

# โมเดลเชิงสาเหตุการเตรียมความพร้อมสำหรับสังคมผู้สูงอายุตามหลัก พุทธจิตวิทยาเพื่อเข้าสู่การตลาดในทศวรรษหน้า\*

## A CAUSAL MODEL OF PREPARATION FOR AGING SOCIETY BASED ON BUDDHIST PSYCHOLOGY FOR MARKETING APPROACH IN THE NEXT DECADE

พันทิวา กฤษฎาชาตรี

Puntiwa Kritsadachatree

กมลาศ ภูวนาธิพงศ์

Kamalas Phoowachanathipong

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand

E-mail: kpuntiwa@gmail.com

### บทคัดย่อ

บทความวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุการเตรียมความพร้อมสำหรับสังคมผู้สูงอายุตามหลักพุทธจิตวิทยาเพื่อเข้าสู่การตลาดในทศวรรษหน้า 2) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุการเตรียมความพร้อมสำหรับสังคมผู้สูงอายุตามหลักพุทธจิตวิทยาเพื่อเข้าสู่การตลาดในทศวรรษหน้า งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยผสมวิธีแบบพหุระยะ โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อตรวจสอบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและเสริมการวิจัยอนาคตด้วยเทคนิค EDFR เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการเชิงคุณภาพจากงานเอกสาร วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติแบบบรรยายและค่าสหสัมพันธ์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป รวมทั้งตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยโปรแกรม LISREL ผลการวิจัย พบว่า โมเดลเชิงสาเหตุฯ ที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้ค่า  $\chi^2 = 80.73$ ,  $df = 68$ ,  $p = .138$ ,  $GFI = .980$ ,  $AGFI = .960$ ,  $RMSEA = .019$ ,  $RMR = .022$  โดยมีแนวคิดโยนิโสมนสิการเป็นตัวแปรส่งผ่าน ผลการวิเคราะห์หันทามติของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับรูปแบบการเตรียมความพร้อมฯ ด้วยเทคนิค EDFR พบว่า ค่าพิสัยควอไทล์ (Q3 - Q1) ไม่เกิน 1.50 ความแตกต่างระหว่างมัธยฐานและฐานนิยม ไม่เกิน 1.00 แสดงให้เห็นว่า ผู้ทรงคุณวุฒิมีความคิดเห็นสอดคล้องกัน (Consensus) ดังนั้น โมเดลเชิงสาเหตุฯ ที่พัฒนาขึ้นแสดงให้เห็นว่าความพร้อมของผู้สูงอายุเพื่อเข้าสู่การตลาดในทศวรรษหน้าโดยมีหลักโยนิโสมนสิการและกัลยาณมิตรเป็นองค์ประกอบจะทำให้ผู้สูงอายุมีความพร้อมในมิติของการมองโลก (Cosmic Dimension: C) มิติการมองตน (Self-Dimension: S) มิติด้านสัมพันธ์ภาพต่อผู้อื่น

---

\* Received 3 March 2020; Revised 30 March 2020; Accepted 30 March 2020



และสังคม (Social and personal relations dimension: S) และความสามารถทางจิตวิญญาณ (Spiritual Ability: S) จึงเป็นโมเดล C3S for Smart Aging มีอิทธิพลต่อแนวคิดของผู้สูงอายุในอีก 10 ปีข้างหน้า

**คำสำคัญ:** โมเดลเชิงสาเหตุ, สังคมผู้สูงอายุ, หลักพุทธจิตวิทยา, การตลาดในทศวรรษหน้า

## Abstract

The objectives of this dissertation were 1) to develop a casual model of preparation for aging society based on Buddhist psychology for marketing approach in the next decade; 2) to validate and propose a casual model of preparation for aging society based on Buddhist psychology for marketing approach in the next decade. Multi-phase mixed methods research using a quantitative method to extend qualitative results and EDFR technique of future research was used for research design. Content analysis and analytic induction were used for qualitative analysis. For quantitative data, descriptive statistics and correlation were analyzed by computer package. In addition, the validation of the model with empirical data, direct and indirect effects were analyzed by LISREL program. The research results were as follows: Validated result of a causal model of preparation for aging society based on Buddhist psychology for marketing approach in the next decade showed that developed model fit with empirical data with  $\chi^2 = 80.73$ ,  $df = 68$ ,  $p = .138$ ,  $GFI = .980$ ,  $AGFI = .960$ ,  $RMSEA = .019$ ,  $RMR = .022$ . Interesting result showed that characteristics of the elderly have indirect effect towards readiness of the elderly to enter the market in the next decade by having concept of Yonisomanasikara as a mediator. Result of the experts' consensus on a causal model of preparation for aging society based on Buddhist psychology for marketing approach in the next decade using EDFR technique indicated that all items have been accepted the consensus from experts with interquartile range (Q3-Q1) less than 1.50, and the absolute of median and mode difference less than 1.00. Therefore, the developed model showed that the readiness of the elderly to entering the market in the next decade, with the principles of Yonisomanasikara and Kalyanamitra as a component will lead the elderly to be ready for Cosmic dimension (C), Self-Dimension (S), Social and personal relations dimension (S), Spiritual ability (S). It is a C3S model for Smart Aging that effect to mindset of the elderly in the next decade.



**Keywords:** Causal Model, Aging Society, Buddhist Psychology, Marketing In The Next Decade

## บทนำ

ความท้าทายของโลกในปัจจุบันคงหนีไม่พ้นสังคมผู้สูงอายุ หนึ่งในหลายๆ เมกะเทรนด์ที่กำลังเกิดขึ้นโดยเฉพาะกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาที่มีอัตราเร่งของผู้สูงวัยที่สูงขึ้นอย่างรวดเร็ว จากข้อมูลพบว่า ประเทศไทยใกล้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ ผู้สูงอายุหรือผู้มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ในปี 2560 มีอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.7 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) และคาดว่าในปี 2564 สัดส่วนผู้สูงอายุจะเพิ่มถึงร้อยละ 20 และสัดส่วนดังกล่าวจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี 2579 จะมีสัดส่วนผู้สูงอายุมากถึงร้อยละ 30 ขณะที่วัยเด็กและวัยแรงงานมีสัดส่วนลดลงเหลือร้อยละ 14 และร้อยละ 15 ตามลำดับ สังคมผู้สูงอายุส่งผลกระทบในวงกว้างทั้งในแง่ของความเป็นอยู่ สังคมและเศรษฐกิจของประเทศ ประเทศไทยเองได้กำหนดนโยบายเพื่อการวางแผนรองรับสังคมผู้สูงอายุ ตามร่างยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (2560 – 2579) กล่าวถึงสังคมผู้สูงอายุในประเทศไทย ที่จะกลายเป็นสังคมสูงวัยระดับสุดยอดในปี 2579 และแผนการพัฒนาคมนในทุกมิติและทุกช่วงวัย ให้มีศักยภาพในการร่วมกันพัฒนาประเทศ สามารถปรับตัวรองรับบริบทการพัฒนาในอนาคต มีความพร้อมทั้งกายใจ สติปัญญา มีทักษะในการวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต มีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลง มีจิตสำนึกวัฒนธรรมที่ดีงาม คุณค่าความเป็นไทย และมีความรับผิดชอบ โดยเล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในอนาคตให้เกิดความสมดุล มั่นคงและยั่งยืน เพื่อให้เกิดการพัฒนาในทุกมิติ ทั้งในระดับปัจเจก ครอบครัว องค์กร และประเทศชาติ จากจำนวนประชากรสูงวัยที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการศึกษาหรืองานวิจัยในหลากหลายสาขา เช่น สาขาด้านการบริการ (การขนส่ง สุขภาพ สินค้า และบริการ) ด้านสังคม (การดูแลทางสังคม การมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุ) และยังหมายรวมถึงการสร้างสภาพแวดล้อมที่ดี (ที่อยู่อาศัย การวางผังเมือง และสิ่งปลูกสร้างต่าง ๆ) ที่เกี่ยวข้องกับ การป้องกันและแก้ปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้อันเกิดจากผลกระทบของสังคมผู้สูงอายุ สิ่งที่เกิดขึ้นสะท้อนถึงความสำคัญของผู้บริโภคกลุ่มนี้ ที่มีสัดส่วนที่สูงขึ้นอย่างรวดเร็วและจะทวีความสำคัญมากขึ้น ทั้งจากขนาดของตลาดที่จะขยายตัวและกลายมาเป็นผู้บริโภคกลุ่มหลักในอนาคต ยังรวมถึงความต้องการสินค้าและบริการที่จะมีสัดส่วนที่แตกต่างไป ถือเป็นความท้าทายใหม่ของทุกภาคส่วน (ร่างยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (2560 – 2579), 2560)

