

การศึกษาเบื้องต้นถึงแนวทางส่งเสริมการใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่าให้ผู้สูงวัยยุคใหม่ ด้วยสื่อสร้างสรรค์*

กฤษณ์ดิศ ทรงวิพล¹ เรืองลดา ปุณยลิขิต²

¹ นักศึกษามหาบัณฑิต ภาควิชาศิลปะการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

² อาจารย์ประจำ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

ประเทศไทยกำลังเข้าสู่ “สังคมผู้สูงวัยอย่างสมบูรณ์” ภายในปีพ.ศ. 2564 จะมีสัดส่วนของ ผู้สูงวัยถึง ร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด เป็นความท้าทายครั้งสำคัญของประเทศ วัตถุประสงค์ของบทความนี้เพื่อการศึกษาเบื้องต้นถึงแนวทางส่งเสริมการใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่าให้ผู้สูงวัยยุคใหม่ด้วยสื่อสร้างสรรค์ โดยแนวคิดของมาสโลว์ และ แนวทางอิคิโก (IHIGAI)

จากการศึกษารายงานชีวิตผู้สูงวัยยุคใหม่ ในเบื้องต้นพบว่า ผู้สูงวัยโดยส่วนใหญ่ล้วนผ่านลำดับความขั้นความต้องการพื้นฐานตามทฤษฎีของมาสโลว์ จากทั้งความต้องการขั้นที่ 1 ทางร่างกาย ขั้นที่ 2 ความต้องการทางความมั่นคงในชีวิต จนเดินทางมาถึงขั้นที่ 3 ของความต้องการความรัก การยอมรับจากครอบครัวและสังคม แต่เมื่อสังคมเปลี่ยนไป การที่ผู้สูงวัยยุคใหม่มีอิสระในการใช้ชีวิต และมีสุขภาพที่ดีขึ้นทำให้การได้รู้คุณค่า ความสามารถในตนเองไปจนกระทั่งถึงการได้รับการยกย่องของสังคมด้วยการมีส่วนร่วมในการทำประโยชน์เพื่อสังคมซึ่งจะบรรลุถึงความต้องการขั้นสูงสุดที่ตนเองมี นั่นคือ คุณค่าที่เกิดจากการทำประโยชน์ให้ส่วนรวม สอดคล้อง กับแนวทางอิคิโก (IHIGAI) เหตุผลแห่งการมีชีวิตอยู่ของชาวญี่ปุ่น ที่ถูกค้นพบในผู้มีอายุยืนเกิน 100 ปี ในการสร้างความสุขให้กับชีวิตทั้งกายและใจด้วยการค้นพบตัวตน ผ่านคำถามที่จะทำให้สามารถรับรู้ถึงคุณค่าในการใช้ชีวิตแต่ละวัน

จากแนวคิดของการใช้ชีวิตที่มีคุณค่าดังกล่าว สู่แนวทางการออกแบบ “สื่อสร้างสรรค์” ด้วย สื่อรูปแบบใหม่ และด้วยหลักของการออกแบบในศตวรรษที่ 21 ที่มุ่งสู่เป้าหมายการออกแบบแนวคิดแห่งความยั่งยืน ด้วยการพัฒนาระบบเพื่อตอบสนอง Eco System ควบคู่กับ Form and Function แนวทางการออกแบบสื่อสร้างสรรค์ รวมถึงการจัดกิจกรรมที่จะสร้างคุณค่าให้ผู้สูงวัย เป็นต้นแบบ ของการสร้างเครือข่ายในระบบ Eco System ที่จะก่อให้เกิดความยั่งยืน ในชื่อ “ใจรุ่น Community” สื่อสร้างสรรค์ที่ได้ถูกพัฒนาจากการศึกษาพฤติกรรมของ ผู้สูงวัยยุคใหม่ ภายใต้แนวคิด Passion life's : I Design การสร้างพื้นที่อิสระบนโลกออนไลน์ที่จะสามารถออกแบบชีวิตในแบบที่ตัวเองต้องการ โดยเลือกเรียนรู้สิ่งๆ ที่ตนเองสนใจตามไลฟ์สไตล์ โดยมีแนวทางการใช้ชีวิตอย่างมีพลัง การรู้คุณค่าในตนเองจากบุคคลต้นแบบใน “ใจรุ่นซีรีส์” ศิลปรวมแนวคิดและวิธีการใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่าของผู้สูงวัยยุคใหม่ในรูปแบบต่าง ๆ ตลอดจนการนำช่วงเวลาที่จิวตรประจำวันมาพัฒนาเป็น โปรแกรมพิเศษเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้สูงวัยจิตอาสาสามาไพล์สด ในกิจกรรมที่ตนเองมีความรู้ประสบการณ์ที่อยากแบ่งปันผ่านการรับชม แสดงความคิดเห็น แบ่งปัน และส่งต่อ และกลายเป็นผลสะท้อนกลับอย่างรวดเร็ว ทั้งการกดไลค์ การคอมเมนต์ หรือการส่งต่อ สร้างทั้งความภาคภูมิใจที่มีคนเห็นคุณค่า ปรับรับนวัตกรรมใหม่ของ “ผู้สูงวัยในศตวรรษที่ 21” ที่เป็นบุคคลที่มีคุณค่า สามารถทำประโยชน์ให้ผู้อื่น ด้วยความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ รวมถึงกรณีศึกษาขององค์กรทั้งรัฐและเอกชนที่ได้สร้างกิจกรรมเป็นแนวทางส่งเสริมคุณค่าให้ผู้สูงวัยในรูปแบบต่าง ๆ โดยมีแกนสำคัญตั้งแต่ การเปิดรับ (Open) ทั้งแนวคิด และวิทยาการสมัยใหม่ที่ทำให้การดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไป จึงต้องมีการปรับเปลี่ยน (Change) ทั้งการเรียนรู้รูปแบบ กิจกรรม และการสื่อสารผ่านสื่อสร้างสรรค์ยุคใหม่และการแบ่งปัน (Share) ส่งต่อแนวคิด และแนวทางการใช้ชีวิตดี ๆ เพื่อสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นในวงกว้างอย่างสร้างสรรค์

คำสำคัญ: ผู้สูงวัยยุคใหม่/ การใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่า/ สื่อสร้างสรรค์

Corresponding author: เรืองลดา ปุณยลิขิต, อีเมล: Rueanglada.pun@gmail.com, โทร: 0991426463

Received: November 21, 2019; Revised: December 13, 2019; Accepted: 26 February, 2020

*วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Methods to Promote a Valuable Life to Active Aging with New Media*

Kritsadis Songviphon¹, Rueanglada Punyalikhit²

¹ Master student in Design Art program, Faculty of Decorative Art, Silpakorn University

² Lecturer, Faculty of Decorative Art, Silpakorn University

Abstract

By 2021, Thailand is entering "The complete elderly society", and the country will have the proportion of the elderly up to 20 percent of the total population which is a significant challenge for the country. The purpose of this article is to conduct a preliminary study on a method to promote a valuable lifestyle for modern older people with creative media which adapted by Maslow's concept and the Ikikai guidelines (IHIGAI).

From the study of the lifestyle of modern older people initially found that most of the elderly have passed the basic needs hierarchy according to the Maslow's theory from the first stage of physical needs, the security needs in life in the second stage until arriving at the 3rd stage of the need for love, acceptance from family and society. However, when society changed, the new generation of seniors are free to live and have better health, makes them aware of their ability. They are recognized by the society to participate in social benefits and the realization of one's own ultimate need which accordance with the Ikikai guideline (IHIGAI), the reason for the Japanese's existence, found in people over 100 years of age to create happiness in life for both physically and mentally by discovering one's self through questions that can recognize the value of daily life.

From the concept of valuable living that brought to the design concept of "Creative media" with new media formats. The principles of design in the 21st century aimed at designing sustainable concepts by developing a system in response to the EcoSystem, together with the Form and Function. The way to design creative media, including activities, will create value for older people as a model of creating a network in the Eco System that will lead to sustainability. "Jai Roon community", a creative media that has been developed from the study of the behaviour of modern older people under the concept of Passion life's: I design, creation of an online free space that can design life the way it wants. By choosing to learn what interested in by lifestyle which brought to the way to live a great life. Also, knowing self-worth from a master in "Jai Roon Series" video clips contain ideas and ways of living a valuable life for the elderly in various ways. As well as bringing the daily activities develops into a unique program as live broadcast by voluntary older people. The live broadcast shows activities that they have knowledge and experiences they want to share through viewing, comments, share and forward and later quickly become a reflection including like, commenting, or forwarding. The program creates both pride and value that refine the concept of "older people in the 21st century" as a valuable person who can make benefits for the society by their knowledge and experiences. Including case studies of both public and private organizations that have created activities is a way to promote the value of older people in various forms. The concept has a vital core ranging from openness (Open) by both concepts and modern technology that make a lifestyle change. Therefore, there must be changing (Change) in the learning of activities pattern, and communication through new creative media, and sharing that forwarding idea and ways of living well in order to create values creatively in the broader world.

