

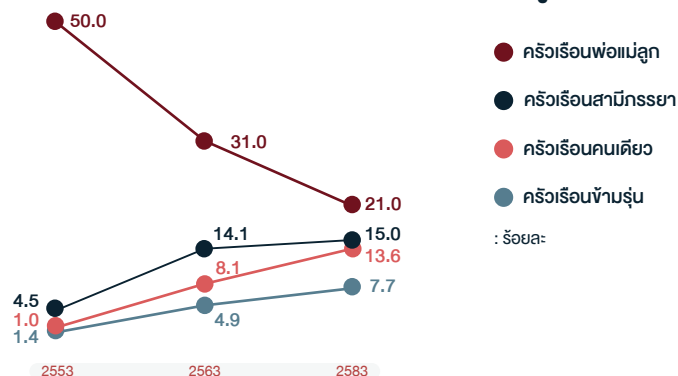
# เครือข่ายสังคมและชุมชน

เมื่อโครงสร้างครอบครัวเปลี่ยนไป โซเชียลมีเดียกลายเป็นสายใยหลัก  
โดยพบว่าคนไทยร้อยละ 58 ใช้เพื่อติดต่อสื่อสารกับครอบครัวและเพื่อน

การลดลงของครัวเรือนพ่อแม่ลูก และการเพิ่มขึ้นของรูปแบบการอยู่อาศัยเพียงลำพัง ส่งผลให้เครือข่ายสังคมและชุมชน ทั้งในโลกจริงและโลกออนไลน์มีบทบาทสำคัญยิ่งขึ้น การเชื่อมโยงผู้คนและสนับสนุนสุขภาวะในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะเมื่อโครงสร้างครอบครัวแบบดั้งเดิมเปลี่ยนแปลงไป เพิ่มความเสี่ยงต่อความโดดเดี่ยวทางสังคมและการขาดผู้ดูแลใกล้ชิดในยามฉุกเฉิน

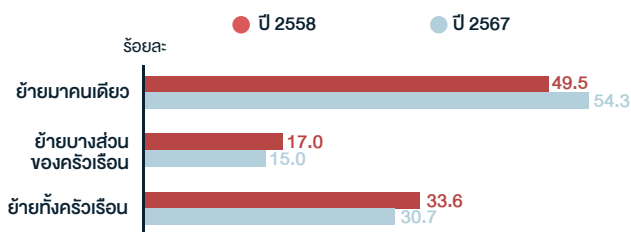
ภายใต้บริบทของครอบครัวที่เปลี่ยนแปลง การย้ายถิ่นในปี 2567 ส่วนใหญ่เป็นการย้ายเพียงลำพังถึงร้อยละ 54.3 ส่งผลให้เกิดปรากฏการณ์ “ครอบครัวแห่วงกลาง” เพิ่มมากขึ้น ทำให้ภาระการดูแลถูกถ่ายโอนไปสู่เครือข่ายในชุมชน เพื่อนบ้าน และกลไกสนับสนุนต่าง ๆ ในชุมชน ขณะเดียวกัน แนวโน้มการมีลูกน้อยลงและการอยู่อาศัยเพียงลำพังที่มากขึ้น ทำให้ “สัตว์เลี้ยง” ถูกยกระดับเป็น “สมาชิกในครอบครัว” หรือ “เป็นลูก” โดยผู้ที่เลี้ยงสัตว์เลี้ยงเกือบครึ่งหนึ่งคิดเป็น ร้อยละ 49 เลี้ยงสัตว์แทนลูก และร้อยละ 80.7 ของผู้เลี้ยงสัตว์มีสถานะโสด สัตว์เลี้ยงจึงทำหน้าที่เป็นเครือข่ายสนับสนุนทางอารมณ์ที่สำคัญช่วยลดความเหงา ความเครียด และส่งเสริมสุขภาพจิตของเจ้าของ

