



ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม จิตวิทยา และพฤติกรรมกร
ตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวณันท์ ฉิม

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2557
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม จิตวิทยา และพฤติกรรม
ตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวณันท์ ฉิม



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานวัตกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2557
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



DEMOGRAPHIC, CULTURAL, SOCIAL, PSYCHOLOGICAL FACTORS
AND THE RETIREMENT VILLAGE BUYING DECISION BEHAVIORS OF
THE PEOPLE IN BANGKOK

BY

MISS SHURNUN CHIM



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER DEGREE OF SCIENCE
INNOVATION REAL ESTATE DEVELOPMENT
FACULTY ARCHITECTURE AND PLANNING
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2014
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และผังเมือง

วิทยานิพนธ์

ของ

นางสาวณันท์ ฉิม

เรื่อง

ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม จิตวิทยา และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้าน
ผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (นวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์)

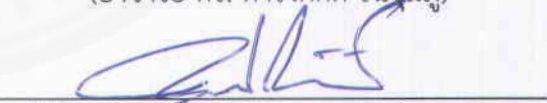
เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ. 2558

กรรมการและประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(อาจารย์ ดร. ดำรงค์ศักดิ์ รินมนู)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กองกฤษณ์ โตชัยวัฒน์)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

สิทธิชัย นาคสุขสกุล
(ดร. สิทธิชัย นาคสุขสกุล)

คณบดี



(รองศาสตราจารย์ เฉลิมวัฒน์ ตันตสวัสดี)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม จิตวิทยา และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	นางสาวณันท์ ฉิม
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขา/คณะ/มหาวิทยาลัย	นวัตกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ สถาปัตยกรรมศาสตร์และผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กองกฤษ โต้ชัยวัฒน์
ปีการศึกษา	2557

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงปริมาณนี้มุ่งเน้นการศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคล วัฒนธรรม สังคม และ จิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มบุคคลก่อนวัยเกษียณ จำนวน 400 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ รวมถึงทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้วยสถิติทดสอบ t-test และ f-test และทดสอบสมมติฐานที่สัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทาง วัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ ด้วยสถิติวิธีไคสแควร์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พักอาศัยกับคู่สมรส ร้อยละ 58.5 และเป็นครอบครัวขนาดกลาง ร้อยละ 47.0 ปัจจัยทางสังคมส่วนใหญ่ไม่เคยทำกิจกรรมร่วมกับคนอื่น ร้อยละ 68.0 และชอบใช้ชีวิตอยู่ในชนบทร้อยละ 56.3 ปัจจัยด้านจิตวิทยามีความพึงพอใจในรูปแบบของบ้านผู้สูงอายุ ร้อยละ 91.8 ปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ พบว่า ช่วงอายุที่สนใจซื้ออยู่ในช่วงมากกว่า 65 ปี ร้อยละ 70.5 ราคาที่สนใจซื้อ 1,000,001-2,000,000 บาท ร้อยละ 49.2 และสถานที่ตั้งที่สนใจซื้ออสังหาริมทรัพย์หลายสาย ร้อยละ 91.5 ส่วนการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ในการพัฒนาโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุให้สอดคล้องกับปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม จิตวิทยา และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคต่อไป

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนบุคคล, ปัจจัยทางวัฒนธรรม, ปัจจัยทางสังคม, ปัจจัยทางจิตวิทยา, พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ, หมู่บ้านผู้สูงอายุ

Thesis Title	DEMOGRAPHIC, CULTURAL, SOCIAL, PSYCHOLOGICAL FACTORS AND THE RETIREMENT VILLAGE BUYING DECISION BEHAVIORS OF THE PEOPLE IN BANGKOK
Author	Miss Shurnun Chim
Degree	Master of Science
Department/Faculty/University	Innovative Real Estate Development Architecture and Planning Thammasat University
Thesis Advisor	Assitant Prof. Dr. Kongkoon Tochaiwat

ABSTRACT

This quantitative research focused on demographic, cultural, social, and psychological factors, as well as the decision making behaviors of Bangkok people in purchasing the retirement village. Data were collected from 400 people through questionnaires and analyzed by frequencies, percentages and Chi-square. The results showed that the most of respondents live with their couple (58.5%); medium sized family (47.0%). According to social factors, the respondents had never joined activities with others (68.0%), They preferred living in countryside (56.3%). They were satisfied with retirement village model (91.8%) and were willing to buy the units after age 65 (70.5%). In addition, they preferred the units that cost 1,000,001-2,000,000 Baht (49.2%) and locate along several bus routes (91.5%). Finally, it was also found that demographic, cultural, social and psychological factors have relationships with the buying decision behaviors at 0.05 statistical significance level. The results of this research will be benefit for real estate entrepreneurs to develop their projects according to customers' demographic, cultural, social, psychological factors, and buying decision behaviors..

Keywords: Demographic Factor, Cultural Factor, Social Factor, Psychological Factor, Buying Decision Behavior, Retirement Village

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม จิตวิทยา และพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครฉบับนี้ ได้รับความสำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี เนื่องจากผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลือ ดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี การให้คำปรึกษา จากหลายๆ ฝ่าย โดยเฉพาะอาจารย์ที่ปรึกษา คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกคุณท์ โตชัยวัฒน์ ซึ่งได้กรุณาให้ความรู้และแนวคิด คำแนะนำ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ทั้งสนับสนุนติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินการวิจัยและให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของอาจารย์เป็นอย่างยิ่ง และขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์เป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ ที่สละเวลาในการตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่อง ตรวจทานความถูกต้องของภาษา และพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขอขอบคุณบุคคลในครอบครัวของผู้วิจัยทุกคน ที่ให้ความร่วมมือเสียสละเวลา และเป็นกำลังใจให้แก่ผู้วิจัยสามารถทุ่มเทให้กับการศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี จึงขอกราบขอบพระคุณและขอบคุณไว้ในโอกาสนี้

นางสาว ฉันทน์ ฉิม

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญภาพ	(13)
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	6
1.3 สมมติฐานการศึกษา	7
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	7
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
1.6 นิยามศัพท์	9
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ	10
2.1.1 ความหมายของผู้สูงอายุ	10
2.1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ	12
2.1.3 สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงประชากรในประเทศไทย	13
2.1.4 การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในต่างประเทศ	24
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมเพื่อเกษียณอายุ	27

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	34
2.3.1 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค	34
2.3.2 ลักษณะเฉพาะที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค	35
2.3.3 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (buyer decision process)	46
2.4 แนวคิดทฤษฎี 7Os	47
2.5 การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane	50
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับโครงการอสังหาริมทรัพย์สำหรับผู้สูงอายุ	52
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	54
2.8 สรุปเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	56
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	58
3.1 รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ	58
3.1.1 ประชากร	58
3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง	58
3.2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	58
3.3 วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	59
3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	60
3. 5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	60
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	61
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	153
5.1 สรุปผลการวิจัย	153
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	164
5.2.1 ระดับปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ	164
5.2.2 ระดับปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ	165
5.2.3 ระดับปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ	165
5.2.4 ระดับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ	166
5.2.5 ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ	166

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา	168
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	169
รายการเอกสารอ้างอิง	170
ภาคผนวก	176
ประวัติผู้เขียน	188



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 เปรียบเทียบอัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรผู้สูงอายุ	1
2.1 สถิติจำนวนประชากรไทยตามสำมะโนประชากร พ.ศ. 2453-2553	14
2.2 จำนวนและสัดส่วนประชากรสูงอายุ จำแนกตามกลุ่มอายุ เพศ และ เขตที่อยู่อาศัย พ.ศ. 2553-2583	18
2.3 พฤติกรรมผู้บริโภครุ่น (70s)	48
2.4 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ($Z=1.96$)	50
2.5 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ($Z=2.58$)	51
2.6 การสุ่มของยามาเนดัดแปลงใช้ในการคิดคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยประมาณ โดยใช้ร้อยละ	52
4.1 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ	62
4.2 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามอายุ	62
4.3 ค่าความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของจำแนกตามสถานภาพสมรส	63
4.4 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามจำนวนบุตรใน อุปการะ	63
4.5 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามอาชีพ	64
4.6 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษา	65
4.7 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้	65
4.8 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามแหล่งที่มาของ รายได้	66
4.9 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามการนับถือศาสนา	67
4.10 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามประวัติสุขภาพ	67
4.11 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามทัศนคติในการ ดำเนินชีวิต	68
4.12 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามลักษณะ ที่อยู่อาศัย	68
4.13 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางวัฒนธรรมจำแนกตามการอยู่อาศัย	69
4.14 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางวัฒนธรรมจำแนกตามขนาด ครอบครัว	70

ตารางที่	หน้า
4.15 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางวัฒนธรรมจำแนกตามประเทศ ที่ถือสัญชาติ	70
4.16 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางวัฒนธรรมจำแนกตามอาหาร ที่ขอรับประทาน	71
4.17 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางวัฒนธรรมจำแนกตามประเภท ของคนตรี	71
4.18 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางสังคมจำแนกตามการเป็น สมาชิกกลุ่ม/ชมรมในสังคม	72
4.19 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางสังคมจำแนกตามความถี่ใน การทำกิจกรรม	72
4.20 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางสังคมจำแนกบุคคลที่ทำกิจกรรม	73
4.21 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางสังคมจำแนกรูปแบบของสังคม ที่ต้องการใช้ชีวิต	73
4.22 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางสังคมจำแนกตามงานอดิเรก ที่ชื่นชอบ	74
4.23 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางสังคมจำแนกตามสถานที่ชอบจับ จ่ายใช้สอย	74
4.24 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางสังคมจำแนกตามความถี่ใน การเดินทางไปต่างประเทศ	75
4.25 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางสังคมจำแนกตามความ สนใจโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุ	75
4.26 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางสังคมจำแนกตามรูปแบบ โครงการเหมาะสมกับคนไทย	76
4.27 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางสังคมจำแนกตามโครงการยก ระดับคุณภาพชีวิต	76
4.28 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามแรงจูงใจ ในการจับจ่ายใช้สอย	77

ตารางที่	หน้า
4.29 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามความพึงพอใจ ในชุมชนที่พักอาศัยปัจจุบัน	78
4.30 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามการบริการ ในชุมชนที่พักอาศัยปัจจุบัน	78
4.31 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามการติดตาม ข้อมูลข่าวสาร	79
4.32 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกในบ้านพักปัจจุบัน	80
4.33 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามความสามารถ ในการเคลื่อนที่ภายในบ้าน	80
4.34 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามการ รู้จักโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุ	81
4.35 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามการรู้จัก รูปแบบบ้านสำหรับผู้สูงอายุ	81
4.36 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามการ ระดับคุณภาพของบ้านพักผู้สูงอายุของไทย	82
4.37 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามการแลกเปลี่ยน ประสบการณ์กับผู้อื่น	83
4.38 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามความสนใจ การดูแลรักษาสุขภาพ	83
4.39 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามการปรับ โครงสร้างครอบครัวของไทยเป็นครอบครัวเดี่ยว	84
4.40 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามความเห็น ด้วยว่าบุตรหลานต้องดูแลเมื่อยามสูงอายุ	84
4.41 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามความเชื่อมั่นใน การดำเนินชีวิตตามลำพัง	85
4.42 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามบ้านที่ท่าน พักอาศัยจำเป็นต้องอยู่ใกล้หรือบริเวณเดียวกันกับบ้านพ่อแม่พี่น้อง	85

ตารางที่	หน้า
4.43 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามโครงการ บ้านผู้สูงอายุคำนึงถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในทุกด้าน	86
4.44 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามความพึงพอใจ ในการใช้ชีวิตผู้สูงอายุในโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุ	86
4.45 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยปัจจัยพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจจำแนก ตามด้านช่วงวัยที่ให้ความสนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ	87
4.46 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจจำแนกตามการ เตรียมแผนการออมทรัพย์เพื่อซื้ออสังหาริมทรัพย์	88
4.47 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจจำแนกตาม ประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ	89
4.48 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจจำแนกตาม สิทธิการอยู่อาศัยที่สนใจซื้อ	89
4.49 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจจำแนกตาม ระดับราคาบ้านในโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุที่สนใจซื้อ	90
4.50 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจจำแนกตาม สถานที่ตั้งโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุที่สนใจซื้อ	90
4.51 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจจำแนกตาม เส้นทางการคมนาคมที่ท่านสนใจซื้อ	91
4.52 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจจำแนกตามสื่อ ที่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุ	92
4.53 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจจำแนก ตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการสนใจซื้อ	92
4.54 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจจำแนกตาม สนใจซื้อเพื่อบุคคลใด	93
4.55 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจจำแนก ตามเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ	93
4.56 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจจำแนก ตามสิ่งแวดล้อมภายในโครงการแบบใดที่สนใจซื้อ	94
4.57 ค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจจำแนกตาม รูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ	95

ตารางที่	หน้า
4.72 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านอาชีพกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ	110
4.73 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านอาชีพกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ	111
4.74 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านระดับการศึกษากับช่วงอายุที่สนใจซื้อ	112
4.75 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านระดับการศึกษากับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ	113
4.76 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านระดับการศึกษากับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ	114
4.77 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านระดับการศึกษากับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ	115
4.78 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านรายได้กับช่วงอายุที่สนใจซื้อ	116
4.79 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านรายได้กับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ	117
4.80 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านรายได้กับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ	118
4.81 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านรายได้กับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ	119
4.82 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านบุคคลที่พักอาศัยกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ	121
4.83 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางวัฒนธรรมด้านบุคคลที่พักอาศัยกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ	122
4.84 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางวัฒนธรรมด้านบุคคลที่พักอาศัยกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ	123
4.85 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางวัฒนธรรมด้านบุคคลที่พักอาศัยกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ	124
4.86 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางวัฒนธรรมด้านขนาดของครอบครัวกับช่วงอายุที่สนใจซื้อโครงการบ้านผู้สูงอายุ	125

ตารางที่	หน้า
4.87 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางวัฒนธรรมด้านขนาดของครอบครัวกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ	126
4.88 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางวัฒนธรรมด้านขนาดของครอบครัวกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ	127
4.89 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางวัฒนธรรมด้านขนาดของครอบครัวกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ	128
4.90 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคมด้านความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ	129
4.91 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคมด้านความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ	130
4.92 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคมด้านความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ	131
4.93 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคมด้านความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ	132
4.94 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านงานอดิเรกที่ชื่นชอบกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ	133
4.95 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคมด้านงานอดิเรกที่ชื่นชอบกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ	134
4.96 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคมด้านงานอดิเรกที่ชื่นชอบกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ	135
4.97 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคมด้านงานอดิเรกที่ชื่นชอบกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ	136
4.98 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านรูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ	137
4.99 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคมด้านรูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ	138
4.100 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคมด้านรูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ	139

ตารางที่	หน้า
4.101 แสดงความสัมพันธ์ของด้านรูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ	140
4.102 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านแรงจูงใจในการจับจ่ายใช้สอยกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ	141
4.103 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางจิตวิทยาด้านแรงจูงใจในการจับจ่ายใช้สอยกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ	142
4.104 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางจิตวิทยาด้านแรงจูงใจในการจับจ่ายใช้สอยกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ	143
4.105 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางจิตวิทยาด้านแรงจูงใจในการจับจ่ายใช้สอยกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ	144
4.106 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านการติดตามข้อมูลข่าวสารกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ	145
4.107 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางจิตวิทยาด้านการติดตามข้อมูลข่าวสารกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ	146
4.108 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางจิตวิทยาด้านการติดตามข้อมูลข่าวสารกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ	147
4.109 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางจิตวิทยาด้านการติดตามข้อมูลข่าวสารกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ	148
4.110 สรุปการวิเคราะห์สมมติฐาน	149
4.111 ตารางสรุปตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการผู้สูงอายุ	150

สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 อัตราจำนวนบุตรที่จะมาให้การเกื้อหนุนผู้สูงอายุมีแนวโน้มลดลง	3
1.2 การอยู่คนเดียวหรืออยู่กับคู่สมรสของผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น	4
2.1 ดัชนีการสูงวัยของประชากรไทย พ.ศ. 2503-2583	15
2.2 จังหวัดที่มีดัชนีการสูงวัยน้อยที่สุด และมากที่สุด 10 อันดับแรก	15
2.3 โครงสร้างอายุและเพศของประชากรแสดงด้วยรูป “พีระมิตประชากร” พ.ศ. 2503-2583	16
2.4 สัดส่วนผู้สูงอายุจำแนกตามเพศ	19
2.5 การทำงานของผู้สูงอายุจำแนกตามช่วงอายุ	20
2.6 สถานภาพของผู้สูงอายุ	20
2.7 การอยู่อาศัยของผู้สูงอายุ	21
2.8 รายได้และแหล่งที่มาของรายได้	22
2.9 แหล่งรายได้หลัก	22
2.10 การออมของผู้สูงอายุ	23
2.11 สัดส่วนของผู้สูงอายุที่ไม่สามารถทำกิจวัตรประจำวัน	24
2.12 แบบจำลองพฤติกรรมผู้ซื้อ	35
2.13 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค	35
2.14 ขนชั้นทางสังคมหลัก	39
2.15 กระบวนการตัดสินใจซื้อ	46
2.16 กรอบแนวคิดในการวิจัย	57

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันประเทศไทยกำลังเผชิญหน้ากับสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ อย่างมากมายทั้งด้านโครงสร้างการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ตลอดจนการปรับตัวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) จึงส่งผลกระทบต่อประชากรอย่างทั่วถึง ประกอบกับความเจริญก้าวหน้าทางการแพทย์และความสำเร็จในการวางแผนชีวิตและสุขภาพของประชากรไทยส่งผลให้โครงสร้างสังคมไทยเข้าสู่ “สังคมผู้สูงอายุ: aging society” โดยสัดส่วนผู้สูงอายุในประเทศไทยเพิ่มขึ้นจาก 7.5 ล้านคนในปี พ.ศ. 2552 เป็น 14.4 ล้านคนในปี พ.ศ. 2568 (แนวหน้า, 2557) ในขณะที่ประชากรโลกที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไปมีอัตราสูงขึ้นร้อยละ 8 หรือประมาณ 565 ล้านคน โดยพบว่า ประชากรในประเทศที่พัฒนาแล้วมีอายุสูงกว่าประชากรในประเทศที่กำลังพัฒนามากในอัตราร้อยละ 16:6 ดังแสดงในตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1

เปรียบเทียบอัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรผู้สูงอายุ

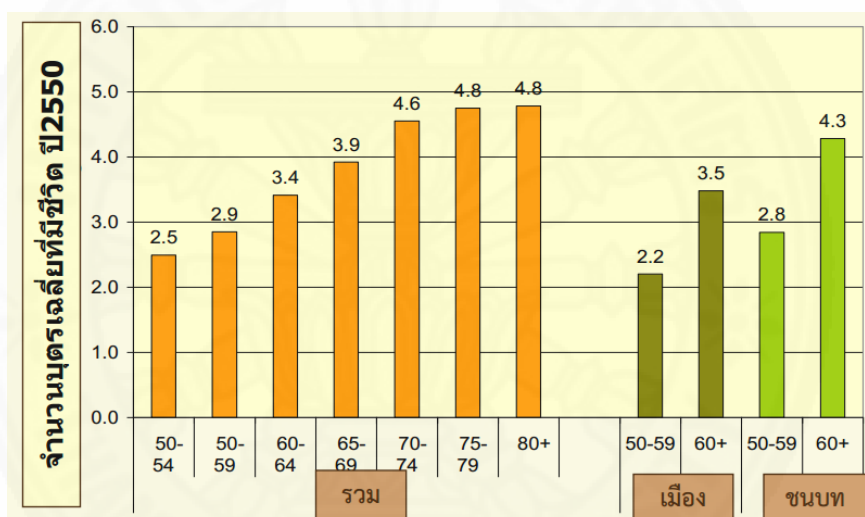
กลุ่มประเทศ	ประชากร (ล้านคน)	อัตราเพิ่ม	ร้อยละของประชากรอายุ 65+
โลก	7,058	1.2	8
ประเทศพัฒนาแล้ว	1,243	0.1	16
ประเทศกำลังพัฒนา	5,814	1.4	6

หมายเหตุ. ปราโมทย์ ประสาทกุล, 2555

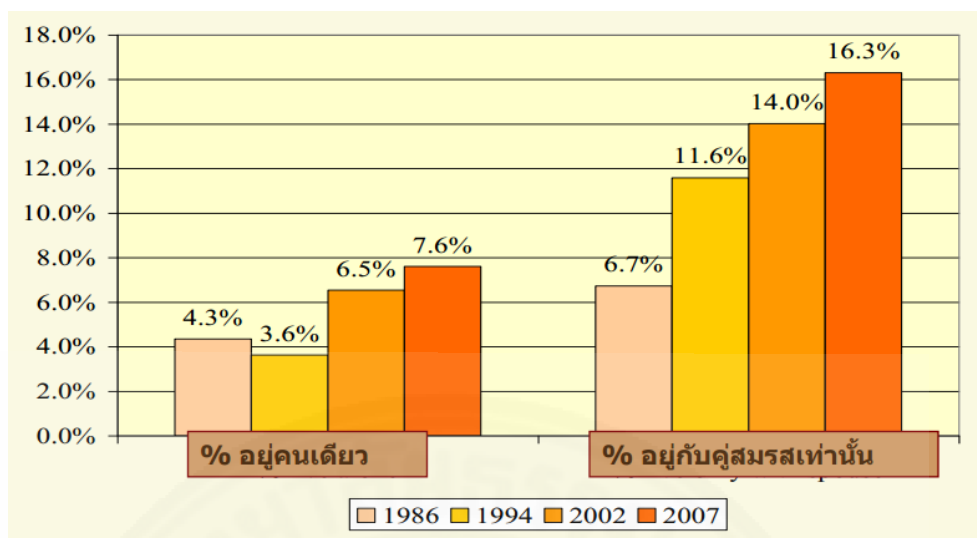
สาเหตุหนึ่งที่ทำให้อัตราโครงสร้างในสังคมไทยเปลี่ยนแปลงไปทำให้มีจำนวนประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้น เนื่องจากอัตราการเพิ่มของประชากรในปัจจุบันลดลงอยู่เพียงร้อยละ 0.8 เท่านั้น ซึ่งต่ำกว่าอัตราเพิ่มเมื่อ 40 ปีก่อนกว่าร้อยละ 3 ทั้งนี้ยังมีแนวโน้มว่าอัตราเพิ่มประชากรนี้จะลดต่ำลงไปอีกจนเหลือร้อยละ 0 ในอีกไม่เกิน 20 ปีข้างหน้า หลังจากนั้นอาจลดลงถึงขั้นติดลบก็เป็นได้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประชากรไทยเปลี่ยนโครงสร้างจากที่เคยเป็นประชากรวัยเยาว์มาเป็นประชากรสูงวัยแล้ว เมื่อปี 2503 ประชากร อายุ 65 ปีขึ้นไป มีอยู่ไม่ถึงร้อยละ 3 ปัจจุบันประชากรสูงอายุก่อนหน้านี้

มากถึงร้อยละ 7.9 หรือมีจำนวนประมาณ 5 ล้านคน แต่ประชากรวัยเด็กอายุต่ำกว่า 15 ปี ซึ่งเคยมีอยู่มากถึงร้อยละ 40 ในปี 2503 ได้ลดลงครึ่งหนึ่งเหลือเพียงประมาณร้อยละ 20 ในปัจจุบัน การที่ภาวะเจริญพันธุ์จะลดต่ำลงไปอีก และผู้คนจะมีชีวิตยืนยาวขึ้น ซึ่งจะทำให้ประชากรไทยมีอายุเฉลี่ยสูงขึ้น ดังนั้นการเตรียมความพร้อมสู่สังคมสูงวัยจึงเป็นมาตรการสำคัญและท้าทายสำหรับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรไทย (ปราโมทย์ ประสาทกุลและคณะ, 2555:1) สิ่งที่ทำทนายอย่างยิ่งคือการกำหนดนโยบายสาธารณะซึ่งในต่างประเทศได้วางแผนปฏิบัติการ และเตรียมผู้ปฏิบัติการในการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในทุกด้านให้แก่ผู้สูงอายุทางด้านวิถีการดำเนินชีวิต เช่น การเปลี่ยนจากการอยู่กันเป็นครอบครัวใหญ่ มีคนหลายๆรุ่นอยู่ร่วมกันในครอบครัวเดียว เช่น ปู่-ย่า-ตา-ยาย พ่อ-แม่ และ ลูก-หลาน กลายมาเป็นครอบครัวเล็ก มีแค่คนสองรุ่นอยู่ร่วมกันในครอบครัว เช่น พ่อ-แม่-ลูก เท่านั้น นี่ก็เป็นอีกสาเหตุหนึ่ง ที่ทำให้รูปแบบการดูแลผู้สูงอายุยุคใหม่ได้เริ่มขึ้น และกำลังเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม อย่างเช่น ในประเทศสหรัฐอเมริกา อุตสาหกรรมการดูแลผู้สูงอายุได้เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากขึ้น เพราะมีการเปลี่ยนแปลงของประชากรทั้งในด้านจำนวนประชากร สัดส่วนของประชากรในแต่ละช่วงอายุ และสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ยกตัวอย่างเช่น สภาพของสังคมในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง เรียกช่วงนี้ว่า เจนเน็ยบ (Silent Generation) เป็นแบบหนึ่ง และ สภาพของสังคมช่วง เบบี้บูม (Baby Boomer) ก็เป็นอีกแบบหนึ่ง ซึ่งช่วงหลังนี้การเข้ามาของลัทธิบริโภคนิยม การมีวัฒนธรรมการใช้ชีวิตที่รีบเร่ง การมีวัฒนธรรมบริโภคอาหารจานด่วน (Fast food) ฯลฯ ยิ่งทำให้มุมมองความต้องการ การดูแลผู้สูงอายุยิ่งเริ่มเปลี่ยนไปอย่างชัดเจนขึ้นกล่าวคือมีความคาดหวังในการได้รับการบริการ และคุณภาพของการบริการมากขึ้น ทั้งต่อพ่อแม่ของตนเองที่จะต้องได้รับการบริการในขณะนั้น และต่อตนเองที่จะต้องได้รับการในอนาคตด้วยในยามแก่ตัวลง (แนวโน้มอุตสาหกรรมการดูแลผู้สูงอายุจากต่างประเทศสู่ไทย, 2557) ส่วนประเทศญี่ปุ่นการสร้างบ้านพักคนชราของเอกชน อาทิเช่น Shin-aie, Kiyota, Special Elderly Nursing Home, Cocail Welfare Juridical Person And Care House Shalom เป็นต้น ได้รับการอุดหนุนงบประมาณจากรัฐบาลกลางและรัฐบาลท้องถิ่นจำนวน 2 ใน 3 ของค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างทั้งหมด โดยอีก 1 ส่วนเอกชนที่ประกอบธุรกิจบ้านพักคนชราเป็นผู้รับผิดชอบ ซึ่งในอดีตเอกชนที่ประกอบธุรกิจบ้านพักคนชราหรือสถานดูแลผู้สูงอายุ รัฐจะคัดเลือกจากองค์กรเอกชนหรือมูลนิธิที่ทำงานด้านผู้สูงอายุเท่านั้น เนื่องจากธุรกิจนี้ต้องการความต่อเนื่องและมั่นคง เมื่อทำแล้วไม่สามารถเลิกกิจการได้ แต่ปัจจุบันรัฐบาลไม่ได้ให้การอุดหนุนเอกชนในการก่อสร้างบ้านพักคนชราหรือสถานดูแลผู้สูงอายุ และเอกชนทั่วไปสามารถประกอบธุรกิจบ้านพักคนชราหรือสถานดูแลผู้สูงอายุได้ สำหรับการจัดเก็บค่าใช้จ่ายจากผู้สูงอายุที่ใช้บริการของศูนย์ โดยหลักการแล้วผู้สูงอายุที่มีทุนทรัพย์ต้องเสียค่าใช้จ่ายทุกคน แต่หากคนใดไม่มีหรือมีแต่ไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่าย รัฐบาลท้องถิ่นจะจ่ายเงินสมทบให้ตามจำนวนที่ขาดเหลือโดยจะพิจารณาเป็นแต่ละกรณี (แนวหน้า, 2557) สำหรับประเทศไทยในอดีตประเทศไทย

การที่ลูกส่งพ่อแม่และญาติผู้ใหญ่ให้ไปอยู่ในสถานรับเลี้ยงคนชราที่มีสภาพความเป็นอยู่ที่ไม่ดีพอ เนื่องมาจากการบริหารจัดการ และการดูแลที่ไม่เหมาะสมหรือสมบูรณ์แบบ จึงทำให้ภาพลักษณ์นี้ติดอยู่ในใจคนทั่วไปในสังคมว่า การไปอยู่หรือการส่งบุพการีของตนไปอยู่ในสถานที่แบบนั้น เป็นสิ่งที่ไม่ดี เป็นลูกไม่มีความกตัญญู แต่ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมการดูแลคนสูงอายุ ได้เข้ามาทำให้ภาพลักษณ์แบบเก่านี้เปลี่ยนไป เมื่อพบว่าผู้สูงอายุที่มีฐานะทางการเงินเพียงพอ ได้รับดอกเบี้ยสูงจากรถนาคร หรือกองทุนที่มั่นคงปลอดภัยที่ให้ผลประโยชน์สูงยามเกษียณ ทำให้ผู้สูงอายุเป็นกลุ่มมีอัตราการออมสูงสุดในโลก ประกอบกับรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุเปลี่ยนไป ผู้สูงอายุในอนาคตจะมีบุตรจำนวนน้อยลงที่จะมาให้การเกื้อหนุน และการอยู่คนเดียวหรืออยู่กับคู่สมรสเท่านั้นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ดังแสดงในภาพที่ 1.1 และ 1.2 ตามลำดับ ดังภาพที่ 1.1 และ 1.2



ภาพที่ 1.1 อัตราจำนวนบุตรที่จะมาให้การเกื้อหนุนผู้สูงอายุมีแนวโน้มลดลง. จาก ประเสริฐ ประสมรักษ์, 2555.