Keywords: Active Aging/ Living a Valuable life/ New Creative Media

Corresponding author: Rueanglada Punyalikit, **Email:** Rueanglada.pun@gmail.com, **Tel:** 0991426463

*Thesis of Master of Fine Arts Design Arts, Faculty of Decorative Art, Silpakorn University

บทนำ

ในยุคที่โลกกำลังจะเต็มไปด้วยผู้สูงอายุ การเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในทุกสังคม ทุกเชื้อชาติ ทุกประเทศต้องเตรียมตัวตั้งรับ รวมถึงประเทศไทยที่ในปี 2564 จะก้าวเข้าสู่ “สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์” (Complete aged society) ซึ่งจะมีสัดส่วนของผู้สูงอายุถึง ร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด ถึงแม้ภาครัฐจะเตรียมแผนนโยบายรับมือในทุกมิติ แต่อาจยังไม่สามารถแก้ปัญหาในรอบด้านได้ทันทั่วถึง เนื่องด้วยบริบทสังคมที่เปลี่ยนไป มีผลให้ผู้สูงอายุในวันนี้ มีความแตกต่างจากอดีต ทั้งด้านประชากรศาสตร์จากจำนวนประชากรทั้งหมด 67.5 ล้านคน ในปี 2560 มีผู้สูงอายุถึง 11.3 ล้านคน หรือ 16.7% และสถิติผู้สูงอายุอยู่ลำพัง เพียงคนเดียว หรืออยู่กับคู่สมรสเท่านั้นเพิ่มขึ้นร้อยละ 17 จากปี 2545 เป็นร้อยละ 23.3 ในปี 2560¹ ซึ่งหากจำนวนผู้อยู่ลำพัง หรืออยู่กับคู่สมรสมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นไปอีก ก็จะมีผลต่อการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุในระยะยาว ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงของขนาดครอบครัวที่มีขนาดเล็กลง การแยกบ้านระหว่าง พ่อ แม่ ลูกหลาน หรือปู่ย่า ผู้สูงอายุยุคใหม่มีอิสระในการใช้ชีวิตมากขึ้น ไม่ต้องยึดติดกับลูกหลาน แต่ในทางกลับกันหากขาดแนวทางในการใช้ชีวิตที่มีความสุข ก็อาจมีผลทางจิตใจสู่ภาวะซึมเศร้า และโรคอื่น ๆ ตามมา

ความก้าวหน้าทางการแพทย์มีผลให้ผู้สูงวัยมีแนวโน้มที่อายุยืนขึ้นเรื่อย ๆ จนถึงวันที่การมีอายุ 100 ปี จะกลายเป็นเรื่องปกติ ปี 2560 ที่ผ่านมามีจำนวนผู้มีอายุเกิน 100 ถึง 9,041² คน ถือเป็นอีกความท้าทายในวันที่เราจะมีชีวิตยืนยาวขึ้น สัดส่วนในชีวิตผู้สูงอายุเปลี่ยนไป

การเข้าสู่สังคมไร้อายุ คนวัดกันที่ใจเป็นส่วนสำคัญที่สุด ในการสร้างพลังขับเคลื่อนให้ผู้สูงอายุในรูปแบบวิถีชีวิตยุคใหม่ที่ต้องก้าวข้ามมโนทัศน์เดิมที่ยึดอายุ 60 ปี และการเกษียณอายุการทำงาน เป็นสิ่งบ่งชี้ความสูงวัยที่ต้องเป็นวัยพักผ่อนอ่อนแรงไปตามการเปลี่ยนแปลงของร่างกายที่ต้องมีลูกหลานดูแล ซึ่งเริ่มส่อแววเป็นไปได้ยากในสังคม

ปัจจุบันแนวทางที่สามารถแก้ปัญหาได้จริง ต้องเริ่มที่ผู้สูงอายุเองจะต้องรู้คุณค่าในตนเอง เปลี่ยนความคิด เปิดใจยอมรับความเปลี่ยนแปลง รวมถึงสังคมที่ต้องมองในมุมใหม่ เห็นคุณค่าและให้โอกาส ส่งผลให้ผู้สูงอายุได้มองเห็นชีวิตที่มีคุณค่า ค่าที่เกิดจากวิถีชีวิตใหม่ที่ทุกคนสามารถ ออกแบบเองได้ สู่แนวทางการออกแบบสื่อสร้างสรรค์ ในรูปแบบใหม่ที่จะเป็นพื้นที่ส่งเสริมให้ผู้สูงอายุรู้คุณค่าในตนเอง

นิยาม และ แนวคิดผู้สูงอายุยุคใหม่

การให้นิยาม “ผู้สูงอายุในอดีต” จะถูกเรียกจากการมองความเปลี่ยนแปลงทางกายภาพผมหงอก ผิวเริ่มเหี่ยว หลังโก่ง หูตึง หรือเรียกว่า คนแก่ ผู้เฒ่า หรือ “คนชรา” ที่มีความหมายตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ว่าแก่ด้วยอายุทรุดโทรม ด้วยความหมายไม่ดี ต่อมาจึงมีการเปลี่ยนเรียกว่า “ผู้สูงอายุ” หมายถึง ผู้สูงทั้งอายุ วัยวุฒิ คุณวุฒิ และประสบการณ์ที่ตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 กำหนดให้บุคคลสัญชาติไทย³ ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ถือเป็น “ผู้สูงอายุ” ที่เกษียณอายุราชการ (หมดอายุการทำงาน) โดยกำหนดจากความเปลี่ยนแปลงทางกายภาพที่ร่างกายเสื่อม ไม่สามารถทำงานได้มีประสิทธิภาพควรได้รับการพักผ่อน และดูแลจากลูกหลาน โดยได้สวัสดิการ

จากรัฐเป็นเงินบำนาญ และเบี้ยเลี้ยงชีพ เป็นที่มาของมโนทัศน์ผู้สูงอายุในอดีต

แต่เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไปความเจริญทางการแพทย์ ทำให้ผู้สูงอายุแข็งแรงขึ้นมีศักยภาพเกินขีดจำกัดตามอายุที่กำหนด องค์การอนามัยโลกได้เสนอแนวคิด Active Aging⁴ (ผู้สูงอายุที่มีความสามารถ) เพื่อแก้ปัญหาประชากรผู้สูงอายุที่กำลังเพิ่มมากขึ้น โดยปรับเปลี่ยนแนวคิดพื้นฐานที่จำเป็นโดยใช้หลักการมีเสรีภาพ หลักการมีส่วนร่วม (Participation) การได้รับการดูแล (Care) การบรรลุความพึงพอใจในตนเอง (Self-Fulfillments) และมีศักดิ์ศรี (Dignity) ในกรอบนโยบายของการเป็นผู้สูงอายุที่มีความสามารถ (Active Aging) ดังนี้ ได้แก่

1) สุขภาพ (Health) หากมีสุขภาพที่แข็งแรงจะเป็นอิสระ และพึ่งพาตนเองได้

2) การมีส่วนร่วม (Participation) การได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมครอบครัว ชุมชนคนและสังคมจะทำให้เกิดความรู้สึกมีคุณค่า มีศักดิ์ศรีสามารถเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของบุตรหลานทำให้สุขภาพจิตดี ส่งผลให้สุขภาพกายดีไปด้วย

3) ความมั่นคง (Security) การที่ผู้สูงอายุมีความปลอดภัยทั้งด้านร่างกาย จากที่อยู่อาศัยที่ปลอดภัย รวมถึงสถานที่ต่างๆ ที่ไปใช้บริการตลอดจนมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สร้างความมั่นใจในการใช้ชีวิตตอนปลาย

ในประเทศไทย ยังไม่มีการบัญญัติความหมายของ Active Aging หรือนิยามผู้สูงอายุยุคใหม่ อย่างเป็นทางการ แต่มีการใช้สื่อความหมายเดียวกันอย่างการใช้คำว่า “พุดพลัง” ของสถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.) และมูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนา

ผู้สูงอายุไทย (มส.ผส.) ในความหมายว่าเป็นพลังของการเป็นผู้สูงอายุ ในขณะที่กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ใช้คำว่า “วุฒิปลัง” และในงานวิจัยหลายเรื่อง นักวิจัยใช้คำว่า “พุดพลัง” “วุฒิวัย” และ “ผู้สูงอายุที่มีศักยภาพ” รวมความแล้วต่างมีความหมายเดียวกันกับ Active Aging ซึ่งในบทความนี้ก็จะใช้ในความหมายของ “ผู้สูงอายุยุคใหม่” เช่นกัน



ภาพที่ 1 ถ่ายโดย กฤษณดิศ ทรวงวิผล เมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562

แนวคิดของผู้สูงอายุยุคใหม่ ที่เน้นการตลาดได้ทำการวิจัยพบว่า ด้วยการมีชีวิตที่ยืนยาวขึ้นด้วยสุขภาพที่ดีขึ้น การเป็นผู้สูงอายุกลายเป็นจุดเริ่มต้นของชีวิตใหม่ มีอิสระในการใช้ชีวิตที่เลือกได้ถือเป็น The Grand Age Consumer คือ การมีความสุขไร้กังวล บริบทใหม่ในการใช้ชีวิตในการทำสิ่งที่ไม่เคยประสบการณ่มาก่อน จึงมีความแตกต่างจากผู้สูงอายุในอดีตจากความเข้าใจเดิมของสังคมที่เกษียณอายุแล้วที่ไม่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจเพราะมโนทัศน์เดิมของการกำลังเข้าสู่ “ช่วงสุดท้ายของชีวิต” เป็นชีวิตที่ไม่จับจ่าย เพราะไม่มีรายได้ แต่ในปัจจุบันมีการขยายอายุการทำงานทั้งทางราชการ และเอกชนตลอดจนมีรูปแบบการลงทุนหรือการสร้างรายได้

