

พฤติกรรมด้านการใช้พื้นที่ของผู้สูงอายุในห้างสรรพสินค้าในเขต
กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา : พาต้า ปิ่นเกล้า เอ็มบีเคเซ็นเตอร์ จตุรัสจามจุรีส
แควร์ และเทสโก้ โลตัส พระราม1

Area Using Behavior in Department Store of The Elderly in
Bangkok Case Study: Pata Pinklao, Mbk Center, Chamchuri Square and
Tesco Lotus Rama 1

รับบทความ	12/03/2020
แก้ไขบทความ	06/04/2020
ยอมรับบทความ	08/04/2020

ภัสร์นลิน เลิศดำรงชัย ไตรรัตน์ จารุทัศน์

ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Patnalin Lerddamrongchai, Tirat Jarutat

Department of Housing, Faculty of Architecture, Chulalongkorn University

peachpatnalin@gmail.com, tirat13@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้พื้นที่ของผู้สูงอายุในห้างสรรพสินค้า เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้พื้นที่ของผู้สูงอายุ นำไปสู่การจัดการพื้นที่ภายในห้างสรรพสินค้าที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ ผ่านการใช้วิธีสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับผู้สูงอายุที่มาใช้พื้นที่ภายในห้างสรรพสินค้า สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีส่วนรับผิดชอบในการจัดการพื้นที่ภายในห้างสรรพสินค้า (ผู้ประกอบการ)

จากผลการศึกษา พบว่า 1) ผู้สูงอายุเลือกใช้พื้นที่ของห้างสรรพสินค้าเป็นสถานที่ที่มานอกเหนือจากบ้านหรือ second place โดยพฤติกรรมการมาใช้พื้นที่แตกต่างกันตามจุดเด่นและจุดขายของแต่ละสถานที่ ปัจจัยเรื่องทำเลที่ตั้งของห้างฯ มีผลต่อรูปแบบการเดินทางมาของผู้สูงอายุ ทำให้วัตถุประสงค์ของการมาใช้พื้นที่ของผู้สูงอายุแตกต่างกันออกไปตามแต่ละสถานที่ 2) ผู้สูงอายุส่วนใหญ่เห็นว่าควรจัดให้มีพื้นที่สำหรับผู้สูงอายุในห้างสรรพสินค้า โดยจัดให้เป็นพื้นที่สำหรับนั่งมากที่สุด และเป็นพื้นที่ทางสังคมรองลงมาเพื่อลดความเหงา และโดดเดี่ยว ดังนั้นการจัดการพื้นที่สำหรับผู้สูงอายุในห้างสรรพสินค้าควรพิจารณาประเด็นของพฤติกรรมและความต้องการของผู้สูงอายุควบคู่ไปกับจุดเด่น จุดขายของสถานที่นั้น ๆ

ผู้ประกอบการตระหนักถึงประเด็นการมาของสังคมสูงวัยและพฤติกรรมนิยมมาใช้พื้นที่ในห้างสรรพสินค้าของผู้สูงอายุ แต่ยังไม่เห็นถึงความสำคัญหรือแรงจูงใจในการพัฒนาพื้นที่ ทั้งนี้ ภาครัฐจึงควรออกนโยบายผลักดันและส่งเสริมให้ภาคเอกชนเห็นถึงความสำคัญ สร้างแรงจูงใจในการจัดเตรียมพื้นที่ให้เป็นสวัสดิการพื้นที่ทางสังคมในเมือง ด้วยการรณรงค์ขอความร่วมมือ ลดอัตราภาษีแก่ห้างสรรพสินค้าที่พัฒนาพื้นที่บางส่วนให้เป็นพื้นที่สำหรับผู้สูงอายุ ให้รางวัล เพื่อดึงดูดให้พื้นที่ห้างสรรพสินค้าอื่น ๆ นำไปปฏิบัติตาม เพื่อสวัสดิการด้านพื้นที่ทางสังคมนี้จะได้ครอบคลุมทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน

คำสำคัญ: พฤติกรรม การใช้พื้นที่ การจัดการพื้นที่ ห้างสรรพสินค้า ผู้สูงอายุ

Abstract

This project was aimed to study and analyze the area using behavior of the elderly in department stores which can lead to suitable area management for them in the future. The structured interview method was used to interview the elderly customers while the persons who were responsible for area management in department stores or entrepreneurs were interviewed by the in-depth interview method.

From the study, first, the interviewing had shown that the department store was the second place that elderly people chose to visit. The area using behavior and the purposes of visiting depended on the strength and the selling point of each place. Meanwhile, the location involved the transportation ways they chose. Second, most of the elderly required of the senior zone where they can use it as a rest area for the major reason. While being the socializing area was the second reason so they can quench their loneliness. Therefore, the area management for the elderly should be considered alongside the usage behavior, the customer needs, and the selling point of that place.

Entrepreneurs or private sectors realized the importance of becoming an aging society and the behaviorism of department store area usage in the elderly. Even so, they were not aware or motivated enough to develop their areas. Thus, the government should declare a policy that can raise their awareness and encourage them to establish areas for having adequate and helpful social welfare in society. For example, launching the campaign to ask for cooperation from private sectors, tax deduction and awarding to the department store that has developed a part of their areas for senior citizens so this can entice other department stores to follow the policy. Eventually, the beneficial social welfare in terms of the space providing for the elderly population can be covered by both government and private sectors.

keywords: Behavior, Area using, Area management, Department store, The elderly

บทนำ

สถานการณ์ผู้สูงอายุโลก : องค์การสหประชาชาติได้เปิดเผยรายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุทั่วโลก พบว่า สถานการณ์ปัจจุบันโลกของเรามีประชากรสูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไปอยู่ที่ 1 ใน 9 ของประชากรโลกทั้งหมด และจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคตเป็น 1 ใน 5 ของประชากรโลกทั้งหมด ภายใน พ.ศ. 2593 (ค.ศ. 2050) ประกอบกับองค์การอนามัยโลก (World Health Organization หรือ WHO) ก็ได้คาดการณ์สถานการณ์ประชากรสูงอายุไว้เช่นกัน ว่า ใน พ.ศ. 2593 (ค.ศ. 2050) จำนวนประชากรผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป จะเพิ่มสัดส่วนขึ้นเป็นเท่าตัวจาก 605 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 11 ของประชากรโลกทั้งหมด กลายเป็น 2,000 ล้านคน หรือคิดเป็น ร้อยละ 22 ของประชากรโลกทั้งหมด เพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัวจาก พ.ศ. 2549 (ค.ศ. 2006) ซึ่งนั่นหมายความว่าสังคมโลกของเรา กำลังจะกลายเป็นสังคมแห่งผู้สูงอายุ

ใน พ.ศ. 2550 (ค.ศ. 2002) องค์การสหประชาชาติได้ประกาศว่า มีประชากรที่อยู่อาศัยในเมืองมากกว่าอาศัยอยู่ในชนบท และคาดการณ์ว่า ประชากรที่อาศัยในเมืองจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอีกเรื่อย ๆ ซึ่งปัจจุบันมีประชากรอาศัยอยู่ในเมืองมากถึงร้อยละ 50 ของประชากรทั้งหมด¹ จากการคาดการณ์ของ The UN World Urbanization ภายใน พ.ศ. 2593 (ค.ศ. 2050) จะมีประชากรอาศัยอยู่ในเมืองถึงร้อยละ 68 ทั่วโลก และแน่นอนว่าประชากร 1 ใน 3 ที่อยู่ในเมืองคือกลุ่มผู้สูงอายุ

สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย : ประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่สังคมแห่งผู้สูงอายุแล้วตั้งแต่ พ.ศ. 2548 ภายใน พ.ศ. 2564 คาดว่าประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (complete aged society) และภายใน พ.ศ. 2574 ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่ “สังคมสูงวัยระดับสุดยอด” (super aged society)

