

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องแบบการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะกรณีผู้สูงอายุที่มีงานทำ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้เครื่องมือการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้สูงอายุจำนวน 36 คน และแบ่งตามชนชั้นทางสังคมได้ดังนี้

ตารางที่ 5.1 แสดงรายละเอียดของผู้สูงอายุที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก

เพศ	ชนชั้นสูง		ชนชั้นกลาง		ชนชั้นล่าง		รวม
	ชนชั้นสูงส่วนบน	ชนชั้นสูงส่วนล่าง	ชนชั้นกลางส่วนบน	ชนชั้นกลางส่วนล่าง	ชนชั้นล่างส่วนบน	ชนชั้นล่างส่วนล่าง	
ชาย	3	3	3	3	3	3	18
หญิง	3	3	3	3	3	3	18
รวม	6	6	6	6	6	6	36

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยออกเป็นส่วน โดยเทียบจากทฤษฎี AIO (AIO Categories of Lifestyle Studies) (อ้างใน Blackwell, Miniard and Engel, 2006: 279) จากนั้นทำการแบ่งตามชนชั้นทางสังคม โดยผลสรุปสามารถแบ่งเป็นหัวข้อต่างๆได้ดังนี้

- ลักษณะทางประชากรศาสตร์
- กิจกรรม
- ความสนใจ
- ความคิดเห็น

## 5.1 สรุปผลการวิจัย

### 5.1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ภาพรวมของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน โดยแยกตามอายุ อาชีพ สถานภาพและสภาพครอบครัว ดังแสดงในตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้สูงอายุ

ชนชั้นทางสังคม	เพศ	อายุ (ปี)	อาชีพ	สถานภาพและสภาพครอบครัว
ชนชั้นสูงส่วนบน	ชาย	60	ทหาร ยศพลเอก	โสด อยู่คนเดียว
		61	ทหาร ยศพลโท	โสด อยู่คนเดียว
		68	แพทย์	สมรส อยู่กับครอบครัว
	หญิง	61	อัยการอาวุโส	โสด อยู่กับพี่น้อง
		68	เจ้าของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	สมรส อยู่กับครอบครัว
		61	เจ้าของร้านอาหาร	สมรส อยู่กับครอบครัว
ชนชั้นสูงส่วนล่าง	ชาย	71	เจ้าของธุรกิจนำเข้ารถยนต์	สมรส อยู่กับครอบครัว
		60	เจ้าของร้านขายส่งอัญมณี	สมรส อยู่กับครอบครัว
		61	ผู้อำนวยการเขตพระนคร	สมรส อยู่กับครอบครัว
	หญิง	65	เจ้าของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	สมรส อยู่กับครอบครัว
		61	ที่ปรึกษาารองประธานสภานิติบัญญัติแห่งชาติคนที่ 2	สมรส อยู่กับครอบครัว
		63	เลขานุการรองประธานสภานิติบัญญัติแห่งชาติคนที่ 2	สมรส อยู่กับครอบครัว

ตารางที่ 5.2 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ชนชั้นทางสังคม	เพศ	อายุ (ปี)	อาชีพ	สถานภาพและสภาพครอบครัว
ชนชั้นกลาง ส่วนบน	ชาย	68	เจ้าของธุรกิจขายส่งออกซิเจน	สมรส อยู่กับครอบครัว
		70	เจ้าของธุรกิจผลิตซอฟต์แวร์	สมรส อยู่กับครอบครัว
		63	อาจารย์ ตำแหน่งคณะบดี	สมรส อยู่กับครอบครัว
	หญิง	66	อาจารย์ประจำ	โสด อยู่กับพี่น้อง
		70	เจ้าของธุรกิจหลายแห่ง	สมรส อยู่กับครอบครัว
		64	เจ้าของธุรกิจผลิตอะไหล่รถยนต์	สมรส อยู่กับครอบครัว
ชนชั้นกลาง ส่วนล่าง	ชาย	68	เจ้าของร้านอาหารขนาดเล็ก	สมรส อยู่กับครอบครัว
		63	เจ้าของร้านจำหน่ายอุปกรณ์ช่าง	สมรส อยู่กับครอบครัว
		60	ครูสอนลีลาศ	สมรส อยู่กับครอบครัว
	หญิง	62	เจ้าของร้านอาหารขนาดเล็ก	สมรส อยู่กับครอบครัว
		64	เจ้าของร้านขายของชำขนาดเล็ก	สมรส อยู่กับครอบครัว
		63	เภสัชกร	สมรส อยู่กับครอบครัว
ชนชั้นล่างส่วนบน	ชาย	65	พนักงานรักษาความปลอดภัย	สมรส อยู่กับครอบครัว
		60	พนักงานบริษัทเอกชน	สมรส อยู่กับครอบครัว
		64	ขายกาแฟ	สมรส อยู่กับครอบครัว
	หญิง	60	ขายขนม	หย่าร้าง อยู่กับบุตร
		64	พนักงานบริการในร้านอาหาร	สมรส อยู่กับครอบครัว
		68	พนักงานบริการในร้านอาหาร	สมรส อยู่กับครอบครัว
ชนชั้นล่างส่วนล่าง	ชาย	64	ขายน้ำปั้น (รถเข็น)	สมรส อยู่กับครอบครัว
		61	รับจ้าง	สมรส แยกกันอยู่
		70	รับงานแกะสลัก	เป็นหม้าย อยู่กับบุตร
	หญิง	74	ขายของชำ	สมรส อยู่กับบุตร
		70	ขายลูกชิ้นทอด (รถเข็น)	หย่าร้าง อยู่คนเดียว
		65	ขายกาแฟ (รถเข็น)	อยู่กับสะใภ้และหลาน

จากตารางที่ 5.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 60 ถึง 65 ปี มีอาชีพที่หลากหลาย และส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสและอาศัยอยู่กับครอบครัว

## 5.1.2 กิจกรรม

จากการศึกษาโดยใช้เครื่องมือการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกกับผู้สูงอายุจำนวน 36 คน ในเรื่องการทำกิจกรรมนั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวกับการทำงาน งานอดิเรก กิจกรรมทางสังคม การใช้เวลาว่าง กิจกรรมเพื่อความบันเทิง การเป็นสมาชิกคลับ การร่วมกิจกรรมชุมชน การเลือกซื้อ และการออกกำลังกายหรือเล่นกีฬา สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

### กิจกรรมที่เป็นการทำงาน

ผู้สูงอายุมีการทำงานที่หลากหลาย ทั้งงานระดับที่ปริกษาธุรกิจ นายทหารระดับสูง เจ้าของกิจการ ไปจนถึงพ่อค้าแม่ค้า หาบเร่แผงลอย ซึ่งขึ้นอยู่กับชนชั้นทางสังคมของกลุ่มตัวอย่างแต่ละคน

### กิจกรรมที่เป็นงานอดิเรก

ผู้สูงอายุมีการทำกิจกรรมที่เป็นงานอดิเรกได้แก่ การสะสมพระเครื่อง และการสะสมเงินเก่าเหรียญเก่า

### กิจกรรมทางสังคม

กิจกรรมทางสังคมที่ผู้สูงอายุทำการจัดตั้งมูลนิธิเพื่อการอนุรักษ์ป่า และการบริจาคทรัพย์สินต่างๆ ซึ่งเป็นการทำกิจกรรมทางสังคมในลักษณะที่เป็นการอุทิศให้แก่สังคมโดยไม่หวังผลประโยชน์ตอบแทน

### กิจกรรมการใช้เวลาว่าง

ผู้สูงอายุมีการใช้เวลาว่างในการทำกิจกรรมต่างๆที่หลากหลาย ได้แก่ การเดินเลือกซื้อสินค้า (ช้อปปิ้ง) การทำบุญ อ่านหนังสือ ดมเครื่องดมแอลกอฮอล์ ท่องเที่ยว เข้าร้านเสริมสวย เข้าสปา ปลูกต้นไม้ เลี้ยงสัตว์ และนัดพบกลุ่มเพื่อน

### กิจกรรมเพื่อความบันเทิง

ผู้สูงอายุมีการทำกิจกรรมเพื่อความบันเทิงที่หลากหลาย ได้แก่ การดูโทรทัศน์ การดูวีซีดี และดีวีดี การฟังวิทยุ และการเที่ยวสถานบันเทิง

### การร่วมกิจกรรมชุมชน

ผู้สูงอายุมีการร่วมกิจกรรมชุมชน จะเป็นแกนนำในการแก้ปัญหาให้กับชุมชนทั้งในเรื่องของการฝึกอาชีพ การดูแลทรัพยากรธรรมชาติ และการแก้ปัญหาสาธารณสุขของชุมชนหรือหมู่บ้านที่อาศัยอยู่

### กิจกรรมการเลือกซื้อสินค้า

ผู้สูงอายุจะแตกต่างกันตามชนชั้นทางสังคมคือถ้าเป็นผู้สูงอายุที่อยู่ในชนชั้นสูงส่วนบนถึงชนชั้นกลางส่วนล่างจะมีการเลือกซื้อสินค้า โดยดูจากคุณภาพของสินค้าเป็นหลักและพิจารณาความเหมาะสมระหว่างคุณภาพและราคาของสินค้านั้นเพื่อเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อโดยถ้าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดีแม้จะราคาแพงก็จะตัดสินใจซื้อ และจะเลือกซื้อสินค้าในสถานที่ๆเดินทางไปสะดวก แต่ถ้าเป็นผู้สูงอายุชนชั้นล่างจะตัดสินใจซื้อ โดยดูจากราคาเป็นหลัก และซื้อจากสถานที่ๆเดินทางไปสะดวกเช่นเดียวกัน

### กิจกรรมที่เกี่ยวกับการเล่นกีฬา

ผู้สูงอายุมีการทำ กิจกรรมด้วยการเล่นกีฬาที่หลากหลายเช่นเล่นกอล์ฟ เดิน วิ่ง เต้นลีลาศ เข้าฟิตเนส ว่ายน้ำ เล่นเทนนิส ฟุตบอล และเดินแอโรบิก โดยให้เหตุผลว่าเป็นวิธีการดูแลสุขภาพที่ดีที่สุดและบางคนก็มีการเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายมาตั้งแต่วัยหนุ่มสาว

### 5.1.3 ความสนใจ

จากการศึกษาโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้สูงอายุจำนวน 36 คน ในเรื่องของความสนใจ โดยแบ่งความสนใจออกเป็นความสนใจในครอบครัว บ้าน อาชีพ ชุมชน กิจกรรม สันทนาการ ความนิยม อาหาร การเปิดรับสื่อต่างๆ และความสำเร็จในชีวิต สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