สำหรับภาคธุรกิจ สังคมผู้สูงอายุถือเป็นโอกาสที่จะศึกษา ทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมความต้องการไลฟ์สไตล์ รวมไปถึงทัศนคติที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีต่อปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัวอย่างถ่องแท้ โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์สังคมสูงวัยถือเป็นความท้าทายของการวิจัยและพัฒนาเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงวัยให้ดีขึ้น



การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ ในระยะเวลา 10 – 20 ปี ต่อจากนี้ไป ส่งผลต่อศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ รูปแบบการใช้จ่าย การลงทุนและการออม ตลอดจนค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ ความมั่นคงทางสังคมและคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ แนวโน้มของผู้สูงอายุในทศวรรษหน้า มีความชัดเจนว่าผู้สูงอายุมีจำนวน และความเข้มแข็ง ทางด้านการเงินมากขึ้น ก่อให้เกิดมุมมองที่แตกต่างไป โดยข้อมูลประชากรที่ปรากฏเป็นการ ยืนยันว่า นักการตลาดควรให้ความสำคัญต่อสังคมผู้สูงอายุที่นานาประเทศกำลังเผชิญอยู่ใน ปัจจุบัน การพัฒนาเข้าสู่ยุค 4.0 ซึ่งเป็นยุคที่การตลาดต้องสามารถเจาะเข้าถึงจิตวิญญาณของ ลูกค้า ในบริบทที่พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงรวดเร็วมาก จากการใช้สื่อ Social Media และเทคโนโลยีต่าง ๆ เกิดข้อมูลมหาศาลบนโลก หลายแบรนด์ต้องปรับตัวอย่างรวดเร็วและแรง เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น (Philip Kotler et al., 2016) การเชื่อมต่อระหว่างกัน พลวัตทางสังคม การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและการรุกของอินเทอร์เน็ตอย่างรวดเร็วเป็น สิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ งานของนักการตลาดในทศวรรษที่ 21 อาจกล่าวได้ว่าเป็นงานที่ยาก (Reketttye Gábor, 2016) ดังนั้น การสื่อสารที่รวดเร็ว และใช้เทคโนโลยีผ่านช่องทางการ สื่อสารเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจึงจำเป็นและสำคัญต่อนักการตลาด ในขณะเดียวกันสิ่งที่จะ เกิดขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ต่อผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ในอนาคตคือ ผู้สูงอายุ หากไม่รู้เท่าทันต่อ กระแสโลกาภิวัตน์ที่เข้มข้นขึ้นอย่างต่อเนื่อง ความเสี่ยงและทำลายต่อการปรับตัว การเคลื่อนย้ายอย่างเสรีและรวดเร็วของผู้คน เงินทุน ข้อมูลข่าวสาร องค์กรความรู้และเทคโนโลยี สินค้าและบริการ รวมทั้งอาชญากรรม การล่อลวง ผ่านช่องทางออนไลน์และแพลตฟอร์ม ต่าง ๆ ที่มีความทันสมัยและก้าวล้ำมากขึ้น สอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติ ว่าด้วย การพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2561 – 2580) ที่ได้ให้ความสำคัญในการ พัฒนาเทคโนโลยีในประเทศควบคู่ไปกับการพัฒนาคนและเศรษฐกิจไปพร้อม ๆ กัน ด้วยเห็นว่า เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อประชาชนทุกระดับชั้น นับตั้งแต่ระดับ ปัจเจก ภาคประชาชน ภาคเอกชน ภาครัฐและองค์กรต่าง ๆ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ดิจิทัลเป็นการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว ยากต่อการคาดเดาต่อการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ดังนั้น การพัฒนาจึงต้องควบคู่ไปกับการตระหนักรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงและปัจจัยที่จะเกิดขึ้นทั้งด้าน บวกและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในอนาคต (นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัล เพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2561 - 2580), 2562)

งานวิจัยนี้มุ่งเป้าหมายไปที่การเปลี่ยนแปลงไปสู่มุมมองเชิงบวก การใช้งานและการ พัฒนาที่มุ่งเน้นสังคมผู้สูงอายุ เพื่อให้เป็นสังคมสำหรับทุกเพศทุกวัย ความเป็นไปได้ของสังคม ยุคใหม่ สำหรับสังคมผู้สูงอายุในศตวรรษหน้า หลักการคือ ผู้สูงอายุควรได้รับการปฏิบัติอย่าง เป็นธรรม ไม่ว่าจะเป็น อายุ เพศ เชื้อชาติหรือศาสนาใด ในขณะเดียวกันผู้วิจัยเองมองเห็น ปัญหาอันมีผลกระทบจากสังคม ทั้งในแง่ของเทคโนโลยีที่ก้าวล้ำ มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วและ ต่อเนื่อง และองค์กรต่าง ๆ รวมถึงนักการตลาดเอง ต่างก็ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี และข้อมูล



ข่าวสารในการทำการตลาดเพื่อกระตุ้นการจับจ่ายของผู้บริโภค ดังนั้นการมีชีวิตที่ยืนยาวจึงไม่เพียงพอต่อผู้สูงอายุในอนาคต ผู้สูงอายุต้องมีคุณภาพชีวิตที่ดีและมีความสุข ดังคำกล่าวที่ว่า “แก่อย่างมีคุณค่า ชราอย่างมีสุข” (อาชัญญา รัตนอุบล และคณะ, 2552) โดยผู้วิจัยเล็งเห็นว่าการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วสามารถส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของกลุ่มคนที่กำลังจะก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ หากไม่มีการเตรียมความพร้อมทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจให้มีความเข้มแข็งและรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน รู้เท่าทันชีวิต รู้เท่าทันใจตน รู้เท่าทันมนุษย์ และสังคม ตลอดจนรู้เท่าทันการมีคุณค่าจากภายในตน ซึ่งเรียกว่าเป็น “วิธีการแห่งปัญญา” (รุ่งลาวัลย์ ละอามาศ, 2558) เป็นการสร้างการเรียนรู้ให้เกิดโยนิโสมนสิการและความเป็นกัลยาณมิตรต่อกัน สร้างการเรียนรู้เชิงบูรณาการของหลักพระพุทธศาสนากับจิตวิทยา เป็นเหมือนเครื่องมือในการดำเนินชีวิตได้อย่างมีความสุขในสังคมที่มีสิ่งยั่วยุต่าง ๆ เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบันได้เป็นอย่างดี โดยงานวิจัยนี้ต้องการศึกษาถึงองค์ประกอบที่ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ ศึกษาแนวคิด เพื่อนำไปสู่การเตรียมความพร้อมสำหรับสังคมผู้สูงอายุตามหลักพุทธจิตวิทยาเพื่อเข้าสู่การตลาดในทศวรรษหน้า

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุการเตรียมความพร้อมสำหรับสังคมผู้สูงอายุตามหลักพุทธจิตวิทยาเพื่อเข้าสู่การตลาดในทศวรรษหน้า
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุการเตรียมความพร้อมสำหรับสังคมผู้สูงอายุตามหลักพุทธจิตวิทยาเพื่อเข้าสู่การตลาดในทศวรรษหน้า

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยผสมวิธีแบบพหุระยะ (Multi-phase Mixed Methods Research) ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อขยายผลการวิจัยเชิงคุณภาพ (Quantitative Method to Extend Qualitative Results) และการวิจัยอนาคต (Future Research) ด้วยเทคนิค Ethnographic Delphi Futures Research (EDFR) (ลำพอง กลมกุล, 2554) เป็นเทคนิคการวิจัยอนาคตที่แพร่หลายและตอบสนองการวิจัยอนาคตวิธีหนึ่งในปัจจุบัน กล่าวได้ว่าเป็นเทคนิคการวิจัยและระเบียบวิธีอย่างเป็นทางการที่ใช้ในการสำรวจและศึกษาแนวโน้มความเป็นไปได้ในอนาคตรวมทั้งแนวโน้มที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ ทั้งที่คาดว่าเป็นไปได้และเป็นไปไม่ได้ (จุมพล พูลภัทรชีวิน, 2551) เพื่อเสริมการวิจัยให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถทำนายภาพอนาคตการเตรียมความพร้อมสำหรับสังคมผู้สูงอายุตามหลักพุทธจิตวิทยาในบริบทของการตลาดในทศวรรษหน้าได้ สามารถที่จะปิดช่องว่างของการวิจัยที่อาจจะไม่สามารถหาข้อมูลได้ครบหากใช้วิธีการวิจัยเพียงวิธีเดียว ผู้วิจัยได้แสดงรายละเอียดในการออกแบบการวิจัย โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง (Sampling Design) การ



