

อัตลักษณ์ของกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ในการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ

Generation X's Identity and Preparedness in Aging Society

Received: January 5, 2023 / Received in revised form: May 10, 2023 / Accepted: June 13, 2023

นิสาชล รัตนสาชล Nisachol Ratanasachol

มหาวิทยาลัยศิลปากร Silpakorn University

บทคัดย่อ

การวิจัยอัตลักษณ์ของกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ในการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงรูปแบบการดำเนินชีวิต อัตลักษณ์ และการสื่อสารเกี่ยวกับแนวทางการเตรียมความพร้อมสู่สังคมผู้สูงอายุของกลุ่มคนที่เกิดในปี พ.ศ. 2507- 2523 อายุประมาณ 36-52 ปี (ปี 2560) จำนวน 250 คน ในเขตกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์บุคลิกภาพรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มโดยการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ผ่านกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็น วิเคราะห์การแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อศึกษาการเตรียมความพร้อมในมิติด้านเศรษฐกิจ สุขภาพและสังคม จากการวิเคราะห์เชิงปัจจัย ทำให้ได้รูปแบบการดำเนินชีวิตของเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ได้ 5 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) กลุ่มเชี่ยวชาญประสบการณ์ที่รักการท่องเที่ยวเข้าสังคมและความท้าทาย 2) กลุ่มครอบครัวเป็นหนึ่งเน้นครอบครัวมีความสมดุลกับชีวิตส่วนตัวและงาน 3) กลุ่มรักสุขภาพเน้นการดูแลสุขภาพ 4) กลุ่มศรัทธาธรรมชอบอยู่บ้านและศึกษาธรรมะ 5) กลุ่มมุ่งความสำเร็จเน้นความสำเร็จในหน้าที่การงานมีเป้าหมายในชีวิตชัดเจน งานวิจัยพบว่ากลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ช่วงอายุ 37-41 ปี อายุ 42-46 ปี และอายุ 47-53 ปีมีการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในมิติด้านเศรษฐกิจ สุขภาพ และสังคมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาจากรูปแบบการดำเนินชีวิตได้ข้อค้นพบที่น่าสนใจโดยพบว่ากลุ่มมุ่งความสำเร็จมีการเตรียมพร้อมสู่ความเป็นผู้สูงอายุในมิติด้านเศรษฐกิจ กลุ่มศรัทธาธรรมเตรียมความพร้อมในมิติด้านสุขภาพ และกลุ่มครอบครัวเป็นหนึ่ง เตรียมความพร้อมในมิติด้านสังคมมากที่สุด

คำสำคัญ: อัตลักษณ์, เจนเอเรชั่นเอ็กซ์, การเตรียมพร้อม, สังคมผู้สูงอายุ

นิสาชล รัตนสาชล (ปร.ด. นิเทศศาสตร์และเทคโนโลยี สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2565 email: nisachol23@gmail.com) ปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารอัตลักษณ์ของกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ในการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ” “The Communication for Preparedness of Generation X in Aging Society” ซึ่งได้รับงบประมาณจากกองทุนวิจัยและสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

Abstract

The Super Aged Society has become and incessant problem in Thailand within 10 years. One-Fourth of population is “The Generation X” who born between 1965-1979 are thus around 43-57 years of age in 2022, will become the full agers within 2028. The uniqueness of GenX represent by the well-educated, the lifestyles which significantly different from the Baby Boomer’s, and this circumstance has attract the great attention to clarify the new concept of being ager. The research has the objectives of finding the identity, lifestyle and how GenX in Thailand communicate for the preparedness in aging society. The data was collected from GenX in total of 250 participants in Bangkok where can represent GenX’s identity. The factor analysis for personality and lifestyle were done through Activities, Interest and Opinion (AIOs) together with the attitude in the preparedness when they are all in agers period. The researcher also analyzed the preparedness in 3 main areas: economy, health and social life. The tools of factor analysis grouped the lifestyle segment of Gen X into 5 groups consisting of the Experiencer, the Family Centric, the Healthy, the Believer and the Achiever.

This paper also figured out that, demographically, when compared among age ranges, it was found that there was no difference in the preparedness in 3 aspects. On the contrary, when compared in lifestyles, the outcome was reflected in an astonishing way. Each group were focused in different of area as displayed by the Achiever who were most focused in economic, the Believer were most focused in health, and the Family Centric concentrated most in social area.

Keywords: Identity, Generation X, Preparedness, Aging Society.

บทนำ

ประชากรของประเทศไทยในปี 2565 ซึ่งได้มาจากข้อมูลประชากรคาดประมาณ ณ เดือน กรกฎาคม 2565 มีจำนวนประมาณทั้งสิ้น 66.17 ล้านคน โดยมีประชากรที่อยู่ในวัยแรงงาน อายุประมาณ 15-59 ปี มีจำนวนประมาณ 43.1 ล้านคน ในขณะที่ประชากรสูงอายุ (60 ปีขึ้นไป) มีจำนวนประมาณ 11.3 ล้านคน และประชากรสูงอายุ (65 ปีขึ้นไป) จำนวน 7.5 ล้านคน (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล, 2565)

ตามคำนิยามของเรื่องสังคมสูงวัยขององค์การสหประชาชาติ (United Nation: UN) พบว่าประเทศไทยเริ่มเข้าสู่ “สังคมสูงวัย” (Aged Society) ตั้งแต่ปี 2548 คือสังคมที่มีประชากรอายุ 60 ปี ขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด (หรือประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 7) จากนั้นใช้เวลา 16 ปี หรือในราวปี 2564 จะกลายเป็น “สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์” (Complete aged society) คือสังคมที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด (หรือประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 14) และจะใช้เวลา 10 ปี ประมาณปี 2574 สังคมไทยก็จะกลายเป็น “สังคมสูงวัยระดับสุดยอด” (Super aged society) คือมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 28 ของประชากรทั้งหมด หรือประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 20

“ประชากรรุ่นเกดล้าน” คือประชากรที่เกิดระหว่างปี 2506 - 2526 มีอายุระหว่าง 31 - 51 ปี (ในปี 2560 กลุ่มนี้จะมีอายุประมาณ 34 - 54 ปี) ซึ่งเป็นคลื่นประชากรที่ใหญ่มากเคลื่อนตัวเข้าสู่วัยสูงอายุ จำนวนประชากรสูงอายุในประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นมากและรวดเร็ว ในปี 2557 เมื่อประชากรกลุ่มนี้เข้าสู่วัยสูงอายุ จะทำให้ประชากรไทยสูงวัยเร็วขึ้น และเมื่อประชากรรุ่นเกดล้านเข้าสู่วัยสูงอายุเกือบทั้งหมด ก็จะกลายเป็นผู้สูงอายุกลุ่มใหญ่ที่เพิ่มความต้องการการบริการด้านต่าง ๆ ทั้งการดูแลสุขภาพพินามัย และการจัดสวัสดิการของรัฐอย่างมหาศาล

เราอาจเรียกประชากรรุ่นเกิดล้านว่า “สีนามีประชากร” ซึ่งกำลังเคลื่อนตัวเข้าสู่ “ฝั่งผู้สูงอายุ” ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า มีผลทำให้จำนวนผู้สูงอายุในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างมหาศาล (สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย, 2557)

สภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง การพัฒนาการทางเทคโนโลยีที่แตกต่างกันในแต่ละยุคสมัย ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในแต่ละยุคของสังคม กระบวนการขัดเกลาทางสังคม (Socialization) ส่งผลทำให้คนรุ่นหนึ่งแตกต่างออกไปจากคนรุ่นหนึ่งอย่างชัดเจน (Billingham, 2007) คุณลักษณะของคนแต่ละรุ่นของสังคมทำให้แบ่งผู้คนในแต่ละยุคสมัยออกเป็นเจนเนอเรชั่น (Generation) การแบ่งวัฒนธรรมย่อยตามกลุ่ม “อายุ” กลุ่ม Gen-B (Baby Boomer Generation) (2489 - 2507) หมายถึงผู้บริโภคาอายุระหว่าง 53 - 71 ปี กลุ่ม Generation X (2508-2522) หมายถึงผู้บริโภคาอายุระหว่าง 38-53 ปี กลุ่ม Generation Y (2523-2533) หมายถึงผู้บริโภคาอายุระหว่าง 27 - 37 ปี กลุ่ม Generation M (Millennial Generation) (2524 - 2560) หมายถึงผู้บริโภคาอายุระหว่าง 18 - 36 ปี และ กลุ่ม Generation Z , I (Internet Generation) หมายถึงผู้บริโภคาอายุต่ำกว่า 18 ปี

การแบ่งกลุ่มออกเป็นเจนเนอเรชั่นทำให้เข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของคนในสังคมได้สะดวกยิ่งขึ้น โดยต้องทำความเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง รวมถึงพัฒนาการทางเทคโนโลยีและสื่อที่ส่งผลกระทบต่อการเจริญเติบโตและการดำรงชีวิตของคนแต่ละเจนเนอเรชั่น ทำให้เข้าใจความคิด ความรู้สึกตลอดจนถึงพฤติกรรมของคนในแต่ละเจนเนอเรชั่นได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และสามารถนำความรู้ความเข้าใจไปประยุกต์ในการทำการตลาดกับเจนเนอเรชั่น (Generation Marketing) ได้

กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) หรือ ผู้ที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1964 – 1980 (พ.ศ. 2507 - 2523 อายุประมาณ 42-58 ปี ในปี 2565) ในประเทศไทยมีประชากรเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ประมาณ 16 ล้านคน นับเป็นร้อยละ 25 ของประชากรทั้งหมด หรือเทียบเท่ากับหนึ่งในสี่ของ

ประชากรทั้งประเทศ พฤติกรรมการบริโภคของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ให้ความสำคัญกับการหารายได้ เป็นผู้บริโภคที่รอบคอบในการใช้จ่าย พยายามเลือกซื้อสินค้าที่ราคาถูกและคุ้มค่า บางรายงานบอกว่าคนกลุ่มนี้มีพฤติกรรมการใช้จ่ายที่ระมัดระวัง พิจารณาอย่างถี่ถ้วน ก่อนตัดสินใจ สามารถจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าที่มีราคาสูงเมื่อเห็นว่าคุ้มค่าพอ เป็นกลุ่มที่เปิดรับเทรนด์เทคโนโลยีใหม่ รู้จักสร้างสมดุลชีวิตการทำงานและครอบครัว

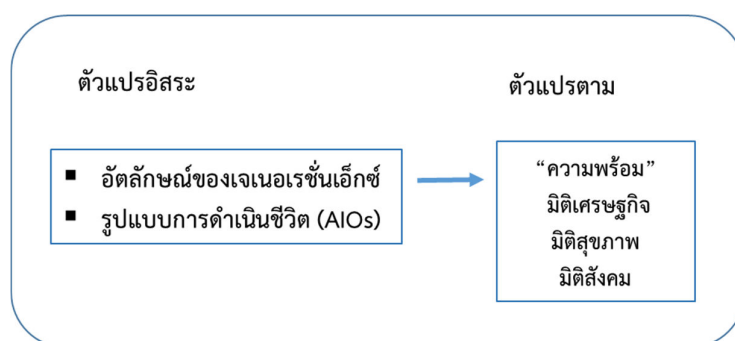
กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์น่าจะเป็นจัดอยู่ในกลุ่มรุ่นประชากรเกิดล้านที่มีจำนวนมากในสังคมไทย ในปัจจุบันกลุ่มนี้จัดเป็นกำลังหลักในการทำงาน และในอีก 10 - 20 ปี ข้างหน้า กลุ่มคนเหล่านี้จะก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัย และที่น่าสนใจศึกษาคือการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมสูงวัยของคนในกลุ่มนี้ มีความตระหนักรู้ถึงสถานะของการเป็นผู้สูงวัย มีทัศนคติของความเป็นผู้สูงวัยอย่างไร และทัศนคติที่ผู้วิจัยสนใจคือคนในกลุ่มนี้มีการเตรียมความพร้อมในด้านเศรษฐกิจ ด้านสุขภาพ และด้านสังคม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์โดยใช้รูปแบบการดำเนินชีวิตซึ่งประกอบด้วยกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น (AIOs)
2. เพื่อศึกษาการเตรียมพร้อมสู่สังคมสูงวัยของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ในมิติ ด้านเศรษฐกิจ สุขภาพ และ สังคม

กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย

กรอบแนวคิดศึกษาถึงอัตลักษณ์ผ่านรูปแบบการใช้ชีวิตของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ซึ่งประกอบด้วย กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinion) นำไปสู่การเตรียมความพร้อมสู่ภาวะผู้สูงวัยในมิติทางด้านสุขภาพกายและจิตใจ ด้านเศรษฐกิจ และด้านสังคม จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยนี้จึงกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยดังแผนภาพ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ (Operational Definition)