ภาพที่ 1.2 การอยู่คนเดียวหรืออยู่กับคู่สมรสของผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นพ.ศ. 2529, พ.ศ. 2537, พ.ศ. 2545 และ พ.ศ. 2550. จาก ประเสริฐ ประสมรักษ์, 2555

แนวโน้มของอุตสาหกรรมทางการดูแลผู้สูงอายุ จึงได้เปลี่ยนแปลงไปจากแบบดั้งเดิมมีการบริหารจัดการที่ดี การออกแบบที่อยู่อาศัยที่เหมาะสม สวยงาม สภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ รมรื่น อุตสาหกรรมเหล่านี้เรียกว่า “อุตสาหกรรมเพื่อความผาสุกของผู้สูงอายุ (senior welfare industry)” ธุรกิจเหล่านี้จะสรรหาบริการแก่ผู้สูงอายุในหลากหลายรูปแบบ เช่น ธุรกิจพัฒนาบ้านที่อยู่อาศัย ธุรกิจรับดูแลงานบ้าน ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ การให้บริการเยี่ยมเยียนเป็นรายวัน ซึ่งมีบริการผู้สูงอายุอย่างสุขสบาย บริการอาหารสามมื้อเสิร์ฟถึงห้องพัก บริการซักอบรีดเสื้อผ้า ผู้ช่วยบริการซื้อสิ่งของเครื่องใช้ บริการจัดยา อาบน้ำ แต่งตัว ตลอดจนการให้บริการรักษาพยาบาล ซึ่งยังสามารถครอบคลุมไปถึงผู้พิการหรือผู้ช่วยเหลือตัวเองไม่ได้อีกด้วย โดยมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการที่คำนึงถึง

1. ความต้องการคุณภาพการดูแลผู้สูงอายุที่มากขึ้น (เพราะค่าเฉลี่ยของผู้สูงอายุที่เป็นผู้ที่มีการศึกษามากขึ้น และมีผู้สูงอายุที่มีฐานะทางการเงินที่มากขึ้นด้วย)
2. ความต้องการตัวเลือกของการบริการที่มากขึ้น
3. ความต้องการสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ และเอื้ออำนวยต่อสุขอนามัยที่มากขึ้น
4. ความต้องการการควบคุมคุณภาพ ของโครงการการดูแลผู้สูงอายุที่มากขึ้น และการควบคุมคุณภาพนั้น ต้องการสิ่งที่วัดค่าได้อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น
5. ความต้องการข้อกำหนดในการเข้าร่วมโครงการผู้สูงอายุที่ยืดหยุ่นขึ้น

จากการศึกษาของ Economic Intelligence Center [EIC] 2014 พบว่า ในประเทศที่พัฒนาแล้ว การใช้จ่ายของผู้สูงอายุมีขนาดราวร้อยละ 15 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ทั้งนี้ ในปี 2556 ขนาดของเม็ดเงินใช้จ่ายของผู้สูงอายุในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วมีมูลค่าประมาณ 1.1 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือกว่าร้อยละ 15 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก และคาดว่าจะขยายตัวเป็น 1.7 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ภายในปี 2563 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 6 ต่อปี ซึ่งตลาดที่ค่อนข้างใหญ่นี้สอดคล้องกับสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนและจะส่งผลให้มีการเกิดของแบบจำลองธุรกิจใหม่ที่มุ่งหวังที่จะเข้ามาจับตลาดกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้มากขึ้น ขณะที่ประเทศกำลังพัฒนารวมถึงประเทศไทย กำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ตามกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว ในอนาคตข้างหน้า แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนตลาดธุรกิจผู้สูงอายุในประเทศกำลังพัฒนาก็กำลังขยายตัวเช่นกัน เห็นได้จากในช่วงปี 2551 ได้มีการผู้ประกอบการชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนเพื่อสร้างโครงการบ้านจัดสรร โดยเฉพาะพื้นที่แถบชายทะเล โดยมีโครงการบางส่วนมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติที่ต้องการเกษียณตัวในประเทศไทย และได้ทำการจับมือกับศูนย์สุขภาพของโรงพยาบาลเพื่อตอบสนองความต้องการทางการแพทย์ของกลุ่มลูกค้าสูงอายุ โดยธุรกิจดังกล่าวได้รับการตอบรับของลูกค้าชาวต่างชาติเป็นอย่างดี โดยในปัจจุบันโครงการลักษณะดังกล่าวยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในจังหวัดแหล่งท่องเที่ยวต่างอากาศสำคัญ เช่น ชลบุรี ระยอง หัวหิน ภูเก็ต และ กระบี่ เป็นต้น โครงการส่วนใหญ่จะเป็นคอนโดระดับไฮเอนด์ที่มีการตกแต่งหรูหราแต่ยังคงคำนึงถึงการใช้ชีวิตของคนสูงอายุ เช่น การทำทางลาดคู่กับบันได และ การทำราวจับตามทางเดินในตัวอาคาร พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สระว่ายน้ำ สปอร์ตคลับ และ ห้องซาวน่า เป็นต้น ในขณะที่ตลาดผู้เกษียณอายุชาวต่างชาติมีแนวโน้มเติบโต และหากเทียบกับธุรกิจบริการเพื่อผู้สูงอายุในต่างประเทศแล้วจะเห็นว่าธุรกิจบริการที่มุ่งเน้นเจาะตลาดผู้สูงอายุคนไทยโดยตรงยังไม่แพร่หลายนักและยังมีอุปสรรคอยู่มาก ยกตัวอย่างเช่น การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อผู้สูงอายุในไทยก็ยังคงติดกับภาพลักษณ์ของ "บ้านพักคนชรา" เป็นต้น

แม้ว่าอสังหาริมทรัพย์สำหรับผู้สูงอายุคนไทยมีโอกาส แต่ก็มีช่องว่างที่ต้องปรับเปลี่ยนเพื่อลบภาพลักษณ์ของ "บ้านพักคนชรา" ในอดีต คนไทยถูกปลูกฝังมาว่าจะต้องเลี้ยงดูบุพการีเมื่อยามแก่เฒ่า และมักจะเห็นครอบครัวขนาดใหญ่ที่มีสมาชิกหลายรุ่นอายุอยู่ด้วยกันเป็นหลัก แต่ด้วยวิถีชีวิตของคนเมืองในปัจจุบันที่มีข้อจำกัดในหลายด้าน ทำให้โครงสร้างของครอบครัวมีแนวโน้มเปลี่ยนไป ซึ่งแนวโน้มโครงสร้างที่เปลี่ยนไปนี้จะเป็ปัจจัยที่เอื้ออำนวยต่อการเกิดของแบบจำลองธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อผู้สูงอายุในอนาคต เพราะนั่นหมายความว่าคู่สมรสจะต้องดูแลตัวเองมากขึ้นเมื่อสูงอายุ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่มุ่งเน้นตลาดผู้สูงอายุในประเทศมีจำนวนยังไม่แพร่หลายมากนัก ส่วนหนึ่งเนื่องจากผู้บริโภคยังคงติดกับภาพลักษณ์ของ "บ้านพักคนชรา" ที่เสมือนว่าเป็นการทอดทิ้งบุพการี หนึ่งในความท้าทายของผู้ประกอบการจึงเป็นเรื่องของการสร้าง

ความแปลกใหม่ของโมเดลธุรกิจ เพื่อให้ผู้บริโภคก้าวผ่านทัศนคติเดิม การปรับภาพลักษณ์และลักษณะของอสังหาริมทรัพย์ให้แตกต่างเพื่อเจาะกลุ่มผู้สูงอายุที่มีกำลังซื้อเป็นแนวทางเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ โครงการอสังหาริมทรัพย์สำหรับผู้สูงอายุที่เริ่มเห็นในปัจจุบันนี้มีหลากหลายรูปแบบและระดับราคา (EIC, 2014) ได้แก่

(1) โครงการที่มีโมเดลธุรกิจเป็นการขายสิทธิในการเข้าอยู่อาศัยตลอดชีวิต กล่าวคือ ผู้บริโภคไม่ได้เป็นเจ้าของอสังหาริมทรัพย์และไม่สามารถขายสิทธิต่อให้ผู้อื่น โดยจุดเด่นของโครงการอยู่ที่การออกแบบสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม รวมถึงการมีบริการทางการแพทย์ให้บริการเป็นประจำทุกวัน

(2) โครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อขายโดยเน้นให้ออกแบบให้บ้านมีลักษณะเฉพาะเพื่อผู้สูงอายุ ยกตัวอย่างเช่น บ้านแต่ละหลังจะมีสัญญาณเตือนไปยังสถานีพยาบาล/ ส่วนดูแลกลาง เป็นต้น รวมถึงการลงทุนด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสบายและศูนย์บริการอย่างครบถ้วนอยู่ในโครงการ นอกจากนี้ ลักษณะเด่นของโครงการทั้งสองรูปแบบคือการมีส่วนดูแลกลางที่จะบริหารจัดการเรื่องบริการทางการแพทย์ และการจัดให้มีกิจกรรมร่วมกัน ซึ่งเป็นอีกจุดขายสำคัญที่จะช่วยลบภาพลักษณ์การเป็นสถานสงเคราะห์ของบ้านพักคนชรา ให้เป็นการลงทุนเพื่อซื้อบริการที่จำเป็นและรูปแบบชีวิตที่ต้องการในวัยเกษียณอายุ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการวิเคราะห์และทำความเข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของผู้สูงอายุจึงเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญของการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยา ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร” เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โครงการบ้านพักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ นำไปใช้ในการกำหนด กลยุทธ์ทางการตลาดที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

1.2.2 เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

1.2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 สมมติฐานของการศึกษา

1.3.1 เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

1.3.2 เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

1.3.3 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยา ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดรูปแบบการศึกษาไว้ ดังนี้

1.4.1 ตัวแปรที่ศึกษา

1.4.1.1 ตัวแปรต้น (อิสระ)

- (1) ปัจจัยส่วนบุคคล
- (2) ปัจจัยทางวัฒนธรรม
- (3) ปัจจัยทางสังคม
- (4) ปัจจัยทางจิตวิทยา

1.4.1.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

- (1) พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่
 1. กลุ่มเป้าหมาย (Occupant)
 2. ตลาดเป้าหมาย (Objects)
 3. เหตุผลที่แท้จริง (Objectives)

4. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ (Organization)
5. โอกาสซื้อของลูกค้า (Occasion)
6. แหล่งที่สะดวกซื้อ (Outlets)
7. การบริหารการซื้อของลูกค้า (Operation)

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ บุคคลที่อยู่ในวัยก่อนเกษียณอายุเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 9,928,000 คน

1.4.3 ขอบเขตอายุ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยที่มีอายุระหว่าง 40-65 ปี

1.4.4 ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ พื้นที่ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำในเขตกรุงเทพมหานคร

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ทราบถึงระดับปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

1.5.2 ทราบถึงระดับปัจจัยทางสังคมที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

1.5.3 ทราบถึงระดับปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

1.5.4 ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางจิตวิทยากับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

1.5.5 ผู้ประกอบการด้านอสังหาริมทรัพย์ สามารถนำผลการศึกษาไปปรับปรุงและพัฒนาโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณให้สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมในการซื้อของกลุ่มผู้สูงอายุต่อไป

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งในการศึกษารวบรวมข้อมูลประชากรผู้สูงอายุได้แบ่ง ผู้สูงอายุเป็น 2 กลุ่มคือ ผู้สูงอายุตอนต้น หมายถึง บุคคลที่มีอายุ 60-69 ปี ทั้งชายและหญิงและ ผู้สูงอายุตอนปลาย หมายถึง บุคคลที่มีอายุ 70 ปี ขึ้นไปทั้งชายและหญิง

วัยเกษียณอายุ หมายถึง วัยครบกำหนดอายุรับราชการหรือสิ้นกำหนดเวลารับราชการ ก็คือ เมื่อผู้นั้นมีอายุตัวครบ 60 ปี ในส่วนของหน่วยงานเอกชนอาจกำหนดให้พนักงานออกจากงานเมื่อมีอายุ 55 ปี หรือ 60 ปี หรือ บางแห่งยังยอมรับบุคคลที่มีอายุเกิน 60 ปี ทำงานต่อไปได้ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับ ความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ของบุคคลนั้น

การวางแผนเพื่อวัยเกษียณ หมายถึง การพิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเกษียณอายุ เป็นการวางแผนทางการเงินสำหรับในช่วงชีวิตหลังจากหยุดการทำงาน เป็นการกำหนดเป้าหมายรายได้ เพื่อวัยเกษียณ และการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งรายได้สำหรับการเกษียณอายุและนำออกมาใช้ในระหว่างเกษียณอายุ

หมู่บ้านผู้สูงอายุ หมายถึง การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ให้สอดคล้องกับเทรนด์ของตลาด ผู้สูงอายุ โดยโครงการจะมีเนื้อที่ขนาดใหญ่ ประกอบด้วยโรงแรม โรงพยาบาล และบ้านพักอาศัย ที่ภายในโครงการจะให้บริการด้านการแพทย์ เช่น ห้องตรวจโรค ห้องผู้ป่วยฉุกเฉิน ห้องพยาบาล ห้องพักผู้ป่วย ห้องกายภาพบำบัด ห้องฝึกอบรมให้ความรู้แก่ผู้ป่วย ห้องออกกำลังกาย รวมทั้งการรักษาด้วยแพทย์ทางเลือก ซึ่งเป็นรูปแบบการพัฒนาโครงการเพื่อสุขภาพที่รองรับคนชราวัยเกษียณอายุ

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม จิตวิทยา และพฤติกรรมการตัดสินใจ
 ชื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทบทวนเอกสาร
 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมเพื่อเกษียณอายุ
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.4 แนวคิดทฤษฎี 7Os
- 2.5 การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับโครงการอสังหาริมทรัพย์สำหรับผู้สูงอายุ
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.8 สรุปเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

2.1.1 ความหมายของผู้สูงอายุ

Hall (1976, p. 3-4) ได้แบ่งการสูงอายุของบุคคลออกเป็น 4 ประเภท คือ

(1) การสูงอายุตามวัย (chronological aging) หมายถึง การสูงอายุตามปีปฏิทินโดย
 การนับจากปีที่เกิดเป็นต้นไป และบอกได้ทันทีว่า ใครมีอายุน้อยเพียงใด

(2) การสูงอายุตามสภาพร่างกาย (biological aging) เป็นการพิจารณาการสูงอายุ
 จากสภาพร่างกายและสรีระของบุคคลที่เปลี่ยนไป เมื่อมีอายุเพิ่มขึ้น เนื่องจากประสิทธิภาพการ
 ทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ในร่างกายลดน้อยลง เป็นผลมาจากความเสื่อมโทรมตามกระบวนการสูงอายุ
 ซึ่งเป็นไปตามอายุขัยของแต่ละบุคคล

(3) การสูงอายุตามสภาพจิตใจ (psychological aging) เป็นการเปลี่ยนแปลงในหน้าที่
 การรับรู้ แนวความคิด ความจากการเรียนรู้ เข้าวัยปัญญา และลักษณะบุคลิกภาพที่ปรากฏในระยะ
 ชีวิตของแต่ละคนที่มีอายุเพิ่มขึ้น

(4) การสูงอายุดตามสภาพสังคม (Sociological Aging) เป็นการเปลี่ยนแปลงในบทบาทหน้าที่สถานภาพของบุคคลในระบบสังคม รวมทั้งความคาดหวังของสังคมต่อบุคคลนั้น ซึ่งเกี่ยวกับอายุ การแสดงออกตามคุณค่าและความต้องการของสังคม

James & Renner (1977: 4-5) ได้ให้ความหมายของผู้สูงอายุ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเป็นธรรมดาในสิ่งมีชีวิต และได้แบ่งระดับความสูงอายุนออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

(1) การสูงอายุดตามวัย (Chronological Aging) หมายถึง การสูงอายุดตามปีปฏิทินโดยการนับจากปีที่เกิดเป็นต้นไป

(2) การสูงอายุดตามสภาพร่างกาย (Biological Aging) การเปลี่ยนแปลงทางร่างกายและกระบวนการหน้าที่ที่ปรากฏขณะที่มีอายุเพิ่มขึ้น

(3) การสูงอายุดตามสภาพจิตใจ (Psychological Aging) การเปลี่ยนแปลงในหน้าที่การรับรู้ แนวความคิด ความจำ การเรียนรู้ เซอร์วิปัญญา และลักษณะบุคลิกภาพที่ปรากฏในระยะต่าง ๆ ของแต่ละคนที่มีอายุเพิ่มขึ้น

(4) การสูงอายุดตามสภาพสังคม (Sociological Aging) เป็นการเปลี่ยนแปลงในบทบาทหน้าที่สถานภาพของบุคคลในระบบสังคม เช่น ครอบครัว หน้าที่การงาน รวมถึงความสำคัญในฐานะผู้มีประสบการณ์

นอกจากนี้ Yurick (1980: 31) ได้แบ่งช่วงวัยของผู้สูงอายุนออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

(1) กลุ่มผู้สูงอายุนวัยต้น (The young elderly) มีช่วงอายุระหว่าง 60-74 ปี ซึ่งเป็นวัยที่ยังชราไม่มาก สามารถทำงานได้ ถ้าสุขภาพกาย สุขภาพจิตดี

(2) กลุ่มผู้สูงอายุนวัยชรา (The old elderly) มีช่วงอายุตั้งแต่ 75 ปี ขึ้นไป จะถือว่าเป็นวัยชราอย่างแท้จริง