#### ความสนใจในเรื่องครอบครัว

ผู้สูงอายุให้ความสนใจในเรื่องของลูก เป็นอย่างมากเนื่องจากมีความกังวลว่าลูกจะไม่สามารถดูแลตัวเองและกิจการที่ได้รับเป็นมรดกจากตน ได้จึงพร้อมที่จะแก้ปัญหาให้ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเงินหรือในเรื่องของการให้คำปรึกษาส่วนกลุ่มผู้สูงอายุที่โสดจะมุ่งความสนใจไปกับหลานหรือพี่น้องที่อยู่ด้วยกัน

#### ความสนใจในเรื่องบ้านและที่อยู่อาศัย

ความสนใจเกี่ยวกับบ้านและที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุมีความแตกต่างกันตามชนชั้นทางสังคม โดยผู้สูงอายุชนชั้นสูงส่วนบนถึงชนชั้นกลางส่วนล่างมีความสนใจในเรื่องการดูแลบ้านและค่อยปรับปรุงให้ดีขึ้นอยู่เสมอ เพราะเป็นมรดกตกทอด เป็นเหมือนสมบัติที่ต้องได้รับการดูแล ส่วนชนชั้นล่างส่วนบนและชนชั้นล่างส่วนล่างจะสนใจที่อยู่อาศัยที่มั่นคงเนื่องจากยังต้องเช่าบ้านหรือต้องอาศัยบ้านญาติ

#### ความสนใจในอาชีพ

ผู้สูงอายุมีความสนใจในอาชีพเดิมหรือใกล้เคียงกับอาชีพที่เคยทำในช่วงวัยหนุ่มสาวโดยรู้สึกภาคภูมิใจและรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าที่มีงานทำ ไม่เป็นภาระของลูกหลาน

#### ความสนใจในเรื่องชุมชน

ผู้สูงอายุต้องการใช้ความรู้ความสามารถมาพัฒนาชุมชนเพื่อนเป็นการคืนประโยชน์ต่อสังคมเพราะสำนึกในบุญคุณผืนแผ่นดินเกิด

### ความสนใจในกิจกรรมสันตนาการ

ผู้สูงอายุมีความสนใจในกิจกรรมสันตนาการที่หลากหลาย ได้แก่ การท่องเที่ยว การเที่ยวสถานบันเทิง และการออกกำลังกาย

### ความสนใจในเรื่องความนิยม

ผู้สูงอายุมีความนิยมในเรื่องของสุขภาพในเรื่องของอาหาร การออกกำลังกาย การทานยาเพื่อบำรุงร่างกาย และการเข้าสปาเพื่อดูแลสุขภาพและผ่อนคลายความตึงเครียด

### ความสนใจในเรื่องการเปิดรับสื่อ

ผู้สูงอายุมีความสนใจในสื่อต่างๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต และสื่ออื่นๆ คือ ทีวีดีและดีวีดี โดยจะให้ความสนใจกับสื่อโทรทัศน์มากที่สุดรองลงมาคือสื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต ทีวีดีและดีวีดี และซื่อนิตยสารตามลำดับ

## 5.1.4 ความคิดเห็น

จากการศึกษาโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน ในเรื่องความคิดเห็นที่มีต่อตนเอง ประเด็นทางสังคม การเมือง ธุรกิจ เศรษฐกิจ การศึกษา สินค้า การบริการ อนาคต และวัฒนธรรม สรุปผลได้ดังนี้

### ความคิดเห็นของผู้สูงอายุที่มีต่อตนเอง

ผู้สูงอายุมีความภูมิใจในตนเองและรู้สึว่าตนเองมีคุณค่าเนื่องจากมีงานทำ ไม่ต้องรอความช่วยเหลือจากลูกหลาน และไม่เป็นการทางสังคม

### ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสังคมและวัฒนธรรม

ผู้สูงอายุมีความคิดเห็นว่าสังคมเสื่อมโทรมลงเนื่องจากสถาบันครอบครัวไม่เข้มแข็ง คนในสังคมขาดจริยธรรม มีสิ่งที่เป็นอันตรายในสังคม มีอาชญากรรมเพิ่มมากขึ้น สังคมขาดความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน วัฒนธรรมเสื่อมลงเนื่องจากวัฒนธรรมดั้งเดิมของไทยหายไป เช่น การมีสัมมาคารวะกับผู้ใหญ่ การรักษาวลสงวนตัวของผู้หญิง การแต่งกายของคนรุ่นใหม่ที่ไม่เหมาะสมกับกาลเทศะ

### ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการเมือง

ผู้สูงอายุมีความสนใจและติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการเมือง ถึงแม้จะรู้สึกเบื่อหน่ายกับการเมือง แต่ทุกครั้งที่มีการเลือกตั้งก็ต้องออกไปใช้สิทธิเลือกตั้งเนื่องจากเห็นว่าเป็นหน้าที่ของประชาชนทุกคน

### ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อธุรกิจและเศรษฐกิจ

ผู้สูงอายุมีความคิดเห็นว่าเศรษฐกิจไม่ค่อยดีเนื่องมาจากความไม่สงบภายในบ้านเมือง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเมือง หรือเรื่องปัญหาความไม่สงบในภาคใต้ ทำให้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ

### ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสินค้าและบริการ

ผู้สูงอายุมีความคิดเห็นว่าสินค้าและบริการในปัจจุบันไม่มีคุณภาพ มีการปนเปื้อนสารเคมี สินค้าและบริการมีราคาแพงมากขึ้น

### ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่ออนาคต

ผู้สูงอายุในแต่ละชนชั้นทางสังคมมีความคิดเห็นต่ออนาคตที่แตกต่างกันตามชนชั้นทางสังคม โดยชนชั้นสูงส่วนบน ชนชั้นสูงส่วนล่าง ชนชั้นกลางส่วนบน และชนชั้นกลางส่วนล่าง มีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ มีความต้องการทำงานเพื่อสังคมโดยไม่เห็นแก่เงิน มีความต้องการดำรงชีวิตในลักษณะพอเพียง และต้องการทำงานไปเรื่อยๆ เนื่องจากเห็นว่าการทำงานทำให้ไม่เหงาและทำให้ตนเองมีคุณค่าไม่เป็นภาระกับบุตรหลาน นอกจากนี้ยังมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยว และต้องการที่จะอยู่ดูแลช่วยเหลือลูกหลานตลอดไป ส่วนชนชั้นล่างส่วนบน

และชนชั้นล่างส่วนล่างแสดงความคิดเห็นว่าจะทำงานไปเรื่อยๆ เนื่องจากต้องการรายได้มาใช้จ่ายในแต่ละวัน ถ้าไม่ทำงานก็จะไม่สามารถซื้อของใช้ต่างๆได้เนื่องจากตนเองมีการดำรงชีวิตในลักษณะหาเช้ากินค่ำ และยังคงมีการผ่อนชำระหนี้สิน ทั้งที่เกิดจากตนเองและที่เกิดจากลูกๆ

## การแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุ

การแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุ ผู้วิจัยใช้แนวคิดการจัดพวก AIO (AIO Categories of Lifestyle Studies) เป็นเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุ โดยดูจากกิจกรรมซึ่งหมายถึงปฏิกริยาที่ผู้สูงอายุแสดงออก เช่น ดูโทรทัศน์ การใช้จ่ายของในร้านค้าหรือการบอกกล่าวให้เพื่อนฟังเกี่ยวกับสิ่งต่างๆที่ทำ และดูจากความสนใจของผู้สูงอายุซึ่งเป็นความสนใจในเรื่องราว เหตุการณ์หรือวัตถุ โดยมีระดับของความตื่นเต้นที่เกิดขึ้นเมื่อได้ตั้งใจติดต่อกันหรือมีความตั้งใจเป็นพิเศษและสุดท้ายคือความคิดเห็นของผู้สูงอายุที่มีต่อเหตุการณ์หรือเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งอยู่ในรูปของคำพูดหรือคำตอบที่ผู้สูงอายุแสดงความคิดเห็นต่อสถานการณ์ที่กระตุ้นเร้าที่ถูกลถามคำถาม โดยผู้วิจัยได้เลือกมาเฉพาะเรื่องให้ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุด กล่าวคือมีจำนวนผู้ตอบในหัวข้อดังกล่าวมากที่สุดเพื่อจัดแบ่งกลุ่ม

ดังนั้นจากการแบ่งกลุ่มตามแนวคิดการจัดพวก AIO (AIO Categories of Lifestyle Studies) สามารถแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุออกเป็น 11 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

1. ฝึกใฝ่ในธรรม
2. ครอบครัวแสนสุข
3. พ่อแม่ตัวอย่าง
4. กีฬาคือยาวิเศษ
5. นักบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพ
6. ตะลอนทัวร์
7. หม่อมสาวสองพันปี
8. นักช้อปมืออาชีพ
9. ผู้บริโภคช่างเลือก
10. คอการเมือง
11. วัฒนธรรมนำไทย

## 1. ฝักใฝ่ในธรรม

เป็นกลุ่มที่ชอบในเรื่องของธรรม มีกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นที่เกี่ยวกับธรรม เช่น ใช้เวลาว่างไปกับการเข้าวัด ทำบุญ มีความสนใจเรื่องของการแบ่งปันความสุขให้กับบุคคลอื่นๆ เสียสละเพื่อสังคม

## 2. ครอบครัวแสนสุข

เป็นกลุ่มที่มีการทำกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับครอบครัว โดยมีการไปเที่ยวและใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับครอบครัว มีความรู้สึกที่ครอบครัวเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด

## 3. พ่อแม่ตัวอย่าง

เป็นกลุ่มที่มี กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับลูก เป็นสำคัญ กล่าวคือ มีการดูแล ห่วงใยลูกหลานมากเป็นพิเศษ โดยมีการช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเงินหรือการให้คำปรึกษาต่างๆถึงแม้ว่าลูกได้แต่งงาน มีครอบครัวแล้วก็ตาม

## 4. กีฬาคือยาวิเศษ

เป็นกลุ่มที่มีกิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็นในเรื่องของการออกกำลังกาย โดยมีการใช้เวลาว่างไปกับการออกกำลังกาย ไม่ว่าจะเป็นการเดิน วิ่ง เล่นกอล์ฟ และเข้าฟิตเนส โดยผู้สูงอายุกลุ่มนี้ได้ให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายเป็นอย่างมากจนถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมทั้งหมด

