

การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติ ของผู้บริโภควัยผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไปต่อ  
การเดินทางในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล  
พ.ศ. 2556

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติ ของผู้บริหารวัยผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไปต่อ  
การเดินทางในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556



นายณัฐภูมิ ก้อนสมบัติ

ผู้วิจัย

.....  
ราชา มหากันธา

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....  
พัลลภา ปิติสันต์

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....  
รองศาสตราจารย์อรรณพ ต้นละมัย, Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

.....  
บุริม โอทกานนท์

MBA

กรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาระดับปริญญาตรีสำเร็จได้ด้วยความช่วยเหลือและสนับสนุนที่ดีจากบุคคลที่เกี่ยวข้องหลายท่าน ซึ่งผู้วิจัยขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้ ผู้วิจัยขอแสดงความขอบคุณดร. ราชามหาพันธ์ อาจารย์ผู้สอนประจำวิชา ผู้ให้คำปรึกษา คำแนะนำและวางกรอบ และ ตรวจสอบในตลอดการทำงานครั้งนี้ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ของทางวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ช่วยให้คำแนะนำในการทำงานครั้งนี้ ผู้วิจัยรู้สึกทราบบนซึ่งในความกรุณาของท่านอาจารย์และบุคคลที่ให้ความช่วยเหลือและขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่สละเวลาในการทำงานเพื่อให้ข้อมูลและความคิดเห็นต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางการศึกษาและให้คำตอบกับผู้วิจัย

ขอขอบคุณเพื่อนร่วมวิชาคุณ ณัฐติศา และคุณ ปุณยาพร ที่ช่วยแบ่งเบา และ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ความรู้แก่ผู้วิจัยที่ต้องเดินทางไปต่างประเทศอยู่บ่อยครั้ง

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษาค้นคว้าสารนิพนธ์ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจได้ไม่มากนักน้อยรวมถึงเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่จะทำการศึกษาเรื่องนี้ต่อไป

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ของผู้วิจัยที่ให้การสนับสนุนทุกสิ่ง ทุกอย่างกับไม่ว่าจะเป็นเงินทุนและความช่วยเหลือด้านต่างแก่ผู้วิจัย

ทั้งนี้ หากการศึกษาระดับปริญญาตรี มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ณัฐภูมิ ก้อนสมบัติ

การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติ ของผู้บริโภควัยผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไปต่อการเดินทางในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

BEHAVIOR AND ATTITUDE OF ELDERS OVER 60 YEARS ON TRAVELING IN BANGKOK

ณัฐภูมิ ก้อนสมบัติ 5550145

กจ.ม.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ดร. ราชา มหากันธา

#### บทคัดย่อ

ณัฐภูมิ ก้อนสมบัติ : ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติ ของผู้บริโภควัยผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไปต่อการเดินทางในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งสารนิพนธ์นี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ และใช้วิธีการวิจัยแบบสร้างทฤษฎีจากข้อมูล (Grounded Theory Method) การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการค้นคว้าจากเอกสาร การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus Group) 8 คนและการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) 2 คน จากกลุ่มผู้สูงอายุในเขต กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า

1. ทัศนคติในเรื่องของความปลอดภัยความสะดวกสบายหรือแม้กระทั่งเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กันกับพฤติกรรมในการเดินทางของผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ ทัศนคติของผู้สูงอายุในเรื่องการเดินทาง จะส่งผลต่อ พฤติกรรมการเลือกรูปแบบบริการ

2. ทัศนคติของผู้สูงอายุส่วนใหญ่ก็มีความแตกต่างกันเนื่องจาก ปัจจัย ทั้งเรื่องของครอบครัว สังคม เศรษฐกิจ สถานะและบทบาททางสังคม ของแต่ละคน ก็จะส่งผลทำให้พฤติกรรมของผู้สูงอายุในแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกัน ไปด้วย ดังนั้นผลของทัศนคติเรื่องของการเดินทางที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุนั้นก็จะมีความแตกต่างกันด้วย

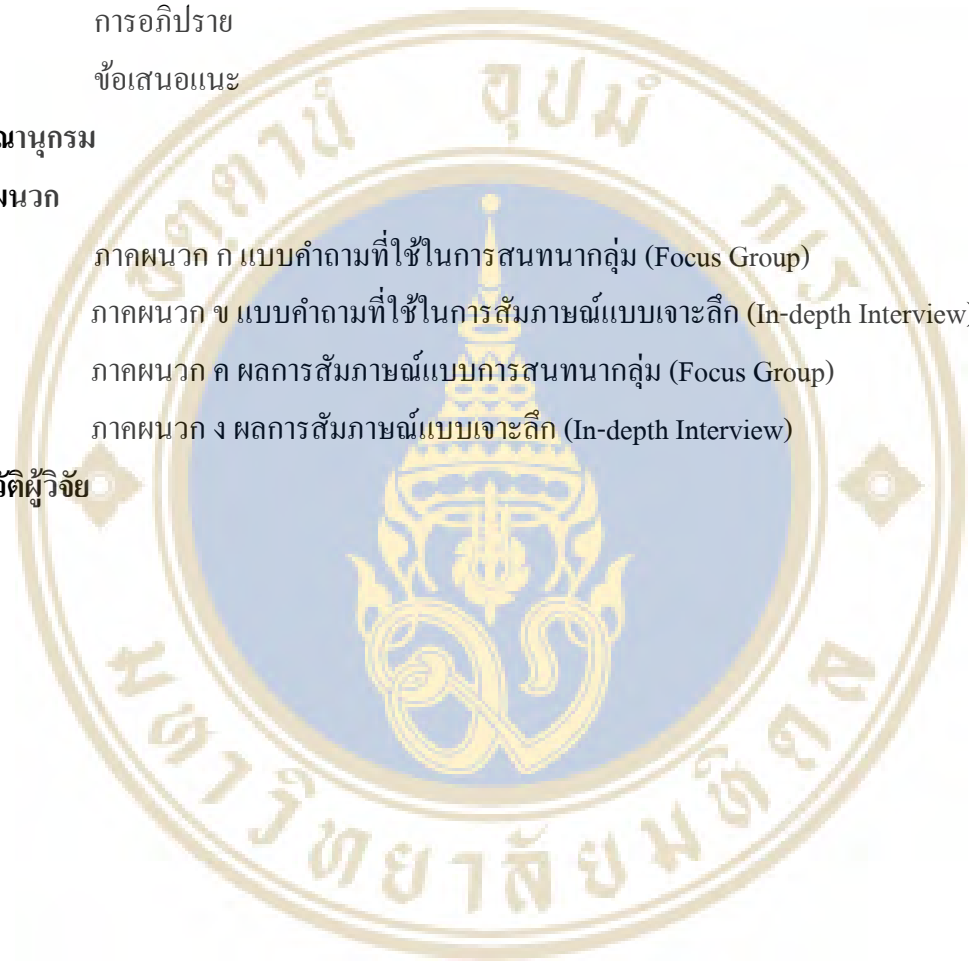
3. รูปแบบของการเดินทาง ที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุนั้นจะต้องคำนึงถึงลักษณะของผู้สูงอายุ เป็นสำคัญ เพื่อที่จะได้สามารถ จัดหาผลิตภัณฑ์และบริการที่มาจากที่เหมาะสมตรงกับวัตถุประสงค์ การเดินทางส่งผลให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้สูงอายุ

คำสำคัญ : ผู้สูงอายุ/การเดินทาง/ทัศนคติ

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญภาพ	จ
<b>บทที่ 1</b>	<b>1</b>
บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามงานสารนิพนธ์	2
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขต	3
นิยามคำศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	3
<b>บทที่ 2</b>	<b>5</b>
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ	5
ความหมายของผู้สูงอายุ	6
ลักษณะการเดินทางของผู้สูงอายุในปัจจุบัน	10
แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	12
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ	16
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
บทสรุปประเด็นที่ได้รับ	22
<b>บทที่ 3</b>	<b>23</b>
วิธีดำเนินการ	23
แหล่งข้อมูล	23
กรอบแนวคิดการวิจัย	23
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	25
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา	28
ระยะเวลาที่ใช้ในการทำวิจัย	28
<b>บทที่ 4</b>	<b>30</b>
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	30

	ส่วนที่ 1: การนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลการค้นคว้าจากข้อมูลทุติยภูมิ	30
	ส่วนที่ 2: การนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลการสนทนากลุ่ม (Focus Group)	38
	ส่วนที่ 3: การนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)	40
<b>บทที่ 5</b>	<b>สรุปผล การอภิปราย ข้อเสนอแนะ</b>	<b>43</b>
	สรุปผลการวิจัย	43
	การอภิปราย	48
	ข้อเสนอแนะ	49
<b>บรรณานุกรม</b>		<b>51</b>
<b>ภาคผนวก</b>		<b>52</b>
	ภาคผนวก ก แบบคำถามที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม (Focus Group)	53
	ภาคผนวก ข แบบคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)	54
	ภาคผนวก ค ผลการสัมภาษณ์แบบการสนทนากลุ่ม (Focus Group)	55
	ภาคผนวก ง ผลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)	56
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>		<b>58</b>



## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1. ร้อยละของผู้สูงอายุ จำแนกตามการใช้เข็มขัดนิรภัยและเพศ พ.ศ. 2546	11
2. แบบจำลองพฤติกรรมกรรณการซื้อ	25



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ที่มา และความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน (ปี 2556 )นี้บทบาทผู้สูงอายุกำลังทวีความสำคัญเป็นลำดับต้น ๆ โดยคาดการณ์ว่าปริมาณประชากรไทยที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปในปี 2568 จะมีสัดส่วนเพิ่มเป็น 20% ของประชากรไทยเทียบกับปี 2543 ที่มีสัดส่วนเพียง 9.4% ซึ่งปี 2555 ประเทศไทยมีประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไปมีมากถึง 12.59% มากที่สุดในอาเซียน โดยความก้าวหน้าทางด้านวิชาการทางการแพทย์ทำให้อัตราการเกิดลดน้อยลงประชากรอายุยืนยาวขึ้น (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล)

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาเพิ่มเติมที่แสดงให้เห็นว่าจะมีประชากรผู้สูงอายุจำนวนมากกว่าร้อยละ 10 ของประเทศ และยังมี เป็นผู้ที่มีข้อจำกัดในความสามารถในการพึ่งตนเองในการใช้ชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นการเคลื่อนที่ที่ไม่สามารถเดินได้อย่างคล่องแคล่วนักและยังต้องคอยระวังการลื่นล้มที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกายจนอาจถึงขั้นพิการหรือเสียชีวิต การทำภารกิจพื้นฐานต่างๆ เช่นการรับประทานอาหาร การเข้าห้องน้ำ การทำความสะอาดที่พักอาศัย หรือเดินทางไปทำธุระข้างนอก เป็นต้น รวมถึงการที่ประชากรกลุ่มนี้ยังต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นในขณะที่ถูกหลานต้องออกไปทำงานนอกบ้าน หากผู้สูงอายุเหล่านี้ต้องอาศัยบุคคลอื่นในการดูแลช่วยเหลือตลอดเวลาเพื่อดำเนินชีวิตประจำวันเช่นนี้ จักต้องอาศัยประชากรในวัยทำงานเป็นจำนวนมากเพื่อดำเนินภารกิจนี้

โดยเฉพาะการเดินทางในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ยังเห็นได้ชัดเจนว่ายังไม่มีการจัดการที่เหมาะสมเพียงพอต่อผู้สูงอายุทั้งทางภาครัฐและเอกชน โดยทั่วไปถึงแม้ว่ากรุงเทพมหานครจะเป็นเมืองหลวงของประเทศและยังเป็นเมืองท่องเที่ยวติดอันดับต้นๆของโลก ก็ยังพบว่าขาดสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่จะช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถเดินทางไปทำกิจธุระต่างๆ ได้อย่างสะดวก และปลอดภัย

การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มผู้สูงอายุที่มีต่อการเดินทางในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการวางแผนการตลาด และการโฆษณาของนักการตลาด เนื่องจากการดำเนินชีวิตจะสะท้อนให้เห็นถึงการจัดสรรเวลา ในแต่ละ



วันของผู้บริโภค เรื่องที่ผู้บริโภคสนใจ และให้ความสำคัญ ตลอดจนทัศนคติและความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อตัวสินค้าและบริการต่างๆ ยิ่งนักการตลาดรู้และเข้าใจเกี่ยวกับลูกค้ามากขึ้นเท่าไร ก็จะสามารเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและการจำหน่ายสินค้าและบริการมากขึ้นเท่านั้น

### คำถามงานสารนิพนธ์

- 1.กลุ่มผู้บริโภคในวัยผู้สูงอายุมีทัศนคติอย่างไรต่อการเดินทางในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
- 2.สิ่งอำนวยความสะดวกต่อการเดินทางของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีเพียงพอหรือไม่
- 3.โอกาสทางการตลาดต่อสินค้าและบริการเกี่ยวกับการเดินทางของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติผู้บริโภค ในวัยผู้สูงอายุที่มีต่อการเดินทางในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อนำผลการศึกษาไปพัฒนาตัวรูปแบบสินค้า และเทคโนโลยีอำนวยความสะดวกในการเดินทางแก่ผู้สูงอายุ ให้มีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของผู้บริโภคยิ่งขึ้น

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสินค้าหรือให้บริการด้านการเดินทางนำไปใช้ในการวางแผนการตลาดให้ผู้บริโภคกลุ่มผู้สูงอายุมีความพอใจสูงสุด

2. ผู้ประกอบธุรกิจผลิตสินค้าหรือให้บริการด้านการเดินทาง นำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาปรับปรุงสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นหรือตรงต่อการใช้งานจริง

3. ผู้ประกอบธุรกิจผลิตสินค้าหรือให้บริการด้านการเดินทาง นำข้อมูลไปเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารกับผู้บริโภคในการจำหน่ายสินค้า และบริการให้ได้ผลมากขึ้น

### ขอบเขตของงานสารนิพนธ์

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคของผู้สูงอายุ ทัศนศึกษา เรื่องการเดินทาง โดยกำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

กลุ่มเป้าหมาย: กลุ่มเป้าหมายในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือผู้สูงอายุตอนปลาย ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป เพศชาย และหญิง ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล

พื้นที่: ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ กำหนดพื้นที่ในการศึกษาไว้คือ จังหวัดกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล

ระยะเวลา: ระยะเวลาในการศึกษาค้นคว้าคือ ตั้งแต่เดือน สิงหาคม 2556 จนถึง เดือน ธันวาคม 2556

### นิยามศัพท์

1. ผู้สูงอายุ หมายถึง กลุ่มคนที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป เพศชาย และเพศหญิง ซึ่งต้องอาศัยบุคคลอื่นในการดูแลช่วยเหลือตลอดเวลาเพื่อดำเนินชีวิตประจำวัน

2. การเดินทาง หมายถึง การเคลื่อนย้ายของคนจากที่หนึ่ง ไปยังอีกที่หนึ่ง โดยจุดประสงค์ของการเดินทาง อาจเพื่อการท่องเที่ยว การเยี่ยมญาติมิตรและเพื่อน การค้าขาย การติดต่อ การอพยพ และ การจาริกแสวงบุญ เป็นต้น

3. ทัศนคติของผู้บริโภคในวัยสูงอายุ หมายถึง ความรู้สึก และ ความคิดเห็น ที่ผู้บริโภควัยสูงอายุ มีต่อสินค้าและบริการในเรื่องของการเดินทาง ในทางที่จะยอมรับ หรือปฏิเสธ

ซึ่งมีผลทำให้ผู้บริโภควัยสูงอายุ พร้อม ที่จะแสดงปฏิกิริยา ตอบสนอง ด้วย พฤติกรรม อย่างเดียวกัน ตลอด

4. พฤติกรรมของผู้บริโภคในวัยสูงอายุ หมายถึง การแสดงและกิริยาท่าทางของผู้บริโภควัยสูงอายุที่มีต่อการสินค้าและบริการในเรื่องของที่อยู่อาศัย โดยอาจจะเป็นการตอบสนองแบบตั้งใจหรือไม่ตั้งใจ



## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับ พฤติกรรมและทัศนคติ ของผู้บริโภควัยผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป ในเรื่องการเดินทาง ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยจำแนกรายละเอียด ออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ
2. ลักษณะการเดินทางของผู้สูงอายุในปัจจุบัน
3. แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. บทสรุปประเด็นที่ได้รับ

#### ส่วนที่ 1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

การเดินทาง หมายถึง การขนส่งที่เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของบุคคล หรือคือ การเคลื่อนย้ายที่เป็นกิจกรรมและความจำเป็นที่เป็นรากฐานของชีวิตมนุษย์ แต่ถูกขัดขวางโดยอุปสรรคของระยะทาง ถ้อยแถลงนี้แสดงว่า บุคคลทุกคนย่อมประสงค์จะเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางแบบประจำวันหรือบางครั้งบางคราว ซึ่งการเดินทางบางครั้งอาจยังถูกขัดขวางด้วยระยะทางที่ไกลหรือไม่สะดวก และเมื่อนั้นก็หมายความว่า การดำรงชีวิตอาจอยู่บนรากฐานที่ไม่มั่นคง การไปมา คิดต่อ สื่อสาร การรับสื่อข้อมูลหรือสินค้า เป็นความจำเป็นพื้นฐานที่การจำเป็นต่อการยกระดับคุณภาพชีวิตของมนุษย์ด้วย

### ความหมายของผู้สูงอายุ

คำที่ใช้เรียกบุคคลว่า คนชราหรือผู้สูงอายุนั้นโดยทั่วไปเป็นคำที่ใช้เรียกบุคคลที่มีอายุมาก ผมหาวหน้าตาเหี่ยวขุ่น การเคลื่อนไหวเชื่องช้า พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542 : 347) ให้ความหมายคำว่าชราว่า แก่ด้วยอายุ ชำรุดทรุดโทรม แต่คำนี้ไม่เป็นที่นิยมเพราะ ก่อให้เกิดความหดหู่ใจ และความถดถอยสิ้นหวัง ทั้งนี้จากผลการประชุม โดยได้กำหนดคำให้เรียกว่า ผู้สูงอายุ แทนตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2512 เป็นต้นมา ให้ความหมายที่ยกย่องให้เกียรติแก่ผู้ที่ชราภาพว่าเป็นผู้ที่สูงทั้งวัยวุฒิ คุณวุฒิ และประสบการณ์

ในการกำหนดพิจารณาอายุเมื่อเข้าสู่ผู้สูงอายุนั้น โดยทั่วไปแล้วอาจใช้เกณฑ์การเกษียณอายุการทำงาน ในประเทศที่มีความเจริญทางด้านการศึกษา พบว่า ผู้สูงอายุ 60 ปีแล้วยังแข็งแรงและมีความสามารถในการทำงานได้ดี ดังนั้น องค์การอนามัยโลกจึงได้แบ่งเกณฑ์อายุตามสภาพการของการมีอายุเพิ่มขึ้น ดังนี้

1. ผู้สูงอายุ มีอายุระหว่าง 60-74 ปี
2. คนชรา มีอายุระหว่าง 75-90 ปี
3. คนชรามาก มีอายุ 90 ปี ขึ้นไป

องค์การสหประชาชาติ ได้กำหนดให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วโลก ว่าผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป คือ ผู้สูงอายุ (Older หรือ Elderly person) (Nations, 2007)

องค์การอนามัยโลก ได้ให้ความหมายของผู้สูงอายุไว้ว่า หมายถึง ผู้ที่มีอายุ 60 ปี หรือมากกว่าเมื่อนับตามวัย หรือผู้ที่สังคมยอมรับว่าสูงอายุจากการกำหนดของสังคม หรือผู้ที่เกษียณอายุจากการทำงานเมื่อนับตามสภาพเศรษฐกิจ ในประเทศพัฒนาแล้วส่วนใหญ่จะใช้เกณฑ์ที่อายุ 65 ปี (World Health Organization, 2010)

สุรกุล เชนอบรม (2534:2) ได้ให้ความหมายของคนสูงอายุว่า เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องในระยะสุดท้ายของช่วงอายุมนุษย์ ดังนั้น ความสูงอายุหรือความชราภาพจึงเกี่ยวข้องกับเสื่อมถอยทั้งทางร่างกาย จิตใจและพฤติกรรมที่เกิดขึ้นตามอายุ

บรรลุ ศิริพานิช (2542:24) ได้ให้ความหมายของผู้สูงอายุว่า เป็นบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป โดยนับอายุในปีปฏิทินซึ่งเห็นเกณฑ์ที่องค์การระหว่างประเทศได้ประชุมตกลงกันเป็นมาตรฐานสากล

กฤษยา ตันติผลาชีวะ (2524:5) กล่าวว่า วัยผู้สูงอายุเป็นช่วงสุดท้ายของอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปสภาพความเสื่อมถอยทางร่างกายและจิตใจมีมากในระยะนี้ ขาดความคล่องแคล่วว่องไว ความจำเสื่อม ความคิดอ่านช้าลง ความขยันหมั่นเพียรลดลง ความคิดก้าวหน้าลดลง สภาพทาง