สถานการณ์ผู้สูงอายุไทยในเมือง : ปัจจุบัน (พ.ศ. 2562) มีประชากรผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีจำนวนมากถึง 1,063,871 คน² เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องคิดเป็นร้อยละ 55 ในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ พ.ศ. 2552 - 2561 ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนผู้สูงอายุต่อประชากรในกรุงเทพมหานครทั้งหมด 5,666,264 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 19 นั่นก็หมายความว่า กรุงเทพมหานครกำลังเข้าสู่สังคมสูงวัยโดยสมบูรณ์ในอีกไม่ช้า

พฤติกรรมของผู้สูงอายุในเมือง : สะท้อนให้เห็นได้จากหลายงานวิจัย ทั้งของต่างประเทศและของประเทศไทย ดังกล่าวที่ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมชอบออกมาใช้ชีวิตตามสถานที่สาธารณะในเมือง³ เพื่อทำกิจกรรมทางสังคม เช่น รวมกลุ่มเพื่อนนั่งคุยหรือพบปะกับกลุ่มเพื่อน ออกไปเที่ยวและรับประทานอาหารนอกบ้าน⁴ รวมถึงการมีคลับหรือชมรมของผู้สูงอายุเพื่อนัดพบ สังสรรค์ หรือทำกิจกรรมร่วมกัน และจากการที่ลงสำรวจพื้นที่ในห้างสรรพสินค้าเบื้องต้นพร้อมกับการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมเหล่านี้อยู่จริงต้องการพื้นที่ทางสังคมและพื้นที่สำหรับทำกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุด้วยกัน

บทบาทและความสำคัญของห้างสรรพสินค้าในเมือง : ห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพฯ เกิดขึ้นมานานมากกว่า 80 ปี เดิมถูกพัฒนามาจากร้านขายของชำขนาดเล็กที่จัดหาสินค้ามาเพื่อจำหน่าย หรือทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการขายสินค้าเพียงเท่านั้น ปัจจุบันมีพื้นที่ของห้างสรรพสินค้ามากกว่า 7 ล้านตารางเมตร มากกว่าพื้นที่ของสวนสาธารณะทั้งหมดในกรุงเทพฯ ผู้ประกอบการมีการพัฒนาพื้นที่เพื่อให้ตอบรับกับยุคสมัยและพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันมากขึ้น จึงทำให้ห้างฯ เข้ามามี

¹ "Urbanization," Ritchie, Hannah and Max Roser, Accessed February 19, 2020, <https://ourworldindata.org/urbanization> 3.

² “สถิติผู้สูงอายุของประเทศไทย 77 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562,” กรมกิจการผู้สูงอายุ, สืบค้น 19 กุมภาพันธ์ 2563, http://www.dop.go.th/download/knowledge/th1580099938-275_1.pdf.

³ Chi Jackie, K.Y., “Projecting Sustainable Living Environment for an Ageing Society: The Case of Hong Kong,” *Procedia Environmental Sciences* 17 (2013): 675-84.

⁴ “งานวิจัย AWUSO Society 4.0 แก่แต่วัย หัวใจยังเฝ้า,” วิทยาลัยการศึกษามหาวิทยาลัยมหิดล, สืบค้น 18 สิงหาคม 2562, <http://www.cmmu.mahidol.ac.th/cmmu/index.php/9-college-news/540-awuso-society-4-0>.

บทบาทในสังคมเมืองอย่างมากและเกิดเป็นวัฒนธรรมการใช้พื้นที่สาธารณะในเมืองของไทยอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะกับกลุ่มผู้สูงอายุ จึงไม่แปลกที่ผู้สูงอายุจะเลือกห้างสรรพสินค้าเป็นสถานที่สำหรับพบปะสังสรรค์หรือพักผ่อนหย่อนใจ

ผู้ประกอบการบางส่วนได้ตระหนักถึงการก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัย จะเห็นได้จากการปรับพื้นที่ทางกายภาพของห้างสรรพสินค้าบางส่วนให้รองรับการใช้งานสำหรับทุกคน (universal design) เช่น การปรับทางเข้าด้านหน้าให้เป็นทางลาดแต่ยังอาจมองข้ามพฤติกรรมและความต้องการการใช้พื้นที่ที่แท้จริงของกลุ่มคนเหล่านี้ ซึ่งในอนาคตผู้บริโภคกลุ่มนี้จะกลายเป็นกำลังซื้อสำคัญที่ผู้ค้าปลีกทั้งหลายไม่อาจมองข้ามได้ เพราะภายใน พ.ศ. 2573 หรือ ค.ศ. 2030 สัดส่วนของประชากรสูงอายุจะเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 10 จะเปลี่ยนเป็นร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด และ 1 ใน 4 ของมูลค่าตลาดค้าปลีกจะมาจากผู้บริโภคกลุ่มนี้⁵ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนและเข้าใจพฤติกรรมและการเข้ามาใช้พื้นที่ของผู้สูงอายุในเมืองของกลุ่มคนเหล่านี้ ด้วยพฤติกรรมของผู้สูงอายุในเมืองกับบทบาทของห้างสรรพสินค้า ที่ต้องเตรียมรับมือกับสังคมผู้สูงอายุ จึงเป็นประเด็นที่นำไปศึกษาและต่อยอด

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาข้อมูลด้านสังคม เศรษฐกิจ และสุขภาพของผู้สูงอายุ ที่มาใช้พื้นที่ในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา: พาต้า ปิ่นเกล้า เอ็มบีเค เซ็นเตอร์ จตุรัสจามจุรีสแควร์ และเทสโก้ โลตัส พระราม 1
2. วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้พื้นที่ของผู้สูงอายุที่ใช้พื้นที่ในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา: พาต้า ปิ่นเกล้า เอ็มบีเค เซ็นเตอร์ จตุรัสจามจุรีสแควร์ และเทสโก้ โลตัส พระราม 1
3. วิเคราะห์การจัดการพื้นที่เพื่อผู้สูงอายุที่เหมาะสมในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา: พาต้า ปิ่นเกล้า เอ็มบีเค เซ็นเตอร์ จตุรัสจามจุรีสแควร์ และเทสโก้ โลตัส พระราม 1
4. เสนอแนะเป็นแนวทางในการพัฒนาพื้นที่สำหรับผู้สูงอายุในห้างสรรพสินค้า ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดการใช้ชีวิตหลังวัยเกษียณ⁶ มีส่วนร่วมและให้ร่างกายแข็งแรงอยู่เสมอ (stay engaged and healthy) เป็นแนวคิดของ Bill Ellermeyer นักโค้ชอาชีพ ที่กล่าวไว้ว่าการจะเป็นวัยเกษียณที่มีความสุขที่สุดได้นั้นคือ รู้จักการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่มีความหมายหรือการยังมึ่งงานทำ ไม่ว่าจะเป็นงานที่ได้รับค่าตอบแทนหรืออาสาสมัครก็ตาม รวมถึงการมีพฤติกรรมที่ดี หลับสบาย ผ่อนคลาย ออกกำลังกายอย่างน้อยสัปดาห์ละ 3 ครั้ง และมีการเข้าสังคมอย่างสม่ำเสมอ

การออกแบบเพื่อทุกคน (Universal design)⁷ คือ การออกแบบผลิตภัณฑ์และสิ่งแวดล้อม ที่ปราศจากการดัดแปลงพิเศษ เป็นการออกแบบโดยที่ทุกคนสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างกว้างขวางเท่าที่เป็นไปได้มากที่สุด โดยไม่มีข้อจำกัดด้านอายุและสภาพร่างกาย เช่น การออกแบบทางเข้าห้างฯ ให้เป็นทางลาดเพื่อลดข้อจำกัดของผู้ที่ใช้อุปกรณ์

⁵ “สังคมผู้สูงอายุ... โจทย์ใหญ่ที่ธุรกิจค้าปลีกต้องเตรียมรับมือ,” ปราณีดา ศยามานนท์, สืบค้น 19 ธันวาคม 2562, <https://www.scbeic.com/th/detail/product/1397>.