อัตลักษณ์ (Identity) “ตัวตน” หรือตัวตนของผู้สูงอายุไม่ใช่เป็นเรื่องของธรรมชาติแต่เป็นเรื่องของการประกอบสร้าง (constructionism) จาก “อำนาจ” ต่าง ๆ รอบตัว ผ่านสถาบันการแพทย์ การเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม และสื่อสารมวลชน (ก่าจร หลุยยะพงศ์, 2553) ในงานวิจัยชิ้นนี้มุ่งหวั่งศึกษาอัตลักษณ์ของเจนเอเรชั่นเอ็กซ์โดยผ่านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีองค์ประกอบของกิจกรรม (Activity) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinion)

เจนเอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) โดยในงานวิจัยชิ้นนี้ได้กำหนดกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ในกรุงเทพมหานคร คือคนที่เกิดในปี พ.ศ. 2507-2523 หรืออายุประมาณ 38-53 ปี ในปี พ.ศ. 2560 และจะเข้าสู่สังคมสูงวัยในอีก 10 ปีข้างหน้า พ.ศ. 2570

ความพร้อม (Preparedness) ความพร้อม คือสถานะการเตรียมความพร้อมของบุคคล ระบบ หรือองค์กรเพื่อตอบรับสถานการณ์และดำเนินการวางแผน ดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยในงานวิจัยชิ้นนี้จะมุ่งศึกษาการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมสูงวัยของเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ใน 3 มิติคือ

1. การเตรียมความพร้อมในมิติทางสังคม ประกอบด้วย การเตรียมความพร้อมทางด้านสัมพันธภาพระหว่างครอบครัว ชุมชนและสังคม

2) การเตรียมความพร้อมในมิติทางเศรษฐกิจ เช่น การวางแผนด้านการเงิน การเตรียมด้านการออม การเตรียมด้านรายได้

3) การเตรียมความพร้อมมิติทางสุขภาพกายและสุขภาพจิต ดังนี้ ด้านรักษาสุขภาพให้แข็งแรง การออกกำลังกายสม่ำเสมอ การเลือกรับประทานอาหารที่ดีมีประโยชน์ และการเตรียมความพร้อมด้านจิตใจ

การทบทวนวรรณกรรม

อัตลักษณ์ (Identity) หรือ “ตัวตน” ในทัศนะของสำนักพัฒนาธรรมศึกษา การใช้คำนี้มีความสัมพันธ์กับเรื่องอำนาจในการนิยามตัวเราขึ้นมา แนวคิดนี้มุ่งศึกษาตัวตนของมนุษย์ว่า “เราคือใคร” และ “เราต่างจากคนอื่นเช่นไร” อัตลักษณ์ (Identity) หรือตัวตนของผู้สูงอายุ ไม่ใช่เป็นเรื่องของธรรมชาติ แต่เป็นเรื่องของการประกอบสร้าง (constructionism) จาก “อำนาจ” ต่าง ๆ รอบตัว ผ่านสถาบันการแพทย์ การเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และสื่อสารมวลชน

ในทัศนะของ Foucault บทบาทของวาทกรรมมีสองระดับคือระดับปัจเจกบุคคล คือ การกำหนด อัตลักษณ์ว่าเราคือใคร ในอีกด้านหนึ่ง Foucault และนักวิชาการรุ่นหลัง Stuart Hall และ Anthony Giddens เสนอเพิ่มเติมว่า อัตลักษณ์ ก็คือ อำนาจของตนเองในการสื่อสารสู่คนอื่น ๆ ว่า “เราคือใคร” (Baker, 2008) นั้นหมายความว่ามนุษย์มีอำนาจในการกำหนดตัวตนของเราเพื่อนิยามตนเองว่าเราคือใคร การนิยามอัตลักษณ์ตนเองต้องคำนึงถึงอำนาจของสังคมที่กำหนดไปพร้อมกัน

อตัลัษณ์ของเจเนอเรชันเอ็กซ์ เป็นการพิจารณาถึงพฤติกรรม รูปแบบทางความคิด ที่มีความความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มคนที่เกิดในยุคปี 2507-2533 ในประเทศไทย โดยมีลักษณะพิเศษที่แตกต่างจากกลุ่มคนรุ่นอื่น ๆ อาทิ กลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์ ให้ความสำคัญกับสิ่งที่ทำได้จริง (Pragmatic) มีความคิดสร้างสรรค์ (Creative) มีความเป็นตัวของตัวเองสูง มั่นใจในตัวเอง มีความต้องการเป็นเจ้าของกิจการโดยสายเลือด เป็นผู้ทำงานหนัก มีจริยธรรมในการทำงาน เป็นต้น

เจเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) หมายถึงผู้ที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1964-1980 (2507-2523) กลุ่ม Generation X ในขณะที่ศึกษาในปี 2560 เป็นกลุ่มอายุ 37 – 53 ปี (กลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์ในปัจจุบันปี 2565 มีอายุประมาณ 42-58) เป็นกลุ่มที่อยู่ระหว่างคน 2 ช่วงวัยคือกลุ่ม Gen B (2489 - 2507) ซึ่งเป็นคนรุ่นพ่อแม่ และกลุ่ม Gen Y (2523-2533) ซึ่งเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่อยู่ในช่วงต้นของวัยทำงาน ส่งผลให้คนวัย Gen X มีลักษณะเด่นที่มีส่วนผสมระหว่างคน 2 รุ่น ในขณะที่เดียวกันก็มี บุคลิกโดดเด่นจากลักษณะเด่น ๆ ของกลุ่ม Gen X ที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นเหนือกลุ่มอื่น ๆ มีดังนี้ 1) Gen X มีความมุ่งมั่นในการทำงาน ความมีน้ำอดน้ำทนในสถานการณ์ต่าง ๆ 2) ให้ความสำคัญกับสิ่งที่ทำได้จริง (Pragmatic) ทั้งการทำงาน การดำเนินชีวิต รวมไปถึงการตัดสินใจด้านต่าง ๆ 3) มีความคิดสร้างสรรค์ (Creative) การแสวงหาเป้าหมายของชีวิตและความรู้ต่าง ๆ รวมไปถึงการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ในด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ศิลปะ 4) มีความเป็นตัวของตัวเองสูง (Strongly Independent) การความคิดที่เด็ดขาดต้องการความก้าวหน้าให้กับตนเอง มีอิสระในการดำเนินชีวิตและมีความคิดสร้างสรรค์ 5) มั่นใจในตัวเอง (Self-Reliant) เนื่องจากการเติบโตมาในยุคที่คนรุ่นพ่อแม่มีความพร้อมในชีวิตแล้ว จึงได้รับการศึกษาที่สูงขึ้น มีการแข่งขันทั้งทางการเรียนและการทำงาน 6) มีความต้องการเป็นเจ้าของกิจการ

โดยสายเลือด (Entrepreneur by Nature) และ ทำงานเสมือนเป็นผู้รับจ้างอิสระ (Independent Contractor) มากกว่าเป็นพนักงานบริษัทตลอดชีวิต Gen X ก็เป็นคนกลุ่มใหญ่ที่เข้ามาเป็นผู้บริหารระดับสูงและเจ้าของกิจการทั้งขนาดใหญ่ขนาดย่อมและขนาดเล็ก 7) เป็นผู้ทำงานหนัก (Hard-Working) และมุ่งมั่นที่จะทำงานเพื่อความสำเร็จและความก้าวหน้าขององค์กร 8) มีจริยธรรมในการทำงาน (Good Work Ethic) ก็มีแนวคิดเชิงอนุรักษ์นิยม และมีจริยธรรม มีความจงรักภักดีกับองค์กรอย่างมากหากองค์กรเห็นคุณค่าและสนับสนุนการทำงาน 9) ต้องการความก้าวหน้า (Get Ahead) เป็นนักวางแผนชีวิตและนักปฏิบัติที่มีระเบียบ กับความคิดของตนเอง มีการวางแผนชีวิตไว้ล่วงหน้า และพยายามทำให้สำเร็จตามความมุ่งหวังให้ได้ในที่สุด 10) ต้องการความมั่นคงด้านการเงิน (Financial Security) จึงมุ่งหวังที่จะทำงานในสภาพแวดล้อมที่มั่นคงมีระบบมีหลักการมีเป้าหมาย และแนวทางการทำงานที่ชัดเจน และวางแผนด้านการเงินล่วงหน้าและวางแผนในระยะยาว 11) เชื่อมั่นว่าอนาคตจะดีกว่าวันนี้ เป็นคนที่อยู่ในโลกของปัจจุบัน (Realistic) ประเมินทุกสิ่งจากความเป็นจริงและความเป็นไปได้ มักแสวงหาประโยชน์จากสิ่งรอบตัวได้อยู่เสมอและนำมาปรับเป็นข้อดีในการดำเนินชีวิต 12) ต้องการให้มีผู้คอยชี้แนะในการทำงานหลายคน (Multiple Mentors) ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญหลายๆระดับ สามารถให้คำแนะนำเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพการงาน

จากการรวบรวมบุคลิกภาพ แนวคิดการทำงาน จากโกวิท วงศ์สุรวัฒน์, 2552 จินณรัตน์ วราบุญนาคริรมย์, 2558 นิสาสล รัตนสาชล, 2561 ดาวใจ ศรีลัมพ์, 2555 สามารถสรุปบุคลิกลักษณะ แนวคิดการทำงานและการเกษียณของเจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์เปรียบเทียบกับเจเนอเรชันเอ็กซ์ไว้ดังนี้

ตารางที่ 1 บุคลิกลักษณะ แนวคิดการทำงาน และการเกษียณของเบบี้บูมเมอร์และเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์

Baby Boomers (พ.ศ.2489 -2506)	Generation X (พ.ศ.2507-2523)
บุคลิกภาพ อนุรักษ์นิยมถึงสมัยใหม่ ขยันอดทน เคารพในกติกา อยู่ในระเบียบกฎเกณฑ์ ให้ความสำคัญกับผลงาน มีความจงรักภักดีกับองค์กร มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง ไม่ค่อยเปลี่ยนความคิด รักและผูกพันกับครอบครัว ต้องการให้ตัวเองดูดี ชอบเข้าสังคมเพื่อเพิ่มความภาคภูมิใจและคุณค่าในตัวเอง ใช้ชีวิตเรียบง่าย ทรงอิทธิพลทางความคิด เป็นกลุ่มที่จงรักภักดีกับองค์กร ยึดมั่นเคร่งครัดในกฎระเบียบข้อบังคับ มีชีวิตเพื่อการทำงาน มุ่งมั่นสร้างผลงานเพื่อการเจริญในหน้าที่การงาน มีความอดทนสูง ไม่ค่อยเปลี่ยนงาน ไม่ทันเทคโนโลยีใหม่ๆ (ไกรวิฑูรย์, 2552)	บุคลิกภาพ มุ่งมั่นในการทำงาน และ ในการดำเนินชีวิต อดทน เป็นกระตือรือร้นในการดำเนินชีวิต ชอบแสวงหาความรู้ใหม่ มีความคิดเปิดกว้าง และชอบพัฒนาตนเอง ให้ความสำคัญกับสิ่งที่ทำได้จริง มีความคิดสร้างสรรค์ มีความเป็นตัวของตัวเองสูง มีความเป็นตัวของตัวเองสูง สามารถคิดและตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ ได้ด้วยตัวเองอย่างเด็ดเดี่ยว มั่นใจในตัวเอง มีความต้องการเป็นเจ้าของกิจการโดยสายเลือด และทำงานเหมือนผู้รับจ้างอิสระมากกว่าการเป็นพนักงานบริษัทตลอดชีวิต ทำงานหนักเพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จ มีจริยธรรมในการทำงานต้องการความก้าวหน้า ต้องการความมั่นคงทางการเงินมีการวางแผนการเงินล่วงหน้า และวางแผนในระยะยาว (นิสาชล รัตนสาชล, 2561)
แนวคิดและจริยธรรมในการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน ทำงานที่ทำงาน มีชั่วโมงการทำงานที่ยาวนาน มีแรงจูงใจคือเงินเดือน ต้องการการควบคุม รูปแบบการติดต่อใช้โทรศัพท์ เทคโนโลยี จัดเตรียมเอกสารโดยเพื่อนร่วมงาน ใช้อีเมลในที่ทำงาน ใช้เว็บเพื่อูกูเกิ้ล มีเป้าหมายในการทำงาน สร้างตนเองให้ประสบความสำเร็จในอาชีพ (จินณรัตน์ วราบุญนาคริรมย์, 2558) จัดเป็นกลุ่มคนบ้างาน มีความมุ่งมั่นและทุ่มเทให้กับงาน สื่อสารด้วยตัวเอง แรงจูงใจในการทำงานคือค่าตอบแทน ตำแหน่งประกาศเกียรติคุณ รู้สึกว่ามีคุณค่าและเป็นที่ต้องการ ไม่มีความสมดุลในชีวิตเพราะงานคือชีวิต (ดาวใจ ศรีลัมพ์, 2555)	แนวคิดและจริยธรรมในการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน ทำงานในที่ทำงานหรือที่บ้าน มีชั่วโมงการทำงานที่ยืดหยุ่น แรงจูงใจคือความมั่นคง ไม่ต้องการการควบคุม การติดต่อลูกค้าด้วยอีเมล ทำเอกสารด้วยตนเองใช้โทรศัพท์และคอมพิวเตอร์เพื่อสืบค้นข้อมูล เป้าหมายในการทำงาน เพื่อให้สามารถเติบโตในอาชีพสังคมฝีมือและประสบการณ์ (จินณรัตน์ วราบุญนาคริรมย์, 2558) ลดขั้นตอนในการทำงาน เชื่อมมั่นในตัวเองสูง วางระบบงานอย่างชัดเจน สื่อสารโดยตรงในทันที ไม่ต้องการถูกรบกวน รางวัลของการทำงานคืออิสระในการทำงานให้ความสำคัญกับเรื่องงานและเรื่องส่วนตัว (ดาวใจ ศรีลัมพ์, 2555)
แนวคิดการเกษียณอายุ ค่อนข้างอนุรักษ์นิยม แนวคิดในการทำงาน จะมีความจงรักภักดีกับองค์กรสูง ส่วนใหญ่จะทำงานเกษียณอายุมีรูปแบบการเกษียณอายุตามธรรมเนียมปกติ คือ อายุครบ 60 ปีจึงออกจากงานหรือราชการ ส่วนใหญ่มีความคิดว่าการเกษียณคือการพักผ่อนหลังจากการทำงานมาอย่างยาวนาน แนวคิดของการเกษียณอายุของคนกลุ่มนี้สอดคล้องกับการเกษียณอายุในยุคเดิม เบิร์นไซด์ (Burnside, 1981, p.603) ได้มองการเกษียณอายุว่าเป็นวงจรชีวิตการประกอบอาชีพที่อยู่ในการทำงานต่าง ๆ ลดต่ำลงอย่างสุดขีด บุคคลที่เกษียณจะมีรายได้ในรูปของบำเหน็จหรือบำนาญโดยไม่ต้องทำงาน การเกษียณอายุเป็นกระบวนการให้แต่ละบุคคลได้มีการจัดเตรียมชีวิต ในการแสวงหาสิ่งใหม่เพื่อการปรับตัว หรือปลีกตัวออกจากสังคมเมื่อเกษียณอายุแล้ว	แนวคิดการเกษียณอายุ แนวคิดในการเกษียณสอดคล้องกับแนวคิดของ เอส เอ โจนส์ (ม.ป.ป., อ้างถึงใน วิจิตร บุญยะโหดระ, 2534, น.2) ที่มองว่าปรัชญาการเกษียณอายุ คือ เสรีภาพที่จะเลือกวิถีชีวิตที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่าน ได้เลือกทำสิ่งต่าง ๆ ที่เปิดโอกาสให้ท่านได้ทำอย่างแท้จริง ซึ่งจะนำความสุขสมหวังอันล้ำเลิศมาสู่ชีวิตท่าน แนวคิดการเกษียณอายุก่อนกำหนด (Early Retirement) Robert C. Atchley, 1976 ได้ให้ความหมายของการเกษียณอายุก่อนกำหนด ว่าเป็นระบบที่ถูกจ้างได้รับอนุญาตให้เกษียณอายุก่อนที่จะมีสิทธิ์ได้รับบำนาญเกษียณอายุตามกฎหมายประกันสังคม มีแนวโน้มที่จะมีการเกษียณอายุก่อนกำหนดแบบสมัครใจ (Early Voluntary Retirement) เป็นการให้พนักงานพ้นจากงาน เช่นเดียวกับการเกษียณอายุตามกำหนด โดยลดอายุเกษียณที่กำหนดลงมาในระดับที่น้อยจ้างแต่ละองค์กรเห็นว่าเหมาะสมกับพนักงานของตน ซึ่ง Generation X ส่วนใหญ่เริ่มมีแนวโน้มเกษียณอายุก่อนกำหนดแบบสมัครใจมากขึ้นในช่วงอายุ 50-55 ปี