ร่างกายเสื่อมถอย หูตึง ตามัว ผมหงอก และนอกจากนี้ยังต้องพบกับปัญหาการปรับตัวให้เข้ากับสภาพร่างกายและสังคมในวัยสูงอายุด้วย

เพ็ญผกา กาญจนภาส (2541:11) ได้ให้ความหมายของผู้สูงอายุ ว่า หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเป็นธรรมดาในสิ่งมีชีวิตและได้แบ่งระดับของความสูงอายุออกเป็น 4 ประเภทคือ

1. การสูงอายุตามวัย (Chronological Aging) หมายถึง การสูงอายุตามปีปฏิทิน โดยนับจากปีที่เกิดเป็นต้นไป
2. การสูงอายุตามสภาพร่างกาย (Biological Aging) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายและกระบวนการหน้าที่ที่ปรากฏขณะที่มีอายุเพิ่มขึ้น
3. การสูงอายุตามสภาพจิตใจ (Psychological Aging) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในหน้าที่ของการรับรู้ แนวความคิด ความจำ การเรียนรู้ เซอวันปัญหาและลักษณะที่ปรากฏในระยะต่างๆของแต่ละคนที่มีอายุเพิ่มขึ้น
4. การสูงอายุตามสภาพสังคม (Sociological Aging) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงบทบาทหน้าที่ สถานภาพของบุคคลในระบบสังคม เช่น ครอบครัว หน้าที่การงาน รวมถึงความสำคัญในฐานะผู้ที่มีประสบการณ์

ศศิพัฒน์ ยอดเพชร (2544 :10 – 11) ได้เสนอข้อคิดเห็น ของบาร์โรและสมิธ (Barrow and Smith) ว่า เป็นการยากที่จะกำหนดว่าผู้ใดชราภาพหรือสูงอายุแต่สามารถพิจารณาจากองค์ประกอบต่างๆ ได้ดังนี้คือ

1. ประเพณีนิยม (Tradition) เป็นการกำหนดผู้สูงอายุ โดยยึดตามเกณฑ์อายุที่ออกจางานเช่น ประเทศไทยกำหนดอายุวัยเกษียณอายุ เมื่ออายุครบ 60 ปี แต่ประเทศสหรัฐอเมริกา กำหนดอายุ 65 ปี เป็นต้น
2. การปฏิบัติหน้าที่ทางร่างกาย (Body Functioning) เป็นการกำหนดโดยยึดตามเกณฑ์ทางสรีรวิทยาหรือทางกายภาพ บุคคลจะมีการเสื่อมสลายทางสรีรวิทยาที่แตกต่างกันในวัยสูงอายุอวัยวะต่างๆ ในร่างกาย จะทำงานน้อยลงซึ่งแตกต่างกันในแต่ละบุคคล บางคนอายุ 50 ปี ฟันอาจจะหลุดทั้งปากแต่บางคนอายุถึง 80 ปี ฟันจึงจะเริ่มหลุด เป็นต้น
3. การปฏิบัติหน้าที่ทางด้านจิตใจ (Mental Functioning) เป็นการกำหนดตามเกณฑ์ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ การจำ การเรียนรู้ และความเสื่อมทางด้านจิตใจ สิ่งที่พบมากที่สุด chez ผู้ที่สูงอายุคือ ความจำเริ่มเสื่อม ขาดแรงจูงใจซึ่งไม่ได้หมายความว่าบุคคลผู้สูงอายุทุกคนจะมีสภาพเช่นนี้

4. ความคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self - Concept) เป็นการกำหนดโดยยึดความคิดที่ผู้สูงอายุมองตนเอง เพราะโดยปกติผู้สูงอายุมักจะเกิดความคิดว่า “ตนเองแก่ อายุมากแล้ว” และส่งผลต่อบุคลิกภาพทางกายความรู้สึทางด้านจิตใจ และการดำเนินชีวิตประจำวัน สิ่งเหล่านี้จะเปลี่ยนแปลงไปตามแนวความคิดที่ผู้สูงอายุนั้น ๆ ได้กำหนดขึ้น

5. ความสามารถในการประกอบอาชีพ (Occupation) เป็นการกำหนดโดยยึดความสามารถในการประกอบอาชีพ โดยใช้แนวความคิด จากการเสื่อมถอยของสภาพทางร่างกายและจิตใจ คนทั่วไปจึงกำหนดว่า วัยสูงอายุเป็นวัยที่ต้องพักผ่อน หยุดการประกอบอาชีพ ดังนั้นบุคคลที่อยู่ในวัยสูงอายุ จึงหมายถึงบุคคลที่มีวัยเกินกว่าวัยที่จะอยู่ในกำลังแรงงาน

6. ความกดดันทางอารมณ์และความเจ็บป่วย (Coping with Stress and Illness) เป็นการกำหนดโดยยึดตามสภาพร่างกาย และจิตใจ ผู้สูงอายุจะเผชิญกับสภาพโรคร้ายไข้เจ็บอยู่เสมอ เพราะสภาพทางร่างกายและอวัยวะต่าง ๆ เริ่มเสื่อมลง นอกจากนั้น ยังอาจเผชิญกับปัญหาทางด้านสังคมอื่นๆ ทำให้เกิดความกดดันทางอารมณ์เพิ่มขึ้นอีก ส่วนมากมักพบกับผู้มีอายุระหว่าง 60 - 65 ปีขึ้นไป

กฤษยา ตันติผลาชีวะ (2524:5) ได้เน้นถึงความต้องการของผู้สูงอายุโดยยึดแนวคิดของคลาร์ค(Clark) พบว่า ผู้สูงอายุต้องการในสิ่งต่อไปนี้

1. ต้องการให้ตนให้เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม
2. ต้องการมีส่วนร่วมหรือเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ชุมชน
3. ต้องการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
4. ต้องการเข้าร่วมสนุกกับเพื่อนตามปกติ
5. ต้องการการยอมรับนับถือ
6. ต้องการแสดงออกในผลสำเร็จของตน

ศรียัทธิม รัตนโกศล (2527:4) แบ่งความต้องการของผู้สูงอายุออกเป็นด้านต่างๆ ดังนี้

1. ความต้องการการสนับสนุนจากครอบครัว ผู้สูงอายุที่ถูกปล่อยให้อยู่โดดเดี่ยวจะขาดความมั่นคงทางอารมณ์และจิตใจรวมทั้งเศรษฐกิจ จึงต้องหันไปพึ่งการช่วยเหลือจากบุคคลหรือองค์กรสังคมสงเคราะห์ภายนอกครอบครัว ผู้สูงอายุจึงมีความต้องการที่จะได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวของตนเองควบคู่ไปกับการช่วยเหลือจากภายนอกครอบครัว เช่น กลุ่มอาสาสมัครทั้งองค์การภาครัฐและองค์การภาคเอกชน

2. ความต้องการด้านการประกันรายได้โดยเฉพาะการประกันสังคมประเภทประกันชราภาพเมื่อเข้าสู่วัยชราและเลิกประกอบอาชีพแล้วจะได้รับการบำนาญชราภาพเพื่อช่วยให้สามารถ



ดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมีความสุขและมั่นคงปลอดภัยตามควรแก่อัตภาพในบั้นปลายชีวิต ไม่เป็นภาระแก่บุตรหลานและสังคม

3. ความต้องการมีส่วนร่วมในชุมชน โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมในกิจกรรมบางประเภทในสังคม สังคมจึงควรให้โอกาสแก่ผู้สูงอายุได้มีส่วนร่วมในการปรับปรุงชีวิตของชุมชนให้ดีขึ้น ให้มีโอกาสได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ในการพัฒนาตนเอง ในการปรับตัวให้ทันสมัยกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในการปรับปรุงวัฒนธรรมและในการรักษาสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจให้แข็งแรงอยู่เสมอ

4. ความต้องการที่ลดการพึ่งพาตนเองให้น้อยลง หากครอบครัวและสังคมส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้มีโอกาสร่วมกิจกรรมต่างๆ ในครอบครัวและสังคมแล้ว จะเป็นการช่วยผู้สูงอายุให้รู้จักพึ่งพาตนเอง ไม่เป็นภาระแก่สังคมในบั้นปลายชีวิต

5. ความต้องการทางสังคมของผู้สูงอายุ ได้แก่

5.1 ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว กลุ่มสังคม

5.2 ความต้องการการยอมรับและเคารพยกย่องนับถือจากบุคคลในครอบครัวและสังคม

5.3 ความต้องการเป็นบุคคลที่มีความสำคัญในสายตาของสมาชิกในครอบครัวของกลุ่ม ของชุมชน และของสังคม

5.4 ความต้องการมีสัมพันธ์อันดีกับบุคคลภายในครอบครัว ชุมชน และสังคมสามารถปรับตัวให้เข้ากับบุตรหลานในครอบครัวและสังคมได้

5.5 ความต้องการมีโอกาสทำในสิ่งที่ตนปรารถนา

6. ความต้องการทางกายและจิตใจ เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่สุดในชีวิตมนุษย์ ความต้องการทางด้านร่างกาย ได้แก่ ปัจจัย 4 ความต้องการทางด้านจิตใจ ได้แก่ ความมั่นคงปลอดภัย โดยเฉพาะความต้องการด้านที่อยู่อาศัยที่ปลอดภัย คลายจากความวิตกกังวลและความหวาดกลัวความต้องการได้รับการยอมรับนับถือ ความต้องการที่จะได้รับการยอมรับว่าเป็นสมาชิกของกลุ่มสังคมและครอบครัว ความต้องการ โอกาสก้าวหน้าโดยเฉพาะในเรื่องของความสำเร็จของการทำงานในบั้นปลายชีวิต

7. ความต้องการด้านเศรษฐกิจ ต้องการได้รับการช่วยเหลือด้านการเงินจากบุตรหลาน เพื่อสะสมไว้ใช้จ่ายในภาวะที่ตนเองเจ็บป่วย ต้องการให้รัฐช่วยจัดหาอาชีพเพื่อเป็นการเพิ่มพูนรายได้ ทั้งนี้ เพื่อตนจะได้มีบทบาททางเศรษฐกิจช่วยให้ตนพ้นจากภาวะบีบคั้นของเศรษฐกิจในสถานการณ์ปัจจุบัน



## ส่วนที่ 2 ลักษณะการเดินทางของผู้สูงอายุในปัจจุบัน

การเดินทาง คือ การเคลื่อนย้ายของคนจากที่หนึ่ง ไปยังอีกที่หนึ่ง โดยจุดประสงค์ของการเดินทาง อาจเพื่อการท่องเที่ยว การเยี่ยมญาติมิตรและเพื่อน การค้าขาย การติดต่อ การอพยพ และการจาริกแสวงบุญ การเดินทางของผู้สูงอายุในปัจจุบันนี้ได้หลายอย่างไม่ว่าจะเป็น การขับรถส่วนตัว ทั้งมีผู้ขับให้หรือขับด้วยตัวเอง และการใช้ระบบขนส่งสาธารณะ ไม่ว่าจะเป็น แท็กซี่ รถโดยสารประจำทาง รวมถึงรถไฟฟ้าด้วย

การขับรถของผู้สูงอายุ การขับรถเป็นการแสดงออกอย่างหนึ่งของความเป็นอิสระและการพึ่งพาตนเองได้ ผู้สูงอายุไทยจำนวนไม่น้อยที่ยังขับรถเมื่ออายุมากกว่า 60 ปี ถึงแม้ไม่มากเท่าฝรั่ง เพราะผู้สูงอายุที่เป็นฝรั่งมักไม่ได้อยู่กับลูกหลาน จึงยังต้องช่วยเหลือตัวเองเท่าที่ทำได้ ต้องไปซื้อของเอง ไปธนาคารเอง ไปนัดสังสรรค์ก็บ่อย อย่างไรก็ตามในอนาคตข้างหน้าจะมีผู้สูงอายุไทยที่ขับรถมากขึ้น เพราะคนเราอายุยืน ในปัจจุบันนี้ยังไม่ได้มีความตื่นตัวมากนักในด้านระบบการประเมินความพร้อม ของผู้สูงอายุที่ยังขับรถอยู่มากนัก ทั้งที่อุบัติเหตุทางการจราจรเป็นสาเหตุของการบาดเจ็บพิการ และเสียชีวิตที่สำคัญในประเทศและผู้สูงอายุก็เป็นกลุ่มเสี่ยงที่สำคัญเนื่องจากสุขภาพร่างกายที่เปลี่ยนแปลงไป

จากงานวิจัย วิรศักดิ์ เมืองไพศาล (2548:1) พบว่าโดยส่วนใหญ่แล้วผู้สูงอายุมีโอกาสเกิดอุบัติเหตุจากการขับรถน้อยกว่าคนหนุ่ม ๆ สาว ๆ สาเหตุก็เพราะว่าผู้สูงอายุมักจะขับรถช้ากว่า ประสิทธิภาพการขับรถก็ยาวนานกว่า มักคาดเข็มขัดนิรภัย และมักไม่ดื่มแอลกอฮอล์ก่อนขับรถ แต่ถ้ายิ่งผู้สูงอายุคนไหนขับรถยิ่งเร็วขึ้นๆ โอกาสการเกิดอุบัติเหตุยิ่งเพิ่มมากขึ้นกว่าคนหนุ่มสาว โดยส่วนใหญ่ ถ้าอายุเกิน 70 ปี โอกาสเกิดอุบัติเหตุเพิ่มมากขึ้นและยิ่งเพิ่มขึ้นอย่างมากถ้าอายุเกิน 80 ปี และถ้าเมื่อไหร่เกิดอุบัติเหตุขึ้น ผู้สูงอายุมีแนวโน้มเกิดอุบัติเหตุที่รุนแรง ได้รับอันตรายมากกว่าและโอกาสถึงแก่ชีวิตสูงกว่าคนหนุ่มสาวถึง 9 เท่า

สารประชากร มหาวิทยาลัยมหิดล Mahidol Population Gazette (2550:1) พบว่า การขับจักรยานพาหนะต่างๆ เป็นปัจจัยเสี่ยงที่มีผลต่อการเสียชีวิต บาดเจ็บ และทุพพลภาพของผู้สูงอายุ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

การใช้เข็มขัดนิรภัย	ร้อยละ		
	รวม	ชาย	หญิง
รวม	100.0	100.0	100.0
ไม่เคยขับและโดยสารรถยนต์ตอนหน้า	39.4	35.4	42.8
ขับหรือโดยสารรถยนต์ตอนหน้า	60.6	63.8	57.2
ใช้ทุกครั้ง	21.9	25.1	18.9
ใช้เป็นบางครั้ง	32	34.1	30
ไม่เคยใช้	44.1	38.7	49.2
รถไม่มีเข็มขัด และอื่นๆ	2.0	2.1	1.9

ที่มา : การสำรวจอนามัยและสวัสดิการ พ.ศ. 2546 สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ภาพที่ 1 ร้อยละของผู้สูงอายุ จำแนกตามการใช้เข็มขัดนิรภัยและเพศ พ.ศ. 2546

ด้านการใช้เข็มขัดนิรภัยผู้สูงอายุที่ยังคงเป็นผู้ขับหรือโดยสารรถยนต์ตอนหน้า(ร้อยละ 60.6) แต่ไม่เคยใช้เข็มขัดนิรภัยเลยมีสูงถึงร้อยละ 44.1 และใช้ทุกครั้งเพียงร้อยละ 21.9 ผู้สูงอายุชายเป็นผู้ขับหรือโดยสารรถยนต์ตอนหน้าสูงกว่าหญิง แต่เกือบครึ่งหนึ่งของผู้สูงอายุหญิงไม่เคยใช้เข็มขัดนิรภัยเลย และใช้ทุกครั้งเพียงร้อยละ 18.9 ขณะที่ผู้สูงอายุชายไม่เคยใช้เข็มขัดนิรภัยเลยมีร้อยละ 38.7 และ 1 ใน 4 ใช้เข็มขัดนิรภัยทุกครั้ง

ด้านการสวมหมวกกันมีน้อยกว่า 2 ใน 3 ของผู้สูงอายุขับขีหรือโดยสารรถจักรยานยนต์ แต่มากกว่าครึ่งไม่เคยสวมหมวกกันน็อกเลย มีเพียงร้อยละ 9.4 เท่านั้นที่สวมทุกครั้ง ผู้สูงอายุชายขับขีหรือโดยสารรถจักรยานยนต์สูงกว่าหญิง แต่ผู้สูงอายุหญิงไม่เคยสวมหมวกกันน็อกเลยสูงถึงร้อยละ 66.9 และมีเพียงร้อยละ 6.2 เท่านั้นที่สวมทุกครั้ง ขณะที่ผู้สูงอายุชายไม่เคยสวมหมวกกันน็อกเลยร้อยละ 47.4 และสวมทุกครั้งร้อยละ 12.7

Avinoam Borowsky (2010) ได้กล่าวว่าในผู้สูงอายุโดยทั่วไปแล้ว ยังมีความสามารถในการรับรู้อันตรายในขณะที่ขับรถอยู่ แต่อย่างไรก็ตาม คนกลุ่มนี้ยังพึ่งพาสัญลักษณ์หรือสัญญาณอย่างมากในการจัดการกับสภาพการขับขีเวลานั้น แต่คนกลุ่มนี้มักจะบอกว่าคนขับรถคนอื่นต้องรับผิดชอบที่ทำให้พวกเขามีความเสี่ยงและไม่ค่อยจะรับผิดชอบในการเกิดอุบัติเหตุเท่าไรนัก

ในส่วนการคมนาคมทางถนนและรางนั้น หน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมการขนส่งทางบก (ขบ.) และ องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ได้ลดหย่อนอัตรา ค่าโดยสารครั้งราคาแก่ผู้สูงอายุและคนตาบอด และอำนวยความสะดวกให้แก่ คนพิการและผู้สูงอายุ โดยดำเนินการก่อสร้างและปรับปรุงอาคารสถานีขนส่งผู้โดยสารรวมถึงอาคารสำนักงานฯ ให้มีความสะดวกแก่คนพิการและผู้สูงอายุมากยิ่งขึ้น เช่น ราวจับทางขึ้นลงอาคาร ทางลาดสำหรับขึ้นลงของรถเข็น ตลอดจนห้องน้ำที่สามารถให้ความสะดวกแก่คนพิการยิ่งขึ้น ติดตั้งอุปกรณ์สัญญาณเสียงสำหรับผู้พิการทางสายตา จัดที่นั่งสำรองสำหรับผู้พิการบนรถโดยสาร เป็นต้น ในส่วน

ของการคมนาคมทางน้ำนั้น กรมการขนส่งทางน้ำ (ขน.) ได้จัดเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกและความปลอดภัยบนท่าเรือสำหรับคนพิการและผู้สูงอายุ ลดค่าโดยสารสำหรับผู้สูงอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป เด็ก และคนพิการ นอกจากนี้ยังได้ปรับปรุงท่าเทียบเรือเพื่อคนพิการ และผู้สูงอายุด้วย ส่วนการคมนาคมทางอากาศนั้น บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกแก่คนพิการ และผู้สูงอายุตามสนามบินที่อยู่ในความรับผิดชอบ ไม่ว่าจะเป็น ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานดอนเมือง ท่าอากาศยานเชียงใหม่ ฯลฯ ไว้เรียบร้อยแล้ว บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินการในส่วนภายในเครื่องบินโดยสารของการบินไทย ได้จัดทำ On Board Wheel Chair ประจำเครื่องบินโดยสาร ปรับปรุงห้องน้ำ รวมถึงคู่มือความปลอดภัย ชนิดอักษรเบลล์ และการแสดงข้อความสำหรับผู้พิการทางหู

### ส่วนที่ 3 แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหาการซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา (Schiffman and Kanuk, 1994 : 5) หรือหมายถึง การศึกษาพฤติกรรม การตัดสินใจ และการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหาการซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการ หรือหมายถึง การศึกษาพฤติกรรม การตัดสินใจและการกระทำของคนที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยเหตุผลหลายประการ กล่าวคือ (ศิริวรรณ และคณะ, 2541: 124)

1. พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ และมีผลทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ ถ้ากลยุทธ์การตลาดสามารถความพึงพอใจของผู้บริโภคได้
2. เพื่อให้สอดคล้องกับแนวความคิดทางการตลาดที่ว่า การทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ด้วยเหตุนี้จึงต้องศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อจัดตั้งกระตุ้นหรือกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้

คอลลัต และแบลคเวลล์ (Kollat and Blackwell, 1968 : 5) ได้ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

Engel และคณะ (1968) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) เปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision)

จุดเริ่มต้นของตัวแบบที่มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นตัวแบบนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้ (ศิริวรรณ และคณะ, 2541: 128-130)

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) อาจเกิดขึ้นเองภายในร่างกายและสิ่งกระตุ้นจากภายนอก นักการตลาดต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้ซื้อสินค้า ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผลหรือใช้เหตุผลจูงใจซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) ต้องสามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้นในที่นี้จะนำส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เข้ามาศึกษาประกอบด้วย

- ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามและมีความหลากหลายเพื่อกระตุ้นความต้องการ