⁶ “Stay Engaged and Healthy (If You Can),” Ellermeyer, Bill, Accessed April 3, 2020, <https://www.emporiapresbyterianmanor.org/9-keys-to-a-happy-retirement3>.

⁷ ไตรรัตน์ จารุทัศน์, *การออกแบบเพื่อทุกคน (Universal Design)* (กรุงเทพฯ: หน่วยวิจัยสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุและคนพิการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2559).

เมืองน่าอยู่สูงวัย (Ageing Friendly Cities)⁸ เป็นแนวคิดเพื่อผู้สูงอายุในเมืองจากผลกระทบของ urbanization โดยประเด็นหลักที่สามารถนำมาปรับใช้กับทางสรรพสินค้า ได้แก่ 1) การจัดการสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกอาคารให้สะอาด เอื้อต่อการใช้งานของผู้สูงอายุ 2) การจัดเตรียมพื้นที่เพื่อรองรับการเข้าถึงของผู้สูงอายุ 3) ส่งเสริมให้มีการจ้างงานในกลุ่มผู้สูงอายุผ่านนโยบายของทางสรรพสินค้า

การให้ผู้สูงอายุอาศัยในที่เดิม (Ageing in place)⁹ เป็นการมองแบบเชิงบูรณาการที่เป็นทางที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุที่สุดและดีที่สุด เพราะผู้สูงอายุจะได้รับความสุขกายสบายใจ ถ้าหากเขาสามารถมีชีวิตร่วมกับคนวัยอื่น ๆ ได้ในละแวกบ้านเดิม ซึ่งการที่จะอยู่ละแวกเดิมได้อย่างมีคุณภาพนั้นชุมชนก็ต้องมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมเอื้อต่อการดำรงชีวิตต่อทุกคน (living environment for all) และการมีสภาพแวดล้อมและสังคมที่เอื้อต่อทุกกลุ่ม (design for all) ด้วย ซึ่งทางสรรพสินค้าก็ถือว่าเป็นหนึ่งในส่วนที่จะช่วยสนับสนุนในเรื่องของการสูงวัยในที่เดิม

ถนนเพื่อชีวิต (Street for life)¹⁰ เป็นแนวคิดการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อคนทั้งมวลในระดับเมือง ซึ่งเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุมากเพราะร่างกายของผู้สูงอายุมีสภาพเสื่อมถอยลงทุกวัน สมรรถภาพการเดินที่ลดลง เกิดภาวะการปวดเมื่อย แนวคิดนี้จึงจัดให้มีที่นั่งพักทุก ๆ 100 เมตร เพื่อเป็นจุดแวะพักเหนื่อยสำหรับผู้สูงอายุ

ขอบเขตวิจัย

การสำรวจและเก็บข้อมูลวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมด้านการใช้พื้นที่ของผู้สูงอายุในทางสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำมาวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้พื้นที่และนำมาเป็นข้อมูลหรือแนวทางในการจัดการพื้นที่ในทางสรรพสินค้าสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครในอนาคตต่อไป โดยมีแนวทางในการกำหนดขอบเขตการศึกษาได้ ดังนี้

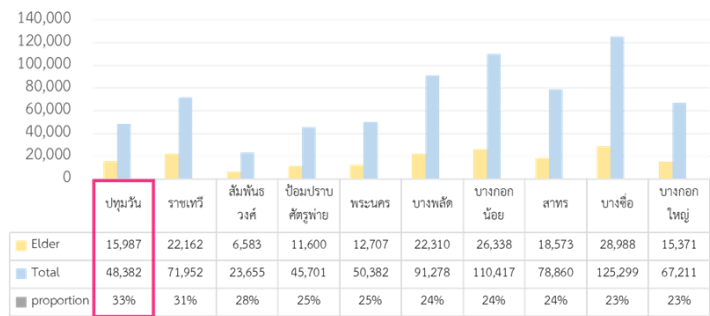
ขอบเขตด้านพื้นที่

1. ตั้งอยู่ในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นเขตที่มีสัดส่วนประชากรสูงอายุต่อประชากรทั้งหมดสูงสุดเป็นอันดับ 1 เมื่อเทียบกับเขตทั้งหมด 50 เขต ในกรุงเทพมหานครและต้องมีประชากรผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปมาใช้พื้นที่ในทางสรรพสินค้าจริง

⁸“Global Age-friendly Cities: A Guide,” World Health Organization, Accessed December 1, 2019, https://www.who.int/ageing/publications/Global_age_friendly_cities_Guide_English.pdf.

⁹MHP Salud and National Center for Equitable Care for Elder, *Aging in Place: A Resource for Health Centers* (North Bethesda, MD.: The Health Resources and Services Administration (HRSA), 2019).

¹⁰ไตรรัตน์ จารุทัศน์, *โครงการปรับสภาพสิ่งแวดล้อม เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคนพิการ ในระยะที่ 2* (กรุงเทพฯ: หน่วยวิจัยสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุและคนพิการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2553).



ภาพ 1 สัดส่วนประชากรผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมด จากสำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย (2561)

ดัดแปลงโดยผู้วิจัย

2. หรือเป็นห้างสรรพสินค้าที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการรวมตัวของกลุ่มผู้สูงอายุอยู่เป็นจำนวนมาก
3. สามารถเข้าถึงประชากรและข้อมูลได้และได้รับอนุญาตให้เข้าพื้นที่เก็บข้อมูลจากเจ้าของสถานที่ เมื่อผ่านเกณฑ์คัดเลือกข้างต้น สามารถสรุปกรณีศึกษา ได้ดังนี้

ตาราง 1 ตารางแสดงสรุปกรณีศึกษา

กรณีศึกษา	ที่ตั้ง	เกณฑ์ในการพิจารณา
1. พาต้า ปิ่นเกล้า	เขตบางพลัด	มีผู้สูงอายุมาใช้งานพื้นที่เดิมอยู่แล้วเป็นจำนวนมาก
2. เอ็มบีเค เซ็นเตอร์	เขตปทุมวัน	เขตที่มีประชากรผู้สูงอายุมากที่สุดในกรุงเทพมหานคร
3. จตุรัสจามจุรีสแควร์	เขตปทุมวัน	
4. เทสโก้ โลตัสพระราม 1	เขตปทุมวัน	

ที่มา: ผู้วิจัย

พื้นที่ที่ศึกษาจะจำกัดขอบเขตเฉพาะพื้นที่ที่มีผู้สูงอายุมาใช้งานพื้นที่เท่านั้น เช่น เส้นทางในการเข้าถึงอาคาร พื้นที่ภายในอาคาร กิจกรรมที่เกิดขึ้น เช่น ทางเข้า บันได ห้องน้ำ ที่จอดรถ ที่นั่งตามชั้น ที่นั่งบริเวณศูนย์อาหารและพฤติกรรมการใช้พื้นที่อื่น ๆ ของผู้สูงอายุ เพื่อนำไปค้นหาคำถามของงานวิจัย

เกณฑ์ในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มาใช้พื้นที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งหมด 4 กรณีศึกษา ได้แก่ พาต้า ปิ่นเกล้า เอ็มบีเค เซ็นเตอร์ จตุรัสจามจุรีสแควร์ และเทสโก้ โลตัส พระราม 1
2. ผู้ที่มีส่วนรับผิดชอบในการจัดการพื้นที่ภายในห้างสรรพสินค้า (ผู้ประกอบการ) กรณีศึกษาละ 1 ท่าน ทั้งหมด 4 ท่าน