## แนวโน้มสัดส่วนครัวเรือนวัยแรงงาน จำแนกตามรูปแบบครัวเรือน



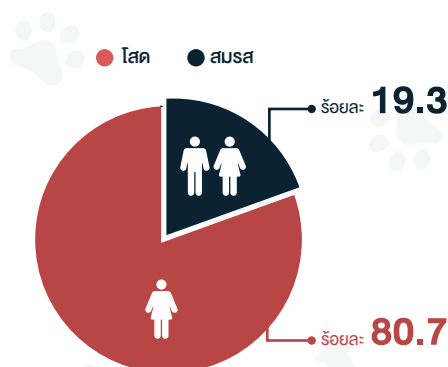
ที่มา: ครัวเรือนไทยในอนาคต: พ.ศ. 2583, สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล

## สัดส่วนของการย้ายถิ่น จำแนกตามรูปแบบการย้ายถิ่น



ที่มา: การสำรวจการย้ายถิ่นของประชากร พ.ศ. 2558-2567, สำนักงานสถิติแห่งชาติ

## สภาพาสมรสของสัตว์เลี้ยงสัตว์



ที่มา: Petsumer Marketing เจาะลึกอินไซด์โดนใจทาสสายเปย์ (2566), วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

จากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ชุมชนจึงต้องเข้ามามีบทบาทเป็นเครือข่ายสนับสนุนที่สำคัญมากยิ่งขึ้น ตัวอย่างหนึ่งที่สะท้อนบทบาทนี้ คือ การขับเคลื่อน “ศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตและส่งเสริมอาชีพผู้สูงอายุ: ศพอส.” โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ทำหน้าที่ดูแลผู้สูงอายุในฐานะกลุ่มเปราะบางที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างครอบครัว ศูนย์ดังกล่าวเป็นพื้นที่รวมกลุ่มในการจัดกิจกรรมและบริการที่ครอบคลุมทั้งด้านสุขภาพกาย จิตใจ สังคม และเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการสร้างรายได้และงานที่เหมาะสม เป็นการยกระดับการจัดบริการและสวัสดิการทางสังคมเพื่อคุ้มครอง ส่งเสริม และพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในระดับชุมชน

# อัตราส่วนผู้สูงอายุต่อศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตและส่งเสริมอาชีพผู้สูงอายุ (ศพอส.) ปี 2567

5 จังหวัดที่มีอัตราส่วนผู้สูงอายุ ต่อ ศพอส. 1 แห่ง **มากที่สุด**

- สมุทรปราการ 35,133
  - นนทบุรี 32,933
  - สมุทรสาคร 27,978
  - นครปฐม 23,487
  - ปทุมธานี 19,309
- (คน/1 แห่ง)

## ภาคเหนือ

จำนวนชมรมผู้สูงอายุ 9,586 ชมรม  
จำนวนสภาองค์กรชุมชน 1,671 แห่ง

## กรุงเทพมหานคร

จำนวนผู้สูงอายุ 1,456,740 คน  
จำนวน ศพอส. 1 ศูนย์  
จำนวนชมรมผู้สูงอายุ 571 ชมรม  
จำนวนสภาองค์กรชุมชน 50 แห่ง

## ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จำนวนชมรมผู้สูงอายุ 17,657 ชมรม  
จำนวนสภาองค์กรชุมชน 2,908 แห่ง

5 จังหวัดที่มีอัตราส่วนผู้สูงอายุ ต่อ ศพอส. 1 แห่ง **น้อยที่สุด**

- บราฮีวาส 2,716
  - น่าน 2,684
  - สตูล 2,627
  - หนองบัวลำภู 2,471
  - พะเยา 2,466
- (คน/1 แห่ง)