ออกแบบการพัฒนาเครื่องมือวิจัย (Measurement Design) และการออกแบบการวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis Design) โดยวิธีการดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ระยะดังต่อไปนี้

**ระยะที่ 1** การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลปัจจัยและแนวคิดต่าง ๆ จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย และศึกษาภาคสนามโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญ ด้านพระพุทธศาสนาที่มีคุณสมบัติทางด้านหลักธรรม ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา และผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดผลิตภัณฑ์และบริการ และมีตำแหน่งบริหารในองค์กรหรือหน่วยงานโดยซึ่งมีความสอดคล้องกับการให้ข้อมูลสำคัญในงานวิจัย ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจงจำนวน 17 รูป/คน ตามจำนวนขั้นต่ำการทำวิจัยด้วยเทคนิค EDFR

### **เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล**

สำหรับระยะที่ 1 เครื่องมือในการใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะพัฒนาขึ้นเองโดยแบ่งแนวคำถามเพื่อกำหนดเค้าโครงให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาภาพรวมของงานวิจัยและศึกษาตัวแปรหรือปัจจัยที่มีต่อความสัมพันธ์ในการเตรียมความพร้อมสำหรับผู้สูงอายุ และวิวัฒนาการทางการตลาดในทศวรรษหน้า โดยใช้แนวคำถามในการสัมภาษณ์แบ่งลักษณะของแบบสอบถามเป็น 2 ตอน ได้แก่ 1) แนวคำถามเพื่อศึกษาสภาพโครงสร้างของสังคมผู้สูงอายุปัจจุบัน เพื่อคาดการณ์ภาพอนาคต 2) แนวคำถามเพื่อพัฒนาและยืนยันกรอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ โมเดลการเตรียมความพร้อมสำหรับผู้สูงอายุตามหลักพุทธจิตวิทยา ในบริบทของการตลาดในทศวรรษหน้า ผู้วิจัยนำแนวคำถามที่สร้างขึ้นนำเสนอและปรึกษาอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของคำถามวิจัย เนื้อหาที่ต้องการทราบ ความเหมาะสมของปริมาณคำถาม และความชัดเจนของภาษา

### **การเก็บรวบรวมข้อมูล**

การเก็บรวบรวมในระยะที่ 1 นี้ ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) รวมทั้งหมด 17 รูป/คน โดยเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง ผู้วิจัยส่งหนังสืออย่างเป็นทางการโดยคำรับรองจากผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธจิตวิทยา เพื่อขอสัมภาษณ์ด้วยตนเอง พร้อมส่งบริบทและแนวทางคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์ล่วงหน้า กำหนด วัน เวลา และสถานที่ในการสัมภาษณ์ และผู้วิจัยขออนุญาตจากผู้เชี่ยวชาญในการสัมภาษณ์ที่จะบันทึกเสียง หลังจากได้ข้อมูลการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยทำการถอดเทปและสังเคราะห์บทสัมภาษณ์ โดยระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูลระยะที่ 1 นี้ใช้เวลาประมาณ 2 เดือน

### **การวิเคราะห์ข้อมูล**

ในระยะที่ 1 ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหาสาระที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการนำคำตอบที่ได้มาวิเคราะห์ (Content Analysis) และสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Analytic Induction) โดยนำข้อมูลมาเรียบเรียงและจำแนกอย่างเป็นระบบ จากนั้นนำมาตีความหมายและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ และสร้างข้อสรุปจากข้อมูลต่าง ๆ ที่รวบรวมได้ เพื่อยืนยันกรอบ



แนวคิดในการวิจัยเพื่อพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุการเตรียมความพร้อมสำหรับผู้สูงอายุตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับการตลาดในทศวรรษหน้า

**ระยะที่ 2** การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยจะใช้ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากการวิจัยในระยะที่ 1 การสัมภาษณ์เชิงลึกมาสังเคราะห์ เพื่อสร้างเป็นแบบสอบถามการวิจัย และพัฒนาโมเดลการเตรียมความพร้อมสำหรับผู้สูงอายุตามหลักพุทธจิตวิทยาเพื่อเข้าสู่การตลาดในทศวรรษหน้า และนำมาตรวจสอบความตรงและมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีรายละเอียดของการดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากร คือ กลุ่มประชากรที่อยู่ในวัยผู้ใหญ่ตอนปลาย (อายุระหว่าง 39-55 ปี) ประกอบด้วย พนักงานบริษัทเอกชน ผู้ประกอบการ ผู้บริหาร และกลุ่มประชากรทั่วไปที่อยู่ในเกณฑ์ตามที่ผู้วิจัยกำหนด และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร แฮร์ และคณะ (Joseph F Hair et al., 1998) คือใช้ขนาด 13 คนต่อ 1 พารามิเตอร์ที่ต้องการ ประมาณค่าหรือคำนวณจากเส้น (Path) ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในกรอบแนวคิดการวิจัยในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวนพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณ 39 พารามิเตอร์ หรือมีจำนวนเส้นทางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในโมเดลกรอบแนวคิดทั้งหมด 39 เส้นทาง ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจะอยู่ที่ 507 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยการ Random จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ได้รับแบบสอบถามกลับคืนจำนวน 500 ฉบับ คิดเป็นอัตราการตอบกลับร้อยละ 99

### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสำหรับระยะที่ 2 นี้จะเป็นแบบสอบถามจำนวน 1 ชุด แบ่งสาระสำคัญออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน เป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist) เพื่อสำรวจข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามวัดคุณลักษณะของผู้สูงอายุในทศวรรษหน้า โดยผู้วิจัยจะสร้างเครื่องมือตามกรอบแนวคิดที่ได้ศึกษาจากภาคสนาม

ส่วนที่ 3 แบบวัดคุณลักษณะเชิงพุทธที่เป็นภาวะแวดล้อม และมีผลต่อการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ ตามหลักกัลยาณมิตร

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามวัดความพร้อมสำหรับผู้สูงอายุด้านสังคมผู้สูงอายุตามหลักโยนิโสมนสิการในบริบทการตลาดในทศวรรษหน้า โดยผู้วิจัยสร้างเครื่องมือตามกรอบแนวคิดที่ได้ศึกษาจากภาคสนามแนวความคิดการตลาดในทศวรรษหน้า

ส่วนที่ 5 แบบวัดคุณลักษณะการเตรียมความพร้อมสำหรับผู้สูงอายุด้านจิตวิทยาในทศวรรษหน้า ตามหลักแนวคิดภาวะธรรมทัศน์ในวัยผู้สูงอายุ ด้านมิติการมองโลก มองตน



สัมพันธภาพต่อผู้อื่นและสังคม และความสามารถทางด้านจิตวิญญาณ โดยผู้วิจัยจะสร้างเครื่องมือตามกรอบแนวคิดที่ได้ศึกษาจากภาคสนาม

โดยแบบสอบถามในตอนต้นที่ 1 เป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist) เพื่อสำรวจข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2-5 เป็นข้อคำถามที่มีการให้คะแนนแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ที่มีระดับการให้คะแนนของผู้ตอบแบบสอบถามเป็น 5 ระดับ ดังนี้

|   |           |                          |
|---|-----------|--------------------------|
| 5 | คะแนน แทน | มีระดับคุณภาพ มากที่สุด  |
| 4 | คะแนน แทน | มีระดับคุณภาพ มาก        |
| 3 | คะแนน แทน | มีระดับคุณภาพ ปานกลาง    |
| 2 | คะแนน แทน | มีระดับคุณภาพ น้อย       |
| 1 | คะแนน แทน | มีระดับคุณภาพ น้อยที่สุด |