ผู้สูงอายุน หมายถึง บุคคลที่มีอายุสูงชันตามปีปฏิทินเริ่มตั้งแต่ช่วงอายุระหว่าง 60 ปีขึ้นไป โดยแบ่งช่วงวัยของผู้สูงอายุนออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุนวัยต้น ที่มีช่วงอายุระหว่าง 60-74 ปี และ กลุ่มผู้สูงอายุนวัยชรา ที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 75 ปีขึ้นไป มีสภาพร่างกายเปลี่ยนแปลงไปตามอายุที่เพิ่มขึ้น โดยจะมีการเปลี่ยนแปลงนั้นมีผลต่อสภาพจิตใจ ได้แก่ การรับรู้ ความจำ การเรียนรู้ และเซอร์วิปัญญา ส่วนสภาพทางสังคมจะเป็นการเปลี่ยนแปลงในบทบาทหน้าที่สถานภาพของบุคคล เช่น ครอบครัว หน้าที่การงานรวมทั้งความคาดหวังของสังคมต่อบุคคลนั้น

2.1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

E-bersole & Hess (1981: 23-32) ได้สรุปทฤษฎีผู้สูงอายุออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

2.1.2.1 ทฤษฎีทางชีววิทยา

ทฤษฎีนี้ได้อธิบายเกี่ยวกับกระบวนการทางชีววิทยา สรีรวิทยา และ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างต่างๆ ของสิ่งมีชีวิตในวัยสูงอายุ ได้แก่ ความสามารถที่เกิดจากการเผาผลาญ เมื่อเข้าสู่วัยชราทำให้เส้นใยหดสั้นเข้าหาความยืดหยุ่น เซลล์ไม่สามารถขนส่งหรือขับถ่ายของเสียได้ สะดวก ร่างกายจะสร้างภูมิคุ้มกันตามปกติค่อยๆ ลดลง ทำให้การทำงานของเซลล์และอวัยวะต่างๆ ของร่างกายบกพร่องหรือมีประสิทธิภาพลดลง เป็นต้น

2.1.2.2 ทฤษฎีทางจิตวิทยา

ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่อธิบายเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพ และ พฤติกรรมของผู้สูงอายุ มี 2 ทฤษฎีคือ

(1) ทฤษฎีบุคลิกภาพ (Personality Theory) ทฤษฎีนี้กล่าวว่าผู้สูงอายุจะมีความสุขหรือความทุกข์นั้นขึ้นอยู่กับภูมิหลังและการพัฒนาจิตใจของผู้นั้น ถ้าผู้สูงอายุเติบโตมาด้วยความมั่นคง อบอุ่น มีความรักแบบถ้อยทีถ้อยอาศัย เห็นความสำคัญของผู้อื่น รักคนอื่น และทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี มักจะเป็นผู้สูงอายุที่ค่อนข้างจะมีความสุข แต่ในทางกลับกัน ถ้าเป็นผู้สูงอายุที่เติบโตมาในลักษณะที่ร่วมมือกับใครไม่เป็น ไม่อยากช่วยเหลือผู้ใด จิตใจคับแคบ ผู้สูงอายุนั้นก็มักจะเป็นผู้ไม่ค่อยมีความสุข

(2) ทฤษฎีความปรารถนา (Intelligence Theory) ทฤษฎีนี้กล่าวว่าผู้สูงอายุที่ยังคงปรารถนา และคงความเป็นปราชญ์อยู่ได้ก็ด้วยความสนใจอยู่เสมอ มีการค้นคว้า และพยายามที่จะเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา

2.1.2.3 ทฤษฎีทางสังคมวิทยา

ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่พยายามวิเคราะห์เหตุที่ทำให้ผู้สูงอายุต้องมีสภาพทางสังคมเปลี่ยนไปจากครั้งที่อยู่วัยผู้ใหญ่ ทั้งเป็นทฤษฎีที่พยายามช่วยให้ผู้สูงอายุอยู่ในสังคมอย่างมีความสุข แนวคิดทางสังคมวิทยา ได้แก่

(1) ทฤษฎีกิจกรรม (Activity Theory) ทฤษฎีนี้เป็นความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมทางสังคมและความพึงพอใจในชีวิต สนใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงตัวของบุคคลขณะที่บุคคลผ่านเข้าสู่วัยสูงอายุ โดยแนะนำว่า ถ้าจะให้ชีวิตในวัยสูงอายุมีความสุข ต้องพอใจในชีวิต เป็นตัวของตัวเอง และรักษาสุขภาพให้แข็งแรงอยู่เสมอ

(2) ทฤษฎีแยกตนเอง (Disengagement Theory) ทฤษฎีนี้กล่าวว่า เมื่อบุคคลมีอายุมากขึ้น สถานภาพทางสังคมจะลดลง แต่ผู้สูงอายุยังมีความต้องการทางสังคมและจิตวิทยาเหมือนบุคคลในวัยกลางคน ดังนั้น การที่ผู้สูงอายุจะมีชีวิตที่เป็นสุขได้นั้นควรมีบทบาทหรือกิจกรรมทางสังคมตามควร

(3) ทฤษฎีความต่อเนื่อง (Continuity Theory) เป็นทฤษฎีที่มีผลมาจากการศึกษาเพื่อหาข้อขัดแย้งของทฤษฎีกิจกรรมและทฤษฎีแยกตนเอง กล่าวว่า การที่ผู้สูงอายุจะมีความสุขและมีการเข้าร่วมกิจกรรมนั้น ขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพและแบบแผนชีวิตของแต่ละบุคคล

(4) ทฤษฎีบทบาท (Role Theory) ทฤษฎีนี้กล่าวว่า เมื่อบุคคลเข้าสู่วัยสูงอายุ จะต้องปรับสภาพต่างๆ หลายอย่างที่ไม่ใช่บทบาทเดิมของตนมาก่อน เป็นการละทิ้งบทบาททางสังคมและความสัมพันธ์ซึ่งเป็นไปแบบวัยผู้ใหญ่ และยอมรับบทบาทของสังคมและความสัมพันธ์ในรูปแบบของคนสูงอายุ

สรุป ทฤษฎีทั้ง 3 เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่วัยสูงอายุนับตั้งแต่การเปลี่ยนแปลงทางชีววิทยาซึ่งเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงภายในตามธรรมชาติจนถึงการเปลี่ยนแปลงทางจิตวิทยาและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ที่ผู้สูงอายุจะต้องสามารถปรับเปลี่ยนได้เพื่อความสุขในการดำเนินชีวิต

2.1.3 สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงประชากรในประเทศไทย

เมื่อสมัยรัตนโกสินทร์ 232 ปี มาแล้ว ประเทศไทยมีประชากรอยู่เพียง 4 ล้านคน โดยพบว่า สมัยรัชกาลที่ 5 ได้มีการจัดทำสำมะโนประชากรครั้งแรก เมื่อ พ.ศ. 2453 ประชากรไทยทั่วราชอาณาจักรมีจำนวนประมาณ 8 ล้านคน ต่อมาได้ในปี พ.ศ. 2553 ได้มีการสำรวจสำมะโนประชากรครั้งที่ 11 พบว่า จำนวนประชากรเพิ่มขึ้นประมาณ 63.8 ล้านคน และในปี พ.ศ. 2557 คาดว่าจะมีประชากรไทยอยู่ประมาณ 64.8 ล้านคน ซึ่งนับจากนี้ จำนวนประชากรไทยจะอยู่ในสภาพคงตัว อัตราการเพิ่มประชากรปัจจุบันประมาณร้อยละ 0.5 และกำลังจะลดลงไปอีกจนถึงขั้นติดลบในอีก 15 ปีข้างหน้า ซึ่งคาดว่าประชากรไทยจะเพิ่มสูงสุดประมาณ 66.5 ล้านคน ในขณะที่จำนวนประชากรไทยกำลังอยู่ในสภาพคงตัว โครงสร้างของประชากรกำลังสูงวัยขึ้นอย่างรวดเร็ว ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1

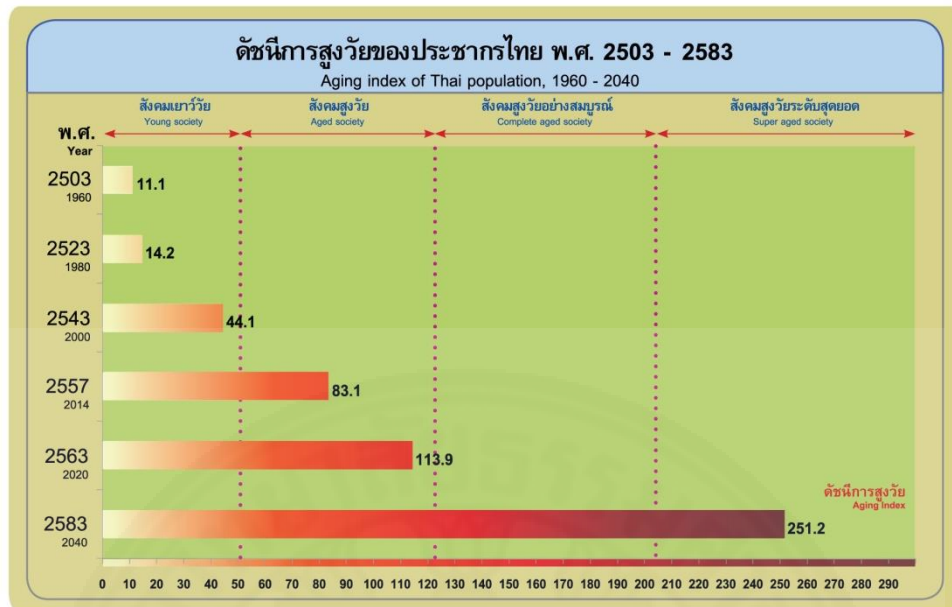
สถิติจำนวนประชากรไทยตามสำมะโนประชากร พ.ศ. 2453-2553

ครั้งที่	ปีที่สำรวจ (พ.ศ./ค.ศ.)	จำนวน (คน)	อัตราเพิ่ม (ร้อยละ/ต่อ 10 ปี)
1	2453 (1910)	8,131,247	-
2	2462 (1919)	9,207,355	+13.2 (ต่อ 9 ปี)
3	2472 (1929)	11,506,207	+ 25.0
4	2480 (1937)	14,464,105	+25.7 (ต่อ 8 ปี)
5	2490 (1947)	17,442,689	+ 20.6
6	2503 (1960)	26,257,916	+50.5 (ต่อ 13 ปี)
7	2513 (1970)	34,397,371	+ 31.0
8	2523 (1980)	44,824,540	+ 30.3
9	2533 (1990)	54,548,530	+ 21.7
10	2543 (200)	60,916,441	+ 11.7
11	2553 (2010)	65,926,261	+ 8.2

หมายเหตุ. สำนักงานสถิติแห่งชาติ พ.ศ. 2553.

2.1.3.1 การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในประเทศไทย

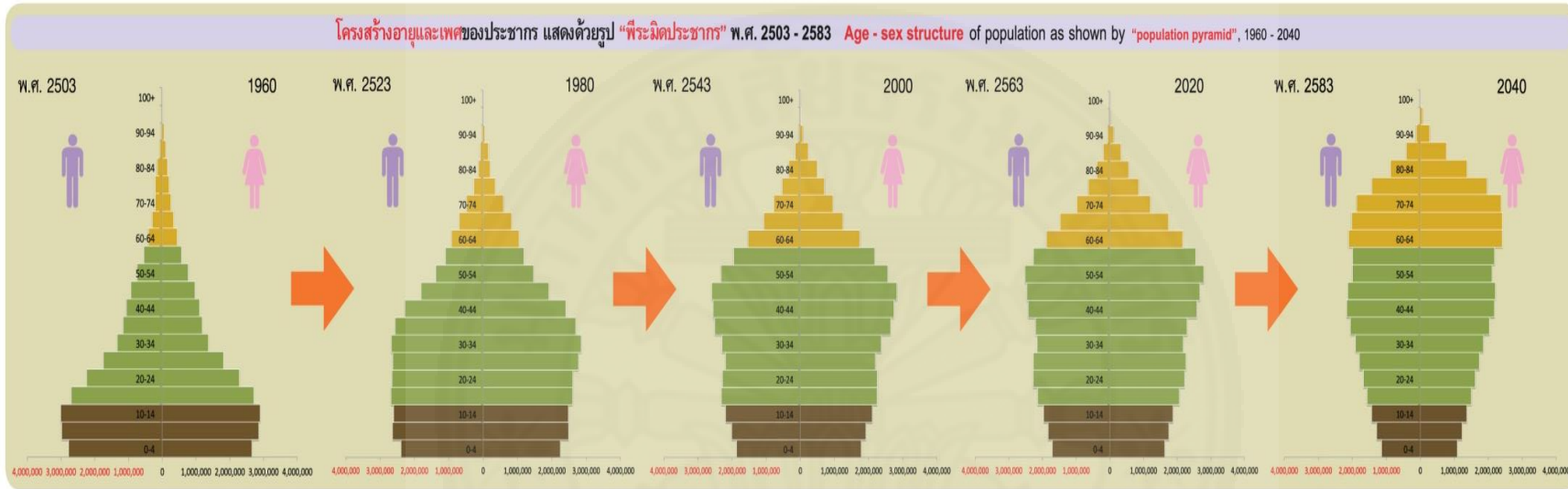
จากรายงานการสูงวัยของประชากรไทย พ.ศ. 2557 ของสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า สังคมสูงวัยของประชากรไทยในปี พ.ศ. 2557-2563 เพิ่มขึ้นร้อยละ 83.1 และร้อยละ 113.9 หลังจากนั้นจะเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์และสังคมสูงวัยระดับสุดยอดในปี พ.ศ. 2583 ดังแสดงในภาพที่ 2.1, 2.2 และ 2.3



ภาพที่ 2.1 ดัชนีการสูงวัยของประชากรไทย พ.ศ. 2503-2583. จาก สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล (2557).

จังหวัดที่มีดัชนีการสูงวัยน้อยที่สุด 10 อันดับแรก Top 10 provinces with lowest aging index, 2014			จังหวัดที่มีดัชนีการสูงวัยมากที่สุด 10 อันดับแรก Top 10 provinces with highest aging index, 2014		
อันดับ Rank	จังหวัด Province	ดัชนีการสูงวัย Aging index	อันดับ Rank	จังหวัด Province	ดัชนีการสูงวัย Aging index
1	นราธิวาส Narathiwat	40.2	1	ลำปาง Lampang	143.5
2	ยะลา Yala	40.4	2	ลำพูน Lamphun	143.3
3	ปัตตานี Pattani	44.3	3	แพร่ Phrae	140.0
4	สตูล Satun	45.7	4	สมุทรสงคราม Samutsongkhram	133.7
5	กระบี่ Krabi	47.4	5	สิงห์บุรี Singburi	128.4
6	ภูเก็ต Phuket	49.2	6	ชัยนาท Chainat	124.3
7	ระนอง Ranong	51.5	7	อุตรดิตถ์ Uttaradit	121.1
8	แม่ฮ่องสอน Mae Hong Son	55.0	8	พะเยา Phayao	120.1
9	ระยอง Ranong	55.7	9	อ่างทอง Angthong	113.5
10	ตาก Tak	57.5	10	นครสวรรค์ Nakhonsawan	112.7

ภาพที่ 2.2 จังหวัดที่มีดัชนีการสูงวัยน้อยที่สุด และมากที่สุด 10 อันดับแรก. จาก สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล (2557).



ภาพที่ 2.3 โครงสร้างอายุและเพศของประชากรแสดงด้วยรูป "พีระมิตประชากร" พ.ศ. 2503-2583. จาก สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล (2557).