ขั้นที่ 1 สัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับผู้สูงอายุทั้งหมด 400 คน โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane เนื่องจากห้างสรรพสินค้าเป็นพื้นที่ขนาดใหญ่ ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (infinite population) ดังนั้น จึงคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดขนาดของค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 จะได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน จากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) โดยสุ่มตัวอย่างจาก 4 กรณีศึกษากรณีศึกษาละ 100 คนและใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) จนครบจำนวนตามที่ต้องการ

ขั้นที่ 2 สัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept interview) กับผู้ที่มีส่วนรับผิดชอบในการจัดการพื้นที่ภายในห้างสรรพสินค้า (ผู้ประกอบการ) กรณีศึกษาละ 1 ท่าน ทั้งหมด 4 ท่าน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

เน้นรายละเอียดที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้พื้นที่ความต้องการด้านการใช้พื้นที่ของผู้สูงอายุ

เครื่องมือในงานวิจัย

- 1) **แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง** สำหรับผู้สูงอายุที่มาใช้พื้นที่ในห้างสรรพสินค้า โดยมีโครงสร้างของคำถามได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้พื้นที่ ส่วนที่ 3 ความต้องการด้านการใช้พื้นที่ และ ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะที่ใช้รูปแบบเป็นลักษณะแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
- 2) **แบบสัมภาษณ์เชิงลึก** สำหรับผู้ที่มีส่วนรับผิดชอบในด้านการจัดการพื้นที่ภายในห้างสรรพสินค้า (ผู้ประกอบการ) เพื่อให้ทราบถึงนโยบาย แนวคิดและข้อจำกัดในการจัดการพื้นที่ในด้านการประกอบการ
- 3) **การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant observation)** เพื่อสังเกต ติดตามพฤติกรรมการใช้พื้นที่ของผู้สูงอายุ เพื่อนำมาวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้พื้นที่ รวมถึงมีการถ่ายภาพเพื่อให้เห็นถึงสภาพการใช้พื้นที่ในปัจจุบันของผู้สูงอายุภายในห้างสรรพสินค้าได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น
- 4) **แบบสำรวจรายการ** โดยใช้หลักในการออกแบบเพื่อทุกคนและหลักกฎกระทรวงกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารสำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพ และคนชรา พ.ศ. 2548 เป็นเกณฑ์หลักในการจัดการพื้นที่ทางด้านกายภาพของห้างสรรพสินค้า ข้อจำกัดด้านการใช้พื้นที่ของผู้สูงอายุ

ข้อจำกัดในงานวิจัย

- 1) ในการสัมภาษณ์ผู้สูงอายุต้องมีการพูดคุยกันเพื่อลดความหวาดระแวงและไม่ไว้วางใจของผู้สูงอายุลงก่อน จึงต้องใช้เวลาค่อนข้างนานในการพูดคุยและอธิบายเพื่อโน้มน้าวให้ผู้สูงอายุเข้าใจและให้ความร่วมมือ
- 2) ผู้สูงอายุมีข้อจำกัดด้านสายตาและการอ่านออกเขียนได้

ผลการวิจัย

สรุปข้อมูลทั่วไปด้านสังคม เศรษฐกิจ และสุขภาพของผู้สูงอายุ

1. **ผู้สูงอายุที่มาใช้พื้นที่ใน พาต้า ปิ่นเกล้า** ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย เป็นผู้สูงอายุตอนต้น (ช่วงอายุ 60 - 70 ปี) มีสถานภาพสมรส และมีบุตร 2 คน อาศัยรวมกันกับคู่สมรสและบุตรหลาน อยู่ในโซนกรุงเทพฯ ชั้นนอก ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในจังหวัดนนทบุรี มาใช้พื้นที่มากที่สุด รองลงมาคือเขตบางพลัด และเขตบางกอกน้อย ที่พักอาศัยส่วนใหญ่เป็นบ้านเดี่ยวและมีกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ จบการศึกษาเพียงระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้น ปัจจุบันไม่ได้ทำงานแล้ว มีรายได้ต่อเดือน 6,000 - 10,000 บาท มีรายได้เพียงช่องทางเดียวซึ่งมาจากการที่บุตรหลานให้ ผู้สูงอายุร้อยละ 53 มีโรคประจำตัว ซึ่งส่วนใหญ่มีโรคประจำตัวเพียงแค่ 1 โรค ไม่ได้เป็นโรคร้ายแรง งานอดิเรกหรือสิ่งที่ชอบทำในยามว่างมากที่สุด คือ ดูโทรทัศน์และรับชมช่องรายการข่าว รองลงมาคือไปห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่ออกจากบ้านทุกวัน และสถานที่ที่มักจะไปเป็นประจำคือห้างสรรพสินค้า รองลงมาคือไปวัด
2. **ผู้สูงอายุที่มาใช้พื้นที่ใน เอ็มบีเค เซ็นเตอร์** ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นผู้สูงอายุตอนต้น (ช่วงอายุ 60 - 70 ปี) มีสถานภาพสมรส และมีบุตร 2 คน อาศัยรวมกันกับคู่สมรสและบุตรหลาน อยู่ในโซนกรุงเทพฯ ชั้นใน

ร้อยละ 62 ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในเขตราชเทวีมาใช้พื้นที่สูงสุด รองลงมาคือเขตพญาไท และบางรักตามลำดับ ที่พักอาศัยส่วนใหญ่เป็นบ้านเดี่ยวและมีกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ปัจจุบันยังทำงานเลี้ยงดูตนเองอยู่ โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท มีรายได้

เพียงแค่ช่องทางเดียวซึ่งมาจากการทำงานด้วยตนเอง ร้อยละ 59 ไม่มีโรคประจำตัว งานอดิเรกหรือสิ่งที่ชอบทำในยามว่างมากที่สุด คือ ดูโทรทัศน์และรับชมช่องรายการข่าว ส่วนใหญ่ออกจากบ้านทุกวัน สถานที่ที่มักจะไปเป็นประจำคือห้างสรรพสินค้า