ผู้วิจัยจะจัดทำร่างแบบสอบถามตามตัวแปรที่ต้องการวัด โดยแบบสอบถามผู้วิจัยจะต้องสร้างจากคำนิยามเชิงปฏิบัติการ และตรวจหาค่าความถูกต้องของแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยจะนำร่างแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Analysis) จำนวน 5 ท่าน และจากนั้นนำข้อคำถามทั้งหมดไปตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์รายข้อ IOC (Index of Item-Objective Congruence) ผลการวิเคราะห์พบค่าที่ได้อยู่ในช่วง 0.6 – 1.0

หลังจากนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Tryout) กับกลุ่มที่ใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ฉบับ เพื่อนำมาวิเคราะห์คุณภาพของแบบสอบถาม ด้วยการตรวจสอบความเที่ยงเพื่อวัดความสอดคล้องภายใน โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient: โดยผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงปรากฏผลดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ค่าความเที่ยงของแบบสอบถามจำแนกตามตัวแปรแฝง (N = 30)

| ข้อที่        | ด้าน                                                        | ค่าความเที่ยง |
|---------------|-------------------------------------------------------------|---------------|
| 1             | คุณลักษณะของผู้สูงอายุในทศวรรษหน้า                          | 0.869         |
| 2             | คุณลักษณะเชิงพุทธ                                           | 0.899         |
| 3             | โยนิโสมนสิการ                                               | 0.789         |
| 4             | รูปแบบความพร้อมของผู้สูงอายุเพื่อเข้าสู่การตลาดในทศวรรษหน้า | 0.888         |
| TOTAL รายฉบับ |                                                             | 0.943         |

จากนั้นผู้วิจัยทำการปรับข้อคำถามจากข้อมูลอีกครั้งและนำมาทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน เพื่อเป็นการตรวจสอบองค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) โดยผลการวิเคราะห์ปรากฏดังตารางที่ 2



**ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน**

| ข้อที่ | ด้าน                               | Chi-Square | df | P-value | RMSEA |
|--------|------------------------------------|------------|----|---------|-------|
| 1      | คุณลักษณะของผู้สูงอายุในทศวรรษหน้า | 6.60       | 5  | 0.25192 | 0.066 |
| 2      | คุณลักษณะเชิงพุทธ                  | 2.92       | 2  | 0.23202 | 0.079 |
| 3      | โยนิโสมนสิการ                      | 2.86       | 1  | 0.09075 | 0.159 |
| 4      | รูปแบบความพร้อมของผู้สูงอายุ       | 5.26       | 2  | 0.07225 | 0.148 |

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในระยะที่ 2 นี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามด้วย Google Form ด้วยการส่ง ลิงค์ผ่านช่องทางอีเมล โอน และการเก็บข้อมูลจากการลงพื้นที่ ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลของแบบสอบถามประเมินไว้ 2 สัปดาห์

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในระยะที่ 2 นี้ ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ค่าสถิติดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์เบื้องต้นของข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลตัวแปรสังเกตได้ โดยการวิเคราะห์สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย ค่าความเบ้ ค่าความโด่ง เพื่อดูลักษณะการแจกแจงของตัวแปร และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยโปรแกรมลิสเรล (LISREL) โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรภายในแฝง และตัวแปรภายนอกแฝง รวมทั้งอิทธิพลทางตรงและทางอ้อม

ตัวแปรที่นำเข้ามาวิเคราะห์ในโมเดลสำหรับงานวิจัย โมเดลเชิงสาเหตุการเตรียมความพร้อมสำหรับสังคมผู้สูงอายุตามหลักพุทธจิตวิทยาเพื่อเข้าสู่การตลาดในทศวรรษหน้า ประกอบไปด้วยตัวแปรแฝง 4 ตัวแปร แบ่งเป็น ตัวแปรภายนอกแฝง 2 ตัวแปร ตัวแปรภายในแฝง 2 ตัวแปร และ 16 ตัวแปรสังเกตได้ แสดงรายละเอียดตัวแปรไว้ดังต่อไปนี้

1. ตัวแปรภายนอกแฝงและตัวแปรสังเกตได้ภายนอก (Exogenous Latent and Observed Variables) ประกอบด้วยตัวแปรภายนอกแฝง 2 ตัวแปร ดังนี้

1.1 คุณลักษณะของผู้สูงอายุในทศวรรษหน้า หมายถึง รูปแบบของการใช้ชีวิต หรือวิถีชีวิตของผู้สูงวัยในอีก 10 ปีข้างหน้า โดยศึกษาจากทฤษฎีจิตวิทยาผู้สูงอายุ ร่วมกับการศึกษาปัจจัยภายนอกและบริบททางสังคม วัฒนธรรมหรือค่านิยมทางสังคมในปัจจุบัน สามารถวัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวแปร ประกอบด้วย 1) ความเป็นปัจเจก



บุคคลสูง 2) มีเป้าหมายในชีวิต 3) ต้องการความสำเร็จ 4) ต้องการความเป็นอิสระ และ 5) ต้องการการยอมรับ

1.2 คุณลักษณะเชิงพุทธ หมายถึง ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อความคิด แนวทางการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ งานวิจัยนี้กล่าวถึงการมีกัลยาณมิตรมีผลอย่างไรต่อการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ วัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร ประกอบด้วย 1) มีอุปการะคอยช่วยเหลือ 2) ร่วมทุกข์ ร่วมสุข 3) แนะนำแต่สิ่งที่ดี 4) มีความรักใคร่

2. ตัวแปรภายในแฝง และตัวแปรสังเกตได้ภายใน (Endogenous Latent and Observed Variables) ประกอบไปด้วยตัวแปรภายในแฝง 2 ตัวแปร ดังนี้

2.1 โยนิโสมนสิการ หมายถึง กระบวนการในการใช้ปัญญาไตร่ตรอง การใช้ความคิดพิจารณา คิดถุวิธี คิดอย่างมีระบบ การพิจารณาสิ่งทั้งหลายตามความเป็นจริง คิดหาเหตุและผล งานวิจัยนี้ใช้หลักโยนิโสมนสิการแค่บางส่วนจากทั้งหมด วัดได้จาก 1) คิดแบบสามัญลักษณ์ 2) คิดแบบคุณค่าแท้ คุณค่าเทียม 3) คิดแบบอยู่กับปัจจุบัน

2.2 ความพร้อมของผู้สูงอายุเพื่อเข้าสู่อารมณ์ในทศวรรษหน้า หมายถึง ความพร้อมในการเผชิญปัญหาที่ผู้สูงอายุสามารถพึ่งพาตัวเองได้ ในขณะเดียวกันก็สามารถแก้ไขปัญหามองโลกได้ดี ยอมรับและเข้าใจการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น วัดได้จาก 1) มิตินามมองโลก 2) มิตินามมองตน 3) มิตินามสัมพันธ์ภาพต่อผู้อื่นและสังคม 4) ความสามารถทางจิตวิญญาณ

**ระยะที่ 3** การวิจัยเชิงอนาคต เทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Future Research) พัฒนาขึ้นโดย จุมพล พูลภัทรชีวิน คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (จุมพล พูลภัทรชีวิน, 2540) โดยใช้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มเดียวกันกับระยะที่ 1 สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญรอบที่ 1 โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้างที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้น สอบถามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญรอบที่ 2 โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญรอบที่ 1 การเขียนอนาคตภาพ ในประเด็นต่างๆ ที่วิจัย โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาถึงแนวโน้มของอนาคตภาพนั้นจากค่ามัธยฐาน (median) ที่มีค่าเท่ากับหรือมากกว่า 3.5 ขึ้นไป และมีค่าพิสัย ควอไทล์เท่ากับหรือต่ำกว่า 1.50 ลงมา

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในระยะนี้ เป็นเครื่องมือวิจัยแบบอนาคตที่ใช้เทคนิค EDFR ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นตามกระบวนการวิจัยโดยใช้เทคนิค EDFR แล้วทำการเก็บข้อมูลด้วยตนเองตามขั้นตอนดังนี้

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล รอบที่ 1 เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) โดยใช้สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 17 รูป/คน โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตอบ และแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระเพื่อหาข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์/สังเคราะห์ข้อมูล เพื่อสร้างเป็นเครื่องมือสำหรับทำเดลฟาย