2.1.3.2 สาเหตุการสูงวัยของประชากรไทย

- (1) อัตราเกิดที่ลดลง และอายุที่ยืนยาวขึ้น เป็นเหตุทำให้ประชากรไทยสูงวัยขึ้น
- (2) ในปี 2557 ประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปในประเทศไทยมีราว 10 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 15.3 ของประชากรทั้งหมด
- (3) อีก 20 ปี ข้างหน้าในพ.ศ. 2577 ประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป จะเพิ่มสูงขึ้นไปถึง 19 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 29 ของประชากรทั้งหมด

2.1.3.3 ระดับการสูงวัยของประชากร

- (1) ดัชนีการสูงวัยเท่ากับประชากรอายุ 60 ปี ทหารด้วยประชากรอายุต่ำกว่า 15 ปี คูณด้วย 100
- (2) ดัชนีการสูงวัยใช้วัดระดับการสูงวัยของประชากร
- (3) ดัชนีการสูงวัยต่ำกว่า 100 หมายถึง ประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมีจำนวนน้อยกว่าประชากรเด็กอายุต่ำกว่า 15 ปี และดัชนีที่สูงกว่า 100 หมายถึง ประชากรสูงอายุมีมากกว่าประชากรเด็ก

2.1.3.4 จำนวนและสัดส่วนของประชากรสูงอายุ

การคาดประมาณประชากรของประเทศไทย พ.ศ. 2553 – พ.ศ. 2583 พบว่า สัดส่วนของประชากรสูงอายุวัยปลาย (อายุ 80 ปี ขึ้นไป) มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างชัดเจน กล่าวคือ สัดส่วนของผู้สูงอายุวัยปลายจะเพิ่มจากประมาณร้อยละ 12.7 ของประชากรสูงอายุทั้งหมดเป็นเกือบ 1 ใน 5 ของประชากรสูงอายุ ซึ่งการเพิ่มขึ้นของประชากรสูงอายุวัยปลายนี้ จะสะท้อนถึงการสูงวัยขึ้นของประชากรสูงอายุ และนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของประชากรที่อยู่ในวัยพึ่งพิง ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคมและสุขภาพ โดยเมื่อพิจารณาสัดส่วนเพศของประชากรสูงอายุ พบว่า ประชากรสูงอายุเพศหญิง มีสัดส่วนร้อยละ 55.1 ในปี 2553 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 56.8 ในปี 2583 โดยเฉพาะประชากรสูงอายุวัยปลายเพศหญิงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด จากร้อยละ 13.9 ในปี 2553 เป็นร้อยละ 21.3 ในปี 2583 เนื่องจากเพศหญิงจะมีอายุยืนยาวกว่าเพศชาย

สำหรับแนวโน้มประชากรสูงอายุไทยจะอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลหรือเขตเมืองเพิ่มขึ้น โดยในปี 2553 มีประชากรสูงอายุที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลจำนวน 3.3 ล้านคน หรือ คิดเป็นร้อยละ 39.7 เพิ่มขึ้นเป็น 11.6 ล้านคน หรือ ร้อยละ 59.8 ในปี 2583 ทั้งนี้ เนื่องมาจากแนวโน้มการเติบโตของประชากรเมืองในประเทศไทยมีสัดส่วนเพิ่มสูงขึ้น ดังแสดงในตารางที่ 1.2

ตารางที่ 2.2

จำนวนและสัดส่วนประชากรสูงอายุ จำแนกตามกลุ่มอายุ เพศ และเขตที่อยู่อาศัย พ.ศ. 2553-2583

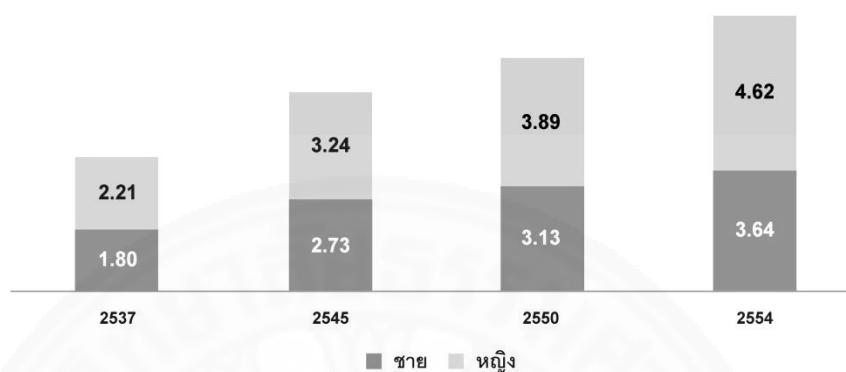
ปี พ.ศ. (ค.ศ.)	2553 (2010)		2563 (2020)		2573 (2030)		2583 (2540)	
	จำนวน (พันคน)	ร้อยละ	จำนวน (พันคน)	ร้อยละ	จำนวน (พันคน)	ร้อยละ	จำนวน (พันคน)	ร้อยละ
รวมผู้สูงอายุทั้งหมด	8,408.0	100.0	12,621.7	100.0	17,578.9	100.0	20,519.4	100.0
ผู้สูงอายุวัยต้น (อายุ 60-69 ปี)	4,629.7	55.1	7,255.6	57.5	9,260.4	52.7	8,958.5	43.7
ผู้สูงอายุวัยกลาง (อายุ 70-79 ปี)	2,708.1	32.2	3,676.6	29.1	5,897.9	33.6	7,639.4	37.2
ผู้สูงอายุวัยปลาย (อายุ 80 ปีขึ้นไป)	1,070.2	12.7	1,689.5	13.4	2,420.6	13.8	3,921.4	19.1
ผู้สูงอายุชาย	3,776.2	44.9	5,624.3	44.6	7,739.6	44.0	8,874.3	43.2
ผู้สูงอายุหญิง	4,631.7	55.1	6,997.4	55.4	9,839.4	56.0	11,645.1	56.8
ผู้สูงอายุในเขตเมือง	3,333.9	39.7	6,283.9	49.8	10,422.2	59.3	11,586.0	59.8
ผู้สูงอายุในเขตชนบท	5,074.1	60.3	3,337.8	50.2	7,156.8	40.7	7,774.6	40.2

หมายเหตุ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2555)

นอกจากนี้ จากรายงานสถานการณ์ ผู้สูงอายุไทยของมูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย (2554: 11) รศ. ดร. วรเวศม์ สุวรรณระดา คณบดีวิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า ปัจจุบันแนวโน้มโครงสร้างทางประชากรของสังคมไทยกำลังมุ่งสู่สังคมผู้สูงอายุ จากตัวเลขเมื่อปี 2553 ระบุว่า มีผู้สูงอายุทั่วประเทศประมาณ 8.5 ล้านคน ซึ่งนอกจากสถานการณ์ด้านการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรแล้วนั้น ขณะเดียวกัน ประเทศไทยก็กำลังประสบกับภาวะเจริญพันธุ์ที่ต่ำลง หรือที่เรียกว่าภาวะการณมีบุตรน้อย จากการสำรวจเมื่อปี 2554 พบว่า ประชากรที่มีอายุ 80 ปี จะมีอัตราการมีบุตรเฉลี่ยคนละ 4.6 คน ส่วนประชากรอายุระหว่าง 50-54 ปี มีบุตรเฉลี่ยเพียงคนละ 2.1 คน เท่านั้น สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สำนักงานวิจัยและสถิติของบริษัทไทย รับประกันภัยต่อ จำกัด (มหาชน) (2557: 1) พบว่า ประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุตั้งแต่ปี 2547 พร้อมทั้งยังมีการเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่อง โดยพิจารณาเป็นจำนวนจากการสำรวจของ สำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ผู้สูงอายุของไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นกว่าเท่าตัวในช่วงไม่เกิน 20 ปีที่ผ่านมา เพิ่มจาก 4.01 ล้านคนในปี 2537 เป็น 8.26 ล้านคนในปี 2554 ซึ่งผู้สูงอายุของประเทศไทยเป็นผู้หญิงถึงกว่า 4.62 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 56 ของผู้สูงอายุทั้งหมด

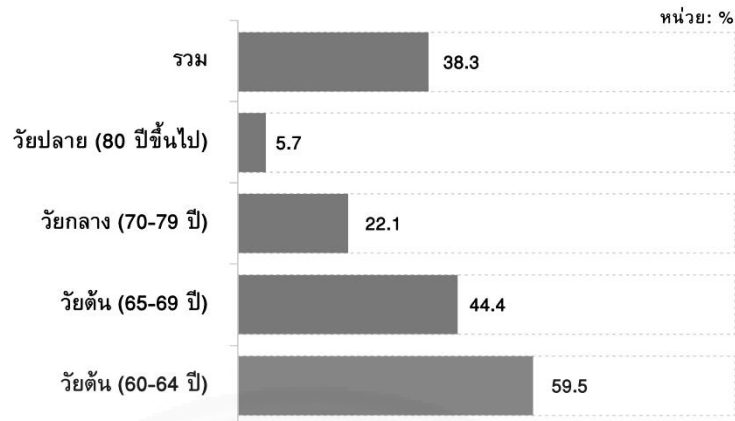
การพิจารณาผู้สูงอายุนั้น สามารถพิจารณาได้จากช่วงอายุของผู้สูงอายุ โดยช่วงอายุของผู้สูงอายุสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ช่วง คือ วัยต้น (60-69 ปี) วัยกลาง (70-79 ปี) และวัยปลาย

(ตั้งแต่ 80 ปีขึ้นไป) จากการสำรวจฯ พบว่า โดยส่วนใหญ่แล้ว ในปี 2554 ผู้สูงอายุของประเทศไทยจะมีอายุอยู่ในช่วงวัยต้น ถึงกว่าร้อยละ 58 ของผู้สูงอายุทั้งหมด รองลงมาได้แก่ วัยกลางและวัยปลาย คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 32 และ ร้อยละ 10.2 ตามลำดับ ดังแสดงในภาพที่ 2.4



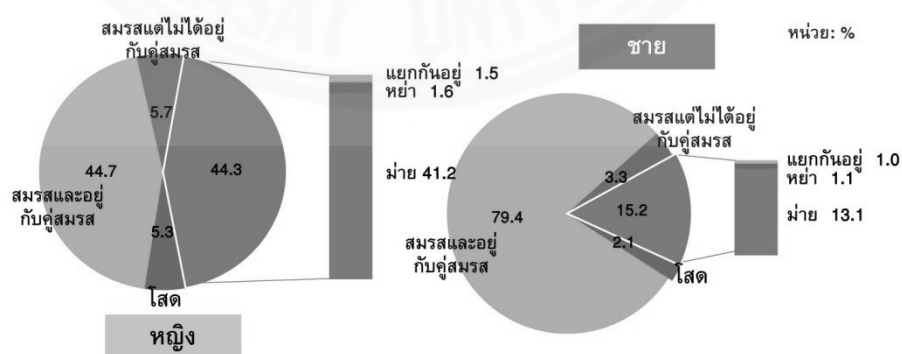
ภาพที่ 2.4 สัดส่วนผู้สูงอายุจำแนกตามเพศ. จากบริษัทไทยรับประกันภัยต่อ จำกัด (มหาชน), 2557, น. 1

ด้านระดับการศึกษาและการทำงานของผู้สูงอายุพบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาไม่เกินประถมศึกษา โดยมีจำนวนถึงเกือบร้อยละ 90 ของผู้สูงอายุทั้งหมด หากพิจารณาตามช่วงอายุแล้วนั้น พบว่า ผู้สูงอายุยิ่งมีอายุมากขึ้น ระดับการศึกษาของผู้สูงอายุก็น้อยลง โดยผู้สูงอายุวัยปลาย (ตั้งแต่ 80 ปีขึ้นไป) ไม่ได้รับการศึกษาถึงกว่าร้อยละ 27 และเมื่อพิจารณาตามเพศของผู้สูงอายุจะพบว่า ผู้สูงอายุชายมีโอกาสในการเรียนมากกว่าผู้สูงอายุหญิง ส่งผลให้มีจำนวนผู้สูงอายุชายที่ได้รับการศึกษาที่มากกว่า รวมทั้งยังมีระดับการศึกษาที่สูงกว่าอีกด้วย สำหรับการทำงานของผู้สูงอายุนั้นโดยรวมแล้ว ผู้สูงอายุร้อยละ 38.3 ยังคงทำงานอยู่ อย่างไรก็ตาม เมื่ออายุมากขึ้น การทำงานก็ลดลง กล่าวคือ ผู้สูงอายุวัยต้น (60-64 ปี) ยังคงทำงานเกือบร้อยละ 60 ของผู้สูงอายุในวัยเดียวกัน สำหรับผู้สูงอายุวัยปลายทำงานเพียงร้อยละ 5.7 ของผู้สูงอายุวัยปลายเท่านั้น ดังแสดงในภาพที่ 2.5



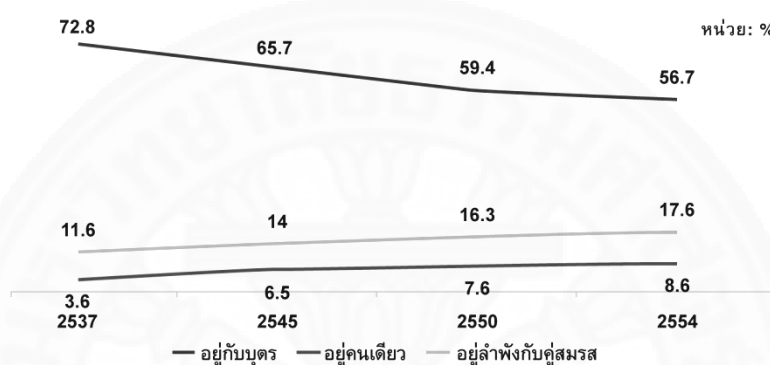
ภาพที่ 2.5 การทำงานของผู้สูงอายุจำแนกตามช่วงอายุ. จาก บริษัทไทยรับประกันภัยต่อ จำกัด (มหาชน), 2557, น. 3

ด้านการใช้ชีวิตคู่ นั้น พบว่า ผู้สูงอายุไทยมีการครองตัวเป็นโสดมากขึ้น โดยสัดส่วนผู้สูงอายุที่เป็นโสดเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 2.2 ในปี 2537 เป็นร้อยละ 2.7 ในปี 2554 รวมถึงการครองตัวเป็นม่ายก็เพิ่มสูงขึ้นด้วย โดยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 2.4 เป็นร้อยละ 4.7 ในปี 2537 และ 2554 ตามลำดับ โดยผู้สูงอายุหญิงมักจะครองตัวเป็นม่ายมากกว่าผู้สูงอายุชายเกือบ 3 เท่า เปรียบเทียบร้อยละ 41.2 ของผู้สูงอายุหญิงกับร้อยละ 13.1 ของผู้สูงอายุชาย ในปี 2554 ขณะที่ผู้สูงอายุชายสมรสและอยู่กับคู่สมรสสูงกว่าผู้หญิงเปรียบเทียบร้อยละ 79.4 ของผู้สูงอายุชายกับร้อยละ 44.7 ของผู้สูงอายุหญิง ในปี 2554 เนื่องจากผู้หญิงส่วนใหญ่เมื่อคู่สมรสเสียชีวิต/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มักจะไม่มีคู่สมรสใหม่ ซึ่งแตกต่างจากผู้ชายที่จะสมรสใหม่หลังจากคู่สมรสเสียชีวิต ดังแสดงในภาพที่ 2.6



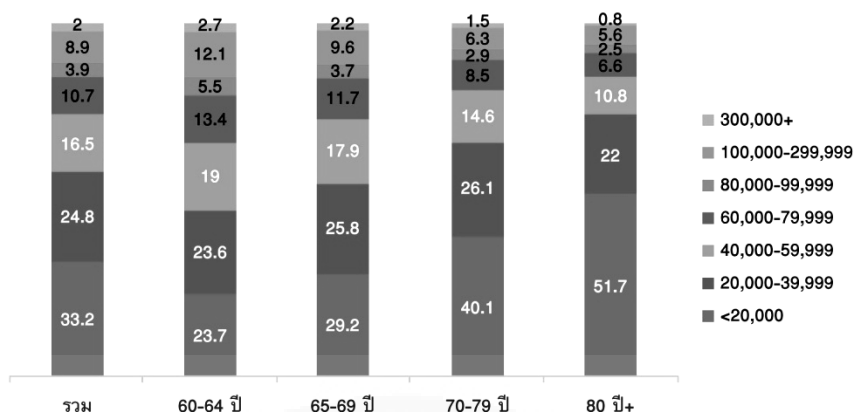
ภาพที่ 2.6 สถานภาพของผู้สูงอายุ. จาก บริษัทไทยรับประกันภัยต่อ จำกัด (มหาชน), 2557, น. 2