ความพร้อม (Preparedness) ประกอบด้วย องค์ประกอบสำคัญ 3 สิ่ง คือ ภาวะ ประสพการณ์เดิม และ แรงจูงใจ ความพร้อมหมายถึงสภาพของบุคคลที่มีภาวะ แรงจูงใจ และประสพการณ์เดิมสูงพอที่จะก่อให้เกิดการเรียนรู้ ที่สะดวก ความพร้อม คือ สถานะการเตรียมความพร้อมของ บุคคล ระบบ หรือองค์กรเพื่อตอบรับสถานการณ์และ ดำเนินการวางแผน ดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

จากการศึกษาการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมของ ผู้สูงอายุไทยโดยนิตา ชูโต (2525) พบว่า การเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่วัยสูงอายุของประชาชนทั่วไป มีมิติต่าง ๆ ดังนี้ 1) การเตรียมความพร้อมในมิติทางสังคม ทางด้าน สัมพันธภาพระหว่างครอบครัว ชุมชนและสังคม ด้าน กิจกรรมนันทนาการหรืองานอดิเรก 2) ความพร้อมด้านการเงิน พิจารณาจากรายได้และอาชีพ การวางแผนด้านการเงินล่วงหน้า ในด้านค่าใช้จ่าย จัดแบ่งเงินเพื่อเป็น ค่าใช้จ่ายด้านปัจจัย 4 สาธารณูปโภค ด้านการออม ด้าน รายได้ การนำเงินที่ได้รับสะสมเป็นรายได้สำหรับไว้ใช้ใน อนาคต มีการจัดแบ่งเงินส่วนหนึ่งเพื่อเก็บสะสม ทนสำรอง เลี้ยงชีพ ระบบประกันสังคม 3) การเตรียมความพร้อมมิติ ทางสุขภาพกายและสุขภาพจิต เช่นการรักษาสุขภาพ การ ออกกำลังกาย การเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ ด้านจิตใจ ทำจิตใจให้แจ่มใส ให้ความสำคัญกับ บุคคล สิ่งแวดล้อม คำสอนทางศาสนา เตรียมพร้อมด้านการพึ่งพิง ตนเอง การเตรียมการบำบัดรักษามากกว่าการป้องกันโรค ตรวจสุขภาพเป็นประจำทุกปี เตรียมการสร้างหลักประกัน สุขภาพ และประกันชีวิต

แนวคิดเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมก่อนก้าวเข้าสู่การเป็นผู้สูงอายุ ธีระ สนิทธารักษ์ และพรทิพย์ เนติการัต นกุล (2554) ได้ระบุถึงการเตรียมความพร้อมก่อนที่จะก้าว เข้าสู่การเป็นผู้สูงอายุ ซึ่งสามารถจำแนกออกได้เป็น 5 ด้าน ดังนี้ 1) การเตรียมตัวด้านร่างกายและจิตใจ การเตรียมตัว ดูแลด้านร่างกาย สุขภาพของตนเองก่อนที่จะถึงวัยเกษียณ 2) การเตรียมตัวด้านรายได้และการใช้จ่าย บุคคลควรเตรียม ตัวสะสมทรัพย์ในรูปแบบต่าง ๆ ให้มีฐานะทางเศรษฐกิจที่ มั่นคงพอสมควรก่อนการเกษียณตั้งแต่ในวัยกลางคนหรือ ตั้งแต่เริ่มประกอบอาชีพ 3) การเตรียมตัวด้านงานอดิเรกให้

เหมาะสมกับที่ตนเองชอบและสนใจ 4) การเตรียมตัวด้านที่ อยู่อาศัย การสะสมทรัพย์เพื่อซื้อหรือปลูกสร้างที่อยู่อาศัย เตรียมหาบ้านที่เหมาะสมกับสุขภาพร่างกายของตนเอง 5) การเตรียมตัวด้านการมีส่วนร่วมในสังคม การเข้าร่วม กิจกรรม จะช่วยในการปรับตัวด้านอารมณ์และด้านสังคม ของผู้เกษียณได้เป็นอย่างดี

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้กำหนดความพร้อมใน 3 มิติ ประกอบด้วย 1) การเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่วัยสูงอายุ ในมิติทางสังคม ซึ่งประกอบด้วย ด้านสัมพันธภาพระหว่าง ครอบครัว ชุมชนและสังคม ในด้านกิจกรรมนันทนาการหรือ งานอดิเรก เช่น การหาความรู้เพิ่มเติม การมีรายได้เสริม 2) การเตรียมความพร้อมในมิติทางรายได้และอาชีพ ประกอบด้วย 2.1) การวางแผนด้านการเงินล่วงหน้า ใน ด้านค่าใช้จ่าย มีการจัดแบ่งเงินเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับค่า ปัจจัย 4 สาธารณูปโภค 2.2) การเตรียมด้านการออม การมี เงินออมเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจของตัวผู้สูงอายุและ ครอบครัว การซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต การฝากเงินกับกลุ่ม ออมทรัพย์ การฝากเงินกับธนาคาร 2.3) การเตรียมด้าน รายได้ การนำเงินที่ได้รับจากการประกอบอาชีพโดยสะสม เป็นรายได้สำหรับไว้ใช้ในอนาคตและมีการจัดแบ่งเงินเก็บ สะสมประจำทุกเดือน เพื่อการเกื้อหนุนภายในครอบครัว และตนเอง รวมทั้งทนสำรองเลี้ยงชีพ หรือระบบ ประกันสังคม 3) การเตรียมความพร้อมมิติทางสุขภาพกาย และสุขภาพจิต ประกอบด้วย 3.1) การเตรียมความพร้อม ด้านรักษาสุขภาพให้แข็งแรง การออกกำลังกายสม่ำเสมอ การเลือกรับประทานอาหารที่ดีมีประโยชน์ 3.2) การ เตรียมความพร้อมด้านจิตใจ การทำจิตใจให้แจ่มใส ให้ความสำคัญกับบุคคลและสิ่งแวดล้อม เปิดใจกว้างเพื่อรับฟัง ความคิดเห็นของผู้อื่น พร้อมทั้งให้ความสำคัญในคำสอน ทางศาสนา 3.3) การเตรียมความพร้อมด้านการพึ่งพิงตนเอง การช่วยเหลือตนเองให้มากที่สุด ทำจิตใจให้ผ่องใสลดภาวะ ความเครียดและความวิตกกังวลลงได้ 3.4) ทางด้านรักษา และการติดตามข้อมูลในด้านสุขภาพและจิตใจ เช่น การ เตรียมการบำบัดรักษามากกว่าการป้องกันโรค เพื่อสุขภาพ ดีในระยะยาวมีการตรวจสุขภาพเป็นประจำทุกปี รวมทั้ง

การเตรียมการสร้างหลักประกันสุขภาพ ประกันชีวิต

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)

การแสดงให้เห็นถึงภาพรวมของวิถีชีวิตที่ต่างกักันของแต่ละบุคคลซึ่งเกิดขึ้นและได้รับการพัฒนามาจากการใช้ชีวิตอยู่ในสังคม (Lazer, 1963, cited in Plummer (1974) Hawkins, Best และ Coney (2001)) กล่าวว่ารูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) หมายถึงลักษณะการใช้ชีวิตของแต่ละบุคคลซึ่งเกิดขึ้นจากการหล่อหลอมจากสังคมที่อาศัยอยู่ โดยจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามวงจรชีวิต (Life Cycle) ทั้งนี้ รูปแบบการดำเนินชีวิตมักได้รับอิทธิพลจากปละปัจจัย อาทิ วัฒนธรรม ค่านิยม ลักษณะทางประชากร เป็นต้น และมีผลต่อพฤติกรรมและการบริโภคของบุคคล

การวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตจะมีการพิจารณาโดยใช้ กรอบของกิจกรรม ความสนใจ และความ

คิดเห็น หรือ AIOs ดังนี้ 1) กิจกรรม (Activities) กิจกรรมที่ทำโดยเปิดเผย ประกอบด้วย งาน งานอดิเรก การเข้าสังคม การใช้เวลาในวันหยุด ความบันเทิง การเล่นกีฬา การช้อปปิ้ง การเป็นสมาชิกในสมาคม เป็นต้น 2) ความสนใจ (Interest) ความสนใจต่อสิ่งต่าง ๆ เหตุการณ์ หรือประเด็นเรื่องราวที่มีความพิเศษ ประกอบด้วย ความสนใจด้านครอบครัว บ้านที่อยู่อาศัย การงาน สังคม การพักผ่อนหย่อนใจ แฟชั่น อาหาร การเปิดรับสื่อ ความสำเร็จ เป็นต้น 3) ความคิดเห็น (O-Opinion) คำตอบที่มีต่อประเด็นต่าง ๆ เพื่ออธิบายถึง การแปลความหมาย ประกอบด้วย ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง ประเด็นทางสังคม การเมือง ธุรกิจ เศรษฐกิจ การศึกษา ผลิตภัณฑ์ อนาคต และวัฒนธรรม

ตารางที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิต

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดรูปแบบการดำเนินชีวิต	รูปแบบการดำเนินชีวิต
ลักษณะทางประชากร วัฒนธรรมย่อย ชนชั้นทางสังคม แรงจูงใจ บุคลิกภาพ อารมณ์ ค่านิยม วงจรชีวิตครอบครัว วัฒนธรรม ประสบการณ์เดิม	ใช้ชีวิตอย่างไร โดยพิจารณาจากกิจกรรม ความสนใจ ความชอบ/ไม่ชอบ ทักษะคติ การบริโภค ความคาดหวัง ความรู้สึก