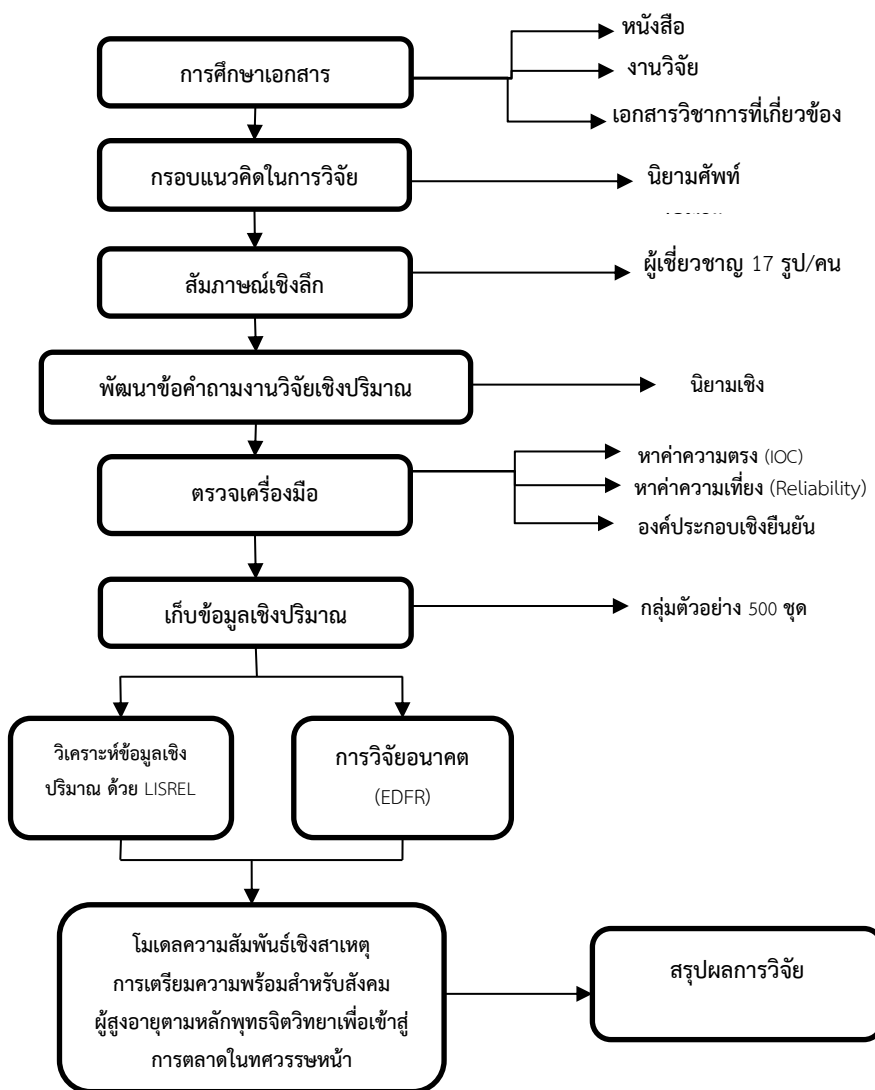


2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล รอบที่ 2 เป็นแบบสอบถามปลายปิดมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคอร์ท (Likerts Scale) ที่วิเคราะห์และสังเคราะห์คำตอบที่ได้รับจากผู้เชี่ยวชาญในการเก็บข้อมูลรอบที่ 1 แล้วนำมาแยกประเด็นเพื่อสร้างแบบสอบถามปลายปิดให้มีข้อความที่ครอบคลุมประเด็น

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล รอบที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายปิดมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และช่องแสดงความคิดเห็นเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงเหตุผลกรณียืนยันความคิดเห็นเดิม หรือในกรณีที่เปลี่ยนความคิดเห็นใหม่ให้สอดคล้องกับผู้เชี่ยวชาญท่านอื่น แบบสอบถามในรอบที่ 3 นี้มีลักษณะเช่นเดียวกับแบบสอบถามรอบที่ 2

### **การวิเคราะห์ข้อมูล**

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามในรอบที่ 2 ทำการวิเคราะห์หาค่ามัธยฐาน ฐานนิยม และพิสัยระหว่างควอไทล์เป็นรายข้อ มาสร้างเป็นแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลในรอบที่ 3 และนำคำตอบในแบบสอบถามรอบที่ 3 มาวิเคราะห์หาค่ามัธยฐาน ฐานนิยม ค่าความแตกต่างระหว่างฐานนิยมกับมัธยฐาน และพิสัยระหว่าง ควอไทล์ จากนั้นนำข้อมูลที่วิเคราะห์ได้มาพิจารณาและทำนายภาพอนาคตของการเตรียมความพร้อมสำหรับสังคมผู้สูงอายุตามหลักพุทธจิตวิทยาในบริบทของการตลาดในทศวรรษหน้า เพื่อตอบโจทย์วัตถุประสงค์การวิจัยในการศึกษาแนวโน้มของสังคมผู้สูงอายุในทศวรรษหน้า เพื่อให้ได้ภาพอนาคตที่มีความแม่นยำ น่าเชื่อถือและเกิดประโยชน์สูงสุดทั้งในเชิงนโยบาย เชิงวิชาการ และเชิงปฏิบัติการ ดังจะเห็นได้จากภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

## ผลการวิจัย

จากการศึกษาบริบทของการดำเนินชีวิตในปัจจุบันและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ผู้สูงอายุในอนาคตต้องเผชิญกับภาวะความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้นผู้สูงอายุควรมีการเตรียมความพร้อมทั้งทางกายภาพ และด้านจิตใจ ด้วยการมีหลักคิดเพื่อใช้ในการดำเนินชีวิตในวัยเกษียณได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความสุขและรู้สึกถึงคุณค่าในตน ยอมรับและกล้าเผชิญกับ



การเปลี่ยนแปลง (ลดาวัลย์ สาริพันธ์, 2545) การเตรียมความพร้อมดังกล่าวจะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีพัฒนาการครบทุกด้าน จากผลการวิจัยสามารถตอบวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

ผลการวิจัยเพื่อตอบคำถามตามวัตถุประสงค์ข้อ 1 พบว่า โมเดลเชิงสาเหตุการเตรียมความพร้อมสำหรับสังคมผู้สูงอายุตามหลักพุทธจิตวิทยาเพื่อเข้าสู่การตลาดในทศวรรษหน้าสามารถสรุปกรอบสมการโครงสร้างของโมเดลเชิงสาเหตุที่แสดงอิทธิพลของคุณลักษณะของผู้สูงอายุในทศวรรษหน้าและคุณลักษณะเชิงพุทธ ที่มีต่อความพร้อมของผู้สูงอายุเพื่อเข้าสู่การตลาดในทศวรรษหน้า โดยมีตัวแปรโยนิโสมนสิการเป็นตัวแปรส่งผ่าน

ผลการวิจัยเพื่อตอบคำถามตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 จากผลการวิจัยพบว่า โมเดลเชิงสาเหตุการเตรียมความพร้อมฯ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าสถิติทดสอบ พบว่า  $\chi^2 = 80.73$ ,  $df = 68$ ,  $p = 0.138$ ,  $GFI = .980$ ,  $AGFI = .960$ ,  $RMSEA = .019$ ,  $RMR = .022$  โดยพบว่าตัวแปรทุกคู่มีความสัมพันธ์แบบทิศทางเดียวกัน (ค่าความสัมพันธ์เป็นบวก) ค่าความสัมพันธ์ที่มากที่สุดคือ ความพร้อมของผู้สูงอายุเพื่อเข้าสู่การตลาดในทศวรรษหน้าและแนวคิดโยนิโสมนสิการ และจากการใช้เทคนิคการวิจัยอนาคต (EDFR) ผลการวิเคราะห์หันทามติของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับโมเดลเชิงสาเหตุการเตรียมความพร้อมของสังคมผู้สูงอายุเพื่อเข้าสู่การตลาดในทศวรรษหน้า พบว่า ค่าพิสัยควอไทล์ (Q3-Q1) ไม่เกิน 1.50 ความแตกต่างระหว่างมัธยฐานและฐานนิยม ไม่เกิน 1.00 แสดงให้เห็นว่า ผู้ทรงคุณวุฒิมีความคิดเห็นสอดคล้องกัน (consensus)