3. **ผู้สูงอายุที่มาใช้พื้นที่ใน จตุรัสจามจุรีสแควร์** ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงเป็นผู้สูงอายุตอนต้น (ช่วงอายุ 60 - 70) ปี มีสถานภาพสมรสและมีบุตร 2 คน ส่วนใหญ่อาศัยรวมกับคู่สมรสและบุตรหลานในโซนกรุงเทพฯชั้นใน โดยผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในเขตบางรักมาใช้พื้นที่สูงสุด รองลงมาคือเขตปทุมวัน ที่พักอาศัยส่วนใหญ่เป็นบ้านเดี่ยวและมีกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง ผู้สูงอายุครึ่งหนึ่งจบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปและปัจจุบันผู้สูงอายุส่วนใหญ่ยังคงทำงานอยู่ มีรายได้ต่อเดือน 20,000 - 30,000 บาท โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ที่ปรึกษา อาจารย์สอนพิเศษ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีรายได้สองทาง ซึ่งมาจากการทำงานด้วยตนเองและจากบุตรหลานให้ ผู้สูงอายุร้อยละ 54 มีโรคประจำตัว ซึ่งส่วนใหญ่มิโรคประจำตัวเพียงแค่ 1 - 2 โรค ไม่ได้เป็นโรคร้ายแรง งานอดิเรกหรือสิ่งที่ชอบทำในยามว่างมากที่สุดอันดับแรก คือ ดูโทรทัศน์และรับชมช่องรายการข่าว อันดับสองคือออกกำลังกายและอันดับสามคือไปห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่ออกจากบ้านทุกวัน สถานที่ที่มักจะไปเป็นประจำคือห้างสรรพสินค้า รองลงมาคือวัด
4. **ผู้สูงอายุที่มาใช้พื้นที่ใน เทสโก้ โลตัส พระราม 1** ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นผู้สูงอายุตอนต้น (ช่วงอายุ 60 - 70 ปี) มีสถานภาพสมรสและมีบุตร 3 คน ส่วนใหญ่อาศัยรวมกับคู่สมรสและบุตรหลานในโซนกรุงเทพฯชั้นใน โดยผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในเขตปทุมวันมาใช้พื้นที่สูงสุด รองลงมาคือเขตราชเทวี และเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย ตามลำดับที่พักอาศัยส่วนใหญ่เป็นอาคารพาณิชย์หรือตึกแถว มีกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง ผู้สูงอายุส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับประถมศึกษาตอนปลาย ผู้สูงอายุส่วนมากยังทำงานอยู่ มีรายได้ต่อเดือน 6,000 - 10,000 บาท มีรายได้เพียงช่องทางเดียวซึ่งมาจากการทำงานด้วยตนเอง ผู้สูงอายุส่วนมากมีโรคประจำตัวเพียงแค่ 1 โรค ไม่ได้เป็นโรคร้ายแรง งานอดิเรกหรือสิ่งที่ชอบทำในยามว่างมากที่สุดอันดับแรก คือ ดูโทรทัศน์และรับชมช่องรายการข่าว อันดับสองคือ ช้อปปิ้ง และอันดับสามคือไปห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่ออกจากบ้านทุกวัน สถานที่ที่มักจะไปเป็นประจำคือห้างสรรพสินค้า รองลงมาคือที่ทำงาน

ผู้สูงอายุที่มาใช้พื้นที่ในห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง เป็นผู้สูงอายุตอนต้น (ช่วงอายุ 60 - 70 ปี) อาศัยอยู่ร่วมกับคู่สมรสและบุตรหลานและอาศัยอยู่ในบ้านเดี่ยว มีกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง งานอดิเรกหรือสิ่งที่ชอบทำในยามว่างมากที่สุดอันดับแรก คือ ดูโทรทัศน์และรับชมช่องรายการข่าว อันดับสองคือ ช้อปปิ้ง และอันดับสามคือ การไปห้างสรรพสินค้า ผู้สูงอายุมักจะออกจากบ้านทุกวันสัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง โดยสถานที่ที่มักจะไปนอกจากบ้านคือห้างสรรพสินค้า

พฤติกรรมการใช้พื้นที่ในห้างสรรพสินค้าของผู้สูงอายุ

จากพฤติกรรมการใช้พื้นที่ในห้างสรรพสินค้าของผู้สูงอายุ มีวัตถุประสงค์ในการมาที่แตกต่างกัน ตามรายกรณีศึกษา ดังนี้

1. **ผู้สูงอายุที่มาใช้พื้นที่ใน พาต้า ปิ่นเกล้า** มักจะมาโดยรถประจำทางคนเดียว เพื่อ 1) สังสรรค์ 2) พักผ่อนเดินเล่น 3) นั่งผ่อนคลายจากอากาศร้อน ตามลำดับ โดยพื้นที่ที่ผู้สูงอายุมักไปใช้คือพื้นที่ของศูนย์อาหาร เพราะมีที่นั่งค่อนข้างมาก เป็นจุดรวมพลเพื่อการสังสรรค์ของผู้สูงอายุ มีเพื่อนวัยเดียวกันมารวมกลุ่มกัน จึงส่งผลให้ วัตถุประสงค์การมาอันดับแรกของผู้สูงอายุจึงเป็นการมาเพื่อสังสรรค์ ด้านบนของพาต้าปิ่นเกล้า จำหน่ายสินค้าที่ค่อนข้างหลากหลาย ทำให้วัตถุประสงค์อันดับที่สองจึงสอดคล้องกับพฤติกรรมมาเพื่อพักผ่อนเดินเล่น

2. **ผู้สูงอายุที่ใช้พื้นที่ใน เอ็มบีเค เซ็นเตอร์** มักจะมาโดยรถประจำทางคนเดียว เพื่อ 1) พักผ่อนเดินเล่น และ 2) ซื้อสินค้า พื้นที่ของเอ็มบีเค มีขนาดใหญ่และกว้างรายล้อมด้วยร้านค้าที่ขายสินค้าค่อนข้างหลากหลายและมีลานส่งเสริมการขายจึงส่งผลให้ วัตถุประสงค์การมาอันดับแรกของผู้สูงอายุจึงเป็นการมาเพื่อพักผ่อนเดินเล่น
3. **ผู้สูงอายุที่ใช้พื้นที่ใน จตุรัสจามจุรีสแควร์** มักจะมาโดยรถไฟฟ้าใต้ดินคนเดียว เพื่อ 1) รับประทานอาหาร 2) สังสรรค์ 3) พักผ่อนเดินเล่น ตามลำดับ โดยการเข้าถึงของพื้นที่อันดับแรกที่พบคือพื้นที่ของศูนย์อาหารที่อยู่ติดกับทางเชื่อมขึ้นมาจากสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินสถานีสามย่านและมีที่นั่งเป็นจำนวนมาก ทำให้วัตถุประสงค์การมาอันดับแรกของผู้สูงอายุจึงเป็นการมาเพื่อรับประทานอาหารและอันดับสองคือมาสังสรรค์ เพราะพื้นที่ที่รองรับการสังสรรค์ได้คือที่นั่งด้านบนของจตุรัสจามจุรีมักจะมีลานกิจกรรมเพื่อจัดแสดงสินค้าและขายสินค้า มีร้านอาหารและร้านค้าที่ค่อนข้างหลากหลายจึงทำให้เป็นที่พักผ่อนเดินเล่นของผู้สูงอายุไปด้วย
4. **ผู้สูงอายุที่ใช้พื้นที่ใน เทสโก้ โลตัส พระราม 1** มักจะมาโดยรถยนต์ส่วนตัว สัดส่วนระหว่างการทำกับครอบครัวเท่ากับการมาคนเดียว เพื่อ 1) ซื้อสินค้า 2) พักผ่อนเดินเล่น 3) รับประทานอาหาร เนื่องจากเทสโก้ โลตัส พระราม 1 เป็นร้านค้าปลีกที่ถูกแยกออกมาไม่ได้อยู่ในส่วนพื้นที่เช่าของห้างอื่น ๆ จึงทำให้มีพื้นที่ค่อนข้างมาก ทำให้มีพื้นที่วางสินค้ามาก วัตถุประสงค์ของการมาอันดับแรกจึงเป็นเรื่องของการมาเพื่อซื้อสินค้า และเทสโก้ โลตัส พระราม 1 มีพื้นที่ของศูนย์อาหารด้วย ผู้สูงอายุจึงมักไปใช้พื้นที่ของศูนย์อาหารเพื่อไปนั่งพักผ่อนและรับประทานอาหาร ภายในชั้นศูนย์อาหารนอกจากมีอาหารแล้ว ยังมีที่สำหรับผ่อนคลายร่างกาย เช่น ร้านนวดเพื่อสุขภาพ และเก้าอี้นวดไฟฟ้า จึงสามารถทำให้ที่นี่เป็นที่พักผ่อนเดินเล่นของผู้สูงอายุด้วยเช่นกัน