## 5. นักบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพ

เป็นกลุ่มที่มีกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาพ โดยมีการระมัดระวังเรื่องของการบริโภคอาหาร บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ทำกิจกรรมต่างๆเพื่อให้สุขภาพแข็งแรง ทั้งการออกกำลังกาย การทานยาบำรุงต่างๆเพื่อให้สุขภาพดีขึ้น ผู้สูงอายุกลุ่มนี้มีความสนใจในทุกเรื่องที่ทำให้สุขภาพตนเองแข็งแรง

## 6. ตะลอนทัวร์

เป็นกลุ่มที่มีกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยมีการใช้เวลาว่างไปกับการท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีการวางแผนในอนาคตว่าอยากเดินทางท่องเที่ยวไปในทุกๆที่

## 7. สาวสองพันปี

เป็นกลุ่มที่มีกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับดูแลตนเองให้ดูดีอยู่ตลอดเวลา โดยกิจกรรมที่ทำส่วนใหญ่นั้นเป็นการเข้าร้านเสริมสวย เข้าสปา

## 8. นักช้อปปิ้งอาชีพ

เป็นกลุ่มที่มีกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินซื้อสินค้าตามสถานที่ต่างๆ โดยมีการใช้เวลาว่างไปกับการเดินซื้อสินค้า ไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า เป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่ให้ความสำคัญกับการแต่งตัว

## 9. ผู้บริโภคช่างเลือก

เป็นกลุ่มที่มีกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นในการบริโภคสินค้าที่ละเอียด โดยมีการพิจารณาแหล่งผลิตของสินค้า ราคา และสถานที่จัดจำหน่าย ซึ่งผู้สูงอายุกลุ่มนี้มีการเปรียบเทียบความเหมาะสมระหว่างราคากับคุณภาพสินค้า ก่อนการตัดสินใจซื้อ

## 10. คอการเมือง

เป็นกลุ่มที่มีกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องการเมือง โดยผู้สูงอายุกลุ่มนี้มีการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการเมือง เพื่อหาข้อมูลและทำการวิเคราะห์ พุดคุยถึงเรื่องการเมือง และที่สำคัญได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับการเลือกตั้งเป็นอย่างมาก

## 11. วัฒนธรรมนำไทย

เป็นกลุ่มที่มีกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องของวัฒนธรรม โดยผู้สูงอายุกลุ่มนี้ได้ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมที่ฝังรากลึกในแบบของไทย เช่น การไหว้ การแต่งกายที่เหมาะสมกับกาลเทศะ และการมีสัมมาคารวะกับผู้อาวุโส โดยแสดงความคิดเห็นว่าสังคมในปัจจุบันแย่ลง ผู้น้อยขาดการเคารพผู้ใหญ่ ระบบครอบครัวขาดความเข้มแข็ง ทำให้เกิดปัญหาสังคมต่างๆตามมา

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) คือการอธิบายถึงลักษณะการใช้ชีวิตของผู้บริโภคโดยจะดูจาก การทำกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น เพื่อให้ นักการตลาดสามารถเข้าใจถึง พฤติกรรม ความต้องการ ความรู้สึกนึกคิด การเลือกซื้อสินค้า และการเปิดรับสื่อของผู้บริโภค โดยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการแบ่งส่วนตลาด การเขียนแผนการตลาด และการกำหนดกลยุทธ์ การตลาดต่างๆได้ ซึ่งผู้วิจัยหวังว่าการวิจัยเรื่อง “แบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในเขต กรุงเทพมหานครศึกษาเฉพาะกรณีผู้สูงอายุที่มีงานทำ” จะเป็นประโยชน์กับนักการตลาดดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

William Lazer (อ้างถึงใน Plummer :1974) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นการแสดงให้เห็นภาพรวมของวิธีการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน โดยการสร้างเป็นรูปแบบที่พัฒนามาจากความต่อเนื่องของการดำเนินชีวิตในสังคม ศาสตร์ที่ใช้ในการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ได้แก่ VALS2 กับ AIO ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ได้เลือกใช้ AIO ( Categories of Lifestyle Studies) เป็นแนวทางในการวิจัยโดยสามารถแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุได้ดังนี้

**รูปแบบการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครเฉพาะผู้ที่มีงานทำ**

1. กลุ่มฝักใฝ่ในธรรม
2. กลุ่มครอบครัวแสนสุข
3. กลุ่มพ่อแม่ตัวอย่าง
4. กลุ่มกีฬาเคียววิเศษ
5. กลุ่มนักบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพ
6. กลุ่มทะเลนทวรั
7. กลุ่มหนุ่มสาวสองพันปี
8. กลุ่มนักช้อปปิ้งอาชีพ
9. กลุ่มผู้บริโภคช่างเลือก
10. กลุ่มคอการเมือง
11. กลุ่มวัฒนธรรมนำไทย

เมื่อนำรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครมาเปรียบเทียบกับแนวคิดเรื่อง Baby Boomers or Muppies และการตลาดกับผู้สูงอายุของ Philip Kotler จะทำให้เข้าใจรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคกลุ่มนี้มากยิ่งขึ้น

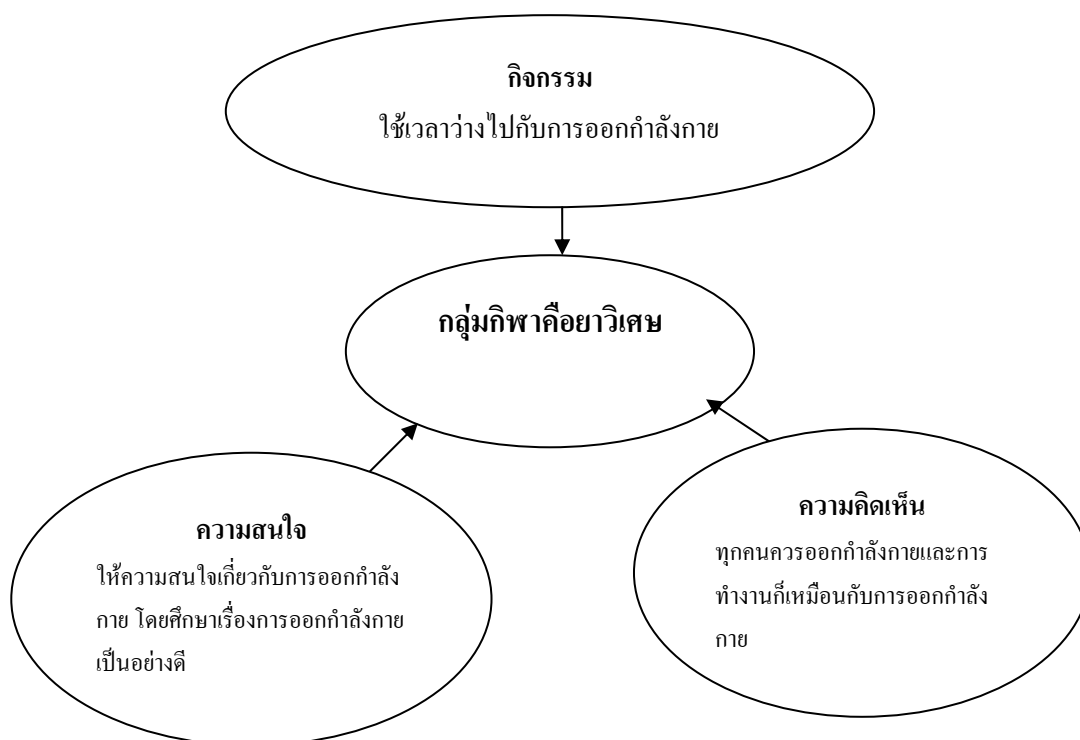
**Baby Boomers or Muppies** (อ้างถึงใน Blackwell, Miniard และ Engel, 2006 : 247) ในปี 2539 เป็นปีแห่งการเริ่มต้นที่ Baby Boomers มีอายุ 50 ปี และเป็นศักราชแห่งการใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคอย่างอิสระเนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้เริ่มหมดภาระในเรื่องของการผ่อนบ้าน การผ่อนรถ และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการศึกษาของบุตร และเมื่อถึงปี 2553 จะเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญอีกครั้งหนึ่งซึ่งผู้บริโภคกลุ่มนี้เริ่มเกษียณและเป็นอิสระจากการทำงาน Baby Boomers เป็นคำที่ใช้เรียกประชากรกลุ่มหนึ่งซึ่งเกิดหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยในช่วงระหว่างปี 2489 – 2507 มีประชากรเกิดถึง 74 ล้านคน และเมื่อประชากรเหล่านี้เติบโตขึ้นเป็นวัยหนุ่มสาวในราวปี 2523 นักการตลาดได้เรียกผู้บริโภคกลุ่มนี้ว่า “yuppies” – young urban professionals กล่าวคือเป็นผู้บริโภคที่มีรายได้ค่อนข้างสูง มีอำนาจซื้อ และมีอิทธิพลต่อแนวโน้มของตลาด และในปัจจุบันนี้ผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวได้ก้าวเข้าสู่วัยสูงอายุและถูกเรียกว่า “muppies” – middle-aged urban professionals ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อหลายๆส่วนในภาคธุรกิจ เช่น ค่าปลีก การโฆษณา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และผลประกอบการของตลาดหลักทรัพย์ และเป็นตลาดที่จะสามารถสร้างผลกำไรให้กับภาคธุรกิจได้

รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้รับอิทธิพลค่อนข้างสูงจากแนวโน้มของการมีครอบครัว การหย่าร้าง และการบริโภคในช่วงปี 2523 – 2533 เขาเหล่านั้นไม่ได้ต้องการรถคันใหม่ แต่หากพวกเขาจะซื้อ รถคันนั้นจะต้องมีคุณภาพที่สูงกว่าที่พวกเขาเคยต้องการเมื่อช่วงที่เป็นวัยหนุ่มสาว (yuppies) แต่ในขณะที่เดียวกันก็อาจมีความต้องการรูปแบบบางอย่างของรถที่พวกเขาเคยใช้ในอดีต (ในทางการตลาดเรียกว่า Retro Marketing - ผู้แปล) สำหรับการซื้อบ้านและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภายในบ้านสำหรับผู้บริโภคกลุ่มนี้นั้น ดูเหมือนว่าจะมีการให้ความสำคัญหรือเข้าไปเกี่ยวข้องน้อย แต่ผู้บริโภคกลุ่มนี้ก็มีความสามารถที่สูงกว่าในอดีตในการซื้อสิ่งที่มีคุณภาพ เขาเหล่านั้นต้องการบ้านที่ดีกว่าเมื่อก่อนแต่ก็มีขนาดที่เล็กลง รวมถึงบ้านมือสองซึ่งพวกเขาจะใช้ในการพักผ่อนในบางช่วงของวัยเกษียณ นอกจากนี้กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ยังเป็นโอกาสทางการตลาดสำหรับการบริการนำเที่ยวราคาแพง ร้านอาหาร โรงละคร เสื้อผ้าที่มีรูปแบบที่กำลังเป็นที่นิยม และเครื่องประดับ ผู้บริโภคกลุ่มนี้เอาใจใส่ ดูแลสัดส่วนของตนเอง ใช้เวลาว่างในการเข้าสปา ศูนย์สุขภาพ ร้านขายเครื่องสำอาง ร้านทำผมทำเล็บ เข้าร่วมแผนควบคุมน้ำหนัก และรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ นอกจากนี้ผู้บริโภคกลุ่มนี้ยังเป็นกลุ่มลูกค้าคาดหวังสำหรับผลิตภัณฑ์ทางการเงินด้วย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยแบบการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุ กลุ่มกีฬาคือยาสีฟัน กลุ่มนักสุขภาพตัว