ที่ไม่จำกัดด้วยอายุ ที่ผู้สูงวัยยุคใหม่สามารถวางแผน และเริ่มต้นในการสร้างรายได้

ซิลิคอน วอลลีย์ ศูนย์กลางธุรกิจ Start Up ระดับโลกได้ต้อนรับผู้สูงวัยประชุม เสวนาธุรกิจ Start Up ในงาน ประชุม Silicon Valley Boomer Venture Summit ที่ก่อตั้งในปี 2004 โดยได้รับการสนับสนุนจากสมาคมผู้เกษียณอายุของสหรัฐอเมริกา (AARP) เป็นการรวมผู้เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรม นักออกแบบ และผู้ประกอบการ เพื่อค้นหาทิศทางธุรกิจ การออกแบบผลิตภัณฑ์ และบริการสำหรับกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ เป็นกลุ่มผู้บริโภคขนาดใหญ่ที่ทรงอิทธิพล ตามแนวคิดเศรษฐกิจอายุวัฒน์ (Longevity Economy) ของเอเอพี มูลนิธิคอฟฟ์แมน (Kauffman Foundation) ได้เปิดเผยผลสำรวจธุรกิจ และสตาร์ทอัพในปี 1996–2014 พบว่า กลุ่มชาวอเมริกันอายุ 55–64 ปี ที่เริ่มทำธุรกิจใหม่มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นมากกว่ากลุ่มวัย 20-30 ปี และเกือบ 1 ใน 4 ของธุรกิจเกิดใหม่ในปี 2012 ล้วนก่อตั้งโดยผู้ประกอบการอายุ 55 ปี หรือมากกว่านั้น⁶ ในประเทศไทย คุณเมธาวี อ่างทอง เริ่มธุรกิจเสื้อผ้าชื่อ Black Sugar ในวัย 57 ปี พัฒนาแบรนด์จนมีชื่อเสียงระดับนานาชาติ นำผลงานสู่ Runway MQ Vienna Fashion Week ประเทศออสเตรีย ในช่วงเวลานานถึง 5 ปี ที่ผลักดันจนถึงในวัย 62 ปี จากที่เคยใฝ่ฝันอยากเรียนศิลปะในวัยเด็ก แต่ไม่มีโอกาสเพราะฐานะทางบ้านไม่ดี และเข้าสู่ชีวิตการทำงานในอาชีพรับราชการ ในแผนกการเงินวิทยาลัยเทคนิคสุพรรณบุรีแต่ไม่เคยทิ้งฝัน กลับมาเรียนศิลปะด้านการออกแบบจนจบปริญญาโทในวัย 55 ปี และเริ่มสร้างแบรนด์สินค้าเสื้อผ้าของตัวเองในวัย 57 ปี ด้วยแนวคิดที่ว่าไม่มีอะไรที่สายเกินไป

มุ่งมั่นทำสิ่งที่ชอบโดยไม่เอามาเป็นอุปสรรค และไม่ล้มความเป็นตัวเอง ซึ่งปัจจุบันนอกจากเป็นเจ้าของแบรนด์เสื้อผ้าแล้ว ยังต่อยอดสร้างแบรนด์ด้านความงามทั้งผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับผิว และผมด้วย⁷

จากตัวอย่างข้างต้นจะพบว่าผู้สูงวัยมีแนวคิดในการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไปจะทำให้เราเห็นการนิยามผู้สูงวัยยุคใหม่ในมุมมองที่เปลี่ยนไปจากการสื่อความหมายถึงความเสื่อมของร่างกายกลับเป็นการสื่อความหมายของการให้คุณค่า ที่สังคมไม่ได้ใช้ตัวเลขในการตัดสินผู้สูงวัยอีกต่อไป เราจึงได้เห็น “อาวูโส” หรือ “รุ่นใหญ่” ที่หมายถึงวัยหรือรุ่นที่เปี่ยมไป ด้วยความรู้ ประสบการณ์ และที่ได้รับการยอมรับจากคนในรุ่นหรือวัยอื่น ๆ จากสื่อต่าง ๆ พฤติกรรม และการใช้ชีวิตในสังคมผู้สูงวัยยุคใหม่

พฤติกรรม และการใช้ชีวิตในสังคมผู้สูงวัยยุคใหม่

“อายุ” เป็นเพียงตัวเลข สิ่งสำคัญที่สุดต่ออยู่ ที่ใจ มีการเก็บผลสำรวจในประเทศเดนมาร์ก จากกลุ่มตัวอย่าง 1,470 คน อายุ 20-97 ปี เพื่อวัดอายุจริง (Chronological Age) กับ “อายุใจ” (Subjective Age) กลุ่มตัวอย่าง 40 ปีขึ้นไป คิดว่าตัวเองเด็กกว่าอายุจริง ในขณะที่อเมริกา มองว่าตัวเองอ่อนกว่าอายุจริง และมีความพึงพอใจในชีวิตส่วนประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มที่มองอายุใจต่ำกว่าอายุจริงถึง 90% มีเพียง 8% ที่มองอายุใจ เท่ากับอายุจริง และ 2% อายุใจมากกว่าอายุจริง⁸ ซึ่งสอดคล้องกับการสำรวจของอิปโซสส์ (Ipsos) “Getting Older—Our Aging world” พบว่า ผู้สูงวัยทั่วโลกรู้สึกว่าคุณค่าของตัวเองเด็กกว่าอายุจริงถึง 9 ปี และสนใจที่จะเรียนรู้อะไรใหม่ ๆ มองการเกษียณเป็นการเริ่มต้นชีวิตใหม่ ในปี ค.ศ. 2018 พบว่า ผู้สูงวัย

เข้าถึงอินเทอร์เน็ตถึง 1.2 ล้านคน เติบโตจากปี 2008 ถึง 100% ซึ่งในตอนนั้นเข้าถึงเพียง 1% ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้คุยกันกับคนในครอบครัว

จากเดิมที่สังคมมองว่าผู้สูงอายุไม่ต้องการเรียนรู้ อยู่บ้านเลี้ยงหลานไม่เรียนรู้สิ่งใหม่ สิ่งเหล่านี้เป็นความเชื่อที่ผิดเพราะผู้สูงอายุยุคใหม่ ต้องการเริ่มต้นชีวิตใหม่หลังวัยเกษียณไม่ต้องการอยู่บ้าน ต้องการเรียนรู้สิ่งใหม่ ต้องการท่องเที่ยวที่สำคัญและอยากมีรักครั้งใหม่

ส่วนกิจกรรมยอดนิยมที่ผู้สูงอายุชอบ 6 อันดับแรก คือการออกกำลังกาย การท่องเที่ยว ปลูกต้นไม้ ปลูกผัก ชอบสังคมเยี่ยมญาติ เดินออกกำลังกาย บ่งบอกถึงความคำนึงถึงสุขภาพ ธรรมชาติ ความสัมพันธ์กับคนที่รัก และการเรียนรู้หาประสบการณ์ใหม่ และร่วมกิจกรรมชุมชน ความต้องการ ความสงบด้วยการนั่งสมาธิ หรือ การผ่อนคลายด้วยธรรมชาติอย่างการสปา การทำกิจกรรม ใช้เวลากับเพื่อนและครอบครัว หาประสบการณ์ใหม่ และท่องเที่ยว⁹

จากภาพรวมจากผลสำรวจทั้งต่างประเทศ และประเทศไทยจะเห็นว่าผู้สูงอายุยุคใหม่ มีแนวคิด พฤติกรรมการใช้ชีวิตต่างจากในอดีต ด้วยปัจจัยหลายอย่าง ทำให้ความหมายหรือนิยามของ ผู้สูงอายุได้ถูกมองในมุมใหม่ เกิดการยอมรับในสังคมโลก ที่เห็นคุณค่าผู้สูงอายุมากขึ้น และการก้าวขึ้นเป็นกลุ่มเป้าหมายใหญ่ในตลาดที่มีทั้งเวลาและกำลังซื้อ ความท้าทายของผู้สูงอายุยุคใหม่ที่จะวางแผนในการใช้ชีวิตอย่างไร ในช่วงเวลาของชีวิตที่ยาวขึ้น กลายเป็น “วัยอิสระ” ที่เริ่มต้นจะลองเรียนรู้

การใช้ชีวิตที่มีคุณค่าของผู้สูงอายุ

แนวทางการใช้ชีวิตที่มีคุณค่า ถือเป็นหนึ่งในกุญแจ สำคัญในการไขปัญหาของสังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) เพราะการเดินทางของชีวิตของ