- ด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เช่น ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายที่สะดวก สะอาด ถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

- ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ซื้อ

สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กร ซึ่งองค์กรควบคุมได้ยากหรือควบคุมไม่ได้ ประกอบด้วย

- ด้านเศรษฐกิจ (Economic) ขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจของประเทศ รายได้ของผู้บริโภค สิ่งเหล่านี้มีผลต่อความต้องการของบุคคล

- ด้านเทคโนโลยี (Technology) การเกิดขึ้นของนวัตกรรมใหม่ในยุคปัจจุบัน

- ด้านการเมืองและกฎหมาย (Law and Political) กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษี การนำเข้า การเปิดแข่งขันเสรีทางการค้า เป็นต้น ทำให้บุคคลเปลี่ยนไปใช้ของตามสถานการณ์

- ด้านวัฒนธรรม (Cultural) เช่น ประเพณีคนไทยเชื้อสายจีนนิยมซื้อของเพื่อไหว้บรรพบุรุษในงานเทศกาล

2. กล่องคำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกเป็นกระบวนการที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้ซื้อ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถหยั่งรู้ได้ ดังนั้นจำเป็นต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดนี้เกิดขึ้นจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ดังนี้

ด้านลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ การที่ผู้ซื้อจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้นจะได้รับการกระตุ้น ประกอบด้วย 4 ประการ

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture Factor) วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลแต่ละกลุ่มให้มีความแตกต่างกัน วัฒนธรรมแบ่งออกเป็น

- วัฒนธรรมพื้นฐาน เป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการซื้อ พฤติกรรมการซื้อของบุคคล

- วัฒนธรรมกลุ่มย่อย มีรากฐานมาจากเชื้อชาติ ศาสนา ภูมิภาคที่ต่างกัน สีผิว เป็นต้น กลุ่มย่อยมีวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากกลุ่มอื่น ทำให้ต้องมีการวางแผนชีวิตต่อความเป็นอยู่แตกต่างไปจากกลุ่มอื่น

- ชั้นของสังคม เป็นการจัดลำดับบุคคลในสังคมจากระดับสูงไประดับล่าง โดยใช้ลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ อาชีพ รายได้ ฐานะ ชาติกำเนิด ตำแหน่งหน้าที่และบุคลิกลักษณะของบุคคล

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางด้านสังคมประกอบด้วย

- กลุ่มอ้างอิง เช่น ครอบครัว เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมอาชีพ ร่วมสถาบัน

- ครอบครัว โดยที่ทุกคนนั้นจะมีพฤติกรรมพื้นฐานมาจากครอบครัวที่ตนอยู่ ซึ่งบางครั้งยากที่จะเปลี่ยนแปลง

- บทบาทและสถานะ คือ บางครั้งผู้ซื้อไม่ได้ใช้หรือผู้ใช้ก็ไม่มีอำนาจในการซื้อ

3. ปัจจัยด้านบุคคล (Personal Factor) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนด้านต่างๆ

- อายุ วัฏจักรชีวิตครอบครัว
- รูปแบบการดำเนินชีวิต
- เอกลักษณะบุคคล และความคิดส่วนตัว



4.ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factors) การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลด้านกระบวนการ ด้านจิตวิทยา คือ การสนใจ ความเข้าใจ การเรียนรู้ ความเชื่อถือได้ และทัศนคติ เช่น ผู้เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อคือ ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพลในการซื้อ ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ จนถึงผู้ใช้ นอกจากนี้ยังมีรูปแบบการซื้อคือ ซื้อประจำและซื้อแบบเลือกมาก

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's Decision Process) มีขั้นตอน ดังนี้

- การรับรู้ปัญหา เช่น ความต้องการ ความจำเป็น ความเสี่ยงในการเลือกซื้อ
- การค้นหาข้อมูล เช่น จากแหล่งบุคคล การค้า ชุมชน และประสบการณ์
- การประเมินทางเลือก
- การตัดสินใจซื้อ เมื่อทุกอย่างได้ตามความต้องการและพึงพอใจก็ตัดสินใจซื้อ
- พฤติกรรมภายหลังการซื้อ ต้องมีความพึงพอใจ

3.การตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's Decision) ผู้ซื้อจะตัดสินใจซื้อประเด็นต่างๆ ดังนี้

- การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)
- การเลือกตราสินค้า (Brand Choice)
- การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice)
- การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Choice)
- การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount)

ดังนั้นหากกล่าวถึงความหมายของพฤติกรรมของมนุษย์ จะหมายถึง การกระทำของมนุษย์ที่ปรากฏออกมาเป็นพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ย่อมเป็นการแสดงออกเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งจะมีกระบวนการต่างๆที่เกี่ยวข้องอยู่จากภายในตัวบุคคลนั้นๆเสมอ กล่าวคือจะมีกลไกของการกำกับสั่งการจากความคิดและความรู้สึกที่มีอยู่ภายใน

#### ส่วนที่ 4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) หมายความว่า สภาพทางจิตของบุคคลที่เกิดจากการเรียนรู้ในการที่จะตอบสนองต่อบุคคล สิ่งของ หรือเหตุการณ์เฉพาะอย่างใดอย่างหนึ่งในตนเองว่าชอบหรือไม่ชอบตามปกติแล้วบุคคลจะต้องมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันเสมอ ซึ่งได้มีนักจิตวิทยาหรือกลุ่มผู้ที่ทำการศึกษาเรื่อง ทัศนคติ ให้ความหมายไว้หลายความหมายดังต่อไปนี้

ฉัตรชัย ปັນชาติ (2545 : 7) ให้ความหมายไว้ว่า ทัศนคติเป็นความรู้และความรู้สึกต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในด้านที่ดีและไม่ดี อาจเป็นลักษณะบวกหรือลบ พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ

ลิลลี่ เทอร์สโตน (Lili Thurstone. 1967 : 77) ให้ความหมายว่า ทักษะคิดเป็นการแสดงออกทางด้านผลรวมของความโน้มเอียงและความรู้สึก ความมีอคติ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นอยู่ในใจมาก่อนความคิด ความกลัว การบังคับขู่เข็ญและการลงความเห็นของมนุษย์เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง (วรรณฤดี แก้วแกมแซ. 2544 : 18)

โรคิช (Rokeach. 1970 : 112) ให้ความหมายไว้ว่า ทักษะคิดเป็นการผสมผสานหรือการจัดระเบียบความเชื่อที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ผลรวมของความเชื่อนี้จะเป็นตัวกำหนดแนวโน้มของบุคคลที่จะมีปฏิกิริยาตอบสนองในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ (วรรณฤดี แก้วแกมแซ. 2544 : 18)

นิวคอม (Newcomb, n.d. , อ้างถึงใน วิรัตน์ หมกทอง 2538, หน้า 9) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า ทักษะคิดคือ วิธีการหรือความพร้อมในการเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับสิ่งหนึ่งสิ่งใด ทักษะคิดมีคุณสมบัติ 3 ประการคือ

1. มีลักษณะสม่ำเสมอ ไม่เปลี่ยนแปลงได้ง่าย
2. มีทิศทางที่แน่นอนต่อสิ่งแวดลอมและเป้าหมายแต่ละอย่าง
3. มีปริมาณความเข้มข้นมากน้อยสัมพันธ์กับสิ่งแวดลอม อาจมีขนาดไปในทางบวกทางลบ หรือเป็นกลาง ๆ ทั้งนี้เพราะทักษะคิดอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามการเปลี่ยนแปลงของค่านิยม

ประเภททักษะคิดของบุคคล แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ทักษะคิดเชิงบวก หรือที่ดี เป็นทักษะคิดที่ชักนำให้บุคคลแสดงออกถึงความรู้สึกอารมณ์จากสภาพจิตใจ โต้ตอบ ในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์กรอื่น ๆ
2. ทักษะคิดเชิงลบ หรือไม่ดี คือทักษะคิดที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสียไม่ได้รับความเชื่อถือ หรือไม่ไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งความเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์กร และอื่น ๆ
3. ทักษะคิดที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่งต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กร และอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง

การเปลี่ยนแปลงทักษะคิด Carl Hovland (1960) ได้เสนอทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทักษะคิดว่าทักษะคิดของคนเราจะได้รับอิทธิพลหรือถูกเปลี่ยนแปลงได้โดยการเปลี่ยนแปลงความเชื่อเดิมที่เรามีอยู่ ความเชื่อของคนเราจะเปลี่ยนได้ด้วย การได้รับข้อมูลใหม่

การทำโฆษณาชวนเชื่อเป็นวิธีการนำเสนอความเชื่อใหม่ ๆ โดยใช้เหตุผลสนับสนุนเป็นระบบอย่างต่อเนื่องกันจากจุดหนึ่งไปอีกจุดหนึ่ง จากเหตุผลเล็กน้อยไปสู่เหตุผลที่ใหญ่กว่าและจะทำให้ผู้รับฟังคล้อยตามจนเปลี่ยนแปลงความเชื่อไปในที่สุด

กระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของ Hovland มีอยู่ 4 ขั้นตอนด้วยกัน คือ

1. Attention หมายถึง หลักการดึงความสนใจให้ผู้รับฟังเกิดความตั้งใจที่จะรับฟังข่าวสารนั้น
2. Comprehension หมายถึง การทำความเข้าใจข่าวสารว่าสามารถทำให้ผู้ฟังเข้าใจได้มากน้อยเพียงใด
3. Acceptance หมายถึง การยอมรับข่าวสารนั้นมีเพียงใด
4. Retention หมายถึง เก็บจดจำข่าวสารนั้นว่าสนใจระดับใดการใช้เทคนิคการเปลี่ยนแปลงทัศนคติแบบนี้ จะเห็นได้ทั่วไปในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะการ โฆษณาสินค้า ซึ่งใช้รูปภาพสวย ๆ ดึงดูดความสนใจ การใช้ข้อความโฆษณาที่เข้าใจง่าย ฟังดูมีเหตุผลน่าเชื่อถือ และจำข้อความที่โฆษณาได้ดีติดปากอยู่เสมอ

ซิมบาโด และ เอบบีเซน (Zimbardo and Ebbesen , 1970 อ้างถึงใน พรทิพย์ บุญนิพัทธ์ (2531 : 49) สามารถแยกองค์ประกอบของ ทัศนคติ ได้ 3 ประการคือ

- 1.องค์ประกอบด้านความรู้ (The Cognitive Component) คือ ส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคล ที่เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ทั่วไปทั้งที่ชอบ และไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้ หรือคิดว่าสิ่งใดดี มักจะมี ทัศนคติ ที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้มาก่อนว่า สิ่งใดไม่ดี ก็จะมี ทัศนคติ ที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น
- 2.องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตาม บุคลิกภาพ ของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล
- 3.องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจาก องค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึกจะเห็นได้ว่า การที่บุคคลมี ทัศนคติ ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่างกัน ก็เนื่องมาจาก บุคคลมีความเข้าใจ มีความรู้สึก หรือมี แนวความคิด แตกต่างกันนั่นเอง

## ตอนที่ 5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกลักษณ์ เจนจบวิทย์ (2551) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการ ใช้ระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร (บทคัดย่อ) : เพื่อศึกษาให้พฤติกรรมของผู้บริ โภคและ



ปัจจัยที่มีอิทธิพล ในการตัดสินใจเลือกใช้รถไฟฟ้า ในการเดินทางของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครแล้ว จะทำให้ทราบถึงสาเหตุ ของปัญหา รวมถึงข้อจำกัดในการที่ จะพยายามให้ ประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครหันมาใช้บริการรถไฟฟ้า ในการเดินทางเพิ่มมากขึ้น และเพื่อมา ปรับปรุงและ พัฒนาบริการด้านต่างๆ ให้เกิดความพึงพอใจและตรงกับลักษณะความต้องการในด้าน ต่างๆ ของ ผู้โดยสาร ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่วนทางภาครัฐยังสามารถวางแผนนโยบายด้าน การขนส่ง ผู้โดยสาร ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะสามารถจัดสรรงบประมาณต่างๆ เพื่อใช้ในการ สนับสนุน การใช้บริการรถไฟฟ้า ให้มีการเติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็น ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าและขับรถส่วนตัวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีข้อเสนอแนะว่าปัจจัยที่มี ผลต่อการใช้รถไฟฟ้า คือค่าใช้จ่ายเป็นสำคัญ และรองมาคือการมีที่พักอาศัยใกล้กับรถไฟฟ้า โดย แนะนำผู้ประกอบการจัดทำแผนทางการตลาดในการส่งเสริมให้คนมาใช้มากขึ้นเช่น การทำบัตร ส่วนลดเป็นต้น และยังแนะนำต่อให้กับทางภาครัฐในเรื่องของการขยายเส้นทางรถไฟฟ้าไปยัง แหล่งชุมชนต่างๆ ด้วย

อนุชา นิลศรี ไทวัลย์ (2543) ได้ทำการศึกษากการเข้าใช้ระบบขนส่งสาธารณะของคน พิกการในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล (บทคัดย่อ) : เพื่อศึกษาความต้องการเดินทางของ คนพิกการ และประเมินสิ่งอำนวยความสะดวกในเชิงคุณภาพของระบบขนส่งสาธารณะสำหรับคน พิกการ เนื่องมาจากปัญหาการไม่สามารถเข้าใช้ระบบขนส่งสาธารณะ ซึ่งเป็นระบบขนส่งที่จำเป็น สำหรับการเดินทางในเขตตัวเมือง และขาดการปรับปรุงระบบขนส่งสาธารณะสำหรับคนพิกการที่ เพียงพอต่อการเดินทาง โดยการศึกษานี้จะทำการศึกษาถึงความต้องการการเดินทางและสิ่งอำนวยความสะดวกของระบบขนส่งสาธารณะสำหรับคนพิกการตามจุดและคนพิกการที่ใช้รถเข็น ซึ่งวิธีการ ศึกษานี้จะทำการสัมภาษณ์การเดินทางของคนพิกการ โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ระบบขนส่งที่ใช้ในการเดินทาง ระยะทางในการเดินทาง จุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุดในการเดินทาง และทำการประเมินสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะ ในเส้นทางจาก จุดเริ่มต้นถึงจุดสิ้นสุดที่ได้จากข้อมูลการสัมภาษณ์ โดยผลที่ได้จากการวิจัยพบว่า การเดินทางเพื่อ ชื่อของใช้ที่จำเป็นมีสัดส่วนมากที่สุด และเลือกที่จะใช้ระบบขนส่งสาธารณะเป็นส่วนใหญ่ โดย แนะนำให้ทางภาครัฐมีการปรับปรุงการเข้าใช้ระบบสาธารณะของคนพิกการ ทั้งเบื้องต้น ระยะกลาง และ เต็มรูปแบบ และเสนอให้ศึกษาต่อในเรื่องของการศึกษาสิ่งอำนวยความสะดวกคนพิกการของ ระบบขนส่งต่างๆ เช่น รถโดยสารพร้อมลิฟท์ รถโดยสารชานต่ำพร้อมทางลาด เป็นต้น

จิตพันธ์ ภูมิภีรัตน์ (2551) ได้ทำการศึกษากการปรับปรุงและพัฒนาต้นแบบสิ่งอำนวยความสะดวกชุมชน เพื่อการอยู่อาศัยที่เหมาะสมกับการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุอย่างมีคุณภาพในชนบท (บทคัดย่อ) : การจัดเตรียมสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อผู้สูงอายุถือเป็นประเด็นที่มีความสำคัญ

สำหรับประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมสูงอายุอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ.2546 มาตรา 11 ได้กล่าวถึงสิทธิของผู้สูงอายุในการได้รับการคุ้มครอง การสนับสนุนในการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยในอาคาร สถานที่ ยานพาหนะหรือการ บริการสาธารณะ ถึงแม้จะมีพระราชบัญญัตินี้แต่ผู้สูงอายุก็ยังคงเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก ต่างๆ ได้ยาก อันเกิดจากการออกแบบที่ไม่เหมาะสมทำให้ไม่สามารถตอบสนองต่อกลุ่มผู้สูงอายุได้ ในการออกแบบจำเป็นต้องเข้าใจในตัวผู้สูงอายุที่จะเข้าใช้ก่อน ซึ่งในงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาถึงลักษณะทางสังคม เศรษฐกิจ ประชากร สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกชุมชน ของผู้สูงอายุ รวมทั้งมีการติดตามผลการปรับปรุงพื้นที่สิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อนำมาสู่การเสนอ แนวทางในการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกชุมชนและเส้นทางการสัญจร ให้เหมาะสมต่อ ผู้สูงอายุและผู้ใช้งานทุกกลุ่มวัย ทางผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกพื้นที่ที่มีความเหมาะสมในการศึกษา คือ หมู่ 4 และหมู่ 6 ตำบลท่างาม จังหวัดสิงห์บุรี โดยประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้สูงอายุ (60 ปีขึ้นไป) ทั้งหมด 106 คน

ผลการศึกษา พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกชุมชนที่ผู้สูงอายุมีการเข้าใช้ทำกิจกรรม บ่อยครั้ง และเป็นศูนย์กลางชุมชน ได้แก่ ศาสนสถาน สถานพยาบาล และลานอเนกประสงค์/ สวนสาธารณะ ซึ่งตั้งอยู่ภายในชุมชนของผู้สูงอายุ โดยการเดินทางภายในชุมชนจะใช้การเดินทางเป็นหลัก ซึ่งอยู่ในรัศมีการเดินทางตามทฤษฎี 800 เมตร แต่สำหรับการเดินทางไปยังสถานที่ภายนอกชุมชน จะใช้จักรยานยนต์ ซึ่งความถี่ในการเดินทาง การทำกิจกรรม และความต้องการในการช่วยเหลือ ของผู้สูงอายุจะขึ้นอยู่กับอายุที่เปลี่ยนแปลงไปหรือความเสื่อมในการทำงานของร่างกาย ในส่วนของ สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกชุมชนยังคงมีความทรุดโทรมและขาดความปลอดภัยในการ เข้าใช้งานของผู้สูงอายุ โดยเฉพาะทางเดินและเส้นทางการสัญจร พื้นที่ที่ได้รับงบประมาณในการปรับปรุงให้เหมาะสมต่อการใช้งานของผู้สูงอายุยังคงไม่เป็นที่ไปตามเกณฑ์มาตรฐาน ถือเป็น การปรับปรุงที่ไม่สามารถตอบสนองต่อการใช้งานจริงได้ โดยเป็นผลมาจากข้อจำกัดของ หน่วยงานท้องถิ่นในการออกแบบและปรับปรุง โดยในการออกแบบและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกชุมชนที่เหมาะสมต่อผู้สูงอายุต้องมีการคำนึงถึงการเข้าใช้/การเข้าถึงที่สะดวก ปลอดภัย และ สภาพแวดล้อมที่มีความเหมาะสม โดยปัจจัยเหล่านี้จะเป็นตัวผลักดันให้ผู้สูงอายุมีการเข้าใช้พื้นที่ ภายนอกมากขึ้น ส่งผลให้มีปฏิสัมพันธ์กับคนภายในชุมชน และนำมาสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดย แนวทางการออกแบบปรับปรุงส่วนใหญ่จะเป็นการสร้างทางลาด ห้องน้ำ ที่จอดรถ เพิ่มราวจับ เพิ่ม ช่องทางเดิน เพิ่มต้นไม้ให้ร่มเงาและแสงไฟส่องสว่าง ในบริเวณศูนย์กลางชุมชนและพื้นที่ต่อเนื่อง ซึ่งแนวทางที่เสนอไปจะสัมฤทธิ์ผลได้ก็ต่อเมื่อมีการนำไปสู่การปฏิบัติ จากการศึกษาพบว่าข้อจำกัด ของหน่วยงานท้องถิ่นถือเป็นอุปสรรคในการจัดทำ ดังนั้นแนวทางในการแก้ไข คือ การจัดเตรียม

แบบก่อสร้างที่ได้มาตรฐาน มีการประมาณราคาค่าก่อสร้างตามลักษณะโครงการ และมีการจัดหาแหล่งงบประมาณที่เหมาะสมโดยหน่วยงานท้องถิ่นเป็นผู้ให้การสนับสนุนหลัก ซึ่งแนวทางการแก้ไขดังกล่าวจะทำให้พื้นที่ศึกษากลายเป็นพื้นที่ต้นแบบทางด้านผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ โดยการต่อยอดงานวิจัยฉบับนี้จะเป็นการติดตามผลกระบวนการดำเนินงานและประเมินความสำเร็จหรือข้อผิดพลาดของโครงการที่เกิดขึ้นจริง

