

รายงานการวิจัย

เรื่อง

รูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชนกลุ่ม Baby Boomer

ในชุมชนเมืองของจังหวัดเชียงใหม่

Baby Boomer's Lifestyle in Chiangmai Urban Area



โดย

อาจารย์ปวีณรัตน์ เลิศจิระจรัส

ดร. ศรีสุดา แซ่ลี

อาจารย์ ศิริพร วิษณุมหิมาชัย

อาจารย์ ททัยรัตน์ บุญมี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชนกลุ่ม Baby Boomer ในชุมชนเมืองของจังหวัดเชียงใหม่ ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักวิจัย มหาวิทยาลัยพายัพ

ขอขอบพระคุณ ผศ.ดร.สุคนธ์ ประสิทธิ์วัฒนเสรี และ ผศ.ลำปาง แสงจันทร์ ภาควิชาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่กรุณาให้คำแนะนำด้านสถิติ รศ.พรรณนุช ชัยปิ่นชนะ ดร.กิจจา โตไพบูลย์ และ อ.มนฤดี ม่วงรุ่ง ที่กรุณาให้คำแนะนำเกี่ยวกับแบบสอบถาม ดร.อาชวิน ใจแก้ว อ.ชรรคจิต คุ่มสอน ที่กรุณาให้คำปรึกษา และขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษานี้ จนทำให้การศึกษานี้ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

คณะผู้วิจัยหวังว่างานชิ้นนี้จะประโยชน์สำหรับผู้สนใจเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่ม Baby Boomer เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนทางการตลาดสำหรับสินค้าหรือบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มดังกล่าวได้อย่างตรงจุด

อ.ปวีณรัตน์ เลิศจิระจรัส

ดร.ศรีสุดา แซ่ลี้

อ.ศิริพร วิษณุมหิมาชัย

อ.หทัยรัตน์ บุญมี

ผศ.ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์

คณะผู้วิจัย

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชนกลุ่ม Baby Boomer ในชุมชนเมืองของจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัยกับประชาชนที่มีอายุระหว่าง 50 – 68 ปี ใน 5 อำเภอของจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ อำเภอเมือง สารภี ดอยสะเก็ด สันกำแพง และ สันทราย แบบสอบถามจัดทำขึ้นจากการสัมภาษณ์กลุ่มตามแนวคิดทางจิตวิทยาทางสังคมของ William Lazer โดยวัดจากองค์ประกอบ 3 ประการ คือ กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และ ความคิดเห็น (Opinions) กับกลุ่มตัวอย่าง 583 ตัวอย่าง ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น แบบตามพื้นที่ ใช้สถิติหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Factor Analysis และ Cluster Analysis ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชนกลุ่ม Baby Boomer จำแนกได้ 4 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มสุขภาพดี มีความเป็นผู้นำ สนใจเทคโนโลยี มีร้อยละ 29.84

กลุ่มที่ 2 กลุ่มไม่สนใจอะไรเลย มีร้อยละ 22.86

กลุ่มที่ 3 กลุ่มไม่สนใจเทคโนโลยีและกิจกรรมนอกบ้าน มีร้อยละ 23.74

กลุ่มที่ 4 กลุ่มไม่สนใจการเป็นสมาชิกแต่ใส่ใจสังคมและการเมือง มีร้อยละ 23.56

## Abstract

The objective of this survey research was to find the patterns of baby boomers' lifestyle in Chiangmai urban area. Questionnaires that used to collect the data from people age 50 – 68 in 5 districts of Chiangmai province: amphoe Muang, Serape, Doisaket, Sankamphaeng and Sansai were constructed according to psychographic by William Lazer which measured in 3 components such as activities, interests and opinions. Sample size was 583 with probability sampling. Percentage, mean, standard deviation, factor analysis and cluster analysis were use in analyzing the data. The result could segment baby boomers' lifestyle in Chiangmai urban area into 4 groups as follow.

Group 1 Enthusiastic about wellness, leadership and technology (29.84%)

Group 2 Not enthusiastic about anything (22.86%)

Group 3 Not enthusiastic about technology and outside activities (23.74%)

Group 4 Not interested in club membership but interested in social issues and politics (23.56%)

PAYAP UNIVERSITY

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อ	ข
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย	1
คำถามงานวิจัย	4
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษา	4
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
แนวคิดเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)	6
การทำตลาดตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle Marketing)	8
Baby Boomer Generation: Gen B	9
ทฤษฎีทางสังคมของผู้สูงอายุ (Social Theories of Aging)	12
กรมกิจการผู้สูงอายุ	16
5 ธุรกิจทองปี 57 (ตอนที่ 5) ธุรกิจบริการผู้สูงอายุ...กับโอกาสของผู้ประกอบการไทย	19
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24
กรอบแนวคิดในการวิจัย	25
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	26
ขอบเขตการศึกษา	26
การกำหนดขนาดตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง	26
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	27
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	27
การวิเคราะห์ข้อมูล	36
บทที่ 4 ผลการศึกษา	39
ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	39
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านการทำกิจกรรม	41
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านความสนใจ	51
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านความคิดเห็น	63