ผู้สูงอายุ เดินทางผ่านประสบการณ์การเรียนรู้ ความต้องการต่าง ๆ มากมาย ตามทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการ (Maslow's Hierarchy of Needs Theory) เหตุจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรม เรียงไปตามลำดับชั้นความต้องการขั้นพื้นฐาน จนถึงความต้องการที่ซับซ้อน อันได้แก่ 1) ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) ความต้องการพื้นฐานเพื่อความอยู่รอด ได้แก่ อากาศ น้ำ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค การพักผ่อน เป็นต้น 2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety and Security Needs) ความต้องการด้านความปลอดภัย ความมั่นคงในชีวิต หน้าที่การงาน 3) ความต้องการความรัก และการยอมรับ (Love and Belonging Needs) ความต้องการความรัก และการยอมรับจากสังคม โดยการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น 4) ความต้องการยกย่อง นับถือ (Esteem Needs) แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือการนับถือตัวเอง (Self-Respect) ความต้องการความเชื่อมั่นว่า ตนเองสามารถและทำได้ และต้องการได้รับการยกย่องจากผู้อื่น (Esteem from others) ต่อต้องการมีชื่อเสียง และการยอมรับจากผู้อื่น 5) ความต้องการที่จะบรรลุศักยภาพสูงสุดที่ตัวเองมี (Self-actualization Needs) ถ้าความต้องการในลำดับขั้นก่อน ๆ ทำให้เกิดความพึงพอใจอย่างมีประสิทธิภาพก็จะเข้าถึงความสามารถสูงสุดที่ตนมี โดยมุ่งประโยชน์ต่อผู้อื่นและสังคมเป็นสำคัญ

จากงานวิจัยแนวทางส่งเสริมการใช้ชีวิตที่มีคุณค่าและมีความสุขของผู้สูงอายุในอาเซียน พบว่า ผู้สูงอายุที่มีความสุขในทุกประเทศส่วนใหญ่ ล้วนเดินทางผ่านความต้องการของมาสโลว์จนมาถึงลำดับขั้นที่ 3 ที่ได้รับความรักและเอาใจใส่จากครอบครัว มีเพื่อนและมีสัมพันธภาพที่ดีกับ

คนในชุมชนจนก้าวไปสู่ขั้น 4 และขั้นสูงสุดที่ต้องการให้สังคมยอมรับ ความสุขที่ยังรู้ว่าตนเองมีคุณค่า ได้ช่วยเหลือผู้อื่นและทำตัวให้เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น เช่น การจัดเวรไปถวายอาหารพระ การเป็นหมอยาสมุนไพรรักษาโรค เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางอิคิไก (IHIGAI)¹⁰ เหตุผลของการมีชีวิตอยู่ คุณค่าที่เราสามารถรับรู้ ได้ในชีวิต ผ่านการรู้สึกตัว และค้นพบตัวตน ผ่านหลักการ 4 ข้อ คือ

- 1) อะไร คือ สิ่งที่คุณรักที่จะทำ
- 2) อะไร คือ สิ่งที่สร้างรายได้ให้กับคุณ
- 3) อะไร คือ สิ่งที่โลกต้องการ
- 4) อะไร คือ สิ่งที่คุณมีทักษะ และทำได้ดี

เมื่อผู้สูงวัยนำหลักอิคิไก ในการดำเนินชีวิต จะมองเห็นความงดงาม และคุณค่าในแต่ละวันของชีวิตที่แดน บิวท์เนอร์ (Dan Buettner) นักวิจัยและผู้เชี่ยวชาญ ได้รับรู้จากการพูดคุยกับผู้สูงวัยไม่ว่าจะเป็นชาวประมงอายุ 100 ปี ที่ค้นพบอิคิไกจากการออกไปตกปลาที่ครอบครัวย้ายไปดลละ 3 ครั้ง หรือ หญิงชราวัย 62 ปี ที่รู้สึกถึงอิคิไก ในระหว่างที่อุ้มหลาน ถือเป็นความลับของชาวญี่ปุ่นที่ดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุขเกินร้อยกว่าปี เพราะแนวโน้มของการมีชีวิตของคน ต่อไปจะมีระยะเวลาที่ยืนยาวขึ้น หากผู้สูงวัยเปิดรับ และสามารถปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม และโลกยุคใหม่ ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกมีอิสระ มีพลังกายและพลังใจ มีความสุขในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสังคมในรูปแบบที่ตนเองต้องการ ดังแนวคิด Active Aging เป็นที่มาของนิยามใหม่ “คนใจรุ่น” (คนใจ Young วัยรุ่น) ที่หมายถึง ผู้สูงวัยยุคใหม่ หรือ Gen I. (Generation Independent) มโนทัศน์ใหม่ ของรุ่นที่ไร้อายุกาย แต่วัดกันด้วยอายุใจ เต็มไปด้วยพลัง รู้คุณค่าในตนเอง มีอิสระสนุก

ที่จะเรียนรู้ และหาประสบการณ์ใหม่ ในปัจจุบัน นอกเหนือจากการจัดตั้งโรงเรียนผู้สูงอายุและศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในเขตต่าง ๆ ตามนโยบายของรัฐบาลในแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545–2564) ที่ส่งเสริมให้ผู้สูงวัยเป็นหลักชัยของสังคม มีสุขภาพที่ดีทั้งกายและใจ อยู่อย่างมีคุณค่า มีศักดิ์ศรี พึ่งตัวเองและมีส่วนร่วมทางสังคมนั้น อาจยังไม่รองรับในปริมาณผู้สูงวัยที่เพิ่มขึ้น และความต้องการในการเรียนรู้ในสิ่งใหม่ นอกเหนือจากประสบการณ์ที่มีที่จะสร้างคุณค่าให้กับตัวเองและเมื่อถึงยุคที่เทคโนโลยีและการใช้ชีวิตเป็นหนึ่งเดียวกัน การสร้างโลกหรือพื้นที่ที่จะสร้างประสบการณ์และการเรียนรู้รูปแบบใหม่ ก็นับเป็นสิ่งท้าทายสำหรับนักออกแบบที่จะสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมคุณค่าในการใช้ชีวิตให้ผู้สูงวัยยุคใหม่

การออกแบบสื่อสร้างสรรค์สำหรับผู้สูงวัย

“สื่อสร้างสรรค์” คือ สื่อที่ใช้การนำข่าวสารใดๆ สู่เป้าหมายที่สร้างสรรค์ด้วยกระบวนการหรือ วิธีการนำเสนอที่น่าสนใจที่มีความคิดสร้างสรรค์ หรือที่มักคุ้นเคยกันในนาม “New Media” รูปแบบการติดต่อสื่อสาร ทั้งของบุคคลและสื่อถูกแปลง โดยใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดการสะท้อนกลับ หรือการดำเนินการ เป็นการรวมระหว่างเทคโนโลยีและการสื่อสารการออกแบบ โดยมุ่งเน้น 2 ส่วนหลัก 1) การแพร่กระจายของข่าวสาร สื่อใหม่ที่มีจุดเด่นในการแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว จากผู้ส่งสาร 1 คนกระจายไปทั่วโลก 2) ลักษณะข่าวสารข้อมูลสามารถใช้งานร่วมกันกันได้ระหว่างผู้เผยแพร่ และผู้ใช้ข้อมูล เช่น การส่งคลิปวิดีโอไปบนเว็บไซต์ที่มีบริการให้ดาวน์โหลดและอัปโหลด เช่น youtube.com ผู้เข้าชม

สามารถนำวิดีโอไปตัดต่อเพิ่มเติมได้ ทำให้ผู้ใช้งานสามารถเป็นผู้ผลิตได้

จากงานวิจัยสื่อกับผู้สูงวัยพบว่า ผู้สูงวัยยุคใหม่มีพฤติกรรมการใช้สื่อเปลี่ยนไป โดยมีการใช้งานสื่อออนไลน์เป็นอันดับ 1. คือไลน์ ถึงร้อยละ 50 อันดับ 2. สื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 24 และอันดับ 3. เฟสบุ๊ค (Facebook) ร้อยละ 16¹¹ ดังนั้นการออกแบบสื่อสร้างสรรค์จึงใช้พื้นที่โดยมีเครื่องมือสื่อสารทางออนไลน์เป็นหลักสำคัญ เพื่อสื่อสารถึงผู้สูงวัยในวงกว้าง และมีการตอบสนองได้อย่างรวดเร็ว ทั้งทางไลน์ และเฟสบุ๊ค

โดยนำหลักการออกแบบในศตวรรษ 21 (Principles of Design for The 21st Century) ที่ได้ถูกปรับเปลี่ยนเพื่อสู่เป้าหมายแห่งความยั่งยืน (Sustainable) ข้อตกลงร่วมกันระหว่างสหประชาชาติ ให้สื่อเป็นกระบวนการหลักของโลก ที่งานออกแบบ ศตวรรษที่ 21 จะไม่ใช่แค่ Element of Art and design อีกต่อไป แต่จะเป็นการพัฒนา System, cycle หรือ supply chain เพื่อตอบสนอง Eco System ที่จะสร้างความยั่งยืน ดังนั้นการออกแบบสื่อสร้างสรรค์สำหรับผู้สูงวัยยุคใหม่จึงไม่ได้เป็นเพียงแค่อีเมล ที่มีหน้าที่สื่อสารให้ความรู้ หรือแรงบันดาลใจ แต่เป็นการก้าวสู่การออกแบบชุมชนรูปแบบใหม่ผ่านช่องทางออนไลน์ (New Community online) ที่จะสร้างความสุขให้เกิดขึ้นได้อย่างยั่งยืน เชื่อมความสัมพันธ์อันดี ส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยียุคใหม่ เพื่อขยายและต่อยอดได้อย่างทั่วถึง

โดยมีกระบวนการออกแบบสื่อสร้างสรรค์ในรูปแบบ Eco System หรือ Design for Community ได้ทำการศึกษาจากแนวปฏิบัติที่ดีขององค์กร (Best Practice) ทั้งภาครัฐ และเอกชน เพื่อเห็นโครงสร้างแนวคิดการจัดการ

