDB
- สามารถกู้คืนระบบให้ใช้งานได้เป็นปกติภายในเวลา 3 ชั่วโมง หากระบบเกิดความผิดพลาดหรือล่มเหลว

## 3. Sanookสุขภาพ

### ประวัติความเป็นมา

ก่อตั้งโดยนาย ประเมศวร์ มินศิริ เมื่อปี พ.ศ. 2541 โดยเริ่มจากการเป็นงานอดิเรกและพัฒนาสู่เว็บทำในที่สุด เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2542 บริษัท เอ็มเว็บ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทลูกของ MIH บริษัทโทรคมนาคมจากประเทศแอฟริกาใต้ ได้เข้าซื้อกิจการ สนุก.คอม ถือเป็น การซื้อกิจการเว็บไซต์ครั้งแรกของประเทศไทยในราคาที่จากการประมาณมูลค่า ณ ขณะนั้นคือประมาณ 10 ล้านบาท(วิกิพีเดีย, 2561)

## ด้านการออกแบบ



ภาพประกอบที่ 7: การออกแบบของ Sanook.com

ออกแบบเรียบง่ายโลโก้เป็นสีแดงตัวอักษรสีเทาขาว ใช้แถบและตัวอักษรสีเขียวอมฟ้าตรงข้อความที่ต้องการเน้น พื้นที่โฆษณาอยู่ด้านบนและช่วงกลาง เรียงหัวข้อไว้ด้านบนเป็นหมวดหมู่ ภาพประกอบทั้งหมดใช้ภาพถ่ายจริงเรียงเป็นกรอบสี่เหลี่ยม

## ด้านเนื้อหา

ในหมวดสุขภาพเนื้อหาหน้าจอ Desktop จะประกอบไปด้วย สุขภาพกาย, สุขภาพใจ-สมอง, รู้ทันโรค, รู้เรื่องยา, เนื้อหาทั้งหมด, เว็บไซต์, เคล็ดลับสุขภาพดี, เรื่องเด่นของสุขภาพในรอบ 7 วัน, และอัปเดตล่าสุด ส่วนเนื้อหาที่ดูผ่าน Smart Phone จะมีเพียงแค่เคล็ดลับสุขภาพดี, เรื่องเด่นของสุขภาพในรอบ 7 วัน, และอัปเดตล่าสุด

## ด้านเทคนิคและปฏิสัมพันธ์

- ระบบแสดงผลข้อมูลในเชิงกราฟฟิก ทำให้ง่ายต่อความเข้าใจของผู้ใช้
  - ระบบแสดงผลเป็นตัวหนังสือและภาพถ่ายมากกว่าเป็นเชิงกราฟฟิก แต่ไม่ซับซ้อนยุ่งยากสามารถเข้าใจได้ง่าย
- มีการจัดทำคู่มือการใช้งานในส่วนต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานระบบได้อย่างถูกต้อง

- อยู่ด้านล่างในหน้าแรกของเว็บในหมวดแนะนำติชม และแก้ปัญหาการใช้งาน ที่ผู้ใช้สามารถเขียนemail เข้าไปถามได้ทั้งสิ้นเมื่อเกิดปัญหาใดๆ เกี่ยวกับการใช้เว็บและทั้ง email หรือเบอร์โทรศัพท์ของตนไว้ โดยจะมีเจ้าหน้าที่มาคอยตอบคำถาม

### ด้านประโยชน์และการนำไปใช้

- ไม่สามารถรองรับการใช้งานจำนวนมาก ณ เวลาเดียวกันของผู้ใช้งานสังเกตได้จากกระตุกที่มีผู้ใช้เข้ามาบนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

ผมเข้า www.sanook.com ไม่ได้แค่เว็บเดียวเป็นเพราะอะไร ต้องแก้ไขอย่างไร ...

<https://pantip.com/topic/32036257> ▼

ผมเข้า www.sanook.com ไม่ได้แค่เว็บเดียวเป็นเพราะอะไร ต้องแก้ไขอย่างไรครับ เป็นทุก Browser เลย Internet ไม่ได้มีปัญหาด้วยครับ เกิดปัญหาแค่เว็บเดียวครับ.

เข้าเว็บไม่ได้บางเว็บครับ หาปัญหาไม่เจอ - Pantip

<https://pantip.com/topic/35213614> ▼

29 พ.ค. 2559 - สวัสดีครับ บางเว็บผมเข้าไม่ได้ หรือเข้าได้ก็จะโหลดช้าไม่ได้ ยกตัวอย่าง 1. pantip ผมสามารถเข้าเว็บ pantip ได้แต่ถ้าเมื่อไหร่ผม login ...

แก้ เข้าเว็บไซต์ ไม่ได้บางเว็บ - YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=Aqju-zsm4d0> ▼



17 พ.ค. 2557 - อัปโหลดโดย Del Romero

ถ้าไม่ได้ก็ลอง คอมเม้นไว้ นะครับ ไปที่ IE หรือ Internet Explorer ไปที่ Internet Option ไปที่ Connection ไปที่ LAN setting แล้วเอาอันที่ติดไว้ ออก ก็จะได้แล้...

ถ้าเข้าsanook.comไม่ได้เว็บเดียว เป็นเพราะสาเหตุอะไรบ้างครับ - ThaiSEOBoard.com

[www.thaiseoboard.com/index.php/topic,321963.0.html](http://www.thaiseoboard.com/index.php/topic,321963.0.html) ▼

10 มิ.ย. 2556 - 10 โพลล์

ก่อนหน้านี้เข้าได้ทุกเว็บครับ พอลงโปรแกรมใหม่ก็เข้าwww.sanook.comไม่ได้ ส่วนkapook.com mthai.com facebook.com gmail.com hotmail.com ...

เข้าเว็บสนุกไม่ได้อยู่เว็บเดียว ใช้ ie Chrome ก็เปิดไม่ได้ - Sanook Webboard

<https://webboard.sanook.com> > ชุมชนสนุก! > ดูนกเว็บมาสเตอร์สนุก! ▼

11 พ.ค. 2557 - 2 โพลล์ - ผู้เขียน 1 คน

เข้าเว็บสนุกไม่ได้อยู่เว็บเดียว ใช้ ie Chrome ก็เปิดไม่ได้ เข้ามาก็ขึ้นแต่หัวข้อ ไม่ขึ้นรูปต่างๆเลยละ ขึ้นหัวต่างๆข้อตามโต๊ะ ชาว ดูดวง เกมส์ เพลงใหม่ นวย รถมือสอง ...

ภาพประกอบที่ 8: การนำไปใช้ของ Sanook.com

### ด้านความมั่นคงและการรักษาความลับ

- มีการแจ้งถึงการรักษาความลับของผู้ใช้
- การเข้าถึงข้อมูลในแต่ละส่วนมีการกำหนดสิทธิ์ใช้งานตามบทบาทของผู้ใช้งานแต่ละคน
- มีการสำรองข้อมูลทั้งระบบ ทุกสัปดาห์ ย้อนหลัง 3 เดือนด้วยระบบระบบฐานข้อมูล MongoDB
- สามารถกู้คืนระบบให้ใช้งานได้เป็นปกติภายในเวลา 3 ชั่วโมง หากระบบเกิดความผิดพลาดหรือล้มเหลว

#### 4. Kapookสุขภาพ

##### ประวัติความเป็นมา

ก่อตั้งเมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม พ.ศ. 2543 โดยนายปรเมศวร์ มินศิริ (เจ้าของเดียวกับ Sanook.com) เป็นเว็บไซต์ประเภท เว็บท่า โดยมีสโลแกนว่า "เว็บแรกที่คุณเลือก" ควบคุมดูแลโดย บริษัท บัณฑิตเซ็นเตอร์ จำกัด (วิกิพีเดีย, 2558)

##### ด้านการออกแบบ



ภาพประกอบที่ 9: การออกแบบของ Kapook.com

ออกแบบเรียบง่าย โลโก้เป็นภาษาอังกฤษสีเหลืองกรอบแดง ขาว น้ำเงิน ตัวอักษรสีเทา ขาว ใช้แถบ และตัวอักษรสีเขียวอมฟ้าตรงข้อความที่ต้องการเน้น พื้นที่โฆษณาอยู่ด้านบนถัดจากแถบพาดหัวหลัก และยังมี Banner โฆษณาด้านล่างสุดที่สามารถกดปิดได้ การเรียงหัวข้อไว้ด้านบนเป็นหมวดหมู่ ภาพประกอบทั้งหมดใช้ภาพถ่ายจริง เรียงเป็นกรอบสี่เหลี่ยม จะเห็นได้ว่าการออกแบบนั้นคล้ายคลึงกับเว็บไซต์ Sanook มาก

##### ด้านเนื้อหา

ในหน้า Desktop หมวดสุขภาพจะประกอบไปด้วย วิถีลดน้ำหนัก, ออกกำลังกาย, สุขภาพจิต, โรค, เตือนภัย, เคล็ดลับความรู้, และข่าวสุขภาพ เนื่องจากเว็บ Dek-D เป็นเว็บที่มีเนื้อหา Community สำหรับวัยรุ่น ในบอร์ดกระทู้ของหมวดสุขภาพจึงมีเนื้อหาที่อยู่ในความสนใจของวัยรุ่นเช่นกัน เช่น สถานที่ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย, การตรวจสุขภาพเพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย, ประจำเดือนมาไม่ปกติ, อยากรู้เสียงแตกต้องทำอย่างไร เป็นต้น

และเมื่อดูผ่าน Smart Phone เนื้อหาก็กลับมากกว่า โดยเพิ่มในหมวดของ อาหารเพื่อสุขภาพ, สมุนไพร การดูแลสุขภาพ, และมีแยกสุขภาพผู้หญิงกับสุขภาพผู้ชายอีกด้วย

## ด้านเทคนิคและปฏิสัมพันธ์

- ระบบแสดงผลข้อมูลในเชิงกราฟฟิก ทำให้ง่ายต่อความเข้าใจของผู้ใช้
  - ระบบแสดงผลเป็นตัวหนังสือและภาพถ่ายมากกว่าเป็นเชิงกราฟฟิก แต่ไม่ซับซ้อนยุ่งยาก สามารถเข้าใจได้ง่าย
- มีการจัดทำคู่มือการใช้งานในส่วนต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานระบบได้อย่างถูกต้อง
  - อยู่ด้านล่างในหน้าแรกของเว็บในหมวดช่องทางติดต่อเรา ที่ประกอบไปด้วยติดต่อเราและ Disclaimer
  - นอกจากนี้ยังมีหมวดแจ้งปัญหา ที่ผู้ใช้สามารถกรอกแบบฟอร์มข้อร้องเรียนเข้าไปทั้งเรื่องทุจริต ข้อความเท็จ ลามก เป็นต้น

## ด้านประโยชน์และการนำไปใช้

- รองรับการใช้งานได้ดี แต่เนื่องจากยังไม่เคยมีการใช้งานจำนวนมาก ณ เวลาเดียวกันของผู้ใช้งานจึงยากที่จะนำไปเปรียบเทียบกับเว็บอื่นๆ

## ด้านความมั่นคงและการรักษาความลับ

- มีการแจ้งถึงการรักษาความลับของผู้ใช้
- การเข้าถึงข้อมูลในแต่ละส่วนมีการกำหนดสิทธิ์ใช้งานตามบทบาทของผู้ใช้งานแต่ละคน
- มีการสำรองข้อมูลทั้งระบบ ทุกสัปดาห์ ย้อนหลัง 3 เดือนด้วยระบบระบบฐานข้อมูล MongoDB
- สามารถกู้คืนระบบให้ใช้งานได้เป็นปกติภายในเวลา 3 ชั่วโมง หากระบบเกิดความผิดพลาดหรือล้มเหลว
- แต่มีการละเมิดสิทธิ์ให้เห็นเป็นข่าว โดยซัปดาห์ก่อนเก็บรวบรวมเรื่องราวรวมถึงเกี่ยวกับภาพยนตร์โป๊ คลิปโป๊ ที่มีเจตนาเพื่อให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์มากขึ้นในลักษณะของ Search engine optimization ซึ่งได้มีการสร้างข้อความและลิงก์ ขนาด 1x1 พิกเซลซ่อนไว้ในหน้าแรก และวิธีการนี้ จัดว่าเป็นเทคนิคของ Blackhat SEO ซึ่งทางนายประเมศวร์ออกมาปฏิเสธว่าเป็นความผิดพลาดของนักศึกษาฝึกงานภายในบริษัท และต่อมาได้ประกาศลาออกจากตำแหน่งนายกสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย ซึ่งขณะนั้นดำรงตำแหน่งอยู่นั้น ได้เป็นผู้จัดการโครงการอินเทอร์เน็ตสีขาว (วิกิพีเดีย, 2558)



ภาพประกอบที่ 10: การรักษาความลับของ Kapook.com

หรือการร้องเรียนในเว็บพันทิป



ภาพประกอบที่ 11: การรักษาความลับของ Kapook.com

### 5. Mthai Talk สุธภาพ

#### ประวัติความเป็นมา

เป็นเว็บท่าและเว็บบอร์ด เริ่มให้บริการเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2542 โดยให้บริการอัปโหลดวิดีโอคลิป มีห้องสนทนาครอบคลุมแทบทุกหัวข้อตั้งแต่เรื่องการเมือง ความรู้ กีฬา บันเทิง ก่อตั้งโดย นายต๋ม (ไม่ปรากฏชื่อ-นามสกุลที่เป็นทางการ) จากความคิดที่ต้องการให้เป็นนิตยสาร ออนไลน์ สำหรับคนไทย ต่อมา บริษัท โมโน เทคโนโลยี จำกัด (ชื่อบริษัทในขณะนั้น) ทำการซื้อกิจการมาดูแลต่อในปี พ.ศ. 2547เอ็มไทยมีการแจกรางวัลเอ็มไทยท็อปทอล์กอะเบาต์ ซึ่งเป็นรางวัลสำหรับบุคคล ที่รวมถึง ดารา นักแสดง ศิลปิน คนทั่วไปที่มีชื่อเสียงโด่งดัง ทางอินเทอร์เน็ต โดยใช้ข้อมูลภายในเว็บไซต์ของเอ็มไทยเอง โดยประมวลจากกระทู้ การถามตอบ แล้วมอบให้รางวัลละ 3 บุคคล นอกจากนี้ยังนำข้อมูลบางส่วนจาก Facebook และ Youtube มามอบเป็นรางวัลพิเศษ อีกทั้งหมด 10 หมวด ได้แก่ นักแสดงชาย นักแสดงหญิง ละคร ภาพยนตร์ เพลง ศิลปิน-นักร้อง บุคคลชาย บุคคลหญิง นักกีฬาชาย นักกีฬาหญิง(วิกิพีเดีย, 2562)

## ด้านการออกแบบ



ภาพประกอบที่ 12: การออกแบบของ Mthai.com

ออกแบบเรียบง่าย โลโก้เป็นภาษาอังกฤษสีส้ม เหลือง ขาว บนแถบสีดำเรียงหัวข้อไว้ด้านบนเป็นหมวดหมู่ ถัดมาเป็นพื้นที่โฆษณา ใช้สีขาวเป็นพื้นหลัง ตัวหนังสือสีเทาเมื่อเปิดเว็บเข้ามาหน้าแรกจะเป็นคำสรรเสริญพระบารมี ส่วนในหน้ากระทู้ด้านบนเป็นโลโก้ Mthai บนแถบสีดำ ถัดลงมาเป็นแบนเนอร์โฆษณา ถัดลงมาจะเป็นหัวข้อที่มีภาพถ่ายเป็นกรอบสี่เหลี่ยมอยู่ด้านซ้าย เนื้อหาให้คลิกเข้าไปชมได้ทางด้านขวา

### ด้านเนื้อหา

ในหน้า Desktop หมวดสุขภาพจะใช้ชื่อว่า คนรักสุขภาพ จะประกอบไปด้วย ลำไส้, แนะนำ, ยอดนิยม, เลือกรวม นอกจากนี้ยังมีข้อความว่า ครอบครัวคนรักสุขภาพ เอาใจใส่สุขภาพ ออกกำลังกาย อาหารเพื่อสุขภาพ วิถีดูแลสุขภาพที่ดีโดยได้ข้อความนี้จะมีแถบสีเหลืองเขียนว่า เข้าร่วม และเมื่อคลิกเข้าไปจะถูกดึงให้เข้ากลุ่ม เพื่อตั้งกระทู้ได้ แสดงความคิดเห็นได้

และเมื่อดูผ่าน Smart Phone เนื้อหาจะเหมือนกัน

### ด้านเทคนิคและปฏิสัมพันธ์

- ระบบแสดงผลข้อมูลในเชิงกราฟฟิก ทำให้ง่ายต่อความเข้าใจของผู้ใช้
  - ระบบแสดงผลเป็นภาพถ่ายและตัวหนังสือมากกว่าเป็นเชิงกราฟฟิก แต่ไม่ซับซ้อนยุ่งยากสามารถเข้าใจได้ง่าย
- มีการจัดทำคู่มือการใช้งานในส่วนต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานระบบได้อย่างถูกต้อง
  - อยู่ด้านล่างในหน้าแรกของเว็บในหมวดติดต่อเรา แก้ปัญหาการใช้งาน โดยมี email และเบอร์โทรศัพท์ให้ติดต่อเข้าไป

### ด้านประโยชน์และการนำไปใช้

- ไม่สามารถรองรับการใช้งานจำนวนมาก ณ เวลาเดียวกันของผู้ใช้งานสังเกตได้จากกระทู้ที่มีผู้ใช้เข้ามาบ่นตั้งแต่อดีตจนปัจจุบัน

บางทีก็เข้าเว็บ mthai 'ไม่ได้' (เข้าไม่ได้ตั้งแต่ลิงค์เลย) แก่ยังใจครับ - Pantip

<https://pantip.com/topic/32618065> ▼

ยกตัวอย่างสิ่งนี้ครับ <https://video.mthai.com/series/player/1383646630.html> ตอนเข้าครั้งแรกนึกว่าเป็นวันเดียว ผ่านมาจะครบอาทิตย์แล้วมีงานรอเข้าอยู่ครับ เผลอ

ช่วยด้วยครับผมดูวิดีโอบน Mthai 'ไม่ได้'เลย - Pantip

<https://pantip.com/topic/33980903> ▼

Android พอผมเข้าไปก็เจอแบบนี้เลย ไม่รู้สาเหตุเลยและอีกอย่าง มี adobe flash player แล้ว เว้น browse ก็โหลดจนเกือบหมด playstone แล้วก็ยังไม่มีอันไหนที่ดูคลิปของ M.