ส่วนการอยู่อาศัยนั้นพบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 56.7 ของผู้สูงอายุทั้งหมด ยังคงอาศัยอยู่กับบุตร อย่างไรก็ตาม สัดส่วนดังกล่าวได้มีการลดลงอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับอดีตที่ผ่านมา ซึ่งลดลงจากร้อยละ 72.8 ในปี 2537 เป็นร้อยละ 56.7 ในปี 2554 โดยผู้สูงอายุมีแนวโน้มสูงขึ้นที่จะอยู่ตามลำพังกับคู่สมรส ซึ่งมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 11.6 ในปี 2537 เป็นร้อยละ 17.6 ในปี 2554 และอยู่คนเดียว ซึ่งมีสัดส่วนเพิ่มจากร้อยละ 3.6 ในปี 2537 เป็นร้อยละ 8.6 ในปี 2554 ดังแสดงในภาพที่ 2.7



ภาพที่ 2.7 การอยู่อาศัยของผู้สูงอายุ. จาก บริษัทไทยรับประกันภัยต่อ จำกัด (มหาชน), 2557, น. 3

ด้านแหล่งที่มาของรายได้ พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.2 ของผู้สูงอายุทั้งหมด มีรายได้เฉลี่ยต่อปีต่ำกว่า 20,000 บาท โดยผู้สูงอายุวัยต้น (60-69 ปี) มีรายได้มากกว่าผู้สูงอายุวัยอื่น เนื่องจากยังสามารถที่จะทำงานหาเงินได้อยู่ กล่าวคือร้อยละ 35 ของผู้สูงอายุวัยต้นมีรายได้มากกว่า 60,000 บาทต่อปี เมื่อพิจารณาช่วงอายุที่มากขึ้น พบว่า ยิ่งผู้สูงอายุมีอายุที่มากขึ้น รายได้ของผู้สูงอายุก็ยิ่งน้อยลง เนื่องจากสมรรถภาพในการทำงานที่ลดลงนั่นเองดังแสดงในภาพที่ 2.8



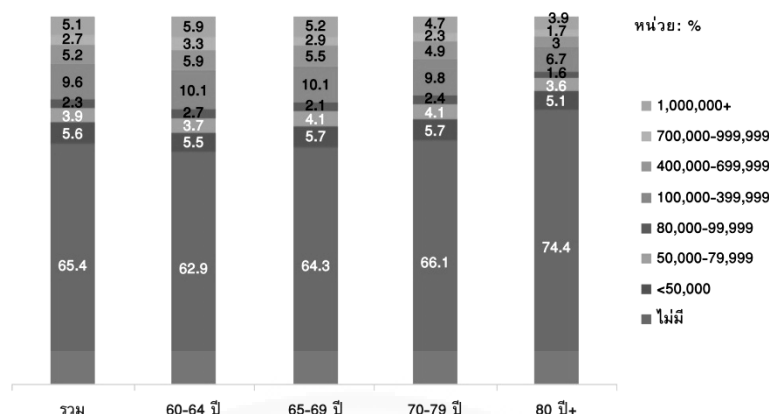
ภาพที่ 2.8 รายได้และแหล่งที่มาของรายได้. จาก บริษัทไทยรับประกันภัยต่อ จำกัด (มหาชน), 2557, น. 4

แหล่งรายได้หลักในการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุส่วนใหญ่มาจากบุตร และบุตรบุญธรรม คิดเป็นร้อยละ 40 ของรายได้ของผู้สูงอายุ รองลงมาคือ รายได้จากการทำงานของผู้สูงอายุเองและเบี้ยยังชีพจากทางราชการ คิดเป็นร้อยละ 35.1 และร้อยละ 11.4 ของรายได้ของผู้สูงอายุ ดังแสดงในภาพที่ 2.9



ภาพที่ 2.9 แหล่งรายได้หลัก. จาก บริษัทไทยรับประกันภัยต่อ จำกัด (มหาชน), 2557, น. 4

ผู้สูงอายุของประเทศไทยเกือบ 2 ใน 3 ไม่มีการออม รวมถึงยิ่งมีอายุมากขึ้น เงินออมก็ยิ่งลดลงไป เนื่องจากต้องมีการนำเงินออมมาใช้จ่าย เปรียบเทียบได้จากผู้สูงอายุที่มีอายุในช่วง 60-64 ปี มีผู้ที่ออมเงินประมาณร้อยละ 37 ของผู้สูงอายุในช่วงอายุเดียวกัน กับผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 80 ปีขึ้นไป มีผู้ที่มีเงินออมลดลงเหลือเพียงร้อยละ 25 ของผู้สูงอายุในช่วงเดียวกัน ดังแสดงในภาพที่ 2.10



ภาพที่ 2.10 การออมของผู้สูงอายุ. จาก บริษัทไทยรับประกันภัยต่อ จำกัด (มหาชน), 2557, น. 5

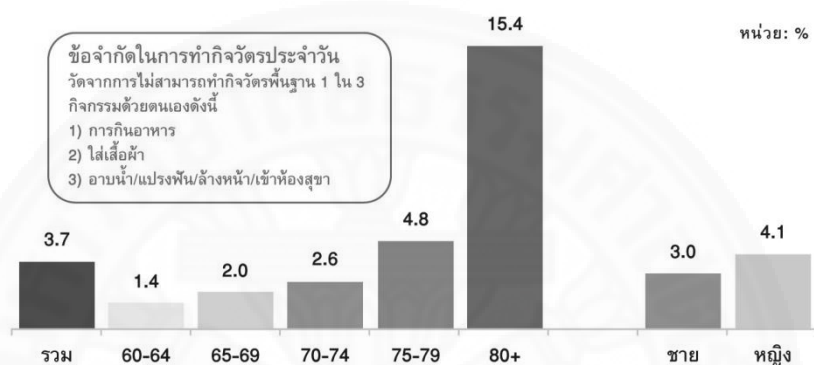
ดังนั้น ความเพียงพอของระบบการออมเพื่อการเกษียณอายุของไทย จากกองทุนการออมระยะยาวที่มีประสิทธิภาพนอกจากต้องสร้างความครอบคลุมให้เกิดขึ้นอย่างทั่วถึงแก่กำลังแรงงานของประเทศแล้ว การสร้างความเพียงพอด้านรายได้ให้แก่สมาชิกผู้ออมเงินสำหรับการดำรงชีพต่อไปหลังวัยเกษียณอายุเป็นเรื่องที่มีความสำคัญยิ่ง เนื่องจากอายุขัยเฉลี่ยของประชากรไทยมีแนวโน้มยาวขึ้น โดยข้อมูลจากรายงานการสาธารณสุขไทย แสดงให้เห็นว่า อายุขัยเฉลี่ยของประชากรไทยในปี 2553 อยู่ที่ 74 ปี และพบว่าประชากรเพศหญิงมีแนวโน้มที่จะมีอายุขัยเฉลี่ยที่ยาวนานกว่าเพศชาย โดยมีอายุขัยเฉลี่ยที่ 76 และ 70 ปี ตามลำดับ ซึ่งอายุขัยที่ยาวนานมากขึ้นนี้ จำเป็นอย่างที่ว่าประชากรไทยจะต้องมีการวางแผนด้านการออมและการมีรายได้หลังเกษียณอายุอย่างเพียงพอให้มากยิ่งขึ้น

จึงเห็นได้ว่า ภาพรวมระบบการออมเพื่อการเกษียณอายุของไทยยังมีข้อจำกัด 2 ประการ ที่สำคัญและจำเป็นต้องเร่งแก้ไขเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับระบบการออมระยะยาวของไทยให้ดียิ่งขึ้น ได้แก่

(1) การไม่ครอบคลุมกำลังแรงงานทั่วประเทศอย่างทั่วถึง และ

(2) การไม่สามารถสร้างความเพียงพอด้านรายได้เพื่อดำรงชีพหลังการเกษียณอายุ ซึ่งจะนำไปสู่ปัญหาที่จะปรากฏชัดเจนขึ้นในระยะต่อจากนี้ไปที่ประเทศไทยจะมีสัดส่วนของผู้สูงอายุมากขึ้นเป็นลำดับ เป็นภาระด้านการจัดสรรงบประมาณในการดูแลประชากรผู้สูงอายุของภาครัฐ นอกจากนี้ ผลการศึกษาเกี่ยวกับเงินกองทุนประกันสังคมกรณีชราภาพที่จะเริ่มจ่ายบำนาญออกให้กับผู้ประกันตนในปี 2557 และคาดว่าจะอาจหมดลงภายใน 2586 แสดงให้เห็นถึงความจำเป็นที่ภาครัฐจะต้องเร่งดำเนินนโยบายผลักดันให้ระบบการออมระยะยาวที่เป็นทางเลือกอื่นนอกเหนือจากเงินกองทุนประกันสังคมเป็นไปอย่างทั่วถึงและมีกลไกที่มีประสิทธิภาพในการสร้างรายได้ที่มากยิ่งขึ้นกว่าในปัจจุบัน (สถาบันวิจัยเพื่อตลาดทุน, 2555)

การดำเนินกิจกรรมประจำวันและโรคภัยไข้เจ็บ ผู้สูงอายุมีอายุมากขึ้นก็ยังมีข้อจำกัดในการทำกิจกรรมประจำวันมากขึ้น โดยสัดส่วนผู้สูงอายุที่ไม่สามารถทำกิจกรรมประจำวันได้เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.4 ของผู้สูงอายุ 60-64 ปี เป็นร้อยละ 15.4 ของผู้สูงอายุ 80 ปีขึ้นไป ยิ่งไปกว่านั้น ส่วนใหญ่แล้วผู้สูงอายุหญิงจะมีข้อจำกัดในการทำกิจกรรมประจำวันมากกว่าชาย เนื่องจากผู้สูงอายุหญิงมีอายุยืนกว่าผู้สูงอายุชาย ดังนั้น การมีอายุที่ยืนยาวขึ้นยิ่งส่งผลให้เกิดข้อจำกัดในการทำกิจกรรมประจำวันเพิ่มมากขึ้น ดังแสดงในภาพที่ 2.11



ภาพที่ 2.11 สัดส่วนของผู้สูงอายุที่ไม่สามารถทำกิจกรรมประจำวัน. จาก บริษัทไทยรับประกันภัยต่อจำกัด (มหาชน), 2557, น. 5

2.1.4 การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในต่างประเทศ

องค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) ได้ให้นิยาม ผู้สูงอายุ (Older person) หมายถึงประชากรทั้งเพศชายและหญิงที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปและได้แบ่งระดับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ เป็น 3 ระดับ ได้แก่

(1) ระดับการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging society) หมายถึง สังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งประเทศหรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปีมากกว่าร้อยละ 7 ของประชากรทั้งประเทศ แสดงว่าประเทศนั้นกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ

(2) ระดับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged society) หมายถึงสังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศหรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปี มากกว่าร้อยละ 14 ของประชากรทั้งประเทศ แสดงว่าประเทศนั้นเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์

(3) ระดับสังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มที่ (Super-aged society) หมายถึงสังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไปมากกว่า ร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ แสดงว่าประเทศนั้นเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มที่

ทั้งนี้ องค์การสหประชาชาติ คาดการณ์ว่า ในช่วงปี 2544-2643 เป็นศตวรรษแห่งผู้สูงอายุ โลกกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ซึ่งแต่ละประเทศจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมของแต่ละประเทศ เช่น ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ การพัฒนาทางด้านทางการแพทย์ การโภชนาอาหาร

2.1.4.1 สาเหตุของการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในต่างประเทศ

(1) การพัฒนาเศรษฐกิจและการพัฒนาประเทศ

สำหรับสาเหตุที่ทำให้มีสัดส่วนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นเนื่องจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจและการพัฒนาประเทศเจริญก้าวหน้าทำให้สามารถเพิ่มสวัสดิการแก่ประชาชนได้มากขึ้น มีการพัฒนาทางด้านสาธารณสุข อนามัยโรงพยาบาลและการคมนาคมขนส่งได้อย่างทั่วถึง ขณะที่ประชาชนมีฐานะความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นมีการบริโภคที่ถูกหลักโภชนาการ มีการศึกษารู้อัจฉริยะรักษาสุขภาพอนามัย ทำให้ประชาชนมีอายุยืนมากขึ้น

(2) ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและการแพทย์

ประเทศที่พัฒนาแล้วส่วนใหญ่จะมีความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีที่ทันสมัยทำให้มีการพัฒนาทางการแพทย์และนวัตกรรมใหม่ที่รักษาโรคและควบคุมโรคระบาด การบำรุงร่างกายให้มีสุขภาพแข็งแรง ทำให้ประชากรมีอายุยืนยาว

(3) นโยบายการวางแผนครอบครัวหรือการควบคุมการมีบุตร

จากนโยบายวางแผนครอบครัวให้มีบุตรน้อยลงเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจเปลี่ยนไป การมีบุตรมากอาจก่อให้เกิดภาระเพิ่มขึ้นและเป็นอุปสรรคในการพัฒนาประเทศทำให้บางประเทศที่มีนโยบายวางแผนครอบครัว มีผลทำให้อัตราการเกิดลดลงอย่างรวดเร็ว หรือตัวอย่างที่เห็นได้ชัดอย่างกรณีประเทศจีนที่มีนโยบายควบคุมการมีบุตร ซึ่งเห็นผลได้อย่างรวดเร็วทำให้อัตราการเกิดลดลงและผลที่ตามมาทำให้จีนเป็นประเทศหนึ่ง que เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม ค่านิยมและทัศนคติภายใต้ในยุคที่มีการแข่งขัน ค่านิยมและทัศนคติของสังคมเปลี่ยนไปทำให้ผู้หญิงมีการแต่งงานลดลง หรือมีการหย่าร้างเพิ่มขึ้น มีบุตรน้อยลงทำให้อัตราการเกิดลดลงโครงสร้างสังคมเปลี่ยนไปมีวัยเด็กน้อยลงขณะที่มีวัยสูงอายุเพิ่มขึ้น

2.1.4.2 สวัสดิการของผู้สูงอายุในต่างประเทศ

จากการศึกษาของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย สำนักส่งเสริมและพิทักษ์ผู้สูงอายุ (สทส.) สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชน ผู้ด้อยโอกาส และผู้สูงอายุ, 2555 หน้า 34-35) ด้านสวัสดิการของผู้สูงอายุในต่างประเทศ ดังนี้

ประเทศออสเตรเลีย

บริการสวัสดิการแก่ผู้สูงอายุในประเทศออสเตรเลีย ประกอบด้วย

(1) หลักประกันรายได้ ได้แก่

1. เงินบำนาญ (old age pension)

รัฐบาลนำเงินมาจ่ายให้ผู้เกษียณอายุ (ผู้ชายอายุ 65 ปี ขึ้นไป และผู้หญิงอายุ 60-65 ปี ขึ้นไป) ในอัตราคงที่ โดยจะปรับปีละ 2 ครั้งเพื่อให้สอดคล้องกับค่าครองชีพ

- ผู้ที่ต้องการใช้สิทธิต้องยื่นเรื่องให้หน่วยงานของรัฐพิจารณาคุณสมบัติก่อน
- เงินส่วนนี้จะเป็นรายได้หลักของผู้เกษียณอายุชาวออสเตรเลีย

(2) เงินออมภาคบังคับ (superannuation guarantee)

ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2002 นายจ้างต้องจัดสรรเงินร้อยละ 9 ของค่าจ้างเข้าระบบ Superannuation Guarantee ตามบัญชีรายบุคคลของลูกจ้าง โดยลูกจ้างสมทบเงินหรือไม่ก็ได้

- ลูกจ้างสามารถเลือกกองทุนที่จะนำเงินส่วนนี้ไปลงทุนได้
- ระบบนี้ครอบคลุมแรงงานอายุ 18-70 ปี ที่มีรายได้ต่อเดือน 450 ดอลลาร์ออสเตรเลีย