นางกมลพรรณ พันพิ่งและคณะ (2554) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับวิศวกรรมฟื้นฟูสมรรถภาพและเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการ (บทคัดย่อ): การปฏิบัติตามนโยบายของประเทศไทยและข้อปฏิบัติในระดับสากลเพื่อส่งเสริมสิทธิคนพิการในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมในการเข้าถึง ข้อมูลข่าวสารและโอกาสทางสังคมประเทศไทยในปัจจุบันให้ความสำคัญกับสิทธิของคนพิการในการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศมากยิ่งขึ้นเห็นได้จากรัฐธรรมนูญปีฉบับ ปี2540 และปี2550 มาตรา 55 กล่าวว่าบุคคลซึ่งพิการหรือทุพพลภาพมีสิทธิเข้าถึงและ ใช้ประโยชน์จากสวัสดิการสิ่งอำนวยความสะดวกอันเป็นสาธารณะ และความช่วยเหลือที่เหมาะสมจากรัฐ รวมประเทศไทยได้รับรองนโยบายที่เป็นข้อตกลงนานาชาติทั้งระดับภูมิภาคและระดับโลก โดยที่ทุกคนสามารถสร้างสรรค์ เข้าถึง ใช้ประโยชน์ และแบ่งปัน สารสนเทศและความรู้เป็นสังคมที่เอื้ออำนวยต่อทั้งปัจเจกบุคคลและชุมชน ในการใช้ศักยภาพของตนอย่างเต็มที่ในการมีส่วนร่วมการพัฒนาอย่างยั่งยืนและ การมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นแต่ในความเป็นจริง คนพิการและผู้สูงอายุไทยยังไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ ด้วยมีอุปสรรคทั้งด้านความพิการ และ โครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศของรัฐ จึงจำเป็นต้องดำเนินงานในด้านการกำหนดกฎระเบียบบางอย่าง เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำมาปฏิบัติได้ ดังนั้น ศูนย์วิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกจะทำงานร่วมกับสภาคนพิการ แห่งประเทศไทย ในการผลักดันมาตรฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเข้าถึงสารสนเทศที่ได้มีการประกาศรับรอง โดยองค์กรนานาชาติ มาจัดทำเป็นมาตรฐานระดับของชาติในประเทศไทย โดยนำเสนอต่อสำนักงานมาตรฐานแห่งชาติเพื่อให้รับรองและประกาศเป็นมาตรฐาน เพื่อใช้เป็นเอกสารอ้างอิงในการปฏิบัติได้

ฟังก์ชันสำคัญของเครื่องช่วยฟังเบื้องต้น เพื่อให้มั่นใจว่าเครื่องมีฟังก์ชันหลักของเครื่องช่วยฟังจริง และมีประสิทธิภาพตามที่ผู้ผลิตได้อ้างอิงไว้ (ซึ่งจะใช้มาตรฐานเดียวกัน) ซึ่งจะมีประโยชน์ทั้งในขั้นตอนตรวจเช็คคุณภาพเครื่องระหว่างผู้ผลิตกับผู้ให้บริการจำหน่าย และสำหรับนักแก้ไขการได้ยินซึ่งเป็นผู้ให้บริการติดตั้งเครื่องแก่คนไข้แต่ละคน เพื่อเป็นข้อมูลด้านประสิทธิภาพการขยายเสียงของเครื่องช่วยฟังเบื้องต้น ที่มีความน่าเชื่อถือได้

กุสุมา พริยาพรรณ และ ฌกร อินทร์พยุง ได้ทำการศึกษา ระบบการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการเดินทางเพื่อรับบริการทางสุขภาพ (บทคัดย่อ): ระบบการตอบสนอง

ความต้องการเดินทาง (DRT) เป็นการขนส่งสาธารณะที่มีเส้นทางและตารางเวลาการให้บริการที่ยืดหยุ่นเพื่อใช้รับส่งผู้โดยสารตามความต้องการ ซึ่งบริการรถโดยสารสาธารณะธรรมดา (ประจำเส้นทาง) ไม่สามารถให้บริการได้ บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการเดินทางของผู้สูงอายุ และผู้ป่วยเรื้อรังในจังหวัดชลบุรี ผลจากการสำรวจ โดยการเก็บแบบสอบถามจำนวน 60 ชุดพบว่า ความต้องการเดินทางมากที่สุด คือ โรงพยาบาลหรือสถานประกอบการด้านสุขภาพ โดยแหล่งที่มาของรายได้ของผู้สูงอายุและผู้ป่วยโรคเรื้อรังนั้น ได้แก่ ลูกหลาน และในการเดินทางไปทำกิจกรรมต่างๆของผู้สูงอายุนั้นมีวิธีการเดินทางที่นิยมมากที่สุดคือ นั่งรถประจำทาง รถรับจ้าง จาก การนั่งรถประจำทางของผู้สูงอายุและผู้ป่วยโรคเรื้อรังนั้นพบว่า มีความพึงพอใจอยู่ที่ระดับปานกลาง อยู่ที่ร้อยละ 50 โดยมีปัญหาต่างๆที่ผู้เดินทางให้ความสำคัญเรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย ดังนี้ ความไม่ปลอดภัยของการบริการรถประจำทาง ความไม่พร้อมทางด้านร่างกาย ความไม่สะดวกกรณีลูกหลานไม่สามารถไปส่งได้ และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ผู้เดินทางที่มีอายุ 60-69 ปีมีแนวโน้มที่จะใช้บริการระบบ DRT โดยมีการจองเวลาการรับส่งล่วงหน้าและมีการแชร์ค่าโดยสารร่วมกับผู้โดยสารท่านอื่นถึงร้อยละ 70 ส่วนที่ไม่ต้องการใช้บริการเนื่องจากสาเหตุหลักดังนี้ ถ้าผู้สูงอายุมีอายุมากกว่า 70 ปี ความต้องการในด้านการเดินทางจะลดลง ต้องการไปกับครอบครัวหรือบุตรหลาน ความสะดวกสบายเนื่องจากมีรถยนต์เป็นของตนเอง ไม่เข้าใจรูปแบบการให้บริการระบบ DRT และไม่มั่นใจในการให้บริการระบบ DRT งานวิจัยในขั้นตอนต่อไป ผู้วิจัยจะนำผลจากการศึกษาที่ได้มาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการสร้างรูปแบบการให้บริการระบบ DRT เพื่อตอบสนองความต้องการเดินทางของผู้สูงอายุและผู้ป่วยโรคเรื้อรังในพื้นที่จังหวัดชลบุรีต่อไป

## ส่วนที่ 6 บทสรุปประเด็นที่ได้รับ

จากการทบทวนผลการศึกษางานวิจัย และแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องนั้น ที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่าแม้จะมีการออกกฎหมายที่คุ้มครองและให้ความช่วยเหลือผู้สูงอายุ ในเรื่องของการเดินทาง เช่น การลดหย่อนค่าโดยสาร การบังคับให้ออกแบบสิ่งก่อสร้างให้มีทางลาดชัน เป็นต้น ก็ยังพบว่าการจัดสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุนั้น ได้รับความสนใจและนำไปปฏิบัติกันน้อยมาก โดยเฉพาะ อาคารและสถานที่ราชการซึ่งเป็นอาคารเก่าสร้างก่อนปี พ.ศ. 2548 จึงแทบไม่มีการปรับปรุงหรือติดตั้งสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สูงอายุเลย หรือหากมีก็ชำรุดปราศจากการซ่อมแซม และจากการประเมินผลแผนผู้สูงอายุแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ.2545 – พ.ศ.2564) พบว่ามาตรการนี้ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมิน (วิพรรณ ประจวบเหมาะและคณะ. 2551) อีกอย่างที่น่ากังวลคือ การบริการสาธารณะส่วนใหญ่ก็เป็นเพียงการให้ส่วนลดหย่อนค่าโดยสารแก่ผู้



สูงอายุเท่านั้น ซึ่งยังไม่สามารถอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยให้แก่ผู้สูงอายุได้เพียงพอ อีกทั้งการบริการของเอกชนก็ยังมีไม่เพียงพอ ดังนั้นส่วนใหญ่ผู้สูงอายุจึงมักจะเลือกเดินทางไปกับลูกหลานมากกว่า เนื่องจากสะดวกสบาย และมีความปลอดภัยมากกว่าการใช้ระบบขนส่งสาธารณะ และนอกจากนี้งานวิจัยในประเทศไทยก็ยังไม่มีการศึกษาอย่างจริงจังเกี่ยวกับการเดินทางของผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานครที่ได้ชื่อว่ามีอาคารคมนาคมที่หลากหลายและคับคั่งอยู่เกือบตลอดเวลา นั้นไม่เหมาะสมกับผู้สูงอายุที่เดินทางตามลำพังเลย ซึ่งจากงานวิจัยส่วนใหญ่จะเน้นไปทางผู้พิการมากกว่า ที่ถึงแม้จะมีความสามารถในการเดินทางไม่ต่างกันมาก แต่ก็ยังมีข้อแตกต่างกันอยู่อย่างมีนัยสำคัญ

ดังนั้นเพื่อเป็นการเตรียมรับมือกับกลุ่มผู้สูงอายุที่จะมากขึ้นในอนาคต ในการเดินทางสำหรับผู้สูงอายุนั้นควรเลือกให้มีความเหมาะสม ในการใช้งาน สะดวก สบาย สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้สูงอายุได้ เพื่อเป็นการลดปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้ การที่จะพัฒนารูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการเดินทางให้เหมาะสมนั้น จะต้องมีการศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้สูงอายุ ว่ามีทิศทางอย่างไร มีจุดประสงค์ในการเดินทางอย่างไรบ้าง นอกจากนี้เพื่อเป็นการสังเกตว่าผู้สูงอายุมีรูปแบบการเดินทางประเภทอย่างไร จะได้เป็นการเก็บข้อมูลจริงที่เกิดขึ้น ซึ่งจะได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติจริง และจะได้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข เพื่อเป็นการต่อยอดทางธุรกิจในการรองรับ และเตรียมความพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของผู้สูงอายุที่จะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น โดยทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนควรร่วมมือ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการดูแลและส่งเสริมการเดินทางของผู้สูงอายุในประเทศไทยให้มีความสะดวก หรือ เหมาะสมมากขึ้น อันจะนำไปสู่ความสุขของผู้สูงอายุในประเทศของเราที่เพิ่มมากขึ้น

### บทที่ 3 วิธีการดำเนินการ

งานวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภควัยสูงอายุ 60 ปีขึ้นไปในเรื่องการเดินทาง ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยได้มีการกำหนดหัวข้อในวิธีดำเนินการวิจัยและนำเสนอไว้เป็นส่วนๆ ดังต่อไปนี้

- แหล่งข้อมูล
- กรอบแนวคิดงานวิจัย
- วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- การวิเคราะห์ข้อมูล
- ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

#### แหล่งข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการอ้างอิงและการใช้วรรณกรรมของงานวิจัยที่ได้เคยทำมาแล้ว เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป รวมไปถึงการหาข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต ของความหมายของผู้สูงอายุ รูปแบบของการเดินทาง แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่องทัศนคติ พร้อมทั้งการพัฒนาารูปแบบธุรกิจในการเดินทาง

#### กรอบแนวคิดการวิจัย

ใช้แนวคิดและทฤษฎีเรื่องของพฤติกรรมของผู้บริโภค มาเป็นกรอบแนวคิดวิจัย และดำเนินการ โดยจากแนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยอ้างอิงจาก แบบจำลองพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค : (Kotler, 2003: 184)



ภาพที่ 2: แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค  
ที่มา: (Kotler, 2003: 184)

จากโมเดล จะมีการกำหนดให้กลุ่มผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไปซึ่งเป็นกลุ่มที่ผู้วิจัยจะทำการศึกษาเป็นกลุ่มผู้ซื้อ โดยมีการกระตุ้นทางการในเรื่องของสินค้า ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด, เศรษฐกิจ, เทคโนโลยี, การเมือง และสังคมมาเป็นสิ่งกระตุ้น ให้กลุ่มที่จะทำการศึกษากเกิดความต้องการหรือตระหนักถึงปัญหาในเรื่องการการเดินทาง โดยที่จะศึกษาลึกลงไปถึงความรู้สึกนึกคิดหรือความต้องการของกลุ่มที่จะทำการศึกษา โดยศึกษาจากหลายปัจจัย ในเรื่องของ สังคม, วัฒนธรรม, บุคคล และจิตวิทยา ที่จะส่งผลต่อขั้นตอนการเลือกใช้บริการหรือซื้อตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้สูงอายุ โดยมีทั้งหมด 5 ขั้นตอนคือ 1.การตระหนักถึงปัญหา 2.การค้นหาข้อมูล 3.การประเมินทางเลือก 4.การตัดสินใจเลือก 5.พฤติกรรมหลังซื้อ ซึ่งกลุ่มที่จะศึกษาเป็นผู้ตัดสินใจใช้บริการหรือซื้อสินค้า โดยจะตัดสินใจจากประเด็นต่างๆทั้งเรื่องของการเลือกผลิตภัณฑ์, การเลือกตราสินค้า, การเลือกผู้ให้บริการหรือผู้ขาย, การเลือกเวลาในการใช้บริการหรือซื้อ และ ปริมาณในการบริโภคหรือใช้บริการในเรื่องของการเดินทาง

## วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภควัยสูงอายุ 60 ปีขึ้นไปในเรื่องการเดินทาง ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ต้องการศึกษาการนำเอาแนวคิดเรื่องพฤติกรรมและทัศนคติ ของผู้สูงอายุ ที่มีต่อเรื่องการเดินทาง มาประยุกต์ใช้กับการดำเนินชีวิต ของผู้สูงอายุ ในการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น พร้อมกันนี้ก็สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจ เพื่อทำให้เกิดเป็นรูปแบบการดำเนินธุรกิจเพื่อส่งเสริมธุรกิจในเรื่องการเดินทาง ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยแบ่งลักษณะการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าหาข้อมูลจากหนังสือทางวิชาการ บทความ สารนิพนธ์ ปรินิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับความหมายของผู้สูงอายุ ลักษณะของการเดินทาง แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่องทัศนคติ พร้อมทั้งหรือการพัฒนาารูปแบบธุรกิจในเรื่องของการเดินทาง ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีวิธีการดังนี้

### 1. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interviews) มีขั้นตอนดังนี้

- 1.1 ทำการชี้แจงเกี่ยวกับการสัมภาษณ์และนัดหมายเพื่อขอเข้าพบกลุ่มเป้าหมาย
- 1.2 ขอนหนังสือจากวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ถึงกลุ่มเป้าหมาย
- 1.3 จัดเตรียมอุปกรณ์ และเครื่องมือต่างๆ เพื่อความพร้อมในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)
- 1.4 ชี้แจงวัตถุประสงค์และขั้นตอนการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)
- 1.5 จัดบันทึก พูดคุย และเก็บข้อมูลจากเอกสารต่างๆ โดยคณะผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองทุกกระบวนการ

และทางผู้วิจัยยังได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล นำมาวิเคราะห์เพื่อหาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการเปรียบเทียบจำแนก และจัดกลุ่มกลุ่มคำ หรือเนื้อหาที่คณะผู้วิจัยตีความว่ามีความเหมือนกัน ใกล้เคียงกัน หรือสอดคล้องกันเข้าไว้ด้วยกัน จากนั้นนำข้อมูลต่างๆมาสรุปและจัดแบ่งเป็นหมวดหมู่ของกลุ่มคำ หรือ



เนื้อหาที่สำคัญ เพื่อสังเคราะห์ให้เกิดเป็นปัจจัยของการตัดสินใจที่สามารถจัดอยู่ในประเภทที่สำคัญ ซึ่งมีผลในการตัดสินใจต่อการเลือกรูปแบบการเดินทางของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครต่อไป และขั้นสุดท้าย ได้อธิบายถึงองค์ประกอบของแต่ละปัจจัย เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันตามการตีความของผู้วิจัย

### 1. การสนทนากลุ่ม (Focus Group) มีขั้นตอนดังนี้

การสนทนากลุ่ม (Focus Group) นำมาสังเคราะห์เพิ่มเติมจากข้อมูลทุติยภูมิในเบื้องต้น โดยผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าข้อมูล คือการทำสนทนากลุ่ม กับผู้สูงอายุ จำนวน 8 รายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1	เพศชาย	เกษียณอายุ
ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2	เพศชาย	ตัวแทนชาย
ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3	เพศหญิง	ตัวแทนชาย
ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4	เพศหญิง	ประกอบธุรกิจส่วนตัว
ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5	เพศชาย	เจ้าของธุรกิจ
ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6	เพศชาย	ผู้จัดการบริษัทเอกชน
ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7	เพศหญิง	แม่บ้าน
ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8	เพศชาย	เจ้าของกิจการ

โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) ซึ่งมีการจัดทำหัวข้อสัมภาษณ์หรือแนวทาง (Interview Guide) ที่ใช้ในการตั้งคำถาม และใช้รูปแบบการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ (Informal Interview) ในการเก็บข้อมูล

ขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลเริ่มจากการโทรศัพท์ติดต่อไปยังกลุ่มเป้าหมายแต่ละรายเพื่อแจ้งให้ทราบเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย และขอความอนุเคราะห์ในการขอสัมภาษณ์ หากกลุ่มเป้าหมายอนุญาตจะทํานัดหมายวัน เวลา และสถานที่ในการขอเข้าพบกลุ่มเป้าหมาย จากนั้นผู้วิจัยจึงขอหนังสือจากวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งในวันก่อนการสัมภาษณ์มีการจัดเตรียมอุปกรณ์ และเครื่องมือต่างๆ เพื่อความพร้อมในการสัมภาษณ์ ได้แก่ แนวคำถาม เครื่องบันทึกเสียง กล้องถ่ายรูป จดหมาย และของที่ระลึก เมื่อถึงวันที่นัดสัมภาษณ์ ผู้วิจัยเริ่มจากการชี้แจงวัตถุประสงค์และขออนุญาตกลุ่มเป้าหมายในการบันทึกเสียง

ระหว่างการสัมภาษณ์มีการจดบันทึก พุคคย และเก็บข้อมูลจากเอกสารต่างๆ โดยผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองทุกกระบวนการ จากนั้นผู้วิจัยจึงทำการถอดเทปจากการไปสัมภาษณ์ โดยมีการจัดทำเป็นตาราง หัวข้อตารางได้แก่ ผู้สนทนา บทสนทนา ประเด็นของผู้ให้ข้อมูล ประเด็นของผู้วิจัย และข้อสังเกตความเห็นผู้วิจัย (ภาคผนวก)

เมื่อทำการถอดเทปเสร็จ จึงทำการสรุปเป็นประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยใช้คำถาม ดังนี้

1. การอำนวยความสะดวกในเรื่องการเดินทางสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครมีความเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร และท่านมีความคิดเห็นอย่างไรบ้าง

### การวิเคราะห์ข้อมูล

จากขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบทฤษฎีผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ค้นคว้าเก็บรวบรวม บันทึกเสียง จากนั้นนำมาทำการถอดเนื้อความ ตีความ และสรุปเพื่อนำมาวิเคราะห์ โดยทางคณะผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความด้านเนื้อหา (Content Analysis) โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ค้นคว้าเอกสารต่างๆ ได้แก่ ข้อมูลจากหนังสือทางวิชาการ บทความ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงใช้การวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการศึกษาจากแหล่งข้อมูลทฤษฎี นำมาหาประเด็นวิเคราะห์ หากอธิบายและสร้างข้อสรุปเพื่อใช้อธิบายแนวความคิดและใช้เป็นแนวทางในการตอบคำถามงานวิจัย

### ระยะเวลาที่ใช้ในการทำวิจัย

การวิจัยครั้งนี้กลุ่มผู้วิจัยเริ่มเก็บข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ เดือนสิงหาคม 2556 ถึง ตุลาคม 2556 ซึ่งเป็นเวลาทั้งหมดรวม 90 วัน โดยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ



## บทที่ 4

### ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการงานวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภควัยสูงอายุ 60 ปีขึ้นไปในเรื่องการเดินทาง ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลฯ โดยใช้การรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และหาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ด้วยการสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการสำรวจและค้นคว้าข้อมูล โดยผลการวิจัยแบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1: การนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลการค้นคว้าจากข้อมูลทุติยภูมิด้วยการคัดกรองข้อมูล

ส่วนที่ 2: การนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลจากข้อปฐมภูมิด้วยการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

ส่วนที่ 3: การนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลจากข้อปฐมภูมิด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

#### ส่วนที่ 1: การนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลการค้นคว้าจากข้อมูลทุติยภูมิด้วยการคัดกรองข้อมูล

เป็นการนำเสนอผลการค้นคว้าหาข้อมูลจากหนังสือ วิชาการ บทความสารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับความหมายของผู้สูงอายุ ความหมายของการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบในวัยสูงอายุ การปรับตัวของผู้สูงอายุ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค ทฤษฎีเกี่ยวกับการดำเนินชีวิต และ ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้สูงอายุในเรื่องของการเดินทาง

## ผลการคัดกรองข้อมูล

การนำเสนอผลงานวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภควัยสูงอายุ 60 ปีขึ้นไปในเรื่องการเดินทาง ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลฯ ในส่วนของการคัดกรองข้อมูล สามารถแบ่งเนื้อหาหลักออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการเดินทางของผู้สูงอายุ