ขง กลุ่มนั้จับท้าวร้ กลุ่มสาวสองพันปี กลุ่มนั้ช้อปมืออาชีพ และกลุ่มผู้บริโภคน่าเลือก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

### กลุ่มกีฬาอาชีพ

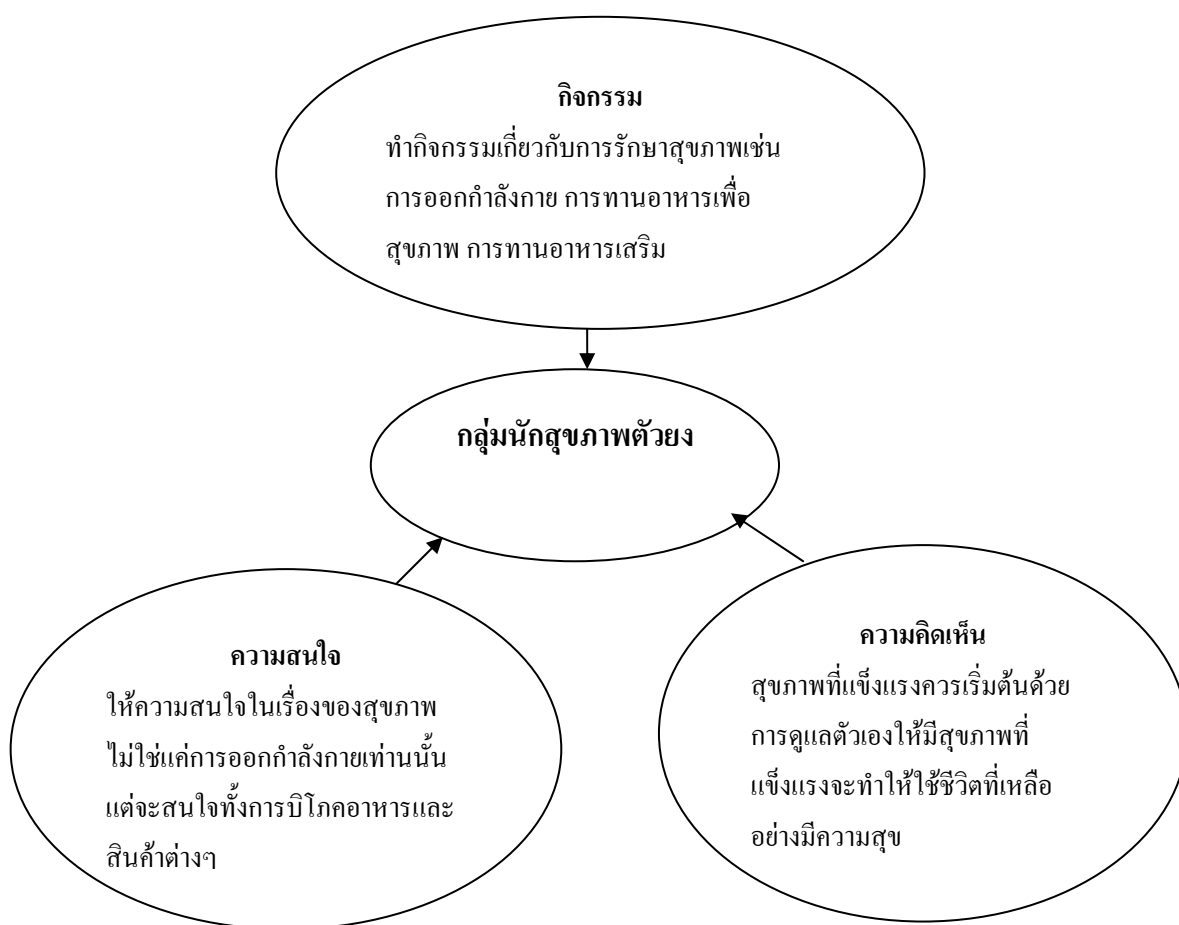
เป็นกลุ่มที่มีกิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น ในเรื่องของการออกกำลังกายโดยมีการใช้เวลาว่างไปกับการออกกำลังกาย ไม่ว่าจะเป็นการเดิน วิ่ง เล่นกอล์ฟ และเข้าฟิตเนส โดยผู้สูงอายุกลุ่มนี้ได้ให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายเป็นอย่างมากจนถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมทั้งหมด โดยผู้บริโภคนั้มีแบบของการใช้ชีวิตดังภาพที่ 5.1



ภาพที่ 5.1 แสดงแบบการดำรงชีวิตของกลุ่มกีฬาอาชีพ

### กลุ่มนักสุขภาพตัวอย

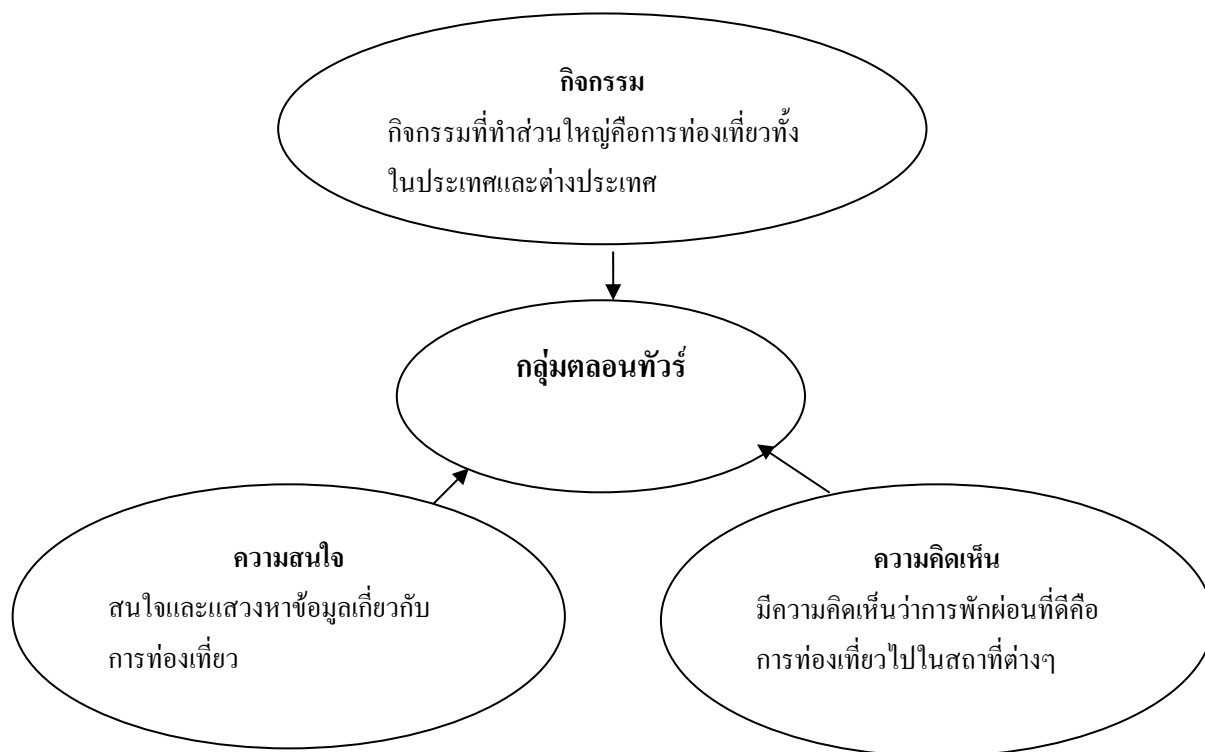
เป็นกลุ่มที่มีกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาพ โดยมีความระมัดระวัง เรื่องของการบริโภคอาหาร บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ทำกิจกรรมเพื่อให้สุขภาพแข็งแรง ทั้ง การออกกำลังกาย การทานยาบำรุงต่างๆ เพื่อให้สุขภาพดีขึ้น ผู้สูงอายุกลุ่มนี้มีความสนใจในทุกเรื่อง ที่ทำให้สุขภาพตัวเองแข็งแรง โดยผู้บริโภคกลุ่มนี้มีแบบของการใช้ชีวิตดังภาพที่ 5.2