ดอลลาร์ หรือมากกว่า superannuation guarantee

- เกษียณเมื่ออายุ 55 ปี (และจะปรับเป็น 60 ปี ในช่วง ค.ศ. 2015-2025)
- แรงงานร้อยละ 90 ในออสเตรเลียอยู่ในระบบนี้

ประเทศญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นมีสวัสดิการด้านหลักประกันรายได้ผ่านระบบบำนาญแบบสมัครใจ โดยเป็นการออมในลักษณะของกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ดำเนินการโดยกองทุนบำนาญสำหรับลูกจ้าง (บริษัทเอกชน) และกองทุนบำนาญแห่งชาติ (ภาครัฐบาล)

ระบบบำนาญประกอบด้วย

(1) บำนาญพื้นฐาน (basic pension)

1. เป็นระบบแบบ paygo คือมีการกำหนดประโยชน์ทดแทนแน่นอน การเก็บเงินสมทบและจ่ายประโยชน์ทดแทนในอัตราเดียวโดยไม่อิงกับรายได้

2. ปัจจุบันผู้ประกันตนจะถูกหักเงินจำนวน 13,860 เยน/เดือน และผู้มีสิทธิรับประโยชน์ทดแทนต้องมีอายุ 65 ปี ขึ้นไป และจ่ายสมทบมาไม่ต่ำกว่า 25 ปี (ผู้ประกันตนสามารถขอรับประโยชน์ทดแทนได้ตั้งแต่อายุ 60 ปี ในอัตราร้อยละ 70 ของเงินที่จะได้รับเมื่ออายุครบ 65 ปี และสามารถเลื่อนการรับเงินได้ไปจนถึงอายุ 70 ปี ซึ่งจะได้รับเงินจำนวนร้อยละ 142 ของเงินที่ได้รับเมื่ออายุครบ 65 ปี)

(2) บำนาญที่เกี่ยวกับรายได้ (income-related pension)

1. เป็นระบบ Defined benefit ที่เรียกเก็บเงินจากลูกจ้างหรือพนักงานในบริษัทที่มีจำนวนลูกจ้างตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป ลูกจ้างภาครัฐบาล ครู และพนักงานโรงเรียนเอกชน ภายใต้การกำกับดูแลของ The National Government Employees' Mutual Aid Association, Local Government Employees' Mutual Aid Association และ Private School Teachers and Employees' Mutual Aid Association

2. ผู้ประกันตนในปัจจุบันจ่ายเงินเข้าระบบในอัตรา 142.88 เยน/รายได้ 1,000 เยน ซึ่งภายหลังให้ Social Insurance Agency (SIA) เป็นผู้บริหารจัดการจัดเก็บของประเทศ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมเพื่อเกษียณอายุ

การเตรียมความพร้อมเพื่อเกษียณอายุถือเป็นการวางแผนชีวิตอย่างหนึ่ง ที่มีเป้าหมายอยู่ที่การประสบความสำเร็จและความสุขในชีวิต (Kimmel, 1980: 107) หรือที่ประนอม โอทกานนท์ (2554: 39) ใช้คำว่าความสุขสมบูรณ์ในชีวิต (Wellness) วิจิตร บุญยะโทตระ (2537: 19) แบ่งช่วงชีวิตของบุคคลออกเป็น 3 ช่วง คือ วัยเด็ก วัยผู้ใหญ่ และวัยสูงอายุ ซึ่งช่วงวัยสูงอายุนี้จะเป็นยุคทองของชีวิต หากบุคคลได้มีการวางแผนและเตรียมความพร้อมมาอย่างดีและรัดกุม การวางแผนใช้ชีวิตหลังเกษียณจึงมีความสำคัญมากเท่ากับการวางแผนการศึกษาในวัยเด็ก และการวางแผนในการประกอบอาชีพในวัยผู้ใหญ่ การวางแผนเพื่อใช้ชีวิตหลังเกษียณอายุอย่างมีคุณภาพ บุคคลต้องพิจารณาตนเองและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและสังคม ได้แก่ สุขภาพร่างกาย สุขภาพจิต สัมพันธภาพกับบุคคลอื่น การใช้เวลา สถานที่อยู่อาศัย วิถีชีวิตใหม่ และฐานะการเงินที่เปลี่ยนไป (Kiker & Myers, 1990: 53) เพื่อให้กระบวนการนี้ต่อเนื่องเป็นการป้องกันภาวะวิกฤติในช่วงสุดท้ายของชีวิต

สำหรับช่วงระยะเวลาความพร้อมเพื่อเกษียณอายุที่เหมาะสมนั้น นักวิชาการหลายท่านได้กำหนดไว้แตกต่างกัน วิจิตร บุญยะโทตระ (2537: 10) แนะนำว่า ควรเตรียมล่วงหน้าประมาณ 10 ปี ก่อนเกษียณอายุ ธันยโสภาคย์ เกษมสันต์ (2542: 1) แนะนำว่า บุคคลควรเริ่มเตรียมตัว 10-20 ปีก่อนเกษียณอายุ ใกล้เคียงกับประสพ รัตนากร (2530: 78) ที่สนับสนุนให้ข้าราชการเตรียมความพร้อมตั้งแต่อายุ 40 ปี ในขณะที่ลีดดีและวินบรันด์ (Leedy & Wynbrandt, 1987: 96-97) แนะนำให้บุคคลมีการเตรียมความพร้อมให้เร็วที่สุดโดยให้เริ่มวางแผนเตรียมการไว้ตั้งแต่อายุ 30 ปี ศรีจิตรา บุนนาค ให้ข้อคิดว่า การเตรียมความพร้อมตั้งแต่วัยเยาว์ โดยการมีพฤติกรรมที่เหมาะสมเพื่อให้ตนเป็นที่พึ่งแก่ตนเองในทุกๆ ด้าน (self support, self reliance, self sufficiency) มีความสำคัญยิ่งเพื่อจะเป็นผู้สูงอายุที่มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีอิสระและมีศักดิ์ศรี คงสถานภาพช่วยเหลือตนเอง ครอบครัวยุ และสังคมให้นานที่สุด ก่อนจะเข้าสู่ภาวะพึ่งพาและภาวะทุพพลภาพ ทั้งนี้ควรมีการเตรียมการ

ตั้งแต่อยู่ในครรภ์มารดาเป็นต้นไป (ศรีจิตรา บุณนาค, 2549: 99) สอดคล้องกับบุญเทือง โพธิ์เจริญ (2551: 122-123) ที่ให้ข้อแนะนำว่าเมื่ออยู่ในวัยศึกษาเล่าเรียนต้องตั้งใจเรียน หมั่นขวนขวายหาความรู้ เพื่อจะมีโอกาสได้งานที่ดี เมื่อถึงวัยทำงาน ต้องตั้งใจทำงานอย่างมุ่งมั่น ซื่อสัตย์สุจริต สร้างผลงานให้เป็นที่ยอมรับเพื่อความภาคภูมิใจของตนเอง รู้จักเก็บออมเงินเพื่อสร้างฐานะและความมั่นคงของชีวิต ไม่ใช่ชีวิตหรูหราฟุ่มเฟือย ติดในยศ อำนาจ ตำแหน่ง ดูแลรักษาสุขภาพร่างกายและจิตใจให้แข็งแรง เพื่อที่เมื่อถึงวัยเกษียณจะสามารถปรับตัวปรับใจให้กับการที่ต้องออกจากงาน ยอมรับความชราที่มาเยือน และเริ่มต้นชีวิตใหม่ในวัยเกษียณได้อย่างมีความสุข

แอชลีย์ (Atchley 1994: 210) แบ่งการเตรียมความพร้อมเพื่อเกษียณอายุออกเป็น 2 ระยะ ได้แก่

(1) ระยะก่อนการเกษียณนาน (Remote Phase) ระยะนี้ความคิดเรื่องการเกษียณอายุยังอยู่ห่างไกลมาก การเตรียมความพร้อมในระยะนี้สามารถเริ่มได้ตั้งแต่ก่อนวัยทำงาน หรือเริ่มเมื่อวัยทำงาน สิ่งที่เหมาะสมเตรียมในระยะนี้ได้แก่

1. การเงิน ซึ่งต้องมีการเตรียมในระยะยาว บุคคลที่ต้องการมีชีวิตหลังเกษียณที่สบายต้องมีการวางแผนด้านการเงินให้มาก

2. การใช้เวลาว่าง การพัฒนาทักษะการใช้เวลาว่างจะทำได้ง่ายในวัยหนุ่มสาว เนื่องจากการศึกษาวิชาการเปิดกว้างสำหรับวัยนี้

3. การดูแลรักษาสุขภาพ สุขภาพวัยเกษียณอายุจะดีได้ต้องได้รับการดูแลอย่างดี ตั้งแต่วัยหนุ่มสาว บุคคลที่ไม่ดูแลสุขภาพของตนมาแต่ต้น สุขภาพในวัยเกษียณอายุก็จะไม่ดีตามไปด้วย

(2) ระยะใกล้เกษียณ (Near Phase) ระยะนี้บุคคลเริ่มรู้สึกว่าการเกษียณอายุใกล้เข้ามาถึงตนเองแล้วเช่น อาจเห็นคู่สมรส หรือเพื่อนร่วมงานวัยใกล้เคียงกันเกษียณอายุ สิ่งที่ต้องเตรียมในระยะนี้ได้แก่

1. ด้านจิตใจ พยายามยอมรับเกณฑ์ของสังคมที่ถูกกำหนดไว้ ไม่วิตกกังวลกับการเกษียณอายุจนเกินไป

2. ด้านทัศนคติต่อการเกษียณอายุ หากบุคคลได้มีการเตรียมความพร้อมในระยะก่อนการเกษียณนานมาอย่างดี จะไม่เกิดทัศนคติด้านลบต่อการเกษียณอายุหน่วยงานส่วนใหญ่มักจะจัดโครงการเตรียมความพร้อมเพื่อเกษียณอายุให้แก่ผู้ที่จะเกษียณในที่สุดทำก่อนการเกษียณ ซึ่งจะช่วยให้เพียงเรื่องจิตใจและพัฒนาทัศนคติเท่านั้น แต่ไม่สามารถช่วยเหลือในด้านการเงิน ที่อยู่อาศัย และสุขภาพแก่ผู้เกษียณอายุได้ เพราะเรื่องเหล่านี้ต้องใช้ระยะเวลาค่อนข้างยาวนานและต้องทำมาโดยสม่ำเสมอในการเตรียมการ

3. การเตรียมความพร้อมเพื่อเกษียณอายุในแต่ละด้าน

จากการศึกษาแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเตรียมความพร้อมเพื่อเกษียณอายุการทำงานสามารถสรุปแนวคิดในการวางแผนเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุได้เป็น 5 ด้าน (บรรลุ ศิริพานิช, 2550: 39-92; วิจิตร บุญยะโทตระ, 2537: 39-157; ศรีเรือน แก้วกังวาน, 2545: 525-527) ดังนี้

- (1) การเตรียมความพร้อมด้านเศรษฐกิจ
- (2) การเตรียมความพร้อมด้านที่อยู่อาศัย
- (3) การเตรียมความพร้อมด้านสุขภาพร่างกาย
- (4) การเตรียมความพร้อมด้านจิตใจ
- (5) การเตรียมความพร้อมด้านการใช้เวลา

(1) การเตรียมความพร้อมด้านเศรษฐกิจ

การเตรียมความพร้อมด้านเศรษฐกิจมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากเมื่อเกษียณอายุแล้วรายได้ที่เคยได้รับจะลดน้อยลง หากไม่มีการเตรียมความพร้อมด้านการเงินไว้ล่วงหน้า จะประสบกับปัญหาด้านเศรษฐกิจ ศรีเรือน แก้วกังวาน (2545: 525) กล่าวว่า ผู้เกษียณอายุควรมีการเตรียมความพร้อมเรื่องทรัพย์สินเงินทองไว้ล่วงหน้าตั้งแต่วัยกลางคน เพราะเมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุแล้วโอกาสที่จะหางานที่มีรายได้สูงเป็นไปได้ยาก การหวังพึ่งลูกหลานในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันเป็นเรื่องค่อนข้างลำบาก การมีฐานะการเงินที่มั่นคงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้เกษียณอายุมีความสุขในบ้านปลายชีวิต ไม่เป็นภาระของลูกหลาน รายงานการศึกษาวิจัยทั้งในและต่างประเทศได้ข้อสรุปตรงกันว่า ความรู้สึกมั่นคงเกี่ยวกับการเงินเป็นปัจจัยสำคัญของความสุข และความพึงพอใจในตัวเอง (Papalia & Olds, 1995 อ้างถึงในปิยรัตน์ เมืองไทย, 2541: 39; ดารณี คำเจริญ, 2541: 106)

สถาบันเวชศาสตร์ผู้สูงอายุ (2548, 103) ได้จัดทำคู่มือการอบรมการเตรียมความรู้เมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุโดยได้แนะนำขั้นตอนการมีเงินใช้อย่างเพียงพอในวัยสูงอายุ 6 ขั้นตอน คือ

ขั้นที่ 1 ต้องมีเงินออมประมาณ 6 เท่าของค่าใช้จ่ายประจำเดือน เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับช่วงเวลาที่ต้องใช้เงินอย่างฉุกเฉิน

ขั้นที่ 2 จ่ายหนี้ที่มีอัตราดอกเบี้ยแพงที่สุดและหนี้ที่เกิดจากการใช้บัตรเครดิตก่อน

ขั้นที่ 3 ทำประกันชีวิตเพื่อป้องกันความเสี่ยง

ขั้นที่ 4 ร่วมออมทรัพย์กับกองทุนสำรองเลี้ยงชีพต่างๆ สำหรับวัยเกษียณหรือทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์

ขั้นที่ 5 ทำประกันสุขภาพและประกันอุบัติเหตุ

ขั้นที่ 6 นำเงินที่เหลือจาก 5 ขั้นแรก และจากค่าใช้จ่ายประจำไปลงทุน เพื่อให้รายได้เพิ่มสูงขึ้น

การเตรียมความพร้อมด้านเศรษฐกิจสามารถกระทำดังนี้ (วิจิตร บุญยะโทตระ, 2537: 39; บรรลุ ศิริพานิช, 2550: 77-82; Leedy & Wynbrandt, 1987: 85-86)

1. ประมาณการรายรับในแต่ละเดือน และวิเคราะห์แหล่งที่มาของรายรับ เช่น เงินบำเหน็จ บำนาญ รายได้จากเงินกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ รายได้จากดอกเบี้ย/ค่าเช่า รายได้ที่ได้รับจากบุตรหลาน และแหล่งต่างๆ รวมทั้งจากการทำงานหลังเกษียณอายุ

2. ประมาณการรายจ่ายในแต่ละเดือน และวิเคราะห์รายจ่ายที่คาดว่าจะต้องใช้ภายหลังเกษียณ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่ารักษาพยาบาล ค่าอาหาร เงินสำหรับทำบุญ บริจาคเพื่อสาธารณกุศล และเบ็ดเตล็ด

3. ควบคุมค่าใช้จ่ายให้สมดุลกับรายรับ ตัดรายจ่ายที่ไม่จำเป็นออกไป

4. เตรียมหางานสำรองเพื่อเพิ่มรายได้หลังเกษียณ ซึ่งเชินเฟลด์ (Schoenfeld, 1993: 25 อ้างถึงในธาดา วิมลฉัตรเวที, 2543: 18) แนะนำว่า ในกรณีที่จำเป็นต้องหารายได้เพิ่ม ควรเตรียมหางานสำรองไว้ตั้งแต่ขณะยังคงดำรงตำแหน่งหน้าที่ในงานประจำอยู่ ซึ่งจะทำได้งานที่ดีและเงินเดือนสูงกว่าการหางานใหม่หลังจากเกษียณอายุแล้ว การทำงานหลังเกษียณอายุนอกจากจะทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้นแล้ว ยังมีผลทางด้านจิตใจคือทำให้มีความรู้สึกที่ดีต่อตนเองด้วย