กระบวนการ ในการสร้างคุณค่าให้ผู้สูงวัยยุคใหม่ผ่านกิจกรรม เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ โดยคัดเลือกทำการศึกษา 5 องค์กรชั้นนำระดับประเทศ ที่มีระยะการดำเนินการ 1 ปีขึ้นไป เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหาร หรือหัวหน้าฝ่ายปฏิบัติการ และลงพื้นที่สังเกตการณ์ เพื่อได้แนวทางที่เป็นประโยชน์ ดังนี้

1) ชมรมคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต เพื่อผู้สูงวัย (OPPY CLUB) โรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ ให้ผู้สูงอายุ แห่งแรกของประเทศไทย องค์กรเอกชนที่เปิดมาแล้วถึง 18 ปีโดยมีจุดประสงค์ เพื่อต้องการลดช่องว่างระหว่างวัย ขจัดความกลัวผู้สูงอายุกับเทคโนโลยี (คอมพิวเตอร์) คุณสุธีรา จำลองศุภลักษณ์ ครูใหญ่ OPPY CLUB กล่าวถึงเบื้องหลังของความยั่งยืนของชมรมเกิดจากแนวคิดที่ให้คุณค่า ของผู้ก่อตั้งชมรม ความจริงใจของผู้สอน ถึงแม้ในจุดเริ่มต้นอาจจะยากในการเรียนรู้เทคโนโลยีของผู้สูงอายุ ที่ต้องใช้เวลาแต่ด้วยความตั้งใจและเปิดรับในการเรียนรู้ และความรู้สึกไม่อยากตกยุค และอยากมีคุณค่าที่สามารถสื่อสารกับลูกหลานและทันโลกยุคใหม่ จนปัจจุบันสมาชิกรุ่นแรกมีอายุเกิน 100 ก็ยังกลับมาอัปเดตความรู้ใหม่ ๆ ที่ชมรมเสมอ

2) ชมรมวิ่งมิตรภาพจตุจักร ชมรมวิ่งเก่าแก่ประจำสวนจตุจักรที่ยาวนาน 30 ปี ที่มีเป้าหมายส่งเสริมการวิ่ง และให้คนออกกำลังกายมาพบปะพูดคุย แลกเปลี่ยน สังสรรค์ คุณประภาวุธ ชาติลาอดิศัย ประธานชมรมวิ่งมิตรภาพจตุจักร กล่าวถึง ที่มาของชมรมที่ก่อตั้งขึ้นจากมิตรภาพของนักวิ่ง และผู้มาออกกำลังกายที่สวนจตุจักร มารวมตัวกัน เกิดเป็นพื้นที่ การแบ่งปัน แลกเปลี่ยน อย่างมีความสุขและสร้างสรรค์ ทั้งความรู้ และประสบการณ์ที่ไม่มีเส้นแบ่งอายุ

สถานะภาพ หรือ อาชีพ และร่วมกันทำประโยชน์
สู่สังคมสืบต่อกันมาถึง 30 ปี

3) สมาคมบ้านปันรัก องค์กรไม่แสวงหาผล
กำไร เปิดรับผู้สูงวัยมาร่วมกิจกรรม และ
แลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ เป็นจิต
อาสาโดยไม่มีค่าใช้จ่าย ดำเนินการมา 4 ปี ด้วย
การร่วมด้วยช่วยกันของทุกคน ผศ.ดร.วีรณัฐ
โรจนประภา นายกสมาคมบ้านปันรัก กล่าวว่า
บ้านปันรัก ไม่ได้ใช้เงินเป็นตัวตั้ง แต่สร้างคุณค่า
ให้กันและกัน สมาชิกที่นี่เรียนรู้ที่จะเป็นทั้งผู้ให้
และเป็นผู้รับ ในบรรยากาศที่อบอุ่น และใกล้ชิด
กัน เพราะแนวทางการใช้ชีวิตที่มีคุณค่าของ
ผู้สูงอายุ ต้องเริ่มเปลี่ยนแนวคิด ปรับจาก
“ภาระ” ให้เป็น “พลัง” พร้อมสร้างประโยชน์
ให้กับตนเอง และผู้อื่น

4) มหาวิทยาลัยวัยที่ 3 มหาวิทยาลัย
ศิลปากร (Su3a) สถาบันการศึกษาภาคผู้สูงวัย
ดำเนินการมาแล้วกว่า 1 ปี Su3a เกิดจาก
งานวิจัยที่ศึกษาจาก แนวปฏิบัติที่ดีจาก
ต่างประเทศ และเริ่มทำการทดลอง โดยเปิดให้ผู้
สูงวัยได้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้ด้วยตัวเอง และมี
ส่วนร่วมในการออกแบบกิจกรรม และจัดการ
ตามความต้องการ ดร.จิตตรา มาคะผล หัวหน้า
โครงการวิจัยพัฒนารูปแบบ มหาวิทยาลัยวัยที่ 3
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร กล่าว
ว่า ถึงแม้รูปแบบของพื้นที่ของ Su3a จะเป็น
มหาวิทยาลัย และห้องเรียน แต่ผู้เข้าร่วม
โครงการสามารถมีส่วนร่วมในการแสดงความคิด
ออกแบบการจัดกิจกรรมกันเอง เพื่อสร้างคุณค่า
ให้สมาชิกได้คิด และนำศักยภาพของตัวเองมาใช้
ให้เป็นประโยชน์ เกิดความภาคภูมิใจ และยัง
สามารถเป็นต้นแบบขยายเครือข่าย ไปพัฒนาใน
ชุมชนที่ตัวเองอยู่ได้อีกด้วย เช่น ตัวอย่างของ

หนึ่งในสมาชิก ดร.สามารถ ทิมนาค ก็ได้ถอด
แบบจากการเรียนรู้ นำไปสร้างเครือข่ายในนาม
ชมรมภูมิปัญญาคนสูงวัยมาบแค จ.นครปฐม ที่มี
แนวคิดหลักของการสูงวัยอย่างมีคุณค่า

5) ศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ เทศบาล
นนทบุรี เปิดดำเนินการมาแล้ว 9 ปี เพื่อส่งเสริม
การทำกิจกรรมร่วมกันในหลากหลายรูปแบบทั้ง
ด้านสุขภาพ สาธารณสุข สันทนาการ เป็น
ศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และ
ศักยภาพ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการดำเนินงานของ
เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ที่ดูแล ให้คำปรึกษา และ
จัดกิจกรรมเพื่อสุขภาพเป็นหลัก ต่อมา มีทั้ง
สมาชิกและจิตอาสา มาเข้าร่วมและนำกิจกรรม
มากขึ้น และสร้างความสุขให้ทั้งผู้ให้ และผู้รับ
คุณสุรีพร แก้วทิมาและคุณพชราภรณ์ ดิษฐยานุ-
รักษ์ พยาบาลวิชาชีพปฏิบัติการ เจ้าหน้าที่ดูแล
และดำเนินการ กล่าวว่า จากจุดเริ่มต้นนี้มี
เจ้าหน้าที่สาธารณสุขที่บริการให้คำปรึกษาและ
กิจกรรมเพื่อสุขภาพ สมาชิกช่วงแรกจะมีช่วงอายุ
ระหว่าง 45-50 ต่อมาเริ่มมีจิตอาสาที่มีความรู้
และประสบการณ์เฉพาะด้านอาสาเป็นผู้นำ
กิจกรรม ทำให้มีกิจกรรมที่หลากหลายขึ้น เช่น
เรียนเต้น รำไทย ดนตรี ศิลปะ ประดิษฐ์
ภาษาอังกฤษ ฯลฯ สมาชิกสามารถเลือกเข้าเรียน
ในหลักสูตร ที่ตนเองสนใจอย่างอิสระ ซึ่งเป็นสิ่งที่
ไม่เคยทำมาก่อน หลายคนเพิ่งพบพรสวรรค์ของ
ตัวเอง เช่น คุณหมอที่เพิ่งค้นพบความสามารถ
ทางศิลปะประดิษฐ์ หรืออาม่าที่เริ่มเรียนทั้งสี่เ
ไอสีน และ โยนแคนซ์ ในวัย 71 ปีความสุขที่
เรียนรู้สิ่งใหม่ และพบปะ สังสรรค์เพื่อน ๆ ที่
สำคัญ สิ่ง ที่ ทุกคน ได้ ทำ ก็ จะมี เวที แสดง
ความสามารถในงานประจำปี สร้างความ
ภาคภูมิใจจนอยากแบ่งปันหรือส่งต่อให้ผู้อื่น

สรุปข้อมูล 5 องค์กรที่มีแนวปฏิบัติดี (Best Practice) เพื่อออกแบบสื่อสร้างสรรค์ในระบบที่ยั่งยืน (Eco System)

ลำดับ	ชื่อองค์กร	จุดประสงค์					ระยะเวลาดำเนินการ				ประเภทองค์กร		
		สร้างมิตรภาพ	แบ่งปัน	ลดช่องว่าง	ส่งเสริมการเรียนรู้	สร้างคุณค่า	1 ปี+	4 ปี+	18 ปี+	30 ปี	อิสระ (รวมกลุ่มจัดตั้ง)	องค์กรรัฐ	เอกชน
1	ชมรมวิมลศรภาพดุจจักร	/	/	/	/	/			/		/		
2	OPPY CLUB	/	/	/	/	/			/				/
3	ชมรมบ้านปันรัก	/	/	/	/	/		/					/
4	Sm3a	/	/	/	/	/	/					/	
5	ศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ เทศบาลนครนนทบุรี	/	/	/	/	/		/				/	

