การศึกษาสังคม และพฤติกรรมผู้สูงวัยยุคใหม่ เพื่อการออกแบบสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการใช้ชีวิตที่มีคุณค่าอย่างยั่งยืน

โดย
นางสาวกฤษณ์ดิศ ทรงวิผล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต
สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2562
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

การศึกษาสังคม และพฤติกรรมผู้สูงวัยยุคใหม่ เพื่อการออกแบบสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการใช้ชีวิตที่มีคุณค่าอย่างยั่งยืน

โดย
นางสาวกฤษณ์ดิศ ทรงวิผล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต
สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2562
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

STUDY OF AGING BEHAVIOR AND SOCIAL FOR NEW MEDIA DESIGN PROMOTING SUSTAINABLE AND VALUABLE LIFE

By

MISS Kritsadis SONGVIPHON

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for Master of Fine Arts DESIGN ARTS

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2019

Copyright of Graduate School, Silpakorn University

หัวข้อ	การศึกษาสังคม และพฤติกรรมผู้สูงวัยยุคใหม่ เพื่อการออกแบบสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการใช้ชีวิตที่มีคุณค่าอย่างยั่งยืน
โดย	กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล
สาขาวิชา	ศิลปะการออกแบบ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ดร. เรืองลดา ปุณยลิขิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.จุไรรัตน์ นันทานิช)

พิจารณาเห็นชอบโดย

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ปรีชา ปิ้นกล่ำ)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ดร.เรืองลดา ปุณยลิขิต)

.....ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิสักก์ สินธุภัค)

60156301 : ศิลปะการออกแบบ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต
คำสำคัญ : ผู้สูงวัยยุคใหม่, Gen I, สื่อสร้างสรรค์, การใช้ชีวิตที่มีคุณค่า

นางสาว กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล: การศึกษาสังคม และพฤติกรรมผู้สูงวัยยุคใหม่ เพื่อการออกแบบสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการใช้ชีวิตที่มีคุณค่าอย่างยั่งยืน อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ดร. เรืองลดา ปุณยลิขิต

งานวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อค้นหาแนวทางส่งเสริมการใช้ชีวิตที่มีคุณค่าอย่างยั่งยืนด้วยการออกแบบสื่อสร้างสรรค์ เนื่องจากในปีพ.ศ. 2564 ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยอย่างสมบูรณ์ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด จึงเป็นที่มาของการศึกษาสังคมและพฤติกรรมของผู้สูงวัยยุคใหม่ในปัจจุบัน ซึ่งจากข้อมูลพบว่า ด้วยการเปลี่ยนแปลงในบริบทของสังคมทำให้ผู้สูงวัยยุคใหม่มีแนวคิดในการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไปจากเดิม ไม่ยึดติดกับอายุและมโนทัศน์เก่าของการเกษียณอายุ ที่แม้สภาพร่างกายที่กำลังร่วงโรยแต่ความสำคัญจะอยู่ที่สภาพจิตใจที่มาจากความรู้สึกที่อิสระ หมดภาระการทำงานและหน้าที่การเป็นผู้ปกครอง และพร้อมเริ่มต้นชีวิตใหม่ในแบบที่ตนเองพึงพอใจ ทำให้เกิดนิยามใหม่ Generation Independent หรือ “GEN I หรือ คนใจรุ่น” ที่แข็งแรงทั้งกายและใจ รู้คุณค่าในตัวเองและพร้อมทำประโยชน์ให้สังคม ซึ่งความต้องการและรูปแบบการใช้ชีวิต สามารถแบ่งได้ 7 แบบ ได้แก่ ใจแอคทีฟ ใจโซเชียล ใจแฟมมิลี่ ใจเนเจอร์ ใจศิลป์ ใจบุญ และใจเที่ยว จากการวิเคราะห์นี้จึงนำมาสู่การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ “ใจรุ่น Community” Platform ภายใต้ แนวคิด Passion Life’s: I Design พื้นที่อิสระให้คน GEN. I ใจรุ่นได้ออกแบบชีวิตตามที่ตนเองต้องการ

ซึ่งผลจากการทดลองพบว่า ผู้สูงวัยไม่ว่าจะรุ่นหรือยุคใด สามารถใช้ชีวิตที่มีคุณค่าอย่างยั่งยืนได้ ด้วยการรู้คุณค่า มีความภาคภูมิใจในตนเอง (Self-Esteem) และเห็นความหมายในการมีชีวิต กลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการ “ใจรุ่น Community” จะได้รับแนวทางการใช้ชีวิตที่มีพลังจากการให้ความรู้ผ่าน “ใจรุ่นซีรีย์” และสามารถส่งต่อแนวคิดที่มีคุณค่า รวมถึงสามารถสร้างประโยชน์ต่อสังคมได้ด้วยการแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ผ่านการแพร่ภาพสดที่ได้ผลตอบรับอย่างรวดเร็ว เพื่อก่อเกิดความสุขจากการให้และได้รับที่สอดคล้องกับทฤษฎีความพึงพอใจของมาสโลว์ กระบวนการออกแบบในการวิจัยมาจากการสังเคราะห์ประสิทธิผลจากสื่อสร้างสรรค์ และนำไปทดลองใช้งานและวัดผลผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ เกิดเป็นการสร้างสังคมที่ประกอบไปด้วยบุคคลต้นแบบ ส่งเสริมให้ผู้สูงวัยได้แนวทางใช้ชีวิตที่มีคุณค่า ตลอดจนสร้างมโนทัศน์ใหม่ให้สังคมผู้สูงวัย นำไปสู่การขยายขอบเขตสังคมย่อยเฉพาะกลุ่มนี้จนเป็นเครือข่ายสังคมผู้สูงวัยยุคใหม่ที่เข้มแข็งและไม่มีที่สิ้นสุด

60156301 : Major DESIGN ARTS

Keyword : new age, Gen I, creative media, valuable living

MISS KRITSADIS SONGVIPHON : STUDY OF AGING BEHAVIOR AND SOCIAL FOR NEW MEDIA DESIGN PROMOTING SUSTAINABLE AND VALUABLE LIFE THESIS ADVISOR : PROFESSOR RUEANGLADA PUNYALIKHIT, Ph.D.

This research aims to discover a method to promote sustainable valued living in life through creative media design. Thailand is moving toward the complete aged society in 2564 B.E.; which is accounted for 20 per cent of the total population in the future. From this transformation leads to the study on modern society and behavior of older people. The data showed that the changes in the social context cause the remodeling of the living-life concept of senior people. The change offers detachment to the age and the concept of retirement; although the physique is ageing, the importance is focused on the state of mind that comes from a sense of independence which free of making a living and parental responsibilities and starting a new life in a self-satisfied. This conceptual idea constructs a new definition “Generation Independent”, which is shortened as “Gen I” and described as a young-at-heart elderly person who is physically and mentally healthy, fully aware of the self-value, and contribute to society. Their needs and lifestyle are defined as seven models of minds which are active mind, social mind, family mind, nature mind, artistic mind, charitable mind, and outgoing mind. The analysis leads to the creative media design entitled “Young-At-Heart Community”. A new platform established under the concept of “Passion Life’s: I Design” that offers an area of independency for Gen I elderly people to design their own lives.

From the experiment, the result showed that elderly people could live with sustainable values and self-esteem and especially with the meaning of life. Participants who join the program “Young-At-Heart Community” will receive a model of living in powerful life through “Young-At-Heart Series” and can contribute to society by sharing knowledge and experiences via Live streaming which is rapid responsive. The model gives happiness from giving and taking in the meantime, which is related to Maslow’s hierarchy of needs. The design process came from the synthesis of the effectiveness of the creative media and brought to be experimented and evaluated from a social media channel. The design presents the community of role models, promotes the model of well-being, generates a new perspective of the senior community and expands from small social groups to a network of new and powerful senior community endlessly.

กิตติกรรมประกาศ

จุดเริ่มต้นของโครงการวิจัยนี้เกิดขึ้นขณะที่ผู้วิจัยตอนอายุ 41 ปี ที่อาจเข้าสู่ภาวะที่เรียกว่า Midlife Crisis ความว่างเปล่าที่เกิดขึ้นในใจ เนื่องจากในชีวิตไม่ได้มีเป้าหมายที่ท้าทายอีกต่อไป การถึงจุดสูงสุดของการทำงาน ความสุขพร้อมในครอบครัว จนวันนึงลงงานวิ่งได้เพื่อนใหม่ที่พาจบมินิมาราธอนแรก เป็นคุณลุงวัย 60 กว่า การเริ่มต้นใหม่กับสิ่งใหม่ ในวันนั้นทำให้ค้นพบว่าชีวิตที่คิดว่าว่างเปล่านั้น ยังมีหลายอย่างที่อยากทำ รวมถึงความฝันที่อยากเรียนคณะมัณฑศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากรที่ไม่เพียงเติมเต็มความสุขในชีวิตให้เพียงผู้วิจัยกลับแผ่ขยายสู่ครอบครัวโดยเฉพาะมารดาที่กำลังก้าวสู่สูงวัยระยะสุดท้ายที่ว่างเปล่าไม่แพ้กัน การได้กลับเป็นนักเรียนอีกครั้งสร้างความหวังให้มารดาในการมีชีวิตที่จะรอลุ้นวันสำเร็จการศึกษาที่จะมาถึง ตลอดระยะเวลาในการเรียนที่นี่ให้ทุกความรู้สึกได้กลับไปวิ่งเล่นอีกครั้ง การมีเพื่อนต่างวัยเกือบ 20 ปี ประสบการณ์ใหม่ระหว่างทางที่ถึงเหนื่อยหนัก แต่ก็มีความหวัง

ขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่รับเข้าเรียนในวันนั้น และช่วยบ่มเพาะองค์ความรู้อย่างเข้มข้น โดยเฉพาะ ผศ.ดร.อนุชา แพ่งเกสร ที่ให้ความหมายแห่งการเป็น “ครู” อ.ดร.เรืองลดา ปุณยลิขิต อาจารย์ที่เป็นมากกว่าที่ปรึกษากับความพยายามช่วยพาไปถึงฝั่งอย่างไม่ย่อท้อ อ.โชติวัฒน์ ปุณโณปถัมภ์ กับสนามเด็กเล่นที่ให้ ได้สนุกคิด มีความสุขในทุกคลาส ขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่นร่วมชะตากรรมกันมา ถึงจะเป็นเวลาสั้นๆ แต่น่าจดจำ ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญในงานวิจัยนี้ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คีรีบูน จงวุฒิเวศย์ และ ดร.จิตรา มาคะผล ให้แง่คิดงานวิจัย เป็นที่ปรึกษาอย่างเต็มที่ พี่ๆ SU3a ชมรมวิ่งมิตรภาพจตุจักร ศูนย์พัฒนาผู้สูงอายุนนทบุรีการร่วมเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยครั้งนี้ รวมถึงทุกหน่วยงาน องค์กร และคนใจรุ่นทุกท่าน

ที่สำคัญที่สุดครอบครัว พี่ เพื่อนและน้องที่รักทุกคนที่อยู่เคียงข้างดูแลผลักดันช่วยเหลือ เป็นแรงใจให้งานวิจัยครั้งนี้จนถึงจุดหมาย ถ้ามีพื้นที่มากกว่านี้อยากจะเอ่ยนามขอบคุณทุกๆ ท่านที่ช่วยกันในระหว่างทางมากมาย นอกจากข้อมูล และผลที่ได้ในกระบวนการครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับพลังงานดีๆของการให้ ที่ไม่หวังสิ่งตอบแทน ความสุขที่หาซื้อไม่ได้ หวังว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ได้มาศึกษาต่อไป

กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... จ

กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ

สารบัญ ..... ช

สารบัญภาพ ..... ญ

บทที่ 1 บทนำ 1

1.1 ที่มาและความสำคัญ 1

1.2 จุดประสงค์ 3

1.3 ขอบเขตการศึกษา 3

1.4 สมมุติฐานของการศึกษา 4

1.5 กรอบการวิจัย 5

1.6 นิยามศัพท์ 6

1.7 เวลาที่ใช้ในการวิจัย 6

1.8 อุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัย 6

1.9 ประโยชน์ที่คาดว่าได้รับ 7

บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 8

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงวัยยุคใหม่ 8

2.2 สังคมและพฤติกรรมผู้สูงวัยยุคใหม่ 15

2.3 แนวทางใช้ชีวิตที่มีคุณค่าอย่างยั่งยืน 23

2.4 สื่อสร้างสรรค์สำหรับผู้สูงวัยยุคใหม่ 27

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย 34

ประชากรในการศึกษา 35
การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง และจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 35
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 37
การวิเคราะห์ข้อมูล 37
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 38
บทที่ 4 อภิปรายผล 59
สังคม และ พฤติกรรมผู้สูงวัยยุคใหม่ 59
ความต้องการ และ แนวทางส่งเสริมคุณค่าในการใช้ชีวิตอย่างยั่งยืน 62
กระบวนการออกแบบสื่อออนไลน์ 64
การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ 68
แนวทางการออกแบบ (Key Visual) 71
กระบวนการสร้างสรรค์ และ ออกแบบใจรุ่น SERIES สื่อประชาสัมพันธ์ในช่วง Recruit 74
บทสรุปการคัดเลือกใจรุ่นต้นแบบ 75
แสดงบทสรุปการคัดเลือกใจรุ่นต้นแบบจากรูปแบบการใช้ชีวิต 75
แนวทาง และรูปแบบการนำเสนอ ใจรุ่นซีรีย์ 76
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ 82
วัตถุประสงค์งานวิจัย 82
สมมุติฐานของการศึกษา 82
วิธีดำเนินการวิจัย 82
กลุ่มเป้าหมายในงานวิจัย 83
สรุปผลวิจัย 83
ข้อเสนอแนะ 86
รายการอ้างอิง 88
ภาคผนวก 91

ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 92
ภาคผนวก ข หนังสือราชการที่ใช้ในการวิจัย 104
ภาคผนวก ค ภาพกิจกรรม 118
ภาคผนวก ง งานออกแบบสื่อสร้างสรรค์ 126
ประวัติผู้เขียน 140

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1แผนภูมิเปรียบเทียบจำนวนประชากรผู้สูงวัยสูงสุดระหว่างปี 2561-2560 2

ภาพที่ 2 กรอบงานวิจัย 5

ภาพที่ 3 อุปกรณ์การค้นคว้า 7

ภาพที่ 4 แผนภูมิเปรียบเทียบจำนวนประชากรผู้สูงวัยที่มีอายุ 100ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพฯ ปี2561 16

ภาพที่ 5 จำนวนประชากรผู้สูงวัย จำแนกตามเพศ 17

ภาพที่ 6 แผนภูมิแสดงพื้นที่เขตผู้สูงวัยระดับต่างๆ 18

ภาพที่ 7 พฤติกรรมของผู้สูงวัย 20

ภาพที่ 8 แนวทาง อิคิไก)IHIGAI(..... 25

ภาพที่ 9 หลักการออกแบบของศตวรรษที่ 21 27

ภาพที่ 10 การออกแบบเพื่อชุมชน 28

ภาพที่ 11 Timeline ในการศึกษา PHASE 1 34

ภาพที่ 12 Timeline ในการศึกษา PHASE 2 35

ภาพที่ 13 ภาพกลุ่มตัวอย่างสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ 36

ภาพที่ 14 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามเชิงปริมาณแบบ Circle Diagram)แผนภาพวงกลม(..... 38

ภาพที่ 15 ภาพตารางแสดงกิจวัตรผู้สูงวัยใน 1 วัน 39

ภาพที่ 16 บทสรุปการวิเคราะห์ Gen I. ใจรุ่นในประเภทต่างๆ 41

ภาพที่ 17 ภาพกิจกรรม ร้องเพลงที่ บิ๊กซีลาดพร้าว 44

ภาพที่ 18 ภาพบรรยากาศกิจกรรมกลุ่มร้องเพลง 44

ภาพที่ 19 ภาพรวมงานเลี้ยงปีใหม่ชมรมวิ่งมิตรภาพจตุจักร 46

ภาพที่ 20 ภาพทีมวิ่ง OCEAN TO OCEAN 47

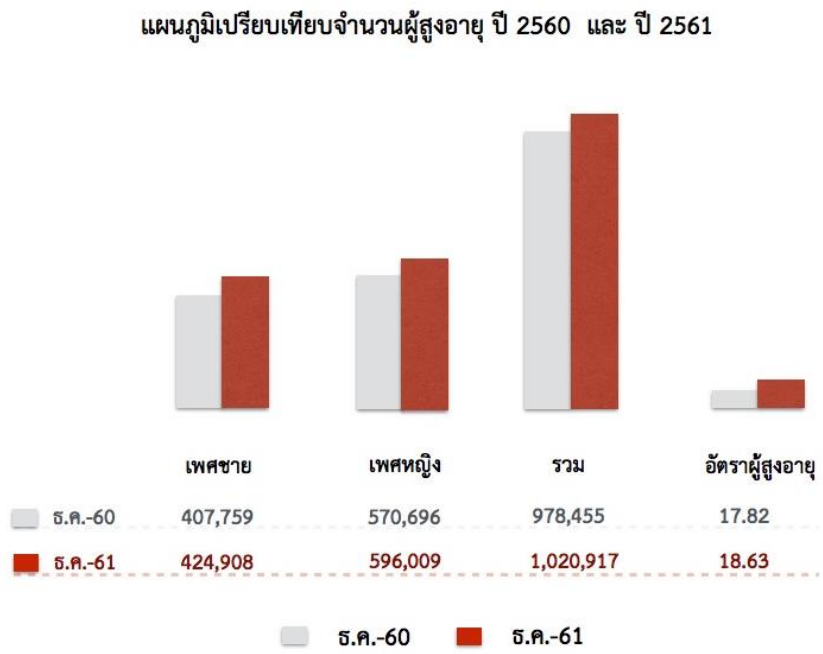
ภาพที่ 21 ภาพบรรยากาศการวิ่ง 47
ภาพที่ 22 ภาพชาวคณะร่มบินโชว์ฉลองวันชาติ ที่ทวาย 49
ภาพที่ 23 ภาพการรับรองโดยรัฐบาลพม่า 50
ภาพที่ 24 ภาพบรรยากาศทัศนศึกษาปักกิ่ง 53
ภาพที่ 25 ภาพบรรยากาศบ้านเก่า /สวนสาธารณะ 53
ภาพที่ 26 ภาพบรรยากาศหมู่บ้านศิลปิน 54
ภาพที่ 27 ภาพบรรยากาศทริปชมสวน 55
ภาพที่ 28 ภาพการสรุปข้อมูล 57
ภาพที่ 29 ผลจากการวิเคราะห์ โดย BMC. Business Model Canvas 58
ภาพที่ 30 ระบบภาพ ECO SYSTEM 63
ภาพที่ 31 ภาพ Sketch สัญลักษณ์ LOGO 65
ภาพที่ 32 แสดงสัญลักษณ์ และความหมาย 66
ภาพที่ 33 แสดงการสร้างเครือข่ายผู้นำชุมชนคนใจรุ่น 67
ภาพที่ 34 ภาพแสดง Project Planing 68
ภาพที่ 35 ภาพแสดงการออกแบบ Fanpage / Ad. Post 71
ภาพที่ 36 แนวคิดการออก แบบ Key Visual 72
ภาพที่ 37 ภาพแสดงการออกแบบโปรแกรมใจรุ่น Live / Reviewer 74
ภาพที่ 38 ภาพใจรุ่นซีรีย์ ชุด แรงบันดาลใจจากคนใจรุ่น 77
ภาพที่ 39 ภาพโพสต์แรงบันดาลใจจากใจรุ่น ซีรีย์ชุดที่ 1 78
ภาพที่ 40 ภาพแสดงการออกแบบโปรแกรม ใจรุ่น Live และ Riviewer 79
ภาพที่ 41 ภาพแสดงงานออกแบบชุด ใจ Stuff ของสมาชิกใจรุ่น / ภาพงานออกแบบ Ad. เทศกาลใจรุ่น 81
ภาพที่ 42 ภาพแสดงภาพรวมของการออกแบบสื่อสร้างสรรค์ใจรุ่น Community 84

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ในขณะที่โลกยุคใหม่กำลังเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงของการเกิดของประชากรลดลง และจำนวนประชากรผู้สูงวัยกลับเพิ่มสูงขึ้น รวมทั้งประเทศไทยที่จะต้องตั้งรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) ในปี 2564 ซึ่งจะมีสัดส่วนถึง 20% ของประชากรทั้งหมด หรือโดยเฉลี่ยจะมีผู้สูงอายุ 1 คน ในประชากรทุกๆ 5 คน และที่สำคัญมีแนวโน้มอยู่ลำพังมากขึ้นถึง 2 เท่า (บทสัมภาษณ์ นพ. ณรงค์ สพเมธาพัฒน์ ปลัดกระทรวงสาธารณสุข, 2560)

ด้วยบริบทสังคมที่เปลี่ยนไปความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางการแพทย์ ส่งผลให้ผู้สูงวัยยุคใหม่ไม่ได้นับกันที่อายุจริง (Chrnological Aged) กลับให้ความสำคัญกับ “อายุใจ” (Subjective Aged) ที่วัดกันตามการใช้ชีวิต (Lifestyle) จากผลการวิจัยพบว่า 90% ของกลุ่มตัวอย่างมีอายุใจต่ำกว่าอายุจริง (งานวิจัย AWUSO Society 4.0 มหิดล, 2561) เพราะปัจจุบันผู้สูงวัย รู้จักดูแลตัวเองมากขึ้น มีการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไป ตามรูปแบบสังคม การหมดภาระการดูแลลูกหลาน เพราะคนยุคใหม่มีค่านิยมในการมีบุตรน้อยลง และเป็นโสดมากขึ้นจากครอบครัวขยายจึงกลายเป็นครอบครัวเดี่ยว โดยมีการเชื่อมหากันง่ายขึ้นผ่านการสื่อสารยุคใหม่ส่งผลให้แนวคิด และพฤติกรรม การใช้ชีวิตของผู้สูงวัยในยุคใหม่เปลี่ยนไป จากสถิติผู้สูงวัยสูงสุด พบว่าในปี 2561 “กรุงเทพฯ” ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีผู้สูงวัยสูงสุดของประเทศถึง 1,020,917 คน จากประชากรทั้งหมด 5,480,469 คน มีอัตราผู้สูงอายุเท่ากับร้อยละ 18.63 คน เพิ่มขึ้นจาก ปี 2560 ถึง 42,462 คน เป็นเพศชาย 17,149 คน และเพศหญิง 25,313 คน (รายงานข้อมูลผู้สูงอายุของกรุงเทพมหานครจากฐานประชากรในระบบทะเบียนราษฎร ณ เดือนธันวาคม 2561ฯ กยล, 2562)



ภาพที่ 1แผนภูมิเปรียบเทียบจำนวนประชากรผู้สูงวัยสูงสุดระหว่างปี 2561-2560

(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

ในขณะที่มีประชากรผู้สูงวัยสูงสุดและมีความพร้อมสูงสุด ในทุกๆ ด้านเมื่อเทียบกับต่างจังหวัด แต่กลับมีปัญหาด้านสุขภาพจิตมากกว่าเป็นโรคซึมเศร้า เนื่องจากไม่มีกิจกรรมให้ทำเหมือนต่างจังหวัดมากนัก (สำนักพัฒนาสังคม, 2561)

จากการศึกษาข้อมูลด้านพื้นที่ให้ทำกิจกรรมในด้านต่างๆ เพียง 365 ชมรม จาก 50 เขต หรือมีผู้สูงอายุที่เข้าร่วมเพียง 44,344 คน ถึงแม้ปัจจุบันรัฐบาลจะมีนโยบายเตรียมรับมือกับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยการจัดโรงเรียนผู้สูงวัยเพื่อเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาศักยภาพแกนนำผู้สูงวัยและชมรมผู้สูงวัย ให้สามารถดำเนินกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพช่วยให้ผู้สูงอายุได้มีพื้นที่ทำกิจกรรม เกิดการพึ่งพาตนเอง สามารถพัฒนาศักยภาพและเรียนรู้สิ่งต่างๆ 2,600 แห่งทั่วประเทศในระยะเวลา 3 ปี มีการทบทวนแผนผู้สูงอายุแห่งชาติฉบับที่ 2 ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันของผู้สูงวัย (พลเอก ฉัตรชัย สากัลยะ, 2561) แต่เมื่อเทียบตามสัดส่วนปริมาณผู้สูงวัยจึงเห็นได้ว่าอาจจะไม่เพียงพอ จึงต้องค้นหาแนวทางแก้ไขในทิศทางอื่น

และด้วยความก้าวหน้าของโลกยุคใหม่ทำให้เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในการดำรงชีวิตมากขึ้น Bauhaus Academy สถาบันการศึกษาออกแบบแห่งแรกของโลกที่วางรากฐานหลักสูตรการเรียนการสอนที่เริ่มจาก Form follow function ซึ่งไม่ใช่ในการออกแบบเพียง Visual แต่มีเรื่อง

Conceptual มาอธิบายและได้ พัฒนามาถึงศตวรรษที่ 21 ผลงานการออกแบบจะไม่ใช่ element of art and design อีกต่อไป แต่จะเป็นการพัฒนา System หรือ Cycle หรือ Supply Chain เพื่อตอบสนอง Economy System การออกแบบจึงเริ่มเป็นการออกแบบที่ระบบ เพื่อแนวคิดที่ยั่งยืนที่นักออกแบบต้องคิดควบคู่ไปกับ form function

เหมือนเช่นการหาแนวทางในการออกแบบสื่อสร้างสรรค์ในงานวิจัยนี้ ที่อาจไม่เพียงทำหน้าที่เพื่อการสื่อสารแนวทางการใช้ชีวิตอย่างไรให้มีคุณค่า แต่เป็นการออกแบบระบบที่จะส่งเสริมให้ผู้สูงวัยใช้ชีวิตที่มีคุณค่าอย่างยั่งยืน ซึ่งนับเป็นกระบวนการศึกษาที่ท้าทาย ซึ่งผู้วิจัยเองก็ถือว่าอยู่ในกลุ่มประชากรที่ศึกษา เพื่อค้นหาคำตอบ จากบริบทสังคมที่เปลี่ยนไป ทำให้แนวคิด และพฤติกรรมของผู้สูงวัยยุคใหม่จะเป็นกุญแจสำคัญสู่การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการใช้ชีวิตที่มีคุณค่า อย่างยั่งยืน เกิดองค์ความรู้และนวัตกรรมใหม่ที่จะสามารถเป็นประโยชน์ต่อสังคมในวงกว้าง

1.2 จุดประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาสังคมและวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้สูงวัยยุคใหม่ (Active Aging)

1.2.2 เพื่อศึกษาความต้องการและแนวทางส่งเสริมการใช้ชีวิตที่มีคุณค่า

1.2.3 แนวทางการออกแบบสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการใช้ชีวิตที่มีคุณค่าอย่างยั่งยืนเพื่อผู้สูงวัยยุคใหม่

1.3 ขอบเขตการศึกษา

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

- ศึกษาสังคม และ พฤติกรรมผู้สูงวัยยุคใหม่
- ศึกษาความต้องการ และแนวทางการใช้ชีวิตที่มีคุณค่าของผู้สูงวัยยุคใหม่
- ศึกษาแนวการออกแบบสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการใช้ชีวิตที่มีคุณค่าอย่างยั่งยืนสำหรับผู้สูงวัยยุคใหม่

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร

1) กลุ่มเป้าหมายในการสำรวจ

กลุ่มผู้สูงวัยยุคใหม่ อายุ 45 ขึ้นไป อาศัยในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่มีสถิติจำนวนประชากรสูงสุด 5 อันดับ เขตบางแค เขตจตุจักร เขตบางเขน เขตสายไหม และ เขตจอมทอง (ที่มา : รายงานข้อมูลผู้สูงอายุของกรุงเทพมหานครจากฐานประชากรในระบบทะเบียนราษฎร ณ เดือนธันวาคม 2561ฯ / กยล. /กุมภาพันธ์ 2562)

2) กลุ่มเป้าหมายในการสัมภาษณ์

- ผู้สูงวัยยุคใหม่ ตามนิยาม Active Aging มีสุขภาพดีทั้งกายและใจ มีความมั่นคงและการมีส่วนร่วมในสังคม
- ผู้เชี่ยวชาญด้านผู้สูงวัย องค์กรรัฐและเอกชน
- ผู้เชี่ยวชาญด้านกลยุทธ ทางการสื่อสาร
- ผู้เชี่ยวชาญด้านกิจกรรมสำหรับผู้สูงวัย
- ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อสร้างสรรค์สำหรับผู้สูงวัย

1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

องค์กรรัฐ และเอกชนที่เป็นตัวอย่างที่ดี (Best Practice) ด้านผู้สูงวัย

- ชมรมคอมพิว เตอร์และอินเทอร์เน็ตเพื่อผู้สูงวัย (OPPY CLUB)
- ชมรมวิ่งมิตรภาพจตุจักร
- ชมรมร้องเพลงบิ๊กซี ลาดพร้าว
- สมาคมบ้านปันรัก
- มหาวิทยาลัยวัยที่ 3 ศิลปากร (Su3a)
- ศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ เทศบาลนนทบุรี

1.4 สมมุติฐานของการศึกษา

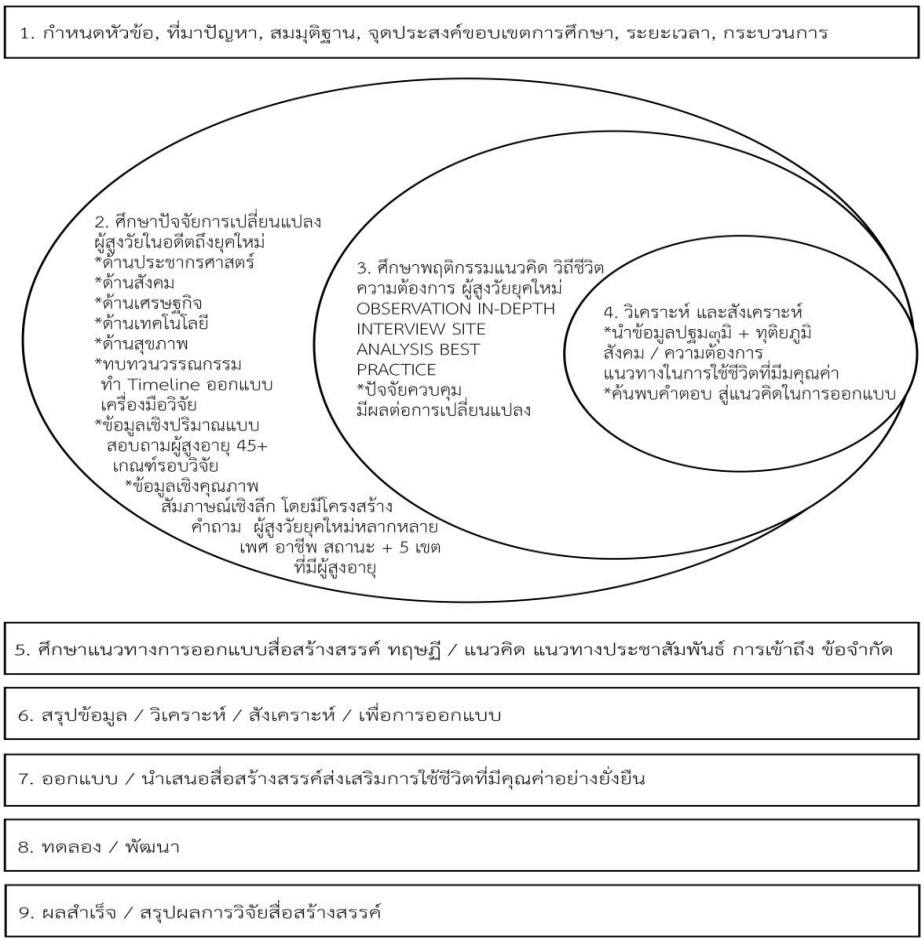
1. ความเปลี่ยนแปลงทางบริบทต่างๆของสังคม น่าจะเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรม และนิยามของผู้สูงวัยยุคใหม่

2. นิยาม หรือ แนวคิดในการดำเนินชีวิตของผู้สูงวัยที่เปลี่ยนไป มีผลต่อการออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการ

3. การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ และส่งเสริมการใช้ชีวิตที่มีคุณค่า อย่างยั่งยืนน่าจะเป็นอีก 1 แนวทางในการแก้ปัญหาสำคัญของผู้สูงวัยรุ่นใหม่

1.5 กรอบการวิจัย

จากกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อหาแนวทางการใช้ชีวิตที่มีคุณค่าของผู้สูงวัยยุคใหม่ สู่การออกแบบสื่อสร้างสรรค์



ภาพที่ 2 กรอบงานวิจัย

(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

1.6 นิยามศัพท์

- ผู้สูงวัยยุคใหม่ หรือ (Active Aging) คือ ผู้สูงวัยที่มีศักยภาพในการดำเนินชีวิต ที่ถึงแม้ความสมรรถภาพทางกายที่เสื่อมถอยลง แต่ด้วยวิวัฒนาการด้านการแพทย์ ทำให้กลุ่ม Active Aging มีช่วงอายุที่ยืนยาวขึ้น สามารถพึ่งพาตัวเองได้ มีความพร้อมที่จะมีส่วนร่วม กับกิจกรรมในสังคมยุคใหม่ได้

- Gen I (Generation Independent) ใจรุ่น คือ นิยามของ Generation ในมโนทัศน์ใหม่ที่เปลี่ยนไปตามบริบทของสังคมปัจจุบัน เป็นผู้มีอิสระทางความคิด มีพลังกาย และใจ ที่เปิดรับและทำสิ่งที่มีคุณค่าต่อตัวเอง ครอบครัว และสังคม

- คุณค่า (Value) คือ คุนค่า หรือ คุน-นะ- ค่า ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน หมายถึง น. สิ่งที่มีประโยชน์ หรือมีมูลค่าสูง คุณค่าเกี่ยวกับคำว่า ดี หรือ ไม่ดี ควรหรือไม่ควรซึ่งเกิดจากการตัดสินของมนุษย์

- ยั่งยืน (Sustainability) คือ ยาว นาน, ยืนยง ความหมายของคำกริยา หรือ ความคงทนของระบบ และกระบวนการ หลักการการจัดความยั่งยืน

- สื่อสร้างสรรค์ คือ สื่อที่มีอิสระในการสร้างเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ ในรูปแบบใหม่ที่สามารถตอบสนองความต้องการของคนยุคใหม่ ที่เปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (Transform) จากระบบอนาล็อกเป็นระบบดิจิทัล งานวิจัยนี้จะพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมพื้นที่สร้างสุขให้ผู้สูงวัยยุคใหม่

1.7 เวลาที่ใช้ในการวิจัย

1 ปี 6 เดือน

1.8 อุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัย

1) อุปกรณ์บันทึกภาพนิ่งและวิดีโอ
2) อุปกรณ์ช่วยด้านแสงสว่าง , บันทึกเสียง
3) โทรศัพท์มือถือ
4) เครื่องเขียน สมุดบันทึก , ปากกา , ดินสอ
5) แบบสอบถาม
6) บทสัมภาษณ์
7) เครื่องคอมพิวเตอร์

ภาพที่ 3 อุปกรณ์การค้นคว้า

(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

1.9 ประโยชน์ที่คาดว่าได้รับ

1.9.1 สำหรับผู้สูงวัย

1) ได้เห็นคุณค่า และความหมายของการมีชีวิต

2) มีพื้นที่ได้ร่วมกิจกรรม แลกเปลี่ยน

3) ได้ใช้ชีวิตที่มีความสุขในรูปแบบที่ตัวเองเลือกได้

4) ได้รับการยอมรับสังคม เป็นบุคคลที่มีคุณค่า และความสามารถ

1.9.2 สำหรับสังคม

1) มโนทัศน์ใหม่ผู้สูงวัยที่มีคุณค่าในตนเองและยังทำประโยชน์ให้สังคม

2) เห็นผลดีจากการที่ผู้สูงวัยได้ทำประโยชน์เป็นแบบอย่างกับสังคมยุคใหม่

บทที่ 2
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัย เรื่อง การศึกษาสังคม และพฤติกรรมผู้สูงวัยยุคใหม่ เพื่อการออกแบบสื่อสร้างสรรค์ ส่งเสริมการใช้ชีวิตที่มีคุณค่าอย่างยั่งยืน โดยผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ “ผู้สูงวัยยุคใหม่” ในประเด็นต่อไปนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงวัยยุคใหม่

2.2 สังคมและพฤติกรรมผู้สูงวัยยุคใหม่

2.3 แนวทางใช้ชีวิตที่มีคุณค่าอย่างยั่งยืน

2.4 สื่อสร้างสรรค์สำหรับผู้สูงวัยยุคใหม่

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงวัยยุคใหม่

2.1.1 ความหมายของผู้สูงวัยยุคใหม่

การให้ความหมาย “ผู้สูงวัยในอดีต” มักถูกเรียกจากการเห็นความเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ ผมหงอก ผิวเริ่มเหี่ยว หลังโก่ง หูตึง จะเรียกว่า คนแก่ ผู้เฒ่า (ศศิพัฒน์ ยอดเพชร,2544) หรือ “คนชรา” ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน พ.ศ. 2542 หมายถึง ว่าแก่ด้วยอายุ ทรุดโทรม ด้วยความหมายที่ไม่ดี

จากผลการประชุมของคณะอาวุโส โดย พล.ต.ต. หลวงอรรถสิทธิ์ สิทธิสุนทร เป็นประธาน ได้กำหนดคำให้เรียกว่า ผู้สูงอายุ แทน ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2512 เป็นต้นมา ซึ่งคำนี้ให้ความหมายที่ยกย่องให้เกียรติแก่ผู้ที่ชราภาพว่าเป็นผู้ที่สูงทั้งอายุ วัยวุฒิ คุณวุฒิ และประสบการณ์ โดยมี พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 กำหนดให้บุคคลสัญชาติไทย ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ถือเป็น “ผู้สูงอายุ” ที่เกษียณอายุราชการ (หมดอายุการทำงาน) โดยกำหนดจากความเปลี่ยนแปลงทางกายภาพของคนในอดีต ที่ร่างกายเสื่อม ไม่สามารถทำงาน ได้มีประสิทธิภาพ ควรได้รับการพักผ่อน และดูแลจากลูกหลาน โดยได้สวัสดิการจากรัฐเป็นเงินบำนาญ และเบี้ยเลี้ยงชีพ ซึ่งเป็นที่มาของมโนทัศน์ผู้สูงวัยในอดีต

นิยาม ข้างต้นต่างมีเกณฑ์พิจารณา ผู้สูงวัยที่ต่างกันโดยสามารถสรุปเป็น 4 ลักษณะสอดคล้องกับ (สุรกุล เจนอบรม, 2541) ดังนี้

1) พิจารณาตามอายุจริง (Chronological Aging) จากจำนวนปี หรืออายุปีปฏิทิน

2) พิจารณาตามอายุกาย (Psysiological Aging or Biological Aging) การเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย จะเพิ่มตามอายุขัยแต่ละปี

3) พิจารณาตามอายุใจ (Psychological Aging) การเปลี่ยนแปลงทางจิตใจ สติปัญญา การรับรู้ การเรียนรู้ถดถอย

4) พิจารณาตามบทบาททางสังคม (Sociological Aging) การเปลี่ยนสถานะทางสังคม ปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มคน การใช้สภาพการทำงานเปรียบเทียบ ซึ่งเกณฑ์นี้ยังยึดในทางกฎหมายและระบบสากล

ในประเทศไทยพิจารณาผู้สูงวัย ตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ ในอายุ 60 ปีบริบูรณ์และสัญชาติไทยจะได้รับสิทธิตามกฎหมายด้านสาธารณสุข และสังคมสังเคราะห์ เช่น บัตรทอง, เบี้ยยังชีพ

ซึ่งในทางสาธารณสุขได้แบ่งผู้สูงวัยเป็น 3 กลุ่มด้วยกันคือ

1. กลุ่มติดสังคม มีสุขภาพดี และมีความสามารถอยู่ตามลำพังได้ มีจำนวน 7,961,690 คน คิดเป็นร้อยละ 79.5