เว็บวาไรตี้ต่าง sanook, kapook และ mthai กำลังจะสูญพันธุ์? - Pantip

<https://pantip.com/topic/33570524> ▼

หลักๆเลย content ตัวเองน้อยมาก แถมยังขอมเวลา content คนอื่นไปแปะหรือ rewrite แล้วดึง traffic เข้าเว็บตัวเอง ทั้งจากทาง search engine และ facebook ซึ่งระยะยาวก็อว

ช่องดูวิดีโอ Mthai เป็นแบบนี้เหมือนกันหมดมัย - Pantip

<https://pantip.com/topic/32555703> ▼

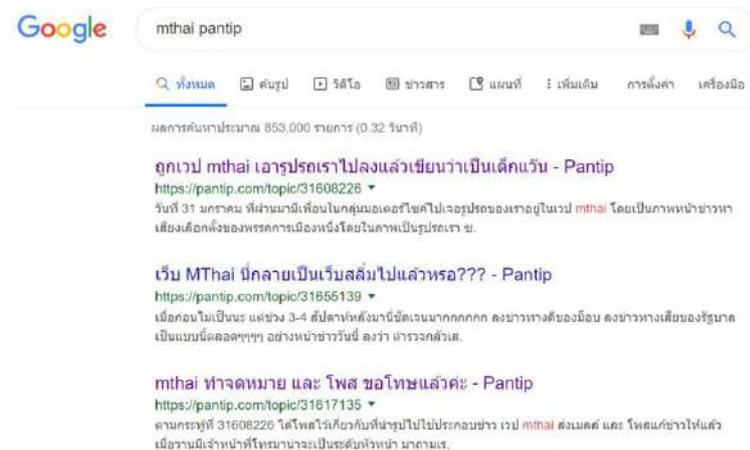
รู้สึกว่า วิดีโอ mthai เปลี่ยนรูปแบบใหม่ เป็นกันทุกคนมัยครับ <https://upic.me/show/52639714>

<https://upic.me/show/52639712> คือปกติผมจะเล่น firefox mthai แบบเก่า

ภาพประกอบที่ 13: การนำไปใช้ของ Mthai.com

### ด้านความมั่นคงและการรักษาความลับ

- มีการแจ้งถึงการรักษาความลับของผู้ใช้
- การเข้าถึงข้อมูลในแต่ละส่วนมีการกำหนดสิทธิ์ใช้งานตามบทบาทของผู้ใช้งานแต่ละคน
- มีการสำรองข้อมูลทั้งระบบ ทุกสัปดาห์ ย้อนหลัง 3 เดือนด้วยระบบระบบฐานข้อมูล MongoDB
- สามารถกู้คืนระบบให้ใช้งานได้เป็นปกติภายในเวลา 3 ชั่วโมง หากระบบเกิดความผิดพลาดหรือล้มเหลว
- แต่เคยมีการแอบอ้างใช้ภาพโดยไม่เป็นความจริง



ภาพประกอบที่ 14: การรักษาความลับของ Mthai.com

## สรุปผลลัพธ์ข้อมูลจากการวิเคราะห์เนื้อหาในรูปแบบกระดานสนทนาเกี่ยวกับสุขภาพที่ประสบความสำเร็จ

ข้อมูล	การออกแบบ	เนื้อหา	เทคนิคและปฏิสัมพันธ์	ประโยชน์และการนำไปใช้	ความมั่นคงและการรักษาความลับ
Pantip	-ความสวยงาม เน้นความเรียบร้อยง่าย -ความเข้าถึงได้ง่าย เข้าถึงได้ง่ายเพราะมีหัวข้อชัดเจน แยกแยะด้วยหัวข้อ ภาพ icon แบ่งหัวข้อหลักและย่อยตามสี และขนาดตัวอักษร -ความพร้อมใช้งาน สะดวก ประเมินผลรวดเร็ว	-การนำเสนอ ข้อมูลถูกต้องไม่ซ้ำซ้อน มีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา สามารถแสดงผลการประมวลผลได้ถูกต้องเชื่อถือได้	-ระบบง่ายต่อความเข้าใจของผู้ใช้ -มีการจัดทำคู่มือการใช้งานในส่วนต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานระบบได้อย่างถูกต้อง	-ไม่สามารถรองรับการใช้งานจำนวนมาก ณ เวลาเดียวกันของผู้ใช้งานในช่วงเหตุการณ์สำคัญๆ ที่มีผู้เข้าชมจำนวนมาก	-มีการแจ้งถึงการรักษาความลับของผู้ใช้ -การเข้าถึงข้อมูลในแต่ละส่วนมีการกำหนดสิทธิ์ใช้งานตามบทบาทของผู้ใช้งานแต่ละคน -มีการสำรองข้อมูลทั้งระบบ ทุกสัปดาห์ ย้อนหลัง 3 เดือน -สามารถกู้คืนระบบให้ใช้งานได้เป็นปกติภายในเวลา 3 ชั่วโมง หากระบบเกิดความผิดพลาดหรือล้มเหลว
Dek-D	-ความสวยงาม เน้นความเรียบร้อยง่าย -ความเข้าถึงได้ง่าย เข้าถึงได้ง่ายเพราะมีเพียง 4 หัวข้อ -ความพร้อมใช้งาน สะดวก ประเมินผลรวดเร็ว	-การนำเสนอ ข้อมูลถูกต้องไม่ซ้ำซ้อน มีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา สามารถแสดงผลการประมวลผลได้ถูกต้องเชื่อถือได้	-ระบบง่ายต่อความเข้าใจของผู้ใช้-มีการจัดทำคู่มือการใช้งานในส่วนต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานระบบได้อย่างถูกต้อง	-ไม่สามารถรองรับการใช้งานจำนวนมาก ณ เวลาเดียวกันของผู้ใช้งานสังเกตได้จากข้อความตำหนิตั้งในอดีตและปัจจุบัน	-มีการแจ้งถึงการรักษาความลับของผู้ใช้-การเข้าถึงข้อมูลในแต่ละส่วนมีการกำหนดสิทธิ์ใช้งานตามบทบาทของผู้ใช้งานแต่ละคน -มีการสำรองข้อมูลทั้งระบบ ทุกสัปดาห์ ย้อนหลัง 3 เดือน -สามารถกู้คืนระบบให้ใช้งานได้เป็นปกติภายในเวลา 3 ชั่วโมง หากระบบเกิดความผิดพลาดหรือล้มเหลว
Sanook	-ความสวยงาม เน้นความเรียบร้อยง่าย -ความเข้าถึงได้ง่าย เข้าถึงได้ง่ายเพราะมีเพียง 9 หัวข้อและมีภาพประกอบชัดเจน -ความพร้อมใช้งาน สะดวก ประเมินผลรวดเร็ว	-การนำเสนอ ข้อมูลถูกต้องไม่ซ้ำซ้อน มีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา สามารถแสดงผลการประมวลผลได้ถูกต้องเชื่อถือได้	-ระบบง่ายต่อความเข้าใจของผู้ใช้ -มีการจัดทำคู่มือการใช้งานในส่วนต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานระบบได้อย่างถูกต้อง	-ไม่สามารถรองรับการใช้งานจำนวนมาก ณ เวลาเดียวกันของผู้ใช้งานสังเกตได้จากข้อความตำหนิในแง่ของการเข้าถึง ในบางช่วงเวลา	-มีการแจ้งถึงการรักษาความลับของผู้ใช้ -การเข้าถึงข้อมูลในแต่ละส่วนมีการกำหนดสิทธิ์ใช้งานตามบทบาทของผู้ใช้งานแต่ละคน -มีการสำรองข้อมูลทั้งระบบ ทุกสัปดาห์ ย้อนหลัง 3 เดือน -สามารถกู้คืนระบบให้ใช้งานได้เป็นปกติภายในเวลา 3 ชั่วโมง

					หากระบบเกิดความผิดพลาดหรือล้มเหลว
Kapook	-ความสวยงาม เน้นความ เร็ย บ ง ่า ย -ความเข้าถึงได้ง่าย เข้าถึงได้ง่ายเพราะมีเพียง 7 หัวข้อและผู้ชมคุ้นเคยกับ เว็บ Sanook มา แล้ว -ความพร้อมใช้งาน สะดวก ประเมินผลรวดเร็ว	-การนำเสนอ ข้อมูลถูกต้อง ไม่ ซ้ำซ้อน มีการ ปรับปรุงข้อมูล ให้ทันสมัยอยู่ ตลอด เวลา สามารถแสดง ผลลัพธ์ การ ประมวลผลได้ ถูกต้องเชื่อถือได้	-ระบบง่ายต่อความ เข้าใจ ของ ผู้ ใช้ -มีการจัดทำคู่มือการใช้งาน ใน ส่วน ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถ ใช้งานระบบได้อย่าง ถูกต้อง	-รองรับการใช้งานได้ดี แต่เนื่องจากยังไม่เคยมี การใช้งานจำนวนมาก ณ เวลาเดียวกันของ ผู้ใช้งานจึงยากที่จะ นำไปเปรียบเทียบกับ เว็บอื่นๆ	-มีการแจ้งถึงการรักษา ความลับของผู้ใช้แต่เคย มีการละเมิดสิทธิ์ของ ผู้ใช้ -การเข้าถึงข้อมูลใน แต่ละส่วนมีการกำหนด สิทธิ์ใช้งานตามบทบาท ของผู้ใช้งานแต่ละคน -มีการสำรองข้อมูลทั้ง ระบบ ทุกสัปดาห์ ย้อน หลัง 3 เดือน -สามารถกู้คืนระบบให้ ใช้งานได้ เป็นปกติ ภายในเวลา 3 ชั่วโมง หากระบบเกิดความ ผิดพลาดหรือล้มเหลว
MThaiTalk	-ความสวยงาม เน้นความ เร็ย บ ง ่า ย -ความเข้าถึงได้ง่าย เข้าถึงได้ง่ายเพราะมีเพียง 9 หัวข้อและมีภาพประกอบ ชัด เจ น -ความพร้อมใช้งาน สะดวก ประเมินผลรวดเร็ว	-การนำเสนอ ข้อมูลถูกต้อง ไม่ ซ้ำซ้อน มีการ ปรับปรุงข้อมูล ให้ทันสมัยอยู่ ตลอด เวลา สามารถแสดง ผลลัพธ์ การ ประมวลผลได้ ถูกต้องเชื่อถือได้	-ระบบง่ายต่อความ เข้าใจของผู้ใช้-มีการ จัดทำคู่มือการใช้งานใน ส่วน ต่าง ๆ เพื่อให้ ผู้ใช้งานสามารถใช้งาน ระบบได้อย่างถูกต้อง	-ไม่สามารถรองรับการ ใช้งานจำนวนมาก ณ เวลาเดียวกัน ของ ผู้ใช้งานสังเกตได้จาก ข้อความตำหนิตั้งใน อดีตและปัจจุบัน	-มีการแจ้งถึงการรักษา ความลับของผู้ใช้แต่เคย มีการแอบอ้างใช้ภาพ ผู้ใช้โดยไม่เป็นความจริง -การเข้าถึงข้อมูลใน แต่ละส่วนมีการกำหนด สิทธิ์ใช้งานตามบทบาท ของผู้ใช้งานแต่ละคน -มีการสำรองข้อมูลทั้ง ระบบ ทุกสัปดาห์ ย้อน หลัง 3 เดือน -สามารถกู้คืนระบบให้ ใช้งานได้ เป็นปกติ ภายในเวลา 3 ชั่วโมง หากระบบเกิดความ ผิดพลาดหรือล้มเหลว

ตารางที่ 6: สรุปผลลัพธ์ข้อมูลจากการวิเคราะห์เนื้อหาในรูปแบบกระดานสนทนาเกี่ยวกับสุขภาพที่ประสบความสำเร็จ

## การวิเคราะห์เชื่อมโยงกระดานสนทนาเกี่ยวกับสุขภาพที่ประสบความสำเร็จ

	Pantip		Dek-D		Sanook		Kapook		MthaiTalk	
	ข้อดี	ข้อเสีย	ข้อดี	ข้อเสีย	ข้อดี	ข้อเสีย	ข้อดี	ข้อเสีย	ข้อดี	ข้อเสีย
การออกแบบ	ดีเป็นเอกลักษณ์ ที่ผู้ชมจำได้	ไม่เน้นความ สวยงามเลย	เรียบง่าย ตรง กลุ่มเป้าหมาย	ภาพประกอบไม่ เสริมเนื้อหา	เรียบง่าย	ไม่มีเอกลักษณ์ ให้จดจำ	เรียบง่าย	คล้ายกับ <b>Sanook</b> มาก	เรียบง่าย	ไม่มี ความ ทันสมัย
เนื้อหา	หลากหลาย	ถูกมองว่าไร้ สาระ ตรามา สอดรู้สอดเห็น	ตรง กลุ่มเป้าหมาย	แคบ เน้นเฉพาะ วัยรุ่น	ครอบคลุมเรื่อง สุขภาพ	กว้างไป	ครอบคลุมเรื่อง สุขภาพ	กว้างไป	มีการมอบรางวัล เพื่อให้คนสนใจ	กว้างไป
เทคนิคและ ปฏิสัมพันธ์	ใช้งานง่าย	ไม่มีปฏิสัมพันธ์ ในทันที บาง กระทู้ไม่มีผู้ชม	ใช้งานง่าย มี เจ้าหน้าที่มา ตอบคำถาม ปัญหาใช้งาน	ใช้เวลานานใน การโหลดข้อมูล	ใช้งานง่าย	ไม่มีปฏิสัมพันธ์ ในทันที	ใช้งานง่าย	ไม่มีปฏิสัมพันธ์ ในทันที	ใช้งานง่าย	ไม่มีปฏิสัมพันธ์ ในทันที
ประโยชน์และ การนำไปใช้	ผู้ชมนำเนื้อหา ไปใช้มาก	ไม่สามารถ รองรับการใช งานจำนวนมาก ในเวลาเดียวกัน	ถ้าไม่ใช้วัยรุ่น จะไม่ได้รับ ประโยชน์	ไม่สามารถ รองรับการใช งานจำนวนมาก ในเวลาเดียวกัน	ผู้ชมไม่นึกถึง เป็นอันดับแรกๆ ในแง่สุขภาพ	ไม่สามารถ รองรับการใช งานจำนวนมาก ในเวลาเดียวกัน	ผู้ชมไม่นึกถึง เป็นอันดับแรกๆ ในแง่สุขภาพ	ไม่เป็นที่นิยม	ผู้ชมไม่นึกถึง เป็นอันดับแรกๆ ในแง่สุขภาพ	ไม่เป็นที่นิยม
ความมั่นคงและ การรักษา ความลับ	รักษาความลับ สำรองข้อมูล	ยกเลิกสมาชิก ภาพไม่ได้	รักษาความลับ สำรองข้อมูล	ไม่มี	รักษาความลับ สำรองข้อมูล	ไม่มี	รักษาความลับ สำรองข้อมูล	มีการละเมิด สิทธิ์โดยสมาชิก อื่น	รักษาความลับ สำรองข้อมูล	มีการแอบอ้างใช้ ภาพผู้ใช้โดยไม่ เป็นความจริง

ตารางที่ 7: การวิเคราะห์เชื่อมโยงกระดานสนทนาเกี่ยวกับสุขภาพที่ประสบความสำเร็จ

## สรุปการวิเคราะห์เชื่อมโยงกระดานสนทนาเกี่ยวกับสุขภาพที่ประสบความสำเร็จ

1. **การออกแบบ** เว็บ Pantip มีการใช้สีม่วงที่เป็นเอกลักษณ์ ทำให้ผู้ชมจดจำได้ แต่ไม่เน้นความสวยงาม ในขณะที่ Dek-D จะเน้นภาพประกอบที่เข้าถึงวัยรุ่น เช่น ภาพการ์ตูน ซึ่งบางครั้งไม่ได้ส่งเสริมให้เข้าใจในเนื้อหามากขึ้น ส่วน Sanook และ Kapook นั้นออกแบบเรียบง่าย แต่ไม่มีเอกลักษณ์ให้จดจำ และค่อนข้างคล้ายกันมาก และ MthaiTalk เน้นความเรียบง่าย ไม่ทันสมัย
2. **เนื้อหา** Pantip มีเนื้อหาที่หลากหลายเนื่องจากมีสมาชิกเป็นจำนวนมาก แต่ภาพลักษณ์ของ Pantip ถูกมองว่าเต็มไปด้วยเนื้อหาไร้สาระ ตรามา สอดรู้สอดเห็นเรื่องของผู้อื่น ในขณะที่ Dek-D มีเนื้อหาที่ตรงกลุ่มวัยรุ่น จึงทำให้กลุ่มอื่นๆ อาจเข้าไม่ถึง ส่วน Sanook และ Kapook มีเนื้อหาที่ครอบคลุมเรื่องสุขภาพ แต่อาจเป็นเนื้อหาที่กว้าง ไม่ได้เจาะลึก เมื่อไม่มีสมาชิกมาแสดงความคิดเห็นทำให้หลายๆ หัวข้อเป็นเรื่องที่ทราบโดยทั่วไปอยู่แล้ว สำหรับ MthaiTalk มีเนื้อหาที่กว้าง พยายามสร้างความสนใจด้วยการมอบรางวัลให้กับบุคคลที่มีชื่อเสียงเพื่อดึงให้ผู้ชมเข้ามา
3. **เทคนิคและปฏิสัมพันธ์** ทุกเว็บไซต์ใช้งานง่าย แต่ไม่มีปฏิสัมพันธ์ตอบกลับในทันที เมื่อตั้งกระทู้ไปแล้ว อาจมีสมาชิกมาตอบกลับแต่อาจไม่ได้ตอบกลับในทันทีหรือไม่มีใครมาตอบเลย Dek-D มีหมวดที่ตั้งไว้ให้เจ้าหน้าที่มาตอบทุกคำถาม แต่เป็นเฉพาะเรื่องปัญหาการใช้งานและจะไม่ได้ตอบในทันที
4. **ประโยชน์และการนำไปใช้** ผู้ชมส่วนใหญ่ยอมรับว่านำเนื้อหาจาก Pantip ไปใช้ประโยชน์อย่างมาก เพราะเป็นพื้นที่ที่มีเนื้อหาอยู่เป็นจำนวนมากเทียบเท่ากับ Google ซึ่งเป็น search engine อันดับหนึ่ง แต่ Pantip มีปัญหาในแง่ของการที่ไม่สามารถรองรับการใช้งานจำนวนมากในเวลาเดียวกัน ซึ่ง Dek-D ก็ประสบกับปัญหานี้เช่นกัน ทั้งนี้ วัยรุ่นส่วนใหญ่พบว่าได้รับประโยชน์จากเนื้อหาของ Dek-D อย่างมาก ทั้งด้านการศึกษา ด้านการใช้ชีวิต ด้านบันเทิงและอื่นๆ ซึ่งเป็นเนื้อหาที่ผู้ชมวัยอื่นๆ ไม่ได้สนใจ ส่วน Sanook, Kapook, และ MthaiTalk ผู้ชมไม่นึกถึงเป็นอันดับแรกๆ ในแง่ของเนื้อหาด้านสุขภาพ
5. **ความมั่นคงและการรักษาความลับ** ทุกเว็บไซต์มีการรักษาความลับ และมีระบบสำรองข้อมูล สำหรับ Pantip นั้น ข้อเสีย คือ ไม่สามารถยกเลิกสมาชิกภาพได้ ส่วน Kapook เคยมีเหตุการณ์การละเมิดสิทธิ์โดยสมาชิกอื่นในขณะที่ MthaiTalk เคยมีการแอบอ้างใช้ภาพผู้ใช้โดยไม่เป็นความจริง

## 1.2 ผลจากการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-dept Interview)

### 1.2.1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ลำดับ	เพศ	อายุ	อาชีพ	วันที่สัมภาษณ์
1	ชาย	42	ผู้บริหารบริษัทเว็บไซต์กระดานสนทนา บริหารเว็บไซต์กระดานสนทนาที่ติดอันดับ 1 ใน 5 มากกว่า 20 ปี	10/8/2562
2	ชาย	38	ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเนื้อหาและสร้างชุมชนในกระดานสนทนา ผู้ดูแลเว็บไซต์กระดานสนทนาที่ติดอันดับ 1 ใน 5 มากกว่า 20 ปี	10/8/2562
3	ชาย	43	อาจารย์คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในจังหวัดชลบุรี มีส่วนร่วมในโครงการพัฒนาย่านนวัตกรรมและสมาร์ทซิตี เทคโนโลยีอัจฉริยะสำหรับผู้สูงวัย	14/8/2562
4	หญิง	50	แพทย์ด้านเวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลแห่งหนึ่งในจังหวัดชลบุรี รับผิดชอบโครงการอาสาสมัครดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน (อผส.)	31/8/2562
5	ชาย	51	แพทย์ด้านเวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้อำนวยการศูนย์เวชศาสตร์ผู้สูงอายุ	24/8/2562
6	หญิง	50	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการเทศบาลชลบุรี รับผิดชอบโครงการอาสาสมัครดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน (อผส.)	23/8/2562
7	ชาย	35	อาสาสมัครดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน (อผส.) เทศบาลกรุงเทพมหานคร แกนนำในการดำเนินกิจกรรมผู้สูงอายุต่างๆ ในชุมชน	2/9/2562
8	หญิง	55	ผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวที่เป็นเครือญาติกัน ดูแลบิดาและมารดาสูงอายุที่ป่วยด้วยโรคเมเร็งมากกว่า 10 ปี	8/8/2562
9	ชาย	51	ผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวที่เป็นเครือญาติกัน ดูแลบิดา มารดาและพี่เลี้ยงสูงอายุที่มีโรคประจำตัวที่ไม่ติดต่อเรื้อรัง	30/8/2562
10	หญิง	47	นักจิตวิทยาคลินิก โรงพยาบาลแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ตรวจวินิจฉัยทางด้านจิตคลินิก บำบัดรักษาผู้สูงอายุด้วยวิธีจิตบำบัด	5/9/2562

11	ชาย	59	นักวิชาการด้านจิตวิทยา มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในจังหวัดชลบุรี ผู้รับอนุญาตประกอบโรคศิลปะสาขาจิตวิทยาคลินิก กรรมการอำนวยการ สมาคมจิตวิทยาแห่งประเทศไทย	30/9/2562
12	หญิง	43	นักนิเทศศาสตร์ บริษัทตัวแทนโฆษณาแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ประกอบอาชีพด้านนิเทศศาสตร์มากกว่า 10 ปี และดูแลบิดา มารดาสูงอายุ	26/7/2562
13	ชาย	44	นักนิเทศศาสตร์ บริษัทตัวแทนโฆษณาแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ประกอบอาชีพด้านนิเทศศาสตร์มากกว่า 15 ปี และดูแลบิดา มารดาสูงอายุ	23/9/2562