ภาพที่ 5.2 แสดงแบบการดำรงชีวิตของกลุ่ม นักสุขภาพตัวอย

### กลุ่มตะลอนทัวร์

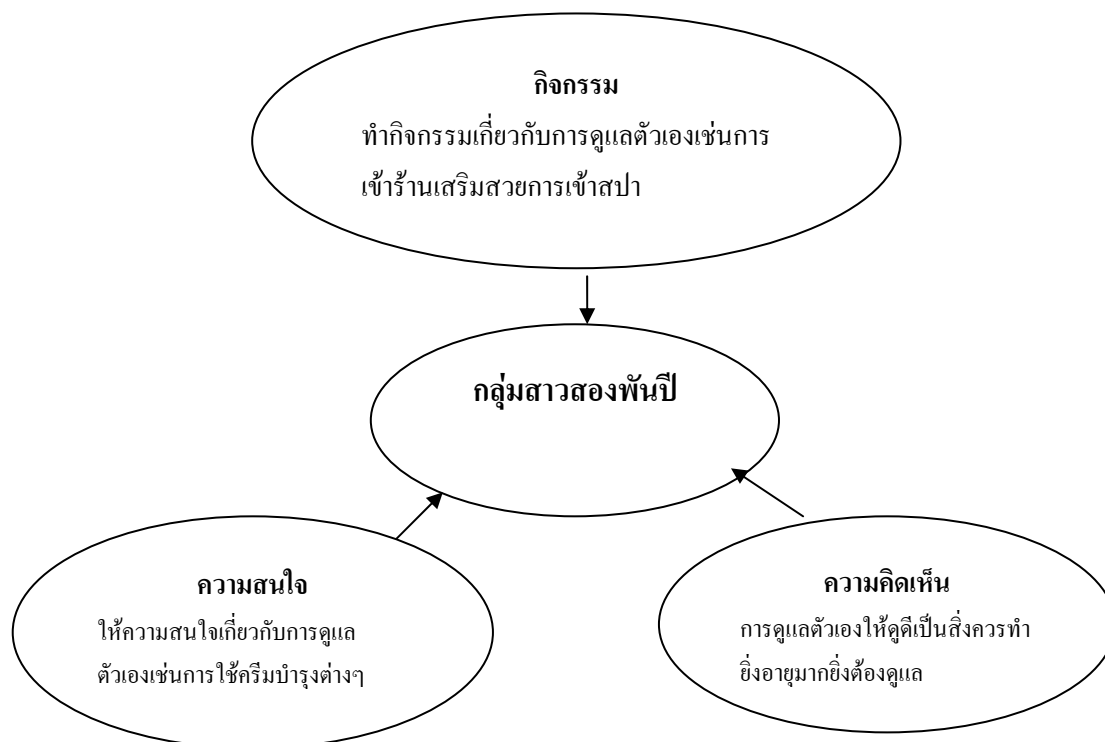
เป็นกลุ่มที่มีกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยมีใช้เวลาว่างไปกับการท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีการวางแผนในอนาคตว่าอยากเดินทางท่องเที่ยวไปในทุกๆที่ โดยผู้บริโภครุ่นนี้มีแบบของการใช้ชีวิตดังภาพที่ 5.3



ภาพที่ 5.3 แสดงแบบการดำรงชีวิตของกลุ่มตะลอนทัวร์

## กลุ่มสาวสองพันปี

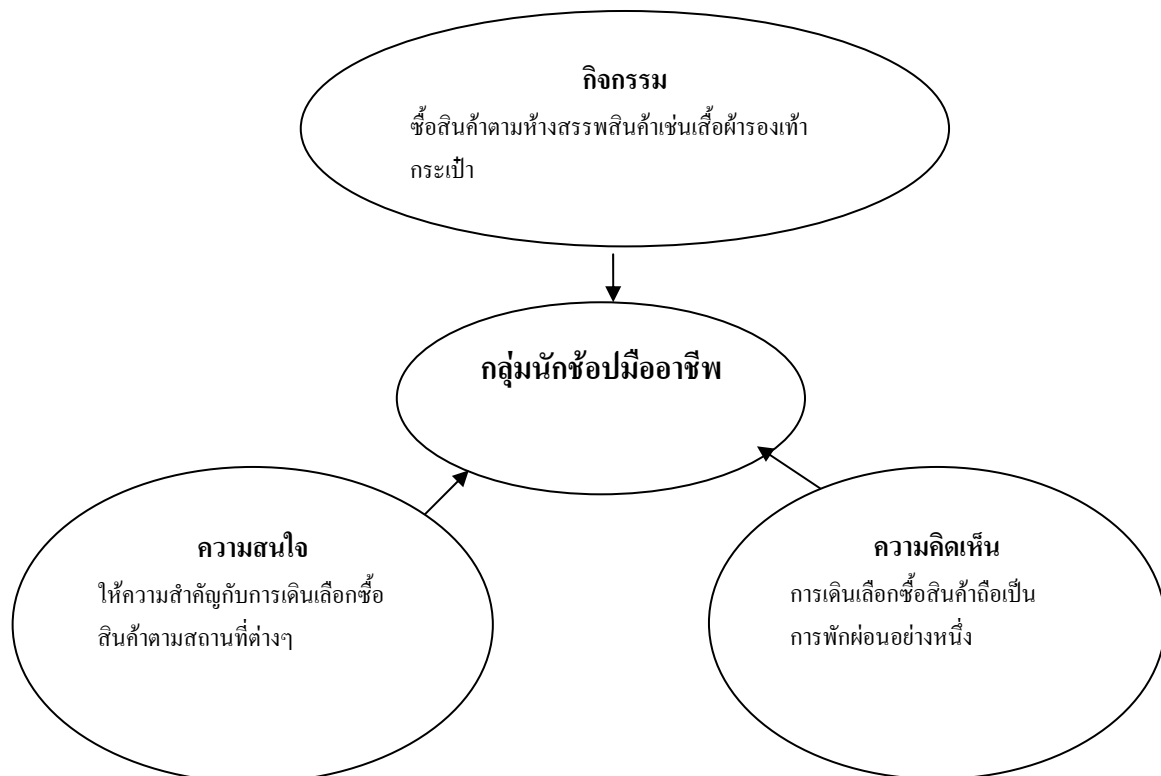
เป็นกลุ่มที่มีกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับดูแลตัวเองให้ดูดีตลอดเวลา โดยกิจกรรมที่ทำส่วนใหญ่นั้นเป็นการเข้าร้านเสริมสวย เข้าสปา โดยผู้บริโภคกลุ่มนี้มีแบบของการใช้ชีวิตดังภาพที่ 5.4



ภาพที่ 5.4 แสดงแบบการดำรงชีวิตของกลุ่มสาวสองพันปี

## กลุ่มนักช้อปปิ้งมืออาชีพ

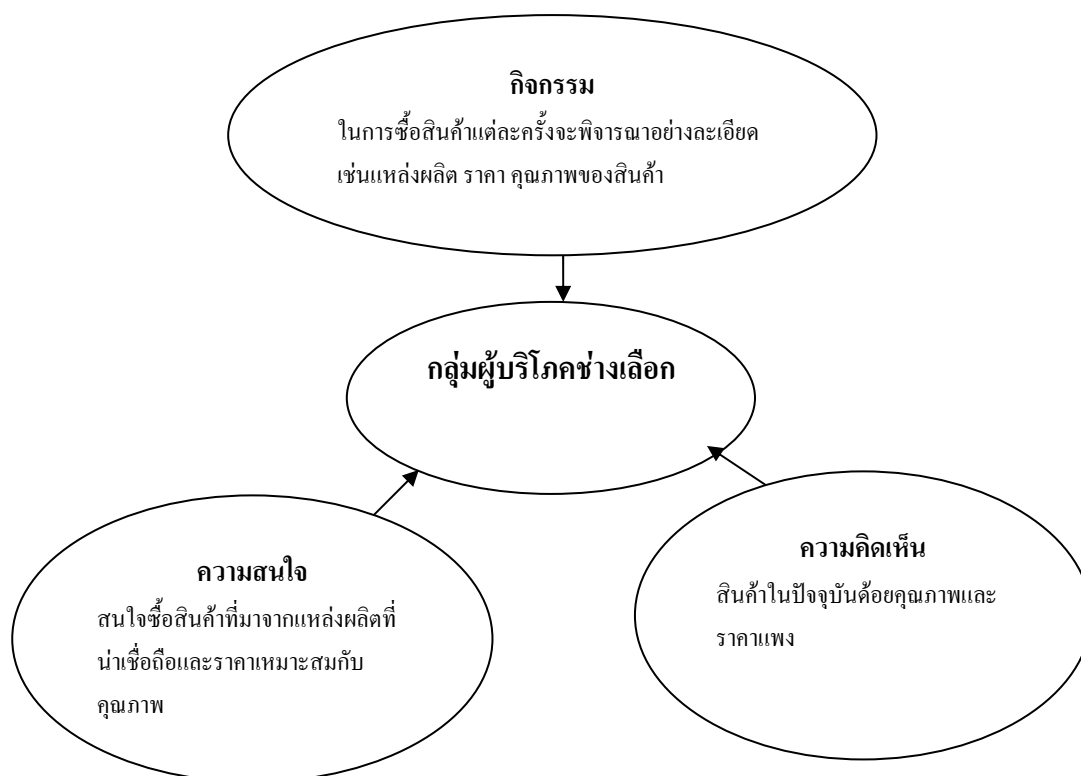
เป็นกลุ่มที่มีกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินช้อปปิ้งตามสถานที่ต่างๆ โดยมีการใช้เวลาว่างไปกับการเดินช้อปปิ้ง ไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า เป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่ให้ความสำคัญกับการแต่งตัวดังภาพที่ 5.5



ภาพที่ 5.5 แสดงแบบการดำรงชีวิตของกลุ่มนักช้อปปิ้งมืออาชีพ

### กลุ่มผู้บริโภคช่างเลือก

เป็นกลุ่มที่มีกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นในการบริโภคสินค้าที่ละเอียด โดยมีการพิจารณาแหล่งผลิตของสินค้า ราคา และสถานที่จัดจำหน่าย ซึ่งผู้สูงอายุกลุ่มนี้มีการเปรียบเทียบความเหมาะสมระหว่างราคากับคุณภาพสินค้า ก่อนการตัดสินใจซื้อดังภาพที่ 5.6



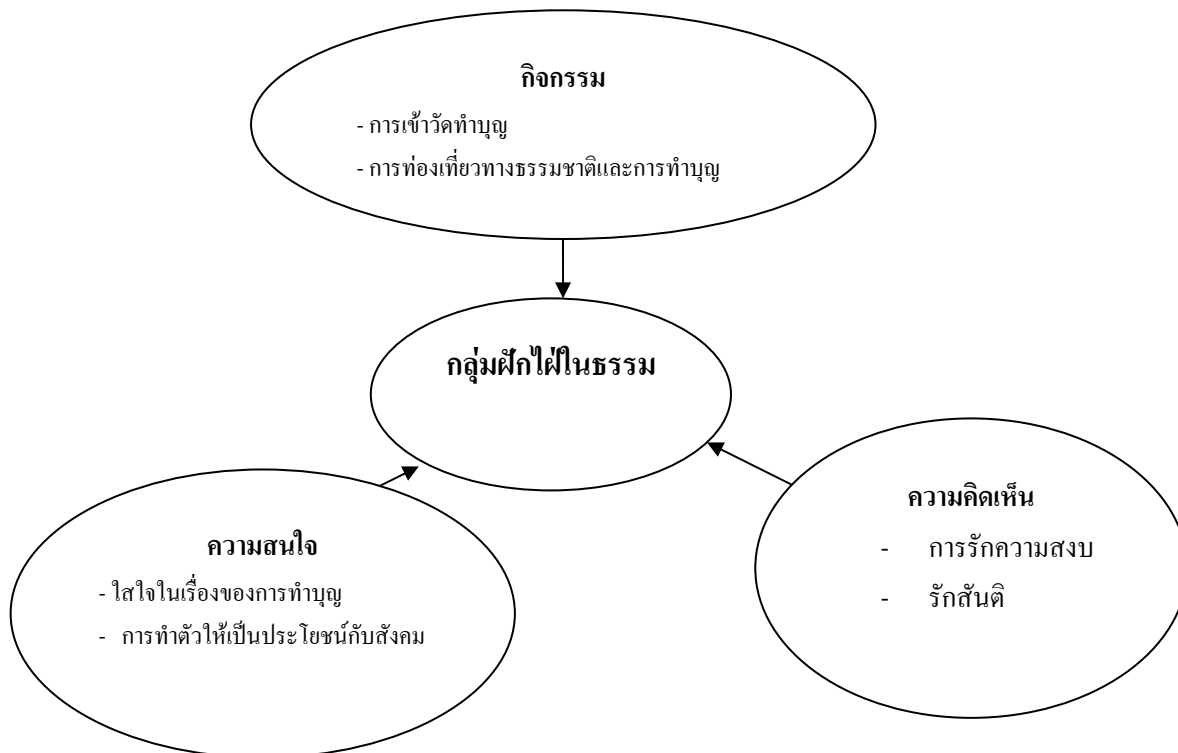
ภาพที่ 5.6 แสดงแบบการดำรงชีวิตของกลุ่มผู้บริโภคช่างเลือก

รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครทั้ง 6 กลุ่ม ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Philip Kotler ซึ่งได้กล่าวถึงการตลาดสำหรับผู้สูงอายุไว้ในหนังสือ Marketing Management ว่าผู้สูงอายุมีความต้องการและมีความจำเป็นเหมือนกับผู้บริโภคที่วัยเยาว์กว่า และผู้สูงอายุยังมีรายได้คงที่ มีฐานะด้านการเงินดี การตัดสินใจในการซื้อของพวกเขาไม่ได้ขึ้นอยู่กับอายุแต่ขึ้นอยู่กับรูปแบบการดำรงชีวิต ผู้สูงอายุมักมีความรู้สึกว่าตนเองอ่อนกว่าอายุจริงถึง 10 ปี จากช่องว่างนี้นำไปสู่ความสำเร็จของแผนรณรงค์ Self – Perception ผู้สูงอายุไม่ใช่คนอ่อนแอหรือช่วยเหลือตนเองไม่ได้เลย แต่ตรงกันข้ามผู้สูงอายุหลายคนมีสุขภาพแข็งแรงและกระตือรือร้น แต่

ผลการวิจัย เรื่องรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะกรณีผู้สูงอายุที่มีงานทำ ได้ผลการวิจัยบางส่วนที่แตกต่างจาก Baby Boomers or Muppies ของ Blackwell, Miniard และ Engel และการตลาดผู้สูงอายุของ Philip Kotler อันเนื่องมาจากความแตกต่างกันของสภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม กล่าวคือนอกจากผู้บริโภคกลุ่มนี้จะใส่ใจในการบริโภคสินค้าและขอบคุณตัวเองแล้ว ผู้บริโภคกลุ่มนี้ยังให้ความสนใจในทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับลูก เนื่องจากในสังคมไทยนั้นผู้ที่เป็นพ่อแม่ยังมีลักษณะของการเลี้ยงลูกแบบไม่รู้จักโต และยังคงยินดีจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าที่เป็นประโยชน์ และช่วยส่งเสริมฐานะให้กับลูก รวมทั้งมีพฤติกรรมบริโภคสินค้าที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณี ดังรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มฝักใฝ่ในธรรม กลุ่มวัฒนธรรมนำไทย กลุ่มครอบครัวแสนสุข กลุ่มพ่อแม่ตัวอย่าง และกลุ่มคอกการเมือง ซึ่งสามารถแสดงได้ตามแผนภูมิของรูปแบบการดำเนินชีวิตของทั้ง 5 กลุ่ม ดังนี้

### กลุ่มฝักใฝ่ในธรรม

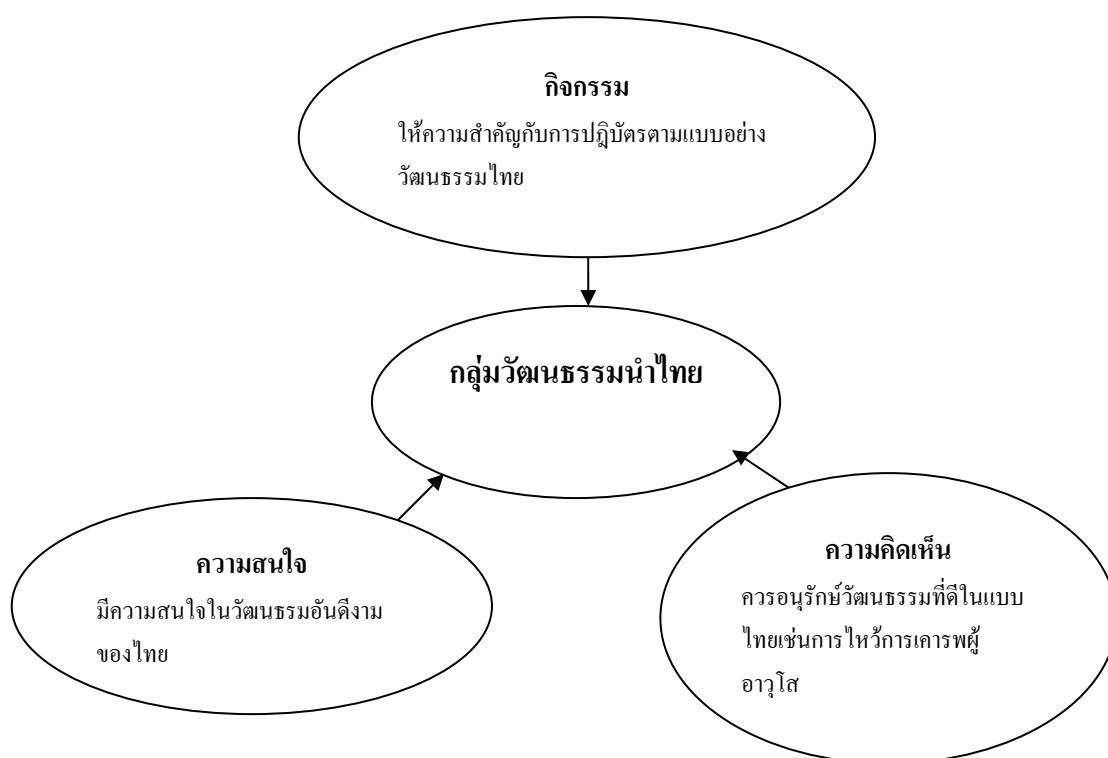
เป็นกลุ่มที่ชอบในเรื่องของธรรมะมีกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นที่เกี่ยวกับธรรม เช่น ใช้เวลาว่างไปกับการเข้าวัดทำบุญ มีความสนใจเรื่องของการแบ่งปันความสุขให้กับบุคคลอื่นๆ เสียสละเพื่อสังคม โดยผู้บริโภคกลุ่มนี้มีแบบของการใช้ชีวิตดังภาพที่ 5.7



ภาพที่ 5.7 แสดงแบบการดำรงชีวิตของกลุ่มฝักใฝ่ในธรรม

### กลุ่มวัฒนธรรมนำไทย

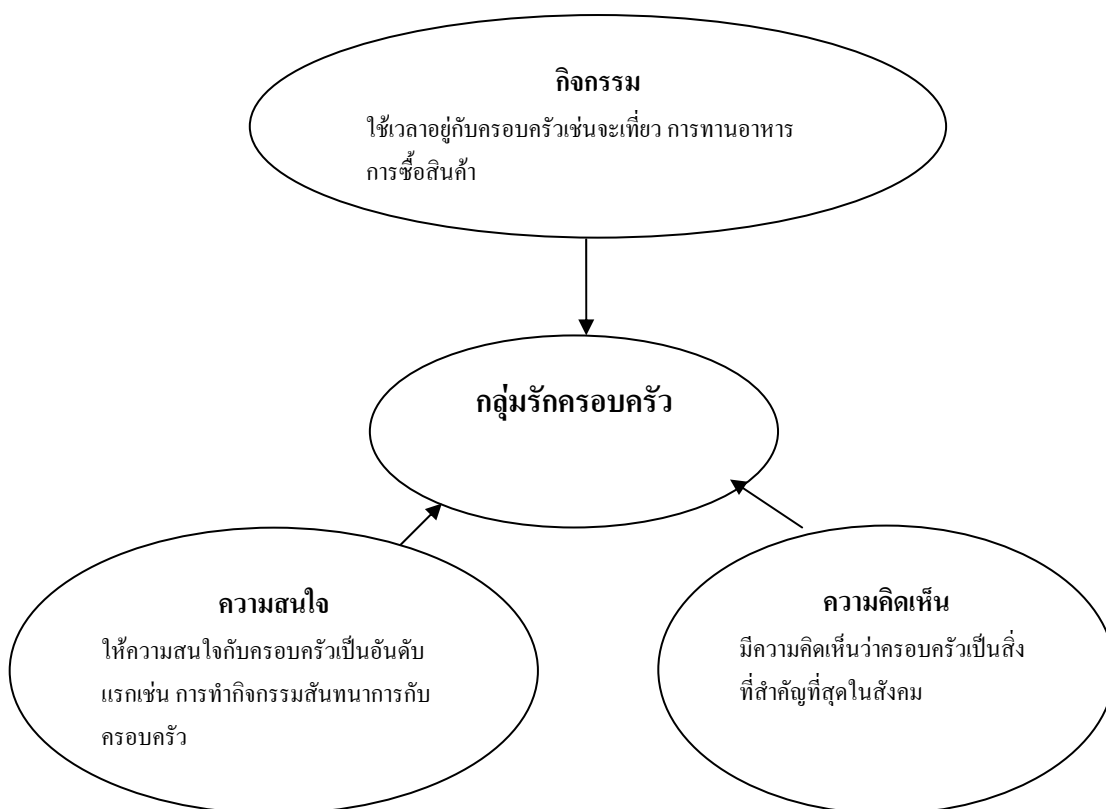
เป็นกลุ่มที่มีกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องของวัฒนธรรม โดยผู้สูงอายุกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมในแบบของไทย เช่น การไหว้ การแต่งกาย ที่เหมาะสมกับกาลเทศะ และการมีสัมมาคารวะกับผู้อาวุโส โดยมองว่าสังคมในปัจจุบันแย่ง ผู้น้อย ขาดการเคารพผู้ใหญ่ ระบบครอบครัวขาดความเข้มแข็ง ทำให้เกิดปัญหาสังคมต่างๆตามมา ดังภาพที่ 5.8