ลำดับ	ชื่อองค์กร	กิจกรรม			กิจกรรมออนไลน์					กิจกรรมนอกสนาม		ค่าใช้จ่าย	
		ทำใจให้มีความสุข	งานศิลปะอาชีพ	บันทึกภาพ	ออกกำลังกาย	เรียนรู้เชิงปฏิบัติ	กิจกรรมประดิษฐ์	ไลฟ์	ทำโพกิก	work shop	Outing	ค่าสมาชิก	ค่าอบรม
1	ชมรมวิมลศรภาพดุจจักร	/	/	/	/						/	/	
2	OPPY CLUB	/	/	/	/	/	/		/	/			/
3	ชมรมบ้านปันรัก	/	/	/	/	/	/	/	/	/			
4	Sm3a	/	/	/	/	/	/	/	/	/			/
5	ศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ เทศบาลนครนนทบุรี	/	/	/	/	/	/	/	/	/			/

ลำดับ	ชื่อองค์กร	ปัจจัยที่ช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินการได้อย่างยั่งยืน							แนวทางการสร้างคุณค่าให้สมาชิก					
		ทำใจให้	เอาใจใส่	เข้าใจ	จริงจัง	อวัชกิจกรรมเป็นประจำ	สร้างการมีส่วนร่วม	เห็นคุณค่า	โปร่งใสความหมาย	ได้ผลความคิด	เป็นตัวแทนองค์กร	ทอดองค์การ	การสนับสนุนการเรียนรู้	ประสบการณ์
1	ชมรมวิมลศรภาพดุจจักร	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
2	OPPY CLUB	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
3	ชมรมบ้านปันรัก	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
4	Sm3a	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
5	ศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ เทศบาลนครนนทบุรี	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/

ภาพที่ 2 ตารางสรุปข้อมูล 5 องค์กรที่มีแนวปฏิบัติดี (Best Practice) โดย กฤษณ์ดิศ ทรงวิมล

จากการศึกษา องค์กรที่มีแนวปฏิบัติดี (Best Practice) ทั้ง 5 พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้องค์กรเพื่อผู้สูงวัยดำเนินการได้อย่างยั่งยืนประกอบด้วย

1. ความเข้าใจความต้องการที่แท้จริง เอาใจใส่ และจริงจัง
2. การสร้างกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้สูงวัยได้มีส่วนร่วม เกิดความภาคภูมิใจ
3. เห็นคุณค่า ส่งเสริมให้ผู้สูงวัยได้มีการเรียนรู้ ประสบการณ์ใหม่ ทั้งการเป็นผู้รับและผู้ให้ และ
4. มีเวที หรือการเผยแพร่ความสามารถ และส่งต่อแนวคิดดีของผู้สูงวัยที่เข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งแนวทางในการสร้างคุณค่าให้สมาชิกเกิดจาก

2. การได้ร่วมแสดงความคิดเห็น
3. การได้เป็นตัวแทน หรือรับมอบหมายหน้าที่ และ
4. การทดลองการจัดการ การร่วมกันออกแบบหรือสร้างกิจกรรม

เมื่อศึกษาพฤติกรรม แนวคิด และการดำเนินชีวิตผู้สูงวัยยุคใหม่ ในด้านต่าง ๆ จากทั้งงานวิจัย การตลาด สังคม และกรณีศึกษาสู่แนวทางการออกแบบสื่อสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมคุณค่าให้ผู้สูงวัยยุคใหม่ ด้วยการสร้างสรรค์สังคมผู้สูงวัยในรูปแบบออนไลน์ที่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตของผู้สูงวัยยุคใหม่



ภาพที่ 3 แนวคิดการออกแบบสื่อสร้างสรรค์เพื่อสร้างคุณค่าผู้สูงวัยยุคใหม่ ออกแบบโดยกฤษณดิศ ทรวงวิมล

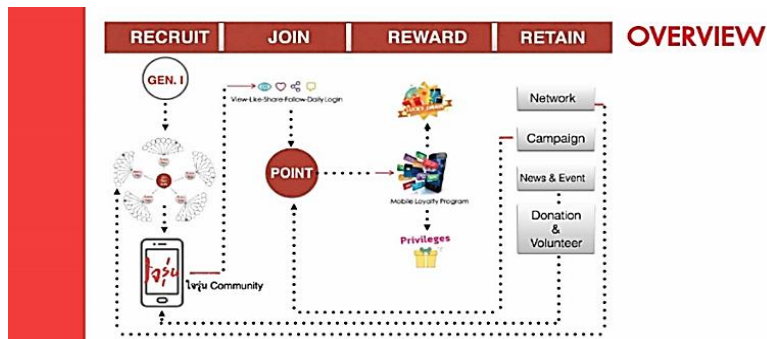
การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารยุคใหม่ ถือเป็นประตูเชื่อมต่อทั้งความสัมพันธ์ ประสบการณ์การเรียนรู้ ต่อยอดแนวคิดที่จะส่งเสริมคุณค่าให้ผู้สูงวัย สามารถออกแบบชีวิตได้ตามความต้องการที่แท้จริง ที่มา Concept : Passion life : I design ชีวิต..ที่ออกแบบได้ โครงสร้างแนวคิดสร้างสรรค์ "ใจรุ่น Community" สังคมผู้สูงวัยยุคใหม่ในรูปแบบออนไลน์ แนวทางสู่ความยั่งยืนที่ได้ถอดบทเรียนจาก 5 องค์กร ที่มีแนวปฏิบัติดีสู่แนวทางการออกแบบโครงสร้างระบบเป็น 4 ส่วนด้วยกัน ดังนี้ 1. ส่วน RECRUIT เปิดรับ (Open mind) คน GEN. I เปิดใจคนใจรุ่น (ผู้สูงวัยยุคใหม่) การเปิดรับ (Open) ผู้สูงวัยยุคใหม่จะเห็นคุณค่าในตัวเอง จากทั้งต้นแบบ และเพื่อนสมาชิกผ่านช่องทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค โดยเริ่มกระตุ้นความน่าสนใจที่ "ใจรุ่น ซีรีย" การนำเสนอ "ใจรุ่นต้นแบบ" (ผู้สูงวัยยุคใหม่) ที่จะสร้างแรงบันดาลใจ ผ่านแนวคิด อิสระในการใช้ชีวิต แนวทางการใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่าในแบบของตน เพื่อให้เห็นความหลากหลาย สร้างมโนคติใหม่ ในการเลือกที่จะเป็นได้ เมื่อรู้คุณค่าในตนเอง ตามแนวทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ ในลำดับขั้นที่ 3 ที่จะสร้างคุณภาพภูมิให้กับตนเอง จนเป็นที่ยอมรับของครอบครัว และสังคม 2. ส่วนของ JOIN การ

แลกเปลี่ยน (Change) เรียนรู้โลก แลกเปลี่ยนประสบการณ์ใหม่ด้วยการสร้างกิจกรรม และกิจกรรมในรูปแบบแตกต่างกัน โดยมีพื้นฐานสร้างความสุข และตอบสนองความต้องการอย่างแท้จริงของผู้สูงวัยในรูปแบบต่าง ๆ ให้ทุกคนมีส่วนร่วม ในการคิด และจัดกิจกรรมที่ตนเองอยากทำโดยถอดบทเรียนจาก 5 องค์กรมาประยุกต์ใช้ร่วมกับแนวคิด อีทีเค เหตุผลของการมีชีวิต ในการทำสิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่รัก เพื่อตนเองเพื่อครอบครัว หรือเพื่อสังคม ซึ่งบางที่เราอาจจะมองไม่เห็นสิ่งเหล่านั้น หากไม่เริ่มค้นหา หรือลองมือโดยใช้ช่องทางโซเชียลมีเดียเป็นสื่อกลางในการเข้าร่วมกิจกรรม การแสดงความคิดเห็น ผ่านการไลค์และแชร์ (Like/ Share) 3. ส่วนของ REWARDS การสร้างระบบ สะสมใจ (Point) เพื่อสร้างความภักดี และสมาชิกสัมพันธ์ ด้วยการสร้างรางวัลที่มีผลต่อจิตใจ ดังจะเห็นได้จากการศึกษาผู้สูงวัยเป็นไปตามทฤษฎีลำดับขั้นของมาสโลว์ที่รู้สึกมีค่าเมื่อได้รับการพูดถึง ชมเชย การได้รับรางวัลหรือเครื่องแสดงถึงความสามารถ จึงเกิดระบบการสะสมแต้มใจ เพื่อแลกกับของรางวัล ที่มีคุณค่าทางจิตใจ ที่ไม่สามารถหาซื้อได้ แต่สามารถแลกได้ด้วยการมีส่วนร่วมในกิจกรรม เช่น กระเป๋าพร้อมใจ ที่ให้จิตอาสาที่ช่วยเหลือกิจกรรมในระดับที่ตั้งไว้ เสื้อครีเอเตอร์สำหรับผู้

ร่วมสร้างสรรค์เนื้อหา และกิจกรรมของชุมชนผู้สูงวัย หรือการได้เชื่อมกัลลดีที่ระลึกรูปหัวใจ (Pin) ใจที่ต้องแลกมาด้วยการรับผิดชอบหน้าที่ เป็นต้น