#### ตารางที่ 8: ผลจากการสัมภาษณ์เจาะลึก

#### 1.2.2 ความคิดเห็นที่มีต่อกระดานสนทนาในปัจจุบัน

##### 1.2.2.1 องค์กรประกอบการด้านการออกแบบ

กลุ่มตัวอย่าง 1 ท่านมีความเห็นว่าการออกแบบมีความสำคัญส่งผลดึงดูดให้ผู้ชมเข้าไปอ่าน เข้าไปติดตาม กลุ่มตัวอย่างอีก 1 ท่านแนะนำว่าควรออกแบบให้ดูสดใส อบอุ่น ไม่หืดหู่ กลุ่มตัวอย่างที่เหลือเห็นว่าการออกแบบไม่ใช่เรื่องสำคัญที่สุด ควรออกแบบให้เรียบง่าย แล้วเน้นที่ความสะดวกในการใช้งานหรือการใช้ประโยชน์จากพื้นที่อันจำกัดจะเหมาะสมกว่า

“ต้องมีผลอยู่แล้ว มีผลน่าเข้าไปอ่าน น่าเข้าไปดู น่าเข้าไปติดตามรีเปลา ยังไงการออกแบบมีผลแน่นอน เช่นออกแบบให้มีคำถามที่ถูกต้องใจผลมาให้เห็น”

“ออกแบบให้เรียบง่าย ไม่มีอะไรเลย ไม่ต้องไปเน้นตรงนั้น ส่วนใหญ่คนก็ไม่ได้ดู ไม่ได้มีผล เรียบง่ายเพราะคนที่เข้าไปเขียนมีความหลากหลาย บางคนเขียนเป็นพรีด น่าจะไปดูตรงที่การจำกัดของตัวอักษรมากกว่า”

“ไม่ต้องดึงดูด เว็บไซต์ที่ดีน่าจะแค่ง่ายต่อการใช้ พอเข้าไปถึงรู้เลยว่าอะไรอยู่ตรงไหน แล้วเราจะได้อะไรหาประเภทไหน เกี่ยวกับอะไรเท่านั้นเอง ไม่ต้องสวยงามมากมาย”

##### 1.2.2.2 องค์กรประกอบการด้านเนื้อหา

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่เนื้อหาที่มีความสำคัญมาก เนื้อหาควรจะถูกต้อง ไม่ซ้ำซ้อน มีการปรับปรุงเนื้อหาให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา ต้องสร้างเนื้อหาที่แปลกใหม่ขึ้นมาให้ผู้ชมสนใจ แล้วเกิดเป็นชุมชนสำหรับแสดงความคิดเห็น มากกว่าที่จะคาดหวังให้ผู้ชมเข้ามาโพสต์หรือแชร์ด้วยตนเอง เนื้อหาควรแบ่งเป็นหมวดหมู่ ซึ่งนอกจากหมวดกระทู้แล้ว ควรมีหมวดอื่นๆ ด้วย เช่น ข่าว บทความ ปฏิทินแจ้งข่าวกิจกรรมปรึกษาปัญหาแก่นักจิตวิทยา เป็นต้น และควรมี Link ที่เชื่อมโยงไปยังโรงพยาบาลทั้งนี้ มีกลุ่มตัวอย่างเพียง 1 คนที่ไม่สนใจเนื้อหาอื่นๆ นอกจากกระทู้เท่านั้น นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเป็นแพทย์มีความเห็นว่าถ้าเป็นเรื่องเกี่ยวกับการรักษาโรค ควรติดต่อกับแพทย์โดยตรงมากกว่ามาสอบถามทางกระทู้กลุ่มตัวอย่างที่เป็น

นักจิตวิทยาแนะนำว่าเนื้อหาที่ผู้ดูแลควรทราบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุ ได้แก่ ข้อมูลด้านร่างกาย สติปัญญา อารมณ์และสังคม

“ความยากของเว็บไซต์คือ ทำอย่างไรให้เกิด Community ใหม่ ให้เค้ามารวมกัน ไม่งั้นพอไม่มารวมกัน ไม่มีคนมาแชร์เค้าก็จะไม่ฟังข้อมูลพวกนี้ เว็บไซต์ใหม่ๆ ไม่ค่อยมี ถูกตัวอื่นมา take action ไปแทน ถ้าเป็นเว็บไซต์ที่สร้างขึ้นมาแล้วเกิดเป็น Community ให้คนมาโต้ตอบกัน อย่างนั้นจะง่ายกว่า คือมีข้อมูลหลักที่มีเว็บมาสเตอร์หรือบริการคอยให้ข้อมูล Content อยู่ แล้วสร้างเป็น Community ขึ้นมา แล้วมี เว็บไซต์ตรงนั้นให้คุย แลกเปลี่ยนกัน แบบนั้นน่าจะดึงคนมารวมได้”

“เนื้อหา ข่าว Update เคล็ดลับต่างๆ เป็นสิ่งที่จำเป็น คนที่เข้ามาใหม่คือคนที่ต้องการข้อมูลนั้นๆ เข้ามา Join ถ้าเราไม่ต้องการข้อมูลนั้น เรายังจะไม่ไป Search ใน เว็บไซต์นั้น แล้วเข้าไปคุย เพราะคนที่เริ่มต้นมาจากการ Search เพื่อตัวเองเข้าไปแชร์ไม่ค่อยมี มีแต่อยากถามมาก่อน พอได้ข้อมูลแล้วก็อยู่ใน Community นั้นแล้ว พอมีคนมาถาม เราไม่รู้เรื่องนี้ เราค่อยไปแชร์ส่วนใหญ่ไม่ได้เกิดจากที่เราจะไปโพสต์ในสิ่งที่เราอยากแชร์เท่าไร ยกเว้นเป็นเรื่องเกี่ยวกับ หรืออยากแชร์มากซึ่งส่วนใหญ่เป็นทาง Negative มากกว่า ที่จะเป็นคนเปิดประเด็นในโพสต์ ดังนั้น Content ค่อนข้างสำคัญในการดึงคนเข้ามา ที่นี้ต้องไป Review ว่า Content ไหน ที่ยังขาด ถ้าจะทำอันใหม่มันก็ต้องไป Serve จุดที่ไม่มีใครสนใจ

“มันควรมีหัวข้อ หัวกระดาน เรื่องต่างๆ ถ้าไม่มีจะมั่ว คนเข้าไปไม่รู้จะไปหาช่องไหน ควรแบ่งเป็นหมวดหมู่ และควรมีเรื่องอื่นๆ เสริมเข้าไป ข่าว บทความ”

“ควรมีหัวข้ออื่นๆด้วย เช่น ข่าวล่าสุด บทความ ช่วยประกอบการวิเคราะห์ของเราเอง”

“เนื้อหาอื่นๆ ไม่ค่อยเข้าไปอ่าน ถ้าจะเข้าเว็บไซต์ก็ดูแต่ประเด็นที่สนใจเท่านั้น ข่าว Update จะดูจากแหล่งอื่น เช่น Facebook หรือ Twitter ที่มันจะเร็วกว่าเว็บไซต์เวลาสนใจจะ Google ก่อน แล้วพอมันปรากฏถึงเข้าไปดูกระทู้ในนั้น”

“ถ้าคุยเรื่องโรค สมมุติผู้ดูแลมีญาติเป็นเบาหวานแล้วอยากรู้ต้องทำอย่างไรนะ ผมว่าเค้าอาจจะอยากคุยกับหมอมากกว่า แล้วมีเว็บไซต์ที่สามารถตอบโต้คุยกับหมอแล้วจะทำอย่างไรต่อค่อยว่ากันอีกทีหนึ่ง”

“ผู้สูงอายุมีความต้องการสี่ด้าน คือด้านร่างกาย อาจจะเสื่อมสภาพ หรือเจ็บป่วยที่มีทั้งรุนแรง ทุพลภาพและไม่รุนแรง ข้อสองคือด้านสติปัญญา เช่น ความจำเสื่อม อัลไซเมอร์ ข้อสามคือด้านอารมณ์ เช่น เอาแต่ใจ หงุดหงิดง่าย อटकั๊นน้อย ข้อสี่ คือ ด้านสังคม ถ้าสุขภาพจิตดีก็จะไปเที่ยวกับเพื่อน ถ้าไม่ดีก็อยู่บ้าน”

### 1.2.2.3 องค์ประกอบด้านเทคนิคและปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้

ในด้านเทคนิคกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าระบบควรง่ายต่อความเข้าใจของผู้ใช้ มีการจัดทำคู่มือการใช้งานในส่วนต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานระบบได้อย่างถูกต้องส่วนในด้านปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นสิ่งจำเป็น อาจเป็นการดึงให้ผู้ชมเข้ามาร่วมกิจกรรมเพื่อสร้างให้เกิดชุมชน เมื่อชุมชนเป็นที่สนใจจะสามารถสร้างรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาและนำมาจ่ายให้กับผู้ดูแลเว็บได้ ทั้งนี้ มีกลุ่มตัวอย่าง 2 คนที่ไม่คาดหวังกับการมีปฏิสัมพันธ์ในเว็บ

“จำเป็นต้องให้มีปฏิสัมพันธ์ เพราะจะได้ไม่เหมือนเราฟังฝ่ายเดียว เราใส่ความคิดเราลงไปได้ เพื่อสอบถาม บางคนอาจเคยมีประสบการณ์ลงในสิ่งที่เรากำลังจะทำอยู่ เพราะผู้ใหญ่แต่ละคนไม่ใช่อารมณ์เหมือนกัน คิดเหมือนกัน”

“ต้อง Active ตลอดเวลา อย่าง Facebook, Line หรือเว็บข่าว เค้าจะพยายามส่ง Activity เข้ามา เพื่อให้เรารู้สึกว่ามี Activity ตลอดเวลาแล้วให้เราเข้าไป กระตุ้นให้เราสนใจเข้าไปอ่าน ไปมีส่วนร่วมในอันนั้นมี Interact”

“ยุคนี้ข้อมูลค่อนข้างมาเร็วมีสื่อ Interact กับเราก่อนข้างเยอะ ไม่เหมือนยุคแรกๆ มี Webpage ไม่กี่อัน ส่วนใหญ่เข้าไปเอง แต่ตอนนี้ถ้าคุณไม่กระตุ้น เค้าก็จะไป Serve ช่องทางอื่นซึ่งตอบโต้กับเค้า ตื่นเต้น มีสีสัน มีอะไรใหม่ๆ เข้าไปมีส่วนร่วมได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก Log in 3-4 รอบ เข้าไปปุ๊บสามารถ Interact ได้เลย ผูกกับ Account เดิมเค้า ผูกกับ Facebook ผูกกับ Line เค้า ง่ายต่อการมีส่วนร่วม จะดึงคนให้อยู่ใน Community ได้ตลอดเวลา”

“อันนี้จริงๆแล้วเป็นเรื่องของเทคนิคทาง Commercial ด้วยเพราะในที่สุดแล้วทำให้เป็นการขาย Ad เพื่อให้เลี้ยงตัวเอง ไม่งั้นจะไม่มีรายได้ แต่ถ้าเป็นเว็บบอร์ดสาธารณะ ก็ต้องยอมรับว่ามันจะยากในการแย่งชิงความสนใจ เช่น เว็บราชการไม่มีใครเข้าไปดู ไม่มีอะไร Interact กับเรา ไม่มีความรู้สึกอะไร เค้าพยายามจะโพสต์ข่าวแต่เราไม่เคยเข้าไปดูเพราะมันไม่ได้มา Interact กับเราโดยตรง บางครั้งเราไปรู้จากสื่ออื่น เราถึงเข้าไปดูข้อมูลตรงนี้จากเว็บราชการ คนที่ Interact เราคือเว็บข่าว สรุปมันต้องมีคนดูแล ซึ่งในที่สุดมันต้องมีเม็ดเงินเข้ามาเลี้ยงไม่ได้”

“ควรเข้าถึงง่าย ค้นหาไม่ลำบาก อาจเพิ่ม Link เข้าไป ให้ข้อมูลเพิ่ม แต่จะดูเป็นโฆษณาบ้าง เกะกะบ้าง อาจเป็นโรงพยาบาล หรืออะไรที่น่าเชื่อถือ มีประโยชน์ เรื่องปฏิสัมพันธ์ ไม่ได้เป็น fan club หรือโพสต์บ่อยๆ หรือ Review บ่อยจนรู้สึกว่าจะต้องอะไรขนาดนั้น”

“ไม่คาดหวังการ Interact ในเว็บบอร์ดจะแค่เข้าไปแล้วอ่านดู อย่างมากก็โพสต์ถามนิดหน่อย แต่ไม่คาดหวังว่าจะมีการคุยกัน ไม่ได้ตั้งใจรอคำตอบขนาดนั้น”

#### 1.2.2.4 องค์ประกอบด้านประโยชน์และการนำไปใช้

กลุ่มตัวอย่างรู้สึกว่าการมีประโยชน์ ได้เปรียบเทียบความคิด สนับสนุนความคิด หาทางแก้ปัญหาได้เร็วขึ้น เนื้อหาในเว็บบอร์ดจะอยู่ที่เดิมในระยะเวลายาวนานกว่าสื่ออื่นๆ ทั้งนี้ เนื้อหาต้องแปลกใหม่มีความแตกต่าง ไม่เคยมีมาก่อน

“ส่วนใหญ่มีแต่คนตอบไม่ตรงคำถามที่เราอยากได้ แต่ประโยชน์คืออย่างน้อยเราก็ได้เปรียบเทียบชอบอ่าน มีคนรู้มากกว่าในประเด็นที่แตกต่างกัน ถ้าเราจะเอาไปใช้เราจะหาข้อมูลเพิ่มเติมแบบไหน”

“มีประโยชน์เพราะช่วยในการสนับสนุนความคิดเรา ไปถึงทางแก้ปัญหาที่เร็วขึ้น”

“ประโยชน์มีอยู่ดี เพราะเว็บบอร์ดจะยังคงอยู่ยั้งยืน ถ้ายเทียบกับ Social Media อื่นๆ โพสต์หนึ่งจะแขวนอยู่นานกว่า”

“ประโยชน์ใช้สอย มี แต่ต้องไป Serve ในจุดที่ไม่มีคนทำ ข้อมูลผู้สูงอายุ มีเว็บมีข้อมูลอยู่เยอะ ข้อมูลด้านการดูแลผู้สูงอายุก็พอมีอยู่ แต่อันที่ยังไม่มี คือ วิธีการดูแลคนที่ดูแลผู้สูงอายุ วิธีที่จะจัดการตัวเอง ผู้ดูแล

มือใหม่ พฤติกรรมที่เปลี่ยนไป จะดูแลตัวเองยังไง ลดความกดดันตัวเองยังไง ลดความเครียดยังไง ทำให้ดูแลได้ดีขึ้น Effect หลักๆ จะตกกับผู้ดูแล แลกเปลี่ยนกัน แลกเปลี่ยนของ เช่น เราเคยดูแลผู้สูงอายุแล้วท่านเสีย เราอยากบริจาค Community พวกนี้ก็จะมียุทธศาสตร์ เค้าอาจไม่ได้สนใจจะขาย ไม่รู้จะมีคนเอารีเปลา เป็นกลุ่มตลาดพิเศษ เฉพาะ ยังไม่มีคนทำได้ ก็อาจเป็นสิ่งที่ดี เพราะถ้าเป็นข้อมูลผู้สูงอายุทั่วไปมันก็ค่อนข้างเยอะมาก”

#### 1.2.2.5 องค์ประกอบด้านความมั่นคง/การรักษาความลับ

กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าไม่ได้รู้สึกว่าคุณละเมิดสิทธิ์ในเว็บบอร์ด ข้อมูลที่ให้เป็นเรื่องพื้นฐานอยู่แล้ว การส่งต่อข้อมูลเป็นสิ่งที่ช่วยแบ่งปันประสบการณ์ออกไป แต่การนำภาพบางภาพไปโพสต์ต่อเป็นเรื่องไม่สมควรอย่างยิ่ง โดยเฉพาะภาพผู้ป่วย ควรมีการควบคุม กลุ่มตัวอย่างอีกส่วนให้ความเห็นว่าภาพที่ลงไปบนอินเทอร์เน็ตถือว่าเป็นเรื่องสาธารณะที่ไม่สามารถเป็นส่วนตัวได้อีกต่อไป

“การรักษาความลับ ไม่ Mind เพราะเราไม่จำเป็นต้องพูดชื่อ การให้ข้อมูลเพื่อ log in ก็ไม่ Mind ถ้า Cap ข้อความเราไป โดยไม่มีชื่อจริงเราก็ไม่ได้ Care อะไร มันเป็นการ Share ประสบการณ์ต่อออกไป”

“ความลับ เราให้ข้อมูล Basic ที่ตอบที่อื่นเหมือนกันอยู่แล้ว ไม่ใส่ก็ได้ ยังไม่รู้สีกว่ามันกลับมาทำร้ายอะไร แต่ต้องจำกัดเรื่องการโพสต์ภาพ เอารูปคนอื่นไปโพสต์ต่อไม่ควรทำอย่างยิ่ง ภาพผู้ป่วยยังเป็นเรื่อง Sensitive ต้องดูแลเรื่องตรงนี้”

“การรักษาความลับ เป็นเรื่องยากมาก คือ อะไรที่อยู่ในระบบไม่มีคำว่า Private อะไรที่อยู่ในอินเทอร์เน็ตไม่มีคำว่าโลกส่วนตัว ข้อมูลวิ่งอยู่บนที่สาธารณะ มีโอกาสที่คนจะ Access ได้ ขึ้นอยู่กับความยากง่ายมากกว่าที่จะเข้าถึงข้อมูล ถ้าเป็น Community ปิด ร้อยเปอร์เซ็นต์ อันนี้เข้ายาก แต่เป็นไปไม่ได้สำหรับ Webboard ดังนั้นโอกาสที่จะหลุดออกไป หรือมีคน Cap หน้าจอออกไป มันเป็นไปได้เสมอ”

#### 1.2.2.6 การเดินทางของผู้บริโภค

กลุ่มตัวอย่างคิดว่าการสื่อสารผ่านกระดานสนทนามีส่วนช่วยสร้างการรับรู้การประเมินทางเลือก การตัดสินใจใช้ประสบการณ์หลังการเลือกใช้รวมไปถึงการช่วยบอกต่อในผลิตภัณฑ์ บริการ ข้อเสนอแนะต่างๆ ทั้งนี้ควรเริ่มจากการสร้างชุมชนให้เกิดขึ้นก่อนแล้วเส้นทางการเดินทางของกลุ่มเป้าหมายจึงจะเกิดขึ้นและถ้าเป็นชุมชนที่เหนียวแน่นและมีการกลั่นกรอง บริหารจัดการที่ดี ก็จะได้รับคำแนะนำและมีการบอกต่อในที่สุด

“เข้ามาจับบทบาทตรงที่เมื่อก่อนเราเป็นผู้รับสาร ตอนนี้อาจจะเข้าไปบอกหรือไปโปรยไว้แล้วคนอื่นก็บอกข้อมูลเรามา เป็นคนที่จัดการให้เกิดการพูดคุยในประเด็นที่เราต้องการขึ้น ไม่ใช่เราแคร์ไปหาข้อมูลในประเด็นที่เราสนใจ มันเปลี่ยนบทบาท ยังเป็นช่องทางหนึ่งนี้อาจจะไม่เกิด Impact มากเท่า Social Media แต่ถ้าเป็นเฉพาะกลุ่ม Webboard ก็ยังมีอิทธิพล สำหรับผู้ดูแลผู้สูงวัย Webboard ก็ยังมีอิทธิพล”

“การสื่อสารผ่าน Webboard มันดี มันยังขยายวงกว้าง เหมือนเข้า Lab ทดลองปฏิบัติ ว่าอันไหนจะดีที่สุดสำหรับเรา อาจจะมีสามสี่วิธี วิธีที่หนึ่งอาจจะไม่ Work วิธีที่สามอาจจะ Work กับเราเพราะผู้ป่วยไม่ได้เหมือนกันหมด ผู้ป่วยมีอารมณ์ความคิดของตัวเอง สรุปลง คิดว่าช่วยให้เกิดการปฏิบัติเลย แล้วเกิดการบอกต่อ”

“Webboard น่าจะช่วยสร้าง Community ผู้ดูแลผู้สูงวัยได้ เพราะเป็นสังคมผู้สูงอายุ คนดูแลไม่มีเวลาแต่มีความต้องการที่จะตรวจสอบหาข้อมูล ช่องทางนี้น่าจะเป็นทางเลือกแรกที่จะทำให้เราได้ข้อมูลในเบื้องต้น ในการตัดสินใจที่ไม่ต้องไปพบแพทย์ทุกครั้ง เพียงแต่ต้องออกแบบให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย วิทยากร ช่องทางอื่นเขียนเยอะๆ ลำบาก และการถ่ายทอดข้อมูลแบบจริงจังแบบวิชาการ แบบจะให้ Link ไปสู่อันอื่น