2. กลุ่มติดบ้าน ต้องการความช่วยเหลือดูแลในชีวิตประจำวัน มีจำนวน 1,902,795 คนคิดเป็นร้อยละ 19

3. กลุ่มติดเตียง ต้องการการดูแล ระยะยาว ด้านการแพทย์ และการรักษาสวัสดิการทางสังคม มีจำนวน 150,220 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ,2559) จากสถิติ จะเห็นได้ว่าผู้สูงวัยยุคใหม่ มีสุขภาพดี ดูแลตนเองและพร้อมที่จะออกไปมีส่วนร่วมกับสังคมนอกบ้านได้

ในทางการตลาด พบว่า ผู้สูงวัยยุคใหม่ มีแนวคิดที่เปลี่ยนไป จากงานวิจัย AWUSO Socitety 4.0 แก่แต่วัยหัวใจยังเก๋า (มหิดล ,2561) สะท้อนให้เห็นภาพ Young At Heart 90% จากกลุ่มตัวอย่าง 50 -85 ปี พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีอายุใจ (Subjective Age) ต่ำกว่าอายุจริง (Chonorlogical Age)

ผลจากงานวิจัยในต่างประเทศ ที่เก็บผลสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,470 คนที่มีอายุระหว่าง 20 -97 ปี เพื่อวัด 2 อย่าง “อายุจริง” และ “อายุใจ” พบว่ากลุ่มตัวอย่างในประเทศ

เดนมาร์กที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป คิดว่าตัวเองเด็กกว่าอายุจริง ซึ่งตรงกับกลุ่มตัวอย่างที่สหรัฐอเมริกาที่มองว่าตัวเองอ่อนกว่าอายุจริง และมีความพึงพอใจในชีวิตช่วงนี้เช่นกัน

ผลจากงานวิจัยเชิงคุณภาพ ของแบรนด์คอนเนคชั่นส์ และแกะดำธุรกิจพบแนวคิด ผู้สูงวัยยุคใหม่ว่าเป็นชีวิตที่เลือกได้ หลังเกษียณเป็นจุดเริ่มต้นชีวิตใหม่ และสามารถออกแบบชีวิตที่มีค่าจิตไม่แก่เพราะรู้สึกว่าอ่อนกว่าอายุจริงอย่างน้อย 10 ปี มีพลังในการทำกิจกรรมต่างๆ ยิ่งมีคุณค่า ยิ่งมีความสุข มีค่านิยมพึ่งพาตนเอง ชีวิตเต็มไปด้วยอิสระ พร้อมที่จะทำในสิ่งที่ไม่เคยมีโอกาสมาก่อน มีสังคมมากกว่าครอบครัว เป็น Active life และ Active Consumer ปรับตัวกับโลกยุคใหม่ได้ดีมาก ทั้งเทคโนโลยีและการแปรเปลี่ยนของสังคม นิยามผู้สูงวัยในกลุ่มนี้ว่า “The Grand Age Consumer” เป็นวัยที่มี “ความสุขไร้กังวล” (อ้างถึงบทสัมภาษณ์ ประเสิรฐ เอี่ยมรุ่งโรจน์, 2561)

จากมุมมองของการตลาดจะเห็นได้ถึงความเติบโตของกลุ่มผู้สูงวัยในตลาดที่จะมีอิทธิพลมากขึ้นเรื่อยๆ จากการสำรวจ และวิจัยในมุมมองของนักการตลาด จะเห็นได้ว่า ในบริบทสังคมที่เปลี่ยนไปทำให้ นิยามของผู้สูงวัยยุคใหม่ทางการตลาด ในการสื่อสารจะไปในทิศทางส่งเสริมในการยกย่องให้คุณค่า ทันสมัย โดยสื่อมาเป็นคำที่มีความหมายไปในทางเดียวกัน เช่น อาวุโส วัยเก๋า รุ่นใหญ่ The Grand Age เป็นต้น

สอดคล้องกับ แนวคิดการสร้างมโนทัศน์ใหม่ของมูลนิธิสถาบันวิจัย และ พัฒนาผู้สูงอายุไทย (มส.ผส.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ที่เห็นว่า นิยามผู้สูงอายุในวัย 60 ของประเทศไทย เกิดขึ้นทั้งในสังคม เศรษฐกิจ และสุขภาพ ในเชิงเศรษฐกิจ และสุขภาพที่ใช้อายุเป็นตัวกำหนดมักมีมโนทัศน์ในเชิงลบ เชื่อว่าผู้สูงอายุในวัยเกษียณ คือผู้ไร้ประสิทธิภาพ มีสุขภาพไม่ดี จึงไม่สามารถทำงานได้ เป็นอคติแห่งวัย ที่สั่งสมความเชื่อกันมา จึงต้องช่วยกันสร้าง “มโนทัศน์ใหม่” ให้ผู้สูงอายุ ซึ่งการกำหนดนิยามใหม่ควรแยกความหมายในเชิงเศรษฐกิจ และสังคมออกจากกันเพื่อเห็นศักยภาพที่แท้จริง เพื่อสร้างโอกาสให้กับการทำงานที่ผู้สูงวัยยุคใหม่ยังสามารถทำได้ นอกจากจะช่วยลดปัญหาด้านแรงงาน ยังสร้างความภาคภูมิใจให้ผู้สูงวัยที่ยังสามารถสร้างรายได้ให้ตนเองจากความรู้ ความสามารถนั้น (Donnaya Suvetwethin , 2559)

ซึ่งองค์การอนามัยโลก (WHO,2002) ได้นิยามคำว่า “Active Aging” เพื่อเป็นแนวคิดสำคัญทำให้ผู้สูงวัยตระหนักในศักยภาพของตนเอง ในสถานการณ์ที่ประชากรผู้สูงอายุมากขึ้น โดยปรับจากความต้องการความจำเป็นขั้นพื้นฐาน (Need – Based) ที่มีผู้สูงวัยเป้าหมายถูกกระทำ (Passive Targets) เป็นแนวคิดพื้นฐาน (Right-Based) หลักการมีส่วนร่วม (Participation)

การได้รับการดูแล (Care) การบรรลุความพึงพอใจในตนเอง (Self-Fulfillment) และความมีศักดิ์ศรี (Dignity) ถึงสิทธิที่เท่าเทียมกันเพื่อเพิ่มประสบการณ์ที่ดีโดยปราศจากข้อจำกัดและมีโอกาสต่อเนื่องในการดูแลสุขภาพ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ และมีความมั่นคงในชีวิต

สำหรับประเทศไทย มีการให้ความหมาย Active Aging ในคำที่หลากหลาย สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.) และมูลนิธิสถาบันวิจัย และพัฒนาผู้สูงอายุไทย (มส.ผส.) ใช้คำว่า “พฤฒพลัง” หมายถึง พลังของการเป็นผู้สูงอายุกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงมนุษย์ใช้คำว่า “วุฒิพลัง” ในงานวิจัย นักวิจัยใช้คำว่า “พฤติพลัง” “วุฒิวัย” “ผู้สูงอายุ ที่มีศักยภาพ” “ผู้สูงอายุที่มีความสามารถ” (นวลฉวี ประยะเสริฐสุข และคณะ, 2562) และงานวิจัยนี้ใช้คำว่า “ผู้สูงวัยยุคใหม่” (Active Aging) โดยนำไปใช้เป็นเกณฑ์ในการสำรวจกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย ภายใต้กรอบของ (WHO,2002)

1) ด้านสุขภาพ มีสุขภาพดี ทั้งกายและใจ จะทำให้เป็นอิสระ พึ่งพาตนเองได้ โดยไม่เป็นภาระพึ่งพิงคนอื่น

2) ด้านการมีส่วนร่วม ทั้งจากครอบครัว ชุมชน และสังคม สร้างคุณค่าให้ตนเองเป็นที่ยอมรับทำให้เกิดความภาคภูมิใจ

3) ด้านความมั่นคง ปลอดภัยทั้งร่างกาย ที่อยู่อาศัย และเศรษฐกิจ สามารถใช้บั้นปลายชีวิตอย่างมีคุณภาพ

สรุปได้ว่า นิยามผู้สูงวัยในอดีต ได้นิยามไว้หลายลักษณะแต่บางหลักเกณฑ์อาจจะใช้ไม่ได้ในปัจจุบัน เช่น การพิจารณาทางกายภาพ ที่นับอายุทางปฏิทิน หรือพิจารณาความเปลี่ยนแปลงของร่างกาย เนื่องจากความก้าวหน้าทางการแพทย์ และเทคโนโลยีการชะลอวัย ทำให้ผู้สูงวัยยุคใหม่มีสุขภาพแข็งแรง ดูแลตัวเองดี จนไม่สามารถวัดด้วยการมองเห็นทางกายภาพ หรือ ด้วยตัวเลขของอายุอีกต่อไป

การนิยาม ในเชิงเศรษฐกิจ และสุขภาพ เป็นที่มาของมโนทัศน์เก่า ที่เป็นอคติแห่งวัย ในความเชื่อที่ว่าเมื่ออายุ 60 ปีขึ้นไป กลายเป็น “วัยเกษียณอายุ” คือ ผู้ไร้ประสิทธิภาพ สุขภาพไม่ดี จนทำงานไม่ได้ เกิดอคติแห่งวัยนั้นที่ควรสร้างนิยามและมโนทัศน์ใหม่ ที่ควรแยกความหมายเศรษฐกิจและสังคม ออกจากกันเพื่อสร้างโอกาสในการทำงาน เกิดความภาคภูมิใจ และสร้างคุณค่าให้ผู้สูงวัยยุคใหม่

งานวิจัยทางการตลาดในทุกสำนักสรุปได้ว่า ผู้สูงวัยยุคใหม่มีแนวคิดใหม่ ที่ให้ความสำคัญกับ “อายุใจ” มากกว่าอายุกาย มีค่านิยมในการพึ่งตนเอง ใจที่เป็นอิสระ สามารถใช้ชีวิตในแบบที่ต้องการ ด้วยสุขภาพกาย และใจที่ดี พร้อมทำประโยชน์ให้ส่วนรวม เห็นคุณค่าของการมีชีวิตเป็นวัยเริ่มต้น Active Life ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Active Aging (WHO,2002) ที่สร้างความตระหนักในศักยภาพของผู้สูงวัย ที่มีสิทธิความเป็นมนุษย์เท่าเทียมกับวัยอื่นๆ ด้วยเกณฑ์ 3 ด้าน คือ

1) สุขภาพที่ดีทั้งกายและใจ

2) ความมั่นคง ทั้งเศรษฐกิจ และความปลอดภัยในความเป็นอยู่

3) การมีส่วนร่วมในสังคม

2.1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงวัยยุคใหม่

ทฤษฎีบทบาททางสังคม (Role Theory) ความสูงวัยสัมพันธ์กับทฤษฎีบทบาททางสังคม บุคคลจะปรับตัวต่อการเป็นผู้สูงวัยได้ดี ขึ้นอยู่กับการยอมรับบทบาทของตนเองในแต่ละช่วงอายุ ซึ่งบทบาทดังกล่าวจะส่งผลไปถึงการยอมรับ บทบาททางสังคมที่จะเปลี่ยนแปลงไปในอนาคตด้วย นอกจากนี้การสร้างบทบาททางสังคมของตน ขึ้นมาใหม่เพื่อทดแทนบทบาทหน้าที่ ที่สูญเสียไปขึ้นอยู่กับบทบาททางสังคมและการมองเห็น คุณค่าของตนเองเป็นสำคัญ

- สถาบันครอบครัวและสังคมเป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริม ผู้สูงวัยในบทบาทต่างๆ ทั้งการเป็น ปู่ ย่า ตา ยาย หรือ การเข้าร่วมกลุ่มผู้สูงวัยในวัยเดียวกันได้พบปะสังสรรค์ ปรึกษาหารือในการที่จะช่วยเหลือสังคมสิ่งเหล่านี้จะทำให้ผู้สูงวัย อยู่อย่างมีความสุข อยู่ในสังคมได้อย่างมีศักดิ์ศรี และเหมาะสม กล่าวคือเป็นทั้งผู้ให้ และผู้รับประโยชน์จากสังคมเหมือนสมาชิกอื่นๆ ในสังคม ผู้สูงวัยแต่ละคนจะมีความสามารถแตกต่างกันไป จึงสามารถเลือกทำงานอาสาสมัครได้ตามความถนัด และความสนใจของแต่ละคนซึ่งจะทำให้บทบาททางสังคมของผู้สูงอายุมีต่อเนื่อง (สุทธิชัย จิตะพันธ์กุล และคณะ, 2545)
- ทฤษฎีกิจกรรม (Activity Theory) ทฤษฎีที่เกี่ยวกับผู้สูงวัย ทางสังคมวิทยา คำนึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคม แนวคิดนี้มองว่า กิจกรรมเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้สูงวัย ทำให้ผู้สูงวัยมีทัศนะเกี่ยวกับตนเองในทางบวกและมองโลกในแง่ดี มีความกระตือรือร้นในการ

ร่วมกิจกรรม นักทฤษฎีกิจกรรมในระยะเริ่มต้น ได้แก่ เบอร์เกส (Burgess อ้างถึง สุรกุล เจนอบรม, 2541) เชื่อว่าการที่ผู้สูงวัยลดบทบาททาง สังคมของตนเองลงทำให้ไม่เกิดประโยชน์ต่อตนเอง และไม่ได้รับการสนับสนุนจากสังคม เป็นผลให้พวกเขาเหล่านั้นไม่มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมต่อมาในปี ค.ศ. 1968 ทฤษฎีนี้ได้รับการ ยกย่องอย่างกว้างขวางจากการนำเสนอของ ฮาร์วิกเฮิร์ล (Harvighurst อ้างถึง วนิดา ทองปล้อง, 2546) ที่กล่าวว่า ผู้สูงวัยที่มีกิจกรรมหรือมีภารกิจปฏิบัติสม่ำเสมอ มีบุคลิกภาพ กระฉับกระเฉงจะทำให้เกิดความพึงพอใจในชีวิตและปรับตัวได้ดีกว่าผู้สูงวัยที่ปราศจากกิจกรรม หรือบทบาทภารกิจหน้าที่ใดๆ ผู้วัยที่สามารถรักษาระดับกิจกรรมของตนไว้ตามบทบาทและสถานภาพ จะรู้สึกว่าตนเองเป็นบุคคลที่มีคุณค่าเป็นที่ยอมรับของสังคม ทำให้มีความสุขและมี ความพึงพอใจในชีวิต

ทฤษฎีกิจกรรมของผู้สูงอายุ ตั้งอยู่บนแนวคิดพื้นฐาน 4 ประการ (คีรีบูน จงวุฒิเวศย์และคณะ , 2557) ดังนี้

(1) การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของผู้สูงวัย สืบเนื่องจากการที่ผู้สูงวัยสามารถที่จะควบคุมพฤติกรรมของตนเองได้ และสามารถที่จะสร้างสถานการณ์ใหม่ขึ้นมาเป็น เครื่องทดแทนสิ่งที่สูญเสียไป เช่น การสูญเสียบุคคลอันเป็นที่รัก การมีชีวิตอยู่อย่างโดดเดี่ยว หรือ การเกษียณอายุจากการปฏิบัติงาน

(2) ผู้สูงอายุจะหากิจกรรมต่างๆ มาเพื่อเป็นการชดเชยกับสิ่งที่สูญเสียไป

(3) การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของผู้สูงวัยนั้นสืบเนื่องมาจาก ความต้องการด้านจิตใจและด้านการยอมรับของสังคมที่มีอยู่ในตัวมนุษย์ตลอดเวลา ดังนั้นเมื่อผู้สูงวัยขาดความต้องการด้านใด ด้านหนึ่งก็จะหาสิ่งอื่นมาทดแทน

(4) การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆของผู้สูงอายุ เนื่องมาจากการที่ผู้สูงวัยเชื่อว่ากิจกรรมต่างๆ สามารถนำมาชดเชยภาระหน้าที่การงานที่หมดความรับผิดชอบลง การที่ผู้สูงอายุได้เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ มีการพบปะพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ จะทำให้สถานะทางสังคมประสบความสำเร็จและได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่น ส่งผลให้รู้สึกตัวเองมีคุณค่าในสังคมนั้นๆ

ปัจจุบันมีพื้นที่ให้ผู้สูงวัยได้เข้าร่วมกิจกรรมที่หลากหลาย ทั้งภาครัฐ และ เอกชน สามารถแบ่งตามวัตถุประสงค์ได้ 3 ประเภท

1) กิจกรรมเพื่อนันทนาการ เป็นกิจกรรมที่ทำให้ร่างกาย สดชื่น ตื่นตัว มีชีวิตชีวา มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น เช่น เล่นกีฬา เล่นดนตรี ท่องเที่ยว หรือเข้าชมรมต่างๆ

2) กิจกรรมเพื่อการเรียนรู้ ตอบสนองความอยากรู้ ความพึงพอใจหรือเพื่อดำเนินกิจกรรมบางอย่าง หากมีเวลาเพียงพอจะทำให้ผู้สูงวัย สามารถเรียนรู้เท่ากับผู้ที่มีอายุน้อยกว่า ทั้งนี้กระบวนการเรียนรู้มีความเกี่ยวข้องกับสมรรถภาพของการรับรู้ การจำ และการตอบสนอง ซึ่ง Charness กล่าวว่า ผู้สูงวัยจะเรียนรู้ได้ดีในสถานการณ์ที่จะเข้าร่วมในกิจกรรมนั้น มีความสอดคล้องกับความต้องการหรือการเรียนรู้อย่างมีความหมาย และกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับประสบการณ์ในชีวิตที่ผ่านมา กิจกรรมเรียนรู้อาจเกิดขึ้นแบบไม่เป็นทางการ เช่น การอ่าน การสนทนา ดูรายการโทรทัศน์ ส่วนการเรียนรู้อย่างเป็นทางการ เช่น การร่วมกิจกรรม การศึกษา อบรมตามความสนใจ เช่น สุขภาพ การใช้เทคโนโลยี ธรรมมะ

3) กิจกรรมเพื่อบริการสังคม การเสียสละ และการทำประโยชน์เพื่อสังคม เป็นกิจกรรมที่ผู้สูงวัยรู้สึกถึงคุณค่า และเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (จุฑารัตน์ แสงทอง,2558) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้ผู้สูงวัยเข้าสู่การเป็นอาสาสมัคร ได้แก่ การเกษียณอายุไม่มีภาระเลี้ยงบุตรหลาน หรือรับผิดชอบภาระอื่นๆ ความเหงาเข้ามา เนื่องด้วยสูญเสียคู่ชีวิต บุตรหลานทำงานต่างถิ่น และต้องการพบปะเพื่อนฝูง แม้เหตุผลในการเข้ามาเป็นอาสาสมัครที่แตกต่างกันไป แต่เป้าหมายเหมือนกัน คือ การสร้างความสุขให้ตัวเองด้วยการช่วยเหลือคนอื่น สร้างคุณค่าให้กับตัวเอง และเกิดเป็นความภาคภูมิใจในตนเอง ที่เสียสละเพื่อสร้างประโยชน์ให้สังคม (นวลฉวี ประเสริฐสุข ,2561)

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Maslow’s Hierarchy of needs Theory) บุคคลเป็นสิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการ ซึ่งมีอิทธิพล เป็นเป็นเหตุแรงจูงใจต่อพฤติกรรม ความต้องการที่ยังไม่ได้ตอบสนองเท่านั้นที่เป็นเหตุแรงจูงใจ ความต้องการของบุคคลเป็นลำดับขั้นเรียงตามความต้องการพื้นฐานไปถึงความต้องการที่ซับซ้อน ดังนี้

1) ความต้องการทางร่างกาย (Physiogical Needs) ความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์เพื่อความอยู่รอด ได้แก่ อากาศ น้ำ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่ ยารักษาโรค การพักผ่อน เป็นต้น

2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety and Security Needs) ความต้องการขั้นนี้ จะเกิดขึ้นหลังจากขั้นแรกตอบสนอง เช่น ความต้องการ ความปลอดภัย และมั่นคงในชีวิตหน้าที่การงาน

3) ความต้องการความรัก และการยอมรับ (Love and Belonging Needs) บุคคลต้องการความรัก และการยอมรับจากสังคมโดยการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น เช่น ความสัมพันธ์ในครอบครัว หรือ กับผู้อื่น

4) ความต้องการยกย่องนับถือ (Esteem Needs) แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ การนับถือตัวเอง (Self-Respect) คือความต้องการเชื่อมั่นในตนเองว่า มีความสามารถและทำได้ และความต้องการได้รับความยกย่องนับถือจากผู้อื่น (Esteem form othes) คือความต้องการชื่อเสียง การยอมรับจากผู้อื่น

5) ความต้องการที่จะบรรลุศักยภาพสูงสุดที่ตนมี (Self –actualization Needs) ถ้าความต้องการลำดับขั้นก่อนๆ ได้ทำให้เกิดความพึงพอใจอย่างมีประสิทธิภาพ ความเข้าถึงความสามารถทั้งหมดที่ตนมีจะเกิดขึ้น เป็นความตระหนักรู้ในความสามารถของตนตามความสามารถและสุดความสามารถ โดยมุ่งประโยชน์ของผู้อื่นและสวนรวมเป็นสำคัญ (คีรีบูน จงวุฒิเวศย์, 2558)

ซึ่งในการดำเนินชีวิตของ ผู้สูงวัยยุคใหม่ โดยส่วนใหญ่ล้วนเดินทางผ่านมาถึงขั้นที่ 3 ของมาสโลว์ ที่ต้องการความรัก การยอมรับจากครอบครัว และสังคม เมื่อบริบทที่เปลี่ยนไปการมีอิสระในการใช้ชีวิต และสุขภาพที่ดี การรู้คุณค่าความสามารถในตนเองจะนำสู่การต้องการความยกย่องนับถือจากคนในสังคม ด้วยการมีส่วนร่วมในการทำสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ที่จะนำสู่การบรรลุในขั้นสูงสุดที่ตนเองมี นั่นคือคุณค่าที่เกิดจากการมุ่งทำประโยชน์ให้ส่วนรวมเป็นสิ่งสำคัญ

2.2 สังคมและพฤติกรรมผู้สูงวัยยุคใหม่

จากข้อมูลสถิติจำนวนผู้สูงวัย จากกรมกิจการผู้สูงอายุในปี พ.ศ. 2561 จากจำนวนประชากรทั้งหมด 66,413,979 คน มีจำนวนผู้สูงวัยทั้งสิ้น 10,666,803 คน คิดเป็นร้อยละ 16.06 เป็นเพศชาย 4,715,598 คน คิดเป็นร้อยละ 14.48 และเพศหญิง 5,951,205 คน คิดเป็นร้อยละ 17.58 จะเห็นได้ว่าปริมาณผู้สูงวัยมีการเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว ที่สำคัญพบว่ามีจำนวนประชากรอายุมากกว่า 100 ปีขึ้นไป ทั่วประเทศถึง 2,028 คน โดยในกรุงเทพมหานคร ที่ถือเป็นจังหวัดที่มีผู้สูงวัยที่มีอายุสูงสุดถึง 2,333 คน เป็นผู้ชาย 800 คน เป็นผู้หญิง 940 คน แสดงให้เห็นถึงการดูแลสุขภาพที่ดีขึ้นประกอบกับปัจจัยอื่นๆ เช่น ระบบสาธารณสุข และการเรียนรู้ในการดูแลตนเองได้ดีขึ้น ประกอบปัจจัยอื่นๆ เช่น ระบบสาธารณสุข เบี้ยยังชีพ หรือบัตรทอง (สำนักงานบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง , 2561)

แผนภูมิเปรียบเทียบจำนวนผู้สูงวัยผู้มีอายุมากกว่า 100 ปีขึ้นไป

ภาพที่ 4 แผนภูมิเปรียบเทียบจำนวนประชากรผู้สูงวัยที่มีอายุ 2561 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพฯ ปี 100 (ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

องค์การสหประชาชาติ (United Nations) ยังใช้อายุ 60 ปีขึ้นไปในการนำเสนอสถิติและ ตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงวัย โดยจำแนกระดับการก้าวเข้าสู่สังคมสูงอายุไว้ 3 ระดับ

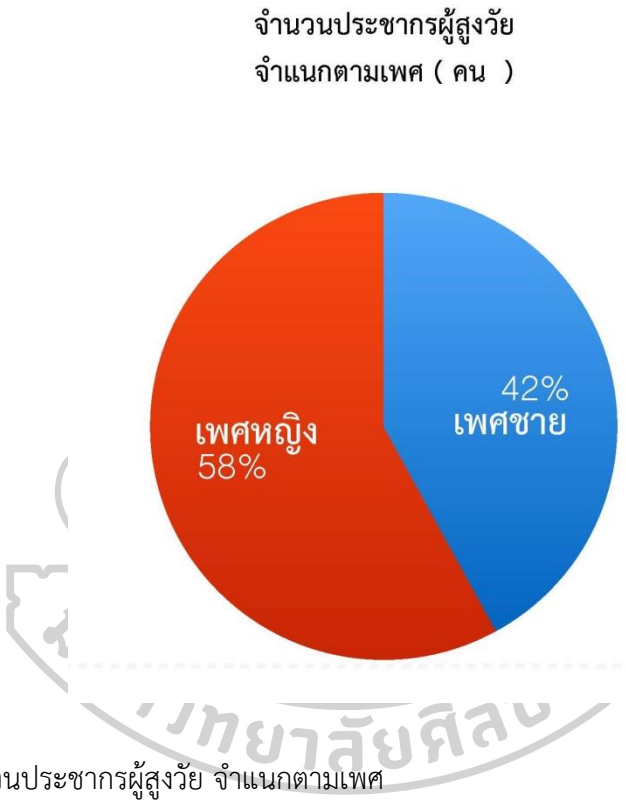
1) สังคมสูงอายุ (Aging Society) คือประเทศที่มีจำนวนประชากรสูงอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 10 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ หรือ มีจำนวนประชากรที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 7 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ

2) สังคมสูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) คือประเทศที่มีจำนวนประชากรสูงอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 20 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ หรืออายุ 65 ปี ขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 14 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ และ

3) สังคมสูงอายุสูงสุด (Superseed Society) คือประเทศที่มีจำนวนประชากรสูงอายุ 65 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 20 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ

ซึ่งในแต่ละประเทศก็จะมีการกำหนดความสูงวัยที่ต่างกันตามเกณฑ์ที่พิจารณา อย่างกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วจะเริ่มที่ 65 ปีขึ้นไป กลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนาเริ่มที่ 60 ปี หรือกลุ่มประเทศแอฟริกาถูกเสนอเกณฑ์อายุ 50 หรือ 55 ปี เนื่องจากประชากรไม่ได้มีอายุยืนยาวเหมือนที่อื่นๆ (รศรินทร์ เกรย์ และคณะ , 2556)

จากสถิติจากกรมกิจการผู้สูงอายุ ปี 2561 ประเทศไทยอยู่ในสังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) มีผู้สูงวัยทั้งสิ้น 10,666,803 คนคิดเป็นร้อยละ 16.06 และมีแนวโน้มก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) ใน 2 ปีข้างหน้า โดยอัตราผู้สูงอายุ หมายถึง ร้อยละของผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมด จากคำจำกัดความดังกล่าวและการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ โดยใช้ข้อมูลจำนวนประชากรที่มีสัญชาติไทยและมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้าน จากระบบสถิติทางการทะเบียน สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง



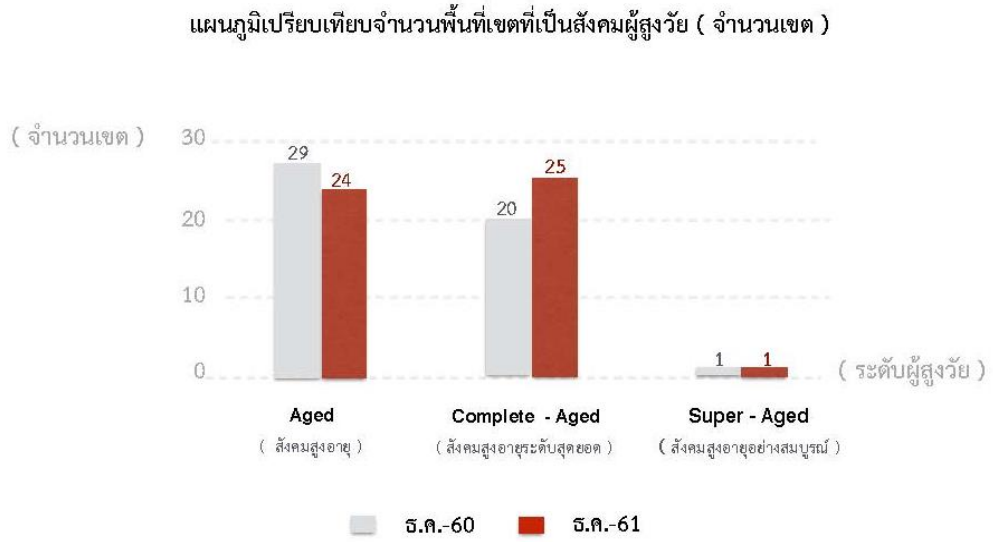
ภาพที่ 5 จำนวนประชากรผู้สูงวัย จำแนกตามเพศ

(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

ภาพรวมจำนวนผู้สูงวัยของกรุงเทพมหานคร

ภาพรวมของผู้สูงวัย ในกรุงเทพมหานครข้อมูล ณ เดือนธันวาคม 2561 (เฉพาะประชากรที่มีสัญชาติไทยและมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้าน) ถือเป็นสังคมสูงอายุ (Aged society) มีจำนวนผู้สูงอายุ เท่ากับ 1,020,917 คน จากประชากรทั้งหมด 5,480,469 คน มีอัตราผู้สูงอายุเท่ากับร้อยละ 18.63 โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 596,009 คน คิดเป็นร้อยละ 58.38 ของประชากรผู้สูงอายุทั้งหมดใน กรุงเทพมหานคร และเป็นเพศชายจำนวน 424,908 คน คิดเป็นร้อยละ

41.62 ของประชากรผู้สูงอายุทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร โดยทุกพื้นที่เขตมีจำนวนเพศหญิงมากกว่าเพศชาย



ภาพที่ 6 แผนภูมิแสดงพื้นที่เขตผู้สูงวัยระดับต่างๆ

(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

เมื่อพิจารณาเป็นรายพื้นที่เขต พบว่า จากข้อมูลในเดือนธันวาคม 2561 (เฉพาะประชากรที่มีสัญชาติไทย และมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้าน) กรุงเทพมหานครทุกพื้นที่เขตเป็นสังคมสูงอายุ (Aged society) และมีแนวโน้มเป็น สังคมสูงอายุอย่างสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- พื้นที่เขตที่เป็นสังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอด (Super-aged society) จำนวน 1 พื้นที่เขต (เท่ากับ ในปี พ.ศ.2560) คือ เขตสัมพันธ์วงศ์ มีอัตราผู้สูงอายุเท่ากับ ร้อยละ 29.44
- พื้นที่เขตที่เป็นสังคมสูงอายุอย่างสมบูรณ์ (Complete - aged society) จำนวน 25 พื้นที่เขต (เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2560 ซึ่งมีจำนวน 20 พื้นที่เขต) ได้แก่ เขตพระนคร เขตดุสิต เขตบางรัก เขตปทุมวัน เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตพระโขนง เขตยานนาวา เขตธนบุรี เขตบางกอกใหญ่ เขตคลองสาน เขตตลิ่งชัน เขตบางกอกน้อย เขตภาษีเจริญ เขตบางพลัด เขตดินแดง เขตสาทร เขตบางซื่อ เขตจตุจักร เขตบางคอแหลม เขตคลองเตย เขตจอมทอง เขตราชเทวี เขตลาดพร้าว เขตวัฒนา และเขตหลักสี่

- พื้นที่เขตที่เป็นสังคมสูงอายุ (Aged society) จำนวน 24 พื้นที่เขต (ลดลงจากปี พ.ศ. 2560 ซึ่งมีจำนวน 29 พื้นที่เขต) ได้แก่ เขตหนองจอก เขตบางเขน เขตบางกะปิ เขตมีนบุรี เขตลาดกระบัง เขตบางขุนเทียน เขตหนองแขม เขตพญาไท เขตห้วยขวาง เขตราษฎร์บูรณะ เขตบึงกุ่ม เขตประเวศ เขตสวนหลวง เขตดอนเมือง เขตบางแค เขตสายไหม เขตคันนายาว เขตสะพานสูง เขตวังทองหลาง เขตคลองสามวา เขตบางนา เขตทวีวัฒนา เขตทุ่งครุ และเขตบางบอน

จากรายงานจำนวนประชากรผู้สูงวัยที่แสดงให้เห็นการเพิ่มจำนวนขึ้น อย่างซึ่งจะมีผลกับทำให้เกิด Disruptive Economy หรือเศรษฐกิจแปรผันอย่างเต็มตัวซึ่งเกิดจากความผันผวนของธุรกิจในทุกวงการ รายได้ประชาชาติลดลงแรงงานในภาคการผลิตน้อยลงอัตราการออมลดลง รัฐบาลจำเป็นต้องเพิ่มงบประมาณค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการ การรักษาและปฐมพยาบาลผู้สูงอายุมากขึ้น การออก พรบ.บำเหน็จบำนาญข้าราชการ พ.ศ. 2494 ในมาตรากำหนดเกษียณอายุ 60 ปี เป็น 65 ปี ซึ่งจะแก้ไขต่อปัญหาวัยทำงานไม่เพียงพอ และเป็นการลดการใช้จ่ายต่อระบบงบประมาณในการดูแลบุคลากร ในอัตราค่าจ้าง ค่ารักษาพยาบาล รวมถึงค่าบำเหน็จบำนาญอีกด้วย (รศ.ดร.สุขุม เฉลยทรัพย์, 2559)

จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันกลุ่มผู้สูงอายุมีอัตราเสียชีวิตลดลง ในขณะที่มีนโยบายรณรงค์ให้วางแผนครอบครัวก่อนมีบุตร ทำให้สังคมปัจจุบันมีบุตรน้อยลงครอบครัวอยู่ประมาณ 1-2 คน มีที่แต่งงานและไม่มีบุตร ตลอดจนปริมาณคนโสดเพิ่มมากขึ้น ทุกคนต่างรีบเร่งหาเงิน ให้สอดคล้องกับค่าครองชีพที่สูงขึ้น ครอบครัวเดี่ยวมากขึ้น แยกกันอยู่กับพ่อแม่ต่างจากสมัยก่อนที่ต้องเลี้ยงหลาน เนื่องจากปัจจุบันมีเทคโนโลยีและความสะดวกในการดูแลง่ายขึ้น ผู้สูงวัยจึงไม่ต้องมานั่งเลี้ยงหลาน จึงเป็นสาเหตุให้นำสู่การมีเวลาว่าง และเกิดภาวะซึมเศร้าหรือนำไปสู่ความรู้สึกไร้ค่า เนื่องจากขาดรายได้และห่างไกลลูกหลาน ที่ต้องลดช่องว่างและทำความเข้าใจให้มากขึ้น ในมโนทัศน์เก่าของผู้สูงวัยจากการศึกษา (วิถีชีวิตผู้สูงอายุ, 2551) พบว่าผู้สูงวัยในอดีตถูกมองว่าเป็นภาระพึ่งพิง ขาดการวางแผนทางการเงินจึงลำบากตอนแก่เกิดความรู้สึกหมดคุณค่า เมื่อขาดรายได้ต้องพึ่งลูกหลาน ในขณะที่บริบทสังคมยุคใหม่ที่เปลี่ยนไป ทั้งเทคโนโลยีทางการแพทย์ทางการสื่อสารการเดินทางวิถีชีวิตและแนวคิดของคนในสังคมก็เปลี่ยนไป จากงานวิจัยของแบรนด์คอนเนคชั่นพบว่าชีวิตหลังเกษียณของผู้สูงวัยยุคใหม่ คือจุดเริ่มต้นของชีวิตใหม่เป็นชีวิตที่เลือกได้ที่จะได้ทำในสิ่งที่อยากทำ

แต่ไม่ได้ทำ เพราะต้องยุ่งอยู่กับการทำงานและคนเหล่านี้มีคุณภาพชีวิตที่แตกต่างอย่างสิ้นเชิงกับความเข้าใจเดิมของสังคมที่คิดว่าคนที่เกษียณอายุไม่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ เพราะวิธีคิดเดิมๆ คือ คนเหล่านี้กำลังเดินเข้าสู่ช่วงท้ายของชีวิตเป็นชีวิตที่ไม่จับจ่ายใช้สอย เพราะรายได้ลดหรือไม่มีรายได้ ทำให้ผู้ประกอบการไม่ให้ความสำคัญกับช่วงชีวิตที่เปี่ยมไปด้วยคุณภาพซึ่งเป็นระยะเวลาที่ยาวไม่น้อยกว่า 20-30 ปี แต่แท้จริงแล้วบทสรุปของผลวิจัยของคนวัยเกษียณยุคปัจจุบัน คือ ชีวิตที่มีคุณค่า ซึ่งคุณค่าเกิดจากวิถีชีวิตใหม่ที่คนกลุ่มนี้ออกแบบเอง (แบรนด์คอนเนคชั่น , 2561)

พฤติกรรมของผู้สูงวัยยุคใหม่

ในบริบทสังคมที่เปลี่ยนไป ผลจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม การแพทย์ สาธารณสุข และสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมมีผลให้โครงสร้างของอายุประชากรเปลี่ยนไป อายุขัยเฉลี่ยของคนไทยเพิ่มสูงขึ้นส่งผลให้พฤติกรรมของผู้สูงวัยเปลี่ยนตามไปด้วยเช่นกัน ปัจจุบัน ผู้สูงวัยเพศหญิงมีอายุขัยเฉลี่ยสูงกว่าผู้ชายเล็กน้อยคือ 81.9 ปี ส่วนผู้สูงวัยเพศชายมีอายุคาดหมายเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 79.4 ปี (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล,2552)

ภาพที่ 7 พฤติกรรมของผู้สูงวัย

(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

ซึ่งจากผลการสำรวจของกรมสนับสนุนดูแลสุขภาพ กระทรงสาธารณสุขพบว่า จำนวนกลุ่มผู้สูงวัยในกลุ่มติดสังคม ที่ถือว่ามีสุขภาพดี และมีความสามารถอยู่ตามลำพังได้มีจำนวนเพิ่มขึ้นถึง 7,961,690 คน คิดเป็นร้อยละ 79.5 ของกลุ่มผู้สูงอายุทั้งหมด และจากหลายงานวิจัย พบว่าผู้สูงอายุยุคใหม่มีพฤติกรรมในการดูแลสุขภาพได้ดีมากขึ้น (กรมสนับสนุนดูแลสุขภาพ, 2560)

พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ อยู่ในระดับดีมีความรับผิดชอบต่อสุขภาพ โดยพฤติกรรมการส่งเสริมสุขภาพด้านโภชนาการมีคะแนนสูงสุด รองลงมา คือ การจัดการความเครียดและการออกกำลังกาย (อนุสรณ์ เป้าสูงเนิน และคณะ, 2557)

- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ภาวะสุขภาพของตนเองมีสุขภาพดี พฤติกรรมส่งเสริม สุขภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือด้านการสุขาภิบาลที่อยู่อาศัย รองลงมา คือด้านจิตวิญญาณและการปฏิบัติเพื่อความปลอดภัย และด้านการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ระดับการปฏิบัติพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีและดีมาก (ภรณี ตังสุรัตน์, วิมลฤดี พงศ์หิรัญ, 2557)
- จากงานวิจัย การศึกษาแนวทางส่งเสริมการใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่า และมีความสุขของผู้สูงอายุในอาเซียน พบว่าผู้สูงวัยในต่างจังหวัด มีพฤติกรรมใช้ชีวิตที่เรียบง่าย ทำกิจกรรมแบบมีรายได้และไม่มี เช่น ทำสวนปลูกพืช ค้าขาย ก่อสร้าง รับเลี้ยงดูลูกหลาน งานฝีมือช่วยงานวัด และงานอาสา ส่วนใหญ่ได้เบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ ได้รับการดูแลจากลูกหลาน และองค์กรปกครองท้องถิ่น มีการดูแลสุขภาพตัวเองที่ดี เข้าร่วมกิจกรรมประเพณี ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับศาสนา และชอบกิจกรรมที่ทำแล้วสนุกสนาน เพลิดเพลิน เฮฮากับเพื่อน มีความสุขกับครอบครัว สังคมที่ทำกิจกรรมร่วมกัน สนุกสนาน ง่ายๆ ทำตามใจชอบ มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และแบ่งปันมีความเชื่อเรื่องศาสนา และปฏิบัติอย่างเคร่งครัด กิจกรรมนันทนาการผู้สูงวัยส่วนใหญ่ คือ ดูมวยทางโทรทัศน์ นิยมดูบ้านเพื่อน และร้านค้า มีการออกท่าทาง ออกเสียงเชียร์เพื่อปลดปล่อยความเครียด นิยมดูฟุตบอล ดูข่าว มีความสุขกับความเป็นครอบครัว การดูแล ถึงแม้ห่างไกล ก็กลับมาเยี่ยมเยียน (คีรีบูน จงวุฒิเวศย์ และคณะ , 2558)

พฤติกรรม ด้านสังคม จากงาน งานวิจัย AWUSO Society 4.0 พบว่า พฤติกรรมของผู้สูงอายุยุคใหม่แบ่งได้ตามการใช้ชีวิตเป็น 5 สายหลัก เรียงลำดับปริมาณมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้ดังนี้

1. วัยเก๋าสายชิลล์ 42 % ชอบพักผ่อนจริงจัง เน้นความสบายธรรมชาติ
2. วัยเก๋าสายบุญ 18% มองหาสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ เชื่อในเรื่องการทำความดี เชื่อในการทำบุญ อาหารก็เน้นไปทางสุขภาพ
3. วัยเก๋าสายลุย 16% ชอบกิจกรรมท้าทาย เดินป่า
4. วัยเก๋าสายสังสรรค์ 14% ไม่ปิดกั้นการเข้าสังคมใหม่ๆ เข้ากับคนอื่นๆ ได้ง่าย ชอบปาร์ตี้ ร้องคาราโอเกะ เปิดรับข้อมูลผ่าน Social Media ทันเหตุการณ์อยู่ตลอดเวลา
5. วัยเก๋าสายเปย์ 10% ยอมจ่าย เพื่อแลกกับความสะดวกสบายให้กับชีวิตแต่จะใส่ใจรายละเอียดของข้อมูลอยู่เสมอ

พฤติกรรมผู้สูงวัยในเชิงการตลาด ถือเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีประสบการณ์สูง ช่างเลือกสรร สนใจข้อมูล ใช้แอพพลิเคชั่น เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ มีการเสิร์ชหาข้อมูล ช็อปปิ้งออนไลน์ เรียกว่าเป็นกลุ่ม Active Consumer ปรับตัวเข้ากับโลกยุคใหม่ได้ดีมาก ใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีเป็น ติดตามข่าวสารและความเปลี่ยนแปลงของสังคมอยู่ตลอดเวลา มีกำลังซื้อพิถีพิถันเฟ้นหาและซื้อสินค้าที่มีคุณภาพมาบริโภคแพงไม่ว่าแต่ขอให้เป็นสินค้าที่ดี ดูแลสุขภาพกินอาหารที่ดีมีประโยชน์ออกกำลังกาย ข้อสำคัญคือพวกเขายังมีเวลาใช้เงินอีกนานหลายสิบปี เพราะดูแลรักษาสุขภาพเป็นอย่างดี บางคนรักชีวิตเดินทางท่องเที่ยว ยังสามารถขับรถไปท่องเที่ยวเหนือจรดใต้ (แบรนด์คอนเนคชั่น , 2561)

สรุปได้ว่าพฤติกรรมผู้สูงอายุยุคใหม่เปลี่ยนไปตามบริบทสังคม ที่การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม สาธารณสุข และเทคโนโลยีทำให้ผู้สูงวัยยุคใหม่รู้จักการดูสุขภาพดี ทั้งกาย และใจ ถึงแม้จะมีไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกัน แต่ผู้สูงวัยทั้งในเมือง และต่างจังหวัด ต่างมีพฤติกรรมในทิศทางเดียวกัน คือ การมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมในสังคมไม่ว่ากับครอบครัว หรือ ชุมชน ชมรมที่จะสร้างความสุข จากความสนุก การเรียนรู้สิ่งใหม่ แลกเปลี่ยน ความเพลิดเพลิน และความเป็นอิสระที่ทุกคนเลือกที่จะทำได้ตามใจต้องการ

2.3 แนวทางใช้ชีวิตที่มีคุณค่าอย่างยั่งยืน

จากบทสัมภาษณ์นักบริหารแผนงานชำนาญการ สำนักสนับสนุนสุขภาวะประชากรกลุ่มเฉพาะผู้สูงวัย พบว่าปัญหาที่สำคัญที่สุดในตอนนี้ คือ “การเห็นคุณค่าในตัวเองของผู้สูงวัย”เพราะเมื่อผู้สูงวัยได้เห็นคุณค่าในตัวเองแล้วจะสามารถใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่าที่ยั่งยืนได้ สอดคล้องกับข้อเขียนของ ผศ.ดร.วีรณัฐ โรจนประภา นักวิชาการด้านสังคมผู้สูงวัย ในแนวทางแก้ไขปัญหาสังคมผู้สูงอายุ (Aged Society) คือต้องปรับเปลี่ยนตัวผู้สูงอายุเองให้ยังคงใช้ชีวิตอย่างมีพลัง หรือ เรียกกันว่า “เปลี่ยนภาระเป็นพลัง” (วีรณัฐ โรจนประภา , 2560)

การเห็นคุณค่าในตนเองมีความสำคัญอย่างยิ่งในการที่สามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุข ถ้าไม่สามารถเห็นคุณค่าในตนเองไม่ยอมรับตนเอง ไม่เข้าใจตนเองแล้ว จะมีความไม่มั่นใจสภาพการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน และอาจก่อให้เกิดปัญหาสุขภาพจิตตามมาได้คุณค่า [คุน-ค่า หรือ คุน-นะ-ค่า] ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 หมายถึง สิ่งที่มีประโยชน์หรือมีมูลค่าสูง คุณค่าเกี่ยวพันกับคำว่าดีหรือไม่ดี ควรหรือ ไม่ควร ซึ่งเกิดจากการตัดสินของมนุษย์ (เจียรนัย ทรงชัยกุล , 2558) กล่าวถึง แนวทางการดำรงชีวิตอย่างมีคุณค่าของของผู้สูงวัย ประกอบด้วยวิธีการ 3 ประการ หรือ “จ-ห-ร” ย่อมาจาก เจตคติ - ผู้ให้ - ผู้รับ ซึ่งจะช่วยสร้างเสริมให้ผู้สูงวัยดำรงชีวิตอย่างมี คุณค่าและมีความสุขด้วยตัวเอง ดังนี้

1) เจตคติ - การสร้างเสริมให้ตนเองมีเจตคติที่ดีต่อการมีชีวิตยืนยาว มี 3 ขั้นตอน ดังนี้

1.1) แสวงหาความรู้ใหม่และข้อเท็จจริงเพิ่มเติมเกี่ยวกับประโยชน์ของการมีชีวิตยืนยาว จากบุคคล และช่องทางอื่นๆ หรือ ประสบการณ์ตรง เป็นต้น ประโยชน์ของการมีชีวิตยืนยาว เช่น มีเวลาในการทำกิจกรรมที่สนใจมากขึ้น โอกาสใช้ชีวิตอย่างอิสระมากขึ้น หมดภาระสามารถช่วยเหลือสังคมได้นานขึ้น เป็นต้น

1.2) ส่งเสริมให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจต่อการมีชีวิตยืนยาว จากผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ ให้มีโอกาสได้สังเกตและเรียนรู้จากผู้สูงอายุต้นแบบที่เป็นตัวอย่างที่ดี ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม เช่น ความชื่นชอบการมีชีวิตยืนยาว ถือเป็นกำไรชีวิตความพอใจที่จะดูแลรักษาตนเองให้มีชีวิตยืนยาวอย่างมีความสุข ความอยากเอาอย่างผู้สูงอายุต้นแบบ เป็นต้น

1.3) หมั่นกระทำพฤติกรรมซึ่งสนับสนุนเจตคติที่ดีต่อการมีชีวิตยืนยาว เช่น การกำหนดเป้าหมายเพื่อการมีชีวิตยืนยาวอย่างมีความสุข ทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ควรกำหนดครั้งละ 1 เป้าหมาย และควรเป็นเป้าหมายที่สามารถทำให้สำเร็จได้ การวางแผนสู่เป้าหมาย

เพื่อการมีชีวิตยืนยาวอย่างมีความสุข และความมุ่งมั่นลงมือทำให้เกิดผลสำเร็จตามแผน เช่น การดูแลตนเองให้พร้อมเสมอในทุกด้าน การให้กำลังใจ ให้รางวัลแก่ตนเองทุกครั้งเมื่อเกิดผลสำเร็จ การกำหนดเป้าหมายลำดับต่อไปแล้วดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

2) ผู้ให้ - การมุ่งมั่นเป็นผู้ให้ที่ดีอย่างต่อเนื่อง เช่น การให้ความรู้ ความคิด ให้แนวทาง ให้คำปรึกษา ให้ข้อคิดจากการมีชีวิตยืนยาว แบ่งปันประสบการณ์ให้แก่ผู้ที่ เกี่ยวข้องและผู้ที่ขอร้อง การให้ความรักความอบอุ่น ให้ความเมตตา ให้ความเห็นอกเห็นใจ ให้ความเอาใจใส่ ให้กำลังใจแก่สมาชิกในครอบครัว ผู้ร่วมงาน เป็นต้น

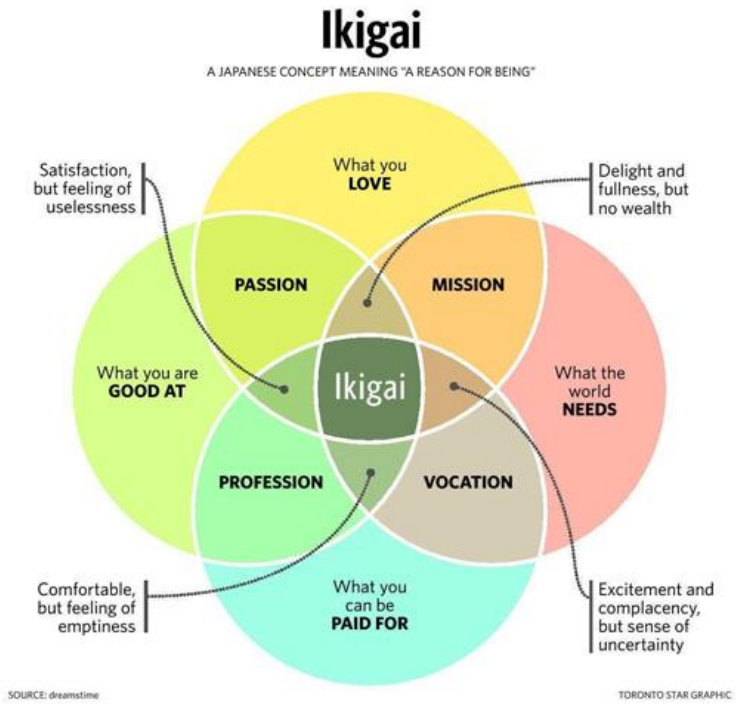
แนวคิดการเห็นคุณค่าในตนเอง (self-esteem) ที่มองว่าการมีความรู้สึกที่ดีกับตนเอง สร้างภาพพจน์ที่ดีมองตนเอง เป็นคนที่มีคุณค่ามีศักยภาพและความสามารถสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นพลังที่สำคัญในการดำเนินชีวิตในแต่ละวันของผู้สูงวัยเป็นอย่างมาก เช่น ทำให้ผู้สูงวัยจะมีความเชื่อมั่นในตนเองสูงขึ้นกล้าที่แสดงออกหรือถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ตนเองผ่านการเรียนรู้ให้กับอื่นที่มีความสนใจทำให้ผู้สูงวัยมีความมุมานะและพยายามพัฒนางานในหน้าที่ตนเองรับผิดชอบให้ออกมามีคุณภาพและมีประสิทธิภาพมากที่สุด ทำให้เกิดความรู้สึกดีกับตนเองและผู้อื่นในสังคมทำให้ไม่รู้สึกเศร้าใจหรือเสียใจเมื่อถูกเหยียบหยามจากบุคคลภายนอก และทำให้ผู้สูงวัยมีเพื่อนเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น การเห็นคุณค่าในตนเอง (self-esteem) เป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในการพัฒนาตนเองของผู้สูงวัยก่อนที่จะไปสู่การพัฒนาทางสังคมต่อไป เนื่องจากความภูมิใจในตนเองจะช่วยผลักให้ผู้สูงวัยกล้าที่จะเผชิญกับโลกแห่งความเป็นจริงทั้งแง่ลบ และแง่บวก ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องหาทางกระตุ้นเพื่อให้เกิดความรู้สึกและมองเห็นคุณค่าในตนเอง เพื่อที่จะใช้ชีวิตอย่างมีความสุขอย่างยั่งยืน

แนวทาง อิคิไก (IHIGAI) ที่แดน บิวท์เนอร์ (Dan Buettner) นักวิจัย และผู้เชี่ยวชาญด้านพื้นที่ในโลกที่มีผู้อาศัยอายุยืนมากที่สุดที่ยืนยันว่า (Ikigai) คือความลับเบื้องหลังอายุร้อยปีของคนญี่ปุ่นจากการพูดคุยกับผู้สูงวัยอายุ 100 ปี ที่ค้นพบอิคิไก จากการไปตกปลากับครอบครัวสัปดาห์ละ 3 ครั้ง หรือ หญิงชราวัย 102 ปี ที่รู้สึกถึงอิคิไกระหว่างอุ้มลูกของเหลน ในปี 2001 นักวิจัย อะกิฮิโระ ฮาเซกาวะ (Akihiro Hasehawa) นักจิตวิทยาคลินิก และอาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยโตโย เอวะ (Toyo Eiwa University) เขียนในงานวิจัยว่า อิคิไก ในฐานะคำเป็นส่วนหนึ่งของคำที่ใช้ในชีวิตประจำวันของชาวญี่ปุ่น ประกอบด้วยคำ 2 คำ คือ อิคิ (iKi) ที่แปลว่า ชีวิต และ ไก (Kai) ที่แปลว่า คุณค่าทางจิตใจ อิคิไก คำนี้จึงให้ความหมายว่า “จุดมุ่งหมาย” หรือ เหตุผลของการมีชีวิต

อยู่คุณค่าสิ่งต่างๆ ที่เราสามารถ รับรู้ได้ในชีวิต การสร้างความสุข และสุขภาพที่ดีของร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ ผ่านการรู้สึกตัว และ การค้นพบตัวตน ซึ่งสามารถเข้าใจผ่านหลัก 4 ข้อ คือ

1) อะไร คือ สิ่งที่คุณรักที่จะทำ
2) อะไร คือ สิ่งที่สร้างรายได้ให้คุณ
3) อะไร คือ สิ่งที่โลกต้องการ
4) อะไร คือ สิ่งที่คุณมีทักษะทำได้ดี

ซึ่งผู้สูงวัยสามารถปรับใช้อิคิไก ในการดำเนินชีวิต ที่จะทำให้การมองเห็นความงดงาม และคุณค่าในชีวิตแต่ละวันได้ (กมลกานต์ โกศลกาญจน์ , 2560)



ภาพที่ 8 แนวทาง อิคิไก)IHIGAI(

(ที่มา Toronto Star Graphic)

แนวทางการใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่า และมีความสุขของผู้สูงวัย (SMILEY) มี 6 องค์ประกอบดังนี้

1) การใช้ชีวิตเรียบง่าย (Simple Life) ผู้สูงวัยผ่านโลก ได้บรรลุถึงจุดใดไม่สำคัญเท่า สุขภาพกาย และใจ การใช้ชีวิตที่เรียบง่ายคือ คำตอบของจุดเริ่มต้น การพึ่งพาตนเอง ทำอะไรให้กับตนเองได้

2) การทำกิจตามความเชื่อ (Merit Making) การทำกิจกรรมทางศาสนา การมีส่วนร่วมกับญาติ มิตร ชุมชน ทำให้ชีวิตมีความหมาย

3) การแสดงออกต่อกันทางสังคม (Interacting Socially) การแสดงออกอย่างมีคุณภาพระหว่างญาติมิตร และสังคม เป็นอีกแนวทางให้ชีวิตมีความหมาย

4) การมีอารมณ์ขันและความภูมิใจ (Laughing and being Appreciated) การยิ้มและหัวเราะ ที่บ่งบอกความสุข และความภูมิใจ ความชื่นชมที่ได้รับจากครอบครัว

5) การออกกำลังกายกับการทำงานสมวัย (Exercising and Working properly) เป็นการเสริมสร้างสุขภาพกาย ส่งผลสู่สุขภาพใจ

6) การมองโลกที่สดใส (Young At Heart) มุมมองของหนุ่มสาว ทำให้ชีวิตมีความหวัง มีเป้าหมาย มีชีวิตชีวาเป็นแนวทางการใช้ชีวิต 6 ประการ มีความเรียบง่าย ความเชื่อถือศรัทธา กระทำดีต่อกัน ความสุข ความภูมิใจ สุขภาพ การทำงาน และทัศนคติที่ดีต่อโลก (คีรีบูน และคณะ, 2558)

สรุปได้ว่า ทั้งแนวคิดจากชาวตะวันตกเจ้าแห่งทฤษฎี จากญี่ปุ่นชาติที่มีอายุยืนที่สุดในโลกจากกลุ่มอาเซียนประเทศเพื่อนบ้าน และงานวิจัยในประเทศไทย รวมความแล้วล้วนเป็นแนวทางที่มีองค์ประกอบเดียวกัน นั่นคือ การใช้ชีวิตที่มีคุณค่า ต้องเริ่มจากการรู้คุณค่าในตัวเอง จะทำให้รู้จักดูแลร่างกายและจิตใจให้แข็งแรง เพื่อการมีชีวิตอยู่เพื่อสร้างความสุขให้กับตัวเองและคนรอบข้างโดยมีพลังของใจ เป็นสิ่งขับเคลื่อน มีอิสระ ที่จะตั้งเป้าหมายในสิ่งที่ตัวเองต้องการ จะทำให้อยากศึกษาหาหนทางที่จะลงมือทำ และเมื่อทำสำเร็จก็จะเกิดความภาคภูมิใจ ได้รับความชื่นชมจากสังคม ความสุขที่ยั่งยืน ที่ไม่มีที่สิ้นสุด ก็คือ การที่ทำประโยชน์ให้สู่ส่วนรวมนั่นเอง

2.4 สื่อสร้างสรรค์สำหรับผู้สูงวัยยุคใหม่

ภาพที่ 9 หลักการออกแบบของศตวรรษที่ 21

(ที่มา The Forescope)

หลักการออกแบบในศตวรรษที่ 21 (Principles of Design for The 21st Century) ได้ถูกปรับเปลี่ยนเพื่อไปสู่เป้าหมายแห่งความยั่งยืน (Sustainable) ข้อตกลงร่วมกันระหว่างสหประชาชาติ พบว่าสิ่งนี้เป็นกระบวนทัศน์หลักของโลก Bauhausacademy สถาบันการศึกษาออกแบบแห่งแรกของโลกที่ได้วางรากฐานหลักสูตรการเรียนการสอนเอาไว้ การออกแบบตั้งแต่ยุค industrail design เป็นต้นมาจึงมีการเน้น form follows function ซึ่งไม่ใช่แค่ออกแบบแค่ visual แต่มีเรื่อง conceptual เข้ามาอธิบายด้วยการออกแบบได้พัฒนาต่อเนื่องมา จนศตวรรษที่ 21 ที่ผลงานออกแบบต้องไม่ใช้แค่ element of art and design อีกต่อไป มีการพัฒนา system, cycle หรือ supply chain เพื่อตอบสนอง economy system การออกแบบในแนวคิดเพื่อความยั่งยืน เราจึงจำเป็นต้องออกแบบระบบควบคู่ไปกับ form and function

ภาพที่ 10 การออกแบบเพื่อชุมชน

(ที่มา The Forescope)

Design for Community การออกแบบเพื่อชุมชน ไม่จำเป็นต้องเป็นผลิตภัณฑ์ รวมถึงการออกแบบระบบบริการที่คำนึงถึงความสุขของชุมชน การออกแบบเพื่อความยั่งยืน ด้วยสิทธิความเท่าเทียม สุขภาพที่ดี ส่งเสริมพลังชุมชน เชื่อมความสัมพันธ์ที่ดี และส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยียุคใหม่ (The Forescope , 2562)

สื่อสร้างสรรค์ หมายถึง สื่อที่ใช้การนำข่าวสารใดๆ สู่เป้าหมายที่สร้างสรรค์ด้วยกระบวนการหรือวิธีการนำเสนอที่สนใจมีความคิดสร้างสรรค์ (Brandtweiner & Kerschbaum, 2010)

สื่อใหม่ (New Media)

คือรูปแบบของการติดต่อสื่อสาร (Communication) ทั้งของบุคคลและสื่อที่ถูกแปลง (transform) โดยการใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดระบบการสะท้อนกลับ (interactive) หรือการดำเนินการ (transact) เป็นการรวมระหว่างเทคโนโลยี การติดต่อสื่อสารและการออกแบบ

“Is the marriage of technology, communication and deign”

“Graphics ,moving images, sounds, shapes, spaces, and texts that have become computable.” ถึงแม้ว่าคำจำกัดความของสื่อใหม่จะมีมากมาย แต่หัวใจหลักของสื่อใหม่จะมุ่งเน้น 2 ส่วนนี้ คือ

- การแพร่กระจายของข่าวสาร สื่อใหม่มีจุดเด่นในการแพร่กระจายข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว จากผู้ส่งสาร 1 คน อาจขยายไปถึงผู้รับสารทั่วโลก ทำให้โลกของเราลายเป็น Global Village ที่ใครทำอะไรก็สามารถรู้กันไปได้หมด
- ลักษณะของข่าวสารข้อมูล (information , content) ที่สามารถใช้งานร่วมกัน (share) กันได้ระหว่างผู้เผยแพร่ (publisher, broadcaster) และผู้ใช้ข้อมูล เช่นการส่งคลิปวิดีโอไปบนเว็บไซต์ที่ให้บริการประเภท upload และ download เช่น youtube.com ผู้ที่เข้าไปชมสามารถ download คลิปวิดีโอเพื่อนำไปตัดต่อเพิ่มเติมได้อีก ทำให้ผู้ใช้งานสามารถเป็นผู้ผลิตได้ (producer) (ธีรภัทร วรรณนฤมล, 2550)

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) คือ เว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ตที่สร้างบนพื้นฐานของ เทคโนโลยีเว็บ 2.0 เป็นการติดต่อสื่อสารสองทาง โดยผู้ใช้สามารถเป็นผู้สร้างเนื้อหา เพื่อแลกเปลี่ยน ข้อมูลข่าวสารร่วมกัน สื่อสังคมออนไลน์มีลักษณะการทำงานเน้นการแบ่งปัน การมีส่วนร่วมการ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น รูปภาพ ข้อความ วิดีโอ ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ร่วมกัน เช่น วิกิพีเดีย (Wikipedia) บล็อกเกอร์ (Blogger) ยูทูป (YouTube) เฟซบุ๊ค (Facebook) ไลน์ (LINE) เป็นต้น (Kaplan & Haen- lein, 2010)

ไลน์ แอพพลิเคชั่น (LINE Application) เป็นโปรแกรมประยุกต์ ประเภทเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking Sites) โดยผู้ใช้สามารถเลือกใช้งานผ่านอุปกรณ์สื่อสารได้ หลากหลาย เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน (Smart Phone) แท็บเล็ต (Tablet) คอมพิวเตอร์ (Computer) เป็นต้น

สื่อออนไลน์ กับ ผู้สูงวัย

จากงานวิจัย (ศิริพร แซ่ลิ้ม, 2558) ในปัจจุบันพบว่า กลุ่มผู้สูงวัย เป็นกลุ่มที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น ผู้สูงอายุในสหรัฐอเมริกาใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 11 ในปี ค.ศ. 2010 เป็นร้อยละ 35 ในปี ค.ศ. 2015 และใช้เฟซบุ๊ค (Facebook) เป็นอันดับ 1 คิดเป็น ร้อยละ 71 (Pew Research Center, 2015) ในประเทศอังกฤษ ผู้สูงอายุใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคม ออนไลน์ ซื้อสินค้าและบริการทาง

ออนไลน์ ร้อยละ 42 ในปี ค.ศ. 2013 และใช้เฟซบุ๊ค (Facebook) เป็น อันดับ 1 (Ofcom, 2014) สำหรับประเทศไทย สื่อที่ผู้สูงวัยมีการใช้งานมากที่สุด

1. คือ Line ร้อยละ 50 เนื่องจากใช้งานง่าย ถ้าชื่นชอบเนื้อหาก็สามารถส่งสติ๊กเกอร์แทนการพิมพ์โต้ตอบได้

2. สื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 24 โดยผู้สูงวัยกว่า ร้อยละ 61 จะเปิดทิ้งไว้ไม่เปลี่ยนช่อง เป็นเพื่อนคลายเหงา

3. Facebook ร้อยละ 16

ส่วนการรับสื่อในการโฆษณา สื่อโทรทัศน์ 52% Line 19% และ Facebook 18% โฆษณาที่เข้าถึงผู้สูงวัยมากที่สุด

อันดับ 1 โฆษณาทางทีวี

อันดับ 2 วิดีโอคลิป

อันดับ 3 รูปภาพ

อันดับ 4 บทความ

อันดับ 5 Info Graphic

เนื้อหาที่โดนใจผู้สูงวัย สาระประโยชน์ 61% บันเทิง 22% เตือนภัย 9% สร้างแรงบันดาลใจ 8% ช่วงเวลาที่ผู้สูงวัยใช้งาน แบ่งเป็นช่วงเวลา ช่วงเช้าใช้ Line เช็คข้อมูลติดต่อข่าวสาร ช่วงกลางวันใช้ Facebook เพื่ออัปเดทสังคม และช่วงเย็น ดูโทรทัศน์ ดูข่าว ดูละคร(CMMU, 2018)

อ้างถึง ดร.สุทธนิภา ศรีไสย์ ผอ.หลักสูตรนิเทศศาสตร์ มหาบัณฑิต ม.หอการค้าไทย พูดถึงการออกแบบเนื้อหา ผ่านโซเชียลมีเดียให้ตรงตามความต้องการผู้สูงวัย เช่น การสร้างความรับรู้ผูกพันแบรนด์ การจัดทำแคตตาล็อกดอกไม้ประจำวัน และคำทักทาย ติดโลโก้แบรนด์บนภาพ หรือจัดการอบรมการถ่ายภาพและตกแต่งภาพ เนื่องจากผู้สูงวัยจะระวังเรื่องแหล่งที่มาข้อความของภาพ ที่ส่งต่อหลายคนมองว่าถ้าถ่ายภาพ และแต่งภาพเองได้ ก็จะเป็นสิ่งที่ต้องการและอยากทำ อ้างถึง ผศ.ดร.วีรณัฐ โรจนประภา นักวิชาการด้านสังคมผู้สูงวัย พูดถึงผู้สูงวัยกับสื่อออนไลน์ “ในสภาพสังคมยุคโซเชียลมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเทคโนโลยี มีบทบาทกับชีวิตประจำวันมากขึ้น การปรับตัวเรียนรู้สิ่งใหม่ของผู้สูงวัยเป็นประเด็นของสังคมที่ควรให้ความสำคัญเพื่อลด

ช่องว่างระหว่างวัยและช่วยให้ผู้สูงวัยอยู่ในสังคมได้อย่างมีศักดิ์ศรีและเห็นคุณค่าในตัวเองเทคโนโลยียังช่วยให้ผู้สูงวัยพบประสบการณ์แปลกใหม่ในโลกไร้พรมแดนและยังช่วยปัญหาด้านสุขภาพด้วย

หลักการออกแบบ Content บน Fanpage

1. ต้องมีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค มากกว่าประโยชน์ของเพจ

2. สื่อสารตรงใจ เลือกรูปแบบ และเนื้อหาตรงกลุ่มเป้าหมาย

3. ต้องมีจุดยืน มีตัวตนแฟนเพจที่ชัดเจน

4. ภาพ และงานออกแบบสะดุดตา หยุดนิ้วโป้งคนอ่านได้

5. พาดหัวให้โดน หัวข้อที่โดนใจมักประกอบไปด้วย เทคนิค, ทำอย่างไร, ดีอย่างไร, ทำไม?

รูปแบบ Content มีการนำเสนอหลายรูปแบบ

1. ประเภทบทความ ต้องเขียนให้น่าสนใจ อ่านง่าย ใช้ภาษาที่ง่ายเข้าถึงกลุ่มคนอ่าน ใส่ลูกเล่นเพื่อดึงดูด เพราะคอนเทนท์ประเภทนี้ เนื้อหาจะแน่น ข้อมูลเยอะ ถ้าไม่ดึงดูดอาจไม่สามารถดึงคนอ่านได้

2. ประเภทรูปภาพเดี่ยว เป็นภาพที่ดึงดูด ความสนใจ

3. ประเภทรูปภาพอัลบั้ม การเล่าเรื่องออกมาเป็นภาพหลายๆภาพต่อมาเป็นอัลบั้ม

4. ประเภทวิดีโอ จะเป็นแบบทำขึ้นมา หรือ Live สด ซึ่งเป็นที่นิยมในขณะนี้ เพราะเข้าใจง่าย วิดีโอสามารถสื่อสารคอนเทนท์ได้อย่างครบถ้วน ไม่ทำให้เบื่อหน่าย (จินตนา เพชรทวงศ์ , 2561)

หลักการการออกแบบภาพโฆษณาให้ถูกใจ Facebook

1. Size Does Matter คำนึงถึงขนาดรูปที่เหมาะสม กลยุทธที่สำคัญในการดึงดูด ต้องวางขนาดภาพให้พอดี เพื่อคนหยุดดู

1.1 Single Image รูปมาตราฐานที่พบมากที่สุดคือ 1,200* 628 สัดส่วน 1.91:1

1.2 Carousel รูปประกอบหลายภาพ รวมถึงวิดีโอที่น่าสนใจ

ขนาดภาพ : 1,080 x 1,080 pixels สัดส่วนภาพ : 1:1 (สี่เหลี่ยมจัตุรัส)

ตั้งค่าสีเป็น RGB.ความละเอียด 72dpi ควรเซฟเป็นรูปแบบเว็บไซต์ เพื่อง่ายกับการอัปโหลด

2. Color Does Matter สีเป็นการดึงดูดให้น่าสนใจสื่อสารแบรนด์ กำหนดภาพลักษณ์การเลือกใช้ตัวหนังสือ ให้ตรงกับแบรนด์ หรือ เลือกฟอนท์อ่านง่าย จัดวางตำแหน่งที่เด่นชัด อ้างถึง คุณนรินทร์ เย็นธนกรณ์ Digital Director ของ Mindshare Thailand ได้พูดถึงแนวคิดในการทำ Video Online ว่า Online Video มี 2 รูปแบบคือ

2.1. Branded Content เป็นวิดีโอที่แบรนด์หรือเจ้าของสินค้าเป็นผู้ผลิตเอง และโพสบนช่องทางของตัวเอง (YouTube, Facebook, Instagram) โดยจะผลิตเป็น TVC, Product Demon, Event coverage และ Viral Video

2.2 Earned Content เป็นวิดีโอที่ User หรือผู้บริโภคเป็นคนทำ และโพสลงในบล็อกของตัวเอง ซึ่งส่วนมากจะเป็นการรีวิว รายการออนไลน์ และ Social Video

ทฤษฎีการทำ Viral Video

1. วิดีโอต้องตรงกลุ่มเป้าหมายจุดพีคของวิดีโอต้องอยู่ในช่วง 5-20 วินาทีแรก
2. ใช้เรื่องราวที่กำลังเป็นกระแสอยู่ในปัจจุบันมาเป็นแกนเรื่องในการผลิต
3. ต้องมั่นใจว่าผู้บริโภคจะไลค์-แชร์
4. ตรวจสอบให้ดีว่าข้อความเกิน 20% ของรูปภาพหรือไม่ เพราะมีผลความพึงพอใจของผู้ชม
5. ต้องมีคีย์เวิร์ดให้จำง่าย หรือคำพูดติดปาก
6. ตั้งชื่อคลิปให้ค้นหาง่าย
7. ทำให้ผู้บริโภคเลียนแบบได้ง่าย
8. วิดีโอต้องสร้างอารมณ์ร่วมได้ (สนุกสนาน, ตื่นเต้น, เหลือเชื่อ, น่ารัก, อมยิ้ม, เซ็กซี่ ฯลฯ)
9. ถ้าทำทุกวิถีทางแล้ว ยังมีคนดูน้อย ก็คงถึงเวลาที่ต้องซื้อโฆษณาเพิ่มเติม (Facebook, YouTube และ Google)

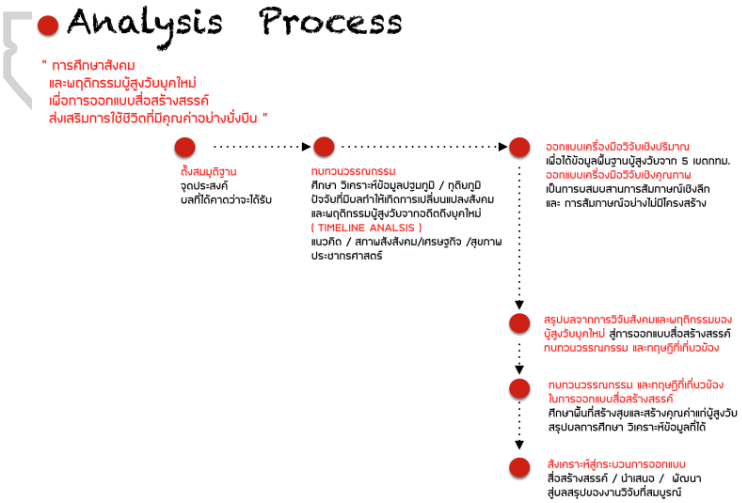
สรุปได้ว่า จากความเปลี่ยนแปลงทางสังคมผู้สูงวัยยุคใหม่ พฤติกรรมในการบริโภคสื่อ ที่เปลี่ยนไป การใช้ช่องทางออนไลน์ในชีวิตประจำวันมากขึ้น ทำให้ Platform Online กลายเป็นเครื่องมือสื่อสาร ที่เข้าถึงผู้สูงวัยยุคใหม่มากที่สุด ที่สนใจอยากเรียนรู้สิ่งใหม่ หากเจอเนื้อหาสาระดีๆ ก็จะแชร์ส่งต่อได้ทันที ซึ่งการใช้สื่อสร้างสรรค์ในรูปแบบใหม่ ต้องคำนึงถึงความต้องการ และพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก เพื่อตอบสนองความต้องการได้ตรงจุด อย่างเฟซบุ๊ค

คือสื่อโซเชียลที่สามารถบ่งบอกตัวตน ความคิด กิจกรรม ความสนใจตลอดจนเป็นพื้นที่แสดงความสามารถได้หลากหลายรูปแบบ ทั้งการ Live สด ที่มีรูปแบบเหมือนรายการสดทางทีวีและการรีวิว ซึ่งสามารถผสมผสานรูปแบบการนำเสนอโดยใช้หลักในการออกแบบเนื้อหา และการจัดทำวิดีโอมาสร้างสรรค์สื่อใหม่จาก แนวทางของการออกแบบที่ยั่งยืนตามหลักการออกแบบศตวรรษที่ 21

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัยเรื่อง“การศึกษาสังคมและพฤติกรรมผู้สูงวัยยุคใหม่เพื่อการออกแบบสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการใช้ชีวิตที่มีคุณค่าอย่างยั่งยืนได้ใช้ระเบียบการวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Method) ทั้งวิธีการเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) โดยใช้ (Survey Research) ในการเก็บกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้สูงวัยยุคใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อรวบรวมข้อมูลแนวคิดพฤติกรรมในการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุยุคใหม่ ในบริบทสังคมที่เปลี่ยนไปการวิจัยเชิงสำรวจจะเห็นภาพกว้างของการเปลี่ยนแปลงของนิยามของผู้สูงวัยยุคใหม่ แนวคิดการใช้ชีวิตการจัดกลุ่มความสนใจตามไลฟ์สไตล์ ความต้องการในชีวิต ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพจะนำมาใช้ขยายผลในเชิงลึก โดยการเลือกสัมภาษณ์เชิงลึก อย่างมีโครงสร้าง ในแต่ละกลุ่มผู้สูงวัยที่ตรงตามประเภทที่สรุปไว้ เพื่อได้ข้อมูลในแนวการใช้ชีวิตอย่างไรให้มีความสุข และสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืน การลงพื้นที่ศึกษาหน่วยงานที่ส่งเสริมการสร้างสุข ส่งเสริมคุณค่าให้กับผู้สูงวัย เป็นตัวอย่างปฏิบัติที่ดี (Best Practice) และเมื่อออกแบบเครื่องมือวิจัยแล้ว ได้ไปนำปรึกษาผู้เชี่ยวชาญก่อนและหลังได้ทำการทดลอง และศึกษาโดยมีรายละเอียดในกระบวนการศึกษา ดังนี้



ภาพที่ 11 Timeline ในการศึกษา PHASE 1

(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

ภาพที่ 12 Timeline ในการศึกษา PHASE 2

(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

ประชากรในการศึกษา

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือผู้สูงวัยยุคใหม่ ตามเกณฑ์ ACTIVE AGING (WHO, 2002) การมีสุขภาพดีมีความมั่นคงทางการเงิน มีส่วนร่วมในสังคม อาศัยใน 5 เขตพื้นที่มีจำนวนผู้สูงวัยสูงสุดในกรุงเทพมหานคร จากการรายงานข้อมูลผู้สูงวัยของกทม. จากฐานประชากรโดยทะเบียนราษฎร เขตบางแค บางเขน จตุจักร สายไหม จอมทอง

การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง และจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ

ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามเกี่ยวกับแนวคิดการใช้ชีวิตและความต้องการของผู้สูงวัยยุคใหม่

3.2.2 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - Depth interview) โดยใช้คำถามที่มีโครงสร้าง ในกลุ่มเป้าหมาย ที่ได้จากการสรุปผลจากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ

ผู้สูงวัยยุคใหม่ ตาม นิยาม ACTIVE AGING, (WHO,2002) ที่มีอิสระ มีความพร้อมทั้งกาย และใจอยากสร้างคุณค่าให้ตัวเอง และสังคม เพื่อค้นหาแนวคิด การใช้ชีวิต และความต้องการที่ต่างกัน ในบริบทสังคมที่เปลี่ยนไปของแต่ละคน เพื่อได้ข้อมูลมาสังเคราะห์สู่การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ที่เป็นประโยชน์แก่ผู้สูงวัยยุคใหม่ได้อย่างแท้จริง ในจำนวน 42 คนแบ่งเป็นประเภทไลฟ์สไตล์และความสนใจชื่นชอบที่ต่างกันผู้หญิง 21 ผู้ชาย 21 คละอาชีพ ไลฟ์สไตล์ ทั้งแม่บ้านพ่อบ้าน

นักธุรกิจ อาจารย์ ดีไซเนอร์ หมอ ทหาร ตำรวจ พนักงานบริษัท นักการเมืองท้องถิ่น ช่างภาพ พนักงานธนาคาร รับจ้าง ฟรีแลนด์ ประสานงาน ครีเอทีฟ ครูสอนศิลปะ นักแต่งรถเจ้าของร้านกาแฟ ประชาสัมพันธ์ ฯลฯ จากช่วงอายุ 45+ 50+ 60 + โดยมีคำถามที่มีโครงสร้างเดียวกัน และมีคำถามที่ไม่มีโครงสร้างสำรองในกรณีที่มีการเพิ่มเติมข้อมูลนอกเหนือคำถามที่ตั้งไว้