1.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางของผู้สูงอายุ

### 1.1 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการเดินทางของผู้สูงอายุ

ผู้วิจัยเริ่มต้นจากการศึกษา ค้นคว้าหาข้อมูลจากรายงานการศึกษาเบื้องต้นเกี่ยวกับผู้สูงอายุ จึงทำให้ทราบถึงความหมายและแนวคิดต่างๆเกี่ยวกับการเดินทางของผู้สูงอายุ จากนั้นผู้วิจัยค้นคว้าเพิ่มเติม โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิเป็นหลัก ได้แก่ จากหนังสือวิชาการ บทความ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และกรณีศึกษาต่างๆ จึงทำให้ผู้วิจัยสามารถสรุปแนวคิดเกี่ยวกับการการเดินทางในมุมมองของผู้วิจัยได้ดังนี้

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงทางภูมิศาสตร์ก็เป็นปรากฏการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชากรทุกคน โดยเฉพาะผู้สูงอายุเพียงแต่ความรุนแรงของปัญหาในแต่ละที่อาจไม่เท่ากันหรือแตกต่างกันทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมและสภาพพื้นที่ที่ปรากฏการณ์นั้นๆเกิดขึ้น และเนื่องจากมนุษย์จำเป็นต้องดำเนินกิจกรรมต่างๆเพื่อการยังชีพและเพื่อการอยู่อาศัยในสังคม กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นล้วนเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมทั้งสิ้น ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางภูมิศาสตร์ มีลักษณะที่สำคัญแบ่งออกได้ 3 ประการ คือ

1. การเพิ่มจำนวนประชากร ซึ่งการที่ประชากรเพิ่มจำนวนมากขึ้นย่อมหมายถึงความต้องการปัจจัยในการดำรงชีวิตเพิ่มมากขึ้นด้วย ความสมดุลของทรัพยากรธรรมชาติจึงสูญเสียไปก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม คือ การใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น การใช้ที่ดินเพื่อการอยู่อาศัย และทำกิน การทำไร่เลื่อนลอย การบุกรุกทำลายป่า การใช้ทรัพยากรน้ำเพิ่มมากขึ้น ทำให้ปริมาณน้ำลดลงและคุณภาพเสื่อมโทรมลง

2. การอพยพย้ายถิ่น มีการอพยพย้ายถิ่นฐานเข้าสู่เขตเมืองใหญ่เพื่อหางานทำ ทำให้เกิดปัญหาประชากรหนาแน่นในเขตเมืองเกิดปัญหาชุมชนแออัด

3. การขยายตัวของเมือง มีการขยายตัวของเมืองอย่างรวดเร็ว อาคารบ้านเรือน โรงงานอุตสาหกรรมมีมากขึ้นทำให้เกิดปัญหามลพิษทางน้ำ มลพิษทางอากาศ

ความต้องการ และรูปแบบการเดินทางที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและทัศนคติของผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จากการที่ผู้วิจัยศึกษา จะพบว่าในปัจจุบันมีหลายหลายส่วนงานที่ค่อนข้างให้ความสำคัญกับการเดินทาง คมนาคมของผู้สูงอายุ เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่เป็นปัจจัยพื้นฐาน และต้องมีการพัฒนาให้สอดคล้องกับสภาพภูมิศาสตร์ที่เปลี่ยนไปของพื้นที่ ให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมต่อผู้สูงอายุ รวมไปถึงความปลอดภัยในการเดินทางของผู้สูงอายุก็ควรมีการดูแลอย่างทั่วถึง สามารถสร้างความมั่นใจในการเดินทางนั่นเอง หากทำได้เช่นนี้แล้วก็จะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีภาวะพหุพิสัยสามารถดำเนินชีวิตอยู่ได้ในสังคมได้อย่างมีความสุขนั่นเอง

## 1.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกวิธีการเดินทางของผู้สูงอายุ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาโดยเก็บรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจากทั้งรายงานวิจัย หรือ บทความต่างๆ ในประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับการทัศนคติและพฤติกรรมของผู้สูงอายุในเรื่องของการเดินทาง และ ทางผู้วิจัยได้มีการศึกษา ค้นคว้าหาข้อมูลจาก แหล่งทุติยภูมิเพิ่มเติม จากบทความ ข่าว รวมถึงข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต รวมทั้งสิ้น 11 รายการ ประกอบด้วย บทความทั้งหมด 7 บทความ 2 งานวิจัย และ 2 ข่าว ในประเทศไทย ดังนี้

1. งานวิจัย : เรื่องการศึกษาการปรับปรุงและพัฒนาต้นแบบสิ่งอำนวยความสะดวกชุมชน เพื่อการอยู่อาศัยที่เหมาะสมกับการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุอย่างมีคุณภาพในชนบท
2. งานวิจัย : เรื่องระบบการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการเดินทางเพื่อรับบริการทางสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัด ชลบุรี
3. บทความ : ผู้สูงอายุกับการขับรถ
4. บทความ : แนะนำผู้สูงอายุขับรถอย่างปลอดภัย
5. บทความ : คมนาคมยกระดับบริการสำหรับคนพิการ-ผู้สูงอายุ
6. บทความ : สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2554
7. บทความ : อนาคตไทยกับสังคมผู้สูงอายุ
8. บทความ : สภาซีเมคหนุนการศึกษาตลอดชีวิตเน้นคนทำงาน-ผู้สูงอายุดูแลตัวเองได้
9. บทความ : สุขของผู้สูงอายุ
10. ข่าว : สตู๊ป..รถไฟฟ้าผู้สูงอายุ
11. ข่าว : นายกช ยันรัฐให้ความสำคัญดูแลผู้พิการ สังคมคมนาคมศึกษาธเมล์ชาน ต้า



จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 11 รายการ ผู้วิจัยสรุปและจัดแบ่งเป็นหมวดหมู่ของกลุ่มคำได้ หมวดใหญ่ ดังนี้

### หมวดหมู่ที่ 1: สิ่งกระตุ้น มีสาระที่เกี่ยวข้องดังนี้

สิ่งกระตุ้นเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า อาจเป็นเหตุจูงใจด้านเหตุผลหรือด้านจิตวิทยาก็ได้ สิ่งกระตุ้นประกอบด้วย 2 ส่วน

#### 1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ประกอบด้วย

- ด้านผลิตภัณฑ์ (พาหนะ) ในเรื่องการเดินทางของผู้สูงอายุนั้น รูปแบบการเดินทางต่างๆจะต้องตอบ โจทย์การใช้งาน และมีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้สูงอายุอย่างชัดเจน การออกแบบยานพาหนะนั้นก็ต้องเน้นไปที่เรื่องของฟังก์ชันที่จำเป็นสำหรับผู้สูงอายุ โดยจะต้องมีรูปแบบพิเศษสำหรับผู้สูงอายุ มีนวัตกรรมการออกแบบและสร้างสรรค์ที่มุ่งเน้นไปที่ผู้สูงอายุ โดยเฉพาะและตอบทุกโจทย์ของความต้องการของชีวิตที่ผู้สูงอายุที่มีความครบครันด้วยองค์ประกอบในเรื่องของความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ที่จะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีสุขภาพที่ดีทั้งร่างกายและจิตใจ เช่น เบาะเก้าอี้วีลแชร์ที่ติดตั้งในรถตู้ทำให้การขึ้นลงรถของผู้สูงอายุเป็นเรื่องง่าย

- ด้านราคา ในเรื่องการเดินทางของผู้สูงอายุนั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ที่เหมาะสมกับรูปแบบการเดินทางที่มี ถ้าหากพิจารณาแล้วว่าผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่นั้นตอบโจทย์ หรือสามารถให้ความรู้สึกพิเศษที่มากกว่าที่อื่นการจ่ายในราคาที่แพงกว่าเพื่อได้ในส่วนที่พิเศษกว่า ผู้สูงอายุก็จะยอมจ่าย เรื่องของราคาระนั้นผู้สูงอายุจะมีการพิจารณาเป็นปัจจัยแรกๆ เพราะด้วยวัยที่เกษียณอายุแล้ว การใช้จ่ายเงินนั้นจะมีการคิดพิจารณาอย่างรอบคอบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้จ่ายที่ต้องใช้จำนวนเงินมากๆนั้น จะมีการคิดและพิจารณาอย่างถี่ถ้วน เช่น ราคาค่าใช้จ่ายสูงของน้ำมันเชื้อเพลิง ทำให้การเลือกซื้อรถก็จะพิจารณาซื้อรถที่มีคุณสมบัติในประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิง มากกว่าความหรูหรา

- ด้านการส่งเสริม ในเรื่องการเดินทางของผู้สูงอายุนั้น ควรจะมีการจัด การนำเสนออย่างต่อเนื่องและทั่วถึงเพื่อให้ผู้สูงอายุได้รับทราบและเกิดความต้องการซื้อหรือใช้บริการ อย่างเช่น มีการส่งเสริมการตลาดในเรื่องสิทธิที่จะได้รับในภาครัฐบาล หรือ มีการจัด โปรโมชันที่เกี่ยวข้องสำหรับเอกชน โดยเป็นเรื่องที่เหมาะสมหรือเป็นเรื่องที่ผู้สูงอายุกำลังให้ความสนใจ อย่างเช่นเรื่องการลดหย่อนค่าโดยสาร โดยจะส่งผลเชื่อมโยงกับการเลือกรูปแบบบริการการเดินทางหรือผลิตภัณฑ์

สิ่งกระตุ้นอื่นๆ โดยเป็นสิ่งกระตุ้นที่อยู่ภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ ประกอบด้วย

- ด้านเศรษฐกิจซึ่งขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจของประเทศรายได้ของผู้บริโภคสิ่งเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางดังนั้นจึงควรศึกษาแนวโน้มหรือทิศทางเศรษฐกิจของ

ประเทศให้ดีกว่าก่อน นอกจากนี้เรื่องของรายได้ที่มีอยู่นั้นก็จะต้องมีการพิจารณาว่าเพียงพอสำหรับในอนาคตหรือไม่ สามารถถอดออกมาเลือกรูปแบบที่ยากลำบากกว่าได้หรือไม่

- ด้านเทคโนโลยี ในเรื่องการเดินทางของผู้สูงอายุนั้น ควรจะมีการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆขึ้นมาเพื่อให้ตอบ โจทย์และสามารถรองรับการการใช้งาน และให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้สูงอายุในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

- ด้านการเมืองและกฎหมาย ในเรื่องที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ นั้น เป็นเรื่องประเทศของเรายังไม่ได้ให้ความสำคัญเท่าที่ควร ซึ่งจริงๆแล้วเป็นเรื่องที่ควรจะมีการเตรียมความพร้อมไว้ก่อน เพื่อเป็นการรองรับสิ่งที่จะเกิดเป็นปัญหาในอนาคตได้ ถ้าหากมีการเตรียมความพร้อมไว้ก่อนจะเป็นการช่วยลดอัตราของอุบัติเหตุที่จะเกิดขึ้นกับผู้สูงอายุ ทั้งยังเป็นเรื่องของการดูแลให้ความปลอดภัยในเรื่องของชีวิตของผู้สูงอายุอีกด้วย

## หมวดหมู่ที่ 2: พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ มีสาระที่เกี่ยวข้องดังนี้

พฤติกรรมผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ เนื่องจากว่าผู้บริโภคทุกคนเป็นสิ่งมีชีวิต (Organic) ร่างกายของมนุษย์ มีลักษณะเป็นฟิสิกส์ ชีววิทยา และเคมี การที่มีร่างกายสูง เตี้ย ผอม อ้วน เป็นลักษณะทางฟิสิกส์ การที่ร่างกายมีเลือด มีเนื้อ ก็เป็นลักษณะทางชีววิทยา ขณะเดียวกันเรามีต่อมน้ำลาย มีต่อมเหงื่อ ต่อมน้ำตา เหล่านี้คือเคมี ซึ่งรวมแล้วเรียกว่า มนุษย์เป็นอินทรีย์ มีการเกิด แก่ เจ็บ ตาย ดังนั้นจึงมีปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนี้

### 1. ลักษณะทางสรีระ

สรีระเป็นปัจจัยเบื้องต้นในการกำหนดพฤติกรรม การซื้อและพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภคและผู้ใช้บริการ เช่น การที่ผู้บริโภคสวมแว่นตา ก็เกิดจากสรีระคือสายตาสั้น หรือสายตายาว การที่ต้องไปสูขา ก็เกิดจากสรีระ หรือการที่กระหายน้ำ ต้องหาน้ำดื่มเนื่องจากคอแห้ง ก็เป็นสาเหตุจากสรีระ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยเบื้องต้นที่จะต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคให้เข้าใจก่อน ตัวอย่างเช่น แชมพูสระผมยี่ห้อหนึ่งซึ่งนำเข้าจากต่างประเทศแล้วไม่ประสบความสำเร็จเท่าใดนัก สาเหตุเพราะสูตรของแชมพูเหมาะสำหรับผมของชาวซึ่งมีความแตกต่างกับเส้นผมของคนไทย ซึ่งเป็นเรื่องของสรีระ หรืออย่างเช่นบริษัทรถยนต์ต้องมีการคำนวณความสูงที่เหมาะสมแก่ผู้สูงอายุ เพราะผู้สูงอายุมีสรีระที่เปลี่ยนแปลงไป จากอดีตที่มีร่างกายปกติ แข็งแรง ก็เปลี่ยนไป เป็นอ่อนแอ ลง การขึ้นลงรถก็ทำได้ยากลำบากขึ้น ก็ต้องเปลี่ยนไปให้เหมาะสมกับผู้บริโภค เป็นต้น เพราะฉะนั้นสิ่งแรกที่ต้องวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคคือ การวิเคราะห์ความเปลี่ยนแปลงทางด้านสรีระเป็นสิ่งแรก เนื่องจากมีบทบาทมากที่สุดในการตัดสินใจของมนุษย์ เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นความต้องการของร่างกายส่วนใหญ่



## 2. สภาพจิตวิทยา

เป็นลักษณะของความต้องการที่เกิดจากสภาพจิตใจ ซึ่งเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้สูงอายุ รายละเอียดได้กล่าวไว้ในเรื่องของปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของมนุษย์ ลักษณะความต้องการตอบสนองในเรื่องเดียวกัน แต่สภาพทางจิตใจไม่เหมือนกัน เช่น ผู้สูงอายุบางคนเดินทางด้วยระบบสาธารณะได้ แต่บางคนต้องเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ดังนั้นรูปแบบของการเดินทางก็จะมีราคาแตกต่างกันไป ซึ่งเป็นสภาพทางจิตวิทยาของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน เช่น ผู้สูงอายุบางคนเป็นคนประหยัดมัธยัสถ์ บางคนเป็นคนฟุ้งเฟ้อฟุ่มเฟือย บางคนแคร์สายตากคนอื่น บางคนไม่ใส่ใจคนอื่นเลย ซึ่งจากสภาพทางจิตวิทยาของผู้บริโภค ทำให้เกิดการตลาดสามารถดำเนินกิจกรรมทางการตลาดอยู่ได้สภาพทางจิตวิทยาเป็นสิ่งที่มีความสำคัญกว่าสรีระ เพราะสรีระเป็นพื้นฐาน เช่น ความหิวเป็นพื้นฐาน แต่จะรับประทานอะไรที่ไหนจะเริ่มไม่เป็นพื้นฐานแล้ว ถือเป็นสภาพทางจิตวิทยา หรือจะต้องแต่งตัวไปงานเลี้ยง จะต้องมีเสื้อผ้าปกปิดร่างกายซึ่งเป็นพื้นฐาน แต่การที่จะแต่งตัวแบบไหนแบบเรียบ แบบหรูหรา ก็จะมีเรื่องของสภาพจิตวิทยาเข้ามาเกี่ยวข้อง ปัจจัยด้านจิตวิทยา ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและซื้อสินค้าในการเดินทางสำหรับผู้สูงอายุ ประกอบด้วย แรงจูงใจการรับรู้ ความเชื่อและทัศนคติ

แรงจูงใจ คือ ผู้บริโภคเกิดความต้องการการที่มากเพียงพอที่กระตุ้นให้บุคคลกระทำเพื่อตอบสนองความต้องการ โดยที่ความต้องการของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไป ต้องมีการสร้างแรงจูงใจให้กับผู้สูงอายุโดยกระตุ้นให้ผู้สูงอายุรู้สึกว่าเรื่องรูปแบบความสะดวกและความปลอดภัยในการเดินทางเป็นเรื่องที่จำเป็น และมองความต้องการที่แท้จริงของผู้สูงอายุคืออะไร แล้วนำมาสร้างให้เกิดเป็นแรงจูงใจเพื่อจะเป็นทางเลือกในการเลือกการเดินทางสำหรับผู้สูงอายุ

การรับรู้ ของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันและสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกันก็จะทำให้การแปลความหมายของการรับรู้ของแต่ละคนแตกต่างกันไป ผู้สูงอายุในแต่ละท่านมีการรับรู้ได้ไม่เท่ากัน การสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นกับผู้สูงอายุอาจจะต้องสร้างในหลายรูปแบบ

ความเชื่อและทัศนคติ เป็นความรู้สึกรับรู้ของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางบวกหรือลบซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ และพฤติกรรมในการตัดสินใจของแต่ละบุคคล ในผู้สูงอายุแต่ละท่านก็จะมีทัศนคติและความเชื่อที่แตกต่างกันในทุกเรื่องรวมทั้งเรื่องการเดินทาง ถ้าหากมองเรื่องของความพร้อมในเรื่องของฐานะทางการเงิน หรือเรื่องของครอบครัว เข้ามาเกี่ยวข้อง ครอบครัวที่มีฐานะดี ทัศนคติหรือความเชื่อของผู้สูงอายุก็มีทัศนคติไปในทิศทางบวก แต่ถ้าเป็นคนที่มีฐานะปานกลางหรือไม่มีเลย ทัศนคติหรือความเชื่อของผู้สูงอายุก็อาจจะมีทิศทางไปในทางตรงกันข้าม

## 3. ครอบครัว

เป็นกลุ่มสังคมเบื้องต้นที่ผู้สูงอายุเป็นสมาชิกอยู่ ครอบครัวเป็นแหล่งอบรมและสร้างประสบการณ์ของบุคคล ถ่ายทอดนิสัย และค่านิยมลักษณะของครอบครัวจึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การบริโภค และพฤติกรรมของผู้สูงอายุ ขณะที่ผู้สูงอายุแต่ละคนเจริญเติบโตเรียนรู้มานั้น ก็ได้รับการอบรมสั่งสอนมาจากครอบครัว เช่น ผู้สูงอายุบางคนมาจากครอบครัวที่ต้องทำงานหาเงินอย่างหนักจึงได้รับการสอนให้ประหยัดคอดออม บางคนได้รับการสอนให้ฟุ้งเฟ้อฟุ่มเฟือย เพราะพ่อแม่ทำ ให้ดู หรือบางคนซ่อมรถในร้านที่พ่อเคยทำมา ฯลฯ เหล่านี้เป็นสิ่งที่ได้มาจากครอบครัว สิ่งที่สำคัญที่สุดที่ได้จากครอบครัวคือ นิสัยและค่านิยมลักษณะต่าง ๆ ด้านครอบครัวที่จะต้องพิจารณา เช่น บทบาทในกระบวนการตัดสินใจซื้อของครอบครัว วัฏจักรชีวิตครอบครัว

#### 4. สังคม

เป็นสิ่งที่อยู่รอบตัวเรา ซึ่งจะมีผลที่เราต้องทำตัวให้สอดคล้องกับบรรทัดฐานของสังคม การที่ผู้สูงอายุเป็นคนชนชั้นสูง ชนชั้นกลาง หรือชนชั้นต่ำซึ่งแต่ละชนชั้นก็จะมีพฤติกรรมแตกต่างกัน เช่น บางคนเที่ยวในประเทศไทย บางคนชอบเที่ยวต่างจังหวัด แต่บางคนต้องไปพักผ่อนยังต่างประเทศ วัฒนธรรมของชนชั้นจะบ่งบอกถึงพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคว่าจะใช้เสื้อผ้าแบบไหน รับประทานอาหารแบบไหน จะท่องเที่ยวที่ไหน สิ่งเหล่านี้จะสอนผู้สูงอายุทั้งหมด เพราะมนุษย์หลีกเลี่ยงการเป็นส่วนหนึ่งของชนชั้นไม่ได้ อยากรู้ก็ตามต้องมีชนชั้นเป็นของตนเอง เช่น เป็น ชาวไร่ ชาวนา เป็นกรรมกร เป็นข้าราชการ เป็นเจ้าของธุรกิจ เป็นเศรษฐี เป็นนายธนาคาร สิ่งเหล่านี้จะเป็นผู้กำหนดให้มนุษย์เสมออีกประการหนึ่งสงครามชนชั้นเป็นสงครามถาวรไม่มีวันหยุด ตลอดชีวิตของมนุษย์จะต้องพบกับสงครามชนชั้นตลอด เพราะชนชั้นล่างจะไล่ตามชนชั้นบน ส่วนชนชั้นบนก็จะหนีชนชั้นล่างออกไป ตัวอย่างเช่น การซื้อรถยนต์ พอชนชั้นสูงเริ่มใช้รถยนต์อะไร ชนชั้นล่างก็ใช้ตาม พอชนชั้นล่างใช้ตามชนชั้นสูงก็ต้องเปลี่ยนยี่ห้อให้สูงขึ้นไปเรื่อย ๆ ซึ่งทำให้ค่าใช้จ่ายในชีวิตแพงขึ้นเรื่อย ๆ