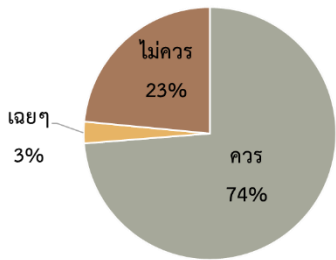
พฤติกรรมในการมาใช้พื้นที่ของผู้สูงอายุในห้างสรรพสินค้า สอดคล้องกับการจัดเตรียมพื้นที่ในปัจจุบันของผู้ประกอบการ ตามจุดเด่นและจุดขายของห้างสรรพสินค้านั้น ๆ รวมถึงทำเลการเข้าถึงของห้างสรรพสินค้าก็มีผลต่อรูปแบบการมาของผู้สูงอายุ พิจารณาจากห้างสรรพสินค้าที่มีจุดจอดรถประจำทางด้านหน้าห้างฯ จะทำให้ผู้สูงอายุเลือกเดินทางมาโดยรถประจำทาง แต่หากไม่มีจุดจอดรถประจำทางด้านหน้าห้างฯ ผู้สูงอายุจะเลือกเดินทางมาโดยวิธีอื่นแทน เช่น ขับรถยนต์ส่วนตัวมาเอง (กรณีศึกษา เทสโก้ โลตัส พระราม 1) หรือ เลือกเดินทางโดยรถไฟฟ้าใต้ดิน (กรณีศึกษา จตุรัสจามจุรีสแควร์)

ในการเลือกมาห้างสรรพสินค้าในแต่ละที่ของผู้สูงอายุ มีวัตถุประสงค์มาใช้พื้นที่ที่แตกต่างกัน แบ่งออกเป็น 4 วัตถุประสงค์หลัก คือ 1) กรณีศึกษาพาต้า ปิ่นเกล้า ผู้สูงอายุมีวัตถุประสงค์หลัก คือ เป็นแหล่งนัดพบ สังสรรค์ เพราะจุดเด่นคือ เพื่อนในวัยเดียวกัน มักไปรวมตัวกันที่นี่ 2) กรณีศึกษาเอ็มบีเค เซ็นเตอร์ มีวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อพักผ่อนเดินเล่น เพราะมีจุดเด่นในเรื่องการมีสินค้าที่หลากหลาย 3) กรณีศึกษาจตุรัสจามจุรีสแควร์ มีวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อรับประทานอาหารอันดับหนึ่ง เพราะจุดเด่นของที่นี่คือเรื่องของการมีร้านอาหารที่หลากหลาย และ 4) กรณีศึกษาเทสโก้ โลตัส พระราม 1 มีวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อมาซื้อสินค้า เพราะมีพื้นที่ขายของขนาดใหญ่ มีทั้งราคาปลีกและราคาส่ง

ความต้องการและความคิดเห็นสำหรับพื้นที่ในห้างสรรพสินค้าของผู้สูงอายุ

ทั้ง 4 กรณีศึกษา มีความเห็นไปในทางเดียวกันว่า ควรจัดให้มีพื้นที่สำหรับผู้สูงอายุในห้างสรรพสินค้าโดยเฉพาะ และถ้าหากจัดให้เป็นพื้นที่ไว้สำหรับผู้สูงอายุ อยากให้เป็นพื้นที่สำหรับนั่งมากที่สุด ด้วยเหตุนี้จึงเป็นข้อค้นพบว่า ผู้สูงอายุมัก

นิยมไปใช้พื้นที่ที่มีเก้าอี้เป็นจำนวนมาก เช่น พื้นที่ของศูนย์อาหารและให้ความเห็นเป็นส่วนใหญ่ว่า พื้นที่นั่งในห้างฯ ไม่เพียงพอ ไม่มีที่นั่งพักระหว่างการเดินทาง



แผนภูมิ 1 แสดงความต้องการด้านการใช้พื้นที่บนห้างสรรพสินค้าเพื่อผู้สูงอายุโดยเฉพาะ
ตาราง 2 ตารางแสดงประเภทพื้นที่เพื่อผู้สูงอายุที่ต้องการจัดให้มี

พื้นที่เพื่อผู้สูงอายุที่ต้องการจัดให้มี	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จัดเป็นพื้นที่สำหรับนั่ง	141	ร้อยละ 21	153	ร้อยละ 23	294	ร้อยละ 44
จัดเป็นพื้นที่สำหรับสังสรรค์	74	ร้อยละ 11	72	ร้อยละ 11	146	ร้อยละ 22
จัดเป็นพื้นที่รองรับกิจกรรมตามเทศกาลและโอกาส	28	ร้อยละ 4	52	ร้อยละ 7	80	ร้อยละ 11
จัดเป็นพื้นที่เอ็นเตอร์เทน	40	ร้อยละ 6	36	ร้อยละ 5	76	ร้อยละ 11
จัดเป็นพื้นที่ให้ความรู้	17	ร้อยละ 3	29	ร้อยละ 4	46	ร้อยละ 7
จัดเป็นพื้นที่ออกกำลังกาย	15	ร้อยละ 2	18	ร้อยละ 3	33	ร้อยละ 5
รวมคำตอบ	315	ร้อยละ 47	360	ร้อยละ 43	400	ร้อยละ 100

จากความต้องการพื้นที่สำหรับผู้สูงอายุข้างต้นนอกเหนือจากต้องการพื้นที่สำหรับที่นั่งแล้ว ผู้สูงอายุยังต้องการพื้นที่ทางสังคม สำหรับสังสรรค์ในห้างสรรพสินค้าเช่นกัน โดยให้เหตุผลว่าการอยู่บ้านทำให้เหงา รู้สึกโดดเดี่ยว การมาพบเพื่อนถือว่าได้คลายเหงา เพราะมีคนให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน นอกจากพื้นที่สังสรรค์แล้ว ผู้สูงอายุยังมีความต้องการพื้นที่สำหรับทำกิจกรรมและเอ็นเตอร์เทน โดยให้เหตุผลว่าวัยเกษียณมีเวลาว่างมาก อยากมีกิจกรรมทำเพื่อลดเวลาว่างลง

ผู้สูงอายุกลุ่มนี้เห็นว่ากรมมีพื้นที่สำหรับผู้สูงอายุบนห้างสรรพสินค้าควรจะไม่เสียค่าใช้จ่าย สูงถึงร้อยละ 80 โดยให้เหตุผลว่า ผู้สูงอายุมีรายได้น้อยและต้องใช้จ่ายอย่างจำกัด

วิเคราะห์การจัดการพื้นที่ในห้างสรรพสินค้าเพื่อผู้สูงอายุที่เหมาะสม

จากสรุปผลด้านข้อมูลทั่วไป พฤติกรรม ความต้องการ สามารถวิเคราะห์การจัดการพื้นที่เพื่อผู้สูงอายุในห้างสรรพสินค้าออกเป็น 2 ประเด็นคือ

ตาราง 3 ตารางแสดงประเภทพื้นที่เพื่อผู้สูงอายุที่จำเป็นต้องมีและพื้นที่อื่นๆเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงอายุ

พื้นที่ที่จำเป็นต้องมีสำหรับผู้สูงอายุ	พื้นที่อื่นๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงอายุ
1. พื้นที่สำหรับนั่ง ที่นั่ง	1. พื้นที่สำหรับให้นั่งสังสรรค์
	2. พื้นที่สำหรับทำกิจกรรม
	3. พื้นที่สำหรับเอ็นเตอร์เทน

ส่วนการจัดการพื้นที่ภายในห้างสรรพสินค้าในปัจจุบันผู้วิจัยมีการใช้เครื่องมือพิจารณาพื้นที่ โดยใช้หลักในการออกแบบเพื่อทุกคนและหลักกฎกระทรวงกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารสำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพ และคนชรา พ.ศ. 2548 ในการพิจารณา พบว่า