ภาพที่ 13 ภาพกลุ่มตัวอย่างสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ
(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

3.2.3 สัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านงานวิจัยผู้สูงวัย

- เจ้าหน้าที่สำนักงานส่งเสริมสุขภาวะ (สสส.)
- คณะวิจัยด้านผู้สูงวัย

3.2.4 ลงพื้นที่ ร่วมทำกิจกรรมร่วมกันกับกลุ่มผู้สูงวัยยุคใหม่ ในระหว่างการทำงานวิจัย

- งานเลี้ยงปีใหม่ชมรมวิ่งมิตรภาพจตุจักร
- วิ่งข้ามมหาสมุทร Ocean To Ocean
- ทริปกลุ่มร่มบินกระชับมิตรภาพไทย - พม่า
- ทริปทัศนศึกษาวิชา วิเคราะห์พื้นที่ 5 จังหวัดภาคใต้
- ทริปทัศนศึกษาดูงาน คณะมัณฑนศิลป์ ภาควิชาศิลปะการออกแบบ รุ่นที่ 4 เมืองปักกิ่ง ประเทศจีน
- ทริปชมสวน เชฟชวนชิม Su3a

3.2.5 การศึกษาดูงานองค์กรรัฐและเอกชนที่เป็นตัวอย่างที่ดี (Best Practice)

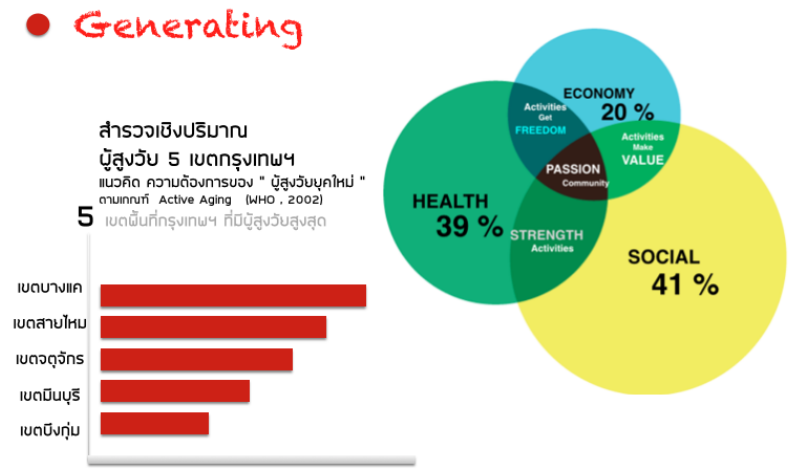
- OPPY CLUB
- สมาคมบ้านปันรัก
- Su3a มหาวิทยาลัยวัยที่ 3 ศิลปากร
- ชมรมวิ่งมิตรภาพจตุจักร
- ศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ นนทบุรี

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพโดยการวิจัยเชิงปริมาณเก็บแบบสอบถามจำนวน 300 ชุด เพื่อได้ข้อมูลพื้นฐานแนวคิดนิยามความหมายในการใช้ชีวิตผู้สูงวัยยุคใหม่เพื่อได้ภาพกว้างในการอ้างอิงถึง นิยามของผู้สูงอายุยุคใหม่ เป็นอย่างไรตรงตามหลักเกณฑ์ของ (WHO,2002) ในชีวิตจริงมากน้อยแค่ไหนส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพจะใช้เพื่อขยายผลเชิงลึกในพฤติกรรมความต้องการในชีวิต ในบริบทสังคมที่เปลี่ยนไปแนวทางการสร้างคุณค่าในตัวเองโดยการบันทึกด้วยเครื่องมือ กล้องวิดีโอ โทรศัพท์ จดบันทึก (Diary research) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เจาะลึก

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์แบบ Circle Diagram (แผนภาพวงกลม) จากข้อมูลเชิงปริมาณของแบบสอบถาม สร้างบทสรุปแนวคิด และความต้องการของผู้สูงวัยยุคใหม่ในบริบทสังคมที่เปลี่ยนไป ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยนำทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบวิเคราะห์ในการวิเคราะห์ความเห็นที่ตรงกัน เพื่อได้ผลสรุปของความต้องการและแนวทางการใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่า สู่แนวคิดในการออกแบบสื่อสร้างสรรค์



ภาพที่ 14 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามเชิงปริมาณแบบ Circle Diagram (แผนภาพวงกลม)
(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

พบว่าในผู้สูงวัยยุคใหม่ Active Aging ใน 5 เขตกรุงเทพฯ ที่ถือว่ามีจำนวนผู้สูงวัยสูงสุดตามเกณฑ์ของ (WHO,2002) ที่มีสุขภาพดี มีความมั่นคงทางการเงิน และอยากมีส่วนร่วมในสังคมนั้น พบว่า อายุระหว่าง 45 -71 ปี แต่งงาน 61.4% โสด 38.6%

- ผู้สูงยุคใหม่ เป็นคนที่ทันเทคโนโลยี แข็งแรง รักสุขภาพ มีความมั่นคงทางการเงิน 70.2%
- สิ่งที่ต้องการมากที่สุด การเอาใจใส่จากลูกหลาน 35%
- การวางแผนในช่วงวัยเกษียณ ทำกิจกรรมสร้างสรรค์ 26%
- เป้าหมายของชีวิต มีความสุขกับเพื่อที่รัก 21%
- การอยากร่วมกิจกรรม ท่องเที่ยวที่ใหม่ๆ 58.9%
- พฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน ใช้เวลากับการเล่นได้สูงสุด อันดับ 1 เฟซบุ๊ค 18.2% วันละอย่างต่ำ 2 ชั่วโมง 33%
- ถ้ามีพื้นที่สำหรับผู้สูงวัยต้องการอยากมี กิจกรรมที่หลากหลาย 73.7%

และจากบทสรุปการวิเคราะห์ Circle Diagram พบว่าผู้สูงวัยยุคใหม่มีใจเป็นอิสระ มีสุขภาพดีทั้งกายและใจ มีการวางแผนด้านการเงินที่ดี โดยมีความต้องการอยากเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมถึง 41% ให้ความสำคัญด้านสุขภาพ 39% และ ต้องการความรู้ด้านการเงิน และสร้าง

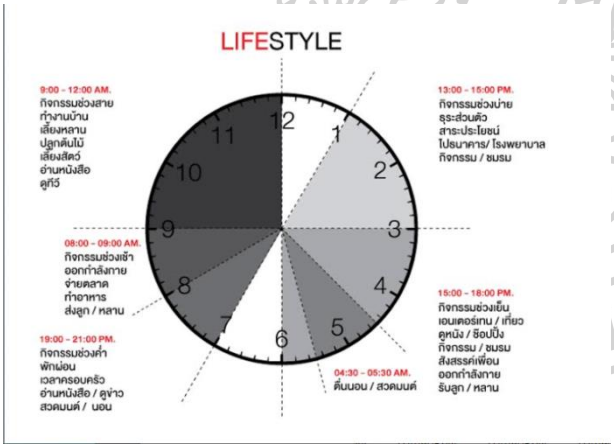
รายได้ 20% เห็นว่าใจเป็นสิ่งสำคัญที่จะพาให้เป็นพลังขับเคลื่อนจากมโนทัศน์เก่าที่มองผู้สูงวัยเป็นภาระ

จากบทสรุปจากการวิเคราะห์ทำให้ค้นพบความต้องการในพื้นที่ที่สร้างความสุขของสังคมผู้สูงวัยยุคใหม่ ที่เต็มไปด้วยแรงบันดาลใจดีๆ (Passion Community) ที่รวมกิจกรรมอิสระที่สามารถเลือกตามที่ใจต้องการ (Activttities of Freedom) ที่ทั้งสร้างพลัง (Strength Activities) และคุณค่า (Activities Make Value)

3.4.2 การวิเคราะห์วิจัยเชิงคุณภาพ

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In – Depth INTERVIEW) ผู้สูงวัยใหม่ยุคใหม่ Active Aging ในแนวคิดของ WHO ที่มีสุขภาพดี มีความมั่นคง และอยากมีส่วนร่วมในสังคม ในระดับอายุ 45 ปีขึ้นไป ทั้งชายและหญิงในอาชีพต่างๆ ข้าราชการ เอกชน ศิลปิน แม่บ้าน เจ้าของธุรกิจ ฯลฯ จำนวน 42 คน ด้วยคำถามที่มีโครงสร้างถึงวิถีชีวิต แนวคิด กิจกรรม ความต้องการ แนวทางการใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่า โดยได้บทสรุปจากการวิเคราะห์คำตอบดังนี้

1) กิจวัตรประจำวันผู้สูงวัยโดยส่วนใหญ่ แบ่งเป็น 6 ช่วงเวลาหลัก ดังนี้



ภาพที่ 15 ภาพตารางแสดงกิจวัตรผู้สูงวัยใน 1 วัน

(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

04 :30 -05:30 ตื่นนอน / สวดมนต์

08:00- 09:00 กิจกรรมช่วงเช้า : ออกกำลังกาย / จ่ายตลาด / ทำอาหาร / ส่งลูก-หลาน

09:00- 12:00 กิจกรรมช่วงสาย : ทำงานบ้าน / เลี้ยงหลาน / ปลูกต้นไม้ / เลี้ยงสัตว์ / อ่านหนังสือ / ดู TV. (กิจกรรมในบ้าน)

13:00 - 15:00 กิจกรรมช่วงบ่าย : ธุระส่วนตัว / สารประโยชน์ (กิจกรรมนอกบ้าน)
ไปธนาคาร / โรงพยาบาล / กิจกรรม / ชมรม / งานพิเศษ

15:00 – 18:00 กิจกรรมช่วงเย็น : กิจกรรมด้านบันเทิง / เที่ยว / ดูภาพยนตร์ / Shopping
พบปะสังสรรค์ /ชมรม/ออกกำลังกาย/รับลูกหลาน

19:00 -21:00 กิจกรรมช่วงค่ำ : พักผ่อน / เวลาครอบครัว / ทานข้าวร่วมกัน /อ่านหนังสือ
ดู TV. / สวดมนต์ / นอน

บริบทสังคมส่งผลให้แนวคิด และการใช้ชีวิตเปลี่ยนไป ในกลุ่มของผู้มีอายุ 45 ขึ้นไป พบว่า การเกษียณ หรือ การ Retire ไม่ต้องรออายุ 60 ถ้ามีการวางแผนที่ดีทั้งการเงิน และการใช้ชีวิตก็สามารถทำได้ตั้งแต่ 40 ต้นๆ เพราะจากประสบการณ์ที่ผ่านมาอาจไม่ได้ใช้ชีวิตและทำงานในแบบที่ชอบ แต่ยุคสมัยเปลี่ยนไป จึงสามารถออกแบบชีวิตและงานใหม่ๆได้ ไม่ต้องรอให้ถึงวัยเกษียณ ก็สามารถออกมาใช้ชีวิตได้เหมือนกัน การมีครอบครัวเร็วขึ้น ทำให้หมดภาระเร็วขึ้น และเป็นอิสระได้เร็วขึ้นเพราะอายุไม่ใช่อุปสรรคอีกต่อไป ทุกอย่างอยู่ที่ใจ สามารถทำกิจกรรม และมีความสุขในแบบที่เลือกได้ มีการปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยียุคใหม่เสมอ ใช้ชีวิตกับโลกโซเชียลในการค้นหาความรู้ เชื่อมต่อ และสร้างรายได้

ในกลุ่มของผู้มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีมุมที่ใกล้เคียงกัน คือ อายุจริงไม่สำคัญเท่าอายุใจ ที่จะทำให้มีเป้าหมายใหม่ๆ อยู่ที่ใจที่จะทำ ถึงจะเป็นช่วงรอยต่อของวัยที่เรียกว่า วิกฤตวัยกลางคน แต่ถ้าค้นพบความสุขในแบบที่ตัวเองต้องการ ก็จะทำให้เริ่มต้นทำอะไรใหม่ๆได้ก่อนใคร ลูกหลานยุคใหม่ช่วยเหลือตัวเองได้เร็วขึ้น ทำให้มีชีวิตที่อิสระเร็วขึ้น ในยุคที่อายุยืนขึ้นก็เหมือนผ่านมาแค่ครึ่งชีวิต ไม่อยากตกยุคจะอัปเดทเทรนด์อยู่เสมอ อายุจะคงที่ในตัวเลขที่พอใจไม่เปลี่ยน ใช้ชีวิตกับโลกโซเชียลในบางส่วน ยังอาจมีติดภารกิจเรื่องลูกอยู่บ้างแต่ก็ใช้ชีวิตง่ายขึ้นเพราะมีเทคโนโลยี ในการสื่อสาร จัดการ เด็กยุคใหม่ช่วยเหลือตัวเองได้เร็วขึ้น ถ้ามีครอบครัวก็จะมีความสุขในการทำกิจกรรมร่วมกับลูก หรือ เป็นช่วงเวลาที่ดูแลพ่อแม่ พาไปโรงพยาบาลหรือไปเที่ยว ออกกำลัง กายเห็นผลการใช้ชีวิตมากขึ้นว่า ถ้าไม่ดูแล และวางแผนชีวิตจะเป็นเช่นไร

ในกลุ่มของผู้มีอายุ 60 ปีขึ้นไป (เพิ่งเกษียณ) จะรู้สึกว่าตัวเองยังสามารถทำงานได้อีก แข็งแรงทั้งกายและใจ อยากให้เปลี่ยนมโนทัศน์เกี่ยวกับผู้สูงวัย หรือวัยเกษียณ ไม่เป็นภาระ หรือตกยุค รู้สึกว่า ยังรู้สึกไม่แก่ ใช้ชีวิตเหมือนตอนหนุ่มสาว มีสุขภาพดี ถึงมีโรคก็รู้จักดูแลตัวเอง คิดว่าใจ

สำคัญในการจะพาชีวิตไปทิศทางไหน (เกษียณมาสักพัก) สนุกในการใช้ชีวิต มีการวางแผนในการใช้เวลาที่มี ในการทำสิ่งที่ไม่เคยทำการเรียนรู้ พบปะ เข้าสังคมใหม่ เลือกทำในสิ่งที่ตนสนใจ ยังรู้สึกว่าเพิ่งเริ่มต้น มีกลุ่มเพื่อนทีหลากหลายขึ้น เปิดรับเทคโนโลยียุคใหม่ อยากเรียนรู้จะเป็นคนรุ่นใหม่อยู่เสมอ ไม่เป็นภาระ พึ่งตนเอง มีการวางแผนชีวิตที่ดี แนวทางการใช้ชีวิตที่มีคุณค่า คือความสุขในการให้คืนกลับสังคม

สรุปได้ว่าจากการวิเคราะห์ ทั้งผลการสำรวจผู้สูงวัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพได้ค้นพบมโนทัศน์ใหม่ ที่เป็นนิยามที่บอกถึงแนวคิดและกลุ่มผู้สูงวัยในยุคใหม่ที่ไร้อายุจริงมีแต่อายุใจ คือ Generation Independent หรือ Gen. I คนใจรุ่น เป็นวัยอิสระ มีพลังกายและพลังใจ สนุกที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ยังอยากทำประโยชน์เพื่อตัวเองและผู้อื่น โดยสามารถแบ่งประเภทตามพฤติกรรมและความต้องการในการใช้ชีวิตได้ 7 กลุ่ม โดยผู้วิจัยนิยามในกลุ่มต่างๆ ด้วยการนำคำว่า “ ใจ ” ในการสื่อความหมาย ตามการวิเคราะห์จากกลุ่มเป้าหมายดังนี้

ใจรุ่น	แนวคิด	กิจกรรมที่ชอบ	ความต้องการ	การใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่า
1. ใจโซเชียล 30%	เพื่อนเฮไหน ไปนั่น สุขกับการสังสรรค์	ช็อปปิ้ง และบันเทิง	อยากมีส่วนร่วมใน กิจกรรมเพื่อสังคม เพื่อ เกิดการยอมรับ	ด้วยการเป็นจิตอาสา
2. ใจแฟมมิลี่ 20%	ครอบครัวดี มีสุข	กิจกรรมทำร่วมกัน เป็นหมู่คณะ ไปกิน เที่ยวยกครัว	ครอบครัวอยู่เย็น เป็นสุข	ด้วยการไม่เป็นภาระกับ ลูกหลานเป็นที่พึ่ง ช่วยเหลือ
3. ใจแอคทีฟ 20%	เป้าหมายมีไว้ให้ พุ่งชน	กีฬา ที่ท้าทาย สนาม ทดสอบ	เอาชนะใจตัวเอง ความ ท้าทาย	สามารถถึงเป้าหมายที่วาง ไว้ เป็นตัวอย่าง หรือแรง บันดาลใจให้คนอื่น
4. ใจเที่ยว 10%	เที่ยวไปให้สุด ประสบการณ์ใหม่ รออยู่	การท่องเที่ยว	ทริปแปลกใหม่	สามารถนำประสบการณ์ การเดินทาง แบ่งปัน และ เป็นประโยชน์ให้คนอื่น
5. ใจเนเจอร์ 8%	รักธรรมชาติ รักสัตว์	เชิงอนุรักษ์	เป็นส่วน 1 ในการรักษา ธรรมชาติ ทั้งตัวเอง และ สังคม	ช่วยรักษาธรรมชาติ ที่ เริ่มต้นจากตัวเอง
6. ใจอาร์ท 7%	รักศิลปะ	งานศิลป์ในรูปแบบ ต่างๆ	ได้ดูงานศิลป์ งานดีไซน์ ในรูปแบบต่างๆแรง บันดาลใจดีๆ	ด้วยการรักษา สืบทอด บอกต่อ งานศิลปะดีๆ
7. ใจบุญ 5%	ศรัทธา ในศาสนา	การทำบุญ / พิธีกรรมทางศาสนา	ความสงบ สุข	ด้วยการทำตัวให้เป็น ประโยชน์ และอยู่ด้วยการ ให้

ภาพที่ 16 บทสรุปการวิเคราะห์ Gen I. ใจรุ่นในประเภทต่างๆ

(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

จากการวิเคราะห์พบว่า มีอายุใจต่ำกว่าอายุกายร่วม 20 ปี 80% มักขอหยุดที่อายุ 30 กว่าที่ถือเป็นช่วงอายุที่มีพลัง และสนุกกับสิ่งต่างๆ รอบๆ ตัว สอดคล้องกับงานวิจัย AWUSO 4.0 ของกลุ่มตัวอย่างมีอายุใจที่ต่ำกว่าอายุจริง สะท้อนให้เห็นภาพ Young At Heart แก่แต่ตัว ใจไม่แก่ ส่วน 8% คิดว่าอายุจริงและอายุใจเท่ากัน และมีเพียงแค่ 2% เท่านั้นที่มองว่าตนเองมีอายุใจมากกว่าอายุจริง

และไม่ได้รู้สึกว่าเป็นวัยเกษียณหรืออายุงานแต่กลับรู้สึกว่าเป็นการเริ่มต้นชีวิตอีกช่วงหนึ่งที่หลายคนก็มีเกิดอาการ Midlife - Crisis อยู่ช่วงระยะหนึ่งในความว่างเปล่าไม่รู้จะไปทางไหนดีช่วงโล่งๆ ก็เกิดอาการวิตกลึกๆ ถึงชีวิตในช่วงต่อไปจะเป็นเช่นไร ซึ่งสอดคล้องกับของกฎของมาสโลว์ (A Theory of Human Motivation) ในระดับขั้นที่ 3 ที่ต้องการความรัก ความสนใจ เป็นที่ยอมรับของครอบครัว (Belongingness and love Need) และเมื่อผ่านระดับนี้ได้ จะเกิดการยอมรับ ภาคภูมิใจ (Self –Esteem Need) ซึ่งในข้อนี้จะตรงกับสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างพูดถึง นั่นคือการได้รับการยอมรับจากรอบข้าง การนับถือตนเอง คือการเห็นคุณค่าในตนเอง เชื่อมั่นว่าตัวเองมีความรู้ความสามารถและประสบความสำเร็จได้ ซึ่ง 1 ในกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า บางครั้งความสำเร็จนั้นอาจเป็นเพียงความสำเร็จเล็กๆ แต่ก็สามารถสร้างความภูมิใจให้ตัวเองได้ เช่นการลุกขึ้นมาเปลี่ยนแปลงตัวเองและสามารถทำสำเร็จหรือบางครั้งอาจไม่ต้องรอให้คนอื่นชื่นชมก็ชื่นชมตัวเองได้ เพราะโลกยุคใหม่เปลี่ยนพฤติกรรมของคนในสังคม โซเชียลมีเดียทำให้เราได้เห็น ชีวิตคนอื่นมากขึ้น จึงเกิดการเปรียบเทียบจนทำให้เกิดความน้อยเนื้อต่ำใจเกิดขึ้นและไม่มีความสุขซึ่งปัญหานี้ในกลุ่มตัวอย่างกลุ่มใจบุญ จะไม่มีผลกระทบ เนื่องจากมีธรรมะเป็นสรณะ และไม่ยึดติดเรื่องของคนอื่น สอดคล้องกับความสุขในมุมมองทางศาสนา นิยามของความสุขในความหมายของการดำรงชีวิตที่ดีหรือชีวิตที่มีความเจริญ ความสุขเป็นสิ่งที่มนุษย์แสวงหาเพื่อให้ได้พบกับเสรีภาพและการหลุด พ้นจากความทุกข์ทั้งปวง (สิรินทร แซ่นิ้ว ,2553)

3.4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกการร่วมกิจกรรมกลุ่ม

ผู้วิจัยได้พาตัวไปร่วมกิจกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่รวมกลุ่มจัดกิจกรรมร่วมกันที่มีความหลากหลายตามความสนใจทั้งด้านความบันเทิง กีฬา และกิจกรรมอื่นๆ เพื่อศึกษาพฤติกรรม และกระบวนการคิดของแต่ละกลุ่มว่าจะมีแนวคิด และการใช้ชีวิตที่แตกต่างกันออกไป ในรูปแบบการบันทึก (Diary Research)

1. กลุ่มรักเสียงเพลง คาราโอเกะที่ห้างบิ๊กซีลาดพร้าว

การวิเคราะห์ชมรมรักเสียงเพลง

ที่มา	เกิดจากคนรักการร้องเพลง ไม่มีที่ร้อง และพบปะสังสรรค์ ใกล้บ้าน
ระยะเวลาที่เปิด	3 ปี
จุดประสงค์	ต้องการเป็นพื้นที่ที่เปิดให้ผู้สูงวัยที่รักในเสียงเพลงเหมือนกัน ได้พบปะ สังสรรค์ ทำกิจกรรมร่วมกัน
รูปแบบ	เปิดให้มีการร้องเพลงคาราโอเกะ โดยมีนักดนตรี ผู้ร่วมกิจกรรมเลือกเพลงและต่อคิว เพื่อร้องตามลำดับ สามารถร่วมเต้นในเพลงที่คนอื่นร้องได้
ค่าใช้จ่าย	ไม่มีค่าสมาชิก เสียเพียงค่าร้องเพลงๆ ละ 20 บาท หรือต้องการให้ทิปนักดนตรี / นักร้อง ก็สามารถให้เป็นรางวัลได้
การดำเนินการ	ผู้จัด จัดเตรียมนักดนตรี / จดลำดับคิว / อัปเดทข่าวสารทางเพจของกลุ่ม
ผู้ดำเนินการ	เป็นจิตอาสาไม่มีค่าจ้าง
สถานที่	บริเวณศูนย์อาหารบิ๊กซี ลาดพร้าว
สมาชิก	มีทั้งขาจรที่เจอและเข้าร่วม / ขาประจำ ชักชวนผ่านเพื่อนที่รู้จักสิ่งที่ได้รับ มีความสุขที่รู้สึกมีคุณค่า ได้แต่งตัวออกมาพบปะเพื่อน ได้ร้องเพลง ให้คนได้ฟังในที่สาธารณะ ทำให้มีเป้าหมายในการฝึกฝนเพื่อทำให้ดี ถึงแม้จะไม่ใช่เวทีร้องเพลงเป็นเรื่องเป็นราว ในความรู้สึกก็ถือว่า เมื่อขึ้นเวทีแล้วก็ต้องทำให้ดีที่สุด 1 ในกลุ่มกล่าวว่า“ ไม่รู้สึกเขินที่ร้องในที่สาธารณะ เพราะโฟกัสในการร้องเพลงไม่เอาใจไปติดอยู่กับคนอื่นๆมีความสุขที่ได้ทำในสิ่งที่ตัวเองรัก และอยากแบ่งปันเพลงเพราะๆ ให้กับคนอื่นด้วย

ภาพที่ 17 ภาพกิจกรรม ร้องเพลงที่ บิ๊กซีลาดพร้าว
(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

ภาพที่ 18 ภาพบรรยากาศกิจกรรมกลุ่มร้องเพลง
(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

2. กลุ่มรักการวิ่ง ชมรมวิ่งมิตรภาพจตุจักร

การวิเคราะห์ชมรมรักการวิ่ง

ที่มา	เกิดจากคนรักการวิ่ง ที่มาเจอกัน พบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนหลังวิ่งและออกกำลังกายเสร็จ
ระยะเวลาที่เปิด	30 ปี
จุดประสงค์	เป็นที่รวมคนรักการวิ่ง และออกกำลังที่สวนจตุจักร พบปะ แลกเปลี่ยน ทำกิจกรรมร่วมกัน

ที่มา	เกิดจากคนรักการวิ่ง ที่มาเจอกัน พบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนหลังวิ่งและออกกำลังกายเสร็จ
รูปแบบ	มีโต๊ะน้ำชา เป็นศูนย์กลางให้เหล่าสมาชิก พูดคุย พบปะหลังวิ่งหรือออกกำลังกาย มีการนัดใส่เสื้อชมรมอาทิตย์ละ 3 วัน จันทร์ พุธ ศุกร์ และวันที่มีการไปร่วมวิ่งในที่ต่างๆ
ค่าใช้จ่าย	ค่าสมาชิก ปีละ 1,100 บาท แต่สามารถเบิกค่าสนับสนุนงานวิ่งได้ครั้งละ 300 บาท ปีละไม่เกิน 5 ครั้ง มีเงินสนับสนุนโดยประธานชมรมเป็นผู้รับผิดชอบ คนที่เข้าร่วมแบบไม่เสียค่าสมาชิก จะได้เสื้อชมรมฟรี โดยใส่ในวันที่ระบุ แต่จะไม่ได้ค่าสนับสนุนการวิ่งครั้งละ 300 บาท
การดำเนินการ	ประธานชมรมเป็นผู้บริหาร จัดหาทุน หรือมีกิจกรรมอื่นๆ เช่นงานเลี้ยงปีใหม่ชมรม การไปเที่ยวนอกสถานที่ หรือการจัดงานวิ่ง ส่งตัวแทนชมรมแข่งมีสมาชิกช่วยดำเนินการในลักษณะ จิตอาสา ไม่มีค่าตอบแทน / อัปเดทข่าวสารทางเพจของกลุ่ม และไลน์ ผู้ดำเนินการเป็นจิตอาสาไม่มีค่าจ้าง
สถานที่	บริเวณโต๊ะม้าหิน สวนจตุจักร
สมาชิก	มีสมาชิกดั้งเดิม และสมาชิกรุ่นใหม่
สิ่งที่ได้รับ	ความสุข มิตรภาพ ที่ได้มาเจอกันทุกเช้าเป็นกิจวัตร แลกเปลี่ยนพูดคุย ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน / เงินสนับสนุนค่าวิ่ง

กิจกรรมพิเศษที่จัด

1. งานเลี้ยงปีใหม่ : สมาชิกแต่งชุดย้อนวัยเรียน

การทำกิจกรรมรื่นเริง ร้องเพลง เกมส์ กระชับความสัมพันธ์ ให้ของขวัญที่คนในชมรมจัดขึ้นเอง โดยไม่มีค่าใช้จ่าย พบว่า สมาชิกในชมรมในชีวิตจริง มีความหลากหลายทั้งอายุ สถานะ อาชีพ แต่มารวมกันได้ ด้วยการรักการวิ่ง รักสุขภาพ ในการออกกำลัง เป็นชมรมที่ผูกพันและบอกถึงมิตรภาพได้ดี ทุกคนที่เข้าร่วมมีความสุขที่ได้พูดคุย พบปะ มีความภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของชมรมเก่าแก่ประจำสวนจตุจักร และเมื่อเป็นตัวแทนก็จะทำหน้าที่อย่างเต็มที่เพื่อชมรม

ภาพที่ 19 ภาพรวมงานเลี้ยงปีใหม่ชมรมวิ่งมิตรภาพจตุจักร

(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

2. งานวิ่งข้ามมหาสมุทร OCEAN TO OCEAN

กิจกรรม การแข่งขันลักษณะวิ่งผลัด 7 คนละ 7-8 กิโลเมตรต่อกันไปเรื่อยๆ จนถึงจุดหมายโดยการแข่งขันไม่กำหนดอายุผู้แข่ง มีแบ่งเพียงประเภททีมหญิงหรือชาย ซึ่งในงานนี้ชมรมวิ่งมิตรภาพจตุจักรส่งทั้ง 2 ประเภท ทีมหญิง และทีมชาย

การแข่งขันค่อนข้างทรหด ผู้แข่งขันจึงต้องแข็งแรงในการวิ่งในระยะอย่างน้อย 7-8 กิโลเมตรต่อ 1 รอบ เมื่อวิ่งเสร็จจะมีรถตู้เซอร์วิสรับเพื่อพักรอคิวต่อวนไปคนละประมาณ 3 รอบหรือประมาณ 21 กิโลเมตรต่อคน รวมระยะทางกว่า 120 กิโลเมตร

การเข้าร่วม การคัดเลือกโดยชมรม

เสียค่าใช้จ่ายครึ่งหนึ่ง (ค่าสมัครวิ่ง + ค่าเดินทาง) ออกเองครึ่งหนึ่ง (ค่าที่พัก + อาหาร)

สถานที่ จากชุมพร ไประนอง

ระยะเวลา 3 วัน 2 คืน (8-10 ธ.ค. 2561)

สิ่งที่ได้รับ มิตรภาพ / ความท้าทาย

พบว่า ขีดจำกัดของมนุษย์ข้ามได้ด้วยใจ ผู้ร่วมแข่งในทีมที่ผู้วิจัยร่วมด้วยมีอายุน้อยที่สุด 30+ และผู้วิจัย 40+ 50+ 60+ ซึ่งคนที่ได้จุดที่เหนื่อยและยาก (วิ่งขึ้นเขา) กลับเป็นพี่ 60+ ที่มีความแข็งแรง ที่ผ่านการแข่งขันวิ่งเทรล (วิ่งในป่า) วิ่ง อัลตร้า (100+) อายุ และความเปลี่ยนแปลงทางกายภาพของร่างกาย ไม่ได้เป็นข้อจำกัดเลย ความสุขของพี่เค้าคือความท้าทาย การตั้งเป้าหมาย และวางแผนฝึกซ้อม การรู้จักร่างกายตัวเอง ที่ไหวที่เท่าไหร่ ถ้ามีอาการบาดเจ็บต้องทำอย่างไร จากวิ่ง 10

กิโลไปถึง 100+ กับความสุขที่เค้าเรียกกันว่า “ทรมานบันเทิง“ นั่นเอง ถึงแม้ในการแข่งขันครั้งนี้ทีมหญิงที่ถือว่าเป็นดรีมทีมที่หวังจะได้ถ้วยรางวัล แต่ก็พลาดไปเพราะมีนักวิ่งเจ้าถิ่นที่เหมือนจะคัดตัวเด็ดประจำจังหวัดมาลงสนาม แต่ทีมหญิงก็มีความสุขในการถึงเส้นชัยเอาชนะทีมชายแบบหลุดลอย บางทีความสุขอาจจะไม่อยู่ที่ถ้วยรางวัล แต่มันคือมิตรภาพระหว่างทาง ที่ผู้วิจัยได้ร่วมทาง และได้รับ เวลาที่เหนื่อยแค่ได้น้ำแก้วเดียวก็ดีกว่าอาหารชั้นเลิศบนโลกนี้ หรือ พลังที่ส่งหากันของคนในทีมให้ฮึดสู้ในช่วงเวลาเหนื่อยหนัก

ภาพที่ 20 ภาพทีมวิ่ง OCEAN TO OCEAN
(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

ภาพที่ 21 ภาพบรรยากาศการวิ่ง
(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

3. ทริปร่มบินกระชับมิตรภาพไทย - พม่า (ทวาย พม่า)

กิจกรรม การเดินทางไปโชว์ร่มบิน (พารามอเตอร์) ที่งานเลี้ยงวันชาติ ที่เมืองทวายเพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทย - พม่า

การเข้าร่วม การชักชวน ในกลุ่มผู้เล่นร่มบิน/ คัดเลือกทีมโชว์ผ่านนายกสมาคมร่มบิน

สถานที่ เมืองทวาย พม่า

ระยะเวลา 3 คืน 4 วัน (8-13 มค. 2562)

สิ่งที่ได้รับ มิตรภาพ / ความท้าทาย / ความภาคภูมิใจ

พบว่า ความสุขของ คนที่ชอบความท้าทาย ร่วมบิน ก็เหมือนของเล่นชิ้นใหญ่สำหรับผู้ชาย ที่บางคนอาจชอบรถแข่ง เรือใบ จักรยาน เครื่องบิน ร่มบิน (พารามอเตอร์) เป็นสิ่งหนึ่งที่มาเติมฝันกลุ่มคนที่อยากบินได้ สภาวะที่ลอยบนอากาศ ที่มาพร้อมความเสี่ยง และต่อสู้กับความท้าทาย ซึ่งต้องได้รับการฝึกฝน กิจกรรมชนิดนี้ต้องระมัดระวังเรื่องความปลอดภัยซึ่งหมายถึงชีวิต ในทริปนี้ถือเป็นการรวมกลุ่มฉพาะกิจที่คัดเลือกจากนายกสมาคมร่มบินในการคัดนักบินที่จะร่วมบินโชว์ในงาน ที่มีความพร้อมและสมัครใจอยากเข้าร่วม เพราะต้องออกค่าใช้จ่ายเองทั้งการเดินทาง ขนร่มบิน ค่าที่พัก ค่าอาหารบางมื้อ เพราะโดยส่วนใหญ่จะได้รับการเลี้ยงรับรองโดยรัฐบาลพม่า

นักบินทุกคนตื่นเต้นในการบินโชว์ ที่ดูเหมือนเป็นทางการและเป็นตัวแทนประเทศที่อาจแตกต่างในการบินเล่นในหมู่คณะ ที่มีการรวมตัวไปบินกันในวันหยุด ในกลุ่มร่วมบินมีทั้งหมด 7 นักบินที่มีอายุน้อยสุด 30+ 40+ 50+ 60+ และผู้ติดตาม ก็จะเป็นหลังบ้านที่คอยเซอร์วิส ร่วมด้วยนักบินพม่าที่มาฝึกในกลุ่ม จึงเป็นที่มาของทริปนี้ ที่ถือว่า เป็นการบินสนามจริง

การบินโชว์ครั้งแรกของ “วายุ” ว่าที่นักบินพารามอเตอร์คนแรกของพม่า ฟังดูยิ่งใหญ่เหมือนนิวอาร์มสตรองได้เหยียบดวงจันทร์ แต่ถึงเวลาบินในงานจริงๆ บรรยากาศเป็นเช่นเดียวกัน นักบินทุกคนเป็นเหมือนวีรบุรุษ ที่สายตาทุกคู่ในสนามกีฬาต่างจับจ้อง และส่งเสียงเชียร์ให้กำลังใจ

เพราะมันคือครั้งแรกในเมืองทวายที่ได้เห็นคนบินได้ นักบินทุกคนบินด้วยใจพองโตกับภารกิจระดับชาติ ความสุขจากเสียงตบมือ กรี๊ด และชื่นชมหลังบินเสร็จ เหมือนงานกีฬาประจำปีของช่อง 3 เป็นดารา ที่มีคนมาต่อคิว ขอถ่ายรูป จับมือ

สายตาทุกคู่เต็มไปด้วยความสุขที่ได้มาเห็นเป็นบุญตา เหมือนที่สหรัฐอเมริกาจะปล่อยยานอวกาศครั้งแรก สร้างความภาคภูมิใจให้กับนักบินทั้งคณะ ที่ไม่คาดคิดว่าจะได้รับการต้อนรับ

ขนาดนี้จากคณะรัฐบาล ที่มีผู้บริหารระดับสูงอย่างรัฐมนตรี และท่านผู้ช่วยผู้นำอองซาน ซู จี มาต้อนรับเลี้ยงรับรอง ตลอดการเดินทาง ทำให้ผู้วิจัยพบว่า ใจเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ที่จะพาให้เราสามารถไปในทุกสิ่งที่เราต้องการ ก้าวข้ามขีดจำกัด Passion เป็นเหมือนแรงส่งให้คนเหล่านี้ได้ทำ ในสิ่งที่หลายคนไม่กล้าที่จะทำ

จากการสัมภาษณ์เหล่านักบินพบว่าในการขึ้นบินครั้งแรกของทุกคน จะเต็มไปด้วยความกังวล ความตื่นเต้น และมีความกลัว แต่เมื่อก้าวข้ามไปได้ สิ่งที่ได้รับคือ อิสระที่ได้อยู่บนท้องฟ้า การได้มารวมกลุ่มกัน สร้างความสุขในการได้แลกเปลี่ยน พึ่งพาอาศัยกัน อายุไม่เป็นอุปสรรค ในการบินหรือ มีประสบการณ์ร่วมกัน ถึงแม้จะไปแบบทรหดในเส้นทาง อยู่แบบง่ายๆก็มีความสุข

สอดคล้องกับแนวทางการใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่า และความสุข (SMILEY) ของคีรีบูน จงวุฒิเวศย์และคณะ (2558 : 267-268) ประกอบด้วย การใช้ชีวิตที่เรียบง่าย (Simple Life) การทำกิจตามความเชื่อ(Merit Making) การแสดงออกต่อกันทางสังคม (Interacting Socially) การมีอารมณ์ขัน และความภาคภูมิใจ (Laughing and being Appreciate) การออกกำลังกายกับการทำงานสมวัย (Exercising and working properly) การมองโลกอย่างสดใส (Young at Heart) ซึ่งในทุกส่วนที่ผู้วิจัยได้เห็นและสัมผัสในการร่วมกิจกรรมในครั้งนี้ ที่เกิดขึ้นกับกลุ่มผู้ร่วมคณะ ที่จบทริปแล้วก็ยังคงเป็นภาพทรงจำที่เล่าถึงวีรกรรมได้อย่างไม่รู้จักเบื่อ

ภาพที่ 22 ภาพชาวคณะร่มบินโชว์ฉลองวันชาติ ที่ทวาย

(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

ภาพที่ 23 ภาพการรับรองโดยรัฐบาลพม่า

(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

4. ทริปการทัศนศึกษาพื้นที่ 4 จังหวัดภาคใต้ ในวิชา Space Analysis (พังงา / ภูเก็ต / ตรัง / สตูล / สงขลา) กิจกรรม การเดินทางทัศนศึกษา 5 จังหวัดภาคใต้ สู่องค์ความรู้ใหม่ในการออกแบบพื้นที่ ในรายวิชา Space Analysis การเข้าร่วมกลุ่มนักศึกษาในรายวิชา

สถานที่ 5 จังหวัด (พังงา / ภูเก็ต / ตรัง / สตูล / สงขลา)

ระยะเวลา 5 คืน 6 วัน (12-18 เม.ย. 2561)