#### หมวดหมู่ที่ 3: กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ มีสาระที่เกี่ยวข้องดังนี้

การที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าหนึ่งนั้น จะต้องมีการตัดสินใจตั้งแต่จุดเริ่มต้นไปจนถึงทัศนคติหลังจากที่ได้ใช้สินค้าแล้ว การศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคนั้นจะช่วยให้ นักการตลาดมองเห็นช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสามารถพิจารณาเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

1. การมองเห็นปัญหา (Perceived problems) ผู้สูงอายุเมื่อยามปกติสุข ใช้ชีวิตตามปกติ มักไม่มีปัญหาให้คอยแก้ไข แต่ทว่านักการตลาดต้องพยายามชี้ให้ผู้บริโภคมองเห็นถึงปัญหา และมองว่าปัญหานั้นเกิดจากอะไร ทำให้มองเห็นข้อแตกต่างระหว่างสภาพในอุดมคติ (Ideal) กับสภาพความเป็นจริง (Reality) เช่น ผู้หญิงสูงอายุคนหนึ่งต้องใช้รถเข็นในการเดินทางเพราะเดินไม่ค่อยได้

แล้ว ก็ต้องหาซื้อพาหนะ หรือ ใช้บริการที่รองรับรถเข็น เป็นต้น ซึ่งปัญหาดังกล่าวจะกลายมาเป็นแรงจูงใจที่จะนำไปสู่การแก้ปัญหาในขั้นตอนที่ 2

2. การแสวงหาภายใน (Internal search) เมื่อผู้สูงอายุเกิดปัญหาในการเดินทางต้องการแก้ไขปัญหา ก็มักจะแสวงหาในสิ่งที่ใกล้ตัว เช่น รถยนต์ที่ใช้อยู่ไม่มีระบบรองรับรถเข็น ก็จะพยายามนึกยี่ห้อที่ตนเองรู้จักว่ามียี่ห้ออะไรบ้าง และเมื่อจดจำได้และรู้สึกพึงพอใจในยี่ห้อที่นึกได้ก็จะตัดสินใจซื้อได้ แต่ถ้าหากผู้สูงอายุจำได้ แต่ไม่พอใจสิ่งที่จำได้ และปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นดูเหมือนจะไม่รุนแรง แก้ไขก็ได้ไม่แก้ไขก็ได้ กระบวนการตัดสินใจนั้นก็จะหยุดลง การเปลี่ยนแปลงปรากฏการณ์อย่างนี้ 2 นี้ เกิดขึ้นจากการที่นักการตลาดไม่สามารถสร้างปัญหาอย่างรุนแรงให้เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภคได้ เช่น การเดินทางโดยใช้แอร์พอดนั้ลของผู้สูงอายุเปรียบเทียบระหว่าง Express Line กับ City Line ที่นักการตลาดไม่สามารถสร้างแรงจูงใจที่มากพอเนื่องจาก Express Line มีราคาสูงกว่า จึงมีความคิดที่ว่า ใช้ City Line ก็เพียงพอ ดังนั้นการใช้ Express Line จึงไม่เกิดขึ้น ถึงแม้จะเร็วกว่าและมีที่นั่งเหมาะสำหรับผู้สูงอายุกว่า อย่างไรก็ตามถ้าผู้บริโภคไม่ได้ตัดสินใจซื้อเนื่องจากความไม่พอใจในยี่ห้อที่จำได้ ซึ่งปัญหาดังกล่าวจะกลายมาเป็นแรงจูงใจที่จะนำไปสู่การแก้ปัญหาในขั้นตอนที่ 3

3. การแสวงหาภายนอก (External search) เมื่อข้อมูลที่ผู้สูงอายุจำได้นั้นไม่เพียงพอ จึงเกิดการแสวงหา คือการหาข้อมูลของสินค้าภายนอก เช่น โฆษณา การไป ณ จุดขาย การโทรศัพท์ การขอพบพนักงานขาย การค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต หรือ การสอบถามเพื่อนหรือคนในครอบครัว

4. การประเมินทางเลือก (Evaluation) ผู้สูงอายุได้รับการบริการแบบต่าง ๆ แล้ว ก็จะนำมาประเมินว่า แบบใดดีกว่ากันในแง่ใด ความสำคัญในขั้นตอนนี้ก็คือ เราต้องให้จุดเด่นของสินค้าของเรา (Feature) ตรงกับมาตรการ (Criteria) ในการเลือกใช้บริการของผู้สูงอายุ ถ้าหากจุดเด่นของสินค้านั้นไม่ใช่จุดที่ผู้สูงอายุต้องการ หรือใช้เป็นมาตรการในการตัดสินใจ สินค้าเราย่อมขายไม่ได้ เช่น ถ้ารถยนต์ออกแบบให้สำหรับผู้สูงอายุมากเกินไปก็จะขาดความสวยงาม นำมาใช้ เป็นต้น การที่เราไม่ศึกษามาตรการในการตัดสินใจของผู้สูงอายุ แล้วสร้างจุดเด่นตามใจเรานั้น โอกาสในการจะได้รับการเลือกก็จะยากขึ้น การขายก็จะยากขึ้น เพราะจะต้องไปเปลี่ยนใจผู้บริโภคให้เปลี่ยนมาตรการในการเลือกซื้อเพื่อสอดคล้องกับจุดเด่นที่เรามี เมื่อผู้สูงอายุได้พิจารณาแล้วก็จะถึงขั้นตอนถัดไป ก็คือการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อ (Decision making) เมื่อผู้สูงอายุส่วนใหญ่เมื่อทำการหาข้อมูลเรียบร้อยแล้วมักจะไม่ได้ตัดสินใจซื้อในทันที เนื่องจากอาจจะลังเลว่า สินค้าที่ซื้อมานั้น จะได้อย่างไรหรือไม่ จะมีคุณภาพคุ้มค่างบราคาที่ต้องจ่ายไปหรือไม่ ดังนั้นสินค้าใหม่ ๆ ที่จะนำเสนอ

ตัวเองแก่ผู้สูงอายุนั้นต้องหาหนทางในการจะเร่งรัดให้ผู้สูงอายุเปลี่ยนใจ และตัดสินใจซื้อสินค้าของตัวเอง

ผู้บริโภคที่ผ่านกระบวนการในการซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการทั้งตอนเป็นลำดับขั้นแต่ในความเป็นจริงอาจไม่เป็นเช่นนั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การซื้อที่มีความสลับซับซ้อนของการตัดสินใจน้อย ผู้บริโภคอาจข้ามขั้นตอนบางขั้นตอนไปภายหลังการซื้อและใช้สินค้าและบริการไปแล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจสินค้าและบริการนั้น ๆ และจะเก็บไว้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจซื้อครั้งต่อไป ดังนั้น จึงควรทำความเข้าใจในพฤติกรรมการณ์การซื้อสินค้าและบริการในแต่ละขั้น เพื่อค้นหาสิ่งที่มีอิทธิพลในแต่ละขั้นเพื่อสร้างความพอใจให้แก่ผู้บริโภคในทุกๆระดับของกระบวนการซื้อ

#### หมวดที่ 4: การตัดสินใจของผู้ซื้อ มีสาระที่เกี่ยวข้องดังนี้

การตอบสนองของผู้สูงอายุเป็นอย่างไรขึ้นอยู่กับสิ่งกระตุ้นและอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาแล้ว การตัดสินใจใช้บริการ หรือไม่ขึ้นอยู่กับ 6 องค์ประกอบซึ่งแต่ละองค์ประกอบสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ได้แก่ ข้อเท็จจริง หรือข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เครื่องหมายการค้า เจตคติที่มีต่อเครื่องหมายการค้า ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และบริการ ความมุ่งมั่นในการใช้ การซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ

องค์ประกอบที่ 1 ข้อเท็จจริง หรือข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ซึ่งเป็นข้อมูลข่าวสารที่ผู้รับบริการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ ได้ 2 วิธี คือ

1) จากประสบการณ์ทางตรง หมายถึง ผู้สูงอายุได้ใช้บริการได้ใช้วิริยะสัมผัสของต้นกับผลิตภัณฑ์ หรือ บริการนั้นโดยตรง เช่น ได้เห็น ได้ยิน ได้ดม ได้ชิม ได้สัมผัสด้วยตนเอง แล้วเกิดการรับรู้ ว่า สิ่งนั้นตรงกับความต้องการของตน หรือไม่ตนเองพอใจกับการบริการนั้นมากน้อยเพียงใด เช่น โครงการรถไฟฟ้าผู้สูงอายุที่ได้มีการทดลองให้ผู้สูงอายุลองใช้กับตัวเอง จนพบว่าการขึ้นรถไฟฟ้าไม่ใช่เรื่องยากลำบากจนเกินไป

2) จากประสบการณ์ทางอ้อม หมายถึง ผู้สูงอายุได้รับข้อมูลข่าวสาร จากคำบอกเล่าของผู้อื่นจากสื่อสารมวลชน จากสิ่งพิมพ์โฆษณา แล้วทำให้เกิดการรับรู้ สิ่งนั้นตรงกับความต้องการของตนเอง หรือไม่ตนเองพอใจกับการบริการนั้นมากน้อยเพียงใด ข้อมูลข่าวสารจะทำหน้าที่เป็นสิ่งที่เร้า หรือเป็นแหล่งข้อมูลแรกที่กระตุ้นให้ ผู้รับบริการนึกถึงเครื่องหมายการค้า นั้น เกิดเจตคติ หรือความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อบริการนั้น และเกิดความเชื่อมั่นในบริการนั้น

องค์ประกอบที่ 2 เครื่องหมายการค้า ทำให้ผู้สูงอายุนึกถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ทั้งในด้าน รูปร่าง สี รส ขนาด การบรรจุหีบห่อ การออกแบบ ความทนทาน และคุณภาพ



ของบริการ เช่น หน่วยนเรนทรที่มีชื่อเสียง โดยปัจจุบันได้กำหนดให้มีการใช้เลขหมายโทรศัพท์ในการรับแจ้งเหตุผู้ป่วยฉุกเฉินหมายเลขเดียวกันทั่วประเทศ คือ หมายเลข 1669 เพื่อให้ง่ายต่อการจดจำ โดยเมื่อผู้ป่วยหรือผู้ใกล้ชิดโทร.เรียก 1669 ระบบจะเชื่อมโยงไปยังหน่วยแพทย์ฉุกเฉินที่ใกล้ที่สุด

องค์ประกอบที่ 3 เจตคติที่มีต่อเครื่องหมายการค้า เป็นความรู้สึกชอบ ไม่ชอบ หรือชอบมากชอนน้อย หรือเป็นความรู้สึกทางบวก หรือทางลบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ความรู้สึกทางบวกหรือทางลบ เกิดจากการได้รับข่าวสารหรือข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ และเกิดจากการนึกถึงเครื่องหมายการค้า นั้น ๆ ว่า มีมาอย่างไร หากได้รับข้อมูลข่าวสารมาในเชิงบวก นึกถึงเครื่องหมายการค้า นั้น ในทางบวก ความรู้สึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการนั้นจะเกิดบวกตามมา ในทางตรงกันข้าม ความรู้สึกในทางลบจะเกิด เมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารมาในทางลบ และระลึกถึงเครื่องหมายการค้า นั้น ในทางลบเจตคติที่มีต่อเครื่องหมายการค้า จะมีอิทธิพลต่อความมุ่งมั่น ที่จะใช้ผลิตภัณฑ์และบริการนั้นต่อไป

องค์ประกอบที่ 4 ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และบริการ เป็นการประเมินและตัดสินใจว่าผลิตภัณฑ์และบริการตรงกับความต้องการของตนหรือไม่ ความเชื่อมั่นเกิดจากการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการนั้น และความศรัทธาที่มีต่อเครื่องหมายการค้า นั้น ร่วมกันอิทธิพลของความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และบริการ จะมีต่อความมุ่งมั่นที่จะใช้หรือไม่ใช้ผลิตภัณฑ์และบริการนั้นต่อไป

องค์ประกอบที่ 5 ความมุ่งมั่นในการใช้ หมายถึง การตัดสินใจใช้ ด้วยการวางแผนการใช้ เช่น จะใช้รุ่นไหน สีไหน ใช้เมื่อไร จะติดต่อกับใคร เป็นต้น

องค์ประกอบที่ 6 การซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ การซื้อผลิตภัณฑ์และบริการเป็นขั้นตอนสุดท้ายที่ผู้รับบริการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ แล้วแสดงเป็นพฤติกรรมด้วยการซื้อผลิตภัณฑ์และบริการนั้น

## ส่วนที่ 2: ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการทำการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 8 ท่าน พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการเดินทางในกรุงเทพมหานครยังไม่มีความพร้อมที่เพียงพอต่อผู้สูงอายุอย่างยิ่ง อีกทั้งยังไม่มีการประชาสัมพันธ์ที่ดีเกี่ยวกับบริการของระบบสาธารณะอีกด้วย โดยที่แต่ละคนที่ให้สัมภาษณ์ในครั้งนี้ต่างคนก็มีรูปแบบการเดินทางที่หลากหลาย ขึ้นอยู่กับระยะทาง จุดประสงค์และระยะเวลาที่เร่งรีบ แต่ส่วนมากทุกท่านจะใช้บริการโดยสารโดยใช้รถส่วนตัวเป็นส่วนมาก ซึ่งเห็นชัดเจนได้ว่าทางผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่าน พยายามที่จะหลีกเลี่ยงการใช้ระบบขนส่งสาธารณะ โดยเรื่องที่เกี่ยวข้องมากเป็นเรื่อง

ของความปลอดภัย โดยเฉพาะจากมิจนาซีฟ ซึ่งสมัยนี้มีข่าวการทำร้ายเพื่อจะจีงทรัพย์กันมากจากผู้โดยสาร ยกตัวอย่างโดยผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งเคยมีประสบการณ์ในการถูกมิจนาซีฟเหล่านี้ ล้วงกระเป๋าเพื่อเป็นการชิงทรัพย์บนรถไฟฟา เมื่อวิเคราะห์ด้วยตัวผู้ให้สัมภาษณ์เองแล้วเห็นว่า มิจนาซีฟเหล่านี้มองเห็นช่องทางในการกระทำผิดจากผู้สูงอายุที่ความสามารถทางด้านร่างกายและการตัดสินใจต่ำ ซึ่งไม่เพียงแต่ระบบขนส่งมวลชนเท่านั้นที่มีปัญหาเรื่องความปลอดภัยระบบขนส่งย่อย อย่างเช่นรถรับส่งรับจ้าง เช่น แท็กซี่ ก็เป็นรูปแบบการเดินทางอีกอย่างที่มีผู้สัมภาษณ์มีความกังวลต่อระบบความปลอดภัยเช่นกัน โดย จะอันตรายมากเมื่อถูกการจีงทรัพย์ที่มีการทำร้ายร่างกายเกิดขึ้นซึ่งเป็นอันตรายทั้งต่อชีวิตและทรัพย์สิน โดยเฉพาะคนแก่ที่เป็นเป้าหมายที่ง่ายต่อการประทุษร้าย

### สรุปผล จากผลการทำสนทนากลุ่ม (Focus Group)

ผู้วิจัยนำมาสรุป พฤติกรรม และทัศนคติ โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### - ด้านพฤติกรรม

กลุ่มผู้สูงอายุ มีพฤติกรรมการเลือกรูปแบบการเดินทางของแต่ละบุคคลโดยขึ้นอยู่กับหลายๆปัจจัยไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ครอบคลุม สุขภาพ สังคม การเมือง เศรษฐกิจ หรือแม้กระทั่งเทคโนโลยี ก็จะมีผลต่อเรื่องการเดินทางสำหรับผู้สูงอายุ ทั้งนี้ เนื่องจากการเดินทางที่สะดวกสบายในปัจจุบันมีราคาที่แพงพอสมควร เมื่อถึงวันเกษียณอายุการจับจ่ายใช้สอยอาจจะต้องมีการประหยัด และมีการคิดทบทวนอย่างมากก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ แต่ถ้าหากราคาที่แพงแต่มี สิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมและปลอดภัยต่อการเดินทาง เรื่องราคา อาจจะเป็นปัจจัยรองในการตัดสินใจเลือกซื้อได้ ยกตัวอย่าง จากคำสัมภาษณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ที่เน้น เรื่องความปลอดภัยเป็นหลัก นอกจากนี้ ในประเทศไทยยังไม่มีการที่รองรับเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการเดินทางอย่างชัดเจน ทางรัฐบาลควรจะทำให้ความสำคัญและเล็งเห็นถึงปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ในการสร้างมาตรการดังกล่าวเพื่อรองรับเรื่องการเดินทางสำหรับผู้สูงอายุ อย่างเช่น จัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกบนบริการขนส่งสาธารณะ ซึ่งเน้นให้การดูแลเป็นพิเศษแก่ผู้สูงอายุ นอกจากนี้ยังควรมีการขยายระบบขนส่งให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ที่จะสามารถเพิ่มช่องทางการเดินทางให้แก่ผู้สูงอายุได้อีก

#### - ด้านทัศนคติ

กลุ่มผู้สูงอายุมีทัศนคติในเชิงลบหรือในลักษณะไม่พึงพอใจกับเกี่ยวกับการเดินทางในกรุงเทพมหานครในปัจจุบัน รวมไปถึงทัศนคติต่อผู้คนที่สัญจรทางร่วมกันด้วย แต่ก็หลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะเป็นสภาพจำยอมเพราะยังต้องอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจาก ลูก หลาน ต่างก็อาศัยอยู่



ในเขตเดียวกัน โดยส่วนใหญ่มีการวิตกกังวลถึงเรื่องของความไม่ปลอดภัยต่างๆที่จะเกิดขึ้นได้อยู่ตลอดเวลา กิจกรรมการเดินทางของตนเองและครอบครัว ดังนั้นทุกคนควรจะต้องมีการเตรียมความพร้อม โดยเริ่มจากตนเอง ไปยังครอบครัว และสังคม เพื่อเป็นเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในวัยผู้สูงอายุ และตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุได้อย่างเข้าใจ

จากการสัมภาษณ์จึงสามารถสรุปได้ว่า การเดินทางของผู้สูงอายุแต่ละคนไม่เหมือนกัน แต่สิ่งที่สำคัญและควรให้ความสำคัญคือการมีสิ่งอำนวยความสะดวกและการดูแลรักษาความปลอดภัยที่ดีต่อการเดินทางสำหรับผู้สูงอายุ สภาพแวดล้อมที่ดีเหล่านี้ จะสามารถทำให้ผู้สูงอายุมีความมั่นใจในการเดินทางได้ ส่งผลให้เกิดสุขภาพจิตสุขภาพกายที่ดีต่อผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

หลังจากการสรุปผลที่ได้จากการทำสนทนากลุ่ม Focus Group ผู้วิจัยได้นำข้อมูลเหล่านี้ และจากการทบทวนข้อมูลต่างๆ นำไปออกแบบและสอบถามเพิ่มเติมในส่วนการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ของข้อมูลมากยิ่งขึ้น

### ส่วนที่ 3: การนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

เมื่อได้ข้อมูลจากการทำสนทนากลุ่มแล้ว ผู้วิจัยได้หาข้อมูลเพิ่มเติมโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้สูงอายุ 2 ท่าน ดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูล เพศหญิง แม่บ้านอายุ 81 ปี
2. ผู้ให้ข้อมูล เพศชาย ข้าราชการเกษียณ 62 ปี

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

1. การอำนวยความสะดวกในเรื่องการเดินทางสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร มีความเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร และท่านมีความคิดเห็นอย่างไรบ้าง

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้สูงอายุท่านแรก โดยส่วนตัวมีความคิดต่อการเดินทางในกรุงเทพมหานครเป็นเรื่องยากลำบากมาก เนื่องจากอาศัยอยู่ในต่างจังหวัดมาก่อน แต่ด้วยการที่ครอบครัวย้ายเข้ามาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จึงทำให้จำเป็นต้องย้ายตามมา เนื่องจากถ้าอยู่อาศัยในต่างจังหวัดต่อไปก็จะมีคนคอยดูแล หากเกิดอุบัติเหตุหรือเจ็บป่วยขึ้นมา จะยากต่อการช่วยเหลือได้อย่างทันท่วงที แม้ตัวผู้ให้สัมภาษณ์จะเดินทางเข้ามาในกรุงเทพมหานครอยู่เป็นประจำ ก็ยังมีปัญหาในการจดจำเส้นทาง ที่มีความซับซ้อนมากขึ้นทุกครั้งที่เข้ามา ดังนั้นการเดินทางไปไหนมาไหนจึงให้ต้องพึ่งพาอาศัยลูก หลาน เป็นส่วนใหญ่ และจะไม่ไปไหนไกลจากที่พักอาศัยมากนัก เช่น ไปซื้อกับข้าว หรือไปโรงพยาบาลเพื่อรักษาตัวเท่านั้น จากการที่ไม่เคยทดลองใช้ระบบ