ที่มา: Hawkins,D.I ,Best, R.J.&Coney, K.A(2001) Consumer Behavior Building Marketing Strategy (8th Edition) New York: McGraw Hill, P.436

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กัจกร หลุยยะพงศ์ 2553 “การสื่อสารกับวาทกรรมอัตลักษณ์ผู้สูงอายุในสังคมไทย” ศึกษาถึงการสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้สูงอายุในสังคมไทย โดยสนใจอำนาจที่กำหนดผู้สูงอายุทั้งอำนาจจากผู้อื่น และตัวผู้สูงอายุเอง เพื่อแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ทั้งสองด้านในผู้สูงอายุไทย ใช้การวิเคราะห์วาทกรรมตามแนวทางของฟูโกต์และแฟร์คลาฟ อัตลักษณ์ผู้สูงอายุที่กำหนดจาก 5 สถาบัน สังคม การแพทย์ รัฐ เศรษฐกิจ และการสื่อสาร ทำให้ผู้สูงอายุเป็นวัตถุ ผู้สูงอายุยุคแรก สังคมเกษตรกรรม : มองผู้สูงอายุเป็นผู้เชี่ยวชาญ ผู้มีพระคุณ ร่างกายอ่อนแอตามสังขาร ยุคที่สอง สังคมอุตสาหกรรม : สถาบันการแพทย์ รัฐ และสถาบัน

หลักมอง ผู้สูงอายุอ่อนแอ พึ่งพิง จำเป็นต้องจัดระเบียบอัตลักษณ์เดิมลดลง เป็น ID รอง ยุคที่สาม สังคมข้อมูลข่าวสาร : ความชราที่จัดการได้ ยุคที่สถาบันการสื่อสาร เริ่มให้ผู้สูงอายุ สามารถจัดการตนเองได้ เป็นผู้ที่จะหล่อหรือหยุดยั้งความชรา ผู้สูงอายุ ปฏิเสธอัตลักษณ์ด้านลบคือความอ่อนแอและพึ่งพิง เลือกอัตลักษณ์บางส่วนที่เหมาะสมกับตน สร้างความหมายใหม่ด้วยการยืนยันความเชี่ยวชาญบางด้าน .”ผู้สูงวัยหัวใจไฮเทค” “ผู้สูงอายุมีศักยภาพต่อชุมชน”

ธีระ สนิทธารักษ์ และพรทิพย์ เนติภารัตนกุล

2554 “ความพร้อมของแรงงานนอกระบบกับการเป็นสังคมสูงอายุในประเทศไทย” การมุ่งศึกษาในมิติทางสังคม เศรษฐกิจ สุขภาพและที่อยู่อาศัย นอกจากนี้แนวทางในการวิจัย การศึกษางานวิจัยเรื่องนี้จะยังประโยชน์ให้กับ

การศึกษาหาช่องว่างสำหรับกลุ่มเป้าหมายหรือประเด็นใหม่ในการศึกษาเรื่องความพร้อม และ การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของคนไทยในยุคต่อไป ผลการศึกษาพบว่าแรงงานนอกระบบมีความพร้อมในมิติสังคมอย่างมากมีการเตรียมบทบาทและสถานภาพที่เปลี่ยนไป ด้านสุขภาพก็มีความพร้อมในการเสริมสร้างความแข็งแรงของร่างกายและจิตใจ มิติด้านเศรษฐกิจมีความไม่พร้อม อาทิ การออมเงิน สุดท้ายด้านที่อยู่อาศัย ในเรื่องของการจัดเตรียมลักษณะของที่อยู่อาศัยให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุ การให้ความหมายเรื่อง “ความพร้อมและความไม่พร้อม” และการแบ่งมิติที่ศึกษาออกเป็น 4 มิติหลักๆ คือ สังคม สุขภาพ เศรษฐกิจ และ การจัดเตรียมลักษณะที่อยู่อาศัย

ชานนท์ ศิริธร 2554 “การเปิดรับสื่อและการยอมรับนวัตกรรมของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวาย” สื่อ สภาแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง การพัฒนาทางเทคโนโลยีที่แตกต่างกันในแต่ละยุคสมัย ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในแต่ละยุคของสังคม กระบวนการขัดเกลาทางสังคม (Socialization) ส่งผลทำให้คนรุ่นหนึ่งแตกต่างออกไปจากคนรุ่นหนึ่งอย่างชัดเจน (Billingham, 2007) กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) หมายถึงผู้ที่เกิดระหว่างปีค.ศ. 1964-1980 (2507-2523) และกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) กลุ่มผู้ที่เกิดระหว่างปี 1981-1996 (2524-2539) การแบ่งกลุ่มออกเป็นเจนเนอเรชั่นทำให้เข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของคนในสังคมได้สะดวกยิ่งขึ้น โดยต้องทำความเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง โดยพัฒนาทางเทคโนโลยีและสื่อที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตและการดำรงชีวิตของคนแต่ละเจนเนอเรชั่น ทำให้เข้าใจความคิด ความรู้สึกตลอดจนถึงพฤติกรรมของคนในแต่ละเจนเนอเรชั่นได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และสามารถนำความรู้ความเข้าใจไปประยุกต์ในการทำการตลาดกับเจนเนอเรชั่นได้

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์” ผู้วิจัยได้กรอบแนวคิดถึงมิติอัตลักษณ์ของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ และมีมิติด้านการเตรียมพร้อมสู่ความเป็นผู้สูงวัยในเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์

ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วนคือ เศรษฐกิจ สุขภาพและสังคม งานวิจัยในส่วนนี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาอัตลักษณ์ รูปแบบการใช้ชีวิต ของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ที่นำไปสู่การเตรียมความพร้อมในมิติเศรษฐกิจ สุขภาพ และสังคม โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ถึงกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 250 คน

ประชากรเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาค้นคว้านี้ เป็นกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ ซึ่งหมายถึงบุคคลที่เกิดในปี พ.ศ. 2507-2522 หรืออายุ 37-53 ปี (ในปี 2560) ในกรุงเทพมหานครจะมีจำนวนประชากรสูงอายุประมาณ 1,556,700 คน หรือเทียบประมาณร้อยละ 10.29 ของประชากรทั้งประเทศ

การวิจัยครั้งนี้ใช้เกณฑ์จำนวนที่เพียงพอต่อการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง คือไม่น้อยกว่า 15 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ (Steven, 2002) ซึ่งในที่นี้ตัวแปรสังเกตได้ (Manifest Variables) 11 ตัวแปร ฉะนั้นหากพิจารณาความเหมาะสมของเกณฑ์นี้ จะต้องมีความตัวอย่างไม่น้อยกว่า 165 คน ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของการกำหนดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำในการวิเคราะห์สมการโครงสร้างให้เป็นไปตามกฎแห่งความชัดเจน (Rule of Thumb) ซึ่งอธิบายว่ากลุ่มตัวอย่าง ขั้นต่ำควรอยู่ที่ระหว่าง 150 - 250 คน (Hair et al., 1998) นอกจากนั้นแล้วเมื่อพิจารณาการคำนวณขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) มาร่วมพิจารณาด้วย เพื่อเป็นการลดความคลาดเคลื่อน และสอดคล้องกับเกณฑ์ข้างต้น เพื่อให้การวิจัยมีความแข็งแกร่ง (Robustness) ผู้วิจัยจึงได้ใช้ขนาดตัวอย่างของกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 250 คน

การเก็บตัวอย่างเบื้องต้นผู้วิจัยจะทำการเก็บในกรุงเทพมหานครก่อนเป็นอันดับแรก เนื่องจากเป็นเมืองที่มีประชากรกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์เป็นจำนวนมากและมีรูปแบบการใช้ชีวิตที่ใกล้เคียงกับที่ได้ศึกษาจากการทบทวนวรรณกรรม มีการกำหนดช่วงอายุให้อยู่ในวัยที่ได้วางกรอบไว้ คือผู้ที่เกิดในปีพ.ศ. 2507-2533 ที่มีอายุประมาณ 37-53 ปีเท่านั้น แต่เน้นความหลากหลายในอาชีพซึ่งประกอบด้วย

พนักงานบริษัท พนักงานในสถาบันรัฐ กิจการส่วนตัว ฯลฯ จำนวน 100 คน เพื่อเป็นการทดสอบเครื่องมือในเบื้องต้น ก่อน หากเครื่องมือมีความเที่ยงแล้วจะดำเนินการเก็บข้อมูล ให้ครบ 250 คนตามที่กำหนดไว้

ตัวแปรในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย ตัวแปรแฝงหรือตัวแปร โครงสร้าง (Construct Variables) โดยแบ่งเป็นตัวแปรแฝง ภายนอก และตัวแปรแฝงภายในดังนี้

ส่วนที่ 1 ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Variable) คือตัวแปรแฝงที่มีได้รับอิทธิพล จากตัวแปรอื่นใด โดยมี 2 ตัวแปรคือ อัตลักษณ์ และ รูปแบบการใช้ชีวิตของ เจเนอเรชันเอ็กซ์ สามารถวัดได้จากตัวแปรสังเกต (Observed variable) จำนวน 3 ตัวแปรคือ กิจกรรม ความ สนใจ และความคิดเห็น

ส่วนที่ 2 ตัวแปรแฝงภายใน (Endogeneous Variable) คือ ตัวแปรที่ได้รับอิทธิพลจาก ตัวแปรอื่น มีดังนี้

1) ความพร้อม สามารถวัดได้จากตัวแปรสังเกต 3 ตัวคือ ความพร้อมด้านเศรษฐกิจ ความพร้อมด้านสุขภาพ และความพร้อมด้านสังคม

คำถามนำวิจัย

1. อัตลักษณ์ รูปแบบการใช้ชีวิต ทักษะความสูงวัย ในเจเนอเรชันเอ็กซ์ ส่งผลต่อทัศนคติและการเตรียมความพร้อมสู่สังคมสูงวัยอย่างไร

2. เจเนอเรชันเอ็กซ์เริ่มมีความตระหนักรู้และเตรียมพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยหรือไม่อย่างไรในมิติของสุขภาพ เศรษฐกิจ และ สังคม

สมมติฐานการวิจัย

1. กลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยในมิติด้านเศรษฐกิจ สุขภาพ และสังคม แตกต่างกัน

2. รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์ การเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเป็นผู้สูงวัยในมิติด้านเศรษฐกิจ สุขภาพ และสังคม

เครื่องมือในการวิจัย

สำหรับเครื่องมือในการวิจัยในที่นี้เป็นแบบสอบถามที่ให้แก่คนในเจเนอเรชันเอ็กซ์เป็นผู้ตอบด้วยตนเองโดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ตอน ประกอบด้วย 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) บุคลิกภาพ ลักษณะของคนในเจเนอเรชันเอ็กซ์ 3) รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในเจเนอเรชันเอ็กซ์ซึ่งประกอบด้วย กิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น 4) ทักษะและการเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่สังคมสูงวัย 5) การเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่สังคมสูงวัยในมิติด้านเศรษฐกิจ สุขภาพ สังคม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลไปลงรหัส (Coding) แล้วนำไปประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS for windows เพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติ ดังนี้

1) การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ใช้ตารางแสดงจำนวนร้อยละ เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรและใช้ค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบายตัวแปร

2) การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) มีวัตถุประสงค์เพื่อลดจำนวนตัวแปร (Data Reduction) ด้วยการจับกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันไว้ด้วยกัน โดยการสกัดปัจจัยใช้วิธีองค์ประกอบหลัก (Principle component) ที่ค่า eigen value มากกว่า 1 และหมุนแกนปัจจัยแบบ Varimax เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรชุดกิจกรรม ตัวแปรชุดความสนใจตัวแปร ชุดความคิดเห็น จัดทำเป็นรูปแบบการใช้ชีวิตของกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์

3) นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานในงานวิจัย เพื่อทดสอบสมมติฐานงานวิจัย

ตารางที่ 3 ตารางแสดงสมมติฐานและสถิติที่ใช้ทดสอบ

สมมติฐานการวิจัย	สถิติทดสอบ
- เจเนอเรชันเอ็กซ์ทั้งสามกลุ่มอายุมีรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ที่สอดคล้องกันไปในทางเดียวกัน	วิเคราะห์โดยใช้ Factor Analysis
- รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสอดคล้องกับการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ภาวะสูงวัย	วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (One-Way ANOVA)
- เจเนอเรชันเอ็กซ์ทั้งสามกลุ่มอายุมีการเตรียมพร้อมเข้าสู่ความสูงวัยในด้านเศรษฐกิจ สุขภาพ สังคม	
- ช่วงอายุที่แตกต่างกันของเจเนอเรชันเอ็กซ์ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมสู่ภาวะสูงวัยต่างกัน ในแต่ละด้านเศรษฐกิจ สุขภาพ สังคม	วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (One-Way ANOVA) และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเชิงซ้อนด้วยวิธี LSD

ผลการวิจัย

“อัตลักษณ์ของกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์ในการเตรียมพร้อมเข้าสู่สังคมสูงวัย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต อัตลักษณ์และการสื่อสารเกี่ยวกับแนวทางการเตรียมพร้อมสู่สังคมสูงวัยของเจเนอเรชันเอ็กซ์ในมิติด้านเศรษฐกิจ สุขภาพและสังคม ในมิติภาครัฐ และการสื่อสารเพื่อการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมสูงวัย

ขอบเขตของการศึกษามุ่งไปที่กลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์ในประเทศไทยที่เกิดในปี พ.ศ. 2507-2523 อายุประมาณ 36-53 ปี (ในปี พ.ศ. 2559-2560) อาศัยในกรุงเทพมหานคร จำนวน 250 คน โดยศึกษาอัตลักษณ์ของเจเนอเรชันเอ็กซ์พิจารณาจากรูปแบบการดำเนินชีวิตซึ่งวัดจากการทำกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของกลุ่ม ผู้วิจัยมีสมมติฐานว่ากลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์ที่มีอายุแตกต่างกันใน 3 ระดับคือ 36-41 ปี 42-46 ปี และ 47-52 ปี อาจมีการเตรียมพร้อมเข้าสู่สังคมสูงวัยในมิติด้านเศรษฐกิจ สุขภาพ และสังคมแตกต่างกัน เนื่องจากเมื่อพิจารณาจากช่วงอายุที่แตกต่างกันอาจมีการเตรียมความพร้อมสู่สังคมสูงวัยที่ต่างกัน อีกทั้งยังสนใจว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์ สามารถพยากรณ์ การเตรียม พร้อมเข้าสู่การเป็นผู้สูงวัยในมิติด้านเศรษฐกิจ สุขภาพและสังคมไปในทิศทางใด

ลักษณะทางประชากรของเจเนอเรชันเอ็กซ์ในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่าคุณสมบัติของเจเนอเรชันเอ็กซ์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุประมาณ 47-53 ปี ส่วนอายุ 37-41 และอายุ 42-46 ปี มีสัดส่วนพอๆ กัน กลุ่มคนที่ศึกษามีสถานภาพสมรสร้อยละ 63.6 และ โสดร้อยละ 29.6 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทและรองลงมาก็คือทำธุรกิจส่วนตัวไม่ได้ทำอาชีพเสริมรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 30,000 - 60,000 บาท และ บางส่วนมีรายได้ประมาณ 60,000 - 100,000 บาท ซึ่งเป็นรายได้ที่ค่อนข้างสูงและนับเป็นระดับชนชั้นกลางในประเทศไทย

ข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายรับพอๆกับรายจ่าย มีการออมเงินประมาณร้อยละ 10 ต่อเดือน ซึ่งรูปแบบการออมเงินเป็นการเก็บเข้าธนาคาร รองลงมาคือซื้อประกันภัยและประกันสุขภาพ ส่วนใหญ่มีภาระหนี้สิน ซึ่งเกิดมาจากรถยนต์ บัตรเครดิตและบ้าน

ด้านสุขภาพ ส่วนใหญ่มีการเจ็บป่วยเล็กน้อยแต่ไม่ต้องไปพบแพทย์ ไม่มีโรคประจำ ตัว ในกรณีที่มิจะเป็นโรคเบาหวานเป็นอันดับต้นๆและโรคหัวใจเป็นลำดับรองลงมา แต่ไม่ได้มีผลต่อการทำงาน กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีพฤติกรรมดูแลสุขภาพคือพบแพทย์และตรวจร่างกายประจำปีสม่ำเสมอ รองลงมาคือดูแลสุขภาพและออกกำลังกายสม่ำเสมอ และมีการทานอาหารเสริมวิตามินและ

ดูแลควบคุมอาหารและน้ำหนักให้พอดี มีการดูแลสุขภาพเป็นอย่างดี

ข้อมูลด้านสังคม ประชากรส่วนใหญ่อยู่คนเดียว รองลงมาคืออยู่กับคู่สมรส ส่วนใหญ่ไม่มีบุตร ที่มีบุตรประมาณ ร้อยละ 40 เห็นได้ว่าสัดส่วนของการมีบุตรลดลง ในกรณีอยู่คนเดียวคือโสด และรักความเป็นอิสระส่วนตัว การเข้าสังคมมีการพิจารณาจากการพบปะเพื่อนฝูงส่วนใหญ่ไม่ค่อยพบปะเพื่อนฝูงหรือพบปะประมาณ 2-3 เดือน เข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนาทุกวันสำคัญทางศาสนา ไม่มีการเป็นสมาชิกในชมรมต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับครอบครัวและเพื่อน กับครอบครัวมีความรักใคร่กลมเกลียวกันดีมาก ทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับครอบครัว สามารถพึ่งพิงครอบครัวได้ และในทางกลับกันคือในกลุ่มนี้สามารถเป็น “ที่พึ่งพิง” ของครอบครัวได้ด้วย และหากกรณีที่มีอายุ 60 หรือเข้าสู่วัยเกษียณอายุแล้วเจเนอเรชันเอ็กซ์กลุ่มนี้ ส่วนใหญ่แสดงความต้องการและมีความคาดหวังอยากอยู่กับคู่สมรสและบุตร

อัตลักษณ์ของเจเนอเรชันเอ็กซ์ ได้พิจารณาจากบุคลิกภาพที่มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมของเจเนอเรชันเอ็กซ์ตามทฤษฎีที่ได้בחทวนวรรณกรรมมา กลุ่มมีความเห็นด้วยกับการมีจริยธรรมในการทำงานมากที่สุดรองลงมาคือเป็นผู้ที่ทำงานหนักมีความมุ่งมั่น ที่จะทำงานเพื่อความสำเร็จ มีความคิดเห็นที่เปิดกว้าง ชอบพัฒนา ให้ความสำคัญกับสิ่งที่ทำได้จริง เช่น ความสำเร็จด้านการศึกษา มีความมั่นใจในตัวเองสูง มีความคิดสร้างสรรค์ มีเป้าหมายของชีวิต แสวงหาความก้าวหน้า ความสำเร็จ มักสร้างสมดุลในชีวิตและครอบครัว ระวังระวังเรื่องการใช้จ่าย และที่น่าสนใจคือมีความสนใจในนวัตกรรมและเทคโนโลยีในระดับมาก

รูปแบบการดำเนินชีวิตกิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น (AIO: Activities, Interest, Opinion) การจัดสรรเวลาในการทำกิจกรรมพบว่ามีงานเสริม นอกเหนือจากงานประจำ มักทำกิจกรรมกับครอบครัว อาทิลูก คู่สมรส และพ่อแม่ การเป็นคนที่มีบทบาทการทำงาน มักทำงานล่วงเวลาเสมอ แต่มีการเดินทางหลังเลิกงาน สิ่งที่น่าสนใจคือเป็นกลุ่มที่ชอบกิจกรรมที่ตื่นเต้น ทำหาย เช่น เดินป่า เทียวแบบแบ็คแพค จะเห็นได้ว่ากลุ่มมีกิจกรรมที่

มุ่งมั่นเรื่องงาน และกิจกรรมกับครอบครัว อีกทั้งยังการให้เวลากับการท่องเที่ยวและพักผ่อนหย่อนใจ

ความสนใจ (Interest) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็นอันดับแรกมองว่าความสำเร็จคือการมีครอบครัวที่มีความสุข ต่อมาคือความสนใจในการดูแลสุขภาพตัวเองให้แข็งแรงและมีการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพเพื่อให้ตนเองดูดี มีความสนใจในดนตรีและชอบฟังเพลง สนใจในเทคโนโลยี และการทำกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคมและชุมชน สนใจลงทุนในหุ้นหรือกองทุนน้อย เห็นได้ว่ากลุ่มมีความสนใจในมิติด้านสังคมคือครอบครัวและด้านสุขภาพเป็นหลักมากกว่ามุ่งมั่นในทางด้านเศรษฐกิจ

ความคิดเห็น (Opinion) กลุ่มมีความต้องการเป็นเจ้าของกิจการ ความต้องการเป็นผู้บริหารระดับสูงในที่ทำงาน และมีความคิดเห็นที่ดีต่อเทคโนโลยีคือคิดว่าอินเทอร์เน็ตทำให้ชีวิตรวดเร็วและประหยัด เห็นความสำคัญของลูกและครอบครัวเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในชีวิต มองเห็นครอบครัวสำคัญกว่างาน เชื่อว่าการมีอนาคตที่ดีของครอบครัวคือการจัดการบริหารด้านการเงิน ที่น่าสนใจคือกลุ่มมีการวางแผนและทำให้เป้าหมายเป็นจริงเสมอ อยากมีชีวิตวัยเกษียณในต่างจังหวัดหรือต่างประเทศ

ในขณะที่ผู้สูงวัยในกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ต่างรอคอยที่จะเกษียณและมองว่าการเกษียณคือการพักผ่อน และบางคนไม่ได้มีการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ภาวะสูงวัย แต่เมื่อศึกษาถึงการเตรียมพร้อมสู่สังคมสูงวัยของเจเนอเรชันเอ็กซ์ กลับพบว่าเห็นด้วยต่อการเตรียมพร้อมสู่สังคมสูงวัย มีการเตรียมสภาพแวดล้อมเพื่อให้เหมาะกับการเข้าสู่วัยสูงอายุ เช่น บ้านที่พักอาศัย มองว่าวัยสูงอายุเป็นช่วงเวลาแห่งอิสระและเสรีภาพ เป็นโอกาสทำให้พักผ่อนได้เต็มที่ ลำดับต่อมาคือการเตรียมความพร้อมด้านสุขภาพและเตรียมพร้อมด้านการเงิน ประเด็นที่น่าสนใจคือเจเนอเรชันเอ็กซ์มีเป้าหมายที่ชัดเจนเมื่อเข้าสู่ภาวะสูงวัยและไม่เห็นด้วยที่ว่าการเข้าสู่วัยสูงอายุเป็นสิ่งที่รอคอย

การเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่วัยสูงอายุในมิติด้านเศรษฐกิจ สุขภาพ และสังคม

การเตรียมความพร้อมในมิติด้านเศรษฐกิจจะอยู่ในระดับมาก โดยมีประเด็นการเตรียมความพร้อมในการคิดถึงการเก็บเงินหรือลงทุนเพื่อให้เพียงพอใช้เมื่อวัยเกษียณ มีการเตรียมจัดการหนี้สินก่อนเข้าสู่วัยสูงอายุอีกทั้งยังมีการเตรียมเงินออม สะสมทรัพย์สิน เช่น ออมเงินในธนาคาร เป็นต้น ประเด็นที่น่าสนใจเพิ่มเติมและยังอยู่ในค่าเฉลี่ยที่สูงคือการเตรียมพร้อมสำหรับการทำงานที่มั่นคงในวัยเกษียณ การวางแผนรายได้ที่เข้ามารองรับในวัยหลังเกษียณ ซึ่งเห็นว่าประเด็นนี้กลุ่มตัวอย่างยังคงคิดถึงการวางแผนและรายได้ที่เข้ามาหลังจากเกษียณ

การเตรียมพร้อมเพื่อเข้าสู่วัยสูงอายุในมิติด้านสุขภาพกายและสุขภาพใจ มีการยอมรับสภาพความเป็นจริงของการเกิด แก่ เจ็บ และตาย มีการควบคุมน้ำหนักให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน และรับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ อีกทั้งยังมีการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ เห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเตรียมพร้อมทั้งสุขภาพกายและใจเป็นอย่างดี

การเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่วัยสูงอายุในมิติด้านสังคม กลุ่มตัวอย่างมีการเตรียมความพร้อมในการเตรียมที่อยู่อาศัยที่ปลอดภัยเมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุ มีการเตรียมสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการอยู่อาศัยด้วย และลำดับต่อมา มีการวางแผนเมื่อเข้าสู่ภาวะสูงวัยกับครอบครัว ในส่วนของการเข้าสังคมหรือการนึกถึงการอยู่คนเดียวเมื่อเข้าสู่วัยเกษียณมีอัตราที่น้อย

การเตรียมพร้อมสู่ภาวะสูงวัยกับเทคโนโลยี จากการที่กลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์เป็นกลุ่มที่เติบโตมาก่อนเทคโนโลยีจะแพร่หลายหรือที่เรียกว่าผู้อพยพสู่เทคโนโลยี (Technology Immigrant) จากผลการวิจัยพบว่า การเตรียม

ความพร้อมในมิติด้านการเข้าถึงเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร จะเห็นว่าในมิติส่วนนี้พบว่าโดยภาพรวมกลุ่มมีการสื่อสารกับเพื่อนฝูงครอบครัวและญาติผ่านทางเทคโนโลยีไลน์ เฟสบุ๊ค ในลำดับต้นๆ มีการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีเช่น สมาร์ทโฟนเพื่อการสื่อสาร และเพื่อการหาความรู้อย่างสม่ำเสมอ เปิดรับการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ การเปิดรับสื่อด้านดิจิทัล อาทิ ทีวีดิจิทัล อินเทอร์เน็ต และสุดท้ายคือหากมีเทคโนโลยีใหม่ๆ กลุ่มนี้จะมีการทดลองใช้สม่ำเสมอ จะเห็นได้ว่ากลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์มีการเรียนรู้ด้านเทคโนโลยีได้เป็นอย่างดี มีความรู้และมีทักษะ ด้านเทคโนโลยี (Technology Literacy) มีการเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ๆ ตลอดเวลา ซึ่งจะเห็นได้ว่าการปรับใช้เทคโนโลยีให้เข้ากับชีวิตประจำวัน และนำไปสู่การเตรียมพร้อมเข้าสู่ภาวะสูงวัยโดยมีเทคโนโลยีร่วมด้วย