สิ่งที่ได้รับ ประสบการณ์ / การเรียนรู้รูปแแบบใหม่ / มิตรภาพ

พบว่า ครั้งแรกของการไปทัศนศึกษาในช่วงเทศกาลสงกรานต์ กับอาจารย์และเพื่อนร่วมรุ่นที่มีความหลากหลายด้านอายุ ไลฟ์สไตล์ และแนวคิด รุ่น 20+ 30+ 40+ 60+ การได้พบเจอพูดคุยกับกลุ่มผู้สูงวัยใน 5 จังหวัดภาคใต้ ที่มีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างสะท้อนความคิดและความเป็นอยู่ การลงพื้นที่สำรวจพบว่าพบกับมวลรวมของบริบทสังคมในปัจจุบันสร้างความเปลี่ยนแปลงสู่การดำเนินชีวิตของผู้สูงวัยที่แตกต่างในแต่ละพื้นที่

พังงา : เมืองเหมืองเก่าการได้เข้าพื้นที่เหมือนเป็นเมืองที่เหลือแต่คน เก่าแก่ที่ยังคงอยู่จาก เคยรุ่งเรืองในอดีตที่เป็นเมืองที่อุดมไปด้วยแร่ธาตุ คนมีฐานะ แต่เมื่อมีความเปลี่ยนแปลงของการปลูกสร้างสภาพพื้นที่จึงเกิดน้ำท่วม คนยุคใหม่ได้ย้ายถิ่นฐานไปอยู่ในกรุงเทพฯ หรือย้ายจังหวัด ยังคงเหลือ ปู่ ย่า ตา ยาย คนเก่าแก่ที่ยังรักบ้าน ติดกับวิถีชีวิตเดิมๆ แต่อาจจะเงียบเหงา บางร้านปิดกิจการ หรือต้องปรับตัวตามสภาพจากร้านหนังสือ เป็นร้านขายซิมโทรศัพท์ ผู้สูงวัยที่นี่มีชีวิตติดบ้าน ใช้เวลากับการทำงานบ้าน แข็งแรงสามารถขึ้นลงบันไดได้ มีความสุขกับความทรงจำในอดีตที่ได้เล่าให้

คนที่ได้พบเจอ มีศาสนาเป็นที่ยึดเหนี่ยว และพบปะ พูดคุย ในชุมชนที่รู้จักกันหมดรอคอยลูกหลานกลับมาในวันหยุดตามเทศกาล ยังไม่รับสื่อใหม่ ยังคงมีความสุขกับการฟังวิทยุ และดูทีวี

ภูเก็ต : OLDTOWN ถึงแม้จะเป็นเมืองท่องเที่ยว แต่ผู้คนในชุมชนมีความเป็นส่วนตัวสูง มีปัญหาของผู้คนต่างถิ่นมาทำธุรกิจ บางครั้งมีผลกระทบ เช่น การเปิดร้านเหล้า เสียงดังรบกวน ผู้สูงวัยในภูเก็ต จะอยู่ติดบ้าน ออกมาทำกิจกรรมทางศาสนา ไปศาลเจ้าไปวัดทำบุญ ลูกหลานส่วนใหญ่จะใช้ชีวิตที่กรุงเทพฯ และมาหาในช่วงเทศกาลต่างๆ ในส่วนของชุมชน พบปะพูดคุยถึงกันหมด มีผู้สูงวัยบางคนที่กลับมาทำกิจการที่บ้านเกิดหลังจากใช้ชีวิตอยู่ที่กรุงเทพฯ / ชุมชนที่เกาะ ผู้สูงวัยมีความสุขกับลูกหลาน การร่วมกิจกรรมของชุมชน ทำผ้าบาติก การต่อเรือ การทำเรือจิ๋ว และงานฝีมือพื้นบ้านเกิดรายได้ และมีความภาคภูมิใจ การมีส่วนร่วมในชุมชนได้แลกเปลี่ยน เรียนรู้ใหม่ๆกับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

ตรัง : ผู้คนยังคงมีความเป็นน้ำหนึ่งเดียวกัน โดยมีศาสนาเป็นที่ยึดเหนี่ยว เห็นได้จากการออกมาทำบุญปีใหม่ (ไทย) มีการรดน้ำดำหัวผู้ใหญ่ คนสูงวัยที่นี่รู้จักกันหมด ส่งต่อไปสู่รุ่นสู่รุ่นที่จะรู้จักกันต่อเนื่อง จากการพบกันในงานเทศกาลงานบุญ ผู้สูงวัยมีความสุขกับการให้ มีเมตตากับลูกหลานที่ไม่แค่ญาติ ผู้วิจัยได้อาศัยนั่งรถพี่ชาย คุณชวน หลีกภัย ซึ่งนับเป็นผู้ใหญ่ของจังหวัดที่นับหน้าถือตา ที่เห็นคนต่างถิ่นหลงมาก็มาส่งให้ถึงที่พัก นับเป็นความเมตตา และการให้ของผู้สูงวัยที่พบได้ในต่างจังหวัด

สตูล : ความเติบโตของการท่องเที่ยว ที่ปากบารา มีผลกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนไปคนรุ่นใหม่ รุ่นลูกหลาน มีความคิดที่พัฒนาชุมชนให้เจริญ และเกิดรายได้ ส่วนคนดั้งเดิมก็คงใช้ชีวิตดำรงอยู่ในวิถีพอเพียง เรียบง่าย ที่ยังคงมีศาสนาเป็นจุดศูนย์กลาง ผู้สูงวัยติดบ้านรอวันลูกหลานกลับมาหา

สงขลา : ได้เห็นวิถีชีวิตในเมืองเก่า ที่มีเสน่ห์ของความเรียบง่ายของผู้คนที่รู้จักกันหมด ผู้สูงวัยที่นี่ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความสุขเป็นมิตร ช่วยเหลือ ยังคงดำเนินกิจการร้านค้า หรืออาชีพในบางคนที่มีอายุเยอะแล้วยังคงค้าขาย เพื่อสร้างรายได้ ไม่เหงา เลยยังมีอาหาร ขนมร้านเก่าแก่ให้ได้ชิม มีคนกรุงเทพ ฯที่หลงใหลในบรรยากาศ และสังคมเรียบง่ายที่นี่มาใช้ชีวิตอยู่อย่างพึ่นพดล ขาวสำอางค์ ช่างภาพ ศิลปินชื่อดังในวงการแฟชั่น ที่น่าจะมีชีวิตอินเทรนด์ในเมืองหลวงกลับมาหลงเสน่ห์ความน่ารักของเมืองและผู้คนที่นี่นอกจากการทำสตูดิโอและบ้านพักยังเปิดพื้นที่แสดงศิลปะและให้พื้นที่ทำกิจกรรมในชุมชนที่น่าสนใจอย่างบางกอกสวิงแจ๊สที่มาจัดงานเต้นรำย้อนยุคถึงเป็นคนต่างถิ่นที่พึ่งมาก็มีความสุขในการได้สร้างประโยชน์ให้ชุมชนการเดินทางในครั้งนี้ได้เห็นความอบอุ่นในมิตรภาพระหว่าง

เพื่อนเก่าที่ได้มีความสุขในการเจอกันและพูดคุยกันอีกครั้งหลังจากไม่เจอกันหลายสิบปีในการเจอเพื่อนต่อให้นานแค่ไหนก็เหมือนหยุดอายุไว้และย้อนสู่ความทรงจำในอดีต การเห็นได้คุณค่าในการมีชีวิตด้วยการให้ของคนที่นี่อย่างโรงสีแดงที่เปิดเป็นพิพิธภัณฑ์เพื่อเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างถิ่นที่ได้มาเรียนรู้มรดกทางวัฒนธรรมและเกิดรายได้ในชุมชนการร่วมมือของคนในชุมชนทั้งรุ่นเก่าและคนต่างถิ่นที่เพิ่มมาเริ่มต้นชีวิตใหม่ที่นี่ ถึงจะเป็นการทัศนศึกษาช่วงเทศกาลและการเดินทางที่หนักหน่วงที่สุดครั้งหนึ่งในชีวิตบนรถตู้ แต่กลับเป็นประสบการณ์ที่จดจำครั้งหนึ่งในชีวิตที่ได้เรียนรู้ในห้องเรียนเคลื่อนที่กับท่านอาจารย์ที่เปี่ยมไปด้วยพลังใจนำร่างกายที่อาจจะอ่อนล้าด้วยวัย แต่กลับมีความสุขกับการพร้อมที่จะให้ความรู้ แก่นักศึกษาในทุกช่วงเวลา

5. ทริปการทัศนศึกษา ดูงานที่ นครปักกิ่ง ประเทศจีน

กิจกรรม การเดินทางทัศนศึกษา ดูงาน นครปักกิ่ง ประเทศจีน

การเข้าร่วม กลุ่มนักศึกษาภาควิชาศิลปะการออกแบบ รุ่นที่ 4 คณะมัณฑนศิลป์ศิลปากร

สถานที่ ปักกิ่ง

ระยะเวลา 4 คืน 5 วัน (18 – 22 ต.ค. 2561)

สิ่งที่ได้รับ ประสบการณ์ / การเรียนรู้ / มิตรภาพ

พบว่า การไปปักกิ่งพบความเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ ของสังคม และการดำเนินชีวิตเห็นการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันของผู้คน ร้านรถเข็นมันเผา หรือของปิ้งริมทาง ในตลาดสดต่างใช้ QR.CODE ในการจ่ายเป็นสังคมไร้เงินสดในขณะที่ผู้สูงวัยมากขึ้นมีระบบการรองรับสาธารณะที่ดีลานสวนสาธารณะและ (UNIVERSAL DESIGN) ถึงแม้จะมีความเจริญคนที่นี่ก็ยังนิยมใช้จักรยานเป็นการออกกำลังกายไปในตัวและประหยัดค่าเดินทางห้องน้ำที่พัฒนาไม่แย่อย่างที่ร่ำลือผู้สูงวัยที่รู้จักปรับเปลี่ยนแนวคิดในการหารายได้ด้วยต้นทุนทางวัฒนธรรมที่ตัวเองมีอย่างการเปิดบ้านให้เยี่ยมชมนักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ใหม่จากเรื่องราวความเปลี่ยนแปลงสังคมวิถีชีวิตแนวคิดและพฤติกรรมจากสิ่งของที่อยู่ในบ้านความเชื่อการเปลี่ยนผ่านของวัฒนธรรมตะวันตกเจ้าของบ้านถือเป็นผู้สูงวัยยุคใหม่ที่เปิดรับเทคโนโลยีและสามารถสร้างรายได้ให้ตัวเองจากต้นทุนที่มีอยู่การดูแลสุขภาพร่างกายสร้างบุคลิกภาพสะท้อนความทันสมัยมีความสุขที่คนเห็นคุณค่าในการอธิบายเล่าเรื่องแลกเปลี่ยนกับกลุ่มนักท่องเที่ยวใหม่ๆที่หมุนเวียนสลับกันมาในทุกๆวัน จตุรัสเทียนอันเหมินพบว่าผู้สูงวัยยุคใหม่จะเริ่มเดินทางท่องเที่ยวคนต่างจังหวัดชาวจีนยังมีฐานะยากจนบางคนอาจได้มาเห็นจตุรัสเทียนอันเหมิน

ในตอนปลายของชีวิตแต่ก็มีความสุขและความภาคภูมิใจที่จะเตรียมธงชาติเล็กๆได้โบกสะบัดในช่วงเวลาที่มีการสวนสนามประจำวันกับการสั่งสอนลูกหลานให้สืบต่อในค่านิยมของความรักชาติ

ถึงแม้จะอยู่ในระบบสังคมนิยมที่อาจจะดูคร่ำครึสำหรับเด็กรุ่นใหม่แต่ยังเห็นปู่ย่าจะพยายามฝังหัวในเรื่องความรักชาติรักพวกพ้องเดียวกันที่เหนียวแน่น หมู่บ้านศิลปินพื้นที่ชุมชนที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นที่อยู่อาศัยสตูดิโอและแกลเลอรี่แสดงงานไปในตัวที่ไกด์บอกว่าจะเป็นการรวมศิลปินทั้งเก่าและใหม่ในอดีตที่โด่งดังมีคนมาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก แต่ตอนนี้เปลี่ยนไปคนมาน้อยลงมีศิลปินย้ายออกไปเยอะที่ยังอยู่จะเป็นศิลปินรุ่นเก่าที่ยังคงติดที่และมีความสุขในการทำงานที่นี่

สิ่งหนึ่งที่ค้นพบจากการเดินทางครั้งนี้ คือ การหยุดเวลาของผู้สูงวัยที่นี่ที่ต่อให้โลกหมุนไปแค่ไหนยังคงดำรงอยู่ในการดำเนินชีวิตในความทรงจำ และความเชื่อในอดีต รู้ความหมายในการมีชีวิตอยู่ด้วยการยืนหยัด ในการใช้ชีวิตที่มีคุณค่าในแต่ละวันด้วยรู้ ความสามารถที่ตัวเองมี

ภาพที่ 24 ภาพบรรยากาศทัศนศึกษาปักกิ่ง
(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

ภาพที่ 25 ภาพบรรยากาศบ้านเก่า /สวนสาธารณะ
(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

ภาพที่ 26 ภาพบรรยากาศหมู่บ้านศิลปิน
(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

6. ทริป ชมสวนเชฟชวนชิม

กิจกรรม กับ Su3a

การเข้าร่วม กลุ่มสมาชิก Su3a (มีค่าใช้จ่าย 700 บาท)

สถานที่ บ้านสวนดอกไม้

ระยะเวลา 1 วัน

สิ่งที่ได้รับ ประสบการณ์ / การเรียนรู้ / มิตรภาพ

พบว่า เป็นการจัดกิจกรรมนอกสถานที่ 1 Day Trip ที่มีค่าใช้จ่าย และสมาชิกเดินทางไปเองแต่เป็นกิจกรรมที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ จึงตั้งใจในการเรียนรู้เรื่องใหม่ เพราะสมาชิกที่เข้าร่วมล้วนแต่เป็นผู้มีองค์ความรู้ เป็นข้าราชเกษียณ อาจารย์ ผู้นำชุมชน แต่เหมือนการได้เรียนรู้ในเรื่องที่แตกต่าง ก็จะมีความสนใจมาเป็นพิเศษ ทั้งจด ตั้งคำถาม ถ่ายรูป กับการทริปชมสวนลองชิมดอกไม้ที่เป็นที่ปลูกเพื่อจัดส่งให้เชฟชื่อดังปรุงอาหารภัตตาคารและโรงแรม การพัฒนาพื้นที่ในรุ่นลูกที่สร้างมูลค่า จากที่ของรุ่นพ่อแม่ที่ทำสวนทั่วไป สร้างรายได้หลายเท่าตัวการเรียนรู้ดอกไม้ประเภทต่างๆ ที่สามารถนำเป็นอาหารได้ และปิดท้ายด้วยการสาธิต และชิม เมนูพิเศษที่ได้เชฟรับเชิญมาทำให้ทาน ถือเป็นทริปที่ถูกใจเหล่า Su3a ที่ย้อนวัยกลับเป็นนักเรียนรุ่นๆที่ตั้งใจแลคเชอร์ ความรู้นอกห้องเรียน ความสุขที่ได้เรียนรู้ ในสิ่งใหม่ การได้รู้จักเพื่อใหม่ ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน การได้ไอเดียใหม่ที่จะต่อยอด

เป็นประโยชน์แก่ชุมชนการสร้างคุณค่าให้ตัวเองด้วยการเรียนรู้ ที่ไม่มีที่สิ้นสุด และถ่ายทอดส่งต่อที่หลายท่านประทับใจถ่ายรูปและส่งไลน์ต่อเล่าให้เพื่อน และลูกหลานฟัง

สรุปผลการวิเคราะห์โดยการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของผู้สูงวัยยุคใหม่ทั้ง 6 ทริป ด้วยการสังเกต และบันทึก พบว่า ความต้องการสำคัญของผู้สูงวัยยุคใหม่ คือ

1. การที่ได้ทำในสิ่งที่ตัวเองวางเป้าหมายไว้ ได้สำเร็จ ก็จะเกิดความภาคภูมิใจถึงแม้จะเป็นสิ่งเล็กๆ เช่น การวิ่งข้ามสมุทรของนักวิ่งรวมทีมเฉพาะกิจ 30+ - 60+ ต้องวิ่งให้สำเร็จ กลุ่มพารามอเตอร์ ที่ไปบินในวันชาติพม่า ที่กลายเป็นวีรบุรุษข้ามประเทศในช่วงเวลาสั้นๆ จากการบินโชว์

2. การได้มีส่วนร่วม รวมกลุ่ม ทำกิจกรรม ร่วมกันสร้างความสุข จากงานเลี้ยงปีใหม่ และ ทริปทัศนศึกษา สอดคล้องกับทฤษฎีบทบาท และกิจกรรม ที่การมีบทบาทใหม่ ได้เข้าร่วมทำกิจกรรมทดแทน (ช่วงวัยเกษียณอายุ) ทำให้เกิดความพึงพอใจและความสุขที่ได้เรียนรู้สิ่งใหม่

3.การเรียนรู้ไม่มีที่สิ้นสุด ผู้สูงวัยยังมีความสนุกที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เช่น ทริปชมสวนเชฟชวนชิม

4.การเปิดใจรับโลกยุคใหม่ จะทำให้ผู้สูงวัยมีความสุข

กับการได้เห็นคุณค่าในการมีชีวิตอยู่ เช่น ทริปการทัศนศึกษาดูงานที่ประเทศจีน สอดคล้องกับแนวคิดอิคิไก การรู้ความหมายของการมีชีวิตของผู้สูงวัยในจีนยุคใหม่

ภาพที่ 27 ภาพบรรยากาศทริปชมสวน

(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

จากการวิเคราะห์ผลวิจัยที่ได้ลงพื้นที่ และร่วมกิจกรรมพบว่า กุญแจสำคัญที่จะเป็นแนวทางในการใช้ชีวิตที่มีคุณค่าของผู้สูงวัยยุคใหม่ OCS . หรือ เปิด: เปลี่ยน : ปัน

1. เปิดรับ (Open) : ความเปลี่ยนแปลง ทั้งร่างกายและจิตใจ เปิดมุมมองโลกยุคใหม่ด้วยใจอิสระ ด้วยการเห็นคุณค่าในตัวเอง
2. แลกเปลี่ยน (Change) : สนุกที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ พร้อมแลกเปลี่ยนกับผู้คน ชุมชน สังคมในโลกยุคใหม่ พร้อมแก้ไข และพัฒนา เห็นคุณค่าของการมีชีวิตอยู่
3. แบ่งปัน (Share): มีความสุขที่จะให้ ไม่ทางทุนทรัพย์ ความรู้ หรือ ประสบการณ์ เพื่อประโยชน์ต่อส่วนรวม โดยไม่หวังสิ่งตอบแทน ค้นพบความสุขภายในใจ คุณค่าในการใช้ชีวิตที่ยั่งยืน

3.4.4 การศึกษาดูงาน ตัวอย่างองค์กรปฏิบัติดี (Best Practice) ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อเห็นถึงโครงสร้างแนวคิดการจัดการกระบวนการในการสร้างคุณค่าให้ผู้สูงวัยยุคใหม่ผ่านกิจกรรม เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบสื่อสร้างสรรค์

1. ชมรมคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเพื่อผู้สูงอายุ (OPPY CLUB)
2. ชมรมวิ่งมิตรภาพจตุจักร
3. สมาคมบ้านปันรัก
4. Su3a มหาวิทยาลัยวัยที่ 3 มหาวิทยาลัยศิลปากร
5. ศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ เทศบาลนนทบุรี

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลำดับ	ชื่อองค์กร	ปัจจัยที่ทำให้องค์กรสามารถดำเนินการได้อย่างยั่งยืน							แนวทางการสร้างคุณค่าให้สมาชิก				
		การให้	เอาใจใส่	เข้าใจ	จริงใจ	สร้างกิจกรรม	สร้างการมีส่วนร่วม	เห็นคุณค่า	ได้แสดงความสามาร	ได้แสดงความคิด	เป็นตัวแทน	ทดลองจัดการ	การแบ่งปัน
1	ชมรมวิงมิตรภาพจตุจักร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
2	OPPY CLUB	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3	สมาคมบ้านปันรัก	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4	Su3a	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5	ศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ เทศบาลนครนนทบุรี	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

ลำดับ	ชื่อองค์กร	จุดประสงค์					ระยะเวลาดำเนินการ				ประเภทองค์กร			
		สร้างมิตรภาพ	แบ่งปัน	ลดช่องว่าง	ส่งเสริมการเรียนรู้	สร้างคุณค่า	1 ปี+	4 ปี+	18 ปี+	30 ปี	อิสระ (รวมกลุ่มจัดตั้ง)	องค์กรรัฐ		เอกชน
1	ชมรมวิงมิตรภาพจตุจักร	✓	✓	✓	✓	✓				✓	✓			
2	OPPY CLUB	✓	✓	✓	✓	✓			✓					✓
3	สมาคมบ้านปันรัก	✓	✓	✓	✓	✓		✓						✓
4	Su3a	✓	✓	✓	✓	✓	✓					✓		
5	ศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ เทศบาลนครนนทบุรี	✓	✓	✓	✓	✓		✓				✓		

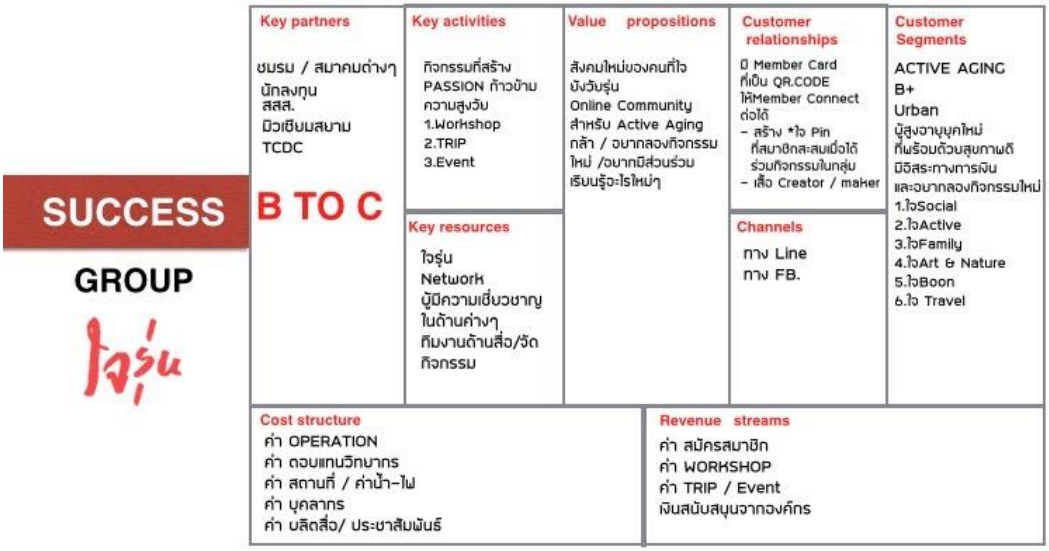
ลำดับ	ชื่อองค์กร	กิจกรรม			กิจกรรมยอดนิยม						กิจกรรมนอกสถานที่	ค่าใช้จ่าย	
		ด้านให้ความรู้	งานศิลปะอาชีพ	นันทนาการ	ออกกำลังกาย	เรียนการใช้ไซเบอร์	กิจกรรมประดิษฐ์	โยคะ	ร้าไทเก็ก	work shop	Outing	ค่าสมาชิก	ค่าอบรม
1	ชมรมวิงมิตรภาพจตุจักร	✓	✓	✓	✓						✓	✓	
2	OPPY CLUB	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓		✓
3	สมาคมบ้านปันรัก	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓		
4	Su3a	✓	✓	✓		✓		✓		✓	✓		✓
5	ศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ เทศบาลนครนนทบุรี	✓	✓	✓	✓		✓				✓	✓	

ภาพที่ 28 ภาพการสรุปข้อมูล

(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

องค์กรที่เป็นตัวอย่างที่ดี (Best Practice) หลังจากได้ดูงาน และสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหาร และผู้ดูแลในองค์กร ที่เป็นตัวอย่างที่ดี (Best Practice) ได้ค้นพบกระบวนการออกแบบระบบเพื่อสร้างคุณค่าให้ผู้สูงวัยอย่างยืน โดยใช้เครื่องมือของ Business Model Canvas ในการวิเคราะห์ เพื่อได้ key Success เป็นแนวทางในการออกแบบสื่อสร้างสรรค์ในระบบที่ยั่งยืน สามารถขับเคลื่อนกิจกรรมหรือพื้นที่ให้ผู้สูงวัยไปได้ในระยะยาว ซึ่งในแต่ละองค์กรล้วนต่างมีจุดประสงค์ในทิศทางเดียวกันคือ การสร้างคุณค่าให้ผู้สูงวัยให้รู้คุณค่าในตนเอง และสร้างประโยชน์กับสังคมโดยมีแนวทางในการจัดกิจกรรมที่มีจุดหมายเดียวกัน แต่เพียงอาจมีข้อจำกัดที่ต่างกัน ที่จะนำไปวิเคราะห์เพื่อได้ผลสรุปเพื่อใช้ในการออกแบบสื่อสร้างสรรค์ ในรูปแบบ Platformใหม่

ที่จะส่งเสริมคุณค่าให้ผู้สูงวัยในการใช้ชีวิต ในรูปแบบ Community ใหม่ สำหรับ Gen. I คนใจรุ่น นิยามของวัยอิสระ ที่สามารถออกแบบชีวิตในแบบใจที่ตัวเองต้องการ ใน ECO System ที่สร้างความยั่งยืนที่ได้ค้นพบในนาม “ ใจรุ่น Community : สังคมใหม่ของคน Gen I. ใจรุ่น ”



ภาพที่ 29 ผลจากการวิเคราะห์ โดย BMC. Business Model Canvas

(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทที่ 4
อภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล จากการดำเนินการวิจัยในบทที่ 3 นำมาสรุปและอภิปรายผลจากการค้นพบแนวทาง ที่เชื่อมโยงจากแนวคิด และ ทฤษฎีที่ได้ทบทวนวรรณกรรม อธิบายตามจุดประสงค์ได้ดังต่อไปนี้ จากจุดประสงค์ในการศึกษาสังคม และพฤติกรรมผู้สูงวัยยุคใหม่ (Active Aging) เข้าถึงความต้องการและรู้แนวทางในการใช้ชีวิตที่มีคุณค่า สู่แนวคิดในการออกแบบสื่อสร้างสรรค์ ส่งเสริมการสร้างคุณค่าในการใช้ชีวิตอย่างยั่งยืน สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์

สังคม และ พฤติกรรมผู้สูงวัยยุคใหม่

พบว่าการที่สังคมก้าวเข้าสู่ยุคใหม่ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่แนวคิดในพฤติกรรม และแนวทางในการใช้ชีวิตของผู้สูงวัยยุคใหม่ (Active Aging) ดังนี้คือ

1. แนวคิด ในความนิยามความหมายของผู้สูงวัย ไม่ได้ถูกกำหนดด้วยตัวเลข ตามปฏิทินอีกต่อไป คนยุคใหม่ดูแลรักษาร่างกายได้ดีชะลอการเสื่อมทางกายภาพได้เกินกว่าที่ผ่านมา วัดที่อายุใจที่มีพลังเป็น “ วัยอิสระ “ ที่หมดภาระในการดูแลลูกหลานในสังคมที่เปลี่ยนไป คนรุ่นใหม่มีบุตรยากขึ้น และสามารถดูแลเองโดยไม่ต้องพึ่งพ่อแม่อีกต่อไป เป็นครอบครัวเดี่ยวมากขึ้นดังนั้นผู้สูงวัยยุคใหม่มีการวางแผนในการใช้เวลาให้มีประโยชน์ และสร้างคุณค่าต่อตัวเอง

2. พฤติกรรม ในการดำเนินชีวิตก็เปลี่ยนไป

เมื่อเปิดใจยอมรับความเปลี่ยนแปลงของสังคม สถาบันครอบครัว เปิดรับเทคโนโลยียุคใหม่เพื่อไม่เป็นภาระของลูกหลาน ที่สามารถพึ่งตัวเองได้ในยุคที่โลกเปลี่ยนไป การเรียนรู้สิ่งใหม่ๆจากทั้งจากช่องทางไลน์ และเฟซบุ๊ค มีการแบ่งปันเรื่องราวดีๆ ที่เป็นประโยชน์ กับครอบครัวและลูกหลาน

เปลี่ยนค่านิยมพึ่งพาตัวเอง ไม่เป็นภาระ มีสังคมเพื่อนฝูงมากกว่าครอบครัว มีอิสระทางการเงิน เพราะมีการวางแผน และรู้จักการหารายได้จากหลายทาง หรือ การได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ ส่วนลด เนื่องจากมีเวลาที่จะศึกษาการลงทุนในรูปแบบต่างๆ มีพลังกาย และใจ พร้อมทำกิจกรรมเพื่อสร้างคุณค่าต่อส่วนร่วม แต่ยังขาดพื้นที่ และช่องทางที่สนใจ หรือ ยังไม่รู้วิธีขั้นตอนในการเข้าร่วม บางทีลูกหลานต้องเข้าใจ และให้ความช่วยเหลือในสื่อที่สร้างสรรค์และส่งเสริมในด้านนี้ยังมีน้อย ยังขาดการเรียนรู้และเข้าใจในการเสพสื่อออนไลน์ และการใช้เทคโนโลยีที่คล่องตัว

จากการศึกษา วิเคราะห์สังคมและพฤติกรรมผู้สูงวัยยุคใหม่ ค้นพบการปรับเปลี่ยนมโนทัศน์ใหม่ของผู้สูงวัยจากวัยพึ่งพิงเป็น “วัยอิสระ“ ที่มีกายและใจ ที่ยังมีประโยชน์ เกิดเป็นนิยามใหม่ “GEN I.” Generation Independent คนใจรุ่น ที่หมายรวมถึงผู้สูงวัยตอนต้น 45 + ขึ้นไป ตามแนวทางด้านสาธารณสุข และบริบทของสังคมที่เปลี่ยนไป ผู้สูงวัยยุคใหม่ ที่พึ่งพาตนเอง เป็นวัยอิสระ สุขภาพดีทั้งกายและใจ มีความมั่นคง หมดภาระ สามารถออกแบบชีวิตใหม่ตามที่ใจต้องการ พร้อมสร้างคุณค่าให้กับตัวเอง และสังคม ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 7 ประเภท พฤติกรรม แนวคิด ความต้องการในการใช้ชีวิตที่แตกต่างต่างกัน ดังนี้

1. ใจโซเชียล : คนชอบสังสรรค์ พบปะพูดคุย สนุกสนาน

แนวคิด ชีวิตนี้ฉันจะไม่เหงา

พฤติกรรม กล้าแสดงออก ให้ความสำคัญกับการแต่งตัว การกิน เที่ยว ติดต่อสื่อสาร

กิจกรรม เอนเตอร์เทน ร้อง รำ ทำเพลง ปาร์ตี้

สถานที่ โรงละคร / ร้านอาหาร / ชมรม / คาราโอเกะ

2. ใจแอคทีฟ : คนชอบความท้าทาย เล่นกีฬา หรือ กิจกรรมไม่อยู่นิ่ง

แนวคิด ต้องไปให้ถึง...จุดหมาย

พฤติกรรม บ้าพลัง มีเป้าหมายชัดเจน วางแผน มีวินัยในการฝึกซ้อม

กิจกรรม กีฬา / ออกกำลังกาย

สถานที่ สนามกีฬา / สปอตคลับ / สวนสาธารณะ / ฟิตเนส / ยิม

3. ใจแฟมมิลี่ : คนรักครอบครัว มีความสุขอยู่ในบ้าน

แนวคิด ไม่มีที่ไหนสุขใจเท่าบ้านเรา

พฤติกรรม ติดบ้าน รักบ้าน รักสุขภาพ นึกถึงคนที่บ้าน

กิจกรรม ทำในบ้าน (แต่งบ้าน / ปลูกต้นไม้/ เลี้ยงสัตว์)

สถานที่ ห้างสรรพสินค้า / สวนสัตว์ / สวนสนุก / สวนน้ำ

4. ใจเที่ยว : คนชอบเดินทาง ค้นหาที่แปลกใหม่

แนวคิด มีสิ่งดีๆรออยู่...ทุกการเดินทาง

พฤติกรรม รักการผจญภัย เรียนรู้สิ่งใหม่ หาข้อมูล วางแผน

กิจกรรม ท่องเที่ยวในที่ต่างๆ

สถานที่ สนามบิน / งานขายแพ็คเกจเที่ยว / สถานที่ท่องเที่ยว

5. ใจอาร์ท : คนรักงานศิลปะ ชอบงานทำมือ ประดิษฐ์ งานดีไซน์

แนวคิด ศิลปะมีอยู่ทุกที่

พฤติกรรม ละเอียด ลึกซึ้ง ช่างสังเกต อารมณ์สุนทรีย์ ชอบดูหนัง ฟังเพลง

กิจกรรม การไปดูงานแสดง / ดูดนตรี / ดูภาพยนตร์ / การทำงานศิลปะ / ถ่ายรูป

สถานที่ อาร์ทแกลเลอรี่ /TCDC พิพิธภัณฑ์ / งานแสดงหนัง / ดนตรี / ตลาดนัด / โรงภาพยนตร์

6. ใจเนเจอร์ : คนรักธรรมชาติ สัตว์ ต้นไม้

แนวคิด โลกสวยด้วยเรามอง

พฤติกรรม ชอบค้นคว้า ศึกษาธรรมชาติ ละเอียด มีความสุขกับการสัมผัส สายลม แสงแดด สัตว์ ทดลอง มีการวางแผน บันทึก

กิจกรรม เลี้ยงสัตว์ / ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ / ส่องสัตว์ / เพาะพันธุ์พันไม้

สถานที่ สวนสาธารณะ / อุทยานแห่งชาติ / ที่เที่ยวเชิงอนุรักษ์

7. ใจบุญ : คนสายธรรม ให้ความสำคัญกับสุขภาพใจ สนใจในศาสนา ค้นหาความจริงในชีวิต

แนวคิด สุขอยู่ที่ใจ

พฤติกรรม เข้าวัด ทำบุญ ปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา อยู่ง่ายกินง่าย รักการให้ ชอบช่วยเหลือ

กิจกรรม แสวงบุญ / เข้าโบสถ์ / ทอดผ้าป่า กฐิน / จิตอาสา

สถานที่ ศาสนสถาน

ความต้องการ และ แนวทางส่งเสริมคุณค่าในการใช้ชีวิตอย่างยั่งยืน

งานวิจัยครั้งนี้พบว่า ความต้องการ ของผู้สูงวัยยุคใหม่ ไม่ได้มีความแตกต่างในอดีตเลย นั่นคือ การอยาก “มีค่า“ ในสายตาลูกหลาน และการยอมรับในสังคมเพียงแต่ในยุคใหม่อาจจะแตกต่างในยุคเก่าตรงที่ผู้สูงวัยมีความพร้อม และกล้ามากขึ้น ที่สำคัญยังอยากสร้างประโยชน์ โดยผลสรุปได้แนวทางการใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่า โดยมีหลักแนวคิดที่ได้ค้นพบในงานวิจัย OSC*

1. เปิดรับ (Open) : ความเปลี่ยนแปลง ทั้งร่างกายและจิตใจมองโลกยุคใหม่ด้วยใจอิสระเห็นคุณค่าในตัวเอง
2. แลกเปลี่ยน (Change) : สนุกที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ พร้อมแลกเปลี่ยน แก้ไข และพัฒนา
3. แบ่งปัน (Share) : มีความสุขที่จะให้ ทั้งทุนทรัพย์ ตามกำลัง ความรู้ และประสบการณ์ อยากทำประโยชน์เพื่อส่วนรวม

เป็นแกนหลักสู่การค้นพบแนวทางการออกแบบที่ไม่เป็นเพียงแค่สื่อสร้างสรรค์ ที่มีหน้าที่สื่อสารสรรค์สร้างคุณค่าให้กับผู้สูงวัยเท่านั้น แต่กลับเป็นการออกแบบโครงสร้าง PLATFORM ใหม่ที่จะเป็นศูนย์กลางสื่อสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมคุณค่าในการใช้ชีวิตอย่างยั่งยืน เกิดเป็นสังคมใหม่ของคน Generation I .ใจรุ่น ที่สามารถออกแบบชีวิต ที่สร้างประโยชน์ให้กับตัวเองและสังคมได้ผ่านเทคโนโลยีของโลกยุคใหม่ในใจรุ่น Community มีแนวคิดในการออกแบบ Passion life's I Design ที่ทุกคนออกแบบชีวิตที่มีพลังขับเคลื่อนสู่คุณค่าได้ ด้วยกิจกรรมที่สร้างประโยชน์ทั้งกับตัวเองโดยได้เรียนรู้ แลกเปลี่ยนแนวคิด และประสบการณ์ใหม่ และมีการส่งต่อ แบ่งปันให้กับผู้อื่นโดยใช้รูปแบบสื่อสร้างสรรค์ ที่ยังสามารถต่อยอด สร้างเครือข่ายตามแนวทางจากการศึกษาและวิจัยได้ใน Project Plan ที่ผ่านการปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญด้านงานวิจัยด้านผู้สูงวัยและการตลาด เพื่อสามารถดำเนินไปได้ด้วยความยั่งยืนตามหลักการออกแบบศตวรรษที่ 21

ภาพที่ 30 ระบบภาพ ECO SYSTEM

กระบวนการออกแบบสื่อออนไลน์

ใจรุ่น Community ใช้ FACEBOOK เป็น NEW PLATFORM หลักในการทดลองเครื่องมือวิจัยจากการวิเคราะห์พื้นที่สื่อใหม่ ที่ทรงประสิทธิภาพทั้งพลังในการสื่อ และแพร่กระจายได้ในเวลาอันรวดเร็ว ที่สำคัญเห็นผลตอบรับได้ในทันที นับเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้สูงวัยยุคใหม่ได้เป็นอย่างดี โดยสร้างสังคมในอุดมคติขึ้นมาเพื่อรวมคน GEN I. ใจรุ่น เพื่อเป็นต้นแบบที่จะกระตุ้นเร้าให้ผู้สูงวัยในมโนทัศน์เก่าได้เห็น และก้าวข้ามสู่การเห็นคุณค่าในตนเองเกิดเป็น ใจรุ่น Community สังคมใหม่ของคนใจรุ่น Community online ที่จะสร้างPassion ‘s life ให้กับกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้โครงสร้างกระบวนการในการจัดทำจาก Best Practice มหาวิทยาลัยวัยที่ 3 สู่การออกแบบดังนี้

1) กำหนดแนวคิด และจัดทำสื่อออนไลน์ กำหนดชื่อ ตราสัญลักษณ์ และความหมายคำขวัญ ดังนี้

ชื่อ ใจรุ่น Community

คำจำกัดความ : สังคมใหม่ของคน Gen I “ใจรุ่น ”

เพราะชีวิตออกแบบได้ตามใจต้องการ : Passion Life : I Design

NEW ACTIVE AGING COMMUNITY ONLINE

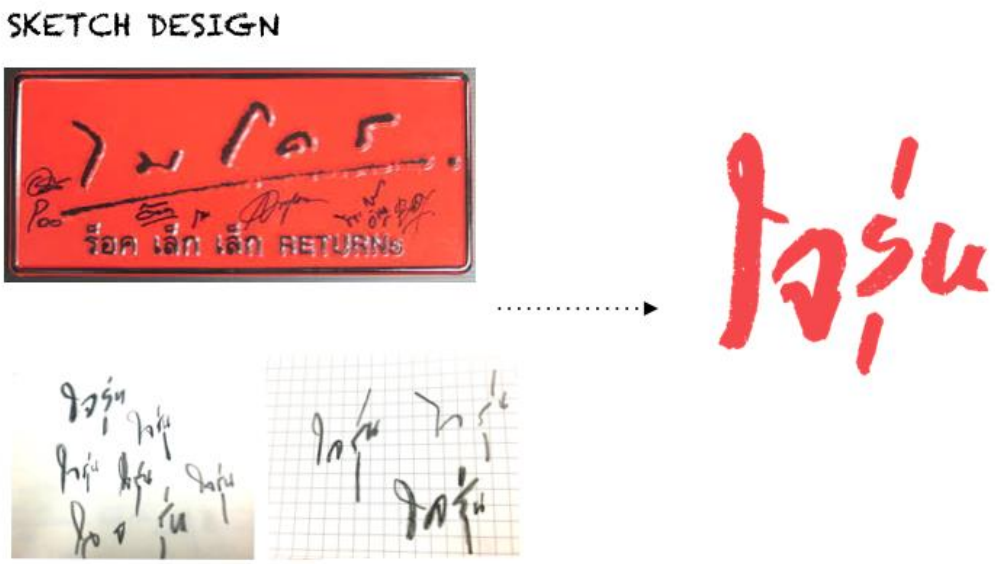
ตราสัญลักษณ์ เพื่อเป็นสัญลักษณ์ของชุมชนโดยใช้