สาธารณะใน กรุงเทพมหานคร เช่น รถไฟฟ้า จึงทำให้ไม่สามารถอธิบายถึงสิ่งอำนวยความสะดวกมากนัก และยังมีนักหวาดกลัวในการใช้ เช่น กลัว เป็นภาระต่อคนหนุ่ม สาวที่สัญจรไปมาด้วย แต่ก็ให้ความเห็นว่า ควรจะมีบริการที่รับส่ง ผู้สูงอายุในราคาที่เหมาะสม และไว้ใจได้ เมื่อยามที่ลูกหลานไม่อยู่หรือติดธุระสำคัญ ก็จะช่วยแบ่งเบาภาระลูกหลานในการเดินทางไปไหนมาไหนเองได้

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้สูงอายุท่านที่สอง มองว่าการเดินทางใน กรุงเทพมหานคร โดยใช้ระบบสาธารณะเป็นเรื่องลำบาก แต่ไม่เป็นปัญหามากนักเนื่องจากนิยมใช้รถส่วนตัวเป็นหลักและยังขับรถเองได้อยู่แต่มองว่า น่าจะมีการจัดการด้านจราจรที่ดีกว่านี้ เนื่องจากผู้สูงอายุมักจะมีปัญหาด้านสุขภาพ หากเป็นอะไรขึ้นมาการจะไปโรงพยาบาลหรือขอความช่วยเหลือจากโรงพยาบาลในสภาพจราจรแบบนี้จะทำให้ไม่สามารถไปได้ทันเหตุการณ์ และมองว่าการขึ้นทางด่วนในกรุงเทพมหานครมีราคาแพงขึ้น ทำให้หลังจากที่เกษียณมากจะต้องเลิกใช้ทางด่วน ทั้งที่เมื่อก่อนใช้เป็นประจำในการเดินทางไปทำงาน ทำให้เวลาไปทำธุระที่ไหนต้องมีการวางแผนล่วงหน้าก่อน โดยมักจะหลีกเลี่ยงช่วงเวลาที่มีการจราจรติดขัดก็จะช่วยได้ในระดับหนึ่ง สุดท้ายผู้ให้สัมภาษณ์มองว่าในอนาคตหากขับรถไม่ไหวหรือเสี่ยงอันตรายมากขึ้นจากสภาพร่างกายที่เปลี่ยนไปก็มองว่าควรจะมีบริการรับส่งผู้สูงอายุโดยทำการให้บริการโดยสถานที่นั้นๆ เช่น สมาคมต่างๆ อาจจะมีบริการรับส่งผู้สูงอายุในละแวกเดียวกันมาที่สมาคม หรือทางห้างสรรพสินค้าอาจมีบริการพิเศษ คือ มี Concierge รถบัสฟรีและบริการส่งของถึงบ้าน เป็นต้น เพราะผู้สูงอายุมักจะไม่ค่อยไปในสถานที่ที่แปลกไปจากสถานที่เดิมๆมากนัก คล้ายกับรถผู้รับส่งนักเรียน ถ้าทำได้ก็จะช่วยแบ่งเบาหรือช่วยเหลือคนในครอบครัวในการแบ่งเบาการดูแลได้

#### สรุปผล จากผลการทำสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ผู้วิจัยนำมาสรุป พฤติกรรม และทัศนคติที่มีต่อเรื่องการเดินทางสำหรับผู้สูงอายุ โดยมีรายละเอียดดังนี้

##### ด้านพฤติกรรม

ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการเลือกการเดินทางตามวิถีชีวิตของแต่ละบุคคล โดยขึ้นอยู่กับหลายๆปัจจัยไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ ความรู้สึก ครอบครัว สังคม เศรษฐกิจ ก็จะมีผลต่อการเดินทางสำหรับผู้สูงอายุโดยจะเน้นไปที่สิ่งอำนวยความสะดวกที่ ณ เวลานั้นๆ สามารถหาได้

### ด้านทัศนคติ

ผู้สูงอายุมีทัศนคติในเชิงลบเกี่ยวกับการเดินทางในกรุงเทพมหานครที่ค่อนข้างยากลำบากต่อตัวเอง และลำบากในการเป็นต่อภาระลูกหลาน ส่วนตัวแล้วมีความต้องการที่จะไปไหนมาไหน เองโดยไม่เป็นภาระแก่ผู้อื่น

สรุป ทัศนคติและพฤติกรรมสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุในเรื่องที่การเดินทางนั้น ผู้สูงอายุในแต่ละคนก็จะมีมุมมองหรือทัศนคติที่แตกต่างกันออกไป เนื่องจากสภาพแวดล้อมหรือว่าเรื่องของสถานภาพ ทั้งทาง ครอบครัว หรือไม่ว่าจะเป็น ทางสังคม แต่ละคนก็มีความแตกต่างกัน ดังนั้น การเลือกรูปแบบการเดินทางของผู้สูงอายุก็มีความแตกต่างกันออกไปในหลายรูปแบบ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับความต้องการของแต่ละบุคคลในการจัดหา หรือ เลือกสรรค์ สิ่งนั้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองตามกำลังและความสามารถของตนเองที่มีอยู่ในช่วงเวลานั้นๆ แต่ไม่ว่าอย่างไร นั้นการมองเห็นถึงปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของยังคงเป็นหน้าที่โดยรวมของทุกๆคน ที่จะช่วยกันทั้งทางภาครัฐและเอกชน ที่จะจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้แก่ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร สามารถพัฒนาความเป็นอยู่ให้ผู้สูงอายุได้

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมและทัศนคติ ของผู้บริโภควัยผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไปในเรื่องการเดินทาง ในบทนี้จะเป็นการสรุปผลการวิจัยจากที่ผ่านมา การอภิปรายผล รวมไปถึงข้อเสนอแนะ การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษา พฤติกรรมและทัศนคติของผู้สูงอายุที่มีต่อการเดินทางในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งในเรื่องของ ลักษณะและรูปแบบการเดินทางที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ พร้อมทั้งเรื่องของปัจจัยที่ผู้สูงอายุใช้ในการเลือกรูปแบบการเดินทาง โดยการใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งประกอบด้วย วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และใช้วิธีการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ที่ประกอบธุรกิจ นำผลจากการศึกษาในครั้งนี้ไปสร้างและพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการในเรื่องของการเดินทางให้เหมาะกับ ผู้บริโภคในวัยสูงอายุ เพื่อการตอบสนองให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด พร้อมกันนี้ เพื่อให้ผู้ที่สนใจในงานวิจัย สามารถนำไปแก้ไขข้อบกพร่อง พัฒนา ต่อยอดให้เกิดประโยชน์ได้ต่อไป

#### สรุปผลการวิจัย

งานวิจัย การศึกษาเรื่องพฤติกรรมและทัศนคติ ของผู้บริโภควัยผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไปในเรื่องการเดินทาง เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาความหมายทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้สูงอายุในเรื่องของการเดินทาง เพื่อให้สามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีต่อสินค้าและบริการในเรื่องการเดินทาง
2. เพื่อทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับรูปแบบของการเดินทาง และของผู้สูงอายุ
3. เพื่อทราบถึงปัจจัยที่ใช้ในการเลือกรูปแบบในการเดินทาง ของกลุ่มผู้บริโภควัยผู้สูงอายุ

4. เพื่อนำผลการศึกษาไปสร้างและพัฒนาสินค้าและบริการ หรือ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการเดินทางให้เหมาะกับผู้บริโภคในวัยสูงอายุ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ค้นคว้าเกี่ยวกับคำสำคัญ แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องของ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ รูปแบบการเดินทางของผู้สูงอายุที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในปัจจุบัน แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ในเรื่องของ สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) สิ่งกระตุ้นทางด้านอื่นๆ ด้านเศรษฐกิจ (Economic) ด้านเทคโนโลยี (Technology) ด้านการเมืองและกฎหมาย (Law and Political) ด้านวัฒนธรรม (Cultural) ความรู้ทัศนคติของผู้ซื้อ ตามปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture Factor) ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor) ปัจจัยด้านบุคคล (Personal Factor) ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factors) ที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ การตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อจากการเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice) การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice) การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Choice) การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount) และ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานวิจัยต่อไป

งานวิจัยการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและทัศนคติ ของผู้บริโภควัยผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป เรื่องการเดินทาง ทางผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการคัดกรองข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิต่างๆ เพื่อหาความหมายและ แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมของผู้สูงอายุที่มีต่อการเดินทางในกรุงเทพมหานคร โดยเริ่มต้นการศึกษาความหมาย และแนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมของผู้สูงอายุที่มีต่อการเดินทาง จากงานวิจัย ในเรื่อง : เรื่องระบบการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการเดินทางเพื่อรับบริการทางสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัด ชลบุรี ของ กุสุมา พิริยาพรธณ และ ฌกร อินทร์พ (2554) จากนั้นคณะผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิเป็นหลัก ได้แก่ หนังสือทางวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความ และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต รวมทั้งสิ้น 11 รายการ จากนั้นนำมาวิเคราะห์เพื่อหาประเด็นที่เกี่ยวข้อง โดยทำการเปรียบเทียบ จำแนก และจัดกลุ่มกลุ่มคำ หรือเนื้อหาที่ผู้วิจัยตีความว่ามีเหมือนกัน ใกล้เคียงกัน หรือสอดคล้องกันเข้าไว้ด้วยกัน ต่อมานำข้อมูลย่อยต่างๆ มาสรุปและจัดแบ่งเป็นหมวดหมู่ของกลุ่มคำ หรือเนื้อหาที่สำคัญ เพื่อคัดกรองให้เกิดเป็น ความหมาย และ แนวคิดและ



ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้สูงอายุที่มีต่อเรื่องการเดินทางและในขั้นตอนสุดท้าย ได้มีวิเคราะห์เพื่อหาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้มีเก็บข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิโดยการสนทนากลุ่มย่อย (Focused Group) กับผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 8 ท่าน หนึ่ง 1 กลุ่ม ทั้งเพศชาย และ เพศหญิง และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้สูงอายุ จำนวน 2 ท่าน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อสอบถามเกี่ยวกับมุมมองและทัศนคติ ของผู้สูงอายุที่มีต่อเรื่องของการเดินทางเพื่อนำข้อมูลที่ได้ มาวิเคราะห์และนำผลจากการศึกษาไปสร้างและพัฒนาสินค้าและบริการในเรื่องที่อยู่อาศัยให้เหมาะกับผู้นบรโภคในวัยสูงอายุ

การสรุปผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ประเด็นหลัก ได้แก่

- 1.แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมของผู้สูงอายุที่มีต่อเรื่องการเดินทาง
- 2.มุมมองหรือทัศนคติของผู้สูงอายุที่มีต่อที่การเดินทางในกรุงเทพมหานคร
- 3.ลักษณะและรูปแบบรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกของการเดินทางที่เหมาะสม

สำหรับผู้สูงอายุ

### 1.แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมของผู้สูงอายุที่มีต่อการเดินทาง

กลุ่มผู้สูงอายุ มีพฤติกรรมการเลือกรูปแบบการเดินทางตามวิถีชีวิตของแต่ละบุคคลโดยขึ้นอยู่กับหลายๆปัจจัยไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ครอบคร้ว สุขภาพ สังคม การเมือง เศรษฐกิจ หรือแม้กระทั่งเทคโนโลยี ก็จะมีผลต่อเรื่องการเดินทางสำหรับผู้สูงอายุ เมื่อพิจารณาจากผลการวิเคราะห์จะพบว่า ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มักจะประสบปัญหาในเรื่องการเดินทาง ซึ่ง ทั้งนี้เนื่องจากว่าผู้สูงอายุ หรือบุคคลในครอบคร้ว ไม่ได้ตระหนักหรือมีการเตรียมความพร้อมในการวางแผนเพื่อรับมือกับการเดินทางให้ดี จากสภาพร่างกายที่เปลี่ยนไป ทำให้เกิดความคิดที่ว่าตัวเองสามารถทำได้ดีเหมือนสมัยที่อายุน้อย การเดินทางสำหรับผู้สูงอายุนั้น ถือว่าเป็นเรื่องที่ต้องจำเป็นเพราะว่าเป็นหนึ่งในพฤติกรรมที่แสดงถึงความเป็นอิสระของคน โดยไม่ว่าจะผู้สูงอายุในวัยไหนก็จำเป็นต้องเดินทางกันทั้งนั้น เช่น การเดินทางไปโรงพยาบาลเพื่อรักษาสุขภาพอันเป็นกิจกรรมที่แทบจะหลีกเลี่ยงไม่ได้เลย สำหรับคนในวัยนี้การพิจารณาเรื่องการเดินทางของผู้สูงอายุนั้น มีการพิจารณาจากปัจจัยทางการตลาดทั้งหมด แต่ตัวที่สำคัญที่สุด คือเรื่องของราคา เพราะจากผลการวิจัยจะพบว่า ราคาของรูปแบบการเดินทางที่สะดวกสบายนั้น ในปัจจุบันมีราคาที่สูงพอสมควร เช่นการโดยสารด้วยรถแท็กซี่ หรือ รถรับจ้างอื่นๆที่มีระบบหรืออุปกรณ์ในการให้ความสะดวกกับผู้สูงอายุ เปรียบเทียบกับการโดยสารด้วยระบบสาธารณะ จะเห็นได้ว่ามีราคาสูงกว่าหลายเท่า เมื่อถึงวัยเกษียณอายุการจับจ่ายใช้สอยอาจจะต้องมีการประหยัด และมีการคิดทบทวน



อย่างมากก่อนตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้สูงอายุจะยอมจ่ายเงินเพื่อการเดินทางในราคาที่เหมาะสมเพียงพอกับฟังก์ชันการใช้งานที่คุ้มค่าและตอบโจทยความต้องการนั้นได้ ผู้สูงอายุจะพยายามเลือกสิ่งที่ดีที่สุดเพื่อให้มีชีวิตที่ดีขึ้น มีการเป็นอยู่ที่เป็นสุข มีปลอดภัยเกิดขึ้น ทั้งในร่างกายและจิตใจ ซึ่งทั้งหมดนี้จะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีชีวิตที่ยืนยาวขึ้น

## 2. มุมมองหรือทัศนคติของผู้สูงอายุที่มีต่อการเดินทางในกรุงเทพมหานคร

มุมมองหรือทัศนคติของกลุ่มผู้สูงอายุในเรื่องการเดินทางในกรุงเทพมหานครนั้น จะพบว่าผู้สูงอายุในแต่ละคนก็จะมีมุมมองหรือทัศนคติที่แตกต่างกันออกไป เนื่องจาก สภาพแวดล้อม หรือว่าเรื่องของสถานภาพ ทั้งทาง ครอบครัว หรือไม่ว่าจะเป็น ทางสังคม แต่ละคนก็จะมี ความแตกต่างกัน ดังนั้นการเลือกรูปแบบการเดินทางของผู้สูงอายุก็จะมี ความแตกต่างกันออกไปในหลายรูปแบบ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับความต้องการของแต่ละบุคคลในการจัดหา หรือ เลือกสรร สิ่งนั้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองตามกำลังและความสามารถของตนเองที่มีอยู่ ปัจจุบันนี้เรื่องการเดินทางของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครได้รับความสนใจจากภาครัฐและเอกชนอยู่บ้างแต่ยังไม่มี การลงมืออย่างจริงจัง จะเห็นได้เพียงตามหน่วยงานบางหน่วยงานเท่านั้น ดังนั้นสิ่งสำคัญที่สามารถกระทำได้ในทันทีคือการปลูกจิตสำนึกในการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อผู้สูงอายุ จากข้างต้นที่กล่าวมาก็พอจะเห็นได้ว่าสิ่งที่มีอยู่ในตอนนี้ก็ยังไม่สามารถตอบ โจทยความต้องการของผู้สูงอายุได้ ผู้สูงอายุ ยังมีความรู้สึกกลัว หรือ มีการวิตกกังวลถึงเรื่องของความไม่ปลอดภัยต่างๆที่จะเกิดขึ้นได้อยู่ตลอดเวลาในระหว่างการเดินทาง โดยเฉพาะเมื่อต้องเดินทางตามลำพัง เพราะฉะนั้นทุกคนควร จะต้องมีการเตรียมความพร้อมโดยเริ่มจากตนเอง ไปยังครอบครัว และสังคม เพื่อเตรียมรับมือกับ การเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในวัยผู้สูงอายุ และเนื่องด้วยประเทศไทยในตอนนี้ยังไม่ได้มีการวางแผนเพื่อเตรียมพร้อมหรือเตรียมรับมือกับเรื่องนี้อย่างจริงจัง จึงทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกว่ายังคงเป็น เรื่องที่ต้องมีการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือด้วย เพราะว่าบางอย่างที่มีอยู่อาจจะไม่เพียงพอกับความ ต้องการ หรืออาจจะเป็นเรื่องที่ไม่สามารถแก้ไขกันได้เองต้องอาศัยความช่วยเหลือจากส่วนอื่น ทั้งหมดนี้เป็นทัศนคติของผู้สูงอายุที่มีต่อการเดินทางในกรุงเทพมหานคร

## 3. ลักษณะรูปแบบของการเดินทางที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยจะพบว่าส่วนใหญ่แล้วในการเดินทางของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร มักจะอาศัยหรือพึ่งพาบุตรและหลานมากที่สุด สำหรับผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในครอบครัวที่มีจำนวน สมาชิกหลายๆ คน โดย ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครหรือในปริมณฑลที่มีฐานะจะมีความ สะดวกสบายในเรื่องของการเดินทาง ซึ่งมีลูก หลานคอยดูแล ไปรับไปส่ง โดยอาศัยพาหนะ หรือ

รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทาง ซึ่งพาหนะอาจแตกต่างกันบ้างตามฐานะทางการเงิน ของตัวเอง หรือ ถูก หลาน แต่ก็ยังคงมีผู้สูงอายุส่วนมากที่ยังคงต้องพึ่งพาอาศัยระบบขนส่งสาธารณะ หรือ รถรับจ้าง อื่นๆ ในการเดินทางแตกต่างกันไปตามความเหมาะสมตามอัตราภาพและการวิถีการดำเนินของแต่ละ คน ซึ่งไม่มีความเหมาะสมหรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการเดินทางของผู้สูงอายุเหล่านี้ เช่น ความ สูงที่ไม่เหมาะสมของชั้นบันไดบนรถประจำทาง ไม่มีพนักงานที่คอยดูแลเพียงพอ ถนนหนทาง ต่างๆ ที่เต็มไปด้วยสิ่งกีดขวางบนทางเท้า บันไดเลื่อนในการขึ้นสถานีรถไฟฟ้าที่มีเพียงจำนวนเดียว และอยู่ห่างจากทางขึ้นลงอื่นมาก จากตัวอย่างข้างต้นที่กล่าวมานั้นเป็นเพียงเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวก เท่านั้น ยังมีอีกเรื่องที่สำคัญและมองข้ามไม่ได้คือด้านความปลอดภัยของการเดินทาง เช่น ความปลอดภัยจากการลักขโมย ชิงทรัพย์ ความปลอดภัยจากการเกิดอุบัติเหตุบนถนน หนทาง ดังนั้นการระมัดระวังและช่วยกันดูแลความปลอดภัยและสร้างสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมต่อ การเดินทางจะทำให้ผู้สูงอายุมีความสุขทั้งร่างกายและจิตใจ และเป็นการสร้างความมั่นคงในชีวิต ของผู้สูงอายุด้วย และแม้ว่าผู้สูงอายุบางท่านจะยังต้องเดินทางเพียงลำพังโดยตลอด แต่ผู้สูงอายุก็ ต้องตระหนักถึงสภาพร่างกายที่ร่วงโรยไปตามวัย รวมทั้งสุขภาพที่อ่อนแอลง สิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อ ลักษณะรูปแบบการเดินทางของผู้สูงอายุที่แตกต่างจากเดิมจากคำถามเรื่องรูปแบบการเดินทางที่ เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ สามารถแบ่งเป็นประเภทใหญ่ได้ 4 องค์ประกอบ สิ่งที่ชัดเจนสำหรับผู้ สูงอายุที่เริ่มตระหนักและเข้าใจถึงความต้องการ สภาพร่างกาย ที่แตกต่างจากการเดินทางในสมัย หนุ่มสาว ได้แก่