4. ส่วนของ RETAIN การแบ่งปัน (Sharing) ความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์สามารถส่งต่อ สร้างประโยชน์ผ่านช่องทางสื่อสารออนไลน์เพื่อเผยแพร่ความรู้ และต่อยอดคุณค่าสู่สังคม เป็นเครือข่ายที่แข็งแกร่งเพื่อเป็นศูนย์กลาง การให้ความรู้ ข่าวสาร การสร้างกิจกรรม และผู้นำผู้สูงวัยต้นแบบ ที่จะส่งต่อเป็นวงกว้างในที่สุด จากเดิมที่อาจจะเห็นประโยชน์จากการ

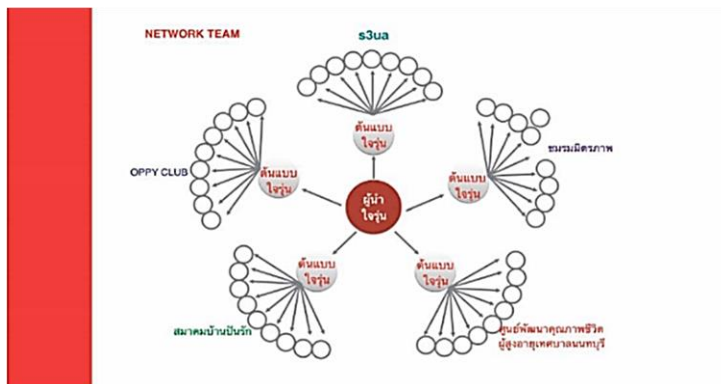
แบ่งปัน ตามชมรมต่าง ๆ ในคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง แต่หากใช้เทคโนโลยีและแนวทางใหม่ๆ จะสามารถสร้างประโยชน์ให้เกิดขึ้น ได้ในวงกว้าง เช่น การไลฟ์สด (Live) กิจกรรมเพื่อเผยแพร่ความสามารถ หรือกิจกรรมที่มีประโยชน์ หรือการรีวิว (Review) ความรู้ดี ๆ การสาธิตหรือนำประสบการณ์มาแบ่งปันสู่คนทั้งประเทศ รวมถึงการจัดงานรวมตัวครั้งใหญ่เพื่อเป็นเวทีที่จะให้ทุกคนได้แสดงพลังและความสามารถในชีวิตจริง ควบคู่กับในโลกเสมือนจริง หรือในสังคมออนไลน์



ภาพที่ 4 โครงสร้างการออกแบบสื่อสร้างสรรค์ในระบบยั่งยืน (Eco System) ออกแบบโดยกฤษณ์ดิศ ทรงวิผล

การขยายเครือข่าย ก็ถือเป็น 1 ในหนทางสร้างความยั่งยืนด้วยเทคโนโลยีที่เชื่อมถึงกัน การขยายเครือข่าย โดยให้ใจรุ่น Community หรือสังคมผู้สูงวัยยุคใหม่ในรูปแบบออนไลน์นี้เป็น

ศูนย์กลาง ในการผลิตเนื้อหา และผู้สูงวัยต้นแบบเริ่มจาก 5 องค์กรที่มีแนวทางปฏิบัติดี สามารถต่อยอดขยายต่อไปสู่วงกว้างในที่สุด



ภาพที่ 5 โครงสร้างการขยายเครือข่าย ออกแบบโดยกฤษณ์ดิศ ทรงวิผล

หลักการออกแบบสื่อออนไลน์เพื่อผู้สูงวัย
สรุปได้จากกรณีศึกษาแนวทางปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ทั้ง 5 องค์กร ที่ได้ใช้โซเซียลมีเดียเป็นช่องทางในการเผยแพร่ พบว่า 1. การสร้างตราสัญลักษณ์และชื่อให้น่าจดจำ รายละเอียดต้องไม่เยอะรูปแบบ และการใช้สีสื่อความหมายได้ชัดเจน 2. การใช้สีในการออกแบบโทนสีสดใสจะสามารถดึงดูดความสนใจมากกว่าสีเข้มที่จะสร้างความรู้สึกลงทาง เพราะเป็นวัยที่ต้องการความสดชื่น และสนุกสนาน 3. ขนาดตัวหนังสือ ควรมีขนาดใหญ่ อ่านง่าย ชัดเจน มีข้อมูลกระชับการเลือกรูปแบบตัวหนังสือก็เป็นส่วนสำคัญ มีหัวอ่านง่าย 4. ภาพควรเป็นภาพที่ชัดเจน สีสด ดูง่ายไม่จำเป็นต้องใช้เทคนิคในการแต่งมาก แต่เป็นภาพที่น่าสนใจ ภาพที่นิยมเช่น ภาพสัตว์ สถานที่ ท้องเที่ยว ดอกไม้ หรือภาพที่สื่อถึงความสดใส และสร้างสรรค์ 5. วิดีโอคลิป ควรมีความยาวไม่เกิน 3 นาที มีเนื้อหาที่สร้างสรรค์ สร้างแรงบันดาลใจ หรือสร้างรอยยิ้ม และความสุข 6. บทความ หรือแนวคิดที่ผู้สูงวัยชื่นชอบ จะเป็นลักษณะข้อคิด หรือเรื่องสาระดี ๆ ที่มีประโยชน์ต่อผู้อื่นทั้งด้านสุขภาพ สังคม เศรษฐกิจ และการใช้ชีวิตประจำวัน 7. สติกเกอร์ไลน์ สื่ออารมณ์ที่ชัดเจน สีสันสดใส สนุกสนาน มีสัญลักษณ์แสดงอารมณ์ที่น่ารัก 8. เกมเล่นง่าย ๆ สร้างความเพลิดเพลิน มีรูปแบบที่น่าสนใจ 9. โปสต์ข่าว หรือกิจกรรม ข้อความที่กระชับ ชัดเจนในวันเวลา สถานที่ และอาจมีรายละเอียดสั้น ๆ ที่ขึ้นบนรูปภาพ โปสต์ที่ชัดเจน สามารถส่งต่อได้เลย ช่องทางการติดต่อ มีขนาดตัวหนังสือใหญ่อาจชัดเจน ถ้ามีสถานที่ควรมีภาพแผนที่ หรือมีการเชื่อมต่อแผนที่ (Link Map) 10. การไลฟสไตล์ภาพและเสียงต้องชัดเจน อธิบายได้เข้าใจในเนื้อหา การถ่ายภาพไม่สั่น และเคลื่อนไหวไปมา การขึ้นคำอธิบายภาพ (Caption) ควรขึ้น

ล่วงหน้าบอกเวลา เรื่อง ชัดเจนเพื่อเกิดการติดตาม 11. การรีวิว (Review) ภาพและเสียงต้องชัดเจน เนื้อหาเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน ภาพไม่สั่นไหว มีหัวข้อที่ชัดเจนเพื่อการติดตาม 12. ช่วงเวลาการโพสต์ พบว่า จะมี 3 ช่วงเวลา ช่วงเช้า 09:00 น. ช่วง 12:00 น. และช่วง 17:00 น. แต่ละที่มีความถี่ในการโพสต์ที่ไม่เท่ากันบางที่ 1 โปสต์ต่อวัน หรือ 2 โปสต์ ตามลำดับ แต่ทุกเพจจะโพสต์ทุกวัน ซึ่งเพจที่โพสต์บ่อยจะมีผู้ติดตามเยอะกว่า เพจที่โพสต์แค่ครั้งเดียว แต่ช่วงเวลาและผู้สูงวัยเข้ามาดูจะเป็น ช่วงเช้าเยอะที่สุด 13. ปัญหาที่พบในการใช้โซเซียลเน็ตเวิร์คที่ทำอยู่ยังขาดความน่าสนใจในการนำเสนอทั้งด้านภาพที่ไม่ชัดเจน ตัวหนังสือหรือข้อความอ่านยาก ขาดสีสันสดใสดึงดูดเนื้อหาสาระทั่วไปที่มักจะเห็นตามเพจต่าง ๆ หรือมีแต่เรื่องราวเฉพาะกลุ่มจึงมีเพียงเฉพาะสมาชิกในกลุ่มที่เข้ามาดูและแบ่งปัน ยังไม่แพร่หลายในวงกว้าง

สรุปแนวทางการออกแบบสำหรับใช้สื่อสร้างสรรค์ทางออนไลน์สำหรับผู้สูงวัยด้านการออกแบบต้องชัดเจน เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน มีสีสันสดใสในเรื่องเนื้อหาสาระ แนวคิดที่ดี หรือเรื่องสนุกสนาน สร้างความสดชื่น ความปรารถนาที่ดีที่อยากส่งต่อเรื่องดี ๆ ให้กับผู้อื่น หากเป็นเรื่องราวที่ผู้สูงวัยนำเสนอเองก็จะสร้างความภูมิใจ และเป็นตัวอย่างให้ผู้สูงวัยได้เห็นคุณค่าในการกล้าแสดงออกและแบ่งปันสิ่งที่มีประโยชน์