1. สีแดง ให้ความรู้สึกถึงพลัง Passion ความกล้าที่จะเปลี่ยนแปลงใช้ในคำว่า “ใจรุ่น”

โดยนำหลักจิตวิทยาในการใช้สี สร้างความรู้สึกร้อนแรง พลัง รวมถึงการใช้ทฤษฎีในการใช้สีสื่อสารทางการตลาดจากตัวอย่างของการสร้างแบรนด์ชั้นนำที่อยากสะท้อนความรุ่นใหม่ ที่ความตื่นเต้น เร้าใจ ท้าทายร้อนแรง โดยใช้สีแดงสื่อความหมาย อย่างแบรนด์ KFC, Virgin ,Coke หรือ Youtube และการใช้สีสื่อความหมายในทางอุดมคติ ตามความเชื่อของชาวจีนสีแดง (Wikipedia) สีเกี่ยวเนื่องกับธาตุไฟในแผนภูมิโป้ยก่วย หมายถึง แสงสว่าง ความอบอุ่น พลัง สัญลักษณ์แห่งความ

โชคดี และความสุข การใช้สีแดงในการออกแบบสัญลักษณ์ จึงเป็นการการสะท้อนตัวตนของแบรนด์ใจรุ่น ที่มีทั้งพลังของผู้สูงวัยยุคใหม่ ที่มีใจอิสระในการสร้างความสุขด้วย Passion หรือแรงปราถนาที่ใจต้องการ

การสร้าง FREEHAND : FONT ไม่มีกรอบครอบ ขนาดไม่เท่ากัน เกิดจากการเขียนลายดินสอขรุขระ ไม่เรียบ น้ำหนักเบา ไม่เท่ากัน แสดงถึงความอิสระ แรงบันดาลใจใหม่ๆ ที่พัฒนามาจากฟ้อนท์ที่เคยทันสมัย และสื่อถึงความเป็นคนรุ่นใหม่ในอดีตอย่าง ตราสัญลักษณ์ชื่อวงดนตรีชื่อดัง “ ไมโคร”ในยุคของคนGen I. มาใช้เพื่อ Remind และเกิดความจดจำ และสื่อถึงประสบการณ์ร่วมกัน



ภาพที่ 31 ภาพ Sketch สัญลักษณ์ LOGO

2 สีดำให้ความรู้สึกเรียบนิ่ง ทันสมัย สื่อถึง พลังแห่งปัญญา

ใช้เป็นสื้อพื้นตัวหนังสือ คำว่า Community เป็น HELVETICA : FONT

ตัวพิมพ์ใหญ่นำตัวแรก และตัวพิมพ์เล็กในตัวถัดไป แสดงถึงความเป็นทางการที่สะท้อนถึงความทันสมัย

ภาพที่ 32 แสดงสัญลักษณ์ และความหมาย

(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

โดยกำหนดแนวทางในการวางโครงสร้างของสื่อออนไลน์ ตามแนวคิดที่ได้จากการวิจัย OCS*

1.Open : เปิดรับการสร้างพื้นที่เพื่อเปิดรับสูงวัยยุคใหม่ ในนิยามใหม่ GENERATION I คนใจรุ่น

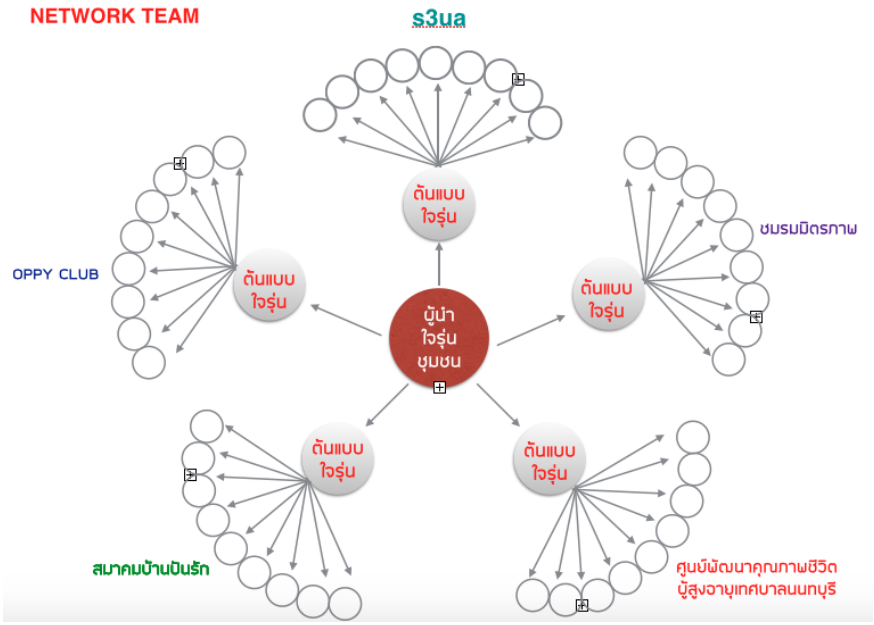
2.Change : แลกเปลี่ยนการออกแบบกิจกรรมเพื่อปรับแนวคิด ทัศนคติ เกิดการ แลกเปลี่ยน เชื่อมโยงคนในสังคมใหม่ สนุกในการเรียนสร้างความมั่นใจ ให้กับกลุ่มเป้าหมาย

3.Share : แบ่งปัน พร้อมที่จะแบ่งปันเรื่องราวสู่สาธารณะ โดยจะเลือกจากคนที่มี เรื่องราวน่าสนใจ เป็นที่รู้จักเพื่อช่วยให้สื่อมีการกระจายเป็นวงกว้างมากขึ้น

การออกแบบสื่อสร้างสรรค์เพื่อสร้างคุณค่า ที่เกิดจากการแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ที่มี ส่งต่อให้คนอื่นๆ นอกจากจะได้ผลดีสู่คนอื่นแล้ว ตัวเองก็จะได้การตอบแทน ด้วยการสะสมคะแนนที่สามารถเปลี่ยนเป็น ของหรือรางวัลที่มีคุณค่าทางจิตใจ

ในการสร้างสังคมใหม่แห่งนี้ นอกจากจะเป็นการเปิดรับสมาชิกใหม่แล้วยังมีเครือข่ายที่ผู้วิจัยได้เชื่อมโยงในระหว่างทาง ซึ่งจะเป็นการขยายวงกว้างในการกระจายสื่อสร้างสรรค์ โดยได้แนวทางจาก Best Practice มหาวิทยาลัยวัยที่ 3 ในวิธีการสร้างผู้นำชุมชนคนใจรุ่นตามเครือข่าย

1. Su3a มหาวิทยาลัยวัยที่ 3
2. ชมรมวิ่งมิตรภาพจตุจักร
3. สมาคมบ้านปันรัก
4. OPPY CLUB
5. ศูนย์ พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุนนทบุรี



ภาพที่ 33 แสดงการสร้างเครือข่ายผู้นำชุมชนคนใจรุ่น
(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

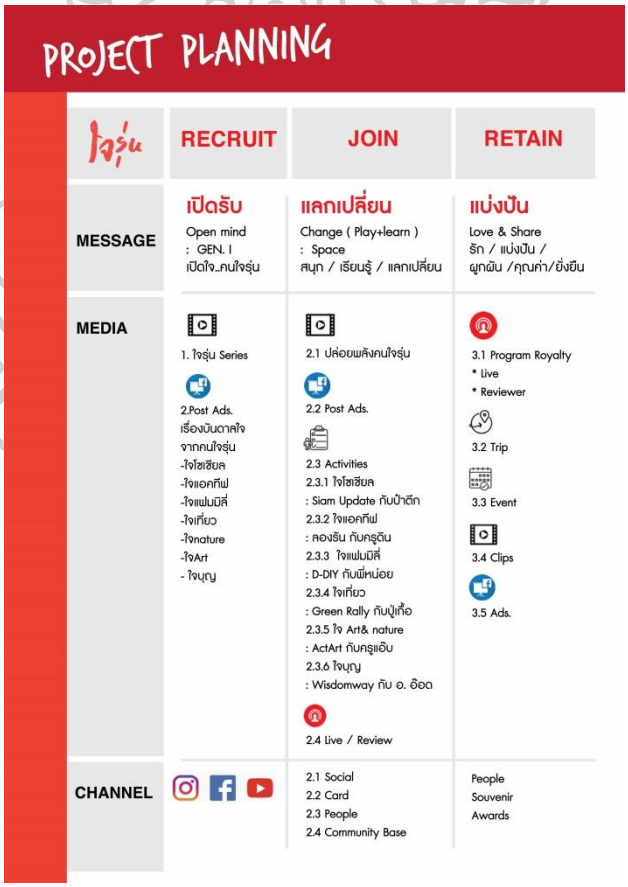
การออกแบบสื่อสร้างสรรค์

(NEW PLATFORM)

ช่วงที่ 1

ช่วงที่ 1 RECRUIT ตามหลักการตลาดถือว่าช่วงนี้เป็นช่วงหนึ่งที่สำคัญ ในการเปิดรับสมาชิกเข้าสู่พื้นที่ซึ่ง KEY MESSAGE คือ เปิดรับ (Open Mind : GEN I.) เปิดใจคนใจรุ่น

โดยใช้ซีรีย์คลิปต์ ใจรุ่น เป็นเครื่องมือ โดยมีใจรุ่นต้นแบบที่มีแนวทางการใช้ชีวิตที่มีคุณค่า ทั้งหมด 7คนแทน Gen I.ใจรุ่นทั้ง 7 แบบที่มีแนวคิด และการใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่าในแบบแตกต่างกัน และ นำตอกย้ำแนวคิดต่อด้วย Post Ad. ของเหล่าใจรุ่นต้นแบบ ใจแอคทีฟ ,ใจโซเชียล ,ใจอาร์ท, ใจเนเจอร์ ,ใจเที่ยว, ใจบุญ, ใจแฟมิลี โดยช่องทางเฟซบุ๊ค ยูทูป และอินสตาแกรม



ภาพที่ 34 ภาพแสดง Project Planing

ช่วงที่ 2 JOIN : Key massege เป็นช่วงเวลาให้ชาวใจรุ่นได้ร่วมกิจกรรม โดยมีคลิปประชาสัมพันธ์ให้เข้าร่วม โดยกิจกรรมต่างๆ ชาวใจรุ่นในแบบต่างๆ สามารถเลือกเข้าร่วมได้ตามความสนใจอย่างอิสระ เช่น กิจกรรมของใจโซเชียลกับป๋าตึกอัพเดทเทรนด์สยามสแควร์และกิจกรรมลองรันกับครูดินของชาวใจแอคทีฟ เป็นต้น โดยระหว่างการทำกิจกรรมก็จะมีการไลฟ์สดในช่วงใจรุ่น Live เพื่อให้ชาวใจรุ่นที่ไม่สามารถมาร่วมกิจกรรมได้ดู และส่งต่อได้ มีการรีวิว โดยใจรุ่นอาสาสำหรับประสบการณ์และความรู้ที่ได้ร่วมกิจกรรมผ่านทางแฟนเพจใจรุ่น ยูทูป และ อินสตาแกรม

โดยมีคลิปประชาสัมพันธ์ให้เข้าร่วม โดยกิจกรรมต่างๆ ชาวใจรุ่นในแบบต่างๆ สามารถเลือกเข้าร่วมได้ตามความสนใจอย่างอิสระ เช่น กิจกรรมของใจโซเชียลกับป๋าตึกอัพเดทเทรนด์สยามสแควร์และกิจกรรมลองรันกับครูดินของชาวใจแอคทีฟ เป็นต้น โดยระหว่างการทำกิจกรรมก็จะมีการไลฟ์สดในช่วงใจรุ่น Live เพื่อให้ชาวใจรุ่นที่ไม่สามารถมาร่วมกิจกรรมได้ดู และส่งต่อได้ มีการรีวิว โดยใจรุ่นอาสาสำหรับประสบการณ์และความรู้ที่ได้ร่วมกิจกรรมผ่านทางแฟนเพจใจรุ่น ยูทูป และ อินสตาแกรม

ช่วงที่ 3 Retain: Key massege Love & Share Loyalty Program ที่จะให้สมาชิก GenI. ใจรุ่น ได้มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนกิจกรรม โดยมีการสะสม ใจ Point เพื่อแลกรับของที่ระลึกในรูปแบบต่างๆ ตามประเภทของใจที่สมาชิกสามารถเลือกได้ เช่น เสื้อวิ่งของใจ Active กระเป๋าอาสาของใจบุญ และเสื้อ Creator สำหรับใจรุ่นที่ร่วม Live หรือ Reviewกระบวนการออกแบบเนื้อหา ใจรุ่น Community

ประกอบด้วย เนื้อหาที่ถูกออกแบบเพื่อให้รอรองรับความต้องการของกลุ่มคน Gen I. ใจรุ่น 1. บทความ เนื้อหาเรื่องราวดีๆเพื่อให้ความรู้ แรงบันดาลใจจากคนใจรุ่น

2.ข่าวสาร และกิจกรรมต่างๆ

3. โปรแกรม Liveสด ช่วงใจรุ่น Live

4. การ Review แบ่งปันความรู้ และประสบการณ์ดีๆจากใจรุ่นต้นแบบ

ใจStyle (Fashion ของใจรุ่น) / ทำมะ ใจรุ่น (เรื่องของธรรมะ)

/ ใจDIY. (การสาธิตง่ายๆในแบบวัยรุ่น)

โดยเนื้อหาจะเป็นทั้ง Admin คนใจรุ่นเป็นผู้ทำ และมีใจรุ่นอาสาสามารถมาร่วมเป็นผู้สร้าง Content โดยมี การออกแบบ Key Visual เป็นแนวทางหลักที่ใช้สร้างโพส

ช่วงเวลา ของการโพส จะยึดตามเวลาที่พบจากพฤติกรรมของงานวิจัย

ช่วงเช้า 9:00 / ช่วงเที่ยง 12:00 /ช่วงเย็น 17:00

กระบวนออกแบบแฟนเพจ / แนวทางPOST AD.

1.ส่วนของ Profile : ใช้โลโก้ใจรุ่น วางบนพื้นภาพเดียวกันกับ สัญลักษณ์ใจรุ่น ซีรีย์ ชุดคลิปต์ใจรุ่นต้นแบบ ที่จะเป็นสื่อประชาสัมพันธ์

2.ส่วนของTimeline เป็นการออกแบบในการสื่อความหมายของเพจที่ใช้เป็นหน้าที่ของการอธิบายและกระตุ้น Gen l.ใจรุ่นมาร่วมปล่อยพลัง

โดยนำรูปทรงสามเหลี่ยม มาเป็นพื้นเพื่อเกิดความน่าสนใจ เน้นตัวหนังสือและมีภาพผู้สูงวัยสื่อความหมายคนยุคใหม่ที่แข็งแรงและทันสมัย โดยใช้โทนสีตาม Key Visual หลัก

3.ส่วนของAD.Post จะมีการจัดวางลักษณะของ หน้าปก หนังสือพิมพ์ เพราะมีคำที่ใช้ดึงดูดและสื่อความหมาย พร้อมใช้สีและKey Visual หลักที่สะดุดตาเน้นการสื่อสาร ที่ดึงดู

ภาพที่ 35 ภาพแสดงการออกแบบ Fanpage / Ad. Post

แนวทางการออกแบบ (Key Visual)

สื่อสร้างสรรค์ แนวคิดมาจาก Key Message หลัก Passion Life : I Design

การออกแบบที่อิสระเปลี่ยนแปลงขนบและมโนทัศน์เดิมเกี่ยวกับผู้สูงวัย และเชื่อมโยงถึงกัน เกิดการแบ่งปันในที่สุด ซึ่งตรงกับได้นำแนวทางลัทธิรูปทรงแนวใหม่ (Neo Plastnism) ของโมอนดรียาน (พงศ์กรณ์ พรธนพงศ์เกษม , 2551) ที่การแปรเปลี่ยนธรรมชาติสามารถตัดทอนรูปทรงมาสู่การแสดงออก และสื่อความหมาย การใช้แม่สี สอดสลับ กับสีขาว เทา ดำ (สอดรับกับแนวคิดผู้วิจัยที่ต้องการสื่องานออกแบบสำหรับ Generation ใหม่ที่ไม่ยึดติดมโนทัศน์เดิมของผู้สูงวัย ทั้งเรื่องการใช้สี และรูปทรง แต่กลับสร้างชิ้นงานที่ชวนสนุก กับกลุ่มเป้าหมาย ในการคาดเดาความหมาย และ การสื่อถึง ซึ่งคำตอบเหล่านั้นจะถูกซุกซ่อนอยู่ในเนื้อหา ที่จะได้รับรู้ สร้างประสบการณ์ใหม่

ภาพที่ 36 แนวคิดการออก แบบ Key Visual

(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

แนวทางการออกแบบ Ad. หรือ Content Post แตกดีไซน์ จากแนวคิดและ Key Visual กลางเพื่อเกิดภาพจำ เป็นอัตลักษณ์ของ ใจรุ่น Communityที่กล้า ที่จะแตกต่าง ความจดจำในตราสัญลักษณ์ และการสื่อความหมาย ที่มีความเชื่อมโยงในชุดงานออกแบบอื่นๆ เช่น ตราสัญลักษณ์ของ Profile เพจใจรุ่น Community ที่นำสัญลักษณ์ภาพจำในวิดีโอคลิปต์ใจรุ่นซีรีย์ที่ใช้ ภาพมุม TOP ของเครื่องฉายสไลด์ซึ่งสื่อถึงความเชื่อมต่อของวัยและสื่อการรับรู้มาเป็นการสร้างสัญลักษณ์ใหม่บน Profile Fanpage งานออกแบบสื่อสร้างสรรค์ในช่วงที่ 2 คือ รูปแบบการ Live สดสอนอาหารของป้าอี๊ดที่สอดแทรกความรู้ นอกเหนือจากการสอนวิธีทำ รวมถึงแนวคิดของมุมมองโลกยุคใหม่กับยุคเก่าผ่านการพูด และสาธิต ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้ชิ้นงานนี้ไปขยายผล เพื่อสอนกลุ่มสมาชิก Su3a ได้ลองไลฟ์ เพื่อจะได้ส่งต่อความรู้สู่ผู้อื่น ตามจุดประสงค์ของงานวิจัยที่ต้องการหาแนวทางการส่งเสริมคุณค่าอย่างยั่งยืน นั่นคือการถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อส่งต่อ นำไปใช้สู่วงกว้างกระจายไปตามเครือข่ายต่างๆ ซึ่งผลการทดลองในครั้งนี้พบว่า กลุ่มสมาชิกยังต้องใช้เวลาในการทำความเข้าใจ และฝึกฝน แต่ในขั้นต้นถือว่าเป็นผลดีในการเปิดใจรับ และทดลอง

ซึ่งในส่วนของการออกแบบพื้นที่และโปรแกรมทางผู้วิจัยได้ออกแบบช่วงเวลาการเปิดให้ชาว GEN I ลองไลฟ์เป็นช่วงเวลาเหมือนผังรายการโทรทัศน์ซึ่งจัดลำดับจากผลการวิจัยกิจวัตรประจำวันในแต่ละช่วง ซึ่งจะเป็นกิจกรรมที่แตกต่างกัน เพื่อผู้วิจัยนำมาออกแบบโดยมีช่วงเวลาดังต่อไปนี้

ช่วง 05:00 - 06:00 โปรแกรม ทำมะ... ใจรุ่น (กิจกรรมเสริมคุณค่าทางจิตใจกลุ่มคนใจบุญ) เป็นช่วงเวลาเฉลี่ยการตื่นนอนของคนใจนรุ่น ที่พร้อมที่จะร่วมและลองไลฟ์

ช่วง 07:00 - 08:00 โปรแกรมใจเต้น (กิจกรรมส่งเสริมพลัง ร่างกายสุขภาพกลุ่มคนใจแอคทีฟ) เป็นช่วงเวลาของการออกกำลัง สร้างเอนเนอจี้ให้ร่างกาย

ช่วง 10:00 - 12:00 โปรแกรมใจดี.. ไอวาย (กิจกรรมอิสระ ศิลปะ และการสร้างสรรค์กลุ่มคนใจอาร์ท ใจแฟมมิลี่ และใจเนเจอร์) เป็นช่วงเวลาของเวลาอิสระ หลังทำงานบ้านสมองเบาๆ พร้อมสนุกกับการทำอะไรดีๆ

ช่วง 16:00 – 17:00 โปรแกรมใจสไตล์ (กิจกรรมสังสรรค์ เปิดมุมมองใหม่ๆ กับการออกเที่ยว อัปเดท กลุ่มคนใจโซเชียล, ใจเที่ยว, ใจอาร์ท และใจเนเจอร์) ซึ่งทางผู้วิจัยได้ทดลองโปรแกรมใจเต้น ของใจรุ่นที่มีโอกาสได้รับเชิญไปงานวิ่งที่ญี่ปุ่นซึ่งถือเป็นการไลฟ์สดครั้งแรกในชีวิต แต่ผลออกมาดีเกินที่ตั้งไว้ อาการตื่นเต้นและประหม่าไม่มี แต่ก็อาจมีการติดขัดบ้างในเรื่องอุปกรณ์และการไลฟ์สดครั้งแรก ที่ใจรุ่นพี่อุ๋ย ก็มีความภาคภูมิใจในการได้เป็นเหมือนผู้สื่อข่าวของไทยรายงานข่าว และรู้สึกอยากฝึกฝนเพื่อให้เกิดความชำนาญเพื่อจะได้ทำได้ดีในครั้งต่อไป ซึ่งก็ถือเป็นผลที่ดีของสื่อสร้างสรรค์ในช่วงที่ 2 ของโครงการ ที่วัดผลได้จากการเข้าชมและคอมเม้นท์ที่สร้างคุณค่าให้กับใจลุ้นที่ได้ลองไลฟ์

ภาพที่ 37 ภาพแสดงการออกแบบโปรแกรมใจรุ่น Live / Reviewer

กระบวนการสร้างสรรค์ และ ออกแบบใจรุ่น SERIES สื่อประชาสัมพันธ์ในช่วง Recruit

การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ ในรูปแบบของ Series Clips ในชื่อชุด แรงบันดาลใจจากคนใจรุ่น : ใจรุ่น Series โดยมีแนวคิดในการนำเสนอ “What’s a Passion life?” การออกแบบชีวิตของใจรุ่นต้นแบบตัวแทนของคน GEN I.ในประเภทต่างๆ โดยใช้แนวคิด OCS*

1. Open * เป็นคนที่เปิดใจรับสิ่งใหม่ เป็นคนใจรุ่น
2. Change * เป็นคนที่มีเรื่องราวที่เปลี่ยนแปลงในชีวิตในทางที่ดี เพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้คนอื่นได้
3. Share * พร้อมที่จะแบ่งปันเรื่องราวสู่สาธารณะ โดยจะเลือกจากคนที่มีเรื่องราวน่าสนใจ เป็นที่รู้จักเพื่อช่วยให้สื่อมีการกระจายเป็นวงกว้างมากขึ้น

บทสรุปการคัดเลือกใจรุ่นต้นแบบ

แสดงบทสรุปการคัดเลือกใจรุ่นต้นแบบจากรูปแบบการใช้ชีวิต

1. ใจแอคทีฟ	
Chapter 1	Speed life ของป้าเจี๊ยบ ขาแรงนักกีฬาทีมชาติเอ็กตรีม ประเภทลองบอร์ด จากแม่บ้านสายมะเร็ง
O	เปิดใจลองไถสเก็ตบอร์ด ระหว่างรอลูก
C	เปลี่ยนความคิด ก้าวข้ามความกลัว สู่ความสนุกจนติดทีมชาติในวัย 62 ปี
S	ปัน แนวคิดใหม่.....เพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้ใจรุ่น
2. ใจโซเชียล	
Chapter 2	รอง...ลอง.. Run ของ รอง จิตต์สิงห์ สมบุญ จาก Designer Artist สายปาร์ตี้
O	เปิดใจ บอกลาอัลกอฮอล์ มาลอง Run
C	เปลี่ยนความคิด ก้าวข้ามความเหนื่อยจากจังหวะ Slow life เป็น วิ่งเปลี่ยนชีวิต
S	ปัน เรื่องชีวิตใหม่.....เพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้ใจรุ่น
3. ใจเที่ยว	
Chapter 3	วิถี.... ป้าแบ็คแพ็ต จากข้าราชการเกษียณ
O	เปิดใจ.... ออกท่องโลก ในวิถีแบ็คแพ็คเกอร์
C	เปลี่ยนความคิด ก้าวข้ามวัยเกษียณ ก็ลุยเดี่ยวได้
S	ปัน นาทีออกเที่ยว.....เพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้ใจรุ่น
4. ใจอาร์ท	
Chapter 4	เรียลลิตี้...เพื่อขนมที่รักจากคุณครู
O	เปิดใจ ... สมัครแข่งเรียลิตี้ ครั้งแรกในชีวิต
C	เปลี่ยนความคิด ก้าวข้ามความอาย เพื่อเกสรลำเจียก
S	ปัน เคล็ดลับขนม 1 เดียวในอ่างทอง

5. ใจเนเจอร์	
Chapter 5	หลง...รักหลังเลนส์ จากอดีตรมต.
O	เปิดใจ ...หลงรัก ชีวิตหลังเลนส์
C	เปลี่ยนความคิด ก้าวข้ามชีวิตทำเนียบ กลับสู่ธรรมชาติ
S	ปัน แนวคิด...คืนสู่ความมีชีวิต

แนวทาง และรูปแบบการนำเสนอ ใจรุ่นซีรีย์

SERIES การรวมชีวิต Gen I. คนใจรุ่น

Concept : Passion's life ใจรุ่น

รูปแบบการนำเสนอ : EXPERIMENT DOCUMENTARY

Structure : 1. INTRO : Lifestye

2. Insight * Passion

3. How to *

Production Design : รูปแบบการถ่ายทำเป็นลักษณะ Candit Style : Stock Shot Insert Direction ภาพลักษณะถ่ายกันเองไม่ประดิษฐ์ SHOT หรือล็อคเฟรมสวย เข้าถึงง่าย เป็นธรรมชาติเหมือนผู้ชมเป็นส่วนหนึ่งกับวงสนทนา

Direction : Freehand / Film TechniQue ใช้สัญลักษณ์เครื่องฉายสไลด์ในการสื่อถึงการเปลี่ยนผ่านจากมโนทัศน์ในอดีตที่ถูกฉายนิ่ง กับความเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่

ภาพที่ 38 ภาพใจรุ่นซีรีย์ ชุด แรงบันดาลใจจากคนใจรุ่น
(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

การพัฒนาการออกแบบ จากนำ Key Visual ไปใช้ในการสื่อสารรูปแบบต่างๆ

ผลการตอบรับของ ใจรุ่น Community

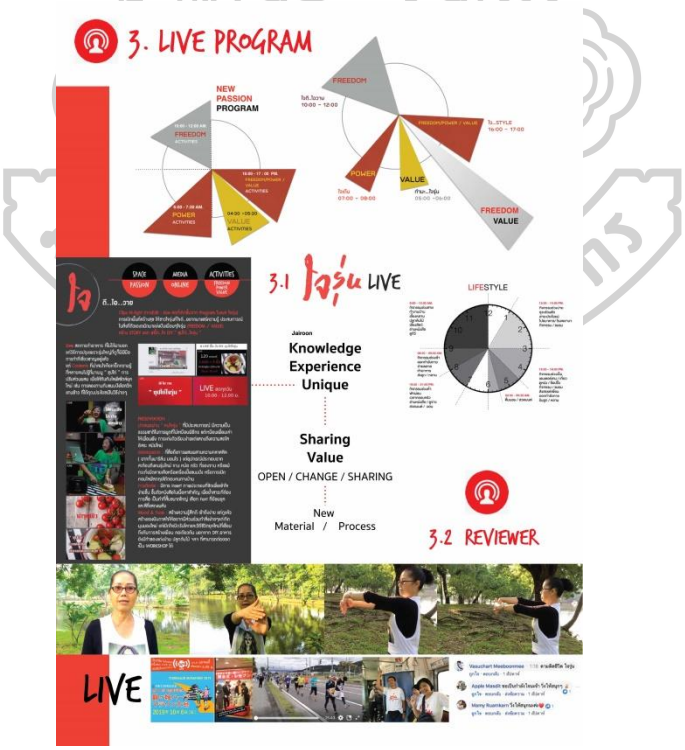
ในการทดลอง เครื่องมือเพื่อรับรู้ความต้องการและการตอบรับจึงทำการเปิดเพจ เพื่อทดลองแนวคิด และชิ้นงานออกแบบ โดยเริ่มเปิดในวันที่ 9.9.19 เปิดมาเป็นเวลา 1 เดือน 11 วันมีสมาชิกเข้าร่วมจำนวน 460 คนในขณะที่เพจ Su3a เปิดมา 1 ปี มีสมาชิกจำนวน 259 คน สมาคมบ้านปันรักเปิดมา 7 ปีมีสมาชิกจำนวน 10,196 คนแสดงถึงผลของการทดลองใช้สื่อสร้างสรรค์ เพื่อรับคนใจรุ่นเข้าสู่เพจ โดยใช้การคิด และออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตามแนวทางที่วางไว้ในช่วงแรกของการเปิดใจ Open mind ใจรุ่น ด้วยเรื่องจากแรงบันดาลใจคนใจรุ่น ที่มีทั้งบุคคลมีชื่อเสียง และโดดเด่นในด้านต่างๆ ซึ่งผลปรากฏว่าโพสที่ได้รับการแชร์สูงสุด คือ Clips ของป้าเจี๊ยบขาแรง จากการรอลูกเลยลองบอร์ดเปลี่ยนชีวิต สนุกกับความท้าทาย และฝึกฝนจนได้เป็นนักกีฬาเอ็กตรีมทีมชาติในวัย 62 ปี เป็นเรื่องบันดาลใจให้คนใจรุ่นเห็นถึงคุณค่าในตัวเองเมื่อเทียบกับป้าเจี๊ยบที่ผ่านการเป็น

มะเร็ง ใช้ชีวิตติดบ้าน จนวันหนึ่งสามารถก้าวข้าม เปิดใจ ลองอะไรใหม่ๆ ในชีวิตมีการแชร์ถึง 109 ครั้ง และเข้ามา Comment ชื่นชม ถือเป็นกำลังใจดีๆ ที่ส่งต่อป้าที่กำลังเก็บตัวเพื่อเตรียมแข่งในปลายปีนี้

ภาพที่ 39 ภาพโพสต์แรงบันดาลใจจากใจรุ่น ซีรีย์ชุดที่ 1
(ภาพโดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล)

จากงานวิจัยพบว่า สื่อสร้างสรรค์ที่ได้รับการตอบรับสูงสุดคือโพสต์ใจรุ่นพี่นารี ที่เป็นเพียงภาพที่วางไดเรกชั่นเรียบง่าย แต่มีเนื้อหาโดนใจ กับคำโปรยหัว เริ่มว่ายน้ำตอน 48 โยคะตอน 56 วิ่งตอน 57 ผ่าตัดหัวใจรั่วตอน 59 : เรื่องบันดาลใจจากคนใจรุ่นที่กระตุ้นให้คนหันมามองในเรื่องราวเป็นตัวแทน Gen.I ใจรุ่นที่กล้าที่ก้าวข้ามความอายและเริ่มทำอะไรเพื่อตัวเอง ถึงเป็นสิ่งที่อาจดูเล็กสำหรับใครหลายคน แต่กลายเป็นความภูมิใจและเห็นคุณค่าในตัวเอง และกล้าที่จะอยากให้เรื่องของตัวเองเป็นแรงบันดาลใจส่งต่อให้คนอื่นๆ ที่ก็สามารถทำได้เหมือนกัน จึงทำให้ผลตอบรับของสื่อสร้างสรรค์ชิ้นนี้สร้างความสุขทั้งผู้ให้ และผู้ได้รับกับการคอมเม้นท์ชื่นชมและแชร์เรื่องนี้ต่อไป ถึงตอนนี้โพสต์นี้ 1,000 กว่า Like และยังคงแชร์ส่งต่อไปอีก นี่คือพลังของสื่อโซเชียลมีเดียในทางที่ดี ก็เป็นอีกหนึ่งเครื่องมือช่วยให้งานออกแบบบรรลุวัตถุประสงค์ได้เป็นอย่างดี

ช่วงที่ 2 ของ PROJECT PLANNING เป็นการส่งสารใน MESSAGE ของการ CHANGE แลกเปลี่ยน หลังจากเชิญสมาชิกเข้าร่วม ก็ถึงเวลาของการปล่อยพลัง คนใจรุ่นที่จะมาร่วมแบ่งปัน เปลี่ยนแนวคิด ในมุมมองใหม่ๆในกิจกรรมต่างๆ ที่มีใจต้นแบบในแต่ละประเภทเป็นผู้นำ เช่น ในกลุ่มของใจโซเชียล มาร่วมอัปเดท ย่านสยามในยุค 19 ทั้งอาหาร ศิลปะและแฟชั่นที่ ป๋าตึก แฟชั่นนิสต้าตัวพ่อจะนำทาง ซึ่งแต่ละกิจกรรมจะถูกออกแบบ จากการวิจัยความต้องการของคนแต่ละกลุ่ม เพื่อสร้างความสุข และส่งต่อแรงบันดาลใจให้คนอื่นๆ บนสังคมนี้ ที่เป็นเหมือนพื้นที่เปิดรับให้ทุกคนมาลองมาวิ่งเล่น ออกแบบ Passion Life ในรูปแบบตัวเอง * ซึ่งก็จะมีการเข้าสู่สื่อสร้างสรรค์ในรูปแบบที่ 2 การ Live / Review การสร้างคุณค่า ด้วยการเห็นคุณค่า ในขณะที่ทุกคนมีความเชี่ยวชาญประสบการณ์เฉพาะที่แตกต่างถ้าวันที่ลุกขึ้นมาแบ่งปัน และเป็นประโยชน์ได้ ก็จะสร้างความสุขกระจายไปในทุกที่ชิ้น



ภาพที่ 40 ภาพแสดงการออกแบบโปรแกรม ใจรุ่น Live และ Riviewer

ใน ช่วงที่ 3 ของ PROJECT PLANNING ในส่วนของ RETAIN

ผู้วิจัยได้ออกแบบการเชื่อมต่อ และผูกคนใจรุ่นให้อยู่กับคอมมูนิตี้นี้ด้วยการสร้างกลไกของการสะสมใจ Point ที่จะเป็นอีกผลชี้วัดในคุณค่าที่เค้าสามารถทำได้ ในแต่ละกิจกรรม หรือการ Live หรือ Review จะมี Point ให้สมาชิกแต่ละคนได้สะสมเพื่อแลกใจกิ๊ฟ ของขวัญที่ทำขึ้นมาเฉพาะไม่สามารถซื้อได้ เป็นการออกแบบสัญลักษณ์สื่อแทนแต่ละใจภายใต้แนวคิดนีโอพาสนิสต์ ใจรุ่นจะได้เมมเบอร์การ์ดที่มีคะแนนสะสมเริ่มที่ 1 ใจและสะสมไปให้ได้ตามเงื่อนไขก็จะได้ใจกิ๊ฟ ลิมิเต็ดอิดิชั่น เช่น หมวก / กระบอกน้ำ / กระเป๋า / เสื้อวิ่ง อุปกรณ์และสิ่งจำเป็นของใจรุ่นในประเภทต่างๆ ที่สำคัญ ใจพินที่สัญลักษณ์แสดง Level ที่คนใจรุ่นมีศักยภาพ หรือมีส่วนร่วมในกิจกรรมแค่ไหน นอกจากกิจกรรมสร้างสร้างสุขแล้ว ยังมีกิจกรรมใจอาสาการได้มาเข้าร่วมเป็น 1 ในใจรุ่นต้นแบบที่จะเป็นฐานพลังขับเคลื่อนกระจายสู่เครือข่ายต่างๆ เกิดความยั่งยืน ซึ่งการออกแบบในโครงการครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเอาข้อมูล แนวคิด และการทดลองมาใช้ในการออกแบบเพื่อให้สื่อสร้างสรรค์มีประสิทธิพลอย่างแท้จริง ใจรุ่น community คือโมเดลต้นแบบสังคมในอุดมคติที่จะผลิตคนเจนI ต้นแบบเพื่อแบ่งปัน ส่งต่อ สอดคล้องแนวคิดของ ผศ.ดร.วีรณัฐ โรจนะ ประภา นักวิชาการด้านสังคมผู้สูงวัย ผู้บริหารสถาบันคิดใหม่ และนายกสมาคมบ้านปันรัก ได้คิดในทางเดียวกันที่ว่าการสร้างแรงบันดาลใจที่จะได้จากการเห็นตัวจริงมากระตุ้นเร้าให้เห็นคุณค่าในตัวเอง นี่จึงเป็นที่มาของโครงการอัศวินผมขาวของสมาคมบ้านปันรัก ที่รวบรวมคนผมขาว มาแสดงพลังอย่างรูปธรรม ด้วยการนำศักยภาพและความรู้ประสบการณ์ที่สะสมมาสอนลูกหลาน ในรูปแบบหนังสือ อัศวินผมขาว ซึ่งเป็นอีกสื่อหนึ่งที่สร้างสรรค์และมีแนวคิดในทางเดียวกัน

กระบวนการออกแบบ ยังคงใช้แนวคิดปรับรูปทรง เรขาคณิตมาแทนค่าใจรุ่นทั้ง 7 แบบ เพื่อเป็นสัญลักษณ์ของการจดจำและสามารถเชื่อมต่อถึงกันเป็นหนึ่งเดียวในพลังของคออมมูนิตี้ใจรุ่น

และนอกจากการสร้าง คอมมูนิตี้ในแพลตฟอร์มออนไลน์แล้ว ยังสร้างในส่วนของกิจกรรมที่ให้กลุ่ม คนใจรุ่นได้มาเจอกัน แลกเปลี่ยน เรียนรู้ สร้างแรงบันดาลใจให้ผู้สูงวัยอื่นๆได้ตระหนักในการรู้คุณค่าในตัวเอง ส่งเสริมแนวทางการใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่าด้วยการออกแบบเทศกาลใจรุ่นFestival ที่ให้สมาชิกคนใจรุ่นมาปล่อยพลัง เป็นเทศกาลก้าวข้ามตัวเลข ที่ร่วมแบ่งปันแรงบันดาลใจดีๆจากคนใจรุ่นทั้ง7 ประเภทตลอดจนมีกิจกรรมให้เข้าร่วมการโชว์ผลงาน และ ร่วมนำเสนอของคนใจรุ่น ที่แสดงถึงพลังและคุณค่าที่จะเป็นการเริ่มต้นในการบอกสังคม ถึงมโนทัศน์ใหม่ที่เปลี่ยนไป ตามแนวคิดหลัก Passion life's I Design!