ภาพที่ 5.8 แสดงแบบการดำรงชีวิตของกลุ่มวัฒนธรรมนำไทย

### กลุ่มครอบครัวแสนสุข

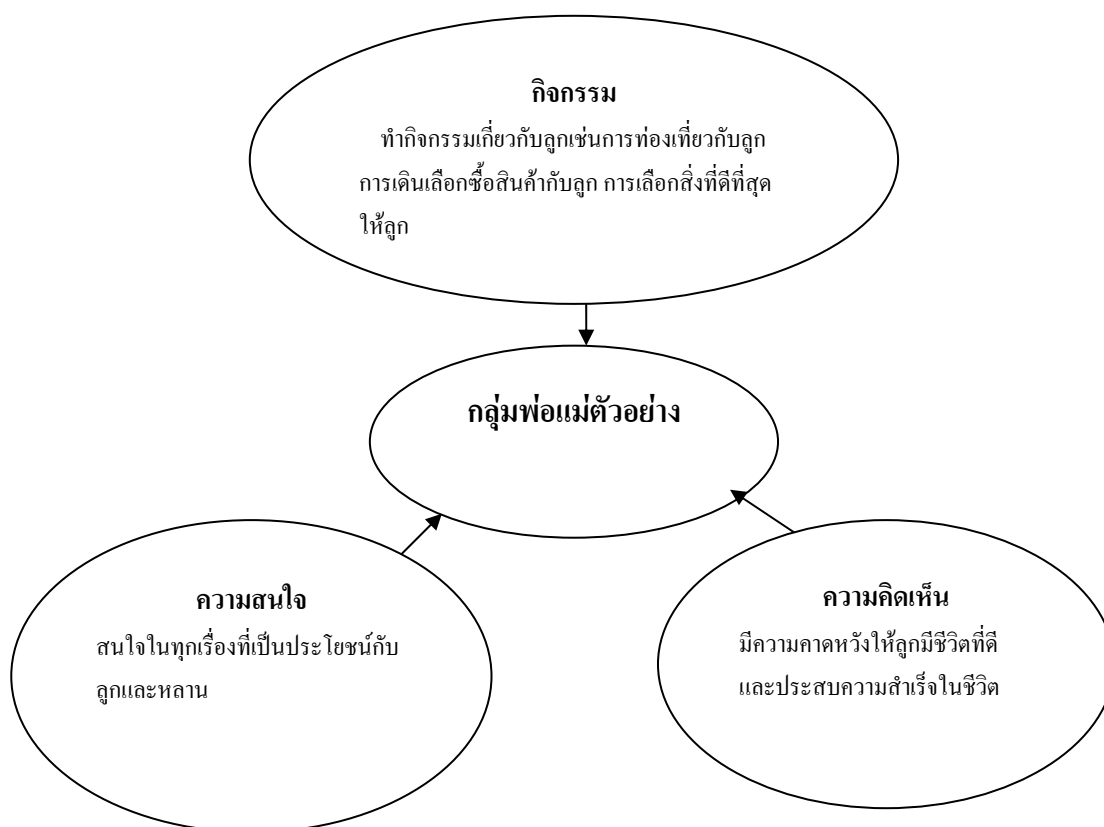
เป็นกลุ่มที่มีการทำกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับครอบครัว โดยมีการไปเที่ยวและใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับครอบครัว มีความรู้สึกว่าการครอบครัวเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด โดยผู้บริโภครุ่นนี้มีแบบของการใช้ชีวิตดังภาพที่ 5.9



ภาพที่ 5.9 แสดงแบบการดำรงชีวิตของกลุ่มครอบครัวแสนสุข

## กลุ่มพ่อแม่ตัวอย่าง

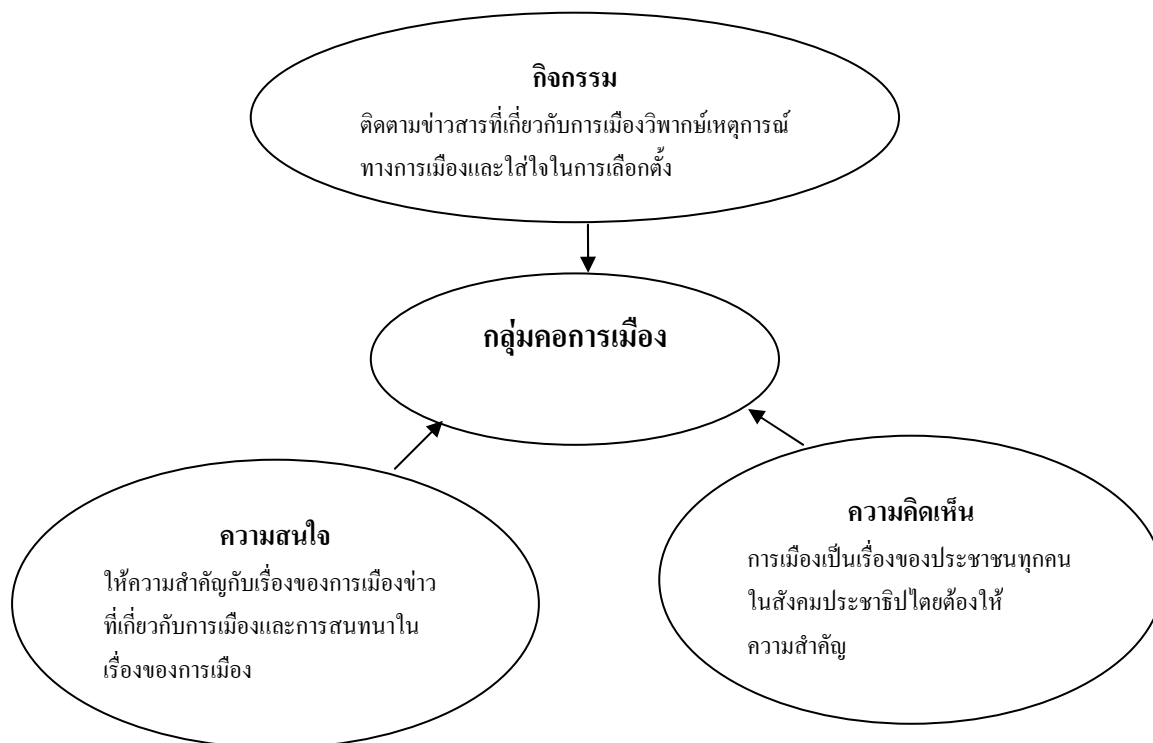
เป็นกลุ่มที่มี กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับลูกเป็นสิ่งสำคัญ กล่าวคือให้ การดูแล ห่วงใยลูกหลานมากเป็นพิเศษโดยมีการให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง เงิน หรือการให้คำปรึกษาต่างๆ ถึงแม้ว่าลูกได้แต่งงานมีครอบครัวไปแล้วก็ตาม โดยผู้บริโภครุ่นนี้ มีแบบของการใช้ชีวิตดังภาพที่ 5.10



ภาพที่ 5.10 แสดงแบบการดำรงชีวิตของกลุ่มพ่อแม่ตัวอย่าง

## กลุ่มคอกการเมือง

เป็นกลุ่มที่มีกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องการเมือง โดยผู้สูงอายุกลุ่มนี้มีการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการเมือง เพื่อหาข้อมูลและทำการวิเคราะห์พูดคุยถึงเรื่องการเมือง และที่สำคัญได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับการเลือกตั้งเป็นอย่างมาก ดังภาพที่ 5.11



ภาพที่ 5.11 แสดงแบบการดำรงชีวิตของกลุ่มคอกการเมือง

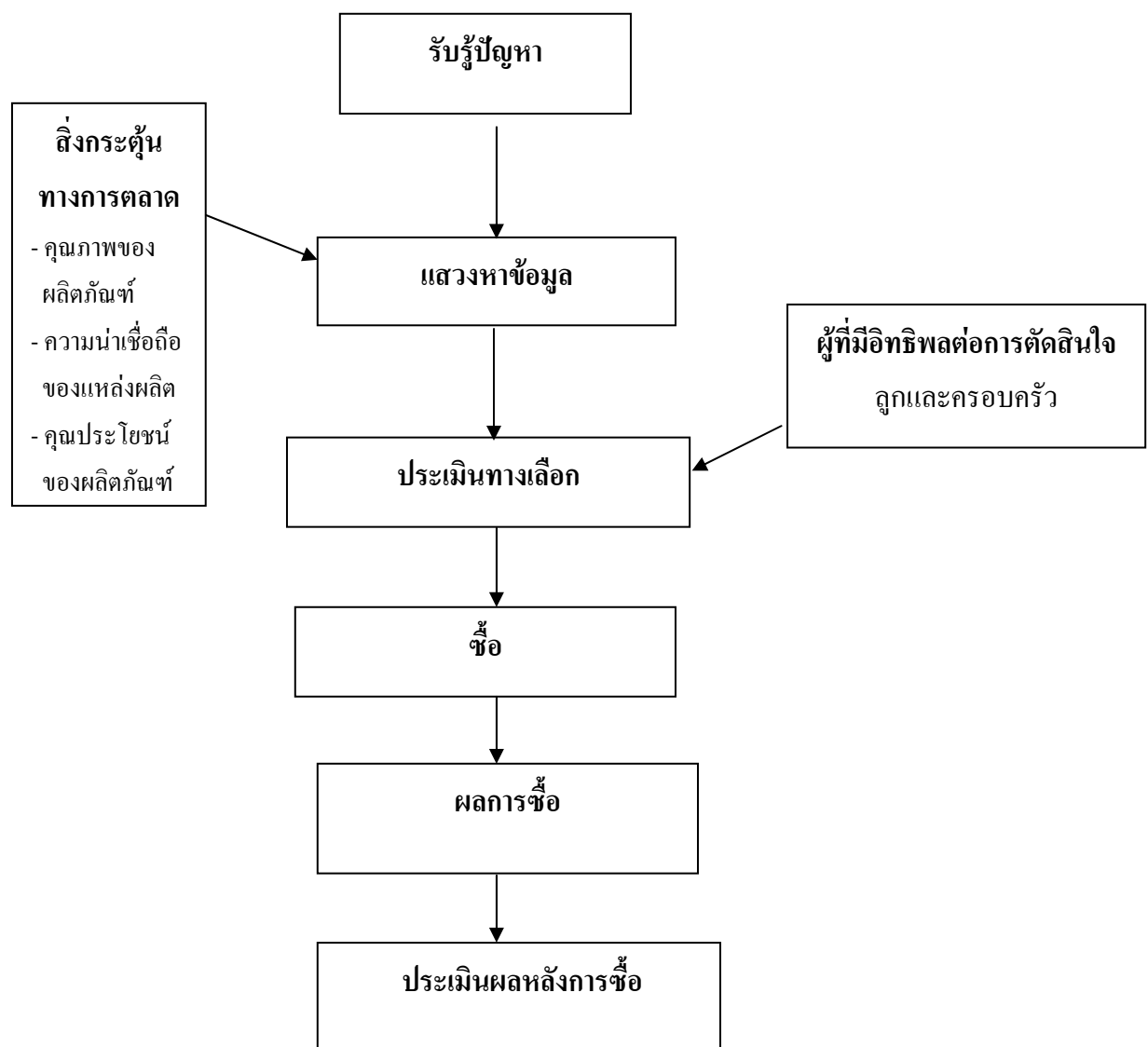
รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครมีลักษณะที่แตกต่างจากรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในภูมิภาคอื่นๆ เนื่องจากมีปัจจัยหลายอย่างที่แตกต่างไป ไม่ว่าจะเป็นลักษณะทางภูมิศาสตร์ ลักษณะทางวัฒนธรรมและประเพณี เชื้อชาติ ดังนั้นนักการตลาดต้องทำความเข้าใจว่าเมื่อปัจจัยต่างๆเหล่านี้เปลี่ยนแปลงไปจะส่งผลให้รูปแบบการดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลงตาม นอกจากนี้รูปแบบการดำเนินชีวิตไม่ได้เป็นสูตรสำเร็จของกลยุทธ์การตลาดทั้งหมด แต่เป็นเพียงส่วนประกอบหนึ่งที่ทำให้นักการตลาดสามารถเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคเพียงด้านเดียวเท่านั้น การจะกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้ต้องอาศัยข้อมูลที่หลากหลายและการบูรณาการ