	หน้า
ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์การจัดกลุ่มประชาชนกลุ่ม Baby Boomer โดยใช้ Cluster Analysis ตามรูปแบบการดำเนินชีวิต	73
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	86
สรุปผลการศึกษา	86
อภิปรายผล	89
ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ	91
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	91
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	
ภาคผนวก ข ประวัติผู้วิจัย	

PAYAP UNIVERSITY

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนประชากรทุกช่วงอายุและจำนวนประชากรอายุ 50 – 68 ปี ใน 5 อำเภอ	3
2	แสดงส่วนประกอบต่างๆ ของ AIOs เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต	7
3.1	แสดงจำนวนประชากร จำนวนตัวอย่างตามสัดส่วน และจำนวนตัวอย่างเก็บได้จริง	27
3.2	แสดงข้อคำถามในประเด็นเรื่องการทำงาน	28
3.3	แสดงข้อคำถามในประเด็นเรื่องการทำงานอดิเรก	28
3.4	แสดงข้อคำถามในประเด็นเรื่องการทำกิจกรรมทางสังคม	29
3.5	แสดงข้อคำถามในประเด็นเรื่องการทำกิจกรรมวันหยุดพักผ่อน	29
3.6	แสดงข้อคำถามในประเด็นเรื่องการทำกิจกรรมบันเทิง	29
3.7	แสดงข้อคำถามในประเด็นเรื่องการเป็นสมาชิกสโมสร	29
3.8	แสดงข้อคำถามในประเด็นเรื่องการทำกิจกรรมภายในชุมชน	30
3.9	แสดงข้อคำถามในประเด็นเรื่องการซื้อสินค้า	30
3.10	แสดงข้อคำถามในประเด็นเรื่องการเล่นกีฬา	30
3.11	แสดงข้อคำถามในประเด็นความสนใจเรื่องครอบครัว	31
3.12	แสดงข้อคำถามในประเด็นความสนใจเรื่องบ้าน	31
3.13	แสดงข้อคำถามในประเด็นความสนใจเรื่องงานอาชีพ	31
3.14	แสดงข้อคำถามในประเด็นความสนใจเรื่องกิจกรรมในชุมชน	31
3.15	แสดงข้อคำถามในประเด็นความสนใจเรื่องสันทนาการ	32
3.16	แสดงข้อคำถามในประเด็นความสนใจเรื่องแฟชั่น	32
3.17	แสดงข้อคำถามในประเด็นความสนใจเรื่องอาหาร	32
3.18	แสดงข้อคำถามในประเด็นความสนใจเรื่องสื่อ	32
3.19	แสดงข้อคำถามในประเด็นความสนใจเรื่องความสำเร็จ	33
3.20	แสดงข้อคำถามในประเด็นความคิดเห็นเรื่องเกี่ยวกับตนเอง	33
3.21	แสดงข้อคำถามในประเด็นความสนใจเรื่องสังคม	33
3.22	แสดงข้อคำถามในประเด็นความสนใจเรื่องการเมือง	34
3.23	แสดงข้อคำถามในประเด็นความสนใจเรื่องธุรกิจ	34
3.24	แสดงข้อคำถามในประเด็นความสนใจเรื่องการศึกษา	34
3.25	แสดงข้อคำถามในประเด็นความสนใจเรื่องเศรษฐกิจ	34
3.26	แสดงข้อคำถามในประเด็นความสนใจเรื่องสินค้า	35
3.27	แสดงข้อคำถามในประเด็นความสนใจเรื่องวัฒนธรรม	35
3.28	แสดงข้อคำถามในประเด็นความสนใจเรื่องอนาคต	35