1. **กรณีศึกษา พาต้า ปิ่นเกล้า** ยังมีข้อจำกัดต่อการใช้งานพื้นที่ที่อยู่ค่อนข้างมาก เช่น ทางเข้าด้านหน้ายังเป็นบันไดที่ค่อนข้างชัน ผู้สูงอายุเคยเกิดอุบัติเหตุและเสนอแนะว่าควรปรับเปลี่ยนให้เป็นบันไดเลื่อน ไม่มีห้องน้ำที่รองรับผู้สูงอายุรวมถึงชั้นบันไดเยอะ ทำให้เสี่ยงต่อการสะดุดล้ม
2. **กรณีศึกษา เอ็มบีเค เซ็นเตอร์** มีการปรับปรุงพื้นที่เพื่อลดข้อจำกัดการใช้งานลงและเหมาะกับทุกคนมากขึ้น เช่น การปรับเปลี่ยนทางเข้าให้เป็นทางลาด มีห้องน้ำแยกสำหรับผู้พิการ
3. **กรณีศึกษา จตุรัสจามจุรีสแควร์** ยังมีข้อจำกัดต่อการใช้งานพื้นที่อยู่บางส่วน เช่น บริเวณทางเข้าห้างฯ เป็นบันไดควรปรับเปลี่ยนทางเข้าให้เป็นทางลาด แยกห้องน้ำสำหรับผู้พิการ มีป้ายบอกทางชัดเจน
4. **กรณีศึกษา เทสโก้ โลตัส พระราม 1** มีการปรับปรุงพื้นที่เพื่อลดข้อจำกัดการใช้งานลงและเหมาะกับทุกคนมากขึ้น เช่น การปรับเปลี่ยนทางเข้าให้เป็นทางลาด มีที่จอดรถสำหรับผู้พิการ มีห้องน้ำแยกสำหรับผู้สูงอายุ

การจัดการพื้นที่ของกรณีศึกษาทั้ง 4 กรณีศึกษาส่วนใหญ่มีการปรับปรุงพื้นที่ให้สอดคล้องกับหลักในการออกแบบเพื่อทุกคนและหลักกฎกระทรวงกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารสำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพ และคนชรา พ.ศ. 2548 ไปบ้างแล้วแต่ยังมีบางข้อที่ยังมีข้อจำกัดไม่สามารถทำได้ เช่น การจัดให้มีห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุบริเวณชั้นศูนย์อาหารที่อยู่ใต้ดิน เนื่องจากอยู่ในพื้นที่ค่อนข้างจำกัดและยากต่อการปรับปรุงพื้นที่ ทั้ง 4 กรณีศึกษายังไม่ได้มีแนวความคิดการพัฒนาพื้นที่สำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ การจัดการพื้นที่ในปัจจุบันจึงออกมาในรูปแบบของการปรับปรุงพื้นที่ทางกายภาพเพียงเท่านั้น

แนวโน้มการพัฒนาพื้นที่สำหรับผู้สูงอายุของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการทั้ง 4 กรณีศึกษา ตระหนักถึงการมาของสังคมสูงวัยและพฤติกรรมการนิยมมาใช้พื้นที่ในห้างสรรพสินค้าของผู้สูงอายุเช่นกัน จึงได้มีการปรับพื้นที่ทางกายภาพไปบางส่วนเพื่อรองรับการใช้งานของทุกคน (Universal design) และจัดให้มีบริการเฉพาะสำหรับผู้สูงวัยแล้ว เช่น การจัดให้มีห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุแยกออกมา 1 ห้อง การให้บริการยืมรถเข็น แต่เรื่องของการปรับพื้นที่เพื่อผู้สูงอายุโดยเฉพาะเลยนั้นอาจจะยังไม่ใช่ประเด็นหลัก เรื่องของการปรับพื้นที่เพื่อผู้สูงอายุโดยเฉพาะจึงเป็นเรื่องของอนาคตมากกว่า ซึ่งคิดว่าในอนาคตอาจจะต้องเอาประเด็นนี้มาพิจารณาและดำเนินการเพื่อดึงดูดลูกค้ากลุ่มนี้เช่นกัน เพราะลูกค้ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่น่าสนใจ พวกเขามาใช้จ่ายทุกวันถึงแม้ไม่มากแต่พวกเขามาดูทุกวัน

การอภิปรายและข้อค้นพบ

1. ปัจจัยหลักที่ส่งเสริมให้ห้างสรรพสินค้าเป็นที่นิยมในการมาใช้พื้นที่ของผู้สูงอายุคือ ท่าเลที่ตั้ง เพราะผู้สูงอายุส่วนใหญ่ใช้บริการรถสาธารณะ โดยเฉพาะรถประจำทาง สอดคล้องกับ ปฏิพันธุ์ แทนเมือง (2557) ที่มีข้อค้นพบว่า การจัดศูนย์เอนกประสงค์สำหรับผู้สูงอายุจะต้องอยู่ในทำเลที่เข้าถึงง่ายและสะดวก ไม่เช่นนั้นศูนย์นั้นจะไม่มีผู้สูงอายุเข้าใช้
2. ห้างสรรพสินค้าแต่ละที่มีลักษณะเฉพาะ มีจุดเด่น จุดขายที่แตกต่างกัน ทำให้วัตถุประสงค์ในการมาใช้พื้นที่ของผู้สูงอายุแตกต่างกันออกไปตามแต่ละจุดเด่นของสถานที่นั้น ๆ
3. ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ออกนอกบ้านทุกวัน โดยเลือกห้างสรรพสินค้าเป็นสถานที่ที่มานอกเหนือจากบ้าน เพื่อมาพักผ่อน หย่อนใจ พบปะสังสรรค์ รับประทานอาหาร สอดคล้องกับพฤติกรรม Active ageing จากงานวิจัย The Scope of

a Quality Life in Respect to the Concept of Active Ageing¹¹ ที่กล่าวว่าผู้สูงอายุมักออกมาทำกิจกรรมนอกบ้าน เพื่อออกไปเข้าสังคม จ้างจ่ายซื้อของ และไปเจอเพื่อน

4. ผู้สูงอายุเลือกห้างสรรพสินค้าเป็น second place ที่มานอกเหนือจากบ้าน สอดคล้องกับงานวิจัย Third Place ที่กล่าวไว้ว่า third place เป็นสถานที่ที่ผู้คนมักไปใช้ในเวลารว่าง รวมกลุ่มกันทางสังคม ช่วยต่อการพบปะ ส่วนใหญ่ผู้สูงอายุที่เกษียณแล้ว third place จึงกลายมาเป็น second place โดยปริยาย¹²
5. พฤติกรรมของผู้สูงอายุมักนิยมไปใช้พื้นที่ที่มีที่นั่งเป็นจำนวนมาก เช่น พื้นที่ในศูนย์อาหาร สอดคล้องกับข้อค้นพบจากงานวิจัย Third Place and Older Adults' Social Interaction ที่พบว่า third place ของผู้สูงอายุมักจะเกิดขึ้นในที่ที่มีที่นั่งเยอะและเข้าสังคมได้อย่างไม่มีข้อจำกัด เช่น ร้านกาแฟ ร้านอาหารจานด่วน (fast food) (Cheang 2002; Rosenbaum, Sweeney and Windhorst, 2009; Glover and Diana 2009)
6. ผู้สูงอายุต้องการจัดให้มีพื้นที่สำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ โดยจัดให้เป็นพื้นที่นั่ง พื้นที่สำหรับสังสรรค์ พื้นที่เพื่อรองรับการทำกิจกรรมและเอ็นเตอร์เทน ตามลำดับและไม่ควรมีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายสอดคล้องกับ ปฏิพันธ์์ แทนเมือง (2557) ที่พบว่าหากมีการเก็บค่าใช้จ่ายในการมาใช้พื้นที่ จะไม่มีผู้สูงอายุมาใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