มันไม่เหมาะ อย่าง Line Group เปิดปิดง่าย แต่ไม่ได้เนื้อหา ส่วน App เป็นแค่รับรู้ ไม่มีการ Interactive แต่ ถ้าเข้า Webboardแล้ว โยงไปสู่อะไร Web หรือApp โรงพยาบาลที่มีอยู่แล้ว อันนี้เป็นช่องทาง เป็นตัวช่วย”

“ถ้ามีเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มแบบนี้จะเป็นประโยชน์ ถ้าทำออกมาสักกระยะหนึ่งแล้วเริ่มคล้ายๆว่า เริ่มเป็นที่รู้จัก คุณกลับบ้านได้นะ แล้วคนใช้บอกว่า เอ๊ะ ผมจะโน่นนี่นั่นยังไง เราก็จะบอกว่าคุณไปค้นหาข้อมูล ดูที่เว็บไซต์นี้ เป็นเรื่องของอุปกรณ์ เรื่องของคนดูแล อะไรก็แล้วแต่ที่ทางแพลตฟอร์มจะ Provide ให้ แล้วก็ อาจจะเป็นอย่างคุณแยกเปลี่ยนความรู้ก็ได้ ว่าจากประสบการณ์ของคนๆหนึ่ง เค้าไม่รู้ว่าจะทำยังไง เค้าอาจจะ โพสต์เข้าไปถามแล้วก็อาจจะจะมีผู้ที่มีประสบการณ์แบบเดียวกันเข้ามาตอบ”

“เส้นทางผู้บริโภค จะเกิดขึ้นถ้า Community ที่เหนียวแน่นแล้วมีการ Screen ข้อมูลที่ดี ส่วนใหญ่ Community ที่เกิดใหม่ ตัวคนที่ Manage ข้อมูลไม่ได้จริงจังกับการกลั่นกรองอะไรนัก ให้โพสต์ต่ออะไรก็ได้ในที่ สาธารณะ ความน่าเชื่อถือจะต่ำ ส่วนใหญ่เราเข้าไปดูแล้วก็ไปหาข้อมูลที่อื่นมาประกอบ ถ้าต้องการให้ น่าเชื่อถือต้องกลั่นกรองข้อมูล มีกฎที่แน่นอนในการ Reject คนที่ไม่ใช่หรือไม่ถูกต้องออกไป ตัดออก ลบ แบน ชัดเจน ถ้าไม่เคยมีข้อมูลผิดพลาดความน่าเชื่อถือก็จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ถ้าปล่อยให้เค้ามาโพสต์แล้วข้อมูลมันผิด แล้วไม่มีใครตรวจสอบแล้วว่ามีตอนหลังมีคนมาแย้งว่ามันผิด ไม่มีการแก้ไข ความน่าเชื่อถือของ Community ตัวข้อมูลก็จะลดลง”

#### สรุปประเด็นจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

หัวข้อ	ประเด็นที่เหมือนกัน	ประเด็นที่แตกต่าง
ด้านการออกแบบ	ไม่ใช่เรื่องสำคัญที่สุด ควรออกแบบให้เรียบง่าย แล้วเน้นที่ความสะดวกในการใช้งานหรือการใช้ ประโยชน์จากพื้นที่อันจำกัดจะเหมาะสมกว่า	-มีความสำคัญ ส่งผลดีจุดให้ผู้ชมเข้าไปอ่าน เข้าไป ติดตาม -ควรออกแบบให้สดใส อบอุ่น ไม่หดหู่
ด้านเนื้อหา	สำคัญมาก เนื้อหาควรจะถูกต้อง ไม่ซ้ำซ้อน มีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา ต้องสร้าง เนื้อหาที่แปลกใหม่ขึ้นมาให้ผู้ชมสนใจแล้วเกิด เป็นชุมชนสำหรับแสดงความคิดเห็น ควร แบ่งเป็นหมวดหมู่ และนอกจากหมวดหมู่ที่ก็ ควรมีหมวดอื่นๆ ด้วยควรมีนักจิตวิทยา มาคอย ตอบคำถามและควรมี Link เชื่อมไปยัง โรงพยาบาล  -เนื้อหาที่ผู้ดูแลควรทราบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุ ได้แก่ ข้อมูลด้านร่างกาย สติปัญญา อารมณ์และสังคม	-สนใจแต่หมวดหมู่ที่เท่านั้น  -ถ้าเป็นเรื่องเกี่ยวกับการรักษาโรค ควรติดต่อกับ แพทย์โดยตรงมากกว่ามาสอบถามทางกระทู้
ด้านเทคนิคและ ปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้	-ระบบควรง่ายต่อความเข้าใจของผู้ใช้ มีการ จัดทำคู่มือการใช้งานในส่วนต่างๆ เพื่อให้ ผู้ใช้งานสามารถใช้งานระบบได้อย่างถูกต้อง -	-ไม่คาดหวังกับการมีปฏิสัมพันธ์ในเว็บบอร์ด

	ด้านปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ เป็นสิ่งจำเป็น อาจเป็นการดึงให้ผู้ชมเข้ามาร่วมกิจกรรมเพื่อสร้างให้เกิดชุมชน เมื่อชุมชนเป็นที่สนใจจะสามารถสร้างรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาและนำมาจ่ายให้กับผู้ดูแลเว็บได้	
ด้านประโยชน์และการนำไปใช้	เว็บบอร์ดมีประโยชน์ สามารถนำไปใช้ได้ทำให้อุดูแลผู้สูงอายุได้ดีขึ้น	
ด้านความมั่นคง/การรักษาความลับ	-ไม่ได้รู้สึกว่าคุณละเมิดสิทธิ์ในเว็บบอร์ด ข้อมูลให้เป็นเรื่องพื้นฐานอยู่แล้ว การส่งต่อข้อมูลเป็นสิ่งที่ช่วยแบ่งปันประสบการณ์ออกไป -ภาพที่ลงไปอินเทอร์เน็ตถือว่าเป็นเรื่องสาธารณะที่ไม่สามารถเป็นส่วนตัวได้อีกต่อไป	-การนำภาพบางภาพไปโพสต์ต่อเป็นเรื่องไม่สมควรอย่างยิ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพผู้ป่วย ควรมีการควบคุม
การเดินทางของผู้บริโภค	-ควรเริ่มจากการสร้างชุมชนให้เกิดขึ้นก่อนแล้วเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภคจึงจะเกิดขึ้น -ถ้าเป็นชุมชนที่เหนียวแน่นและมีการกลั่นกรองบริหารจัดการที่ดี ก็จะได้รับความสะดวกเชื่อถือและมีการบอกต่อในที่สุด	-การสื่อสารผ่านกระดานสนทนามีส่วนช่วยสร้างการรับรู้ การประเมินทางเลือกการตัดสินใจใช้ประสบการณ์หลังการเลือกใช้รวมไปถึงการช่วยบอกต่อในผลิตภัณฑ์ บริการ ข้อเสนอแนะต่างๆ

ตารางที่ 9: ประเด็นจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

แบบจำลองต้นแบบกระดานสนทนาสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว



ภาพประกอบที่ 15: แบบจำลองที่ใช้ภาพถ่าย กราฟฟิกและศิลปะแบบจำลองกระดานสนทนาสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว

จากการวิเคราะห์เนื้อหาารูปแบบกระดานสนทนาที่ประสบความสำเร็จและจากการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ที่เกี่ยวข้อง ทำให้ได้แบบจำลองต้นแบบกระดานสนทนาสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว ที่มีเนื้อหาประกอบไปด้วย หน้าแรกกระทุ้แนะนำถามตอบเล่าเรื่องริวิวซื้อขายข่าว บทความ สายตรงนักจิตวิทยา link โรงพยาบาลปฏิทินกิจกรรม โดยมีรูปแบบ 3 แบบ ดังต่อไปนี้

1. แบบจำลองที่ใช้ภาพถ่าย พื้นหลังเป็นสีขาว ใช้ภาพประกอบเป็นภาพถ่ายทั้งหมด เน้นความเรียบง่าย เนื้อหาจะใช้ภาษาที่เป็นทางการเช่น วิธีการจัดการกับอารมณ์ตนเองเมื่อพบกับความผิดหวัง
2. แบบจำลองเป็นกราฟฟิก พื้นหลังเป็นสีเขียวอ่อน ใช้ภาพประกอบเป็นลายเส้นกราฟฟิกทั้งหมด เน้นความเป็นเทคโนโลยีดิจิทัล เนื้อหาจะใช้ภาษาที่ทันสมัยเช่น AI ปลอดภัยสูงวัยได้อย่างเฉียบ
3. แบบจำลองเป็นศิลปะ พื้นหลังสีสด ใช้ภาพประกอบเป็นลายเส้นแนวย้อนยุค เน้นความเป็นธรรมชาติ เนื้อหาจะใช้ภาษาที่เป็นกันเอง เช่น เกร็ดเล็กเกร็ดน้อยเกี่ยวกับสิ่งต่างๆที่ไม่ได้เป็นอย่างที่เราคิด

ผลการวิจัยต้นแบบกระดานสนทนาเพื่อผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวจากการสัมภาษณ์กลุ่มสนทนา ประเด็นเฉพาะ (Focus Group)

### ปัจจัยส่วนบุคคล

ผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัว 48 คน แบ่งเป็น

เพศ	ชาย 24 คน หญิง 24 คน
อายุ	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



	บอกต่อประสบการณ์หลังการเลือกใช้ในผลิตภัณฑ์ บริการ ข้อเสนอแนะต่างๆ เหล่านั้น จำเป็นต้องสร้างให้เกิดชุมชน ขึ้นมาก่อน	ผลิตภัณฑ์ บริการ ข้อเสนอแนะต่างๆ และยัง บอกต่อไปยังคนอื่นๆ อีกด้วย
--	--	---

ตารางที่ 11: ผลการวิจัยต้นแบบกระดานสนทนาการสัมภาษณ์กลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะ (Focus Group)

#### องค์ประกอบด้านการออกแบบ

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ (36 คน) เลือก แบบจำลองที่ 3 เพราะหน้าโฮมเพจมีความสวยงาม ทันสมัย น่าสนใจ แปรกต่างจากที่เคยเห็น สีที่ใช้มีความเหมาะสม สีพื้นหลังกับสีตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน ขนาดตัวอักษรและรูปแบบตัวอักษรมีความสวยงามและอ่านได้ง่าย ผู้ให้ข้อมูลเพียงเล็กน้อย (5 คน) เลือกแบบจำลองที่ 1 เพราะภาพประกอบสื่อความหมายได้ และผู้ให้ข้อมูลอีกเพียงเล็กน้อย (7 คน) เลือกแบบจำลองที่ 2 เพราะรูปแบบง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน

“สองอันแรกมันเห็นบ่อย อันสุดท้ายแปลกตาดี พอเป็นVintage มันก็เข้ากับวัยเรา แล้วเดี๋ยวนี้เค้าก็ฮิตกัน ลีก็สดใส อ่านได้ไม่จ่ม”

“ไม่ค่อยเห็นแบบนี้ (แบบจำลองที่ 3) Font ก็สวยดี อ่านง่าย”

“อันที่ 3 มันสะดวกตา ไม่รู้สี มันดู Art ดี”

“ชอบอันแรก พอมันเป็นภาพถ่ายแล้วมันเข้าใจง่าย”

“อันที่สองอ่านง่าย สื่อได้เข้าใจง่ายสุด”

#### องค์ประกอบด้านเนื้อหา

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ (38 คน) ให้ความเห็นว่าเนื้อหาที่มีความทันสมัยข่าวสาร ภาพ การประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสม น่าสนใจปริมาณเนื้อหาเพียงพอกับความต้องการการจัดลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอน ต่อเนื่อง อ่านแล้วเข้าใจมีการจัดหมวดหมู่ให้ง่ายต่อการค้นหาและทำความเข้าใจข้อความถูกต้องตามหลักภาษาและไวยากรณ์เนื้อหากับภาพมีความสอดคล้องกัน ผู้ให้ข้อมูลบางส่วน (10 คน) ให้ความเห็นว่าเนื้อหาขาดความชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ

“Update ดี ทั้งข่าว รูป PR น่าอ่าน”

“พอแล้วนะ เยอะไปยาวไปก็ไม่ดี ชี้แจงอ่าน นี่พอดีๆ แล้วมันก็อ่านต่อไปได้เรื่อยๆ ไม่งง ไม่หลง เพราะมันเป็นหมวดๆ”

“เรื่องง่ายๆ แบบนี้ดีแล้ว บางWeb มันวกไปวนมา ลับสน”

“พวกตัวสะกดก็สำคัญ ราคารู้อย่างนี้ ชอบใช้คำแปลกๆ บางทีอ่านไม่รู้เรื่องเลย”

“พอมันเป็นความคิดเห็นบางทีก็คิดว่ามั่วรีเปล่า คนเขียนเป็นใคร หมอกก็ไม่ใช้”

#### องค์ประกอบด้านเทคนิคและการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ (35 คน) มีความเห็นว่าเว็บไซต์มีการออกแบบการเชื่อมโยงการใช้งานกระดานสนทนาการใช้งานหมวดอื่นๆ และการใช้งานในส่วนของปฏิทินได้อย่างดี รวมไปถึงการเข้าถึงข้อมูลมีความเหมาะสม ในด้านปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ที่ควรมีการโต้ตอบ แต่ไม่จำเป็นต้องในทันทีทันใด ผู้ให้ข้อมูลที่เหลือ (13 คน) มีความเห็นว่า นอกจากเทคนิคที่ดีแล้วควรมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ในทันที

“Link กันดีในทุกส่วน ทุกหมวด ชอบตรงปฏิทินนะ”

“ชอบที่มี Link ไปโรงพยาบาล มันเหมาะกับ Web เหล่ะ”

“แค้โต้ตอบได้ก็พอ คือ มันไม่ได้รับ ไม่ด่วน ชุกเฉินอะไรขนาดนั้น แบบแค่อยากว่าถ้า Post ไปแล้วก็ขอให้มีคนมาตอบก็ Happy แล้ว แต่ถ้า Post ไปแล้ว 0 comment ก็ไม่อยากจะเข้ามาอีก”

“เทคนิคดีแล้ว แต่มันต้องโต้ตอบได้ทันที แบบพิมพ์ไปปุ๊บมีคนตอบเลย เหมือนเวลาส่งข้อความใน Line Group นะ อยากได้แบบนี้”

องค์ประกอบด้านประโยชน์และการนำไปใช้

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ (30 คน) มีความเห็นว่ามีประโยชน์ต่อผู้ใช้งานและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ เป็นแหล่งข้อมูลที่ตรงกับความต้องการผู้ใช้งาน ผู้ให้ข้อมูลส่วนหนึ่ง (10 คน) มีความเห็นว่ามีประโยชน์แต่ต้องใช้วิจารณญาณส่วนบุคคลในการนำไปใช้ ผู้ให้ข้อมูลอีกส่วนหนึ่ง (8 คน) มีความเห็นว่าไม่สามารถเป็นแหล่งความรู้ได้

“มีประโยชน์มาก เอาไปใช้ได้เป็นสิ่งที่อยากรู้ อยากขาย อยากไปเจอ คือ มันคนแบบเดียวกัน ปัญหาเดียวกัน มา Share กัน”

“มีประโยชน์แต่บางเรื่องต้องเอามาพิจารณาเอง ถ้ามันอันตรายก็ต้องชั่งดู แต่บางคนมันไม่มีทางเลือกแล้ว วิธีไหนไม่เคยทำมันก็น่าลองไปหมดนะ”

“ถามหมอเหอะ อย่าเชื่อไปเรื่อย”

**ผลการวิจัยด้านการเดินทางของผู้บริโภค**

ผู้ให้ข้อมูลเกือบทั้งหมด (45 คน) มีความเห็นว่าการสื่อสารผ่านกระดานสนทนาช่วยให้ผู้ดูแลและผู้สูงอายุไทยในครอบครัวเกิดการรับรู้ ได้รับข้อมูลเพื่อประเมินทางเลือก แต่การตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์ บริการ ข้อเสนอแนะต่างๆ และบอกต่อประสบการณ์หลังการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ บริการ ข้อเสนอแนะต่างๆ เหล่านั้น จำเป็นต้องสร้างให้เกิดชุมชนขึ้นมาก่อนผู้ให้ข้อมูลเพียงเล็กน้อย (3 คน) มีความเห็นว่าการสื่อสารผ่านกระดานสนทนาจะช่วยให้ผู้ดูแลและผู้สูงอายุไทยในครอบครัวเกิดการรับรู้ ได้รับข้อมูลเพื่อประเมินทางเลือกตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์ บริการ ข้อเสนอแนะต่างๆ และยังคงบอกต่อไปยังคนอื่นๆ อีกด้วย

“มันทำให้ได้ข้อมูล แล้วเราก็มารู้ใจตัวเองอีกที”

“ถามว่าทำตามเลยมัย อันนี้ถ้าเกิดทุกคนทำกันหมด ทุกคนที่มีพ่อแม่ป่วยเหมือนๆ กัน คุณกันมานาน ในนี้ เหมือนกับรู้จักกันเป็นเพื่อนกันไปแล้ว แล้วเค้าทำแล้วดี เราก็ตะเชื่อเค้าละ ถ้าเราทำตามแล้วดี เราก็ตะมา Ment เสริมให้อีกด้วย แต่ถ้าเป็นใครไม่รู้มา Post แค่ครั้งสองครั้ง อันนี้เราต้องคิดก่อน”

“ไม่แน่ใจ คือมันได้ความรู้ แต่จะทำมัยไม่แน่ใจ แต่ถ้าคุณกันจนคุ้นกันมันก็ไม่โกหกกันหรอก ก็จะทำตามนะ”

“ทำตามตลอด หยั่งเวลาอยากรู้อะไร ปกติก็ Google อยู่นู่แล้ว แล้วก็ทำตาม ซึ่งเป็นใครมาเขียนก็ไม่วู้ แต่อันนี้รู้ว่าเป็นพวกเดียวกัน ปัญหาเดียวกัน ลองทำดูก็ไม่เห็นเป็นไร”

“ถ้าทำแล้วได้ผลก็บอกต่อ หรือเวลาซื้อของ ถ้ามีคนมา Post ขายแล้วมันถูกมันดี ก็จะทำบอกต่อให้ลอง มาเข้า Web นี้ละ”

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์และพัฒนาต้นแบบกระดานสนทนาเกี่ยวกับสุขภาพเพื่อผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว” มีวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย 3 ข้อ คือ (1) เพื่อวิเคราะห์รูปแบบกระดานสนทนาเกี่ยวกับสุขภาพที่ประสบความสำเร็จ (2) เพื่อออกแบบและพัฒนาต้นแบบกระดานสนทนาเพื่อผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว และ (3) เพื่อประเมินต้นแบบกระดานสนทนาเพื่อผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวโดยมีระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) 3 รูปแบบคือการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-dept Interview) และกลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะ (Focus Group)

#### สรุปผลการวิจัย

เว็บไซต์ทั้ง 5 ออกแบบเรียบง่าย มีภาพประกอบที่เป็นลายเส้นกราฟฟิกและรูปภาพเพียงไม่กี่ภาพ ใช้สีพื้นหลังเป็นสิ่งแสดงถึงอัตลักษณ์ คือ Pantipสีม่วง, Dek-D สีส้ม, Kapookสีเขียว, Sanook และMThaiTalk สีขาว สามารถเข้าถึงได้ง่ายเพราะมีหัวข้อชัดเจน แยกแยะด้วยชื่อหัวข้อและภาพ Icon แบ่งหัวข้อหลักและย่อยตามสีและขนาดตัวอักษรมีความพร้อมใช้งาน สะดวก ประเมินผลได้อย่างรวดเร็วในด้านเนื้อหาในเว็บไซต์ทั้ง 5 มีการนำเสนอข้อมูลถูกต้อง ไม่ซ้ำซ้อน ปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา สามารถแสดงผลลัพธ์การประมวลผลได้ถูกต้องเชื่อถือได้ แต่บางครั้งเมื่อมีเนื้อหาที่เป็นประเด็นขัดแย้งหรือโฆษณาแฝงจะเกิดการตอบโต้กันอย่างไม่เป็นกลาง ส่วนด้านเทคนิคและปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ระบบนั้นง่ายต่อความเข้าใจของผู้ใช้ มีการจัดทำคู่มือการใช้งานในส่วนต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานระบบได้อย่างถูกต้อง ทั้งนี้ เว็บไซต์ไม่สามารถรองรับการใช้งานจำนวนมาก ณ เวลาเดียวกันของผู้ใช้งานในช่วงเหตุการณ์สำคัญๆ ที่มีผู้เข้าชมจำนวนมากได้สังเกตได้จากข้อความตำหนิตั้งในอดีตและปัจจุบัน หรือความยากลำบากในการเข้าถึงในบางช่วงเวลา ยกเว้น Kapookที่รองรับการใช้งานได้ดี เพราะยังไม่เคยมีการใช้งานจำนวนมาก ณ เวลาเดียวกันของผู้ใช้งานมาก่อน ในแง่ของประโยชน์และการนำไปใช้ผู้ผลิตได้รับประโยชน์ในด้านรายได้ที่มาจากสปอนเซอร์ ส่วนผู้ชมได้ประโยชน์ในด้านการนำข้อมูลไปใช้ในส่วนของตัวเองประกอบด้านความมั่นคง/การรักษาความลับนั้น มีการแจ้งถึงการรักษาความลับของผู้ใช้ แต่ Kapookนั้นผู้ใช้เคยถูกละเมิดสิทธิ์จากผู้ใช้คนอื่นและ MThaiTalk ผู้ใช้ถูกแอบอ้างใช้ภาพโดยผู้ใช้อื่นซึ่งไม่เป็นความจริงสำหรับด้านการเข้าถึงข้อมูลนั้น ในแต่ละส่วนมีการกำหนดสิทธิ์ใช้งานตามบทบาทของผู้ใช้งานแต่ละคน มีการสำรองข้อมูลทั้งระบบทุกสัปดาห์ ย้อนหลัง 3 เดือน สามารถกู้คืนระบบให้ใช้งานได้เป็นปกติภายในเวลา 3 ชั่วโมง หากระบบเกิดความผิดพลาดหรือล้มเหลว