แสดงให้เห็นว่า แนวคิดโยนิโสมนสิการส่งผลให้เกิดการเตรียมความพร้อมของผู้สูงอายุเพื่อเข้าสู่การตลาดในทศวรรษหน้าเพิ่มมากขึ้น และปรากฏเป็นอนาคตภาพให้เกิดการตระหนักรู้และเข้าใจในสภาพสังคมผู้สูงอายุ อันจะทำให้เกิดการปรับแนวความคิดเพื่อให้เกิดความพร้อมรองรับความเปลี่ยนแปลง ส่งผลให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน กล่าวได้ว่า การสร้างโมเดลการเตรียมความพร้อมสำหรับสังคมผู้สูงอายุตามหลักพุทธจิตวิทยาเพื่อเข้าสู่การตลาดในทศวรรษหน้า จำเป็นต้องอาศัยหลักแนวคิดโยนิโสมนสิการ และมีกลายณมิตรที่ดีในการคอยช่วยเหลือและชี้แนะเพื่อให้ผู้สูงอายุมีความพร้อมในทุกมิติ คือ 1) มิติของการมองโลก 2) มิติการมองตน 3) มิติด้านสัมพันธภาพที่ดีทั้งต่อตนเองและสังคม 4) ความสามารถทางจิตวิญญาณ สอดคล้องกับแนวคิดของ ทอร์นสแตม (Lars Tornstam, 2005) จากงานวิจัย พบว่า ผู้สูงอายุตามหลักพุทธจิตวิทยา สามารถพัฒนาตนเองเพื่อการเตรียมความพร้อมของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพตามแนวทางของผู้สูงอายุในทศวรรษหน้า ดังจะพบได้จาก ค่าสถิติการวิเคราะห์แยกค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง และการวิเคราะห์อิทธิพลของโมเดลเชิงสาเหตุการเตรียมความพร้อมสำหรับสังคมผู้สูงอายุตามหลักพุทธจิตวิทยาเพื่อเข้าสู่การตลาดในทศวรรษหน้าตามรายละเอียดในตารางที่ 3



**ตารางที่ 3** ค่าสถิติการวิเคราะห์แยกค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงและการวิเคราะห์อิทธิพลของโมเดลเชิงสาเหตุการเตรียมความพร้อมสำหรับสังคมผู้สูงอายุตามหลักพุทธจิตวิทยาเพื่อเข้าสู่การตลาดในทศวรรษหน้า

| ตัวแปรผล                           | THINK                                                                    |        |                  | READY            |                  |                  |
|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|--------|------------------|------------------|------------------|------------------|
|                                    | TE                                                                       | IE     | DE               | TE               | IE               | DE               |
| ตัวแปรเหตุ                         |                                                                          |        |                  |                  |                  |                  |
| AGET                               | .383**<br>(.066)                                                         | -      | .383**<br>(.066) | .272**<br>(.067) | .203**<br>(.041) | .070<br>(.059)   |
| BUDD                               | .231**<br>(.066)                                                         | -      | .231**<br>(.066) | .329**<br>(.072) | .122**<br>(.037) | .207**<br>(.063) |
| THINK                              | -                                                                        | -      | -                | .529**<br>(.066) | -                | .529**<br>(.066) |
| ค่าสถิติ                           | ไค-สแควร์ = 80.73, df = 68, p = .138 GFI = .980, AGFI = .960, RMR = .022 |        |                  |                  |                  |                  |
| ตัวแปร                             | AGET1                                                                    | AGET2  | AGET3            | AGET4            | AGET5            | BUDD1            |
| ความเที่ยง                         | .423                                                                     | .744   | .563             | .625             | .716             | .569             |
| ตัวแปร                             | BUDD2                                                                    | BUDD3  | BUDD4            | THINK1           | THINK2           | THINK3           |
| ความเที่ยง                         | .550                                                                     | .605   | .636             | .472             | .713             | .692             |
| ตัวแปร                             | READY1                                                                   | READY2 | READY3           | READY4           |                  |                  |
| ความเที่ยง                         | .460                                                                     | .642   | .597             | .471             |                  |                  |
| สมการโครงสร้างตัวแปร               |                                                                          |        | THINK            |                  | READY            |                  |
| R SQUARE                           |                                                                          |        | .315             |                  | .491             |                  |
| เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง |                                                                          |        |                  |                  |                  |                  |
| ตัวแปรแฝง                          | THINK                                                                    |        | READY            | AGET             |                  | BUDD             |
| THINK                              | 1.000                                                                    |        |                  |                  |                  |                  |
| READY                              | .666                                                                     | 1.000  |                  |                  |                  |                  |
| AGET                               | .533                                                                     | .487   | 1.000            |                  |                  |                  |
| BUDD                               | .480                                                                     | .506   | .652             | 1.000            |                  |                  |

**หมายเหตุ:** ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน, \*\*p < .01

TE = ผลรวมอิทธิพล, IE = อิทธิพลทางอ้อม, DE = อิทธิพลทางตรง

## อภิปรายผล

สรุปผลการวิจัยข้างต้นสามารถอภิปรายได้ 2 ประเด็น ดังนี้ ประเด็นแรก ผลการวิจัยโมเดลเชิงสาเหตุการเตรียมความพร้อมสำหรับสังคมผู้สูงอายุตามหลักพุทธจิตวิทยา



เพื่อเข้าสู่การตลาดในทศวรรษหน้า พบประเด็นของคุณลักษณะของผู้สูงอายุในทศวรรษหน้า และคุณลักษณะเชิงพุทธ สามารถอธิบายความแปรปรวนของแนวคิดโยนิโสมนสิการได้ ดังที่ พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต) ได้กล่าวไว้ว่า การดำเนินชีวิตในความหมายของการ รับรู้แบ่งเป็น 2 ด้าน คือ (1) ด้านการรับรู้ เช่น เห็น ได้ยิน เป็นต้น กับ (2) ด้านการเสพ เช่น ดู ฟัง เป็นต้น การปฏิบัติที่ถูกต้องในการเสพหรือบริโภคนี้ เป็นปัจจัยสำคัญยิ่งที่จะกำหนดหรือ ประมวลวิถีชีวิต และทุกข์สุขของมนุษย์ ดังนั้น การดำเนินชีวิตที่ถูกต้องได้ผลดี ก็คือ การรู้จัก เสพ รู้จักบริโภค ถ้าเป็นความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมทางสังคมก็หมายถึงการรู้จัก คบหา รู้จักเสวนา ถ้าเป็นความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมทางวัตถุ ก็หมายถึง การรู้จัก กิน รู้จักใช้ เรียกว่า กินเป็น ใช้เป็น บริโภคเป็น เสวนาเป็น คบคนเป็น เป็นต้น (พระพรหมคุณา ภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต), 2556) สอดคล้องกับ กมลาค ภูวนาธิพจน์ พบว่า การบริโภคด้วยพุทธิ ปัญญาเป็นการรู้จักคิด รู้จักพิจารณาไตร่ตรองก่อนการบริโภคด้วยการมีสติ รู้เท่าทันอย่างมี เหตุผลว่าสิ่งใดที่มีคุณค่าแท้และมีประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อมในการพัฒนา คุณภาพชีวิต (กมลาค ภูวนาธิพจน์, 2557) สอดคล้องกับ พระมหาวรธรรม นภฎสิริ พบว่า โยนิโสมนสิการมีบทบาทต่อกระบวนการคิด และกลไกการทำงานที่ทำให้เกิดพัฒนาการทาง ความคิด เป็นความคิดที่ถูกต้อง มีวิธีคิดที่ชาญฉลาด เข้าใจเหตุและผล รู้จักคิดวิเคราะห์ และการเชื่อมโยงทางความคิด เมื่อเกิดกระบวนการคิดแบบโยนิโสมนสิการบ่อย ๆ และต่อเนื่อง จะสามารถพัฒนาต่อไปเป็นคนที่คิดดี ทำดี มีประโยชน์ทั้งต่อตนเอง และสังคม สามารถดำเนิน ชีวิตได้อย่างมีความสุขในหลากหลายมิติ ทั้งมิติต่อตนเอง สังคม และประเทศชาติ (พระมหาวรธรรม นภฎสิริ (อรรถาพร), 2554) และ วิทมา ธรรมเจริญ พบว่า ผู้สูงอายุจะมีความสุขเมื่อได้ใช้เวลาไปกับการปฏิบัติกิจทางศาสนา และการได้ปฏิสัมพันธ์กับสังคมและบุตร หลาน ซึ่งหากผู้สูงอายุมีองค์ประกอบครบทั้งความสุขจากภายใน ความเข้มแข็งจากภายใน ก็จะส่งผลออกมาให้ผู้สูงอายุอยากที่จะแบ่งปัน ช่วยเหลือ และอยู่ร่วมกับคนอื่นในสังคมได้อย่าง มีความสุข ดังนั้น โมเดลเชิงสาเหตุการเตรียมความพร้อมฯ จึงเป็นเหมือนเครื่องมือ แนวทาง ปฏิบัติ ให้กับผู้สูงอายุ และหลักการดังกล่าวก็มีความสอดคล้องกับคำสอนในทางพุทธศาสนา ยกตัวอย่างเช่น ภาวนา 4 ไตรลักษณ์ ไตรสิกขา สัมมาทิฎฐิ และโยนิโสมนสิการ เป็นต้น ประเด็นที่สอง พบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เหตุผลที่โมเดลมี ความเหมาะสม ส่วนแรกอาจเป็นเพราะบริบททางสังคมของไทย เนื่องด้วยคนไทยส่วนใหญ่นับ ถือศาสนาพุทธ คำสอนของพระพุทธศาสนายู่ในชีวิตประจำวันของคนไทยมาช้านาน ทำให้มี ความเข้าใจได้ง่าย ส่วนที่สองมาจากเครื่องมือวิจัยที่มีความเที่ยงสูง ความสัมพันธ์ระหว่างตัว แปรสูง และผู้วิจัยยังได้นำเทคนิค EDRF ซึ่งเป็นการวิจัยอนาคตเข้ามาใช้ในงานวิจัยเพื่อลด ข้อผิดพลาดของงานวิจัยเชิงอนาคตได้ดีขึ้น และมีความเที่ยงตรงสูง (วิทมา ธรรมเจริญ, 2555)