ส่วนที่ 2 ผู้วิจัยได้จัดทำกรวิจัยเพื่อหารูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ในกรุงเทพมหานคร โดยพิจารณาจากกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinion) หรือ AIOs โดยใช้การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ด้วยการจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันไว้ด้วยกัน โดยการสกัดปัจจัยวิธองค์ประกอบหลัก (Principle Component) ที่ค่า eigen value มากกว่า 1 และหมุนแกนปัจจัยแบบ Varimax เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรชุดกิจกรรม ตัวแปรชุดความสนใจ และตัวแปรชุดความคิดเห็น จัดทำเป็นรูปแบบการใช้ชีวิตของกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ออกมาได้ 5 กลุ่มดังนี้คือ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเพื่อจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์

ตารางที่ 4 แสดงค่าไคเซอร์ เมอเยอร์ ออลกิน และสถิติทดสอบของบาร์ทเลท (KMO and Bartlett's test)

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		.863
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	5315.888
	df	990
	Sig.	.000

จากตารางที่ 4 ผู้วิจัยได้ทำการจัดกลุ่มตัวแปรที่จะนำมาจัดกลุ่มว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ด้วยการใช้เครื่องมือทางสถิติทดสอบ ได้แก่ 1) Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy และ 2) Bartlett's Test of Sphericity สามารถอธิบายได้ว่า ข้อมูลมีความเหมาะสมในการวิเคราะห์ปัจจัย หรือองค์ประกอบ (Factor analysis) อยู่ในระดับมาก เนื่องจากมีค่า KMO = .863 (มากกว่า .50) และมีความเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ปัจจัย หรือองค์ประกอบต่อไป

เนื่องจากมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จากการวิเคราะห์องค์ประกอบโดยนำกลุ่มกิจกรรม (A) กลุ่ม

ความสนใจ (I) และกลุ่มความคิดเห็น (O) หรือ AIOs ซึ่งเป็นตัวแปรด้านจิตวิทยาที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบในการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ที่สามารถนำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ หาความสัมพันธ์เพื่อจัดรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละกลุ่มบุคคลมาวิเคราะห์โดยใช้วิธีองค์ประกอบหลัก (Principal component) ในการสกัดปัจจัยและหมุนแกนปัจจัยแบบมุมแหลม (Oblique) โดยใช้วิธี Direct oblimin และทดสอบสถิติดังกล่าวข้างต้น เพื่อจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ ทั้งนี้สามารถจัดกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ได้ 5 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5 แสดงการจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ 5 กลุ่ม

กลุ่มที่ 1 กลุ่มเชี่ยวชาญประสบการณ์ (Experiencer)	Factor Loading
รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ที่ชอบท่องเที่ยว ทำกิจกรรม	
ฉันไปท่องเที่ยวต่างจังหวัดหรือต่างประเทศในวันหยุด	.743
ฉันชอบเดินห้างสรรพสินค้าหลังเลิกงาน	.706
ฉันชอบกิจกรรมที่ตื่นเต้น ท้าทาย เช่น เดินป่า เทียวแบบแบ็คแพค	.669
ฉันมักเดินทางท่องเที่ยวไปในที่ใหม่ๆทั้งในและต่างประเทศ	.659
ฉันเล่นกีฬาอย่างมืออาชีพ โดยมีการฝึกฝนเพื่อเข้าร่วมแข่งขันในโอกาสต่าง ๆ	.581
ฉันมีงานอดิเรกที่ทำเป็นประจำนอกเหนือจากการทำงาน อาทิ เล่นดนตรี กีฬา สะสมของ	.539
ฉันมักเปลี่ยนงานเพื่อหาความท้าทายใหม่ๆ	.485
ฉันชอบพบปะและสังสรรค์กับเพื่อนฝูง	.480
ฉันสนใจถกเถียงเรื่องประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม	.460
ฉันสนใจและชอบฟังเพลง	.442
ฉันมักลงทุนในหุ้นหรือกองทุน	.435
ฉันสนใจเกี่ยวกับเรื่องการเมืองในประเทศและต่างประเทศ	.375
ฉันสนใจเทคโนโลยีใหม่ๆ อาทิ มือถือและอุปกรณ์เทคโนโลยีรุ่นใหม่ ๆ	.361
ฉันอยากมีชีวิตหลังเกษียณในต่างจังหวัดหรือต่างประเทศ	.342

ตารางที่ 5 แสดงการจัดรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ 5 กลุ่ม (ต่อ)

กลุ่มที่ 2 กลุ่มครอบครัวเป็นหนึ่ง (Family Centric)	
กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ที่เน้นการทำกิจกรรมกับครอบครัว และความสมดุลของชีวิตส่วนตัว และชีวิตการทำงาน	Factor Loading
ลูกและครอบครัวเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในชีวิตฉัน	.753
ฉันเชื่อว่าการมีอนาคตที่ดีของครอบครัว สิ่งสำคัญที่สุดคือการจัดการเรื่องการบริหารการเงิน	.659
ฉันเห็นด้วยกับการพัฒนาเมืองให้เหมาะกับผู้อยู่สูงวัย	.658
การศึกษาเป็นเรื่องที่จำเป็นสำหรับคนรุ่นใหม่	.649
ฉันคิดว่าการใช้อินเทอร์เน็ตทำให้ชีวิตรวดเร็วขึ้นและประหยัดขึ้น	.631
ฉันเชื่อว่าการมีอนาคตที่ดีของครอบครัว สิ่งสำคัญที่สุดคือการจัดการเรื่องการบริหารการเงิน	.617
ความสำเร็จคือการมีครอบครัวที่มีความสุข	.603
กิจกรรมที่ฉันทำส่วนใหญ่มักทำร่วมกับคนในครอบครัว (ลูก คู่สมรส พ่อแม่)	.545
ฉันพยายามสมดุลชีวิตส่วนตัวและชีวิตการทำงาน	.545
ฉันให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็นอันดับแรก	.521
สำหรับฉันครอบครัวต้องสำคัญกว่างาน	.492
ฉันคิดว่าเมื่อฉันอายุมากขึ้นฉันก็ยังดูแลตัวเองเป็นอย่างดี	.466
ฉันชอบใช้เวลาว่างอยู่กับบ้าน เช่น อ่านหนังสือหรือเล่นอินเทอร์เน็ต	.415
กลุ่มที่ 3 กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ที่เน้นการดูแลสุขภาพ (Healthy)	
	Factor Loading
ฉันชอบออกกำลังกายและดูแลสุขภาพเพื่อให้ตัวเองดูดี	.789
ฉันออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ	.744
ฉันสนใจดูแลสุขภาพตัวเองให้แข็งแรง	.727
กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ศรัทธาธรรม (Believer)	
กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ที่ชอบอยู่บ้าน ทำอาหาร และศึกษาธรรมะ	Factor Loading
ฉันชอบทำอาหาร และขนมหวาน เป็นงานอดิเรก	.678
ฉันมักเข้าวัด ศาสนสถานเพื่อทำบุญและนั่งสมาธิ	.635
ฉันชอบทำอาหารและตกแต่งบ้าน	.630
ฉันสนใจศึกษาธรรมะ และหลักธรรมทางศาสนา	.566
ฉันสนใจกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคมและชุมชน	.354
ฉันพิถีพิถันเลือกอาหารที่มีคุณภาพ และมีประโยชน์	.347

ตารางที่ 5 แสดงการจัดรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ 5 กลุ่ม (ต่อ)

กลุ่มที่ 5 กลุ่มมุ่งความสำเร็จ (Achiever)	Factor Loading
กลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ที่เน้นความสำเร็จในหน้าที่การงานและมีเป้าหมายในชีวิตที่ชัดเจน	
ความสำเร็จของฉันคือมีชื่อเสียงและเกียรติยศ	.726
ฉันต้องการเป็นผู้บริหารระดับสูงในที่ทำงาน	.649
ฉันมีเป้าหมายให้กับตัวเองในทุกช่วงชีวิตเสมอ	.493
ฉันมีกวางแผนและทำเป้าหมายให้เป็นจริงเสมอ	.461
ฉันสนุกกับงานประจำที่ฉันทำอยู่ในปัจจุบัน	.429
ฉันมีงานเสริมนอกจากงานประจำ	.390
ฉันสนใจเรื่องที่อยู่ในกระแสความนิยม	.375
ฉันเป็นคนที่มีทุ่มเทกับการทำงานมักทำงานล่วงเวลาเสมอ	.312

หมายเหตุ: ค่า Eigenvalues เท่ากับ 1.769 และสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ ร้อยละ 3.93 กลุ่มกิจกรรม (A) กลุ่มความสนใจ (I) และกลุ่มความคิดเห็น(O)

จากผลทำให้ผู้วิจัยสามารถสรุปกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 เชี่ยวประสบการณ์ “Experiencer” เจนเอเรชั่นเอ็กซ์ที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่รักการท่องเที่ยว ชอบเข้าสังคม และชอบความท้าทาย รักการท่องเที่ยวเช่น การเดินป่า เทียวแบบแบ็คแพค หรือเที่ยวต่างประเทศ ชอบเดินทางท่องเที่ยวไปในที่ใหม่ๆ ทั้งในและต่างประเทศ เป็นกลุ่มที่เล่นกีฬาอย่างมืออาชีพ โดยมีการฝึกฝนเพื่อเข้าร่วมแข่งขันในโอกาสต่าง ๆ มีงานอดิเรกอื่น ๆ เช่น ดนตรี กีฬา สะสมของ ชอบการเข้าสังคม พบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูง ตลอดจนชอบความท้าทาย สนใจถกเถียงเรื่องประเด็นใหม่ๆ ทางสังคม สนใจด้านการเงิน การลงทุนในหุ้นหรือกองทุน สนใจในเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น มือถือ อุปกรณ์เทคโนโลยีรุ่นใหม่ ๆ ที่น่าสนใจคือเจนเอเรชั่นเอ็กซ์กลุ่มนี้อาจมีชีวิตหลังเกษียณในต่างจังหวัดหรือต่างประเทศ

กลุ่มที่ 2 ครอบครัวเป็นหนึ่ง “Family Centric” เจนเอเรชั่นเอ็กซ์ที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่เน้นการทำกิจกรรมกับครอบครัว และมีความสมดุลกับชีวิตส่วนตัวและชีวิตการทำงาน กลุ่มนี้เชื่อว่าการวางแผนการเงินที่ดีส่งผลให้มีอนาคตของครอบครัวเชื่อว่าความสำเร็จของชีวิตคือการมีครอบครัวที่มีความสุข กิจกรรมที่ทำส่วนใหญ่มักทำ

ร่วมกับคนในครอบครัว ได้แก่ ลูก คู่สมรส พ่อแม่ ให้ความสำคัญกับครอบครัวมากกว่าการทำงาน กลุ่มนี้ชอบใช้เวลาว่างอยู่กับบ้าน เช่น อ่านหนังสือหรือเล่นอินเทอร์เน็ต

กลุ่มที่ 3 รักสุขภาพ “Healthy” กลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ที่เน้นการดูแลสุขภาพ กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เน้นการดูแลสุขภาพผ่านการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพตัวเองให้ดูดีและแข็งแรงอยู่เสมอ

กลุ่มที่ 4 ศรัทธาธรรม “Believer” เป็นกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตชอบอยู่ บ้าน ทำอาหารและศึกษาธรรมะ ชอบการตกแต่งบ้าน ทำอาหารและขนมหวานเป็นงานอดิเรก สนใจศึกษาธรรมะมีหลักธรรมทางศาสนาเข้าวัดทำบุญนั่งสมาธิ ตลอดจนให้ความสำคัญกับการช่วยเหลือสังคม และดูแลสุขภาพอีกด้วย

กลุ่มที่ 5 มุ่งความสำเร็จ “Achiever” กลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ที่เน้นความสำเร็จในหน้าที่การงานและมีเป้าหมายในชีวิตที่ชัดเจน กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เน้นความสำเร็จในหน้าที่การงาน โดยเป็นคนที่มีทุ่มเทกับการทำงาน มักทำงานล่วงเวลาเสมอ ต้องการมีชื่อเสียง ต้องการเป็นผู้บริหารระดับสูงในที่ทำงาน สนุกกับการทำงาน อีกทั้งยังได้ทำงานประจำแ่่งงานเดียว มีเป้าหมายในชีวิตที่ชัดเจนโดยกำหนดเป้าหมายให้กับตัวเองในทุกช่วงชีวิตเสมอ ตลอดจนวางแผนและทำเป้าหมายให้เป็นจริงเสมอ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ค่าสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics)

สมมติฐานที่ 1: กลุ่มเจนเนอร์เซ้นเ็กซ์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยในมิติ ด้านเศรษฐกิจ สุขภาพ และสังคม แตกต่างกัน