## สรุปผลลัพธ์ข้อมูลจากการวิเคราะห์เนื้อหาในรูปแบบกระดานสนทนาเกี่ยวกับสุขภาพที่ประสบความสำเร็จ

ข้อมูล	การออกแบบ	เนื้อหา	เทคนิคและปฏิสัมพันธ์	ประโยชน์และการนำไปใช้	ความมั่นคงและการรักษาความลับ
Pantip	-ความสวยงาม เน้นความเรียบร้อย น่าอ่าน -ความเข้าถึงได้ง่าย เข้าถึงได้ง่ายเพราะมีหัวข้อชัดเจน แยกแยะด้วยชื่อหัวข้อ ภาพ icon แบ่งหัวข้อหลักและย่อยตามสี และขนาดตัวอักษร -ความพร้อมใช้งาน สะดวก ประเมินผลรวดเร็ว	-การนำเสนอ ข้อมูลถูกต้องไม่ซ้ำซ้อน มีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา สามารถแสดงผลลัพธ์การประมวลผลได้ถูกต้องเชื่อถือได้	-ระบบง่ายต่อความเข้าใจของผู้ใช้ -มีการจัดทำคู่มือการใช้งานในส่วนต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานระบบได้อย่างถูกต้อง	-ไม่สามารถรองรับการใช้งานจำนวนมาก ณ เวลาเดียวกันของผู้ใช้งานในช่วงเหตุการณ์สำคัญๆ ที่มีผู้เข้าชมจำนวนมาก	-มีการแจ้งถึงการรักษาความลับของผู้ใช้ -การเข้าถึงข้อมูลในแต่ละส่วนมีการกำหนดสิทธิ์ใช้งานตามบทบาทของผู้ใช้งานแต่ละคน -มีการสำรองข้อมูลทั้งระบบ ทุกสัปดาห์ ย้อนหลัง 3 เดือน -สามารถกู้คืนระบบให้ใช้งานได้เป็นปกติภายในเวลา 3 ชั่วโมง หากระบบเกิดความผิดพลาดหรือล่มเหลว
Dek-D	-ความสวยงาม เน้นความเรียบร้อย น่าอ่าน -ความเข้าถึงได้ง่าย เข้าถึงได้ง่ายเพราะมีเพียง 4 หัวข้อ -ความพร้อมใช้งาน สะดวก ประเมินผลรวดเร็ว	-การนำเสนอ ข้อมูลถูกต้องไม่ซ้ำซ้อน มีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา สามารถแสดงผลลัพธ์การประมวลผลได้ถูกต้องเชื่อถือได้	-ระบบง่ายต่อความเข้าใจของผู้ใช้ -มีการจัดทำคู่มือการใช้งานในส่วนต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานระบบได้อย่างถูกต้อง	-ไม่สามารถรองรับการใช้งานจำนวนมาก ณ เวลาเดียวกันของผู้ใช้งานสังเกตได้จากข้อความตำหนิทั้งในอดีตและปัจจุบัน	-มีการแจ้งถึงการรักษาความลับของผู้ใช้ -การเข้าถึงข้อมูลในแต่ละส่วนมีการกำหนดสิทธิ์ใช้งานตามบทบาทของผู้ใช้งานแต่ละคน มีการสำรองข้อมูลทั้งระบบ ทุกสัปดาห์ ย้อนหลัง 3 เดือน -สามารถกู้คืนระบบให้ใช้งานได้เป็นปกติภายในเวลา 3 ชั่วโมง หากระบบเกิดความผิดพลาดหรือล่มเหลว
Sanook	-ความสวยงาม เน้นความเรียบร้อย น่าอ่าน -ความเข้าถึงได้ง่าย เข้าถึงได้ง่ายเพราะมีเพียง 9 หัวข้อและมีภาพประกอบชัดเจน -ความพร้อมใช้งาน สะดวก ประเมินผลรวดเร็ว	-การนำเสนอ ข้อมูลถูกต้องไม่ซ้ำซ้อน มีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา สามารถแสดงผลลัพธ์การประมวลผลได้ถูกต้องเชื่อถือได้	-ระบบง่ายต่อความเข้าใจของผู้ใช้ -มีการจัดทำคู่มือการใช้งานในส่วนต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานระบบได้อย่างถูกต้อง	-ไม่สามารถรองรับการใช้งานจำนวนมาก ณ เวลาเดียวกันของผู้ใช้งานสังเกตได้จากข้อความตำหนิในแง่การเข้าถึง ในบางช่วงเวลา	-มีการแจ้งถึงการรักษาความลับของผู้ใช้ -การเข้าถึงข้อมูลในแต่ละส่วนมีการกำหนดสิทธิ์ใช้งานตามบทบาทของผู้ใช้งานแต่ละคน -มีการสำรองข้อมูลทั้งระบบ ทุกสัปดาห์ ย้อนหลัง 3 เดือน -สามารถกู้คืนระบบให้ใช้งานได้เป็นปกติ

					ภายในเวลา 3 ชั่วโมง หากระบบเกิดความผิดพลาดหรือล้าหลัง
Kapook	-ความสวยงาม เน้นความ เร็ย บ ง ่า ย -ความ เข้า ถึง ได้ ง่าย เข้าถึงได้ง่ายเพราะมีเพียง 7 หัวข้อและผู้ชมคุ้นเคยกับ เว็บ Sanook มา แล้ว -ความพร้อมใช้งาน สะดวก ประเมินผลรวดเร็ว	-การนำเสนอ ข้อมูลถูกต้อง ไม่ ซ้ำ ซ้อน มีการ ปรับปรุงข้อมูล ให้ทันสมัยอยู่ ตลอด เวลา สามารถแสดง ผลลัพธ์ การ ประมวลผลได้ ถูกต้องเชื่อถือได้	-ระบบง่ายต่อความ เข้าใจ ของ ผู้ ใช้ -มีการจัดทำคู่มือการใช้ งานใน ส่วน ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถ ใช้งานระบบได้อย่าง ถูกต้อง	-รองรับการใช้งานได้ดี แต่เนื่องจากยังไม่เคยมี การใช้งานจำนวนมาก ณ เวลาเดียวกันของ ผู้ใช้งานจึงยากที่จะ นำไปเปรียบเทียบกับ เว็บอื่นๆ	-มีการแจ้งถึงการรักษา ความลับของผู้ใช้แต่เคย มีการละเมิดสิทธิ์ของ ผู้ใช้ -การเข้าถึงข้อมูลใน แต่ละส่วนมีการกำหนด สิทธิ์ใช้งานตามบทบาท ของผู้ใช้งานแต่ละคน -มีการสำรองข้อมูลทั้ง ระบบ ทุกสัปดาห์ ย้อน หลัง 3 เดือน -สามารถกู้คืนระบบให้ ใช้งานได้ เป็น ปกติ ภายในเวลา 3 ชั่วโมง หากระบบเกิดความ ผิดพลาดหรือล้าหลัง
MThaiTalk	-ความสวยงาม เน้นความ เร็ย บ ง ่า ย -ความ เข้า ถึง ได้ ง่าย เข้าถึงได้ง่ายเพราะมีเพียง 9 หัวข้อและมีภาพประกอบ ชัด เจ น -ความพร้อมใช้งาน สะดวก ประเมินผลรวดเร็ว	-การนำเสนอ ข้อมูลถูกต้อง ไม่ ซ้ำ ซ้อน มีการ ปรับปรุงข้อมูล ให้ทันสมัยอยู่ ตลอด เวลา สามารถแสดง ผลลัพธ์ การ ประมวลผลได้ ถูกต้องเชื่อถือได้	-ระบบง่ายต่อความ เข้าใจ ของ ผู้ ใช้ -มีการจัดทำคู่มือการใช้ งานใน ส่วน ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถ ใช้งานระบบได้อย่าง ถูกต้อง	-ไม่สามารถรองรับการ ใช้งานจำนวนมาก ณ เวลาเดียวกัน ของ ผู้ใช้งานสังเกตได้จาก ข้อความตำหนิตั้งใน อดีตและปัจจุบัน	-มีการแจ้งถึงการรักษา ความลับของผู้ใช้แต่เคย มีการแอบอ้างใช้ภาพ ผู้ใช้โดยไม่เป็นความจริง -การเข้าถึงข้อมูลในแต่ละส่วนมีการกำหนด สิทธิ์ใช้งานตามบทบาท ของผู้ใช้งานแต่ละคน -มีการสำรองข้อมูลทั้ง ระบบ ทุกสัปดาห์ ย้อน หลัง 3 เดือน -สามารถกู้คืนระบบให้ ใช้งานได้ เป็น ปกติ ภายในเวลา 3 ชั่วโมง หากระบบเกิดความ ผิดพลาดหรือล้าหลัง

ตารางที่ 12: ผลลัพธ์จากการวิเคราะห์เนื้อหาในรูปแบบกระดานสนทนาเกี่ยวกับสุขภาพที่ประสบความสำเร็จ

## ผลจากการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-dept Interview)

### ข้อมูลส่วนบุคคล

ลำดับ	เพศ	อายุ	อาชีพ	วันที่สัมภาษณ์
1	ชาย	42	ผู้บริหารบริษัทเว็บไซต์กระดานสนทนา บริหารเว็บไซต์กระดานสนทนาที่ติดอันดับ 1 ใน 5 มากกว่า 20 ปี	10/8/2562
2	ชาย	38	ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเนื้อหาและสร้างชุมชนในกระดานสนทนา ผู้ดูแลเว็บไซต์กระดานสนทนาที่ติดอันดับ 1 ใน 5 มากกว่า 20 ปี	10/8/2562
3	ชาย	43	อาจารย์คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในจังหวัดชลบุรี มีส่วนร่วมในโครงการพัฒนายานยนต์กรรมและสมาร์ทซิตี เทคโนโลยีอัจฉริยะสำหรับผู้สูงวัย	14/8/2562
4	หญิง	50	แพทย์ด้านเวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลแห่งหนึ่งในจังหวัดชลบุรี รับผิดชอบโครงการอาสาสมัครดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน (อผส.)	31/8/2562
5	ชาย	51	แพทย์ด้านเวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลแห่งหนึ่งในจังหวัด กรุงเทพมหานคร ผู้อำนวยการศูนย์เวชศาสตร์ผู้สูงอายุ	24/8/2562
6	หญิง	50	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการเทศบาลชลบุรี รับผิดชอบโครงการอาสาสมัครดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน (อผส.)	23/8/2562
7	ชาย	35	อาสาสมัครดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน (อผส.) เทศบาลกรุงเทพมหานคร แกนนำในการดำเนินกิจกรรมผู้สูงอายุต่างๆ ในชุมชน	2/9/2562
8	หญิง	55	ผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวที่เป็นเครือญาติกัน ดูแลบิดาและมารดาสูงอายุที่ป่วยด้วยโรคมะเร็งมากกว่า 10 ปี	8/8/2562
9	ชาย	51	ผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวที่เป็นเครือญาติกัน ดูแลบิดา มารดาและพี่เลี้ยงสูงอายุที่มีโรคประจำตัวที่ไม่ติดต่อเรื้อรัง	30/8/2562
10	หญิง	47	นักจิตวิทยาคลินิก โรงพยาบาลแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ตรวจวินิจฉัยทางด้านจิตคลินิก บำบัดรักษาผู้สูงอายุด้วยวิธีจิตบำบัด	5/9/2562

11	ชาย	59	นักวิชาการด้านจิตวิทยา มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในจังหวัดชลบุรี ผู้รับอนุญาตประกอบโรคศิลปะสาขาจิตวิทยาคลินิก กรรมการอำนวยการ สมาคมจิตวิทยาแห่งประเทศไทย	30/9/2562
12	หญิง	43	นักนิเทศศาสตร์ บริษัทตัวแทนโฆษณาแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ประกอบอาชีพด้านนิเทศศาสตร์มากกว่า 10 ปี และดูแลบิดา มารดาสูงอายุ	26/7/2562
13	ชาย	44	นักนิเทศศาสตร์ บริษัทตัวแทนโฆษณาแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ประกอบอาชีพด้านนิเทศศาสตร์มากกว่า 15 ปี และดูแลบิดา มารดาสูงอายุ	23/9/2562

ตารางที่ 13: ข้อมูลส่วนบุคคลจากการสัมภาษณ์เจาะลึก

ความคิดเห็นที่มีต่อกระดานสนทนาในปัจจุบัน

#### องค์ประกอบด้านการออกแบบ

ผู้ให้ข้อมูล 1 ท่านมีความเห็นว่าการออกแบบมีความสำคัญส่งผลดึงดูดให้ผู้ชมเข้าไปอ่าน เข้าไปติดตาม ผู้ให้ข้อมูลอีก 1 ท่านแนะนำว่าควรออกแบบให้ดูสดใส ไม่หดหู่ ผู้ให้ข้อมูลที่เหลือเห็นว่าการออกแบบไม่ใช่เรื่องสำคัญที่สุด ควรออกแบบให้เรียบง่าย แล้วเน้นที่ความสะดวกในการใช้งานหรือการใช้ประโยชน์จากพื้นที่อันจำกัดจะเหมาะสมกว่า

#### องค์ประกอบด้านเนื้อหา

ผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นว่เนื้อหามีความสำคัญมาก เนื้อหาควรจะถูกต้อง ไม่ซ้ำซ้อน มีการปรับปรุงเนื้อหาให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา ต้องสร้างเนื้อหาที่แปลกใหม่ขึ้นมาให้ผู้ชมสนใจ แล้วเกิดเป็นชุมชนสำหรับแสดงความคิดเห็น มากกว่าที่จะคาดหวังให้ผู้ชมเข้ามาโพสต์หรือแชร์ด้วยตนเอง เนื้อหาควรแบ่งเป็นหมวดหมู่ ซึ่งนอกจากหมวดกระทู้แล้ว ควรมีหมวดอื่นๆ ด้วย เช่น ข่าว บทความ ปฏิทินแจ้งข่าวกิจกรรมปรึกษาปัญหา กับนักจิตวิทยา เป็นต้น และควรมี Link ที่เชื่อมโยงไปยังโรงพยาบาลทั้งนี้ มีผู้ให้ข้อมูลเพียง 1 คนที่ไม่สนใจเนื้อหาอื่นๆ นอกจากกระทู้เท่านั้น นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลที่มีอาชีพเป็นแพทย์มีความเห็นว่าถ้าเป็นเรื่องเกี่ยวกับการรักษาโรค ควรติดต่อกับแพทย์โดยตรงมากกว่ามาสอบถามทางกระทู้ผู้ให้ข้อมูลที่เป็นนักจิตวิทยาแนะนำว่าเนื้อหาที่ผู้ดูแลควรทราบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุ ได้แก่ ข้อมูลด้านร่างกาย สติปัญญา อารมณ์ และสังคม

#### องค์ประกอบด้านเทคนิคและปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้

ในด้านเทคนิคผู้ให้ข้อมูลมีความเห็นว่าระบบควรง่ายต่อความเข้าใจของผู้ใช้ มีการจัดทำคู่มือการใช้งานในส่วนต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานระบบได้อย่างถูกต้องส่วนในด้านปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นสิ่งจำเป็น อาจเป็นการดึงให้ผู้ชมเข้ามาร่วมกิจกรรมเพื่อสร้างให้เกิดชุมชน เมื่อชุมชนเป็นที่

สนใจจะสามารถสร้างรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาและนำมาจ่ายให้กับผู้ดูแลเว็บได้ ทั้งนี้ มีผู้ให้ข้อมูล 2 คนที่ไม่คาดหวังกับการมีปฏิสัมพันธ์ในเว็บบอร์ด

#### องค์ประกอบด้านประโยชน์และการนำไปใช้

ผู้ให้ข้อมูลรู้สึกที่เว็บบอร์ดมีประโยชน์ ได้เปรียบเทียบความคิด สนับสนุนความคิด หาทางแก้ปัญหาได้เร็วขึ้น เนื้อหาในเว็บบอร์ดจะอยู่ที่เดิมในระยะเวลายาวนานกว่าสื่ออื่นๆ ทั้งนี้ เนื้อหาต้องแปลกใหม่มีความแตกต่าง ไม่เคยมีมาก่อน

#### องค์ประกอบด้านความมั่นคง/การรักษาความลับ

ผู้ให้ข้อมูลมีความเห็นที่ไม่ได้รู้สึกว่าคุณละเมิดสิทธิ์ในเว็บบอร์ด ข้อมูลที่ให้เป็นเรื่องพื้นฐานอยู่แล้ว การส่งต่อข้อมูลเป็นสิ่งที่ช่วยแบ่งปันประสบการณ์ออกไป แต่การนำภาพบางภาพไปโพสต์ต่อเป็นเรื่องไม่สมควรอย่างยิ่ง โดยเฉพาะภาพผู้ป่วย ควรมีการควบคุม ผู้ให้ข้อมูลอีกส่วนให้ความเห็นว่าภาพที่ลงไป อินเทอร์เน็ตถือว่าเป็นเรื่องสาธารณะที่ไม่สามารถเป็นส่วนตัวได้อีกต่อไป

#### การเดินทางของกลุ่มเป้าหมาย

ผู้ให้ข้อมูลคิดว่าการสื่อสารผ่านกระดานสนทนามีส่วนช่วยสร้างการรับรู้การประเมินทางเลือก

การตัดสินใจใช้ประสบการณ์หลังการเลือกใช้รวมไปถึงการช่วยบอกต่อในผลิตภัณฑ์ บริการ ข้อเสนอแนะต่างๆ ทั้งนี้ควรเริ่มจากการสร้างชุมชนให้เกิดขึ้นก่อนแล้วเส้นทางการเดินทางของกลุ่มเป้าหมายจึงจะเกิดขึ้นและถ้าเป็นชุมชนที่เหนียวแน่นและมีการกลั่นกรอง บริหารจัดการที่ดี ก็จะได้รับความสำเร็จและมีการบอกต่อในที่สุด

#### สรุปประเด็นจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

หัวข้อ	ประเด็นที่เหมือนกัน	ประเด็นที่แตกต่าง
ด้านการออกแบบ	ไม่ใช่เรื่องสำคัญที่สุด ควรออกแบบให้เรียบง่าย แล้วเน้นที่ความสะดวกในการใช้งานหรือการใช้ประโยชน์จากพื้นที่อันจำกัดจะเหมาะสมกว่า	-มีความสำคัญ ส่งผลดึงดูดให้ผู้ชมเข้าไปอ่าน เข้าไปติดตาม -ควรออกแบบให้อบอุ่น ไม่หืดหู่
ด้านเนื้อหา	สำคัญมาก เนื้อหาควรจะถูกต้อง ไม่ซ้ำซ้อน มีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา ต้องสร้างเนื้อหาที่แปลกใหม่ขึ้นมาให้ผู้ชมสนใจแล้วเกิดเป็นชุมชนสำหรับแสดงความคิดเห็น ควรแบ่งเป็นหมวดหมู่ และนอกจากหมวดกระทู้ก็ควรมีหมวดอื่นๆ ด้วยควรมีนักจิตวิทยามาคอย	-สนใจแต่หมวดกระทู้เท่านั้น -ถ้าเป็นเรื่องเกี่ยวกับการรักษาโรค ควรติดต่อกับแพทย์โดยตรงมากกว่ามาสอบถามทางกระทู้