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.1	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเขตอำเภอ	39
4.2	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	40
4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	40
4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	41
4.5	แสดงค่า Communalities ก่อนการสกัดองค์ประกอบ (Initial) และหลังการสกัดองค์ประกอบ (Extraction) ของตัวแปรด้านการทำกิจกรรมจำนวน 36 ตัวแปร	42
4.6	แสดงค่า KMO and Bartlett's Test ของตัวแปรด้านการทำกิจกรรมจำนวน 36 ตัวแปร	44
4.7	แสดงค่า Total Variance Explained ของตัวแปรด้านการทำกิจกรรมจำนวน 36 ตัวแปร	45
4.8	แสดงค่า Rotated Component Matrix ของตัวแปรด้านการทำกิจกรรมจำนวน 36 ตัวแปร	46
4.9	แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (s.d.) ของความคิดเห็นในตัวแปรด้านการทำกิจกรรมจำนวน 36 ตัวแปร และการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย	49
4.10	แสดงค่า Communalities ก่อนการสกัดองค์ประกอบ (Initial) และหลังการสกัดองค์ประกอบ (Extraction) ของตัวแปรด้านความสนใจ	51
4.11	แสดงค่า Communalities ก่อนการสกัดองค์ประกอบ (Initial) และหลังการสกัดองค์ประกอบ (Extraction) ของตัวแปรด้านความสนใจจำนวน 33 ตัวแปร	53
4.12	แสดงค่า Communalities ก่อนการสกัดองค์ประกอบ (Initial) และหลังการสกัดองค์ประกอบ (Extraction) ของตัวแปรด้านความสนใจจำนวน 32 ตัวแปร	54
4.13	แสดงค่า KMO and Bartlett's Test ของตัวแปรด้านความสนใจจำนวน 32 ตัวแปร	56
4.14	แสดงค่า Total Variance Explained ของตัวแปรด้านความสนใจจำนวน 32 ตัวแปร	57
4.15	แสดงค่า Rotated Component Matrix ของตัวแปรด้านความสนใจจำนวน 32 ตัวแปร	58
4.16	แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (s.d.) ของความคิดเห็นในตัวแปรด้านความสนใจจำนวน 32 ตัวแปร และการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย	61



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.17	แสดงค่า Communalities ก่อนการสกัดองค์ประกอบ (Initial) และหลังการสกัดองค์ประกอบ (Extraction) ของตัวแปรด้านความคิดเห็นจำนวน 36 ตัวแปร	63
4.18	แสดงค่า Communalities ก่อนการสกัดองค์ประกอบ (Initial) และหลังการสกัดองค์ประกอบ (Extraction) ของตัวแปรด้านความคิดเห็นจำนวน 32 ตัวแปร	65
4.19	แสดงค่า KMO and Bartlett's Test ของตัวแปรด้านความคิดเห็นจำนวน 32 ตัวแปร	66
4.20	แสดงค่า Total Variance Explained ของตัวแปรด้านความคิดเห็นจำนวน 32 ตัวแปร	67
4.21	แสดงค่า Rotated Component Matrix ของตัวแปรด้านความคิดเห็นจำนวน 32 ตัวแปร	68
4.22	แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (s.d.) ของความคิดเห็นในตัวแปรด้านความคิดเห็นจำนวน 26 ตัวแปร และการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย	71
4.23	แสดงด้านที่วิเคราะห์องค์ประกอบ ตัวแปรที่อยู่ในองค์ประกอบ ชื่อกลุ่ม และชื่อตัวแปรขององค์ประกอบ	73
4.24	แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่มที่เปลี่ยนไปในแต่ละรอบของการคำนวณ (Iteration History)	75
4.25	แสดงระยะห่างระหว่างค่ากลางของแต่ละกลุ่ม	76
4.26	แสดงจำนวนสมาชิกที่ถูกจัดอยู่ในแต่ละกลุ่ม	76
4.27	แสดงผลการวัดความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มองค์ประกอบของประชาชนกลุ่ม Baby Boomer จำนวน 4 กลุ่ม (Cluster) ตาม AIOs	78
4.28	แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่มจำแนกตามกลุ่มองค์ประกอบ (ตัวแปร) ในการจัดครั้งสุดท้าย (Final Cluster Centers)	79
4.29	แสดงค่าสถิติในการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (One Way ANOVA) แบ่งประชาชนกลุ่ม Baby Boomer ที่มีการจัดกลุ่มโดยจำแนกตามเพศ รายได้ และอาชีพ	81
4.30	แสดงจำนวนและร้อยละของประชาชนกลุ่ม Baby Boomer จำแนกตามกลุ่มและรายได้ต่อเดือน	82
4.31	แสดงจำนวนและร้อยละของประชาชนกลุ่ม Baby Boomer จำแนกตามกลุ่มและอาชีพ	84

## สารบัญภาพ

แผนภาพที่		หน้า
1	แสดงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและบริโภคสินค้า	2
2.1	แสดงโครงสร้างของกรมกิจการผู้สูงอายุ	16
2.2	แสดงสัดส่วนของผู้สูงอายุต่อจำนวนประชากรในประเทศต่างๆ	20
2.3	แสดงราคาแฮมเบอร์เกอร์จาก The Big Mac Index 2014	21
3	แสดงข้อมูลระยะห่างของแต่ละ case จากค่ากลางของกลุ่ม (Cluster)	77

PAYAP UNIVERSITY