ตารางที่ 6 แสดงผลเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยในกลุ่มเจนเนอร์เซ้นเ็กซ์ในมิติ ด้านเศรษฐกิจ สุขภาพ และสังคม ของกลุ่มที่มีอายุแตกต่างกัน

มิติการเตรียมความพร้อม	อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.	คู่ที่แตกต่าง
ด้านเศรษฐกิจ	1.) 37-41 ปี	73	4.14	.445	5.199**	.006	1 > 3, 3 < 1
	2.) 42-46 ปี	76	4.04	.461			
	3.) 47-53 ปี	101	3.90	.542			
ด้านสุขภาพ	1.) 37-41 ปี	73	4.12	.597	2.849	.513	
	2.) 42-46 ปี	76	4.02	.665			
	3.) 47-53 ปี	101	4.00	.733			
ด้านสังคม	1.) 37-41 ปี	72	3.79	.543	.527	.668	
	2.) 42-46 ปี	75	3.58	.527			
	3.) 47-53 ปี	101	3.66	.572			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 พบว่า ประชากรกลุ่มเจนเนอร์เซ้นเ็กซ์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยในมิติด้านเศรษฐกิจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยพบคู่ที่แตกต่างกัน 2 คู่ ด้วยวิธีการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่แบบ Scheffe' ได้แก่

1) กลุ่มเจนเนอร์เซ้นเ็กซ์ที่มีอายุระหว่าง 37-41 ปี มีการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงวัย มากกว่ากลุ่มเจนเนอร์เซ้นเ็กซ์ที่มีอายุระหว่าง 47-53 ปี

2) กลุ่มเจนเนอร์เซ้นเ็กซ์ที่มีอายุระหว่าง 47-53 ปี มีการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงวัย น้อยกว่ากลุ่มเจนเนอร์เซ้นเ็กซ์ที่มีอายุระหว่าง 37-41 ปี

แต่อย่างไรก็ดี กลับพบว่า ประชากรกลุ่มเจนเนอร์เซ้นเ็กซ์ที่อายุแตกต่างกัน มีการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยในมิติด้านสุขภาพ และสังคม ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 : รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเจนเนอร์เซ้นเ็กซ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์การเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเป็นผู้สูงวัยในมิติด้านเศรษฐกิจ สุขภาพ และสังคม

2.1) รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเจนเนอร์เซ้นเ็กซ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์การเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเป็นผู้สูงวัยในมิติด้านเศรษฐกิจ

ตารางที่ 7 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ ที่ร่วมกันพยากรณ์การเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเป็นผู้สูงวัยในมิติด้านเศรษฐกิจ

ตัวแปรพยากรณ์	R ²	R ² Change	สัมประสิทธิ์ถดถอย		t	Sig.
			B	Beta		
กลุ่มที่ 5 กลุ่มมุ่งความสำเร็จ (Achiever)	.334	.334	.370	.377	6.332***	.000
กลุ่มที่ 4 กลุ่มศรัทธาธรรม (Believer)	.303	.069	.208	.264	4.590***	.000
กลุ่มที่ 2 กลุ่มครอบครัวเป็นหนึ่ง (Family Centric)	.422	.019	.178	.160	2.860**	.005

หมายเหตุ : *** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .0001, **นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 7 จากผลการทดสอบการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ โดยวิธีการคัดเลือกตัวแปรแบบขั้นตอนเข้าสมการทีละปัจจัย (Stepwise) พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์การเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเป็นผู้สูงวัยในมิติด้านเศรษฐกิจได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .0001 และ .01 มีทั้งหมด 3 ปัจจัย ตามลำดับความสำคัญ คือ กลุ่มที่ 5 หรือกลุ่มมุ่งความสำเร็จ (Achiever) (กลุ่มที่เน้นความสำเร็จในหน้าที่การงาน และมีเป้าหมายในชีวิตที่ชัดเจน) กลุ่มที่ 4 กลุ่มศรัทธาธรรม (Believer) ที่ชอบอยู่บ้าน ทำอาหาร และศึกษาศาสนะ และกลุ่มที่ 2 กลุ่มครอบครัวเป็นหนึ่ง (Family

Centric) ผู้รักครอบครัว ตามลำดับ ซึ่งทั้ง 3 ปัจจัยสามารถร่วมกันพยากรณ์การเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเป็นผู้สูงวัยในมิติด้านเศรษฐกิจ ได้ร้อยละ 42.2 ทั้งนี้ รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ กลุ่มที่ 5 กลุ่มมุ่งความสำเร็จ (Achiever) เป็นปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) = .377

2.2) รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์การเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเป็นผู้สูงวัยในมิติด้านสุขภาพ

ตารางที่ 8 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ ที่ร่วมกันพยากรณ์การเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเป็นผู้สูงวัยในมิติด้านสุขภาพ

ตัวแปรพยากรณ์	R ²	R ² Change	สัมประสิทธิ์ถดถอย		t	Sig.
			B	Beta		
กลุ่มที่ 4 กลุ่มศรัทธาธรรม (Believer)	.394	.394	.396	.413	8.346***	.000
กลุ่มที่ 3 กลุ่มรักสุขภาพ (Healthy)	.504	.110	.281	.311	6.453***	.000
กลุ่มที่ 2 กลุ่มครอบครัวเป็นหนึ่ง (Family Centric)	.546	.042	.312	.230	4.740***	.000

หมายเหตุ : * *** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .0001

จากตารางที่ 8 จากผลการทดสอบการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ โดยวิธีการคัดเลือกตัวแปรแบบขั้นตอนเข้าสมการทีละปัจจัย (Stepwise) พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์การเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเป็นผู้สูงวัยในมิติด้านสุขภาพได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .0001, มีทั้งหมด 3 ปัจจัย ตามลำดับความสำคัญ คือ กลุ่มที่ 4 กลุ่มศรัทธาธรรม (Believer) ชอบอยู่บ้าน ทำอาหาร และศึกษาธรรมะ รองลงมา คือ กลุ่มที่ 3 กลุ่มรักสุขภาพ (Healthy) เน้นการดูแลสุขภาพ ลำดับต่อมา คือ กลุ่มที่ 2 กลุ่มครอบครัวเป็นหนึ่ง (Family Centric) ชอบทำกิจกรรมกับครอบครัว และความสมดุลของชีวิตส่วนตัวและการทำงาน

ตารางที่ 9 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ ที่ร่วมกันพยากรณ์การเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเป็นผู้สูงวัยในมิติด้านสังคม

ตัวแปรพยากรณ์	R ²	R ² Change	สัมประสิทธิ์ถดถอย		t	Sig.
			B	Beta		
กลุ่มที่ 2 กลุ่มครอบครัวเป็นหนึ่ง (Family Centric)	.361	.361	.473	.475	8.529***	.000
กลุ่มที่ 1 กลุ่มเชี่ยวชาญประสบการณ์ (Experiencer)	.407	.046	.118	.170	2.678**	.008
กลุ่มที่ 5 กลุ่มมุ่งความสำเร็จ (Achiever)	.420	.013	.131	.149	2.348*	.020

หมายเหตุ: * นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, ** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01, *** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .0001

จากตารางที่ 9 จากผลการทดสอบการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ โดยวิธีการคัดเลือกตัวแปรแบบขั้นตอนเข้าสมการทีละปัจจัย (Stepwise) พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์การเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเป็นผู้สูงวัยในมิติด้านสังคมได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .0001, .01 และ .05 มีทั้งหมด 3 ปัจจัย ตามลำดับความสำคัญ คือ **กลุ่มที่ 2** กลุ่มครอบครัวเป็นหนึ่ง (Family Centric) ที่เน้นการทำกิจกรรมกับครอบครัว และความสมดุลของชีวิตส่วนตัวและชีวิตการทำงาน **กลุ่มที่ 1**กลุ่มเชี่ยวชาญประสบการณ์ (Experiencer) ที่รักการท่องเที่ยว ชอบเข้าสังคม และชอบความท้าทาย และ

ซึ่งทั้ง 3 ปัจจัยสามารถร่วมกันพยากรณ์การเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเป็นผู้สูงวัยในมิติด้านเศรษฐกิจ ได้ร้อยละ 54.6 ทั้งนี้ รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ กลุ่มที่ 4 กลุ่มศรัทธาธรรม (Believer) ชอบอยู่บ้าน ทำอาหาร และศึกษาธรรมะ เป็นปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) = .413

2.3) รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์การเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเป็นผู้สูงวัยในมิติด้านสังคม

กลุ่มที่ 5 กลุ่มมุ่งความสำเร็จ (Achiever) เน้นความสำเร็จในหน้าที่การงาน และมีเป้าหมายในชีวิตที่ชัดเจน ตามลำดับ ซึ่งทั้ง 3 ปัจจัยสามารถร่วมกันพยากรณ์การเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเป็นผู้สูงวัยในมิติด้านสังคม ได้ร้อยละ 42 ทั้งนี้ รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ กลุ่มที่ 1 กลุ่มเชี่ยวชาญประสบการณ์ (Experiencer) เป็นปัจจัยที่สามารถพยากรณ์การเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเป็นผู้สูงวัยในมิติด้านสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) = .475

ทั้งนี้ผู้วิจัยมีการตั้งสมมติฐานถึงเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ในช่วงอายุใน 3 ช่วง คือ อายุ 37-41 ปี อายุ 42-46 ปี และ

อายุ 47-53 ปี มีการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมสูงวัยในมิติด้านเศรษฐกิจ สุขภาพ และสังคม เหมือนและแตกต่างกันเช่นไร ในส่วนนี้มีการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งผลจากการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ที่มีอายุระหว่าง 37-41 ปี มีการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมสูงวัยมากที่สุดกว่ากลุ่มที่มีอายุระหว่าง 47-53 ปี และกลุ่ม 42-46 ปี 2) กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ในช่วงอายุทั้งสามช่วงคือ อายุ 37-41 ปี อายุ 42-46 ปี และอายุ 47-53 ปี มีการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมสูงวัยในมิติด้านเศรษฐกิจ สุขภาพ และสังคมไม่แตกต่างกัน

จากสมมติฐานว่ากลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ในช่วงวัยที่แตกต่างกันอาจมีการเตรียมพร้อมสู่ภาวะสูงวัยที่ต่างกันหรือไม่ เนื่องจากบางกลุ่มยังอยู่ในวัยทำงาน ในขณะที่บางกลุ่มเริ่มใกล้วัยเกษียณ แต่จากการค้นพบเห็นว่าการแบ่งแยกกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ตามอายุหรือในเชิงประชากรศาสตร์ให้ผลการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมสูงวัยไม่แตกต่างกันใน 3 มิติด้านเศรษฐกิจ สุขภาพ และสังคม

ในขณะที่สมมติฐานที่ 2 ที่ผู้วิจัยพิจารณาจากรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต่างกันของกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์มีผลต่อการเตรียมความพร้อมในด้านมิติเศรษฐกิจ สุขภาพและสังคมที่ต่างกันหรือไม่อย่างไร ในส่วนนี้ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA) และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเชิงซ้อนด้วยวิธี LSD ได้ผลออกมาดังนี้คือ

กลุ่มมุ่งความสำเร็จ (Achiever) เน้นความสำเร็จในงาน และมีเป้าหมายชัดเจน เป็นมีการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมสูงวัยในมิติด้านเศรษฐกิจมากที่สุด

กลุ่มศรัทธาธรรม (Believer) กลุ่มที่ชอบอยู่บ้าน ทำอาหาร ศึกษาธรรมะ เป็นเป็นกลุ่มที่มีการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมสูงวัยในมิติด้านสุขภาพมากที่สุด

กลุ่มครอบครัวเป็นหนึ่ง (Family Centric) เน้นการทำกิจกรรมกับครอบครัวและรักษาสมาคมส่วนตัวการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมสูงวัยในมิติด้านสังคมมากที่สุด