## องค์ความรู้ใหม่

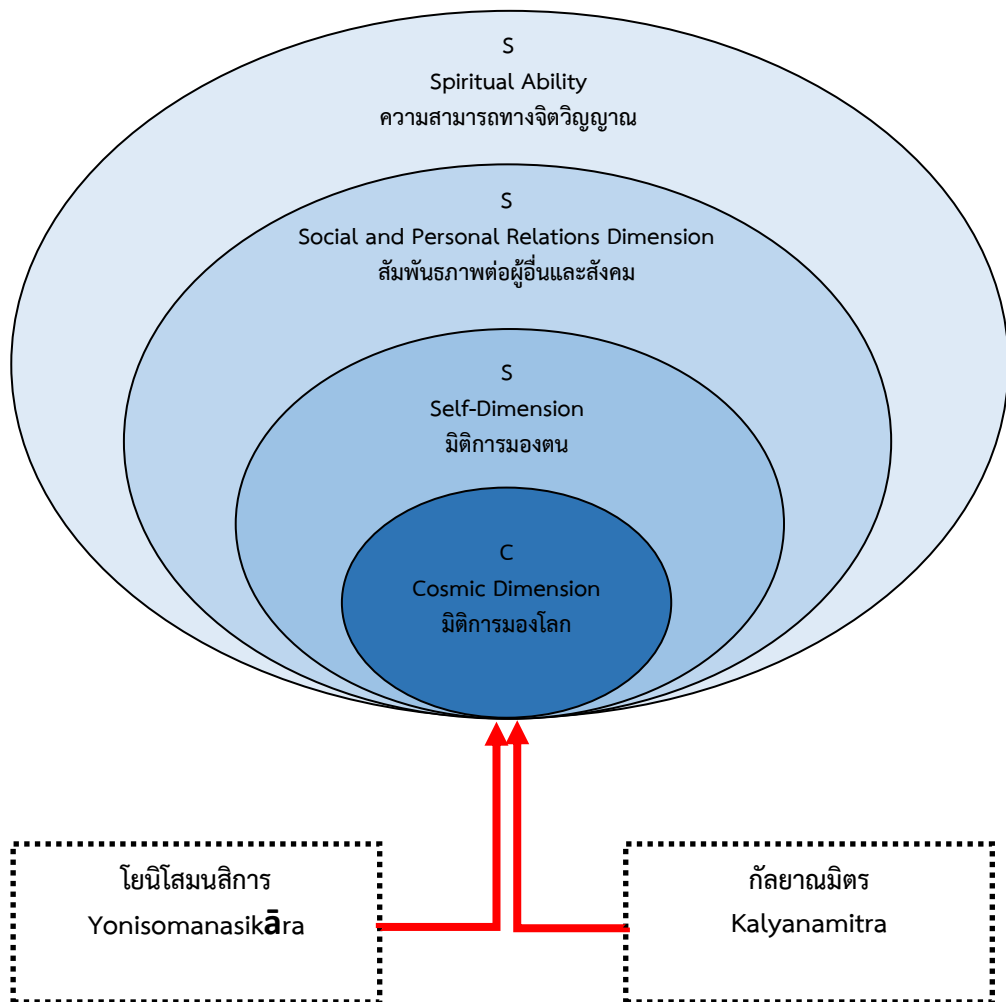
จากการวิจัยพบความสัมพันธ์เชื่อมโยงการบูรณาการเชิงพุทธจิตวิทยา สามารถสรุปเป็นโมเดล C3S for Smart Aging มีอิทธิพลต่อแนวคิดของผู้สูงอายุในอีก 10 ปีข้างหน้าอธิบายได้ดังนี้

มิติการมองโลก (Cosmic Dimension) สัมพันธ์กับการเจริญทางกาย การพัฒนาฝึกอบรมกายให้รู้จักติดต่อกับสิ่งทั้งหลายภายนอกทางอินทรียทั้งห้าด้วยดี การมีมุมมองที่แตกต่างจากเดิม การปรับเปลี่ยนจากมุมมองเชิงวัตถุและเหตุผลของสังคม เป็นการยอมรับและเข้าใจในโลก และสังคมมากขึ้น เมื่อสิ่งนั้นเกิดสิ่งนี้จึงมีเป็นมุมมองที่ใกล้ชิดธรรมชาติมากขึ้น ลดทอนความไม่จำเป็นของสิ่งต่าง ๆ อยู่ในสังคมได้อย่างยินดี มีสัมพันธ์ภาพกับคนในครอบครัวหรือคนใกล้ชิดดีขึ้น

มิติการมองตน (Self-Dimension) สัมพันธ์กับการเจริญจิต พัฒนาจิต การฝึกอบรมจิตให้เข้มแข็งมั่นคงเจริญงอกงามด้วยคุณธรรมทั้งหลาย การค้นพบตัวตนที่แท้จริง กล้าเผชิญกับความจริงที่เกิดขึ้นกับตัวเองทั้งในแง่ที่ดีและไม่ดี ไม่ยึดตัวเองเป็นศูนย์กลาง ยอมรับความคิดเห็นของคนอื่นแม้จะขัดแย้งกับความเชื่อและประสบการณ์ของตนเอง ใส่ใจดูแลตัวเองแต่ไม่ยึดติดรูปลักษณ์ภายนอก การลดอัตตาตัวตน ลดการความเห็นแก่ตัว และการเปิดเผยเป็นผู้อื่น เปลี่ยนเป็นความเมตตาทั้งต่อตัวเองและผู้อื่น มองหาความสุขสงบจากภายในแทนการหาความสุขจากภายนอก

มิติการสัมพันธ์ภาพต่อผู้อื่นและสังคม (Social and Personal Relations Dimension) สัมพันธ์กับการเจริญทางศีล พัฒนาความประพฤติ ฝึกอบรมศีลให้ตั้งอยู่ในระเบียบวินัยไม่เบียดเบียนหรือก่อความเดือดร้อนเสียหาย อยู่ร่วมกับผู้อื่นได้ด้วยดี เกื้อกูลกัน ผู้สูงอายุมั่นใจในตัวเองมากขึ้น ถ้าจะทำตามที่หัวใจปรารถนามากกว่าการไหลไปตามกระแสสังคม เข้าสังคมเท่าที่จำเป็น ใช้สติและปัญญาในการตัดสินใจและดำเนินชีวิต ไม่สนใจเรื่องวัตถุนิยม พาตัวเองเข้าหาธรรมชาติมากขึ้น

ความสามารถทางจิตวิญญาณ (Spiritual Ability) สัมพันธ์กับการเจริญปัญญา พัฒนาปัญญา การฝึกอบรมปัญญาให้รู้เข้าใจสิ่งทั้งหลายตามความเป็นจริง รู้เท่าทันโลกและชีวิตตามสภาวะ สามารถทำจิตใจให้เป็นอิสระ มีความสามารถในการคิด พิจารณาตามเหตุปัจจัย มีสติแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ด้วยปัญญา และเป็นอิสระต่อกรอบทางความคิด และสังคม ยอมรับเข้าใจในโลกที่เปลี่ยนแปลงไป ดังจะเห็นได้จากความสัมพันธ์ที่แสดงในภาพที่ 1 Model C3S for Smart Aging