สรุปผลและอภิปราย

จากการศึกษาพบว่า ผู้สูงวัยยุคใหม่มีแนวคิดและพฤติกรรมในการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของสังคม ด้วยวิทยาการแพทย์ที่ก้าวหน้าสุขภาพดีทั้งกายและใจ มีความคิดอิสระ ไม่คิดว่าอายุกลายเป็นสิ่งสำคัญ แต่ขึ้นอยู่กับ “ใจ” ที่อยากมีคุณค่า มีส่วนร่วม และทำประโยชน์เพื่อสังคม การมีชุมชนออนไลน์ถือเป็นแนวทางใหม่ของสื่อสร้างสรรค์ ที่จะสร้างระบบศูนย์กลางของผู้สูงวัย

ต้นแบบได้อย่างยั่งยืน ภายใต้แนวคิดหลัก OCS. : เปิดรับ แลกเปลี่ยน แบ่งปัน โครงสร้างสำคัญในการสร้างคุณค่าให้ผู้สูงวัย

1. เปิดรับ (Open) เปิดใจรับสมัครผู้สูงวัยยุคใหม่ เพื่อส่งเสริมให้ผู้คุณค่าในตนเอง รับรู้ความเปลี่ยนแปลงของโลก ที่สามารถเรียนรู้ได้ตลอดชีวิต

2. แลกเปลี่ยน (Change) สร้างกิจกรรมที่เปิดให้ผู้สูงวัยได้มีส่วนร่วม เลือกรับ ทำ พบเพื่อน แลกเปลี่ยนแนวคิดและประสบการณ์ใหม่ร่วมกัน ในรูปแบบที่หลากหลาย

3. แบ่งปัน (Sharing) ความรู้ ประสบการณ์ รู้จักการทำ หรือสร้างสิ่งที่มีประโยชน์แก่ผู้อื่น สร้างความสุขและความภาคภูมิใจที่รับการยอมรับและชื่นชม เกิดการส่งต่อแนวคิดและการแบ่งปันสิ่งดี ๆ ส่งเสริม ผ่านสื่อสร้างสรรค์และกระจายสู่เครือข่ายในวงกว้าง

การออกแบบกิจกรรม หรือพื้นที่เกิดจากการมีส่วนร่วมแบ่งปันความคิดและประสบการณ์ของผู้สูงวัยจะทำให้การออกแบบกิจกรรม และโปรแกรมต่าง ๆ ตอบสนองความต้องการได้อย่างแท้จริง เช่น การออกแบบโปรแกรมไลฟ์สไตล์ที่มีเนื้อหา และช่วงเวลาที่ยืดหยุ่นกับกิจวัตรประจำวันของผู้สูงวัยที่แบ่งเป็น 5 ช่วงเวลาหลัก

ช่วงเช้า : 04:00-06:00 กิจกรรมสวดมนต์/ ออกกำลังกาย

ช่วงสาย : 09:00-12:00 กิจกรรมส่วนตัว/ งานบ้าน

ช่วงสาย : 09:00-12:00 กิจกรรมส่วนตัว/ งานบ้าน

ช่วงบ่าย : 13:00-15:00 กิจกรรมนอกบ้าน/ ทำธุรกรรม

ช่วงเย็น : 16:00-18:00 กิจกรรมช่วงเย็น/ บ้านเชิง/ รับลูกหลาน

ช่วงค่ำ : 19:00-21:00 กิจกรรมครอบครัว/ พักผ่อน

การรีวิว (Review) ในเรื่องที่ดินและเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ที่ทั้งให้ความรู้และสร้างแรงบันดาลใจได้ดี เกิดการขยายเครือข่ายโดยใช้เทคโนโลยีเชื่อมโยงถึงกัน จากชุมชนเล็ก ๆ ส่งถึงหลายชุมชนสร้างความภาคภูมิใจ ในการมีพื้นที่แสดงออก สร้างประโยชน์จากความรู้และประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้อื่นได้เกิดความชื่นชมยอมรับ และส่งต่อ ถือเป็นหนึ่งช่องทางช่วยให้ผู้สูงวัยได้ร่วม กิจกรรมได้ง่ายขึ้นเพราะสามารถเรียนรู้กิจกรรมต่าง ๆ ผ่านสื่อสร้างสรรค์ที่เผยแพร่ในแนวคิด และการแบ่งปันสิ่งดี ๆ ทั้งรูปแบบการร่วมแสดงความคิดเห็น การร่วมกิจกรรมและเป็นส่วนหนึ่งของโพสต์เพื่อประชาสัมพันธ์ต่อ หรือการมีส่วนร่วมในการไลฟ์สด หรือการรีวิวถือเป็นอีกหนึ่งรูปแบบที่ควรพัฒนาต่อในเรื่องการนำเสนอเพราะจะทำให้ผู้สูงวัยได้รู้คุณค่าในตัวเองที่มีประโยชน์จากการแบ่งปันความรู้ หรือประสบการณ์ผ่านการเล่าด้วยการไลฟ์ หรือรีวิว หรือเป็นการเขียน หรือบันทึกภาพ แล้วนำไปบันทึกฝากแฟนเพจที่สามารถมีโลก แชร์ และการคอมเมนต์ที่สามารถชีวิตผลตอบรับได้ในเวลาอย่างรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะ

1. ควรส่งเสริมให้ผู้สูงวัย เรียนรู้การใช้สื่อโซเชียลมีเดียมากขึ้น ทางองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องควรจัดให้มีการฝึกอบรม หรือพัฒนาแนวทางการอบรม เพื่อถ่ายทอดการเผยแพร่และนำไปใช้เป็นประโยชน์ในวงกว้าง

2. การเชื่อมโยงกัน เกิดเป็นเครือข่ายเพื่อผู้สูงวัยจะมีพลังในการขับเคลื่อนเพื่อสร้างคุณค่าให้ผู้สูงวัยในระดับประเทศเช่นการร่วมมือกันจัดงานรวมพลังผู้สูงวัยยุคใหม่ระดับประเทศ

3. แนวทางการสร้างคุณค่าให้ผู้สูงวัย นอกจากพื้นที่สังคมใหม่ในโลกเสมือนจริงอย่างชุมชนออนไลน์แล้วในชีวิตจริงบุตรหลานควรต้องเปิดรับ มโนทัศน์ใหม่ของผู้สูงวัยกับการดูแลเอา

ใจใส่ และเข้าใจความต้องการที่แท้จริงยอมรับ สนับสนุน และเห็นคุณค่าซึ่งนับว่าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด

เอกสารอ้างอิง

1. แถลงซ่า “สถิติบอกอะไรกับผู้สูงวัยปัจจุบันและอนาคต” [อินเทอร์เน็ต]. 2561 [เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2562]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.nso.go.th>
2. คนไทยอายุ 100 ปีเพิ่มขึ้น! 6 ความท้าทายเมื่อไทยเป็น “สังคมอายุยืน” ยึดอายุทำงาน-ฝึกทักษะใหม่ [อินเทอร์เน็ต]. 2562 [เข้าถึงเมื่อ 12 ตุลาคม 2562]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.marketingoops.com>
3. ศิริบุญ จงวุฒิเวศย์ และคณะ. การศึกษาแนวทางส่งเสริมการใช้ชีวิตที่มีคุณค่าและมีความสุขของผู้สูงอายุในอาเซียน. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์; 2559
4. นวลฉวี ประเสริฐสุขและคณะ. การขับเคลื่อนชุมชนเพื่อส่งเสริมผู้สูงอายุให้ใช้ชีวิตอย่างมีความสามารถ. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์; 2561
5. “The Grand Age” ชีวิตผู้สูงวัยยุคใหม่ [อินเทอร์เน็ต]. 2561 [เข้าถึงเมื่อ 14 ตุลาคม 2562]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.brandage.com>
6. Aging 4.0 สตาร์ทอัพ พันธุ์ใหม่ที่ไม่ได้มีแค่เจน Y กับ Z [อินเทอร์เน็ต]. 2562 [เข้าถึงเมื่อ 14 ตุลาคม 2562]. เข้าถึงได้จาก : <https://60plusthailand.com>
7. เมธาวิ อ่างทอง ดีไซน์เนอร์วัยเก๋า ผู้ปั้นแบรนด์ Black Sugar ในวัยเกือบ 60 ปี [อินเทอร์เน็ต]. 2562 [เข้าถึงเมื่อ 14 ตุลาคม 2562]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.smeone.info>
8. 12 มุมมองใหม่ “ผู้สูงวัย” อายุเป็นเพียงตัวเลข – เทคโนโลยี – ซ็อบออนไลน์ – เรียนรู้สิ่งใหม่ [อินเทอร์เน็ต]. 2562 [เข้าถึงเมื่อ 29 ตุลาคม 2562]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.marketingoops.com>
9. ศิริบุญ จงวุฒิเวศย์ และคณะ. รูปแบบการพัฒนาทักษะการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์แบบองค์รวมสำหรับผู้สูงอายุในชนบทไทย. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์; 2558
10. Ikiyai อิคิไก ความลับเบื้องหลังอายุยืนร้อยปีของคนญี่ปุ่น [อินเทอร์เน็ต]. 2560 [เข้าถึงเมื่อ 15 ธันวาคม 2562]. เข้าถึงได้จาก : <https://themomentum.com>
11. เจาะ Insight วิถีเสฟลือ “สูงวัย” “LINE-TV-Facebook” ครองใจวัยเก๋า [อินเทอร์เน็ต]. 2561 [เข้าถึงเมื่อ 15 ธันวาคม 2562]. เข้าถึงได้จาก: <https://themomentum.com>