นอกจากคำถามที่เกี่ยวกับแบบการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่อิงจากทฤษฎี AIO แล้ว ผู้วิจัยได้ทำการสอบถามเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้สูงอายุปรารถนาอยากจะได้ถ้ามีพรวิเศษให้หนึ่งข้อ ซึ่งคำตอบที่ได้คือ

ผู้สูงอายุปรารถนาให้สุขภาพของตนเองแข็งแรง เนื่องจากมองว่าถ้าสุขภาพแข็งแรงแล้วถึงแม้จะไม่ร่ำรวยก็ยังสามารถสร้างขึ้นมาได้จากน้ำพักน้ำแรง อีกสิ่งหนึ่งที่ผู้สูงอายุปรารถนาอยากได้คือการที่จะได้เห็นลูกหลานเจริญก้าวหน้าทั้งในหน้าที่การงานและความสมบูรณ์ของครอบครัว

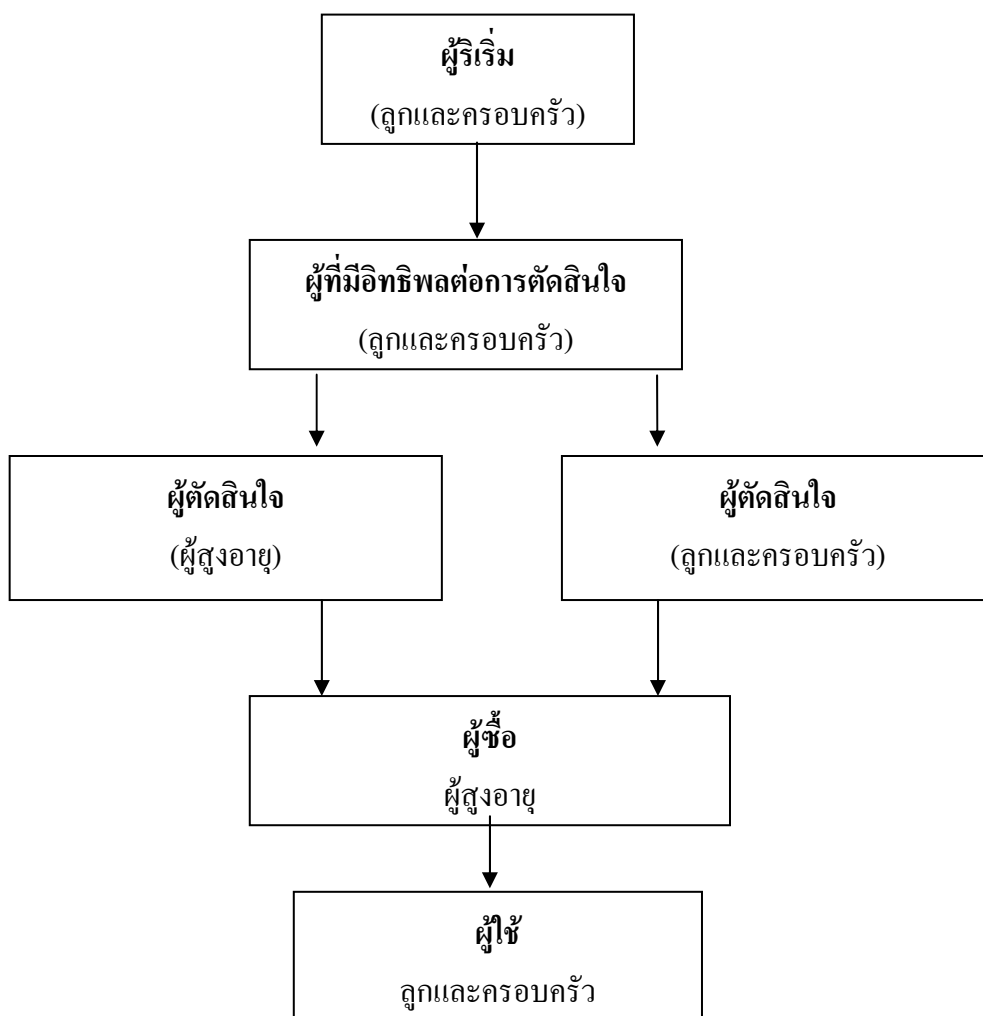
### 5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับนักการตลาด

สำหรับงานการตลาดนั้น ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางในการทำการตลาดกับกลุ่มผู้สูงอายุ ดังนี้ นักการตลาดควรใช้การให้ข้อมูลในเชิงประโยชน์หลักของสินค้าในการทำการตลาดกับผู้บริโภคกลุ่มนี้ เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้จะใช้ความคุ้มค่าในเชิงประโยชน์หลักของสินค้าเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ โดยดูจากรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนักช้อปปิ้งมืออาชีพและผู้บริโภคช่างเลือกเพราะสองกลุ่มนี้จะพิจารณาสินค้าตั้งแต่แหล่งผลิตของสินค้า ราคา และสถานที่จัดจำหน่าย โดยจะทำการเปรียบเทียบความเหมาะสมระหว่างราคากับคุณภาพของสินค้า ก่อนการตัดสินใจซื้อ



ภาพที่ 5.12 แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้สูงอายุ

นอกจากเรื่องของประโยชน์หลักแล้วผู้วิจัยยังพบว่าผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้สูงอายุคือครอบครัวและลูก โดยดูจากรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มครอบครัวแสนสุขและกลุ่มพ่อแม่ตัวอย่างซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องปัจจัยที่สนับสนุนการวางแผนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค กล่าวคือในการวางแผนสำหรับการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคนั้นส่วนใหญ่การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะฟังบุคคลอื่นมากกว่าตนเอง ได้แก่ สื่อทางด้านการตลาดต่างๆ สมาชิกในครอบครัว เพื่อน กลุ่มอ้างอิงและผู้นำด้านความคิดเห็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งครอบครัว เนื่องจากสมาชิกในครอบครัวต่างมีส่วนร่วมในการวางแผนเพื่อการบริโภค เช่น เด็กเล็กจะช่วยบิดามารดาในการตัดสินใจซื้อ และบิดามารดาจะช่วยเด็กในการตัดสินใจซื้อเช่นกัน เนื่องจากผู้บริโภคหนึ่งคนมีหลายบทบาทในการเป็นผู้บริโภค เช่น เป็นผู้ซื้อ ผู้ใช้ ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ตัวอย่างเช่น พ่อแม่ซื้อรถยนต์ยี่ห้อ BMW เพื่อเป็นของขวัญวันแต่งงานให้กับลูกชาย ในกรณีนี้ผู้ซื้อคือ พ่อแม่ ลูกชายคือผู้ใช้ ผู้ตัดสินใจและผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ดังแผนภูมิต่อไปนี้



ภาพที่ 5.13 แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้สูงอายุเทียบจากรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มรักครอบครัวและพ่อแม่ตัวอย่าง

ดังนั้นจะสังเกตได้ว่าผู้สูงอายุจะให้ความสำคัญกับประโยชน์และความคุ้มค่าของสินค้าเมื่อเทียบกับราคา รวมทั้งให้ความสำคัญกับลูกและครอบครัวเนื่องจากมองว่าตนเองอายุมากแล้ว สิ่งที่ไม่จำเป็นจะไม่บริโภค แต่ถ้าเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับลูกและครอบครัวจะถือว่าเป็นสิ่งจำเป็น ทำให้นักการตลาดที่ต้องการขยายตลาดมาจับกลุ่มผู้สูงอายุต้องหาเหตุผลที่ดีพอกับการจ่ายเงินเพื่อการซื้อสินค้า โดยเหตุผลที่จะกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการซื้อคือประโยชน์ที่ลูกและครอบครัวของผู้สูงอายุจะได้รับ อีกประเด็นหนึ่งที่สำคัญคือถึงแม้ผู้สูงอายุจะไม่ได้เป็นผู้ริเริ่มในการซื้อ แต่จากโมเดลที่ 5.13 จะเห็นได้ว่าผู้สูงอายุเป็นผู้ตัดสินใจซื้อและผู้ซื้อ ดังนั้นนักการตลาดที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุในฐานะที่เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อและผู้ซื้อในบางสถานการณ์

#### 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุที่มีงานทำกับที่ไม่ได้ทำงาน
2. ควรทำการศึกษาในรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุที่มีงานทำแต่เปลี่ยนภูมิลำเนา
3. ควรทำการศึกษาในประเด็นเดียวกับการวิจัยเรื่องนี้แต่ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