## ภาคกลาง

จำนวนชมรมผู้สูงอายุ 4,426 ชมรม  
จำนวนสภาองค์กรชุมชน 1,988 แห่ง

## ภาคใต้

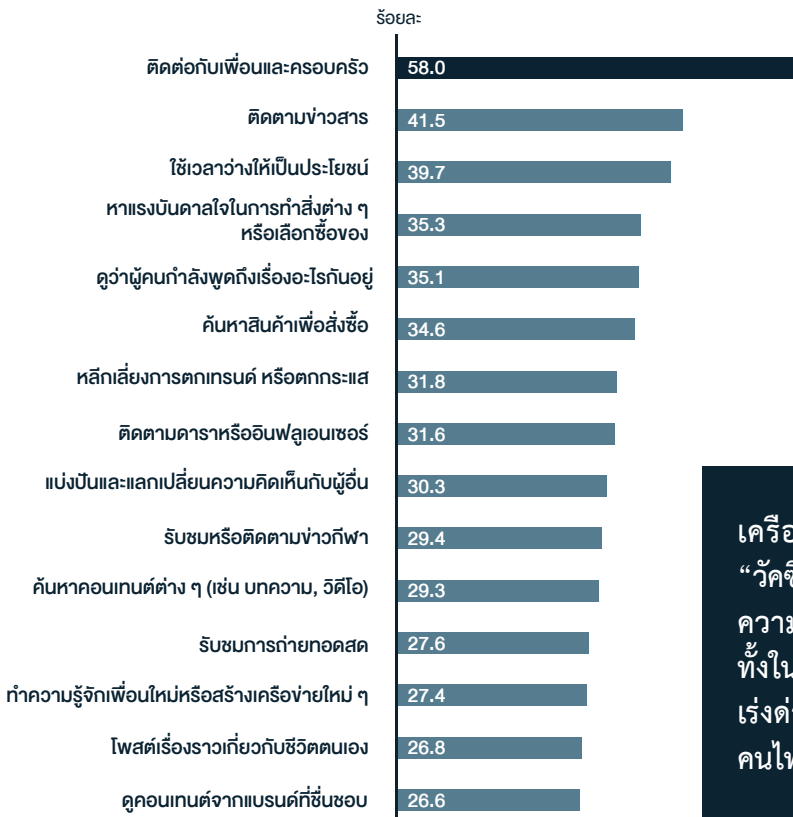
จำนวนชมรมผู้สูงอายุ 2,290 ชมรม  
จำนวนสภาองค์กรชุมชน 1,176 แห่ง



ที่มา: คำนวณโดยผู้เขียน จาก รายงานจำนวนศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตและส่งเสริมอาชีพผู้สูงอายุ พ.ศ. 2567, กรมกิจการผู้สูงอายุ และการสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2567, สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันมี ศพอส. จำนวน 2,234 แห่ง จากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งหมด 7,852 แห่ง คิดเป็นเพียงร้อยละ 28.5 เท่านั้น ซึ่งยังไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ผู้สูงอายุจำนวนมากอาจขาดโอกาสในการเข้าถึงการดูแลเชิงป้องกัน การรับรู้สิทธิประโยชน์ และการเข้าร่วมกิจกรรมหรือเครือข่ายทางสังคมที่จำเป็น

## เหตุผลหลักที่คนไทยเลือกใช้โซเชียลมีเดีย ปี 2568



การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรยังทำให้ "ชุมชน" ที่แท้จริงย้ายไปอยู่ในโลกดิจิทัล เป็น "ชุมชนออนไลน์" โดยเฉพาะโซเชียลมีเดีย ซึ่งกลายเป็นชุมชนหลักที่คนไทยใช้ในการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูล ชุมชนออนไลน์เหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงพื้นที่สื่อสารทั่วไป แต่ยังเป็นเครือข่ายเฉพาะที่มีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจ โดยเฉพาะการตัดสินใจด้านสุขภาพ เช่น กลุ่มผู้ป่วยเฉพาะโรคหรือกลุ่มคนรักสุขภาพ ซึ่งมีบทบาทเป็นแหล่งข้อมูล การสนับสนุนทางอารมณ์ และการแบ่งปันประสบการณ์

เครือข่ายสังคมและชุมชนที่เข้มแข็งเปรียบเสมือน "วัคซีนทางสังคม" ที่สำคัญที่สุด การลงทุนเพื่อเสริมสร้างความรอบรู้และความเข้มแข็งของเครือข่ายทางสังคมทั้งในโลกจริงและโลกดิจิทัล จึงเป็นการลงทุนที่จำเป็นเร่งด่วน เพื่อสร้างหลักประกันสุขภาพที่ยั่งยืนสำหรับคนไทยทุกคนในยุคที่โครงสร้างครอบครัวและรูปแบบการอยู่อาศัยเปลี่ยนแปลงไป

ที่มา : Digital 2026: Thailand. DataReportal. 2026, We Are Social.