ภาพที่ 2 Model C3S for Smart Aging

### สรุป/ข้อเสนอแนะ

กล่าวโดยสรุป จากผลการวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุการเตรียมความพร้อมสำหรับสังคมผู้สูงอายุตามหลักพุทธจิตวิทยาเพื่อเข้าสู่การตลาดในทศวรรษหน้า พบว่า กระแสโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ประกอบกับกรอบทางสังคมและค่านิยมที่หล่อหลอมในปัจจุบัน ส่งผลให้การดำเนินชีวิตของคนส่วนใหญ่ไหลไปตามกระแสดังกล่าว งานวิจัยนี้มุ่งเน้นให้ผู้ที่กำลังจะก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในอนาคตเกิดการตระหนักรู้ และเตรียมความพร้อมจากภายใน โดยการสร้างความเข้าใจในบริบทสังคม และความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เกิดการเรียนรู้ และมีแนวทางในการดำเนินชีวิตที่ถูกต้อง เพราะเราเปลี่ยนกระแสโลกไม่ได้หากแต่สามารถที่จะเปลี่ยนกระแสภายในจิตใจของตนเองได้ ด้วยการพัฒนาแนวคิดตามหลักโยนิโสมนสิการ และ



การมีครอบครัวมีสังคมที่ดีเป็นกัลยาณมิตร โมเดลการเตรียมความพร้อมสำหรับสังคมผู้สูงอายุ จึงเป็นเสมือนเครื่องมือ แนวทางปฏิบัติ ให้กับผู้สูงอายุ และยังพบว่าหลักการดังกล่าวมีความ สอดคล้องกับหลักธรรมในทางพุทธศาสนา เช่น ภาวนา 4 ไตรลักษณ์ ไตรสิกขา สามมาธิ ญัตติ โยนิโสมนสิการ เป็นต้น สังเกตเห็นได้ว่าหลักธรรมในทางพุทธศาสนาเป็นศาสตร์ที่เน้นการ พัฒนาตน การฝึกอบรมจิตใจ ให้ดีขึ้นเพื่อให้การใช้ชีวิตเป็นไปเพื่อประโยชน์ เพื่อความสุข และ เมื่อมีความเพียรพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนสามารถพัฒนาเพื่อความเป็นอิสระทางจิตวิญญาณ ซึ่งสอดคล้องกับอีกหลายทฤษฎีทั้งศาสตร์ตะวันตกและตะวันออก ที่ได้กล่าวถึงพัฒนาการขั้น สุดของมนุษย์คือความสามารถทางปัญญาหรือจิตวิญญาณ จึงอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า ศาสตร์ ในทางพุทธศาสนาสามารถบูรณาการ และปรับใช้ได้ในชีวิตประจำวัน ผู้วิจัยมองถึง ความสัมพันธ์ของรูปแบบการเตรียมความพร้อมของผู้สูงอายุตามหลักพุทธจิตวิทยาว่ามีความ สอดคล้องกับหลักธรรมในทางพุทธศาสนา กล่าวถึงแนวทางในการปฏิบัติที่มีศีลเป็นเบื้องต้น มีสมาธิเป็นท่ามกลาง และมีปัญญาเป็นที่สุด ในขณะเดียวกัน หลักคำสอนของพุทธศาสนาก็ สามารถบูรณาการเข้ากับการใช้ชีวิตในปัจจุบันและอนาคตได้ ข้อเสนอแนะ องค์ความรู้ที่ได้ จากการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดนโยบาย และทิศทางการทำงานของ องค์กร หน่วยงาน เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในอนาคตได้อย่างสมดุล มั่นคงและ ยั่งยืน เพื่อให้เกิดการพัฒนาในทุกมิติ ทั้งในระดับปัจเจก ครอบครัว องค์กรและประเทศชาติ ให้มีศักยภาพในการร่วมกันพัฒนาประเทศ ปรับตัวรองรับบริบทการพัฒนาในอนาคต มีความ พร้อมทั้งกาย ใจ และสติปัญญา มีทักษะในการวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล เกิดการเรียนรู้ตลอด ช่วงชีวิต มีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลง มีจิตสำนึกวัฒนธรรมที่ดีงาม คุณค่าความเป็นไทย และมีความรับผิดชอบทั้งต่อตนเองและสังคม สำหรับข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปสามารถ นำโมเดลที่ได้เพื่อทำการทดลองงานวิจัยด้วยการจัดกิจกรรมและติดตามผล เพื่อวัดผลการ ทดลองในการยืนยันผลการวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในการนำหลักพุทธจิตวิทยาไปปรับใช้ใน สภาพที่เป็นจริงในสังคม

### กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของดุชนิพนธ์ เรื่อง “รูปแบบการเตรียมความพร้อม สำหรับสังคมผู้สูงอายุตามหลักพุทธจิตวิทยาเพื่อเข้าสู่การตลาดในทศวรรษหน้า”

### เอกสารอ้างอิง

กมลาค ภูวนาธิพวงศ์. (2557). กระบวนการปลูกฝังค่านิยมการบริโภคด้วยพุทธปัญญาสำหรับ วัยรุ่น. ใน ดุชนิพนธ์พุทธศาสตร์ดุชนิพนธ์ สาขาวิชาพระพุทธศาสนา . มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.



- จุมพล พูลภัทรชีวิน. (2540). *การวิจัยอนาคตแบบ EDFR ในแบบแผนและเครื่องมือการวิจัยทางการศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุมพล พูลภัทรชีวิน. (2551). การวิจัยอนาคต. *วารสารสมาคมการวิจัย*, 13(2), 9-13.
- นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2561 - 2580). (2562). *ราชกิจจานุเบกษา* 136(47), 1.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต). (2556). *โยนิโสมนสิการ: วิธีคิดตามหลักพุทธธรรม*. (พิมพ์ครั้งที่ 24). กรุงเทพมหานคร: ปัญญาประดิษฐาน.
- พระมหาวรวัชรน ฌณสิริ (อรรถาพร). (2554). การศึกษาวิเคราะห์วิธีคิดแบบโยนิโสมนสิการ. ใน *วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา*. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ร่างยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (2560 – 2579). (2560). *ราชกิจจานุเบกษา* 135(82), 1.
- รุ่งลาวัลย์ ละอาคา. (2558). รูปแบบการเรียนการสอนโดยสร้างศรัทธาและโยนิโสมนสิการ: เส้นทางแห่งปัญญาเพื่อการพัฒนาครูและศิษย์. *วารสารวิจัยเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 2(2(4)), 19-28.
- ลดารัตน์ สาภินันท์. (2545). ภาวะธรรมทัศน์ในวัยผู้สูงอายุและการเตรียมตัวเกี่ยวกับความตายของผู้สูงอายุ. ใน *วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพยาบาลผู้สูงอายุ*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ลำพอง กลมกุล. (2554). อิทธิพลของกระบวนการสะท้อนคิดต่อประสิทธิผลการวิจัยปฏิบัติการในชั้นเรียน: การวิจัยแบบผสมวิธี. ใน *ดุชนิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวิจัยและจิตวิทยาการศึกษา*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิทมา ธรรมเจริญ. (2555). อิทธิพลของปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่มีต่อความสุขของผู้สูงอายุ. ใน *วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาสถิติประยุกต์*. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). *ผลสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย*. เรียกใช้เมื่อ 23 มีนาคม 2563 จาก <http://www.nso.go.th>
- อาชัญญา รัตนอุบล และคณะ. (2552). การศึกษาสภาพ ปัญหา ความต้องการ และรูปแบบการจัดกิจกรรมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้านการเตรียมความพร้อมเมื่อเข้าสู่วัยผู้สูงอายุของผู้ใหญ่วัยแรงงาน. ใน *ดุชนิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษานอกระบบโรงเรียน*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Joseph F Hair et al. (1998). *Multivariate data analysis Upper Saddle River*. New Jersey: Prentice Hall.



- Lars Tornstam. (2005). *Gerotranscendence: A Developmental Theory of Positive Aging*. New York: Springer Publishing Company Inc.
- Philip Kotler et al. (2016). *Marketing 4.0 moving from traditional to digital*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Reketttye Gábor. (2016). The effects of global trends on the future of marketing communications - an international perspective. In *Doctoral Dissertation*. University in Győr Hungary.