ภาพที่ 41 ภาพแสดงงานออกแบบชุด ใจ Stuff ของสมาชิกใจรุ่น / ภาพงานออกแบบ Ad. เทศกาลใจรุ่น

บทที่ 5
สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาสังคม และพฤติกรรมของผู้สูงวัยยุคใหม่ (Active Aging)
2. เพื่อศึกษาความต้องการ และแนวทางส่งเสริมการใช้ชีวิตที่มีคุณค่า อย่างยั่งยืน
3. เพื่อให้ได้แนวทางการออกแบบสื่อสร้างสรรค์ และส่งเสริมการใช้ชีวิตที่มีคุณค่าอย่างยั่งยืนสำหรับผู้สูงวัยยุคใหม่ (Active Aging)

สมมุติฐานของการศึกษา

1. ความเปลี่ยนแปลงทางบริบทต่างๆของสังคม น่าจะเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรม และนิยามของผู้สูงวัยยุคใหม่
2. นิยาม หรือ แนวคิดในการดำเนินชีวิตของผู้สูงวัยที่เปลี่ยนไป มีผลต่อการออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการ
3. การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ และส่งเสริมการใช้ชีวิตที่มีคุณค่า อย่างยั่งยืนเป็นอีกหนึ่งทางออกของปัญหาสำคัญของผู้สูงวัยรุ่นใหม่

วิธีดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัยเรื่อง“การศึกษาสังคมและพฤติกรรมผู้สูงวัยยุคใหม่เพื่อการออกแบบสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมการใช้ชีวิตที่มีคุณค่าอย่างยั่งยืน” ได้ใช้ระเบียบการวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Method) ทั้งวิธีการเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) โดยใช้ (Survey Research) ในการเก็บกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้สูงวัยยุคใหม่ใน 5 เขตกรุงเทพมหานครที่มีประชากรผู้สูงวัยสูงสุด การสัมภาษ์เชิงลึก การลงพื้นที่ และการศึกษาองค์กร

ตัวอย่างที่ดี เพื่อรวบรวมข้อมูลแนวคิดพฤติกรรมในการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุยุคใหม่สู่งานออกแบบสื่อสร้างสรรค์

กลุ่มเป้าหมายในงานวิจัย

ผู้สูงวัยยุคใหม่ (Active Aging)

สรุปผลวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าบริบทของสังคมที่เปลี่ยนไป ทั้งด้านประชากรศาสตร์ เศรษฐกิจระบบสาธารณสุข เทคโนโลยี ทำให้แนวคิดและการดำเนินชีวิตของผู้สูงวัยยุคใหม่เปลี่ยนไป ดังนี้

1. สุขภาพแข็งแรงขึ้น
2. นับกันที่ใจ มากกว่าอายุ (อายุจะหยุดที่วัยหนุ่มสาว)
3. ค่านิยมพึ่งตนเอง ไม่เป็นภาระผู้อื่น
4. เข้าถึงเทคโนโลยี ใช้ในการสื่อสารในชีวิตมากขึ้น
5. สนใจเรียนรู้สิ่งใหม่ มีการออกแบบชีวิตในรูปแบบใหม่ๆที่ไม่เคยทำมาก่อน
6. มีการวางแผนการเงินที่ดี
7. มีอิสระในการใช้ชีวิตเพื่อตนเองมากขึ้น หมดภาระ
8. ยังคงเจอปัญหามโนทัศน์เก่าของสังคมที่มองผู้สูงวัย

นิยามใหม่ Generation Independent หรือ Gen I. คนใจรุ่นที่หมายถึง วัยอิสระ ที่เริ่มจากอายุ 45 ปีขึ้นไป มีพลังกาย ใจอยากทำประโยชน์ให้กับตนเองและผู้อื่น แบ่งประเภทตามความต้องการและการใช้ชีวิต ได้ 7 ประเภทดังนี้

1. ใจโซเชียล : คนชอบสังสรรค์ พบปะพูดคุย สนุกสนาน

2. ใจแอคทีฟ : คนชอบความท้าทาย เล่นกีฬา หรือ กิจกรรมไม่อยู่นิ่ง

3. ใจแฟมมิลี่ : คนรักครอบครัว มีความสุขอยู่ในบ้าน

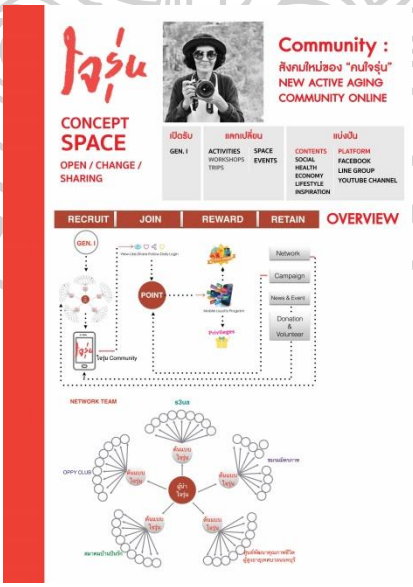
4. ใจเที่ยว : คนชอบเดินทาง ค้นหาที่แปลกใหม่

5. ใจอาร์ท : คนรักงานศิลปะ ชอบงานทำมือ ประดิษฐ์ งานดีไซน์

6. ใจเนเจอร์ : คนรักธรรมชาติ สัตว์ ต้นไม้

7. ใจบุญ : คนสายธรรม ให้ความสำคัญกับสุขภาพใจ สนใจในศาสนา ค้นหาความจริงในชีวิต

รูปแบบแพลตฟอร์มใหม่ของสื่อสร้างสรรค์ “ ใจรุ่น Community ”พื้นที่ส่งเสริมการใช้ชีวิตที่มีคุณค่าให้กับผู้สูงวัยยุคใหม่ ภายใต้แนวคิด Passion Life’s I. Design การออกแบบชีวิต Gen I.ตามที่ใจต้องการ สังคมสำหรับผู้สูงวัยยุคใหม่ทางออนไลน์ ที่มีการออกแบบเนื้อหาเพื่อสร้างคุณค่าให้สมาชิก ที่สามารถต่อยอด และสร้างเครือข่ายได้อย่างยั่งยืน



ภาพที่ 42 ภาพแสดงภาพรวมของการออกแบบสื่อสร้างสรรค์ใจรุ่น Community

การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ ในรูปแบบ แพลตฟอม์ใหม่ พื้นที่ที่จะส่งเสริมการใช้ชีวิตที่มีคุณค่าอย่างยั่งยืน ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้วยการออกแบบกิจกรรมและรูปแบบตอบสนองความต้องการของคนใจรุ่นทั้ง 7 แบบ

1. ใจโซเชียล : คนชอบสังสรรค์ พบปะพูดคุย สนุกสนาน
2. ใจแอคทีฟ : คนชอบความท้าทาย เล่นกีฬา หรือ กิจกรรมไม่อยู่นิ่ง
3. ใจแฟมมิลี่ : คนรักครอบครัว มีความสุขอยู่ในบ้าน
4. ใจเที่ยว : คนชอบเดินทาง ค้นหาที่แปลกใหม่
5. ใจอาร์ท : คนรักงานศิลปะ ชอบงานทำมือ ประดิษฐ์ งานดีไซน์
6. ใจเนเจอร์ : คนรักธรรมชาติ สัตว์ ต้นไม้
7. ใจบุญ : คนสายธรรม ให้ความสำคัญกับสุขภาพใจ สนใจในศาสนา ค้นหาความจริงในชีวิต

การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมคุณค่าอย่างยืน

จากการวิจัยพบว่า หลังจากศึกษา วิจัยจนได้แนวคิดในออกแบบ ใจรุ่น Community สังคมใหม่ของคน Gen I. ใจรุ่น จนได้ทดลองทำ ตาม Project Plan ค้นพบว่าในงานออกแบบในส่วนต่างๆ ได้ทำหน้าที่สื่อสารได้ทำหน้าที่ได้สำเร็จบรรลุเป้าหมาย ตั้งแต่ภายใต้แนวคิด Passion Life’s I Design ตั้งแต่ใจรุ่นซีรีย์คลิปต์ เรื่องบันดาลใจจากคนใจรุ่นที่ปลุกให้ผู้สูงวัยได้ตระหนักในคุณค่า โดยใช้แนวคิด OCS* เปิด.เปลี่ยน.ปรับ เป็น Key Message ในการสื่อสาร ตาม Project Planning ที่สามารถสร้าง Value Added ให้ผู้สูงวัยยุคใหม่ได้อย่างยั่งยืน ด้วยเครือข่าย และการสร้างใจรุ่นต้นแบบเป็นโมเดลส่งต่อไปในชุมชนต่างๆ ทั่วประเทศ

และจากการวิจัยพบว่าการสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนนั้น เกิดขึ้นได้ แต่ต้องอาศัยปัจจัยที่เกี่ยวเนื่องกัน จากตัวเองที่ต้องรู้คุณค่าของตน ถึงจะยอมก้าวข้ามออกมาในการสร้างคุณค่าให้ตัวเองและส่งต่อผู้อื่นได้ ซึ่งปัจจัยที่ทำให้ไม่เริ่ม เนื่องจากความกลัว ไม่กล้า และยังไม่มีแรงขับเคลื่อนพอที่จะทำให้มาร่วมได้ซึ่งจะต่างจากคนใจรุ่นที่เป็นต้นแบบ ล้วนแล้วมีสิ่งที่เหมือนกันคือการมุ่งมันในเป้าหมายที่วางไว้ เมื่อทำเสร็จเกิดความภาคภูมิใจ สอดคล้องกับกฎของมาสโลว์ (A Theory of Human Motivation ขั้นของความต้องการชื่อเสียง และความภูมิใจ (Self –Esteem Need) ที่ได้รับจากความสำเร็จ

ข้อเสนอแนะ

ด้วยเทคโนโลยีทางโลกออนไลน์เป็นดาบสองคมที่ทำให้เกิดความภาคภูมิใจในตนเองและสูญเสียความเป็นตนเองได้ในเวลาเดียวกัน ซึ่งผลจากการศึกษาพบแนวคิด 3 ป เปิด.เปลี่ยน.ปัน เมื่อได้รับการทดลอง และนำไปใช้ พัฒนาก็พบว่าสามารถเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นได้จริง แต่ถ้าจะให้ได้ผลต่อให้สื่อสร้างสรรค์จะทรงประสิทธิภาพอย่างไรหากเราไม่เปิดใจ ปรับเปลี่ยน และรู้จักแบ่งปันก็อาจจะไม่รู้ถึงคุณค่าในตัวเองอย่างแท้จริง ดังหลักคำสอนของพุทธศาสนาที่ว่า ทุกข์สุขอยู่ที่ใจ ถ้าใจเรามีพลัง ปรับความคิดในสิ่งที่ดีก็มีความสุขได้อย่างยั่งยืนเป็นแน่

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัย ได้เก็บข้อมูลในส่วนต่างๆ เป็นปริมาณมาก แต่ก็ทำให้เกิดผลในแง่วัตถุดิบที่จะมาช่วยเป็นแนวทางการสร้างสรรค์ได้อย่างรอบด้านมากขึ้น ในจุดเริ่มต้นของการมองเห็นภาพสังคมที่เปลี่ยนไป ทุกคน ทุกสื่อพูดถึงสังคมสูงวัย แต่ยังขาดลงลึกศึกษา ข้อมูลและปัญหาที่แม้จริง นิยาม การเปลี่ยนแปลง มโนทัศน์ล้วนเชื่อมเกี่ยวกัน สิ่งที่ค้นพบและน่าตกใจก็คือในจำนวนผู้สูงวัยสูงสุดรวมตัวกันที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งยังขาดการรองรับ ในส่วนของพื้นที่ หรือแนวทางที่จะสร้างพลัง คุณค่าที่ตรงจริตคนกรุงในส่วนการวิจัยที่ได้ค้นพบกลุ่มที่คาบเกี่ยว ที่ผู้วิจัยนำมาอยู่ใน

GEN I ด้วยคือ 45+ ด้วยไลฟ์สไตล์ และการใช้ชีวิตที่ปรับเปลี่ยนกลุ่มคน 45+ 50+ คือผู้ที่เกิดปรากฏการณ์ Midlife crisis ซึ่งคือการเชื่อมต่อระหว่างวัย ที่จะเป็นอีก 1 ปัญหาในอนาคต ถ้ามองอย่างเข้าใจมันก็คือ การพาไปสู่สิ่งเดียวกัน คือการสร้างคุณค่า การสร้าง Passion life ซึ่งอาจต้องได้การจับมืออีกหลายฝ่าย ในการร่วมกันสร้างเครือข่าย และเชื่อมถึงกันและ 1 ในนั้นคือ ใจรุ่น Community ที่พร้อมจะเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือสังคม

รายการอ้างอิง

Apfel I. (2018). *Iris Apfel*. New York: Harper Collings.

BLT Bangkok. (2561). เจาะตลาดสูงวัย รับกระแส Aged Society เข้าถึงเมื่อ 30 เมษายน 2562 เข้าถึงได้จาก https://www.bltbangkok.com/CoverStory/เจาะตลาดสูงวัยรับกระแส AgedSociety.

Donnaya Suvetwethin. (2559). สร้างมโนทัศน์ใหม่ของนิยามผู้สูงอายุ เข้าถึงเมื่อ 24 พฤษภาคม 2562 เข้าถึงได้จาก https://www.thaihealth.or.th/Content/34231-สร้างมโนทัศน์ใหม่ของนิยามผู้สูงอายุ.html.

Donnaya Suvetwethin. (2561). ผู้สูงอายุ 5.0 ทางเลือกอันทรงพลัง เข้าถึงเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2561 เข้าถึงได้จาก https : //www. thaihealth.or. th/Content/44381-%27 ผู้สูงอายุ%205. 0%27%20ทางเลือกอันทรงพลัง. Html.

The Grand Age ชีวิตผู้สูงวัยยุคใหม่ เข้าถึงเมื่อ 2 ตุลาคม 2561 เข้าถึงได้จาก https://www.posttoday.com/pr/553459. (2561).

The Grand Age ชีวิตผู้สูงวัยยุคใหม่ เข้าถึงเมื่อ 20 มกราคม 2562 เข้าถึงได้จาก http://www.brandage.com/article/5155/The-Grand-Age-ชีวิตผู้สูงวัยยุคใหม่. (2561).

IKIKAI อิคิไก ความลับเบื้องหลังร้อยปีคนญี่ปุ่น เข้าถึงเมื่อ 30 มกราคม 2562เข้าถึงได้จาก https://themomentum.co/ikigai-japanese-secret/. (2560).

TCDC. (2560). Dear Elders Actively Aging สูงวัยได้ แอ็คทีฟด้วย เข้าถึงเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2562 เข้าถึงได้จาก http://www.tcdc.or.th/articles/design-creativity/27967/#Dear-Elders-Actively-Aging-สูงวัยได้-แอ็คทีฟด้วย-TH-EN-.

TCDC. (ม.ป.ป.). รายงานสังคมผู้สูงวัย เข้าถึงเมื่อ 2 สิงหาคม 2561 เข้าถึงได้จาก http://resource.tcdc.or.th/ebook/AgingSociety_Report_official.pdf.

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2559). คู่มืออาสาสมัครประจำครอบครัว เข้าถึงเมื่อ 24 ธันวาคม 2561 เข้าถึงได้จาก https://www.chiangmaihealth.go.th/cmpho_web/document/170113148429777354.pdf.

กรอบการวิจัยท้าทายไทยเรื่อง Active and Productive Aging ระยะที่ 2 เข้าถึงเมื่อ 25 มีนาคม 2562 เข้าถึงได้จาก https://thainhf.org/wp-content/uploads/2019/02/กรอบการวิจัย.pdf. (2562).

กองทุนประชากรแห่งสหประชาชาติ. (ม.ป.ป.). สูงวัยในศตวรรษที่ 21: การเฉลิมฉลองและความท้าทาย บทสรุปสำหรับผู้บริหาร เข้าถึงเมื่อ 14 เมษายน 2562 เข้าถึงได้จาก https://www.unfpa.org/sites/default/files/pubpdf/Thai%20summary_Ageing%20in%20the%2021st%20Century_0.pdf.

กองยุทธศาสตร์สาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม. (2562). รายงานข้อมูลผู้สูงอายุของกรุงเทพมหานครจากฐานประชากรในระบบทะเบียนราษฎร ณ เดือนธันวาคม 2561 และเปรียบเทียบกับข้อมูล ณ เดือนธันวาคม 2560 เข้าถึงเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2562 เข้าถึงได้จาก http : //www. bangkok. go. th/upload/user/00000132/download/22_02_62fullpaper. pdf.

การออกแบบเพื่อสังคมผู้สูงอายุ เข้าถึงเมื่อ 24 ตุลาคม 2561 เข้าถึงได้จาก https : //web. tcdc. or. th/th/Articles/Detail/DearElders. (2561).

กิตติยา ศรีเลิศฟ้า. (2559). กทม.ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์พัฒนางานผู้สูงอายุ เข้าถึงเมื่อ 7 ธันวาคม 2561 เข้าถึงได้จาก https : //www. hfocus. org/content/2016/04/11987.

คีรีบูน จงวุฒิเวศย์ และคณะ. (2557). รูปแบบการพัฒนาทักษะการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์แบบองค์รวมสำหรับผู้สูงอายุในชนบทไทย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

คีรีบูน จงวุฒิเวศย์ และคณะ. (2558). การศึกษาแนวทางส่งเสริมการใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่าและมีความสุขของผู้สูงอายุในอาเซียน มหาวิทยาลัยศิลปากร.

จินตนา เพชรทวงศ์. (ม.ป.ป). ทำคอนเท็นท์บนเฟสบุคให้ดี ดัง โดน เข้าถึงเมื่อ 12 มกราคม 2562 เข้าถึงได้จาก https://scbsme.scb.co.th/seminar-detail/90.

เจาะลึก อาวุโส มาร์เก็ตติ้ง จับตลาดคนสูงวัยอย่างไรให้อยู่หมัด เข้าถึงเมื่อ 28 พฤศจิกายน 2561 เข้าถึงได้จาก https://brandinside. asia/insight-aging-society/. (2561).

ชำแหละ ตลาดผู้สูงวัย ปรากฏการณ์ใหม่ที่คนแก่จะครองเมืองในอีก 30 ปี เข้าถึงเมื่อ 2 พฤศจิกายน 2561 เข้าถึงได้จาก https://positioningmag.com/1250924. (2562).

ดวงใจ คำคง. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ตำบลลำสินธุ์ อำเภอศรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุงปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยทักษิน.

ถอดรหัสผู้สูงอายุยุคใหม่ เข้าถึงเมื่อ 14 ตุลาคม 2561 เข้าถึงได้จาก https://www.posttoday.com/life/healthy/554102. (2561).

นวลฉวี ประเสริฐสุข. (2561). การขับเคลื่อนชุมชนเพื่อส่งเสริมผู้สูงอายุให้ใช้ชีวิตอย่างมีความสามารถ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

นิยามผู้สูงอายุ เข้าถึงเมื่อ 10 มีนาคม 2561 เข้าถึงได้จาก https://www.kuntakunyay.com/content/9125/นิยามผู้สูงอายุ. (2559).

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ และคณะ. (2561). การพัฒนารูปแบบมหาวิทยาลัยวัยที่สาม คณะศึกษาศาสตร์

มหาวิทยาลัยศิลปากร สำหรับจัดการ การเรียนรู้ตลอดชีวิตของผู้สูงอายุ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

บทความและงานวิจัยเพื่อเข้าใจผู้สูงวัยในเชิงลึก เข้าถึงเมื่อ 24 ตุลาคม 2561 เข้าถึงได้จาก https://web.tcdc.or.th/th/Articles/Detail/DearElders%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%87%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%A2%E0%B9%80%E0%B8%9E%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B9%80%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B9%83%E0%B8%88%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%AA%E0%B8%B9%E0%B8%87%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%A2%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B9%80%E0%B8%8A%E0%B8%B4%E0%B8%87%E0%B8%A5%E0%B8%B6%E0%B8%81. (2560).

เปิดถังแก้โจทย์ผู้สูงอายุยุคใหม่ เข้าถึงเมื่อ 3 มีนาคม 2562 เข้าถึงได้จาก https://dmh.go.th/news-dmh/view.asp?id=28388. (2561).

ล้วงลึก AWUSO จับเทรนด์สูงวัยไม่ให้เอ้าท์ เข้าถึงเมื่อ 4 มกราคม 2562 เข้าถึงได้จาก https://marketeeronline.co/archives/23730. (2561).

วสิษฐ เดชกุญชร. (2552). อ่อนวัยลงชีวิตยาวขึ้น. กรุงเทพฯ มติชน.

วีรณัฐ โรจนประภา. (2560). อัศวินผมขาว. กรุงเทพฯ: สถาบันคิดใหม่.

สำนักพัฒนาสังคม. (ม.ป.ป.). รายงานผู้สูงอายุในกทม. เข้าถึงเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2561 เข้าถึงได้จาก http : //www. bangkok. go. th/social/page/sub/7600/ข้อมูลชมรมผู้สูงอายุในพื้นที่-50-สำนักงานเขตของกรุงเทพมหานคร.

สู่วัยชราอย่างสุขใจ-สูงวัยอย่างมีคุณภาพ ต้องเริ่มตั้งแต่อายุ 45 เข้าถึงเมื่อ 9 พฤษภาคม 2562 เข้าถึงได้จาก https://news.thaipbs.or.th/content/256279. (2559).

อรรถภูมิ อองกุลนะ. (2561). The Grand Age ชีวิตผู้สูงวัยยุคใหม่ เข้าถึงเมื่อ 19 มกราคม 2562 เข้าถึงได้จากhttp://www.judprakai.com/creative/514.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์การวิจัย

ประเด็นสัมภาษณ์ : เพื่อเป็นกรณีศึกษาพื้นที่สร้างสุข OPPY CLUB

เป็นแนวทางออกแบบสื่อสร้างสรรค์ และส่งเสริมพื้นที่สร้างสุข

เพื่อผู้สูงวัยยุคใหม่

- จุดเริ่มต้นของ OPPY CLUB
- แนวคิด /จุดประสงค์
- โครงสร้างการดำเนินงานในจุดเริ่มต้น
- ลักษณะผู้สูงอายุในอดีตในช่วงระหว่างที่เริ่มเปิด CLUB เป็นอย่างไร
    - คิดว่าปัจจัยในการเปลี่ยนแปลงผู้สูงอายุในช่วงเวลา ที่ดำเนินการ
    - (มีผลต่อกิจกรรม หรือการดำเนินการด้านอื่นๆไหม อย่างไร)
- การออกแบบกิจกรรม จากอดีต และปัจจุบันต่างกันอย่างไร

  (กิจกรรมยอดนิยมที่มีผู้สนใจเข้าร่วมมากสุดคือ.....)
- ผู้เข้าร่วม /กลุ่มเป้าหมาย / ในช่วงแรกสมาชิกมาจากที่ใด

  (สัดส่วนสมาชิกเป็นอย่างไร (ชาย หรือหญิงมาหกว่ากัน)
- มีการจัดการอย่างไร (รับสมัครสมาชิก)
    - ใช้กระบวนการอะไร ในการรักษา และต่อยอดสมาชิก
- ในฐานะที่ท่านเอง มีการมองเห็นความเปลี่ยนแปลงทางสังคมของผู้สูงอายุ
    - คิดว่าปัญหาของผู้สูงอายุยุคใหม่ (ผู้สูงอายุในเมืองคืออะไร)
- คิดว่าความสุขของผู้สูงอายุยุคใหม่ คืออะไร

- สื่อสร้างสรรค์ที่คิดว่ามีประโยชน์กับผู้สูงอายุยุคใหม่ ควรจะเป็นอย่างไร
- พื้นที่ และกิจกรรมสร้างความสุขสำหรับผู้สูงอายุยุคใหม่ควรเป็นอย่างไร
- ในอนาคตที่มีการเปลี่ยนทางสังคม วางแผนอย่างไร
- ในส่วนของ OPPY อยากพัฒนาและเพิ่มเติมในส่วนใดบ้าง
- คิดว่าอะไรส่วนสำคัญในการสร้างสุขให้กับ Active Aging
- ท่านมีความคิดเห็นว่าอย่างไร กับการนิยามให้ผู้สูงอายุยุคใหม่ว่า “ ใจรุ่น “
- ตัวท่านเองถ้าดีไซน์ การก้าวเข้าสู่ Active aging ท่านจะเป็นแบบใด
    - การวางแผน / ปรับเปลี่ยน /เป้าหมายของตัวท่านเอง

ประเด็นสัมภาษณ์ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

เพื่อเป็นข้อมูลงานวิจัยโครงการออกแบบสื่อสร้างสรรค์ และพื้นที่สร้างสุข เพื่อผู้สูงวัยยุคใหม่

- ในฐานะที่เป็นองค์กรสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ ซึ่งมีโครงการส่งเสริมสุขภาวะสำหรับผู้สูงวัย ตามนโยบายของภาครัฐ ท่านคิดว่าปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้สูงวัยยุคใหม่เปลี่ยนไปจากในอดีตอย่างไร ท่านคิดว่าในบริบทสังคมไทยที่เปลี่ยนไป นิยามของผู้สูงอายุ หรือ ผู้สูงวัย มีการนิยามศัพท์ใหม่ อย่าง “ พฤฒิพลัง “ / ผู้สูงวัยอย่างมีศักยภาพ / ผู้มีความสามารถ ในส่วนของ สสส. นิยามของผู้สูงวัยยุคใหม่ คืออะไร
- ท่านคิดว่าปัญหาของผู้สูงวัยยุคใหม่ คืออะไร
- ความสุขของผู้สูงวัย / สุขภาวะ ในความคิดของท่านคืออะไร

- ในขณะที่ประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ส่วนของ สสส. มีโครงการ หรือแผนในการสร้างสุขให้ผู้สูงวัยยุคใหม่ในเมืองอย่างไร นอกจากโรงเรียนผู้สูงอายุที่ขับเคลื่อนทั่วประเทศ
- ในฐานะที่เป็นองค์กรที่สนับสนุนในการสร้างเสริมสุขภาพ ท่านคิดว่าพื้นที่สร้างสุขสำหรับผู้สูงวัยยุคใหม่ควรเป็นอย่างไร ในปัจจุบันเริ่มมีการจัดทำคอมมูนิตี้ออนไลน์สำหรับผู้สูงวัยขึ้นมามากขึ้น ในมุมมองของ สสส. ในการสร้างคอมมูนิตี้ออนไลน์ที่สามารถสร้างสุขได้ควรเป็นอย่างไร
- ในฐานะที่ สสส. เป็นผู้ผลิตสื่อสร้างสรรค์ เพื่อสร้างสุขภาวะ ท่านคิดว่าสื่อสร้างสรรค์สำหรับผู้สูงวัยยุคใหม่ ควรจะเป็นอย่างไร
- ท่านมีความคิดเห็นว่าอย่างไร กับการนิยามให้ผู้สูงวัยยุคใหม่ว่า GEN I “คนใจรุ่น” (วัยอิสระ เต็มไปด้วยพลังกาย พลังใจ พร้อมที่จะสร้างคุณค่าให้ตนเอง และสังคม)

มหาวิทยาลัยศิลปากร

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถามงานวิจัยสังคมยุคใหม่

1. ข้อมูลส่วนตัว

อายุ.....ปีอาชีพหลัก.....อาชีพเสริม.....

สถานภาพ

- ○ โสด
- ○ แต่งงาน

มีบุตร.....คน (คนที่ 1 อายุ.....ปี) / (คนที่ 2 อายุ.....ปี) / (คนที่ 3 อายุ.....ปี)

ที่อยู่ปัจจุบันมีสมาชิกอยู่ด้วยกันกี่คน.....ใครบ้าง.....

บ้านที่อาศัยปัจจุบันอยู่เขตใด.....

2. ข้อมูลทั่วไป

2.1 ท่านคิดว่า ข้อไหนคือแนวคิดที่มีต่อผู้สูงอายุในอดีต คือ

- ○ ก. ผู้มีอายุ 60 ปีขึ้นไป
- ○ ข. วัยเกษียณอายุราชการ
- ○ ค. เป็นภาระพึ่งพิง
- ○ ง. ถูกทุกข้อ

2.2 ท่านคิดว่าผู้สูงอายุในปัจจุบันเป็นอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ○ ก. แข็งแรง รักษาสุขภาพมากขึ้น
- ○ ข. ทันเทคโนโลยี
- ○ ค. มีความมั่นคงทางการเงิน

มหาวิทยาลัยศิลปากร

- ○ ง. มีสังคมและมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ
- ○ จ. ถูกทุกข้อ

2.3 การใช้ชีวิตของการเข้าสู่ช่วงวัยเกษียณ คุณจะ..... (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ○ ก. เลี้ยงหลานอยู่บ้าน
- ○ ข. เลี้ยงสัตว์
- ○ ค ไปวัด
- ○ ง. ท่องเที่ยว
- ○ จ. สังสรรค์กับเพื่อน
- ○ ฉ. หาอะไรทำไม่เฉาอยู่กับบ้าน
- ○ ช.ลงทุน /หารายได้เสริม

2.4 คุณคิดว่าผู้สูงอายุในอดีตต้องการอะไรมากที่สุด (เรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด)

.....ก. ความรัก ความใส่ใจจากลูกหลาน

.... ข. มีรายได้พิเศษ

.....ค. สุขภาพแข็งแรง

.....ง. ครอบครัวอยู่พร้อมหน้า

2.5 คุณคิดว่าผู้สูงอายุในปัจจุบันต้องการอะไรมากที่สุด (เรียงลำดับจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด)

.....ก. ความรัก ความเข้าใจ

.... ข. มีสังคม

.....ค. อิสระในการตัดสินใจ

.....ง. การทำกิจกรรม

.....จ. ไม่เป็นภาระลูกหลาน

มหาวิทยาลัยศิลปากร

2.6 คุณมีการวางแผนชีวิตในวัยเกษียณอย่างไรเรียงลำดับความสำคัญจากน้อยที่สุดไปมากที่สุด

จงเรียงลำดับความสำคัญจากน้อยที่สุดไปมากที่สุด	5	4	3	2	1
ก. วางแผนการเงิน (ลงทุน/ทำธุรกิจ/รายได้พิเศษ)					
ข. วางแผนออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ					
ค. วางแผนการทำกิจกรรมสร้างสรรค์					
ง. วางแผนการท่องเที่ยว					

2.7 อะไรคือเป้าหมายชีวิตในวัยเกษียณ (เรียงลำดับจากน้อยไปมาก)

จงเรียงลำดับความสำคัญจากน้อยที่สุดไปมากที่สุด	5	4	3	2	1
ก. ความสุขอยู่พร้อมหน้าครอบครัว					
ข. มั่นคงมีเงินใช้ถึงวาระสุดท้าย					
ค. มีความสุขกับเพื่อนๆที่รัก					
ง. สุขภาพดีได้ท่องเที่ยวและได้ทำอะไรที่อยากทำ					

2.8 คิดว่าปัญหาของผู้สูงอายุในเมืองไทยคืออะไรมากที่สุด

- ○ ก. ถูกทอดทิ้ง เป็นภาระพึ่งพาลูกหลาน
- ○ ข. สุขภาพไม่ดีไม่ค่อยดูแลตัวเอง
- ○ ค. ขาดการวางแผนด้านการเงิน ลำบากตอนแก่
- ○ ง. ขาดการให้คุณค่าและไม่มีสังคมให้สังสรรค์หรือทำประโยชน์

2.9 คิดว่าควรส่งเสริมผู้เกษียณอายุด้านใดมากที่สุด (เรียงตามความสำคัญจากมากสุดไปน้อยสุด)

จงเรียงลำดับความสำคัญจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด	5	4	3	2	1
ก. ให้ความรู้ด้านการออม					
ข. การจัดกิจกรรมเพื่อสุขภาพ (ออกกำลัง)					
ค. การจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ (สร้างคุณค่า)					
ง. การจัดกิจกรรมสร้างสังคม (พบปะ / แลกเปลี่ยน)					

2.10 ถ้าคุณเป็นผู้สูงอายุคุณอยากร่วมกิจกรรมแบบใด

- ○ ก. สายบุญ (ทำบุญ/ศึกษาธรรมะ)
- ○ ข. ทำอาหารและงานฝีมือ
- ○ ค. ท่องเที่ยวที่ใหม่ๆ
- ○ ง. กิจกรรมกีฬาออกกำลังกาย
- ○ จ. อื่นๆ (พิมพ์เสนอแนะ)

.....

3.0 คิดว่าผู้สูงอายุยุคใหม่ ยอมจ่ายกับเรื่องใดมากที่สุด (เรียงลำดับจากมากไปน้อย)

.....สุขภาพ

.....ลงทุน/สร้างรายได้

.....ให้ลูกหลาน

.....ทำกิจกรรม (ท่องเที่ยว)

3.1 สถานที่ท่องเที่ยวที่คุณอยากไปในช่วงเกษียณ เรียงลำดับมากถึงน้อยสุด

จงเรียงลำดับความสำคัญจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด	5	4	3	2	1
ก. เที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (สถานที่มีประวัติดัง)					
ข. เที่ยวผจญภัยโค้งสุดท้าย (ดูแสงเหนือ)					
ค. ธรรมชาติป่า/ทะเล					
ง. ช้อปปิ้ง / อัพเดทเทรนต์ / ศิลปะ					
จ. ทัวร์ธรรมะ (อินเดีย / เนปาล / วัด)					

อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

3.2 คุณใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารมากน้อยแค่ไหน (Computer /, มือถือ, /Line/ FB.)

- ○ ต่ำกว่า 2 ชมต่อวัน
- ○ ข. ต่ำกว่า 4 ชม.ต่อวัน
- ○ ค. ต่ำกว่า 6 ชม.ต่อวัน
- ○ ง. ทั้งวัน

3.3 คุณคิดว่าอายุเป็นอุปสรรคในการเข้าถึงเทคโนโลยีหรือไม่ ด้านใดบ้าง?

- ○ มี / มองไม่ค่อยเห็น
- ○ ข. มี / ไม่สะดวกพิมพ์
- ○ ค. มี / ไม่ค่อยรู้ ทำไม่เป็น
- ○ ง.ไม่มีพยายามศึกษาอยู่เสมอ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

3.4 ส่วนใหญ่คุณชอบเข้าออนไลน์เพื่อ (เรียงลำดับมากไปน้อยสุด)

จงเรียงลำดับความสำคัญจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด	1	2	3	4	5
ก. เช็คเมล์ ส่งงาน					
ข. ส่ง/คุย ทางไลน์					
ค. ดูอะไรใหม่ๆทางยูทูป					
ง. เล่นเฟสบุ๊ค / ig อัพเดทเรื่องราว					

3.5 แฟนเพจ หรือ เว็บออนไลน์ที่ชอบเข้าไปดูคือ.....

เพราะ.....

3.6 ถ้าจะพื้นที่ หรือ community สำหรับผู้สูงอายุยุคใหม่ ควรมีอะไรอยู่ในนั้น

- ก. กิจกรรมที่มีส่วนร่วมได้หลากหลาย
- ข. เพื่อนใหม่ แลกเปลี่ยน
- ค. ข้อมูล ข่าวสาร ที่เป็นประโยชน์
- ง. อาหาร
- ฉ. พาเที่ยว

(กิจกรรมที่อยากทำ/อยากเข้าร่วม)

3.7 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่จะเป็นประโยชน์กับการออกแบบพื้นที่ community ใหม่สำหรับผู้สูงอายุยุคใหม่ .....

.....

.....

มหาวิทยาลัยศิลปากร

บันทึกการสังเกตการ และลงพื้นที่

ศึกษากิจกรรมผู้สูงวัย

พื้นที่..... .....

กิจกรรม..... วันที่..... .....

1. ลักษณะกิจกรรม

....

.....

....

2. ผู้เข้าร่วมกิจกรรม

....

.....

.....

3. สิ่งที่ได้จากการทำกิจกรรม

....

....

....

มหาวิทยาลัยศิลปากร

4. ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม

.....

.....

.....

5. ข้อสังเกตอื่น

.....

.....

.....