ภาครัฐควรทำงานเชิงรุก ผลักดันให้แผนผู้สูงอายุเป็นวาระแห่งชาติเพื่อให้ประเด็นด้านผู้สูงอายุได้รับความสนใจแก่ทุกภาคส่วน ให้มีส่วนเกี่ยวข้อง มีส่วนร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ผู้สูงอายุที่มีสวัสดิการสังคมอย่างยั่งยืน ให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ออกมาตรการชักจูงให้ภาคเอกชนตระหนักถึงสังคมสูงวัยให้หันมาร่วมมือพัฒนาส่งเสริมสวัสดิการสังคมสูงวัยผ่านการให้สถานที่บางส่วนของห้างสรรพสินค้านำมาจัดเป็นสถานที่บริการสังคมและนันทนาการ เพื่อให้สวัสดิการนี้ครอบคลุมไปในทุกภาคส่วนไม่ใช่มีเพียงแต่ของในหน่วยงานของภาครัฐ

ปัจจุบันภาครัฐได้มีการจัดตั้งพื้นที่ให้บริการด้านสังคมและนันทนาการสำหรับผู้สูงอายุ ผ่านการจัดตั้งชมรมผู้สูงอายุ ศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตและส่งเสริมอาชีพผู้สูงอายุ ศูนย์ชุมชนเพื่อผู้สูงอายุ ศูนย์บริการผู้สูงอายุในวัด กองทุนผู้สูงอายุ โดยมีเป้าหมายเพื่อจัดเป็นพื้นที่รองรับการรวมกลุ่มและทำกิจกรรม พัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ทั้งทางกาย จิตใจ และสังคม ทั้งนี้ภาคเอกชนบางกลุ่มได้ตระหนักถึงพฤติกรรมการนิยมมาใช้พื้นที่ห้างสรรพสินค้าของผู้สูงอายุในเมือง ด้วยการจัดสวัสดิการพื้นที่ภายในห้างฯเพื่อรองรับพฤติกรรมและการทำกิจกรรมของผู้สูงอายุ คือ โครงการชีวิตดี โดยเอสซีจี ที่อยู่บนที่ของห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ งามวงศ์วาน

ดังนั้น ภาครัฐควรผลักดัน ส่งเสริม สนับสนุนและกระตุ้น ให้ภาคเอกชนจัดเตรียมพื้นที่ของตนเอง ให้บริการด้านสังคมและนันทนาการสำหรับผู้สูงอายุ โดยการรณรงค์ขอความร่วมมือ งบจากทางภาษี การให้รางวัล เช่น ให้รางวัลแก่ห้างสรรพสินค้าที่มีการจัดการพื้นที่ออกแบบสภาพแวดล้อมที่เป็นมิตรต่อผู้สูงอายุ ลดอัตราภาษีแก่ห้างสรรพสินค้าที่พัฒนาพื้นที่บางส่วนให้เป็นพื้นที่สำหรับผู้สูงอายุ เพื่อดึงดูดให้พื้นที่ห้างสรรพสินค้าอื่น ๆ สนใจและนำไปปฏิบัติตาม ให้สวัสดิการด้านสังคมนี้ครอบคลุมและยั่งยืนทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ให้สอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ของห้างสรรพสินค้าในปัจจุบัน รวมถึงเป็นจุดขาย สะท้อนภาพลักษณ์ที่ดีให้กับห้างสรรพสินค้าได้ด้วยเช่นกัน

¹¹ Chi Jackie, K.Y., "Projecting Sustainable Living Environment for an Ageing Society: The Case of Hong Kong," pp. 675-684.

¹² Oldenburg, R., *The Great Good Place: Cafés, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community* (New York: Marlowe, 1999).

บรรณานุกรม

- กรมกิจการผู้สูงอายุ. “สถิติผู้สูงอายุของประเทศไทย 77 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562.” สืบค้น 19 กุมภาพันธ์ 2563.
http://www.dop.go.th/download/knowledge/th1580099938-275_1.pdf.
- กระทรวงมหาดไทย. กรมการปกครอง. สำนักบริหารการทะเบียน. “จำนวนประชากรแยกอายุ กรุงเทพมหานคร.”
 สืบค้น 28 สิงหาคม 2562. http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php.
- ไตรรัตน์ จารุทัศน์. *การออกแบบเพื่อทุกคน (Universal Design)*. กรุงเทพฯ: หน่วยวิจัยสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุและคนพิการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2559.
- . *โครงการปรับสภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคนพิการ ในระยะที่ 2*. กรุงเทพฯ: หน่วยวิจัยสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุและคนพิการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2553.
- ปฏิพันธุ์ แทนเมือง. “แนวทางการพัฒนาและปรับปรุงด้านกายภาพศูนย์เอนกประสงค์สำหรับผู้สูงอายุ.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาเคหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2557.
- ปราณีดา ศยามานนท์. “สังคมผู้สูงอายุ... โจทย์ใหญ่ที่ธุรกิจค้าปลีกต้องเตรียมรับมือ.” สืบค้น 19 กุมภาพันธ์ 2563. <https://www.scbeic.com/th/detail/product/1397>.
- มหาวิทยาลัยมหิดล. วิทยาลัยการจัดการ. “งานวิจัย AWUSO Society 4.0 แก่แต่วัย หัวใจยังเฝ้า.” สืบค้น 18 สิงหาคม 2562. <http://www.cmmu.mahidol.ac.th/cmmu/index.php/9-college-news/540-awuso-society-4-0>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. “แถลงข่าว“สถิติบอกอะไร ผู้สูงวัยปัจจุบันและอนาคต.”” สืบค้น 28 สิงหาคม 2562.
http://www.nso.go.th/sites/2014/Pages/Press_Release/2561/N10-04-61-1.aspx.
- Beard, J.R. and Charles Petitot. “Ageing and Urbanization: Can Cities be Designed to Foster Active Ageing.” *Public Health Reviews* 32, 2 (2010):427-450.
- Cheang, M. “Older Adults’ frequent Visits to a Fast-Food Restaurant: Nonobligatory Social Interaction and the Significance of Play in a “Third Place.” *Journal of Aging Studies* 16, 3 (2002): 303-321.
- Chi Jackie, K.Y. “Projecting Sustainable Living Environment for an Ageing Society: The Case of Hong Kong.” *Procedia Environmental Sciences* 17 (2013): 675-84.
- Ellermeyer, Bill. “*Stay Engaged and Healthy (If You Can)*.” Accessed April 3, 2020.
<https://www.emporiapresbyterianmanor.org/9-keys-to-a-happy-retirement3>.
- Glover, T.D. and Diana C.P. “A Third Place in the Everyday Lives of People Living with Cancer: Functions of Gilda’s Club of Greater Toronto.” *Health & Place* 15,1 (2009): 97-106.
- MHP Salud and National Center for Equitable Care for Elder. *Aging in Place: A Resource for Health Centers*. North Bethesda, MD.: The Health Resources and Services Administration (HRSA), 2019.
- Oldenburg, R. *The Great Good Place: Cafés, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*. New York: Marlowe, 1999.
- Ritchie, Hannah and Max Roser. “*Urbanization*.” Accessed February 19, 2020. <https://ourworldindata.org/urbanization>.
- Rosenbaum, M.S., J.C. Sweeney and C. Windhorst. “The Restorative Quality of an Activity-Based, Third Place Café for Seniors: Restoration, Social Support, and Place Attachment at Mather’s-More-Than-a Café.” *Seniors Housing & Care Journal* 17, 1 (2009): 75-90.
- World Health Organization. “*Global Age-Friendly Cities: A Guide*.” Accessed December 1, 2019.
https://www.who.int/ageing/publications/Global_age_friendly_cities_Guide_English.pdf.