	<p>ตอบคำถามและควรมี Link เชื่อมไปยังโรงพยาบาล</p> <p>-เนื้อหาที่ผู้ดูแลควรทราบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุ ได้แก่ ข้อมูลด้านร่างกาย สติปัญญา อารมณ์และสังคม</p>	
ด้านเทคนิคและปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้	<p>-ระบบควรง่ายต่อความเข้าใจของผู้ใช้ มีการจัดทำคู่มือการใช้งานในส่วนต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานระบบได้อย่างถูกต้อง</p> <p>-ด้านปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ เป็นสิ่งจำเป็น อาจเป็นการดึงให้ผู้ชมเข้ามาร่วมกิจกรรมเพื่อสร้างให้เกิดชุมชน เมื่อชุมชนเป็นที่สนใจจะสามารถสร้างรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาและนำมาจ่ายให้กับผู้ดูแลเว็บได้</p>	-ไม่คาดหวังกับการมีปฏิสัมพันธ์ในเว็บบอร์ด
ด้านประโยชน์และการนำไปใช้	เว็บบอร์ดมีประโยชน์ สามารถนำไปใช้ได้ทำให้ดูแลผู้สูงอายุได้ดีขึ้น	
ด้านความมั่นคง/การรักษาความลับ	<p>-ไม่ได้รู้สึกว่าคุณละเมิดสิทธิ์ในเว็บบอร์ด ข้อมูลที่ให้เป็นเรื่องพื้นฐานอยู่แล้ว การส่งต่อข้อมูลเป็นสิ่งที่ช่วยแบ่งปันประสบการณ์ออกไป</p> <p>-ภาพที่ลงไปอินเทอร์เน็ตถือว่าเป็นเรื่องสาธารณะที่ไม่สามารถเป็นส่วนตัวได้อีกต่อไป</p>	-การนำภาพบางภาพไปโพสต์ต่อเป็นเรื่องไม่สมควรอย่างยิ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพผู้ป่วย ควรมีการควบคุม
การเดินทางของกลุ่มเป้าหมาย	<p>-การสื่อสารผ่านกระดานสนทนามีส่วนช่วยสร้างการรับรู้ การประเมินทางเลือกการตัดสินใจใช้ประสบการณ์หลังการเลือกใช้รวมไปถึงการช่วยบอกต่อในผลิตภัณฑ์ บริการ ข้อเสนอแนะต่างๆ</p> <p>-ควรเริ่มจากการสร้างชุมชนให้เกิดขึ้นก่อนแล้วเส้นทางการเดินทางของกลุ่มเป้าหมายจึงจะเกิดขึ้น</p> <p>-ถ้าเป็นชุมชนที่เหนียวแน่นและมีการกลั่นกรองบริหารจัดการที่ดี ก็จะได้รับความสะดวกและมีการบอกต่อในที่สุด</p>	

ตารางที่ 14: ประเด็นจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

ผลการวิจัยต้นแบบกระดานสนทนาเพื่อผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวจากการสัมภาษณ์กลุ่มสนทนา  
ประเด็นเฉพาะ (Focus Group)

ปัจจัยส่วนบุคคล

ผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัว 48 คน แบ่งเป็น

เพศ	ชาย 24 คน	
	หญิง 24 คน	
อายุ	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
	รับราชการ	8 คน
	พนักงาน/ลูกจ้างของรัฐ	9 คน

	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/องค์กรอิสระ	10 คน
	พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	10 คน
รายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน	70,000 – 100,000 บาท	
ภูมิลำเนาอยู่จังหวัด	กรุงเทพมหานคร	
ความเกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุในครอบครัวที่ดูแล	บิดา-มารดา ปู่-ย่า ตา-ยาย	

ตารางที่ 15: ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลในสัมภาษณ์กลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะ (Focus Group)

หัวข้อ	ประเด็นที่เหมือนกัน	ประเด็นที่แตกต่าง
การออกแบบ	เลือก แบบจำลองที่ 3 เพราะมีความสวยงาม น่าสนใจ	-เลือก แบบจำลองที่ 1 เพราะภาพประกอบสื่อความหมายได้ดี -เลือก แบบจำลองที่ 2 เพราะรูปแบบง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน
เนื้อหา	ข่าวสาร ภาพ การประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสม น่าสนใจ ปริมาณเนื้อหาเพียงพอกับความต้องการ  การจัดลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอนต่อเนื่อง อ่านแล้วเข้าใจ มีการจัดหมวดหมู่ให้ง่ายต่อการค้นหาและทำความเข้าใจ ข้อความถูกต้องตามหลักภาษาและไวยากรณ์ เนื้อหากับภาพมีความสอดคล้องกัน	ยังขาดความน่าเชื่อถือ
เทคนิคและปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้	มีความเหมาะสมของการออกแบบ การเชื่อมโยง ทั้งการใช้งานกระดานสนทนา หมวดอื่นๆ และปฏิทินสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย	ควรมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ในทันที
ประโยชน์และการนำไปใช้	เนื้อหา มีประโยชน์ต่อผู้ใช้งานและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ เป็นแหล่งข้อมูลที่ตรงกับความต้องการผู้ใช้งาน	-มีประโยชน์แต่ต้องใช้วิจารณญาณส่วนบุคคลในการนำไปใช้ -ไม่สามารถเป็นแหล่งความรู้ได้
การเดินทางของกลุ่มเป้าหมาย	การสื่อสารผ่านกระดานสนทนาช่วยให้ผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวเกิดการรับรู้ ได้รับข้อมูลเพื่อประเมินทางเลือก แต่ การตัดสินใจใช้	

	ผลិតภณท์ บริการ ช้อแนะนำต่างๆ และบอกต่อประสบการณ์หลังการ เลือกใช้ในผลิตภณท์ บริการ ช้อแนะนำต่างๆ เหล่านั้น จำเป็นต้อง สร้างให้เกิดชุมชนขึ้นมาก่อน	
--	---	--

ตารางที่ 16: ผลการวิจัยต้นแบบกระดานสนทนาการสัมภาษณ์กลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะ (Focus Group)

#### องค์ประกอบด้านการออกแบบ

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ (29 คน) เลือก แบบจำลองที่ 3 เพราะหน้าโฮมเพจมีความสวยงาม ทันสมัย น่าสนใจ แปรกแตกต่างจากที่เคยเห็น สีที่ใช้มีความเหมาะสม สีพื้นหลังกับสีตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน ขนาดตัวอักษรและรูปแบบตัวอักษรมีความสวยงามและอ่านได้ง่าย ผู้ให้ข้อมูลเพียงเล็กน้อย (8 คน) เลือก แบบจำลองที่ 1 เพราะภาพประกอบสื่อความหมายได้ ผู้ให้ข้อมูลบางส่วน (11 คน) เลือก แบบจำลองที่ 2 เพราะรูปแบบง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน

#### องค์ประกอบด้านเนื้อหา

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ (38 คน) ให้ความเห็นว่าเนื้อหาที่มีความทันสมัยข่าวสาร ภาพ การประชาสัมพันธ์ ความเหมาะสม น่าสนใจปริมาณเนื้อหาเพียงพอกับความต้องการการจัดลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอน ต่อเนื่อง อ่านแล้วเข้าใจมีการจัดหมวดหมู่ให้ง่ายต่อการค้นหาและทำความเข้าใจข้อความถูกต้องตามหลักภาษาและ ไวยากรณ์เนื้อหากับภาพมีความสอดคล้องกัน ผู้ให้ข้อมูลเพียงบางส่วน (10 คน) ให้ความเห็นว่าเนื้อหาขาด ความชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ

#### องค์ประกอบด้านเทคนิคและการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ (35 คน) มีความเห็นว่าเว็บไซต์มีการออกแบบการใช้งานกระดานสนทนาการใช้งานหมวดอื่นๆ และการใช้งานในส่วนของปฏิทินได้อย่างดี รวมไปถึงการเข้าถึงข้อมูลมีความเหมาะสม ในด้านปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้สมควรมีการโต้ตอบ แต่ไม่จำเป็นต้องในทันทีทันใด ผู้ให้ข้อมูลที่เหลือ (13 คน) มีความเห็นว่า นอกจากเทคนิคที่ดีแล้วควรมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ในทันที

#### องค์ประกอบด้านประโยชน์และการนำไปใช้

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ (30 คน) มีความเห็นว่า มีประโยชน์ต่อผู้ใช้งานและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ เป็นแหล่งข้อมูลที่ตรงกับความต้องการผู้ใช้งาน ผู้ให้ข้อมูลส่วนหนึ่ง (10 คน) มีความเห็นว่า มีประโยชน์แต่ต้องใช้วิจรรย์ญาณส่วนบุคคลในการนำไปใช้ ผู้ให้ข้อมูลอีกส่วนหนึ่ง (8 คน) มีความเห็นว่าไม่สามารถเป็นแหล่งความรู้ได้

## องค์ประกอบด้านการเดินทางของกลุ่มเป้าหมาย

ผู้ให้ข้อมูลเกือบทั้งหมด (45 คน) มีความเห็นว่าการสื่อสารผ่านกระดานสนทนาช่วยให้ผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวเกิดการรับรู้ ได้รับข้อมูลเพื่อประเมินทางเลือก แต่การตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์ บริการ ข้อเสนอแนะต่างๆ และบอกต่อประสบการณ์หลังการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ บริการ ข้อเสนอแนะต่างๆ เหล่านี้จำเป็นต้องสร้างให้เกิดชุมชนขึ้นมาก่อนผู้ให้ข้อมูลเพียงเล็กน้อย (3 คน) มีความเห็นว่าการสื่อสารผ่านกระดานสนทนาจะช่วยให้ผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวเกิดการรับรู้ ได้รับข้อมูลเพื่อประเมินทางเลือกตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์ บริการ ข้อเสนอแนะต่างๆ และยังคงบอกต่อไปยังคนอื่น ๆ อีกด้วย

## ต้นแบบกระดานสนทนาเพื่อผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว

### ขั้นตอนการออกแบบ

1. ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลทั้งหมดแล้วให้นักออกแบบสร้างชิ้นงานขึ้นมาภายใต้โจทย์ที่จะต้องมีความสวยงาม ทันสมัย น่าสนใจ แปรกต่างแตกต่างจากที่เคยเห็น สีสดใส ขนาดตัวอักษรและรูปแบบตัวอักษรมีความสวยงามและอ่านได้ง่าย โดยมีตัวอย่างเป็นแบบจำลองที่ 3 (ศิลปะ) ที่ผู้ให้ข้อมูลเลือกขึ้นมา
2. ด้านเนื้อหา ผู้วิจัยปรับปรุงมาจากข้อคิดเห็นของผู้ดูแลผู้สูงอายุในเรื่องที่ประสบมาด้วยตนเองหรือเป็นเรื่องที่ผู้ดูแลผู้สูงอายุต้องการทราบข้อมูล โดยใช้ภาษาที่เป็นกันเอง
3. ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการออกแบบมีเพียงเล็กน้อย เช่น ภาพประกอบที่นำมาใช้ต้องระวังในเรื่องของลิขสิทธิ์
4. เมื่อสำเร็จแล้ว จึงได้กระดานสนทนาที่ใช้ชื่อว่า C Near 360 มีคำขวัญว่า อยู่สบายกับผู้สูงอายุ ลักษณะของต้นแบบกระดานสนทนามีการออกแบบที่เรียบง่าย ชัดเจน มีการสร้างรูปแบบที่ใช้เหมือนกันทุกหน้า คือ วางโลโก้ไว้ด้านบนซ้าย หัวข้อทั้งหมดอยู่ด้านบน มีการใช้สีสดใส สะดุดตา ภาพประกอบเป็นภาพวาดลายเส้นแนวย้อนยุค และภาพถ่ายที่สอดคล้องกับเนื้อหา ในด้านเนื้อหานั้นประกอบไปด้วยหน้าแรกกระทุ้งแนะนำ ถ้ามตบ เล่าเรื่อง รีวิว ชื้อขายข้าว บทความ สายตรงนักจิตวิทยา link โรงพยาบาลปฏิบัติกิจกรรมโดยแต่ละหัวข้อใหญ่จะมีหัวข้อย่อย ดังต่อไปนี้

### กระทุ้งแนะนำ

- เกร็ดเล็กเกร็ดน้อยเกี่ยวกับสิ่งต่างๆที่ไม่ได้เป็นอย่างที่เราคิด
- อยากทำประกันชีวิตให้พ่อแม่แบบจ่ายทิ้งปีละไม่เกิน 5 พันมีไหมคะ
- พรุ่งนี้คือกำหนดวันฆ่าตัวตายของแม่

### ถ้ามตบ

- ปรีक्षाเรื่องคุณแม่ใส่สายปัสสาวะเบอร์เล็กกว่าเดิม
- ลูกที่ถูกคาดหวังให้ดูแลพ่อแม่ต้องแบกรับอะไรบ้าง
- พ่อนั่งรถเข็นแนะนำที่เกี่ยวเขาใหญ่หน่อยที่พักด้วยคะ

### เล่าเรื่อง

- เมื่อเช้าแม่ทำกระเป๋าเงินตกแต่ได้คืนเพราะก๊อ้งติตรถยนต์

- เล่าเรื่องบ้านพักคนชราในต่างประเทศ
- พาแม่เที่ยวอยุธยาวันแม่

#### รีวิว

- ฟื้นฟูร่างกายจากป่วยด้วยEnsure
- ผ้าอ้อมผู้ใหญ่แบบกางเกง
- พาพ่อไปหิ้วหิน

#### ซื้อขาย

- หัวเข็มฉีดยาแบบใช้แล้วทิ้ง
- ชุดอยู่บ้านผู้ใหญ่
- รถเข็นไฟฟ้าสำหรับคนตัวใหญ่

#### ข่าว

- ลูกทดลองใช้“น้ำมันกัญชา” แทนแม่ป่วยเป็นมะเร็ง
- หาหมอออนไลน์ทางวิดีโอคอลส่งยาถึงบ้านสมิติเวชจัดให้

#### บทความ

- เริ่มต้นดูแลผู้สูงอายุอย่างไร
- สัมภาษณ์คุณหมอ

#### ปฏิทินกิจกรรม

- งานรุ่นใหญ่ไฟกระพริบ
- งานอินเตอร์แควร์ Event เพื่อคนวัยเก่า
- งานมหกรรมผู้สูงอายุและครอบครัว
- งานเข้าใจผู้สูงอายุ เรียนรู้งานออกแบบเพื่อคนชรา





NEAR 360  
อยู่สบายกันสูงวัย

หน้าแรก กระตุ้นเมตา กาม - คอบ เสาร์เรื่อง 55 ชีว - ทย

REVIEW



ฟื้นร่างกายจากป่วยด้วย Ensure

..... READ MORE

REVIEW



นำอ้อมผู้ใหญ่แบบทางเทง

..... READ MORE

REVIEW



พาพ่อไปทิวหิน

..... READ MORE

NEWS  
ARTICLE  
CALENDAR

NEAR 360  
อยู่สบายกันสูงวัย

หน้าแรก กระตุ้นเมตา กาม - คอบ เสาร์เรื่อง ชีว - ทย



หัวเข็มวัดคาบไซสัองทัง  
xx บาท

ซื้อ



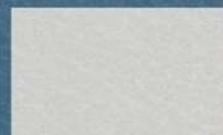
ชุดอยู่บ้านผู้ใหญ่  
xx บาท

ซื้อ



รถเข็นไฟฟ้าสำหรับคนสูงวัย  
xx บาท

ซื้อ



.....  
xx บาท

ซื้อ



.....  
xx บาท

ซื้อ



.....  
xx บาท

ซื้อ



.....  
xx บาท

ซื้อ

NEWS  
ARTICLE  
CALENDAR

NEAR 360  
อยู่สบายกับสูงวัย

หน้าแรก กระตุ้นประสาท ทาน - ดยบ เสาร์เรื่อง ธีว ธิง - าย

ลูกทดลองใช้ "น้ำมันกัญชา"  
แทนแม่ป๊วยเป็นมะเร็ง

หาหมอออนไลน์ ทางวิดีโอคอล  
ส่งยาถึงบ้าน สบิเดจจัดให้

NEWS  
ARTICLE  
CALENDAR

อ่านต่อ →

อ่านต่อ →

NEAR 360  
อยู่สบายกับสูงวัย

หน้าแรก กระตุ้นประสาท ทาน - ดยบ เสาร์เรื่อง ธีว ธิง - าย

NEWS  
ARTICLE  
CALENDAR

เริ่มค้นดูแลผู้สูงอายุอย่างไร

สัมภาษณ์คุณหมอ

... READ MORE

... READ MORE



ภาพประกอบที่ 16: ต้นแบบกระดานสนทนาสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว

## อภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ 3 ข้อ คือ (1) เพื่อวิเคราะห์รูปแบบกระดานสนทนาเกี่ยวกับสุขภาพที่ประสบความสำเร็จ (2) เพื่อออกแบบและพัฒนาต้นแบบกระดานสนทนาสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว และ (3) เพื่อประเมินต้นแบบกระดานสนทนาสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์เนื้อหากระดานสนทนาเกี่ยวกับสุขภาพที่ประสบความสำเร็จโดยใช้องค์ประกอบจากโมเดลคุณภาพสารสนเทศที่กำหนดโดยสุรีย ฟูนิลกุลและคณะ (2551) ซึ่งนำไปใช้กับสารสนเทศรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ และชาตินพคุณ วิไลวรรณ (2552) ได้นำไปใช้ในงานวิจัยเรื่องความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ดบลูปลาเน็ตพื้นที่ปดอทคอมนั้นพบว่า กระดานสนทนาเกี่ยวกับสุขภาพที่ประสบความสำเร็จทั้ง 5 มีความสมบูรณ์ครบถ้วนในทุกองค์ประกอบ ได้แก่ ด้านการออกแบบ เนื้อหา เทคนิคและปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ ประโยชน์และการนำไปใช้ และความมั่นคง/การรักษาความลับ

หลังจากวิเคราะห์เนื้อหากระดานสนทนาเกี่ยวกับสุขภาพที่ประสบความสำเร็จและทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกแล้วผู้วิจัยได้ทำการออกแบบต้นแบบกระดานสนทนาออกมาเป็นแบบจำลอง 3 แบบแล้วทำการสัมภาษณ์กลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะ โดยผู้ให้ข้อมูลอยู่ในกลุ่ม Generation X และ Y ซึ่งการรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องที่พวกเขาคุ้นชิน เช่นเดียวกับกับที่ Engebretson (2004) กล่าวว่ากลุ่ม Gen X และ Y มีความต้องการอย่างมากที่จะใช้อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีที่ใกล้เคียงกว่าคนยุคก่อน นักโฆษณาตอบสนองด้วยการเพิ่มการใช้สื่อทางเลือกเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคเหล่านี้ และณัฐพล ไยไพโรจน์ (2557) กล่าวว่า

การเข้าถึงเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตของคนรุ่นนี้จึงไม่เป็นปัญหา โดยคนกลุ่มนี้มีพฤติกรรมในการรับข่าวสารคือ FOMO (Fear of Missing Out) คนกลุ่มนี้กลัวไม่ได้รับข่าวสาร จึงรับข่าวสารทางออนไลน์ผ่านสำนักข่าวที่เป็นทางการและคนใกล้ชิดมากขึ้น (Positioning, 2559) สำหรับคนกลุ่ม Gen Y นั้น ญัตติพล ไยไพโรจน์ (2557) ยังกล่าวด้วยว่าพวกเขาเกิดมาพร้อมกับยุคเทคโนโลยีที่เพียบพร้อมทั้งอุปกรณ์ไอทีและอินเทอร์เน็ตเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้ง่ายและรวดเร็ว ด้วยสภาพแวดล้อมที่เกิดมาท่ามกลางเทคโนโลยีทำให้คนรุ่น Gen Y มีความสามารถด้านการใช้เทคโนโลยีไม่ว่าจะใช้ทำงานติดต่อสื่อสาร แต่ในขณะเดียวกันการให้ความสำคัญกับสังคมรอบข้างน้อยลง โดยไปเพิ่มความสำคัญในโลกโซเชียลแทน วิธีชีวิตส่วนใหญ่ผูกพันกับการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นอย่างมาก ตรงกันกับที่ Hawkins and Mothersbaugh (2016) กล่าวว่า สำหรับ Gen Y นั้นมากกว่า 90 เปอร์เซ็นต์สื่อสารออนไลน์ซึ่งมากกว่าในยุคก่อนๆ มา ทั้งนี้ การสื่อสารผ่านคนกลุ่มนี้ต้องสร้างลักษณะเฉพาะแบบขึ้นมาดังที่ Hawkins and Mothersbaugh (2016) กล่าวว่า พวกเขาต้องการผลิตภัณฑ์และข้อความที่ออกแบบเพื่อรสนิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของพวกเขาโดยเฉพาะ