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ภาคผนวก ข

หนังสือราชการที่ใช้ในการวิจัย

ที่ อว 8666/ [illegible]

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
22 ถนนบรมราชชนนี ตลิ่งชัน
กรุงเทพฯ 10170

19 กันยายน 2562

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าศึกษาดูงานและขอเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์

เรียน นายกสมาคมบ้านปันรัก

ด้วย นางสาวกฤษณ์ดิศ ทรงวิผล นักศึกษาระดับบริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ และพื้นที่กิจกรรมสร้างสุข เพื่อผู้สูงอายุยุคใหม่" โดยขอเข้าศึกษาดูงานและขอเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ท่าน ขณะดำเนินการขอถ่ายภาพและบันทึกข้อมูล เพื่อนำมาใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา และหากท่านประสงค์จะขอทราบรายละเอียดเพิ่มเติม บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้ นางสาวกฤษณ์ดิศ ทรงวิผล หมายเลขโทรศัพท์ 086-309-7036 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิต นิรัติศัย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยฝ่ายบริหาร
รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ตลิ่งชัน
โทรศัพท์ 0-2849-7502
โทรสาร 0-2849-7503

ที่ ยว 8606/ 3c/6

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
22 ถนนบรมราชชนนี ตลิ่งชัน
กรุงเทพฯ 10170

19 กันยายน 2562

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าศึกษาดูงานและขอเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์

เรียน นายกเทศมนตรี นครนนทบุรี

ด้วย นางสาวกฤษณ์ดิศ ทรงวิผล นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ และพื้นที่กิจกรรมสร้างสุข เพื่อผู้สูงอายุยุคใหม่" โดยขอเข้าศึกษาดูงานและขอเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ท่าน ขณะดำเนินการขอถ่ายภาพและบันทึกข้อมูล เพื่อนำมาใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา และหากท่านประสงค์จะขอทราบรายละเอียดเพิ่มเติม บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้ นางสาวกฤษณ์ดิศ ทรงวิผล หมายเลขโทรศัพท์ 086-309-7036 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิต นิรัติศัย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยฝ่ายบริหาร
รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ตลิ่งชัน
โทรศัพท์ 0-2849-7502
โทรสาร 0-2849-7503

ที่ อว 8606/ 3018

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
22 ถนนบรมราชชนนี ตลิ่งชัน
กรุงเทพฯ 10170

19 กันยายน 2562

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าศึกษาดูงานและขอเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์

เรียน ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่าย บริษัท ล็อกเล่ย์ จำกัด (มหาชน)

ด้วย นางสาวกฤษณ์ดิศ ทรงวิผล นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ และพื้นที่กิจกรรมสร้างสุข เพื่อผู้สูงอายุยุคใหม่" โดยขอเข้าศึกษาดูงานและขอเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ท่าน ขณะดำเนินการขอถ่ายภาพและบันทึกข้อมูล เพื่อนำมาใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา และหากท่านประสงค์จะขอทราบรายละเอียดเพิ่มเติม บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้ นางสาวกฤษณ์ดิศ ทรงวิผล หมายเลขโทรศัพท์ 086-309-7036 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิต นิรัติศัย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยฝ่ายบริหาร
รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ตลิ่งชัน
โทรศัพท์ 0-2849-7502
โทรสาร 0-2849-7503

ที่ อว 8606/ 4079

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
22 ถนนบรมราชชนนี ตลิ่งชัน
กรุงเทพฯ 10170

๑๙ กันยายน 2562

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์

เรียน ผู้จัดการกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ

ด้วย นางสาวกฤษณ์ดิศ ทรงวิผล นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ และพื้นที่กิจกรรมสร้างสุข เพื่อผู้สูงอายุยุคใหม่" โดยขอเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ท่าน ขณะดำเนินการขอถ่ายภาพและบันทึกข้อมูล เพื่อนำมาใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา และหากท่านประสงค์จะขอทราบรายละเอียดเพิ่มเติม บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้ นางสาวกฤษณ์ดิศ ทรงวิผล หมายเลขโทรศัพท์ 086-309-7036 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิต นิรัติศัย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยฝ่ายบริหาร
รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ตลิ่งชัน
โทรศัพท์ 0-2849-7502
โทรสาร 0-2849-7503

ที่ อว 8606/ 3025

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
22 ถนนบรมราชชนนี ตลิ่งชัน
กรุงเทพฯ 10170

19 กันยายน 2562

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์

เรียน ผู้จัดการชมรมร้องเพลงบิ๊กซี ลาดพร้าว

ด้วย นางสาวกฤษณ์ดิศ ทรงวิผล นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ และพื้นที่กิจกรรมสร้างสุข เพื่อผู้สูงอายุยุคใหม่" โดยขอเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ท่าน ขณะดำเนินการขอถ่ายภาพและบันทึกข้อมูล เพื่อนำมาใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา และหากท่านประสงค์จะขอทราบรายละเอียดเพิ่มเติม บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้ นางสาวกฤษณ์ดิศ ทรงวิผล หมายเลขโทรศัพท์ 086-309-7036 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิต นิรัติศัย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยฝ่ายบริหาร
รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ตลิ่งชัน
โทรศัพท์ 0-2849-7502
โทรสาร 0-2849-7503

ที่ อว 8606/ 3019

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
22 ถนนบรมราชชนนี ตลิ่งชัน
กรุงเทพฯ 10170

19 กันยายน 2562

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าศึกษาดูงานและขอเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์

เรียน ประธานชมรมคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเพื่อผู้สูงวัย (OPPY CLUB)

ด้วย นางสาวกฤษณ์ดิศ ทรงวิผล นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ และพื้นที่กิจกรรมสร้างสุข เพื่อผู้สูงอายุยุคใหม่" โดยขอเข้าศึกษาดูงานและขอเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ท่าน ขณะดำเนินการขอถ่ายภาพและบันทึกข้อมูล เพื่อนำมาใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา และหากท่านประสงค์จะขอทราบรายละเอียดเพิ่มเติม บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้ นางสาวกฤษณ์ดิศ ทรงวิผล หมายเลขโทรศัพท์ 086-309-7036 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

สาธิต

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิต นิรัติศัย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยฝ่ายบริหาร
รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ตลิ่งชัน
โทรศัพท์ 0-2849-7502
โทรสาร 0-2849-7503

ที่ อว 8606/ 3093

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
22 ถนนบรมราชชนนี ตลิ่งชัน
กรุงเทพฯ 10170

19 กันยายน 2562

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์

เรียน ผู้บริหาร ชมรมมิตรภาพจตุจักร

ด้วย นางสาวกฤษณ์ดิศ ทรงวิผล นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ และพื้นที่กิจกรรมสร้างสุข เพื่อผู้สูงอายุยุคใหม่" โดยขอเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ท่าน ขณะดำเนินการขอถ่ายภาพและบันทึกข้อมูล เพื่อนำมาใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา และหากท่านประสงค์จะขอทราบรายละเอียดเพิ่มเติม บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้ นางสาวกฤษณ์ดิศ ทรงวิผล หมายเลขโทรศัพท์ 086-309-7036 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิต นิรัติศัย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยฝ่ายบริหาร
รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ตลิ่งชัน
โทรศัพท์ 0-2849-7502
โทรสาร 0-2849-7503

ที่ อว 8606/ว๐๒๖

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
22 ถนนบรมราชชนนี ตลิ่งชัน
กรุงเทพฯ 10170

๑๙ กันยายน 2562

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์

เรียน นายแพทย์ เฉก ธนะศิริ

ด้วย นางสาวกฤษณ์ดิศ ทรงวิผล นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ และพื้นที่กิจกรรมสร้างสุข เพื่อผู้สูงอายุยุคใหม่" โดยขอเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ท่าน ขณะดำเนินการขอถ่ายภาพและบันทึกข้อมูล เพื่อนำมาใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา และหากท่านประสงค์จะขอทราบรายละเอียดเพิ่มเติม บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้ นางสาวกฤษณ์ดิศ ทรงวิผล หมายเลขโทรศัพท์ 086-309-7036 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิต นิรัติศัย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยฝ่ายบริหาร
รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ยินดีที่ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการใช้ชีวิตของผู้สูงวัย
เพื่อให้เกิดประโยชน์ถึงผู้สูงอายุตัวไปและได้นำไปปฏิบัติ
ด้วยตัวเอง และครอบครัว

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ตลิ่งชัน
โทรศัพท์ 0-2849-7502
โทรสาร 0-2849-7503

ที่ อว 8606/ 3097

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
22 ถนนบรมราชชนนี ตลิ่งชัน
กรุงเทพฯ 10170

๑๙ กันยายน 2562

ภาษณ์

ียน คุณนงลักษณ์ ชัยฤทธิไชย

ด้วย นางสาวกฤษณ์ดิศ ทรงวิผล นักศึกษาระดับปริญ
อกแบบ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์เ
ในที่กิจกรรมสร้างสุข เพื่อผู้สูงอายุยุคใหม่" โดยขอเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ท่าน ขณะดำเนินการ
ขอถ่ายภาพและบันทึกข้อมูล เพื่อนำมาใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา และหากท่านประสงค์จะขอทราบรายละเอียดเพิ่มเติม บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้ นางสาวกฤษณ์ดิศ ทรงวิผล หมายเลขโทรศัพท์ 086-309-7036 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

าสตราจารย์ ดร.สาธิต นิรัติศัย)
บดีบัณฑิตวิทยาลัยฝ่ายบริหาร
ารแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำ
โท
โท

บสนุน

ที่ อว 8606/ ว๑๙๔

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
22 ถนนบรมราชชนนี ตลิ่งชัน
กรุงเทพฯ 10170

๑๙ กันยายน 2562

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์

เรียน คุณกาญจนา พันธุเตชะ

ด้วย นางสาวกฤษณ์ดิศ ทรงวิผล นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ และพื้นที่กิจกรรมสร้างสุข เพื่อผู้สูงอายุยุคใหม่" โดยขอเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ท่าน ขณะดำเนินการขอถ่ายภาพและบันทึกข้อมูล เพื่อนำมาใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา และหากท่านประสงค์จะขอทราบรายละเอียดเพิ่มเติม บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้ นางสาวกฤษณ์ดิศ ทรงวิผล หมายเลขโทรศัพท์ 086-309-7036 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิต นิรัติศัย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยฝ่ายบริหาร
รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ตลิ่งชัน
โทรศัพท์ 0-2849-7502
โทรสาร 0-2849-7503

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร โทรภายใน 31205

ที่ อว. 8606/๑๗๑๑ วันที่ ๑๖ กรกฎาคม 2562

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ท่านในการดำเนินการเกี่ยวกับวิทยานิพนธ์ของนักศึกษา

เรียน อาจารย์ ดร.จิตตรา มาคะผล

ด้วย นางสาวกฤษณ์ดิศ ทรงวิผล นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ และพื้นที่กิจกรรมสร้างสุข เพื่อผู้สูงอายุยุคใหม่" มีความประสงค์จะขอความอนุเคราะห์ท่านเกี่ยวกับข้อมูลมหาวิทยาลัยวัยที่ 3 ศิลปากร ตามรายละเอียด ดังนี้

1.ขอทดลองเครื่องมือวิจัย
2.ขอเก็บรวบรวมข้อมูล ถ่ายภาพ ขอสนทนากลุ่ม
3.ขอสัมภาษณ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษา เพื่อนักศึกษาจะได้นำข้อเสนอแนะที่ได้ไปปรับปรุงคุณภาพเครื่องมือการวิจัยให้มีความเหมาะสมต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิต นิรัติศัย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยฝ่ายบริหาร
รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ที่ อว 8606/ 9730

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
22 ถนนบรมราชชนนี ตลิ่งชัน
กรุงเทพฯ 10170

๒๔ กรกฎาคม 2562

เรื่อง ขอเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์

เรียน ดร.นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์

ด้วย นางสาวกฤษณ์ดิศ ทรงวิผล นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ และพื้นที่กิจกรรมสร้างสุข เพื่อผู้สูงอายุยุคใหม่" มีความประสงค์จะขอเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ เพื่อเป็นแนวทางในการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษา เพื่อนักศึกษาจะได้นำข้อเสนอแนะที่ได้ไปปรับปรุงคุณภาพเครื่องมือการวิจัยให้มีความเหมาะสมต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิต นิรัติศัย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยฝ่ายบริหาร
รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ตลิ่งชัน
โทรศัพท์ 0-2849-7502
โทรสาร 0-2849-7503

ท อว 8606/ ๑๐๖๐

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
22 ถนนบรมราชชนนี ตลิ่งชัน
กรุงเทพฯ 10170

๑๙ กันยายน 2562

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์

เรียน คุณจิตต์สิงห์ สมบุญ

ด้วย นางสาวกฤษณ์ดิศ ทรงวิผล นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ และพื้นที่กิจกรรมสร้างสุข เพื่อผู้สูงอายุยุคใหม่" โดยขอเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ท่าน ขณะดำเนินการขอถ่ายภาพและบันทึกข้อมูล เพื่อนำมาใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา และหากท่านประสงค์จะขอทราบรายละเอียดเพิ่มเติม บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้ นางสาวกฤษณ์ดิศ ทรงวิผล หมายเลขโทรศัพท์ 086-309-7036 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิต นิรัติศัย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยฝ่ายบริหาร
รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ตลิ่งชัน
โทรศัพท์ 0-2849-7502
โทรสาร 0-2849-7503

ปณิธานบัณฑิตวิทยาลัย *"มุ่งส่งเสริม สน*

ภาคผนวก ค

ภาพกิจกรรม

1. งานเลี้ยงปีใหม่ Back To School ชมรมวิ่งมิตรภาพจตุจักร (ภาพไฮไลท์)

2. งานแข่งวิ่งข้ามมหาสมุทร OCEAN TO OCEAN

3. การทัศนศึกษาเมืองปักกิ่ง ประเทศจีน ภาควิชาศิลปะการออกแบบรุ่นที่ 4 คณะมัณฑนศิลป์ ศิลปากร

4. การทัศนศึกษา วิเคราะห์พื้นที่ 5 จังหวัด ภาคใต้ วิชาวิเคราะห์พื้นที่ รุ่นที่ 4 คณะมัณฑนศิลป์ ศิลปากร

5. งานมิตรภาพ ไทย-พม่า ชมรมร่มบินพารามอเตอร์ ทวาย ประเทศพม่า

6. กิจกรรมนอกสถานที่ Su3a “ ทริป ชมสวนเชฟชวนชิม ”

7 ก. ย. 2562 ศูนย์การเรียนรู้การจัดการศัตรูพืชชุมชน กระทุ่มแบน

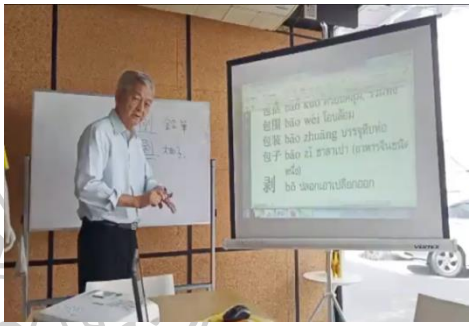
7 . กิจกรรมงานวิ่ง TSURU GAJO MARATHON 2019

มหาวิทยาลัยศิลปากร

กรณีศึกษา (Case Study)

1. ชมรมวิ่งมิตรภาพจตุจักร

2. OPPY Club



3. สมาคมบ้านปันรัก

4. มหาวิทยาลัยที่สาม

5. ศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ เทศบาลนนทบุรี

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ภาคผนวก ง

งานออกแบบสื่อสร้างสรรค์

อายุ
ไม่สำคัญ
ปัจจุบัน
ใจ
[YOUNG]
" วัยรุ่น "
ใจรุ่นCommunity
ใจรุ่น
Community

DATA COLLECTION : Mix Method Research

ที่มา - เครื่องมือ

1. Quantitative Research

วิจัยเชิงปริมาณ 5 เขตพื้นที่ในกทม. ที่มีผู้สูงวัยสูงสุด
แบบสอบถามผู้สูงวัยยุคใหมาอายุ 45+

2. Qualitative Research

2.1 In depth -INTERVIEW

2.1.1 การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้สูงวัยยุคใหม่ 45+
จำนวน 42 คนตามแนวคิด Active Aging

2.1.2 การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านสูงวัย
- ดร. นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์
- ผศ.ดร. คีรีบูน จงวุฒิเวศย์
- ดร. จิตรา มาคะผล
- ผศ.ดร.วีรณัฐ โรจนประภา

2.2 Site - ANALYSIS

ลงพื้นที่ร่วมกิจกรรม สังเกตและสัมภาษณ์ ด้วยการจดบันทึก
- 2.2.1 การศึกษาดูงานประเทศจีน
- 2.2.2 การศึกษาดูงาน 5 จังหวัดภาคใต้
- 2.2.3 งานวิ่งข้ามมหาสมุทร / งานเลี้ยงปีใหม่ชมรมวิ่งมิตรภาพจตุจักร
- 2.2.4 ร่วมทริปงานมิตรภาพไทยพม่า ชมรมพารามอเตอร์ที่ทวาย-พม่า
- 2.2.5 ชมรมคาราโอเกะ บิ๊กซีลาดพร้าว
- 2.2.6 ทริปชมสวนเซฟชวนชิม / Su3a

2.3 Best PRACTICE

การศึกษาดูงานองค์กร และชมรมส่งเสริมกิจกรรมผู้สูงวัย
- 2.3.1 OPPY CLUB
- 2.3.2 ชมรมวิ่งมิตรภาพจตุจักร
- 2.3.3 สมาคมบ้านป้นรัก
- 2.3.4 Su3a
- 2.3.5 ศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุเทศบาลนนทบุรี

สรุป - วิเคราะห์

1. พบว่าผู้สูงวัยยุคใหม่มีแนวคิดที่เปลี่ยนไป
* สุขภาพแข็งแรง
* มีการวางแผนทางการเงิน
* อยากมีส่วนร่วมกับสังคมถึง 41%
สนใจเรื่องสุขภาพ 39%
และการเงิน 20%

2.1.1 พบว่ามีแนวคิดใช้ชีวิตอิสระ
* มีการวางแผนล่วงหน้า
* มีอายุใจน้อยกว่าอายุกายถึง 60%
* อยากทำตัวให้มีประโยชน์
* อยากเรียนรู้สิ่งใหม่
* ใจเป็นสิ่งสำคัญ
* แบ่งประเภทตามไลฟ์สไตล์ได้ 7 แบบ

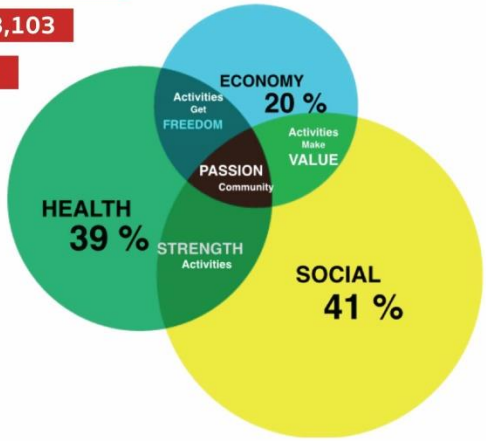
2.2 พบว่า
* ทันโลก มีอิสระ เปิดใจมากขึ้น
* การมีเป้าหมาย อยากทำประโยชน์ให้กับผู้อื่นและตัวเอง

2.3 พบว่า ผู้สูงวัยยุคใหม่
* ทันโลก เปิดระบบความเปลี่ยนแปลง
* สร้างรายได้จากประสบการณ์ ทุนวัฒนธรรม
(ดูงานที่จีน)
* ยังมีที่ติดบ้าน รอลูกหลาน
* การหาความสุขในรูปแบบใหม่ๆ
* มีอิสระ ไม่ติดกับภาระ และแนวคิดเดิม
* สนุก กับ ความท้าทายใหม่ๆ
* อยากทำประโยชน์กับผู้อื่น
* มีความสุขกับการเอาชนะตัวเอง
* ภูมิใจในสิ่งที่คนเห็นคุณค่า
* การออกจากบ้านมีความสุข
* การมีเพื่อน / ทำกิจกรรม
* แลกเปลี่ยน / แบ่งปัน

2.4 พบว่า ผู้สูงอายุยุคใหม่
* มีความสุข ที่เรียนรู้อะไรที่ไม่เคยทำ
* มีเพื่อน แลกเปลี่ยน ได้ทำประโยชน์
* สุขสุดๆกับการมีคุณค่า ได้รับการยอมรับจากลูกหลาน
* กิจกรรมใหม่ๆจะได้รับความสนใจ
* ต้องใส่ใจ เข้าใจความต้องการ
* ต้องการมีคุณค่า และมีประโยชน์
* ความยั่งยืน เกิดจากการสร้างเครือข่าย

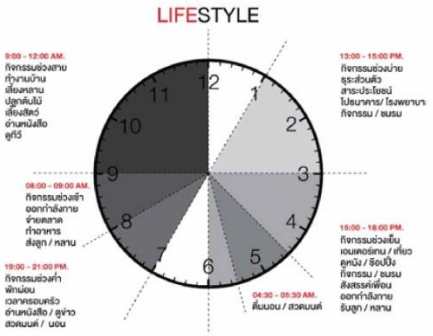
2. Quantitative Research

แบบสอบถามเชิงปริมาณ 5 เขต ผู้สูงวัยสูงสุด



ศึกษาพฤติกรรมและสังคมผู้สูงวัยยุคใหม่

ผลการสำรวจแบบสอบถามเชิงปริมาณพบว่า ผู้สูงวัยยุคใหม่มีแนวคิดและความต้องการอยากมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านสังคมสูงสุด 41% ด้านสุขภาพ 39% และด้านการเงิน 20%



* จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้สูงอายุที่ตรงตามเกณฑ์ (WHO * ACTIVE AGING)

3. Qualitative Research In-depth interview

การวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก

ด้วยคำถามที่มีโครงสร้าง ผู้สูงวัยยุคใหม่ อายุ 45 ปีขึ้นไป พบว่าแนวคิดและไลฟ์สไตล์ผู้สูงวัยยุคใหม่เปลี่ยนไป สุขภาพแข็งแรงมากขึ้น เข้าถึงเทคโนโลยี มีอิสระในการใช้ชีวิต และไม่ขึ้นกับอายุและไม่อยากเป็นภาระหรือพึ่งพาลูกหลาน

* คณะที่ปรึกษา
ผู้เชี่ยวชาญงานวิจัยผู้สูงวัย

ดร.นิธันดร์ จงวุฒิเวศย์
ผศ.ดร.คีรีบูน จงวุฒิเวศย์
ดร.จิตรา มาคะผล

4. In' site analysis

ลงพื้นที่ร่วมกิจกรรม + In depth interview

ชมรมวิ่ง มิตรภาพจตุจักร *งานวิ่งข้ามมหาสมุทร

งานเลี้ยงปีใหม่ "Back to School"

ชมรมพารามอเตอร์ทวาย TRIP

กลุ่มคนร้องคาราโอเกะบิ๊กซี

Su3a University of the 3 Age

5. Best practice

ศึกษาดูงาน + In depth interview สัมภาษณ์เชิงลึก

ชมรมวิ่งมิตรภาพจตุจักร
รวมตัวกันเอง

ประภาวุธ ชาลาอดิศัย
ประธานชมรมวิ่งมิตรภาพจตุจักร

ชมรมวิ่งเก่าแก่ประจำสวนจตุจักร
ที่สืบต่อกันมา 30 ปี
ส่งเสริมการวิ่ง และสร้างมิตรภาพ
ในหมู่นักวิ่ง และคนที่มาออกกำลังกาย
ได้พบปะพูดคุย สังสรรค์กัน

มิตรภาพไม่มีข้อแม้ เป็นเรื่อง
ของใจ ค่าสมาชิกถูกกว่าปันผล
ประธานชมรมเป็นสปอนเซอร์หลัก

OPPY CLUB
เอกชน

สุธีรา จำลองศุกลักษณ์
ครูใหญ่ OPPY CLUB

โรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์
ให้ผู้สูงอายุ เปิดมาแล้ว 18 ปี
ต้องการลดช่องว่างระหว่างวัย
ขจัดความกลัวผู้สูงอายุกับ
เทคโนโลยี (คอมพิวเตอร์)

18 ปีของคลับที่รุ่นแรกก็มีอายุเกิน
100 ความยั่งยืนของคลับ เกิดจาก
ความจริงใจของผู้สอน ที่ทุ่มเท/
เจ้าของที่ให้คุณค่า และความใส่ใจ
เข้าใจความต้องการที่แท้จริง
ถึงแม้มีค่าใช้จ่าย แต่สมาชิกก็ยินยอม

สมาคมบ้านปันรัก
องค์กรไม่หวังผลกำไ

ผศ.ดร.วีรณัฐ โรจนประภา
นักวิชาการด้านสังคมผู้สูงวัย
ผู้บริหารสถาบันคิดใหม่
นายกสมาคมบ้านปันรัก

สมาคมที่เปิดรับผู้สูงวัยได้มา
ร่วมกิจกรรม และแบ่งปัน
เปิดมาแล้ว 4 ปี
ส่งเสริมให้ผู้สูงวัยในเมืองได้ทำกิจกรรม
รู้จักการแบ่งปัน จิตอาสา ไม่มีค่าใช้จ่าย
อยู่ได้เพราะทุกคนช่วยกัน

ไม่ใช้เงินเป็นตัวตั้ง
การแบ่งปัน การสร้างคุณค่า
ให้กับทั้งผู้รับ และผู้ให้ ในบรรยากาศที่
อบอุ่นใกล้ชิด ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

Su3a
องค์กรรัฐ

ดร.จิตรา มาคะผล
หัวหน้าโครงการวิจัยการพัฒนารูปแบบ
มหาวิทยาลัยที่สามคณะศึกษาศาสตร์
ม. ศิลปากร

Su3a เกิดจากงานวิจัยที่ทำการ
ทดลอง และศึกษาเปิดให้สมาชิก
จริงได้เข้าร่วม เปิดมาแล้ว 1 ปี
สร้างเครือข่ายกลุ่มผู้สูงอายุ
ทำขบวนการผู้สูงอายุให้งอกงาม
ส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตัวเอง
สนับสนุนด้านการจัดการและการเรียนรู้

รูปแบบของพื้นที่จะเป็นมหาวิทยาลัย
แต่ให้ผู้เข้าร่วมสนุกที่จะแสดงความ
คิด มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม
สร้างคุณค่าให้กับสมาชิกที่ได้คิดและทำ
นำศักยภาพที่มีนำมาใช้

ใจรุ่น

Community :

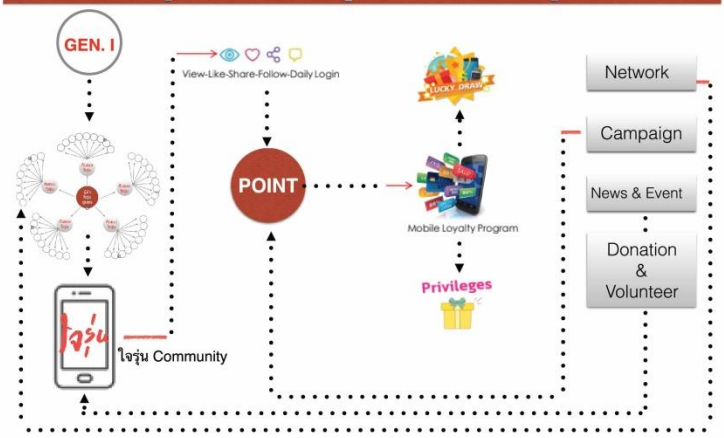
สังคมใหม่ของ “คนใจรุ่น”
NEW ACTIVE AGING COMMUNITY ONLINE

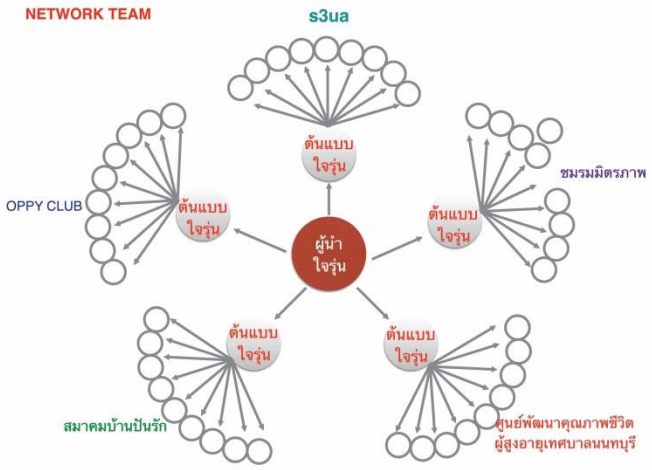
CONCEPT SPACE

OPEN / CHANGE / SHARING

เปิดรับ	แลกเปลี่ยน		แบ่งปัน	
GEN. I	ACTIVITIES WORKSHOPS TRIPS	SPACE EVENTS	CONTENTS SOCIAL HEALTH ECONOMY LIFESTYLE INSPIRATION	PLATFORM FACEBOOK LINE GROUP YOUTUBE CHANNEL

RECRUIT | JOIN | REWARD | RETAIN — OVERVIEW





OBJECTS 1

1. ศึกษาสังคม / พฤติกรรมผู้สูงอายุยุคใหม่

1.1 ทบทวนวรรณกรรม

- แนวคิดผู้สูงอายุที่มีความสามารถ (Active Aging) ของ WHO*
- ทฤษฎีความต้องการของมนุษย์ มาสโลว์
- ทฤษฎีความสุข WE PROMISE เคเนธ เบนจามิน
- แนวคิดความพึงพอใจ พัวทรีนอต และคณะ
- ทฤษฎีกิจกรรม
- แนวคิดความสุข 3 มิติ คีรีบูน และคณะ

1.2 Timeline ความเปลี่ยนแปลง

ในอดีตถึงปัจจุบันผู้สูงวัย

1.3 วิจัยเชิงปริมาณ

แบบสอบถาม 5 เขตพื้นที่ที่มีจำนวน ผู้สูงอายุสูงสุด

1.4 วิจัยเชิงคุณภาพ

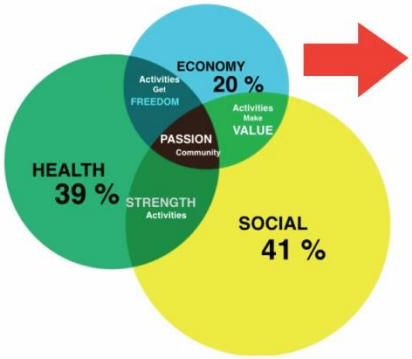
- In-Depth INTERVIEW 42 ผู้สูงวัยยุคใหม่
- Site ANALYSISร่วมกิจกรรม/บันทึก/ สัมภาษณ์
- BEST PRACTICE ศึกษาดูงาน ตัวอย่างที่ดี

Gen. I : Generation Independent

นิยามใหม่ : " คนใจรุ่น "
วัยอิสระ พร้อมทั้งกาย และใจ
ยังอยากสร้างคุณค่าให้ตัวเอง และผู้อื่น

แนวทางการสร้างคุณค่าในการใช้ชีวิต
เปิด . เปลี่ยน . ปัน

ความต้องการของผู้วัยยุคใหม่
พื้นที่สร้างความสุข และ พลังใจ *
(PASSION 'S COMMUNITY)



OBJECTS 2

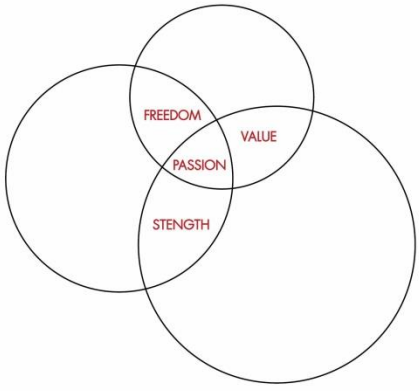
2. แนวทางการออกแบบสื่อสร้างสรรค์

1.1 ทบทวนวรรณกรรม

- Trend การออกแบบศตวรรษที่ 21
- สื่อสร้างสรรค์ยุคใหม่
- จิตวิทยาการใช้สี
- แนวคิดรูปทรงนิยมแนวใหม่

  (Neo Plastnism)

CONCEPT
PASSION 's LIFE



: New Platform

ใจรุ่น Community

ใจรุ่น	RECRUIT	JOIN	RETAIN
MESSAGE	เปิดรับ Open mind : GEN. I เปิดใจ..คนใจรุ่น	แลกเปลี่ยน Change (Play+learn) : Space สนุก / เรียนรู้ / แลกเปลี่ยน	แบ่งปัน Love & Share รัก / แบ่งปัน / ผูกผัน /คุณค่า/ยั่งยืน
MEDIA	1. ใจรุ่น Series 2.Post Ads. เรื่องบันดาลใจ จากคนใจรุ่น -ใจโซเชียล -ใจแอคทีฟ -ใจแฟมมิลี่ -ใจเที่ยว -ใจnature -ใจArt - ใจบุญ	2.1 ปล่อยพลังคนใจรุ่น 2.2 Post Ads. 2.3 Activities 2.3.1 ใจโซเชียล : Siam Update กับป้าตึก 2.3.2 ใจแอคทีฟ : ลองรัน กับครูดัน 2.3.3 ใจแฟมมิลี่ : D-DIY กับพี่หน่อย 2.3.4 ใจเที่ยว : Green Rally กับปู่เกื้อ 2.3.5 ใจ Art& nature : ActArt กับครูแอ็บ 2.3.6 ใจบุญ : Wisdomway กับ อ. อ๊อด 2.4 Live / Review	3.1 Program Royalty * Live * Reviewer 3.2 Trip 3.3 Event 3.4 Clips 3.5 Ads.
CHANNEL		2.1 Social 2.2 Card 2.3 People 2.4 Community Base	People Souvenir Awards

1. ใจรุ่น SERIES
PASSION CLIPS
แรงบันใจจากคนใจรุ่น

ใจโซเชียล

จิตสิงห์ สมบุญ

จากดีไซเนอร์ ไดเรกเตอร์
ชื่อดังสายปาร์ตี้
บอกลาอัลกฮอล์
เปลี่ยนชีวิต
เสพติดการวิ่ง
ตอน 50+

ใจเที่ยว

ป้าแบ็คแพ็ค

จากข้าราชการเกษียณ
เปลี่ยนชีวิต
เป็นแบ็คแพ็คเกอร์
ตอน 60
4 ปี 23 ประเทศ

ใจอาร์ท

มาลี แววเพชร

ครูเกษียณ
เปลี่ยนชีวิต
แข่งขันรายการ
เรียลลิตี้อาหาร
เพื่ออยากอนุรักษ์
ขนมไทยประจำจังหวัด

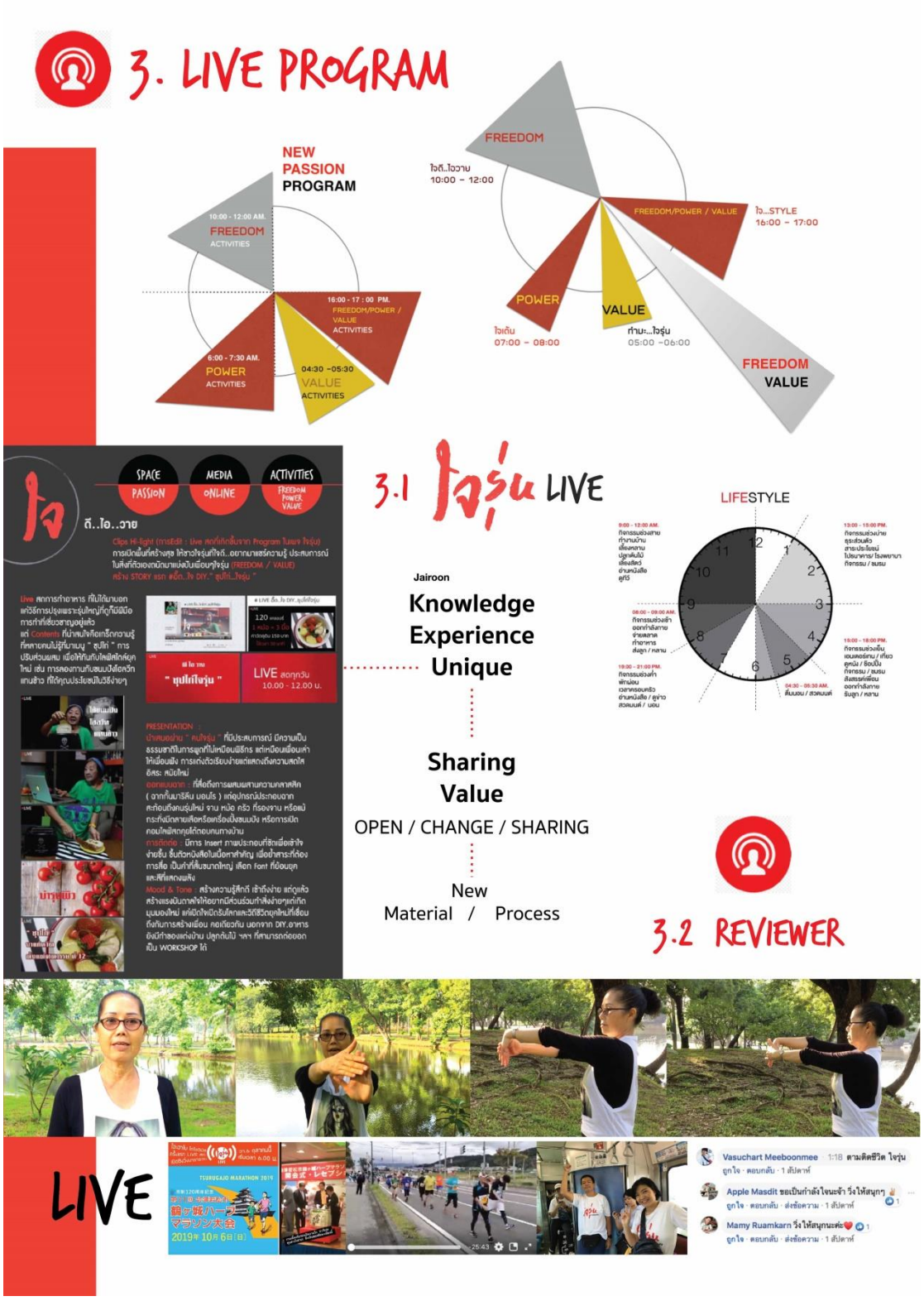
ใจเนเจอร์

ปองพล อดิเรกสาร

จาก รมต.
เปลี่ยนชีวิต
ทำรายการสารคดี
ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
14 ปีที่มีความสุขในทุกทริป

2. POST ADS.
เรื่องบันดาลใจ
จากคนใจรุ่น

- -ใจโซเชียล
- -ใจแอคทีฟ
- -ใจแฟมมิลี่
- -ใจเที่ยว
- -ใจnature
- -ใจArt
- - ใจบุญ


3. LIVE PROGRAM
NEW
PASSION
PROGRAM
10:00 - 12:00 AM.
FREEDOM
ACTIVITIES
16:00 - 17:00 PM.
FREEDOM/POWER /
VALUE
ACTIVITIES
6:00 - 7:30 AM.
POWER
ACTIVITIES
04:30 -05:30
VALUE
ACTIVITIES
FREEDOM
ใจดี..ใจวาย
10:00 - 12:00
FREEDOM/POWER / VALUE
ใจ...STYLE
16:00 - 17:00
POWER
VALUE
ใจเด้น
07:00 - 08:00
ทำมะ...ใจรุ่น
05:00 -06:00
FREEDOM
VALUE
SPACE
PASSION
MEDIA
ONLINE
ACTIVITIES
FREEDOM
POWER
VALUE
ดี..ใจ..วาย
3.1 ใจรุ่น LIVE
LIFESTYLE
Jairoon
Knowledge
Experience
Unique
Sharing
Value
OPEN / CHANGE / SHARING
New
Material / Process
3.2 REVIEWER
LIVE
TSURUGAJO MARATHON 2019
2019年 10月 6日(日)
Vasuchart Meeboonmee
Apple Masdit
Mamy Ruamkarn

OBJECTS 3 การออกแบบสื่อสร้างสรรค์

Design Outcom / Output

RECRUIT

1. Corporate Identity

2. FANPAGE DESIGN

1. ใจรุ่น Series 2. Post Ads.

3. JAI ICON

3.1MEMBER SET
3.1.1 Member Card
3.1.2 JAI BAG
3.1.3 JAI CAP
3.1.4 JAI PIN

JOIN

2. POST AD.

3. MEMBER SET

3.2 T-Shirt ใจแอคทีฟ

3.3 กระบอกน้ำ ใจเนเจอร์
3.4 หมวกใจรุ่น
3.5 ใจบุญ BAG

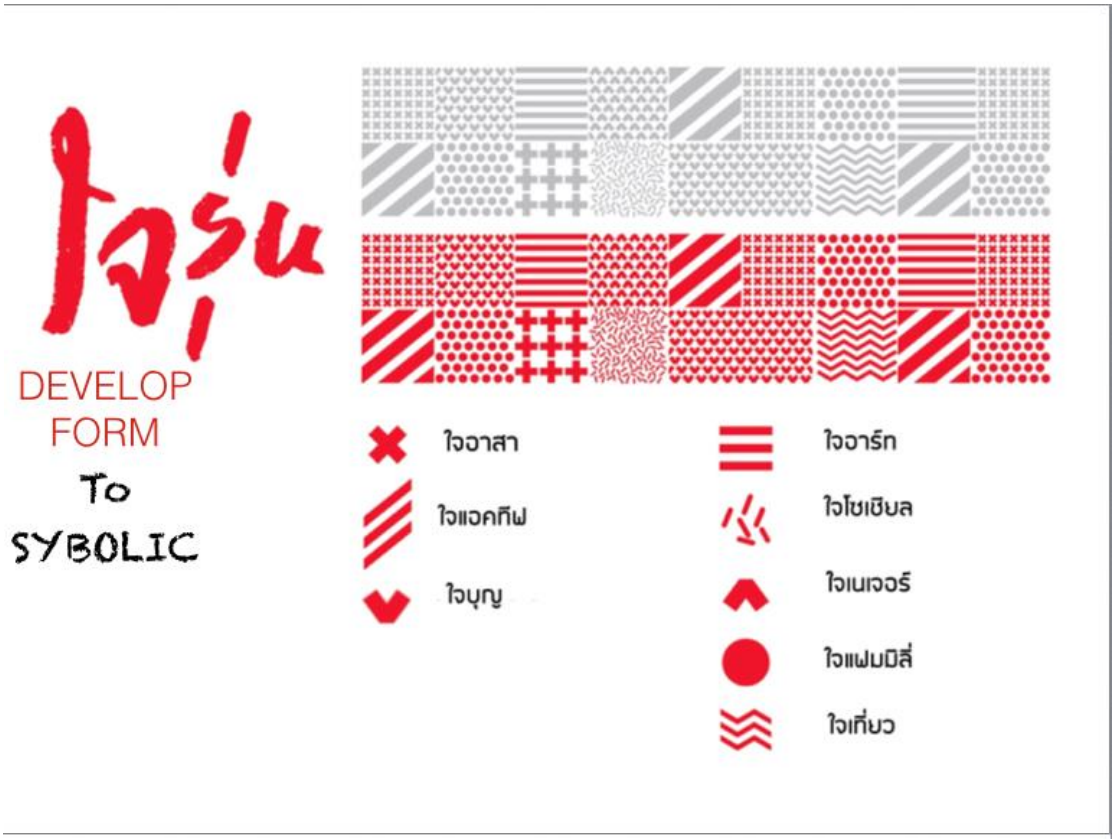
RETAIN

2. EVENT AD.

3. MEMBER SET

3.3 T-Shirt
ใจ Valenteer
ใจ Creator

3.4 กระบอกน้ำใจรุ่น


DEVELOP
FORM
To
SYBOLIC
ใจอาสา
ใจแอคทีฟ
ใจบุญ
ใจอาร์ท
ใจโซเชียล
ใจเนเจอร์
ใจแฟมมิลี่
ใจเกี่ยว

ใจ STUFF
DESIGN
Process
*การร่วมกิจกรรมสะสมใจ Point
เพื่อแลก ใจ Pin

มหาวิทยาลัยศิลปากร

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	กฤษณ์ดิศ ทรงวิผล
วัน เดือน ปี เกิด	17 มกราคม 2518
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
วุฒิการศึกษา	ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
	ปริญญาโท มหาวิทยาลัยศิลปากร
ที่อยู่ปัจจุบัน	110/56 ลาดพร้าว 18 จอมพล จตุจักร กรุงเทพฯ 10900