อภิปรายผล

1. อัตลักษณ์และรูปแบบการดำเนินชีวิตของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ในประเทศไทย การใช้แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมย่อย (Subculture) ทำให้สามารถกำหนดกรอบของกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ ซึ่งเป็นกลุ่มที่กำลังเปลี่ยนผ่านเข้าสู่วัยสูงอายุในอีกไม่นาน โดยสิ่งที่ผู้วิจัยศึกษา คืออัตลักษณ์ของกลุ่มที่มีความโดดเด่นแตกต่างจากกลุ่มเจนเนอเรชั่นอื่น มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีเอกลักษณ์ อีกทั้งมีการยอมรับความไม่แน่นอนของวัยสูงอายุอย่างไร มีการตระหนักรู้ด้วยตัวบุคคลเองหรือไม่ กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ซึ่งผู้วิจัยมองว่าเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยที่มีค่านิยม ความเชื่อ และธรรมเนียมปฏิบัติเป็นของตนเองแตกต่างจากกลุ่มอื่น และมีเป้าหมายเพื่อสร้างอัตลักษณ์ อีกทั้งแนวคิดนี้ยังศึกษาระยะผ่าน (Transition Period) ระยะผ่านของบุคคลที่กำลังเข้าสู่วัยเกษียณ จากงานวิจัยพบว่ากลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ในประเทศไทย มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่สอดคล้องกัน แนวคิดที่ได้มีการอ้างอิงไว้คือกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ ผู้ที่เกิดในปี พ.ศ. 2507-2523 อายุระหว่าง 37-52 ปี (ในปี 2559) โดยมีลักษณะเด่นที่เป็นเอกลักษณ์คือ มีความมุ่งมั่นในการทำงาน เป็นกลุ่มที่มีความกระตือรือร้นในการดำเนินชีวิต ชอบแสวงหาความรู้ใหม่ๆ มีความคิดเปิดกว้างและชอบพัฒนาตนเอง มองหาเป้าหมายของชีวิต ความก้าวหน้า ความสำเร็จ รวมถึงความท้าทายต่าง ๆ เจเนอเรชั่นเอ็กซ์ให้ความสำคัญกับสิ่งที่ทำได้จริงมีความคิดสร้างสรรค์ เปิดรับเทคโนโลยีและนวัตกรรม ความเป็นตัวของตัวเองสูง มีความมั่นใจในตนเอง เป็นผู้ทำงานหนัก มีจริยธรรมในการทำงาน ต้องการความก้าวหน้าเป็นนักปฏิบัติ มีการวางแผนชีวิตและพยายามทำให้สำเร็จ และที่เห็นได้ชัดอีกประการคือความต้องการความมั่นคงทางการเงิน มีการวางแผนการเงิน

แนวคิดที่เกี่ยวกับอัตลักษณ์ของผู้สูงวัยในทัศนะของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ สอดคล้องกับแนวความคิดที่ว่าในยุคสังคมข้อมูลข่าวสาร ความชราเป็นสิ่งที่จัดการได้ยุคที่สถาบันการสื่อสารเริ่มให้ผู้สูงอายุสามารถจัดการตนเองได้เป็นผู้ที่ชะลอหรือหยุดยั้งความชรา ผู้สูงอายุปฏิเสธอัตลักษณ์ด้านลบคือความอ่อนแอและพึ่งพิง เลือก

อัตลักษณ์บางส่วนที่เหมาะสมกับตน สร้างความหมายใหม่ด้วยการยืนยันความเชี่ยวชาญบางด้าน “ผู้สูงวัยหัวใจโฮเทค” “ผู้สูงอายุมีศักยภาพต่อชุมชน” (กัจกร หลุยยะพงศ์)

การวิเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์โดยการวิเคราะห์จิตวิทยาดั้งเดิม ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น (AIOs) ทำให้ได้กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ที่มีอายุในช่วงระหว่าง 36-52 (ในปี 2559) ซึ่งในการแบ่งกลุ่มตามช่วงอายุพบว่าอายุ 36-40 ปี 41-45 ปี และ 46-52 ปี ไม่ได้มีความแตกต่างด้านการเตรียมความพร้อม แต่เมื่อเราใช้รูปแบบการดำเนินชีวิต นอกจากสามารถจำแนกกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ตามรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน ออก เป็น 5 กลุ่มแล้ว ยังทำให้พบว่าในแต่ละกลุ่มจะมีมิติการเตรียมความพร้อมในด้านเศรษฐกิจ สุขภาพและสังคมแตกต่างกันไป โดย 5 กลุ่มมีรูปแบบการดำเนินชีวิตของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ที่ผู้วิจัยให้คำจำกัดความไว้ดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 เชี่ยวประสบการณ์ “Experiencer” มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่รักการท่องเที่ยว ชอบเข้าสังคม และชอบความท้าทาย

กลุ่มที่ 2 ครอบครัวเป็นหนึ่ง “Family Centric” มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เน้นการทำกิจกรรมกับครอบครัว และมีความสมดุลกับชีวิตส่วนตัวและชีวิตการทำงาน

กลุ่มที่ 3 กลุ่มรักสุขภาพ “Healthy” เน้นการดูแลสุขภาพ กลุ่มมีการเน้นการดูแลสุขภาพผ่านการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพตัวเองให้ดูดีและแข็งแรงอยู่เสมอ

กลุ่มที่ 4 ศรัทธาธรรม “Believer” มีรูปแบบการดำเนินชีวิตชอบอยู่ บ้านทำอาหารและศึกษาธรรมะ

กลุ่มที่ 5 มุ่งความสำเร็จ “Achiever” เน้นความสำเร็จในหน้าที่การงาน และมีเป้าหมายในชีวิตที่ชัดเจน พยายามและสนุกกับการทำงาน วางแผนและทำเป้าหมายให้เป็นจริงเสมอ

การศึกษาของกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ของกรุงเทพมหานคร พบว่าส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตสอดคล้องกับกลุ่มมุ่งความสำเร็จ “Achiever” ที่เน้นความสำเร็จในหน้าที่การงาน และมีเป้าหมาย ในชีวิตที่ชัดเจน เป็นคนที่ทุ่มเทกับการทำงาน มักทำงานล่วงเวลาเสมอ ต้องการมี

ชื่อเสียง ต้องการเป็นผู้บริหารระดับสูงในที่ทำงานในขณะเดียวกันยังมีการรักษาสัมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและครอบครัวด้วยจากกลุ่มครอบครัวเป็นหนึ่ง หรือ “Family Centric”

2.การเตรียมความพร้อมก่อนก้าวเข้าสู่การเป็นผู้สูงวัยของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ในมิติด้านเศรษฐกิจ สุขภาพ และสังคม มีการเตรียมความพร้อมด้านเศรษฐกิจในระดับสูงจากการทำงาน เก็บออมทรัพย์ และลงทุนเพื่อความมั่นคงในชีวิตวัยเกษียณ โดยกลุ่มมุ่งความสำเร็จ (Achiever) กลุ่มศรัทธาธรรม (Believer) และกลุ่มรักครอบครัว (Family Centric) เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับมิตินี้มาก

การเตรียมความพร้อมด้านร่างกายและจิตใจ เห็นได้จากกลุ่มรักสุขภาพ “Healthy” ที่เน้นการดูแลสุขภาพผ่านการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพตัวเองให้ดูดี และแข็งแรงอยู่เสมอ และกลุ่มศรัทธาธรรม “Believer” ที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิต ชอบอยู่บ้าน ทำอาหาร และศึกษาธรรมะ จะเห็นได้ว่าทั้งสองกลุ่มนี้มีการดูแลด้านสุขภาพกายและด้านสุขภาพใจได้เป็นอย่างดี

การเตรียมพร้อมด้านสังคม มีการเตรียมความพร้อมด้านที่อยู่อาศัย ด้านสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย การดำเนินการจากภาครัฐ การบริการสาธารณะที่เหมาะสมกับผู้สูงวัย พบว่ากลุ่มครอบครัวเป็นหนึ่ง (Family Centric) กลุ่มเชี่ยวชาญประสบการณ์ (Experiencer) และกลุ่มมุ่งความสำเร็จ (Achiever) มีการเตรียมพร้อมเข้าสู่ภาวะสูงวัยในมิติทางสังคมมาก

จากผลวิจัยพบว่ากลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ จัดเป็นผู้สูงวัยแอคทีฟ “Active Aging” เป็นกลุ่มที่ไม่ได้รอคอยการเกษียณ โดยจะเห็นได้จากการเตรียมความพร้อม ใน 3 มิติ 1) การเตรียมความพร้อมในมิติด้านเศรษฐกิจมีการเตรียมพร้อมในระดับมาก เห็นได้จากการเก็บเงินหรือลงทุนเพื่อให้เพียงพอใช้เมื่อวัยเกษียณมากที่สุด มีจัดการหนี้สินก่อนเข้าสู่วัยสูงอายุ เตรียมเงินออม สะสมทรัพย์ เตรียมพร้อมสำหรับการทำงานที่มั่นคงในวัยเกษียณ การวางแผนรายได้ที่เข้ามารองรับในวัยหลังเกษียณ 2) การเตรียมพร้อมเพื่อเข้าสู่วัยสูงอายุในมิติด้านสุขภาพกายและสุขภาพใจ มีการยอมรับสภาพความเป็นจริงของการเกิด แก่

เจ็บ และตาย มีการควบคุมน้ำหนักให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน รับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเตรียมพร้อมทั้งสุขภาพ กายและใจเพื่อสู่ภาวะสูงวัยอย่างดียิ่ง 3) การเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่วัยสูงอายุในมิติด้านสังคม เตรียมที่อยู่อาศัยที่ปลอดภัย เตรียมสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการอยู่อาศัย มีการวางแผนเมื่อเข้าสู่ภาวะสูงวัยกับครอบครัวและมีสังคมเป็นของตนเอง และส่วนน้อยที่นึกถึงการอยู่คนเดียวเมื่อเข้าสู่วัยเกษียณ

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

เนื่องจากผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเจนเอเรชั่น เอ็กซ์เฉพาะประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นเมืองหลวงของประเทศ โดยประชากรกลุ่มนี้อาจมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างไปจากประชากรที่อยู่ในช่วงวัยเดียวกันที่อาศัยอยู่ในจังหวัดต่าง ๆ ของประเทศไทย จึงเสนอแนะให้มีการทำวิจัยที่สามารถครอบคลุมกลุ่มประชากรที่เกิดในปี พ.ศ. 2507-2523 ทั่วประเทศเพื่อสามารถทำการวางแผนการเตรียมพร้อมในระดับนโยบายได้อย่างเป็นรูปธรรมได้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งข้อมูลที่ได้มาอาจจำแนกรูปแบบการดำเนินชีวิตที่สะท้อนความเป็นคนเมืองมากกว่า

หากมีการเก็บกลุ่มตัวอย่างประชากรที่เป็นคนในต่างจังหวัดทั่วประเทศอาจได้มุมมองของรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนที่แตกต่างกันไป

ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์กลุ่มนี้นับเป็นกลุ่มผู้สูงอายุกลุ่มใหม่ที่จะนำไปสู่แนวคิดใหม่ของการเกษียณ (New Retirement Concept) เนื่องจากกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มผู้สูงวัยที่มีพลังอย่างมากจัดเป็นกลุ่ม “Active Aging” การเตรียมพร้อมสู่สังคมสูงวัยสำหรับเจนเอเรชั่นเอ็กซ์จะมีประสิทธิภาพมากขึ้นหากได้รับการกระตุ้นให้มีการเตรียมพร้อมด้วยตัวเอง จากครอบครัว จากสื่อ โดย การสนับสนุนจากทางภาครัฐ และด้านเทคโนโลยีที่จะเข้ามาสนับสนุนการเตรียมความพร้อมได้อย่างดียิ่ง นอกจากนี้ผู้สูงวัยในกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะทำงานเมื่อเกษียณอายุ ผู้วิจัยมุ่งหวังการเตรียมสภาพแวดล้อมเพื่อให้เมืองแต่ละเมืองมีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้สูงวัย โดยเมืองควรมีการนำแนวคิดของการออกแบบเพื่อประชาชน (Universal Design) มารองรับสังคมสูงวัยในอนาคต อีกทั้งประเด็นการจัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐานและเมืองการผลิตสินค้าและบริการที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้สูงวัยในอนาคตอีกด้วย สุดท้ายประเด็นต่อไปที่ผู้วิจัยเห็นควรศึกษาต่อไปคือ “การศึกษาแนวคิดใหม่ของการเกษียณ” ในกลุ่มคนรุ่นใหม่ในสังคมไทย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. (2552-2555). *การสื่อสารกับผู้สูงอายุ โครงการเมธีวิจัยอาวุโส “กระบวนทัศน์ใหม่ของการสื่อสารไทยศึกษา”*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว).
- ศรียัญญา มงคลศิริ. (2548). *Power gens branding*. พิษณุต พรินท์ติ้ง เซ็นเตอร์: กรุงเทพมหานคร
- กัจกร หลุยยะพงศ์. (2553). *การสื่อสารกับวาทกรรมอัตลักษณ์ผู้สูงอายุในสังคมไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทชั้นบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชานนท์ ศิริธร. (2554). *การเปิดรับสื่อและการยอมรับนวัตกรรมของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเอเรชั่นวาย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทชั้นบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชนี เขยจรรยา. (2558). *แบบจำลองเชิงโครงสร้างการยอมรับและรูปแบบการใช้ประโยชน์จาก เทคโนโลยีการสื่อสารของผู้สูงอายุ*. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
- วราวุธ สุวรรณระดา. (2551). *ระบบบำนาญแห่งชาติ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ธีระ สิ้นเดชารักษ์ และพรทิพย์ เนติภารัตนกุล. (2554). *ความพร้อมของแรงงานนอกระบบกับการเป็นสังคมสูงอายุในประเทศไทย.*,
สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.).

ภาษาอังกฤษ

Assael, H. (2004). *Consumer behavior: A strategic approach*. Boston, MA: Houghton Mifflin.

Schiffman, L.G. and Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behavior*. Prentice Hall, New York.

Shimp, T.A. (2007). *Integrated marketing communications in advertising and promotion (7th ed.)*. China: Thomson South-Western.

Wells, W.D. and Tiger, D, J. (1971). *Attitudes, Interests and Opinions*. *Journal of Advertising Research*. 11, 27-35.