ผู้ให้ข้อมูลเลือกแบบจำลองที่ 3 ซึ่งตรงกันกับการวิเคราะห์กระดานสนทนาเกี่ยวกับสุขภาพที่ประสบความสำเร็จทั้ง 5 ที่มีรูปแบบง่ายต่อการอ่านการใช้งานหน้าโฮมเพจมีความสวยงามทันสมัยน่าสนใจสีที่ใช้มีความเหมาะสมสีพื้นหลังกับสีตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่านขนาดตัวอักษรและรูปแบบตัวอักษรมีความสวยงามและอ่านได้ง่ายภาพประกอบสื่อความหมายได้

สำหรับองค์ประกอบด้านเนื้อหาที่มีความสำคัญมากเนื้อหาต้องแปลกใหม่ น่าสนใจ แบ่งเป็นหมวดหมู่ เพื่อให้ผู้ชมสนใจแล้วเกิดเป็นชุมชน เช่นเดียวกับที่ Barker et al. (2013) เสนอว่ากลุ่มสนทนาเกิดขึ้นมาจากการอภิปรายในเนื้อหาของประกาศที่ตั้งไว้ ซึ่งขึ้นอยู่กับความสนใจในแต่ละหัวข้อการสร้างกระดานสนทนาที่ประสบความสำเร็จ สามารถสร้างให้เกิดชุมชนเสมือน ที่มีสมาชิกสนใจในสิ่งเดียวกันซึ่งส่งอิทธิพลทั้งด้านบวกและลบดังที่สกุลศรี ศรีสารคาม (2558) เสนอว่าสื่อออนไลน์เอื้อต่อการสร้างชุมชน ทำให้เกิดการรวมกลุ่ม โดยเฉพาะการรวมกลุ่มทางความคิด นำไปสู่การหลอมทัศนคติและพฤติกรรมกลุ่มและเมื่อมีการโต้ตอบกันผู้ใช้จึงเป็นผู้สร้างเนื้อหาเอง (User-generated content) ซึ่งสื่อออนไลน์ทำให้เกิดวัฒนธรรมแบบริมิกซ์ คือการเลือกเนื้อหามาดัดแปลง ตัดต่อ ประกอบสร้างใหม่ โดยที่ผู้รับสารเป็นผู้เปลี่ยนแปลงเนื้อหานั้น เนื้อหาที่ผู้ดูแลควรทราบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุ ได้แก่ ข้อมูลด้านร่างกาย สติปัญญา อารมณ์และสังคม ซึ่งตรงกันกับที่รัถยานภิก พละศึกและเบญจวรรณ ถนอมชยธวัช (2560) พบว่า ผู้ดูแลควรช่วยเรื่องความเจ็บป่วยทางกาย ช่วยให้ได้อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดีและปลอดภัยช่วยพาไปพบแพทย์และช่วยเป็นเพื่อนคุย

ในด้านเทคนิคและปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ก็มีความสำคัญเช่นกันเพราะเป็นการดึงผู้ชมให้เข้ามามีกิจกรรม ตรงกับที่ Castells (2007) อธิบายว่า กลุ่มสนทนาทำให้เกิดการโพสต์ที่แสดงเป็นลำดับอย่างต่อเนื่องไปเรื่อยๆ เมื่อบุคคลสร้างเนื้อหาขึ้นมาแล้วมีคนปฏิสัมพันธ์ จะส่งผลต่อความคิด ความรู้สึก ทัศนคติ หรือพฤติกรรมของผู้ผลิตสื่อ และเช่นเดียวกันกับงานวิจัยของ Shah, Cho, Eveland และ Kwak (2005) ที่ระบุว่าสื่อออนไลน์มีอิทธิพลต่อการปฏิสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมต่อประเด็นต่างๆ ได้มากกว่าสื่อดั้งเดิม

ซึ่งเนื้อหาอันจะมีผลต่อตัวผู้ผลิตสารเองด้วย ไม่ใช่เพียงผลที่จะเกิดจากผู้รับสาร สื่อใหม่เป็นสื่อที่เลือกได้ตามความพึงพอใจและสามารถสร้างเนื้อหาได้เอง

กระดานสนทนาที่มีประโยชน์สำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุ เพราะผู้ดูแลสามารถนำข้อมูลไปใช้ได้ ดังที่สกุลศรี ศรีสารคาม (2558) เสนอว่า สื่อใหม่มี 2 แง่มุม คือ สื่อทำอะไรให้คนเอาสิ่งที่น่าสนใจไปใช้ และคนทำอย่างไรในการผลิตสื่อเพื่อประโยชน์ของตัวเอง และตรงกันกับที่นันทชัย ทรัพย์ทวีพงศ์ (2554) พบว่าเว็บไซต์ที่เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุนั้นสามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุให้ดียิ่งขึ้นได้ เช่นเดียวกันกับ Chew (2015) ที่พบว่าบุคคลใช้สารสนเทศสุขภาพที่สืบค้นได้จากสื่ออินเทอร์เน็ตมาประกอบการตัดสินใจในการดูแลส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดีของตนเอง และ Neter และ Brainin (2012) ชี้ให้เห็นว่าการรู้สารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ด้านสุขภาพเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคในทุกช่วงวัยเข้าสืบค้นสารสนเทศด้านสุขภาพทางอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เช่นเดียวกันกับที่ ขวลิขิตสวัสดิ์ผล, ธวัชชัยเพ็งพินิจ, อัครเดชเสนาภิรมย์และวาริศรีสุรพล (2559) พบว่าปัญหาของผู้ดูแลด้านหนึ่ง คือ ขาดประสบการณ์และความรู้ด้านการดูแลซึ่งกระดานสนทนาจะเป็นประโยชน์ในการให้ข้อมูลได้ ขณะที่ศศิพัฒน์ ยอดเพชร (2551) พบว่าความสามารถและคุณภาพในการดูแล ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของผู้ดูแล และภาวะสุขภาพทั้งของผู้ดูแลและผู้สูงอายุ ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากการได้รับข้อมูลที่ตนเอง

การค้นหาเส้นทางของผู้ดูแลผู้สูงวัยนั้นทำให้รู้วิธีที่จะตอบสนอง ดังเช่น Court., D et al. (2017) กล่าวว่าความเข้าใจในเรื่องการเดินทางของผู้บริโภค และการทำความเข้าใจว่าผู้บริโภคมีปฏิสัมพันธ์อย่างไรกับสื่อต่าง ๆ ในขั้นตอนต่าง ๆ อย่างไร ทำให้สามารถวางแผนในการสร้างสื่อในแต่ละขั้นตอนอย่างครบวงจรเพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคหรือทำให้ผู้บริโภคนั้นมีเส้นทางที่สั้นที่สุดเพื่อที่จะรับรู้ได้ว่าผู้บริโภคนั้นอยู่ในขั้นตอนไหนและเพื่อสร้างการตลาดเฉพาะบุคคล (Personalized Marketing) แล้วตอบสนองกลับไปให้ถูกเส้นทางของผู้ดูแลผู้สูงวัยในกระดานสนทนานั้นทำให้เกิดผลตอบสนองในขั้นแรกและขั้นที่สอง คือ การสื่อสารผ่านกระดานสนทนาช่วยให้ผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวเกิดการรับรู้และได้รับข้อมูลเพื่อประเมินทางเลือกแต่ในขั้นที่สามและสี่ คือ การตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์ บริการ ข้อเสนอแนะต่างๆ และบอกต่อประสบการณ์หลังการเลือกใช้ในผลิตภัณฑ์ บริการ ข้อเสนอแนะต่างๆ เหล่านั้น จำเป็นต้องสร้างให้เกิดชุมชนขึ้นมา ก่อน ดังที่ Young (2010) ชี้ให้เห็นว่าบทบาทที่เป็นจุดแข็งหลักของสื่อออนไลน์นั้นสามารถสร้างให้เกิดความเกี่ยวพัน การพิจารณาอย่างกระตือรือร้น สร้างความสัมพันธ์และสนับสนุนหรือไปถึงขั้นบอกต่อได้ แต่กลยุทธ์ที่จะสร้างให้เกิดเป็นจุดสัมผัสที่แข็งแกร่งนั้นจำเป็นต้องขยายกิจกรรมทางการตลาด วางแผนที่โน้มน้าวความสนใจและดึงกลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาในเว็บไซต์ สร้างข้อมูลกลุ่มเป้าหมายและบทสนทนามีการโต้ตอบที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ซึ่งในการสร้างความสัมพันธ์นั้นสื่อออนไลน์ถูกใช้อย่างมากมายหลายวิธีเพื่อรักษาบทสนทนาและความสัมพันธ์กับลูกค้า วิธีที่ใช้มากที่สุดคือโปรแกรมการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer-Relationship Management – CRM) ซึ่งต้องพึ่งพาการสร้างฐานข้อมูลลูกค้าและการสื่อสารอย่างต่อเนื่องผ่านทางอีเมลเป็นอย่างมาก เครือข่ายสังคมออนไลน์ การอภิปรายสนทนา กลุ่มและบล็อก ถูกแทรกซึมโดย eCRM สิ่งที่สำคัญที่สุดคือเนื้อหา ไม่ว่าจะสร้างโดยตราสินค้าหรือสมาชิกผู้ติดตาม เนื้อหาจะต้อง

มีประโยชน์ ให้ความบันเทิงและปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ สามารถดึงให้เกิดกิจกรรมในชุมชนและดึงให้กลุ่มเป้าหมายสนับสนุนช่วยบอกต่อ เพราะการบอกปากต่อปากเป็นวิธีการที่สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ช่วยเพิ่มให้เกิดการสนทนาในตราสินค้า และบอกต่อไปเรื่อยๆ อันจะทำให้เกิดเป็นชุมชนที่เหนียวแน่นในที่สุด

### ข้อเสนอแนะ

1. นำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายด้านรูปแบบและเนื้อหา เพื่อป้องกันปัญหาอุปสรรค สำหรับการออกแบบกระดานสนทนาของผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว
2. วางแผนด้านการตลาด การโฆษณา การจัดหาผู้ดูแล และดำเนินการเปิดใช้เว็บไซต์กระดานสนทนา
3. ใช้เป็นเครื่องมือในการตอบสนองนโยบายภาครัฐที่มุ่งเน้นมาตรการเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุเพื่อขับเคลื่อนสังคม
4. แนวทางการวิจัยในอนาคต ควรทำการสำรวจความคิดเห็นจากผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวที่มีต่อกระดานสนทนาดังกล่าวว่าได้รับแนวทางในการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุที่มีประสิทธิภาพที่หลากหลายมากขึ้นสามารถใช้ข้อมูลจากกระดานสนทนาเพื่อการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุในครอบครัวได้ดียิ่งขึ้นช่วยลดค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลของผู้สูงอายุได้มากขึ้นหรือไม่

### บรรณานุกรม

- กรมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกลาโหม. (2556). *Webboard คืออะไร?* วันที่ค้นข้อมูล 31 ม.ค. 2561, จาก <http://www.dstd.mi.th/board/index.php?topic=862.0>
- กองบรรณาธิการสยามรัฐออนไลน์. (2561). *สถิติบอกอะไร ผู้สูงวัยปัจจุบันและอนาคต.* วันที่ค้นข้อมูล 31 ม.ค. 2561, จาก <https://siamrath.co.th/n/34025>
- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2548). *พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: เจ. เอส. การพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2556). *สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา.* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.
- กิติพัฒน์นันทปัทมะดุรงค์. (2554). *การวิจัยเชิงคุณภาพในสวัสดิการสังคม: แนวคิดและวิธีการวิจัย.* ฉบับพิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- คณะกรรมการร่างรัฐธรรมนูญ. (2557). *รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.
- จีราพร ทองดี, ดารารวรรณ ร่องเมือง และฉันทนา นาคฉัตรีย์. (2555). *ภาวะสุขภาพและคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในจังหวัดชายแดนภาคใต้. วารสารพยาบาลกระทรวงสาธารณสุข, 22(3), 88-99.*
- ชญากุล อิ่มแล่ม. (2557). *การวิเคราะห์คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในประเทศไทยโดยใช้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบและกฎความสัมพันธ์.* วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ขวลิต สวัสดิ์ผล, ธวัชชัย เพ็งพินิจ, อัครเดช เสนานิกรณ และวารีย์ ศรีสุรพล. (2559). *การดูแลผู้สูงอายุที่อยู่ในภาวะพึ่งพิงในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, 5(ฉบับพิเศษ), 387-405.*
- ชานนท์ศิริธรและดวงกมลชาติประเสริฐ. (2562). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้สื่อสังคมของผู้สูงอายุ. วารสารวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 6(2), 16-35.*
- ชานันต์ รัตนโชติ. (2552). *ประโยชน์ในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, ภาควิชาสื่อสารมวลชน, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.*
- ชาตินพคุณ วิไลวรรณ. (2552). *ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ดบลูฟลาเน็ทพื้นที่ปดอทคอม. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, ภาควิชาวารสารสนเทศ, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*
- ชุตีเดชเจียนดอน, นวรัตน์ สุวรรณผ่อง, ฉวีวรรณ บุญสุย่า และนพพร โทวธีระกุล. (2554). *คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในชนบทอำเภอลำปางน้ำเต้าจังหวัดนครราชสีมา. วารสารสาธารณสุขศาสตร์. 41(3), 229-239.*
- ณัฐพล ไยไพโรจน์. (2557). *Digital Marketing : Concept & Case Study.* นนทบุรี: ไอดีซี พรีเมียร์, บจก.

- ไตรรัตน์ จารุทัศน์. (2560). *ธุรกิจดาวรุ่งรับสังคมสูงวัย*. วันที่ค้นข้อมูล 31 ม.ค. 2561, จาก <http://terrabbk.com/?p=105659>
- ไทยรัฐออนไลน์. (2560). *อยากรู้มั๊ย? หลังบ้าน 'พันทิป' เว็บบอร์ดดังทำงานยังไง?* วันที่ค้นข้อมูล 30 เม.ย. 2561, จาก <https://www.thairath.co.th/lifestyle/tech/howto/919080>
- นนทชัย ทรัพย์ทวีพงศ์. (2554). *การประเมินคุณภาพของสารสนเทศบนเว็บไซต์ กรณีศึกษาเว็บไซต์ผู้สูงอายุในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- นริสา วงศ์พนารักษ์และสายสมร เฉลยกิตติ. (2557). *คุณภาพชีวิต: การศึกษาในผู้สูงอายุไทย*. *วารสารพยาบาลทหารบก*, 15(3), 64-70.
- บริษัท ศูนย์วิจัยนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตไทย จำกัด. (2562). *อันดับเว็บปี 2019*. วันที่ค้นข้อมูล 8 กุมภาพันธ์ 2562, จาก [https://truehits.net/index\\_ranking\\_new.php](https://truehits.net/index_ranking_new.php)
- ปกรณ ไยมณีและอรัญญา ต้อยคำภีร์. (2560). *การปรับตัวทางจิตวิทยาและการส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุและผู้ดูแล: การศึกษาวิจัยเชิงประจักษ์*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิติสันท์ อินทพิชัยและทิพยา จินตโกวิท. (2561). *การพัฒนาแนวทางการออกแบบเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ*. *วารสารวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรม พระจอมเกล้าพระนครเหนือ*, 9(1), 1-9.
- ปิยะ อ่อนจันทร์. (2560). *พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และการตอบสนองต่อโฆษณาแบบ True View In-Stream Ad. บทวิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*.
- พนิตนาฏ ขำนาญเสื่อ และคณะ. (2559). *การรู้สารสนเทศด้านสุขภาพ การรู้สารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ด้านสุขภาพและสภาวะสุขภาพของนักศึกษาวิทยาลัยพยาบาลสังกัดสถาบันบรมราชชนก ในกลุ่มเครือข่ายภาคกลาง 2 และเครือข่ายภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. *วารสารวิจัยสมาคมห้องสมุด*, 9(1), 93-117.
- พิมพ์สิทธิ์ บัวแก้วและรติพร ถึงฝั่ง. (2559). *การดูแลสุขภาพและภาวะสุขภาพของผู้สูงอายุไทย*. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 21(2), 94-109.
- เพ็ญพรรณ รัชชิตกุล. (2544). *การวิเคราะห์วาทกรรมบนอินเทอร์เน็ต Bulletin Board ของเว็บไซต์พันทิป*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภัสสร ลิมานนท์. (2529). *การศึกษา ทศนคติ และค่านิยมของสตรีไทยเกี่ยวกับการสมรส* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพมหานคร: สถาบันประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มหาวิทยาลัยมหิดล. (2562). *ประชากรของประเทศไทย*. วันที่ค้นข้อมูล 8 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <http://www.ipsr.mahidol.ac.th/ipsrbeta/th/Gazette.aspx>
- มูลนิธิพัฒนางานผู้สูงอายุ. (2558). *สถานการณ์ผู้สูงอายุในประเทศไทย (ด้านประชากร)*. วันที่ค้นข้อมูล 31 ม.ค.2561, จาก <https://fopdev.or.th/สถานการณ์ผู้สูงอายุในป/>

- รศรินทร์ เกรย์, อุมารณณ์ ภัทรวานิชย์, เฉลิมพล แจ่มจันทร์ และเรวดีสุวรรณนพเก้า. (2556). *มนทัศน์ใหม่* ของนิยามผู้สูงอายุ: มุมมองเชิงจิตวิทยาสังคมและสุขภาพ. สถาบันวิจัยประชากรและสังคม, มหาวิทยาลัยมหิดล. นครปฐม: บริษัท โรงพิมพ์เดือนตุลา จำกัด.
- รศยานภิศพละศึกและเบญจวรรณณอมชยธวัช. (2560). ตัวแบบของครอบครัวในการดูแลผู้สูงอายุ. *วารสาร* *เครือข่ายวิทยาลัยพยาบาลและการสาธารณสุขภาคใต้*, 4(3), 135-150.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: บริษัท นานมีบุ๊คส์พับลิเคชันส์ จำกัด.
- โรเจอร์. (2552). *ประวัติเว็บเด็กดี*. วันที่ค้นข้อมูล 13 พ.ค. 2562, จาก <https://www.dek-d.com/board/view/1500523/>
- วงหทัยตันชีวะวงศ์. (2549). ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมผ่านสื่อดิจิทัลของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์เคลื่อนที่. (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรรณรัตน์ รัตนวรงค์. (2558). พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลสุขภาพของผู้สูงอายุในเขต กรุงเทพมหานคร. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา*, 7(1), 169-185.
- วรวิณี อ่อนน่วม. (2555). ปรัชญาการสื่อสารยุคดิจิทัล. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษา เอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.)*, 18(2), 212-220.
- วรางคณา จันทร์คง. (2554). การพัฒนาเว็บไซต์ศูนย์ความรู้สำหรับผู้สูงอายุ. *วารสารความปลอดภัยและสุขภาพ*, 4(16), 25-35.
- วิกิพีเดีย. (2558). *กระปุก.คอม*. วันที่ค้นข้อมูล 13 พ.ค. 2562, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/กระปุก.คอม>
- วิกิพีเดีย. (2561). *สนุก.คอม*. วันที่ค้นข้อมูล 13 พ.ค. 2562, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/สนุก.คอม>
- วิกิพีเดีย. (2562). *พันทิป.คอม*. วันที่ค้นข้อมูล 29 เม.ย. 2562, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/พันทิป.คอม>
- วิกิพีเดีย. (2562). *เอ็มไทย*. วันที่ค้นข้อมูล 13 พ.ค. 2562, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/เอ็มไทย>
- วิชาสิณีย์ บรรพโคตร. (2556). *การพัฒนาระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์เพื่อการบริหารงานของผู้สูงอายุ กรณีศึกษา: สำนักจัดหางานกรุงเทพ เขตพื้นที่ 1 กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน*. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัย ศิลปากร.
- ศศิพัฒน์ ยอดเพชร. (2551). ผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัว. ใน *การประชุมเวทีระดมความเห็นต่อประเด็นนโยบาย เรื่อง “ระบบการดูแลและกำลังคนในการดูแลผู้สูงอายุ”*. การประชุมจัดโดยมูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนา ผู้สูงอายุไทย, ศูนย์การประชุมสถาบันวิจัยจุฬารักษ์ กรุงเทพมหานคร.
- ศิริชัย ศิริกายะ. (2557). แบบจำลองการสื่อสารในยุคดิจิทัล. *วารสารนิเทศสยามปริทัศน์*, 13(15), 8-14.