องค์ประกอบที่ 1 คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง เมื่อผู้สูงอายุตระหนัก เห็น ถึงความลำบากจากสุขภาพที่อ่อนแอลง ผู้สูงอายุจึงมีความต้องการอุปกรณ์มาเพื่อช่วยเหลือหรือ อำนวยความสะดวกเพราะว่าการเคลื่อนไหวไม่สะดวกเหมือนก่อน อาจลื่นหกล้มได้ง่าย เช่น ไม้เท้า หรือขาหยั่งเพื่อพยุงตัวไม่ให้ล้ม หรือผู้สูงอายุบางท่านอาจต้องใช้รถเข็น ดังนั้น จึงต้องการการ ออกแบบยานพาหนะที่มีประตูกว้างพอที่สามารถนำรถเข็นผ่านเข้าออกได้ ต้องมีราวจับเป็นระยะ ๆ บนระบบขนส่งสาธารณะ แม้แต่ในสถานีรถไฟใต้ดินก็ยังมีอุปกรณ์ช่วยในการขึ้นบันไดสำหรับผู้ สูงอายุที่ใช้รถเข็น โดยเมื่อกดปุ่มจะมีแผ่นพื้นทางออกมาเพื่อรองรับรถเข็นและจะเลื่อนขึ้นไปส่ง ขึ้นบนโดยอัตโนมัติ และอุปกรณ์นี้ควรจะมีอยู่เกือบทุกสถานีรถไฟ ควบคู่กับลิฟท์โดยสารทั่วไป

องค์ประกอบที่ 2 คือ การป้องกันและให้ความปลอดภัยในการเดินทางโดยตรงแก่ ผู้สูงอายุในอาคาร สถานที่ ยานพาหนะหรือการบริการสาธารณะอื่น อันได้แก่ระบบอุปกรณ์ ช่วยเหลือในการส่งสัญญาณขอความช่วยเหลือ เช่น ระบบ GPS ที่จะคอยส่งสัญญาณเมื่อผู้สูงอายุ ต้องการความช่วยเหลือโดยจะส่งตรงไปยังอุปกรณ์สมาร์ทโฟนของลูก หลาน หรือผู้ดูแลที่ รับผิดชอบ (ตามมาตรา แห่งพระราชบัญญัติ 11ผู้สูงอายุ พศ. 2546)

องค์ประกอบที่ 3 สิทธิพิเศษในการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะ ได้แก่ ควรมีการให้สิทธิที่นั่งสำหรับผู้สูงอายุมากขึ้น การบริการทางการแพทย์และการสาธารณสุขที่จัดไว้โดยให้ความสะดวกและรวดเร็วแก่ผู้สูงอายุเป็นกรณีพิเศษ การช่วยเหลือด้านค่าโดยสารยานพาหนะตามความเหมาะสม จุดเรียกแท็กซี่สำหรับผู้สูง ซึ่งคล้ายคลึงกับการให้บริการในประเทศญี่ปุ่น

องค์ประกอบที่ 4 คือ การสร้างจิตสำนึกในการเป็นผู้สูงอายุ โดยในส่วนนี้จะเป็นส่วนเสริมให้องค์ประกอบอื่นๆ เพราะการปรับตัวเข้าสู่บทบาทผู้สูงอายุเป็นเรื่องยาก สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นเพราะงานที่เปลี่ยนเข้าสู่กลุ่มผู้สูงอายุนั้น ขาดกลุ่มสนับสนุน เด็กได้รับการสอนให้เรียนรู้ถึงบทบาทวัยรุ่น และวัยรุ่นได้รับการฝึกฝน วิธีที่จะเป็นผู้ใหญ่ แต่มีผู้ใหญ่ไม่กี่คนเท่านั้น ที่ได้รับการฝึกฝนที่จะเป็นผู้สูงอายุ คนสมัยใหม่ยังเห็นว่า ค่านิยมทางวัฒนธรรมจารีตประเพณี เป็นเรื่องล้าสมัย ความผูกพันระหว่างพี่น้อง เครือญาติ การกตัญญูทดแทน จะต้องมิชอบเขตจำกัด จึงเกิดลักษณะวัฒนธรรมสมัยใหม่ ที่ต่างคนต่างช่วยตนเอง ตัวใครตัวมัน ผู้ที่จะอยู่ในสังคมสมัยใหม่ได้ จะต้องมีความสามารถแบบพหุสูตร รอบรู้ทุกเรื่อง และที่สำคัญต้องพึ่งตนเองได้ ด้วยเหตุนี้ผู้สูงอายุที่จะอยู่ในสังคมไทยอีก ปีข้างหน้าจะต้องเป็นผู้สูงอายุ ที่มีความพร้อมทั้งร่างกาย 20-10าย จิตใจ ความรู้ความสามารถ กล่าวโดยรวมหมายถึงว่า ผู้สูงอายุ จะต้องมียุทธศาสตร์ในชุมชนที่เข้มแข็งนั่นเอง

## อภิปรายผล

การอภิปรายผลจากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและทัศนคติ ของผู้บริโภควัยผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป ในเรื่องการเดินทางในเขตกรุงเทพมหานครนั้น ทางผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการการศึกษารวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยการสนทนากลุ่มย่อย ( Focus Group) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้วิจัยพบว่า ผลจากการวิจัยทัศนคติในเรื่องของความปลอดภัยความสะดวกสบายหรือแม้กระทั่งเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กันกับพฤติกรรมในการเดินทางของผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือทัศนคติของผู้สูงอายุในเรื่องการเดินทาง จะส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้สูงอายุในการใช้ชีวิต และพฤติกรรมทางเลือกรูปแบบบริการ จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติที่ว่า ทัศนคติเป็นความรู้และความรู้สึกต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในด้านที่ดีและไม่ดี อาจเป็นลักษณะบวกหรือลบ พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ฉัตรชัย ปันชาติ (7 : 2545) จะเห็นว่ามีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคล ดังนั้นทัศนคติของผู้สูงอายุส่วนใหญ่ก็มีความแตกต่างกันเนื่องจาก ปัจจัย ทั้งเรื่องของครอบครัว สังคม เศรษฐกิจ สถานะและบทบาททางสังคม ของแต่ละคน ก็จะส่งผลทำให้พฤติกรรมของผู้สูงอายุในแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันไปด้วย ดังนั้นผลของทัศนคติเรื่องของการเดินทางที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุนั้น

ก็จะมีความแตกต่างกันด้วย สืบเนื่องจากทัศนคติต่างๆที่เกิดขึ้นของผู้สูงอายุนั้นก็ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้สูงอายุด้วยเช่นกัน จากแนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ที่ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหาการซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการ (สิริวรรณ และ) คณะ, (124 :2541 เมื่อผู้สูงอายุมีทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อสินค้าและบริการใดๆ ก็จะส่งผลกระทบต่อกระบวนการการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการด้วย เนื่องจากว่าผู้สูงอายุเป็นวัยที่มีประสบการณ์การเรียนรู้มาอย่างมา ดังนั้นการคิดพิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการใดๆจะมีการคิดอย่างเป็นระบบอย่างรอบคอบ พฤติกรรมของผู้สูงอายุในเรื่องการเดินทางและพฤติกรรมการเลือกใช้บริการหรือซื้อผลิตภัณฑ์ จึงเป็นไปตามแบบจำลองพฤติกรรมการซื้อใช้ ที่มีเรื่องปัจจัยทางการตลาดในเรื่องของราคาเป็นถึงกระตุ้นและเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อของผู้สูงอายุ พร้อมกับ การใช้ทัศนคติของแต่ละบุคคลเป็นลักษณะของผู้ซื้อ และเข้าสู่กระบวนการของการตัดสินใจเลือกใช้บริการหรือซื้อผลิตภัณฑ์ในเรื่องการเดินทางสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งจากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าทั้งทัศนคติและพฤติกรรมของผู้สูงอายุในเรื่องของการเดินทางมีความสอดคล้องกัน ดังนั้นสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจในด้านบริการหรือสร้างผลิตภัณฑ์ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง สามารถนำเอาผลการวิจัยนี้ไปสร้างและพัฒนาสินค้าและบริการ ในเรื่องการเดินทางให้เหมาะกับผู้บริโภคในวัยสูงอายุได้ โดยผลจากการวิจัยจะเป็นเครื่องมือช่วยในการต่อยอดการประกอบการ โดยเน้นไปที่การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง การให้ความสำคัญกับนวัตกรรม การทำให้สินค้าและบริการมีเอกลักษณ์ เพื่อสร้างคุณค่าให้เกิดแก่สินค้าและบริการ สำหรับผู้สูงอายุ และเป็น การช่วยเหลือผู้สูงอายุอย่างยั่งยืนต่อไป

### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป

1. การทำวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยกับผู้สูงอายุในเรื่องการเดินทางซึ่งผลการวิจัยที่ออกมาจะเป็นทัศนคติและพฤติกรรมของผู้สูงอายุ ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป จึงควรทำการศึกษากับผู้สูงอายุในกลุ่มอื่น ที่น่าจะศึกษาวิจัยเพิ่มเติม เช่น วัยก่อนเกษียณอายุที่มีอายุก่อนอายุ 60 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่ควรจะมีการเตรียมพร้อมในเรื่องการเดินทางในอนาคต และมีกำลังการซื้อที่สูง จึงเป็นที่น่าจับตามองของการจับกลุ่มดังกล่าวในการทำการตลาดในสินค้าพวกที่อยู่อาศัย เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการที่แท้จริงในตอนที่ยังมีอำนาจการต่อรอง และกำลังการซื้อ เนื่องจากว่ายังคงเป็นวัยที่มีรายได้ที่แน่นอน

2. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป จึงควรมีการศึกษาวิจัยในลักษณะเดียวกันกับประชากรในจังหวัดอื่นๆที่แตกต่างกันออกไป เนื่องจากว่าปัจจัยเรื่องวัฒนธรรมก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้การเลือกรูปแบบการเดินทางของผู้สูงอายุมีความแตกต่างกัน เพื่อให้ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้มากขึ้น

3. การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก ไม่สามารถใช้เป็นตัวแทนของประชากรที่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุทั้งหมดได้ อาจเกิดข้อจำกัดในการสรุปผลการวิจัยได้ ดังนั้นจึงควรมีการใช้การวิจัยเชิงปริมาณ เข้ามาควบคู่กันไปด้วย เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ผลของการวิจัยได้ถูกต้อง แม่นยำ และน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

4. ควรมีการศึกษาในเรื่องของปัจจัยที่ส่งผลต่อความมั่นคงในชีวิตของผู้สูงอายุ หรือเรื่องของการเตรียมความพร้อมเพื่อเกษียณอายุในด้านอื่นๆ เช่น ด้านสุขภาพ ครอบครัว เศรษฐกิจ หรือการปรับตัวให้เข้ากับสภาพสังคม เพราะการมีคุณภาพชีวิตที่ดีจะต้องมีความสมบูรณ์ทั้งทางด้านร่างกาย อารมณ์ จิตใจ และสังคม



## บรรณานุกรม

จิตพันธ์ ภูมิภักดิ์. การปรับปรุงและพัฒนาต้นแบบสิ่งอำนวยความสะดวกชุมชนเพื่อการอยู่อาศัยที่เหมาะสมกับการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุอย่างมีคุณภาพในชนบท. สารนิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตร์ มหบัณฑิต เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัย แม่ฟ้าหลวง

อนุชา นิลศรีไพลย์. การเข้าใจระบบขนส่งสาธารณะของคนพิการในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี :

พุทธพันธ์ เศรษฐไพเราะ. ผลกระทบของมาตรการเชิงจูงใจด้านราคาต่อทัศนคติและพฤติกรรมการเดินทาง: กรณีศึกษาของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหบัณฑิต ภาควิชาวิศวกรรมโยธา

สุรเมศวร์ พิริยะวัฒน์, ทฤษฎีพฤติกรรมและการประยุกต์สำหรับการวิเคราะห์พฤติกรรมการเดินทาง ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิตภาควิชาวิศวกรรมโยธา คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2553

วัชรภรณ์ ชิวโสภิชฐ และสุวิมล อังควานิช. วิจัยทางธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. มปป.

นางกมลพรรณ พันพิ่งและคณะ วิศวกรรมฟื้นฟูสมรรถภาพและเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการ. ครั้งที่ 5, 2554

สุคนธ์ รัชตะรุ่งเรือง. “กำลังซื้อสูงของคนสูงวัย” วารสาร ส.อ.ท.Industry Focus. ปีที่ 15 ฉบับที่ 88 กันยายน-ตุลาคม, 2549.

Christopher H. Lovelock and Lauren K. Wright. Principles of Service Marketing and Management. Second Edition. New Jersey: Pearson Education, 1999.

แหล่งข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

<http://www.raat.or.th/node/44> , 2556

<http://www.todayhealth.org/family-health/.html> , 2556

<http://www.thaigov.go.th/th/social/item/9205-.html> , 2556

<http://www.mcot.net/site/content?id=52440562150ba025070000e1#UIPzFKKvmdE>  
 , 2556





**ภาคผนวก ก**  
**แบบคำถามที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม (Focus Group)**

คำถามที่ใช้ในการสนทนากลุ่มผู้สูงอายุ ในงานวิจัยหัวข้อเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรม และทัศนคติ ของผู้บริโภควัยผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไปต่อการเดินทางในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” คือ การอำนวยความสะดวกในเรื่องการเดินทางสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร มีความเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร และท่านมีความคิดเห็นอย่างไรบ้าง



## ภาคผนวก ข

### แบบคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

คำถามที่ใช้ในการสนทนากลุ่มผู้สูงอายุ ในงานวิจัยหัวข้อเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรม และทัศนคติ ของผู้บริโภควัยผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไปต่อการเดินทางในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” คือ การอำนวยความสะดวกในเรื่องการเดินทางสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร มีความเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร และท่านมีความคิดเห็นอย่างไรบ้าง



## ภาคผนวก ก

### ผลการสัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่ม (Focus Group)

คำถามที่ใช้ในการสนทนากลุ่มผู้สูงอายุ ในงานวิจัยหัวข้อเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรม และทัศนคติ ของผู้บริโภควัยผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไปต่อการเดินทางในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” คือ

การอำนวยความสะดวกในเรื่องการเดินทางสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครมีความเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร และท่านมีความคิดเห็นอย่างไรบ้าง

#### ผลการสนทนากลุ่มของผู้สูงอายุ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1 : ผมว่าในการเดินทางในกรุงเทพมหานครยังไม่มีความพร้อมที่เพียงพอต่อผู้สูงอายุอย่างยิ่ง อีกทั้งยังไม่มีการประชาสัมพันธ์ที่ดีเกี่ยวกับบริการของระบบสาธารณะอีกด้วย

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2 : เน้นใช้รถยนต์ส่วนตัวจะ ใช้รถไฟฟ้าหรือรถเมล์ค่อนข้างจะลำบากเกินไป

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3 : เรื่องที่กังวลมากเป็นเรื่องของความปลอดภัยค่ะ โดยเฉพาะจากมิคาอาชีพ ซึ่งสมัยนี้มีข่าวการทำร้ายเพื่อจะจีงทรัพย์กันมากจากผู้โดยสาร เคยถูกมิคาชีพเหล่านี้ล้วงกระเป๋าเพื่อเป็นการชิงทรัพย์บนรถไฟฟ้ามาแล้วด้วย

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 4 : เรื่องที่กังวลมากเป็นเรื่องของความปลอดภัยเช่นกันครับ เช่น แท็กซี่ ก็มีข่าวการทำร้ายร่างกายให้เห็นอยู่บ่อยๆ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5 : อยากให้รัฐบาลมีความสนใจผู้สูงอายุที่ตนเองไม่ได้มากกว่านี้

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6 : กิจกรรมช่วยส่งเสริมเกี่ยวกับเรื่องการดูแลตัวเอง หรือเดินทางด้วยตัวเพราะว่าคงหวังพึ่งรัฐบาลไม่ได้ พึ่งลูกหลานก็เกรงใจ ก็อยากให้อำนาจวิธีการปฏิบัติตัวเตรียมพร้อมการเป็นผู้สูงอายุ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7 : มองว่าอนาคตการเดินทางแบบโครงข่ายเป็นเรื่องดี นอกจากจะแก้ปัญหาหาดิิดแล้ว ผู้สูงอายุยังสามารถไปไหนมาไหนได้ง่ายขึ้นด้วยหากมีโครงข่ายการเดินทางสาธารณะแบบไฮแมงมุม

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8 : เรื่องน้ำใจคนหนุ่มสาว ที่มักไม่ค่อยเห็นใจผู้สูงอายุ ระหว่างเดินทาง เอาแต่ตัวเองไว้ก่อนสมัยก่อนไม่มี

## ภาคผนวก ง

### ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

คำถามที่ใช้ในการสนทนากลุ่มผู้สูงอายุ ในงานวิจัยหัวข้อเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรม และทัศนคติ ของผู้บริโภควัยผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไปต่อการเดินทางในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” คือ

การอำนวยความสะดวกในเรื่องการเดินทางสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครมีความเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร และท่านมีความคิดเห็นอย่างไรบ้าง

#### ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก

ท่านที่ 1 : โดยส่วนตัวมีความคิดต่อการเดินทางในกรุงเทพมหานครเป็นเรื่องยากลำบากมาก เนื่องจากอาศัยอยู่ในต่างจังหวัดมาก่อน แต่ด้วยการที่ครอบครัวย้ายเข้ามาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จึงทำให้จำเป็นต้องย้ายตามมา เนื่องจากถ้าอยู่อาศัยในต่างจังหวัดต่อไปก็จะไม่มีคนคอยดูแล หากเกิดอุบัติเหตุหรือเจ็บป่วยขึ้นมา จะยากต่อการช่วยเหลือได้อย่างทันท่วงที แม้ตัวผู้ให้สัมภาษณ์จะเดินทางเข้ามาในกรุงเทพมหานครอยู่เป็นประจำ ก็ยังมีปัญหาในการจดจำเส้นทางที่มีความซับซ้อนมากขึ้นทุกครั้งที่เข้ามา ดังนั้น การเดินทางไปไหนมาไหนจึงให้ต้องพึ่งพาอาศัยลูกหลาน เป็นส่วนใหญ่ และจะไม่ไปไหนไกลจากที่พักอาศัยมากนัก เช่น ไปซื้อกับข้าว หรือไปโรงพยาบาลเพื่อรักษาตัวเท่านั้น จากการใช้ระบบขนส่งสาธารณะใน กรุงเทพมหานคร เช่น รถไฟฟ้า จึงทำให้ไม่สามารถอธิบายถึงสิ่งอำนวยความสะดวกมากนัก และยังมีเหตุกีดขวางในการใช้ เช่น กลัว เป็นภาระต่อคนหนุ่ม สาวที่สัญจร ไปมาด้วย แต่ก็ให้ความเห็นว่า ควรจะมีบริการที่รับส่ง ผู้สูงอายุในราคาที่เหมาะสม และไว้ใจได้ เมื่อยามที่ลูกหลาน ไม่อยู่หรือติดธุระสำคัญ ก็จะช่วยเหลือแบ่งเบาภาระลูกหลานในการเดินทางไปไหนมาไหนเองได้

ท่านที่ 2 : การเดินทางในกรุงเทพมหานครโดยใช้ระบบขนส่งสาธารณะเป็นเรื่องลำบาก แต่ไม่เป็นปัญหามากนักเนื่องจากนิยมใช้รถส่วนตัวเป็นหลักและยังขับเองได้อยู่แต่มองว่า น่าจะมีการจัดการด้านจราจรที่ดีกว่านี้ เนื่องจากผู้สูงอายุมักจะมีปัญหาด้านสุขภาพ หากเป็นอะไรขึ้นมาจะไปโรงพยาบาลหรือรอความช่วยเหลือจากโรงพยาบาลในสภาพการจราจรแบบนี้จะทำให้ไม่สามารถไปได้ทันเหตุการณ์ และมองว่าการขึ้นทางด่วนในกรุงเทพมหานครมีราคาแพงขึ้น ทำให้หลังจากที่เกษียณมาจะต้องเลิกใช้ทางด่วน ทั้งที่เมื่อก่อนใช้เป็นประจำในการเดินทางไปทำงาน ทำให้เวลาไปทำธุระที่ไหนต้องมีการวางแผนล่วงหน้าก่อน โดยมักจะหลีกเลี่ยงช่วงเวลาที่การจราจรติดขัดก็จะช่วยได้ในระดับหนึ่ง สุดท้ายผู้ให้สัมภาษณ์มองว่าในอนาคตหากขับรถไม่ไหวหรือเสี่ยง

อันตรายมากขึ้นจากสภาพร่างกายที่เปลี่ยนไป ก็มองว่าควรจะมีบริการรับส่งผู้สูงอายุโดยทำการให้บริการโดยสถานที่นั้นๆ เช่น สมาคมต่างๆ อาจจะมีบริการรับส่งผู้สูงอายุในละแวกเดียวกันมาที่สมาคม หรือทางห้างสรรพสินค้าอาจมีบริการพิเศษ คือ มี Concierge รถบัสฟรีและบริการส่งของถึงบ้าน เป็นต้น เพราะผู้สูงอายุมักจะไม่ค่อยไปในสถานที่ที่แปลกไปจากสถานที่ที่เดิมๆ มากนัก คล้ายกับรถตู้รับส่งนักเรียน ถ้าทำได้ก็จะช่วยแบ่งเบาหรือช่วยเหลือคนในครอบครัวในการแบ่งเบาการดูแลได้