- สพทอ. (2560). *รู้ใจ Gen ใช้เน็ตอย่างไร เพื่อขายให้โดนใจ*. วันที่ค้นข้อมูล 1 ก.พ. 2562, จาก <https://www.eta.or.th/content/internet-use-categorized-by-generation.html>
- สมวลี ลิ้มปรีชามาร. (2559). *นิลเส้นเผยข้อมูลรายงาน NEW AGE OF THAIS ชนะใจ ชนะที่จุดขาย กลยุทธ์รับมือสังคมสูงวัย*. วันที่ค้นข้อมูล 31 ม.ค. 2561, จาก <http://www.nielsen.com/th/th/press-room/2016/new-age-of-thais.html>
- สกุลศรี ศรีสารคาม. (2558). การศึกษาเชิงเปรียบเทียบการจัดการเนื้อหาจากผู้รับสาร ในกระบวนการสื่อสาร. *วารสารการสื่อสารและการจัดการ* นิต้า, 1(2), 145-166.
- สุภางค์ จันทวานิช
- สุภางค์ จันทวานิช. (2554). *การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรสิทธิ์วิทยารัฐ (2549). *พัฒนาการสื่อใหม่ (New Media): อิทธิพลภาษาดิจิทัลต่อรูปแบบการสื่อสารของมนุษยชาติ และผลกระทบต่อจริยธรรมสื่อ*. วันที่ค้นข้อมูล 1 ก.พ. 2562, จาก <http://utcc2.utcc.ac.th/localuser/amsar/pdf/newmedia.pdf>
- สุรีย์ พูนิลกุล, วิเชียร ชุติมาสกุล และวิจิตา จงศุภชัยสิทธิ์. (2551). *คุณภาพสารสนเทศของรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์*. (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- เสมอ นิมเงิน. (2559) Generation กับพฤติกรรมกรรับข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ. วันที่ค้นข้อมูล 1 ก.พ. 2562, จาก [http://www.prd.go.th/download/article/article\\_20180904112336.pdf](http://www.prd.go.th/download/article/article_20180904112336.pdf)
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2559). *จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามกลุ่มอายุ ทั้งราชอาณาจักร พ.ศ. 2550 – 2559*. วันที่ค้นข้อมูล 31 ม.ค. 2561, จาก <http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries22.html>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). *จำนวนประชากรจากการทะเบียน จำแนกตามอายุ เพศ และจังหวัด*. วันที่ค้นข้อมูล 31 ม.ค. 2561, จาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>
- สำนักส่งเสริมและพิทักษ์ผู้สูงอายุ. (2555). *การขับเคลื่อนมาตรฐานการส่งเสริมสวัสดิภาพและคุ้มครองพิทักษ์สิทธิผู้สูงอายุไปสู่การปฏิบัติ* (พ.ศ. 2551 – 2554). กรุงเทพฯ: เทพเพ็ญวานิสย์.
- อภิศิลป์ ตรุงกานนท์. (2559). *ทำไมเว็บ Pantip ถึงใช้พื้นหลังสีม่วง?*. วันที่ค้นข้อมูล 29 เม.ย. 2562, จาก <http://macroart.net/2013/10/why-pantip-background-is-violet/>
- เอี่ยมพร หลินเจริญ. (2555). เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ. *วารสารการวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 17(1), 17-29.
- Barker, M.S., Barker, D.I., Bormann, N., and Neher, K. (2013). *Social Media Marketing, a Strategic Approach*. South-Western: Cengage Learning.
- Blakeman, R. (2014). *Nontraditional Media in Marketing and Advertising*. California: SAGE Publication, Inc.
- Castells, M. (2007). *Communication, power and counter-power in the network society*. *International Journal of Communication*, 1(20), 238–266.

- Chew, F. (2015). *Can eHealth literacy promote health and bridge the healthcare divide in The United States?* Paper presented at the World Association for Public Opinion Research Conference, Buenos Aires, Argentina, June 2015.
- Court, D., Elzinga, D., Mulder, S. and Vetvik, O. (2017). *The Consumer Decision Journey*. Retrieved 8 February 2019, from <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/the-consumer-decision-journey>
- 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.
- Drolet, A., Williams, P., & Lau-Gesk, L. (2007). Age-related differences in responses to affective vs. rational ads for hedonic vs. utilitarian products. *Marketing Letter*, 18(4), 211-221.
- Eng. T. R. (2001). *eHealth landscape: A terrain map of emerging information and communication technologies in health and health care*. Princeton, NJ: Robert Wood Johnson Foundation.
- Engebretson, H. (2004). Odd Gen Out. *American Demographics*, 24(4). 14-17.
- EIC Analysis.(2558). *สังคมผู้สูงอายุ... โจทย์ใหญ่ที่ธุรกิจค้าปลีกต้องเตรียมรับมือ*. วันที่ค้นข้อมูล 31 ม.ค. 2561, จาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/1397>
- Euromonitor International. (2011). *Age Blurring: How the Breakdown of Age Boundaries Is Affecting Global Consumer Markets*. Retrieved 8 February 2019, from <http://www.euromonitor.com>
- Evrett.M Rogers and Flyde F. Shoemaker. (1973). *Communication of Innovation*. New York: The Free Press.
- Flowers, F. (2011) *5 Most Popular Threads, Lonely Planet Post*. Retrieved July 5, 2019, from <http://www.lonelyplanet.com/thorntree/thread.jspa?threadID-2052833>
- Forum Software Timeline 1994-2010 (2010) *Forum Software Reviews*. Retrieved July 5, 2019, from <http://www.forum-software.or/forum-software-timeline-from-1994-to-today>
- Gilly, M. C., & Zeithaml, V. A. (1985). The elderly consumer and adoption of technologies. *Journal of consumer research*, 12(3), 353-357.
- Hawkins, D., and Mothersbaug, D. (2016). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy* 13<sup>th</sup> edition. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Hootsuite and Wearesocial. (2019). *Digital 2019:Global Internet Use Accelerates*. Retrieved 8 February 2019, from <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>
- House, J. S., Landis, K. R., & Umberson, D. (1988). Social relationships and health. *Science*,

241(4865), 540-545.

Kitzinger, J., & Barbour, R.S. (1999). Introduction: The challenge and promise of focus groups. In R.S. Barbour, & J. Kitzinger, (Eds.).

Kook. (2556). ความแตกต่างของคนหลากหลาย Generation.วันที่ค้นข้อมูล 1 ก.พ. 2562, จาก <http://socialintegrated.com/ความแตกต่างคนหลากหลาย-generation>

Lueg, C and Danyel F. (2003). *From Usenet to CoWebs: Interacting with Social Information Spaces*. New York: Springer.

MarketingOops!. (2561). 7 ขั้นตอนในการสร้าง Content ที่ช่วย Content marketing คุณได้. วันที่ค้นข้อมูล 31 ม.ค. 2561, จาก <https://www.marketingoops.com/exclusive/how-to/7-step-of-content-making-that-help-your-content-marketing/>

MarketingOops!.(2561). เจาะลึกพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของ คนไทย ม.ค. 2018 แบบละเอียดฉบับ. วันที่ค้นข้อมูล 31 ม.ค. 2561, จาก <https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/thailand-digital-in-2018/>

Martin L. (2003). *New Media: A Critical Introduction*. London: RoutledgePublishing.

McGuire, L. (2002). Depressive symptoms and lymphocyte proliferation in older adults. *Journal of Abnormal Psychology*, 111(1), 192-197.

McLuhan, M.(1994). *Understanding media: the extensions of man*. New York: McGraw-Hill.

McMillan, Sally J. (2006). *Exploring models of interactivity from multiple research traditions: Users, documents, systems*. In LIEVROUW, Leah A. e LIVINGSTONE, Sonia, *Handbook of New Media*, Londres: Sage, 205-229.

Morgan, D.L. (1995). Why things (sometimes) go wrong in focus group. *Qualitative Health Research*, 5 (4): 516-523.

Nielsen Company. (2007). Personal recommendations and consumer opinions posted online are the most trusted forms of advertising globally. Retrieved 8 February 2019, from [http://www.nielsen.com/content/dam/corporate/us/en/newswire/uploads/2009/07/pr\\_global-study07709.pdf](http://www.nielsen.com/content/dam/corporate/us/en/newswire/uploads/2009/07/pr_global-study07709.pdf)

Neter, E & Brainin, E. (2012). eHealth literacy: Extending the digital divide to the realm of health information. *Journal of Medical Internet Research*, 14(1), e19.

Newman, Nic. (2009). The Rise of Social Media and Its Impact on Mainstream Journalism. *Reuters Institute for the Study of Journalism*, 8(2), 1-10.

Nida Poll. (2560). ผู้สูงอายุไทยกับการใช้เวลาว่าง. วันที่ค้นข้อมูล 31 ม.ค. 2561, จาก <http://nidapoll.nida.ac.th/index.php?op=polls-detail&id=300>

Norman, C. D. & Skinner, H. A. (2006a). eHealth Literacy: Essential skills for consumer health in a networked world. *Journal of Medical Internet Research*, 8(2), 9.

Norman, C. D. & Skinner, H. A. (2006b). EHEALS: The eHealth literacy scale. *Journal of Medical*

- Internet Research*, 8(1), 27.
- O'Connell, A. and Hulsebos, L.(2009). *Search Engine Advertising, Buying Your Way to the Top to Increase Sales for Online Marketers and Business Owners*. Retrieved July 5, 2019 from <https://www.searchenginesales.com/author/admin/>
- Paul, P. (2001). Getting inside Gen Y. *American Demographics*,23(9)43-49.
- Positioning. (2559). *คนไทยเสพสื่อออนไลน์สูงแต่เชื่อถือสื่อดั้งเดิม*, วันที่ค้นข้อมูล 1 ก.พ. 2562, จาก <https://positioningmag.com/1100402>
- Ratzan, S. C., Parker, R. M. (2000). Introduction. In C. R. Selden, M. Zorn, S. C. Ratzan, & R. M. Parker (Eds.) *National Library of Medicine Current Bibliographies in Medicine: Health Literacy*. Bethesda, MD: National Institutes of Health, U.S. Department of Health and Human Services.
- Red, J. (2010, October 1) When Did Compuserve, AOL, and Prodigy Begin to Offer Internet Online Services? eHow.com. Retrieved July 5, 2019, from [http://www.ehow.com/facts\\_7266921\\_did-offer-internet-online-services](http://www.ehow.com/facts_7266921_did-offer-internet-online-services)
- Reeves, B. & Nass, C. (2000). Perceptual Bandwidth. *Communications of the ACM*, 43(3):65-70.
- Reynolds, C. (2004). Gen X. *American Demographics*, 26(4), 8-9.
- Salthouse, T. A. (1996). The processing-speed theory of adult age differences in cognition. *Psychological review*, 103(3), 403.
- Schieber, F. (1992). *Aging and the senses*. In J. E. Birren, R. B. Stoane & G. D. Cohen (Eds.). *Handbook of mental health and aging* (2<sup>nd</sup> ed., 251-306). San Diego, CA: Academic Press.
- Shah, D., Cho, J., Eveland, W., & Kwak, N. (2005). Information and expression in a digital age: Modeling Internet effects on civic participation. *Communication Research*, 32(10), 531–565.
- Shimp, T. A. (2007). *Integrated marketing communications in advertising and promotion* (7<sup>th</sup> ed.). China: Thomson South-Western.
- Skoler, M. (2009) Why the News Media Became Irrelevant-And How Social Media Can Help. *Nieman Reports* (Fall), 3(10), 38-40.
- Smart SME. (2559). *พฤติกรรมกรรับข่าวสารผ่านสื่อต่างๆของคนแต่ละ Gen*. วันที่ค้นข้อมูล 1 ก.พ. 2562, จาก <https://www.smartsme.co.th/content/54256>
- Strauss A., Corbin, J. (1990). *Basic of Qualitative Research. Grounded Theory Procedures and Techniques*. Newbury Park, USA: Stage Publishing Company.
- Stellefson, M., Hanik, B., Chaney, B., Chaney, D., Tennant, B. & Chavarria, E. A. (2011). eHealth literacy among college students: A systematic review with implications for eHealth

- education. *Journal of Medical Internet Research*, 13(4), 102
- UNFPA. and HelpAge International. (2012). *Ageing in the Twenty-First Century: A Celebration and A Challenge*. New York: United Nations Population Fund.
- Videojug. (2019). What is an Internet forum? Retrieved 5 July, 2019, from <http://www.videojug.com/ecpertanswer/internet-communities-and-forums-2/what-is-an-internet-forum>
- Watson, J.D. and Crick, F, H.C. (2004). *DNA Model*. Retrieved 8 February 2019, from [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com).
- Williams, Pl, & Drolet, A. (2005). Age-related differences in responses to emotional advertisements. *Journal of consumer research*, 32(3), 343-354.
- Young., A. (2010). *Brand Media Strategy, Integrated Communications Planning in the Digital Era*. New York: Palgrave Macmillan.
- Zill, N.and Robinson, J. (1995). The Generation X Difference. *American Demographics*, 8(4), 24-33.

## ภาคผนวก ก.

## แบบเก็บรวบรวมข้อมูล (แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง)

## การแสวงหาข้อมูลจากกระดานสนทนาของผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว

โครงสร้างเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกแบ่งคำถามเป็น 4 ส่วน โดยมีเค้าโครงคำถามดังต่อไปนี้

## ส่วนที่ 1: ข้อมูลส่วนบุคคล

-เพศ

-อายุ

1.3 ความเกี่ยวข้องกับหัวข้อในการศึกษาครั้งนี้

-ผู้บริหารบริษัทเว็บไซต์กระดานสนทนา

-ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเนื้อหาและสร้างชุมชนในกระดานสนทนา

-ผู้เชี่ยวชาญด้านการดูแลผู้สูงอายุ

-ผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวที่เป็นเครือญาติกัน

-แพทย์ด้านเวชศาสตร์ฟื้นฟู

-นักจิตวิทยา

-นักนิเทศศาสตร์

## ส่วนที่ 2: องค์ประกอบที่สำคัญของคุณภาพกระดานสนทนา

- คุณภาพของกระดานสนทนาควรมีความเข้าถึงได้ง่าย/มีความพร้อมใช้งานอย่างไร (ด้านการออกแบบ)

- คุณภาพของกระดานสนทนาควรมีความน่าเชื่อถือ/ความเสถียรอย่างไร (ด้านเนื้อหา)

- คุณภาพของกระดานสนทนาควรมีประสิทธิภาพอย่างไร (ด้านเทคนิคและปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้)

- คุณภาพของกระดานสนทนาควรมีความสมบูรณ์/ความถูกต้องอย่างไร (ด้านประโยชน์และการนำไปใช้)

- คุณภาพของกระดานสนทนาควรมีความมั่นคง/การรักษาความลับอย่างไร

## ส่วนที่ 3: การสื่อสารผ่านกระดานสนทนา

- การสื่อสารผ่านกระดานสนทนาในเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุช่วยในการดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัวหรือไม่

## ภาคผนวก ข.

## แบบเก็บรวบรวมข้อมูล (แบบสัมภาษณ์การสนทนากลุ่ม)

## การแสวงหาข้อมูลจากกระดานสนทนาของผู้ดูแลผู้สูงอายุไทยในครอบครัว

โครงสร้างประเด็นคำถามในการสนทนากลุ่ม (Focus Group) แบ่งออกเป็น 6 ส่วน โดยมีเค้าโครงคำถามดังต่อไปนี้

## ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

- เพศ                      - อายุ

## ส่วนที่ 2: ความเหมาะสมด้านการออกแบบของกระดานสนทนาต้นแบบสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุ

- ความเหมาะสมของความสวยงาม                      - กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงได้ง่าย  
- การใช้งานระบบมีความสะดวก                      - ประมวลผลได้อย่างรวดเร็ว

## ส่วนที่ 3: ความเหมาะสมของเนื้อหาในกระดานสนทนาต้นแบบสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุ

- การนำเสนอข้อมูลถูกต้อง                      - การนำเสนอข้อมูลไม่ซ้ำซ้อน  
- มีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา                      - สามารถแสดงผลลัพธ์การประมวลผลได้ถูกต้อง เชื่อถือได้

## ส่วนที่ 4: ความเหมาะสมของเทคนิคและปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ในกระดานสนทนาต้นแบบสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุ

- ระบบแสดงผลข้อมูลในเชิงกราฟฟิกส์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้  
- มีการจัดทำคู่มือการใช้งานในส่วนต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานระบบได้อย่างถูกต้อง

## ส่วนที่ 5: ความเหมาะสมด้านประโยชน์และการนำกระดานสนทนาต้นแบบสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุไปใช้

- สามารถรองรับการใช้งานจำนวนมาก ณ เวลาเดียวกันของผู้ใช้งาน  
- ระบบสามารถใช้งานได้ตลอดเวลา

## ส่วนที่ 6: ความเหมาะสมในความมั่นคงและการรักษาความลับของกระดานสนทนาต้นแบบสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุ

- มีการแจ้งถึงการรักษาความลับของผู้ใช้  
- การเข้าถึงข้อมูลในแต่ละส่วนมีการกำหนดสิทธิ์ใช้งานตามบทบาทของผู้ใช้งานแต่ละคน  
- มีการสำรองข้อมูลทั้งระบบ ทุกสัปดาห์ ย้อนหลัง 3 เดือน  
- สามารถกู้คืนระบบให้ใช้งานได้เป็นปกติภายในเวลา 3 ชั่วโมง หากระบบเกิดความผิดพลาดหรือล้มเหลว

## ส่วนที่ 7: การเดินทางของกลุ่มเป้าหมาย

- การรับรู้มีผลต่อการสื่อสารผ่านกระดานสนทนาหรือไม่  
- การหาข้อมูลเพื่อประเมินทางเลือกมีผลต่อการสื่อสารผ่านกระดานสนทนาหรือไม่  
- การตัดสินใจใช้มีผลต่อการสื่อสารผ่านกระดานสนทนาหรือไม่  
- ประสบการณ์หลังการเลือกใช้มีผลต่อการสื่อสารผ่านกระดานสนทนาหรือไม่

## ภาคผนวก ค.

## หัวข้อเนื้อหาในกระดานสนทนา และแบบจำลองกระดานสนทนา

## HOME WEBBOARD

กระทู้แนะนำ    ถามตอบ    เล่าเรื่อง    รีวิว    ชื่อขายสายตรงนักจิตวิทยา    link โรงพยาบาล

## กระทู้แนะนำ

- เกิร์ดเล็กเกิร์ดน้อย เกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ที่ไม่ได้เป็นอย่างที่เราคิด
- อยากทำประกันชีวิตให้พ่อแม่ แบบจ่ายทิ้ง ปีละไม่เกิน 5 พัน มีไหมคะ
- พรุ้งนี่คือกำหนดวันฆ่าตัวตายของแม่

## ถามตอบ

- บริक्षाเรื่องคุณแม่ใส่สายปัสสาวะเบอร์เล็กกว่าเดิม
- ลูกที่ถูกคาดหวังให้ดูแลพ่อแม่ ต้องแบกรับอะไรบ้าง
- พ่อหนังรถเข็น แนะนำที่เที่ยวเขาใหญ่หน่อย ที่พักด้วยคะ

## เล่าเรื่อง

- เมื่อเช้า แม่ทำกระเป๋าเงินตก แต่ได้คืนเพราะกล้องติดรถยนต์
- เล่าเรื่องบ้านพักคนชราในต่างประเทศ
- พาแม่เที่ยวอยุธยา วันแม่

## รีวิว

- ฟิ้นร่างกายจากป่วยด้วย Ensure
- ผ้าอ้อมผู้ใหญ่แบบกางเกง
- พาพ่อไปหิวหิน

## ชื่อขาย

- หัวเข็มฉีดยาแบบใช้แล้วทิ้ง
- ชุดอยู่บ้านผู้ใหญ่
- รถเข็นไฟฟ้าสำหรับคนตัวใหญ่

## NEWS

- ลูกทดลองใช้ “น้ำมันกัญชา” แทนแม่ป่วยเป็นมะเร็ง
- หามหมอออนไลน์ ทางวิดีโอคอล ส่งยาถึงบ้าน สมมติเวชจัดให้

## ARTICLES

- เริ่มต้นดูแลผู้สูงอายุอย่างไร
- สัมภาษณ์คุณหมอ

## EVENT CALENDAR



# MOCK UP 2

## Graphic

NEAR 360  
อยู่สบาย กับสูงวัย

Play Store | App Store

LINK TO HOSPITALS

### กระดานสนทนา

บริษัทนี้ให้บริการที่ปรึกษาต่างๆ ทั้งได้เป็นสาขาที่เราใช้

พูดคุยปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญ

### ข่าว

Smart Home

นวัตกรรมที่ล้ำยุค เพื่อช่วยคุณใช้ชีวิตอย่างชาญฉลาด

Go Mamma บริการรถแท็กซี่สำหรับคุณแม่

5 เมนูอาหารสุขภาพ ทำง่าย ประโยชน์สูงสุด สดชื่น สุขภาพ

### บทความ

ผู้ดูแลมืออาชีพ

บริการผู้สูงอายุ

### กิจกรรม

คลายเครียด ทำอาหาร ให้ผู้สูงอายุ

Active park | Home bound | Sub

YOUNGHAPPY

จะมีกิจกรรมของคุณอยู่ภายใต้วิสัยทัศน์ผู้สูงอายุ

### ติดต่อเรา

GET IN TOUCH

Send an email

Request a Quote