5. เตรียมสะสมเงินสำรองไว้ใช้จ่ายภายหลังเกษียณอายุ ซึ่งควรเริ่มต้นสะสมตั้งแต่วัยหนุ่มสาว ในการสะสมอาจแบ่งเงินบางส่วนสะสมในรูปอสังหาริมทรัพย์ เช่น บ้าน ที่ดิน บางส่วนสะสมในรูปทองคำ พันธบัตร และบางส่วนสะสมในรูปตัวเงิน การประกันชีวิตและสุขภาพ

6. หาความรู้ในเรื่องการลงทุนเพื่อให้ทรัพย์สินงอกเงย และเตรียมจัดทำพินัยกรรมหรือนิติกรรม

นฤมล สะอาดโฉม (2551, 103-105) ได้แนะนำการออมเงินและการลงทุนตามช่วงวัยดังนี้

อายุ 20-30 ปี เป็นวัยเริ่มต้นทำงาน ยังไม่มีภาระรับผิดชอบมากนัก ควรออมเงินประมาณร้อยละ 10-15 ของรายได้ ในด้านการลงทุนสามารถลงทุนที่มีความเสี่ยงระดับสูงได้มากกว่าวัยอื่น สัดส่วนการลงทุนในหุ้น ตราสารหนี้ และเงินฝากที่เหมาะสมโดยเฉลี่ยคือ 50:25:25

อายุ 30-40 ปี เป็นวัยสร้างครอบครัว หน้าที่การงานเริ่มมั่นคงแต่ภาระค่าใช้จ่ายก็เพิ่มขึ้น มีการลงทุนซื้อทรัพย์สิน ควรออมเงินประมาณร้อยละ 15-20 ของรายได้ และควรเริ่มให้ความสำคัญกับการวางแผนเพื่อการเกษียณอายุ ในด้านการลงทุนควรลดระดับความเสี่ยงลง สัดส่วนการลงทุนในหุ้น ตราสารหนี้ และเงินฝากที่เหมาะสมโดยเฉลี่ยคือ 40: 40:20

อายุ 40-50 ปี เริ่มเข้าสู่วัยกลางคน ครอบครัวเริ่มมั่นคง ภาระการเงิน/การผ่อนชำระหนี้สินเริ่มผ่อนคลายเป็น ควรออมเงินประมาณร้อยละ 30 ของรายได้ วัยนี้ควรเริ่มลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เพื่อ

สร้างรายได้เพิ่มที่มีความเสี่ยงน้อย สัดส่วนการลงทุนในหุ้น ตราสารหนี้ เงินฝาก และอสังหาริมทรัพย์ที่เหมาะสมโดยเฉลี่ยคือ 30: 30: 20: 20

อายุ 50-60 ปี เป็นวัยที่มีความมั่นคงที่สุด ควรเริ่มคิดถึงการใช้เวลาว่าง แต่คนส่วนใหญ่เมื่อถึงวัยนี้เพิ่งเริ่มนึกถึงการวางแผนเพื่อเกษียณอายุ สัดส่วนการลงทุนในหุ้น ตราสารหนี้ เงินฝาก และอสังหาริมทรัพย์ที่เหมาะสมโดยเฉลี่ยคือ 20: 30: 30: 20 และควรซื้อประกันชีวิตแบบออมทรัพย์ไว้ด้วย

(2) การเตรียมความพร้อมด้านที่อยู่อาศัย

การเตรียมความพร้อมด้านที่อยู่อาศัยเป็นสิ่งสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ผู้ที่อยู่ในวัยทำงานควรวางแผนเรื่องที่อยู่อาศัยล่วงหน้า เพื่อให้เกิดความพร้อมและความมั่นคงในวัยสูงอายุ การเตรียมความพร้อมเรื่องที่อยู่อาศัยมีสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงคือ

1. ลักษณะการอยู่อาศัย ควรวางแผนล่วงหน้าว่าจะใช้ชีวิตหลังเกษียณอยู่กับใคร อยู่กับคู่สมรส อยู่กับลูกหลาน อยู่กับญาติพี่น้อง หรืออยู่ตามลำพังคนเดียว หากไม่มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองต้องอาศัยอยู่ร่วมกับผู้อื่น เช่น วัด สถานสงเคราะห์ทั้งของรัฐบาลและเอกชนต้องพิจารณาถึงความสะดวกสบายและการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่ด้วย

2. สถานที่ตั้งที่อยู่อาศัย ต้องสะดวกในการเดินทาง อยู่ใกล้แหล่งชุมชน หากอาศัยอยู่ตามลำพังหรือกับคู่สมรสต้องสามารถติดต่อกับบุตรหลานหรือญาติสนิทได้สะดวก เมื่อต้องการความช่วยเหลือหรือสามารถทำได้ง่าย

3. สภาพที่อยู่อาศัย ต้องจัดบ้านและสิ่งแวดล้อมให้เหมาะสมกับสภาพร่างกายและข้อจำกัดของวัยสูงอายุ เพื่อลดอันตรายและอุบัติเหตุ เช่น เป็นบ้านชั้นเดียว หรือมีห้องนอนอยู่บนชั้นล่างของบ้านพื้นบ้านใช้วัสดุกันลื่น ห้องน้ำมีโถส้วมแบบนั่งและติดตั้งราวเกาะยึดเพื่อพยุงตัว มีไฟฟ้าให้แสงสว่างเพียงพอมีระบบตัดไฟช็อตและไฟฉุกเฉิน มีบริเวณบ้านที่สามารถ ทำสวน เลี้ยงสัตว์และทำกิจกรรมได้ ระยะห่างระหว่างภายในบ้านมาที่รั้วอยู่ในระยะที่สามารถเดินได้ง่าย เป็นต้น

การเตรียมความพร้อมด้านที่อยู่อาศัยควรเริ่มทำตั้งแต่วัยกลางคน ผู้ที่มีบ้านพักอาศัยของตนเองหรือสามารถเลือกที่อยู่อาศัยได้เองจะมีความสุขภายหลังเกษียณมากกว่าผู้ที่ไม่มีโอกาสเลือก ในกรณีที่ผู้เกษียณอายุไม่สามารถจัดหาที่อยู่อาศัยของตนเองได้ ควรมีการวางแผนล่วงหน้าว่าจะใช้ชีวิตร่วมกับบุตรหลานคนใด หรือเช่าที่อยู่อาศัย หรือใช้บริการสถานสงเคราะห์ของรัฐและเอกชน

(3) การเตรียมความพร้อมด้านสุขภาพร่างกาย

สุขภาพร่างกายเป็นสิ่งที่ทุกคนต้องเอาใจใส่อย่างสม่ำเสมอมาตั้งแต่วัยหนุ่มสาวและวัยกลางคน เพื่อที่ว่าเมื่อถึงวัยเกษียณอายุแล้วสุขภาพจะไม่ทรุดโทรมเร็วกว่าที่ควรจะเป็น (Burnside, 1988: 606) เพราะในวัยนี้ระบบต่างๆ ของร่างกายจะมีการเสื่อมลงอย่างชัดเจน โอกาสเกิดโรครังเป็นไปได้ง่าย และเมื่อเป็นแล้วต้องใช้เวลารักษานาน รายงานการวิจัยการศึกษาสถานการณ์

ความสามารถในการปฏิบัติกิจวัตรประจำวันความต้องการและคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ พบว่า ปัญหาสุขภาพเป็นปัญหาหลักที่พบบ่อยในวัยสูงอายุ ผู้สูงอายุที่ศึกษาส่วนใหญ่มีปัญหาสุขภาพอย่างน้อย 1 ปัญหา โดยมีจำนวนโรคเฉลี่ย 2 โรค ปัญหาสุขภาพที่ได้รับการวินิจฉัยจากแพทย์มากที่สุด คือ โรคความดันโลหิตสูง โรคข้อเสื่อม โรคเบาหวาน ไขมันในเลือดสูง และ โรคหัวใจ (อุทัย สุดสุข และ คณะ, 2552: 29-30)

การเตรียมความพร้อมด้านสุขภาพร่างกายสามารถกระทำได้ดังนี้ (บรรลุ ศิริพานิช, 2537: 39-72; ชูทิพย์ ปานปรีชา, 2540: 17)

1. ตรวจสุขภาพเป็นประจำทุก 6 เดือน หรืออย่างน้อยทุก 1 ปี
2. รับประทานอาหารที่สะอาด ปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วนทุกมื้อ ไม่รับประทานอาหารรสจัดและเครื่องดื่มมีน้ำตาลสูง ควบคุมน้ำหนักให้อยู่ในมาตรฐาน
3. ดื่มน้ำสะอาดอย่างน้อยวันละ 10 แก้ว
4. อยู่ในที่อากาศถ่ายเท หลีกเลี่ยงการอยู่ในที่แออัด มีฝุ่นละออง ควันพิษ
5. นอนหลับอย่างน้อยวันละ 8 ชั่วโมง หากนอนไม่หลับต้องหาสาเหตุว่ามีอะไรเป็น สิ่งรบกวน เช่น อุณหภูมิ หรือมีความวิตกกังวล เมื่อรู้สาเหตุแล้วต้องรีบแก้ไข หากแก้ไขไม่ได้ต้องรีบปรึกษาแพทย์
6. การขยับถ่าย ถ่ายอุจจาระทุกวันโดยไม่มีอาการท้องผูกหรือท้องร่วง
7. ออกกำลังกายหรือบริหารร่างกายทุกวัน อย่างน้อยวันละ 30 นาที

สุรศักดิ์ วงศ์รัตนชีวิน รศนา วงศ์รัตนชีวิน และวิชัย บุญแสง (2548: 9) กล่าวว่า การป้องกันไม่ให้เจ็บป่วยเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายที่ดีที่สุด ในวัยสูงอายุ และคุณภาพชีวิตที่ผู้สูงอายุทุกคน ต้องการคือ ตาดี หูดี เคลื่อนไหวช่วยเหลือตัวเองได้ ความจำดี กินได้ นอนหลับ ขับถ่ายปกติ สุขภาพจิตดี (2548: 16)

(4) การเตรียมความพร้อมด้านจิตใจ

การเกษียณอายุเป็นการเปลี่ยนแปลงบทบาทและสถานภาพทางสังคมอย่างฉับพลัน ถือเป็นภาวะวิกฤตของชีวิต เพราะเป็นความสูญเสียมากที่สุดในชีวิตอย่างหนึ่ง ผู้เกษียณอายุมักจะประสบปัญหาความเครียดและการปรับตัว ผู้ที่ปรับตัวเข้ากับสภาพการเปลี่ยนแปลงนี้ไม่ได้จะเกิดปัญหาทางด้านจิตใจ มีอารมณ์หงุดหงิด เหนงา หดหู่ เบื่อหน่ายชีวิต ซึ่งสภาพจิตใจดังกล่าวจะมีผลกระทบถึงสภาพร่างกายด้วย (สุรกุล เจนอบรม, 2534: 71) นอกจากนี้บุญเทือง โพธิ์เจริญ (2551: 92-94) ยังกล่าวว่า จากศึกษาพบว่าผู้สูงอายุที่มีทัศนคติเชิงบวกต่อความชรา ทำใจยอมรับกับความเปลี่ยนแปลงได้ ไม่หวงคิดถึงอดีตที่ผ่านมาอย่างอาลัยอาวรณ์ พอใจกับชีวิตปัจจุบัน มีจิตใจร่าเริงแจ่มใส จะมีอายุยืนยาว ดังนั้น การเตรียมความพร้อมด้านจิตใจเพื่อรับสภาพการเกษียณอายุจะช่วยให้การปรับตัวภายหลังเกษียณเป็นไปด้วยดี

การเตรียมความพร้อมด้านจิตใจสามารถกระทำได้ดังนี้ (เอก ธนะสิริ, 2536: 70; ชูทิพย์ ปานปรีชา, 2540: 17; บุญเทือง โพธิ์เจริญ, 2551: 94-98)

1. มองโลกในแง่ดี ยอมรับความเป็นจริง มีชีวิตอยู่กับปัจจุบัน ยอมรับการเปลี่ยนแปลงของสังคมและสภาพแวดล้อม โดยใช้หลักธรรมะเป็นเครื่องยึดเหนี่ยว ทำจิตใจให้สงบ ไม่เคร่งเครียด มีการปฏิบัติทางจิต เช่น การนั่งสมาธิ ภาวนา

2. ศึกษาหาความรู้ในเรื่องการเกษียณอายุและพูดคุยกับบุคคลที่เกษียณอายุแล้ว รวมทั้งร่วมกิจกรรมเพื่อเตรียมตัวเกษียณอายุ

3. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัว ญาติพี่น้อง และเพื่อนฝูง ไม่ทำตนให้เป็นที่น่ารำคาญแก่ลูกหลานหรือผู้ใกล้ชิด ไม่แยกตัวอยู่ตามลำพังคนเดียว

4. ดูแลสุขภาพร่างกายให้แข็งแรง หมั่นออกกำลังกาย รับประทานอาหารที่ถูกต้องตามหลักโภชนาการ

5. มีงานอดิเรกหรือกิจกรรมที่สนใจทำ

(5) การเตรียมความพร้อมด้านการใช้เวลา

การปลดเกษียณเป็นภาวะที่กระทบกระเทือนจิตใจของผู้เกษียณอายุ เนื่องจากภายหลังเกษียณบุคคลจะมีเวลาว่างมาก ถ้าปล่อยเวลาว่างนั้นไปเฉยๆ จะเป็นสิ่งที่ทำลายชีวิตของผู้เกษียณอายุอย่างมาก ดังคำกล่าวที่ว่า “Leisure is even more dangerous for the old than the young” วิธีป้องกันปัญหาดังกล่าวคือ ผู้เกษียณอายุต้องไม่ปล่อยให้ตัวเองมีเวลาว่าง ดังนั้น การมีกิจกรรมจะช่วยให้ผู้เกษียณอายุมีความพึงพอใจในชีวิต (จารุพันธ์ สมบูรณ์สิทธิ์, 2535: ทองสุข คำธนะ, 2542) และมีความสุขทางใจ (ปัญญภัทร ภัทรกันทากุล, 2544) นอกจากนี้การร่วมในกิจกรรมบางประเภทยังเป็นการทดแทนบทบาทหน้าที่ที่สูญเสียไปจากการเกษียณอายุด้วย (Hooyman, 1991: 66) ซึ่งทฤษฎีกิจกรรมทางสังคม (Activity Theory) ให้ความสำคัญทางกิจกรรมทางสังคมว่าเป็นหลักของชีวิตของบุคคล กล่าวคือ การปรับตัวของบุคคลมีความสัมพันธ์อย่างสูงกับกิจกรรมที่ทำ ยิ่งมีกิจกรรมมากขึ้นเท่าใดก็จะปรับตัวได้มากขึ้นเท่านั้น

กิจกรรมแบ่งออกได้ 3 ประเภท ดังนี้

1. กิจกรรมที่ไม่มีรูปแบบ (Informal Activity) ได้แก่ การพบปะสังสรรค์กับเพื่อนหรือญาติมิตร การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ กับสมาชิกในครอบครัว การช่วยเหลืองานในครอบครัว

2. กิจกรรมที่มีรูปแบบ (Formal Activity) ได้แก่ การเข้าร่วมในชมรมต่างๆ การเป็นอาสาสมัครเพื่อสังคม การเข้ากลุ่มทางศาสนา กลุ่มการเมือง การทัศนศึกษา และการออกกำลังกายเป็นกลุ่ม ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้เป็นกิจกรรมภายนอกครอบครัว

3. กิจกรรมเพื่อการพักผ่อนและงานอดิเรก (Solitary or Leisure Activity and Hobby) เป็นกิจกรรมที่ทำเพื่อความเพลิดเพลิน โดยทั่วไปแล้วงานอดิเรกมักจะเป็นงานที่ทำในยามว่างจากงาน

ประจำ งานอดิเรกมีคุณค่าต่อสุขภาพร่างกายและจิตใจ สร้างมิตรภาพที่ดีต่อกัน ให้ความรู้ ฝึกทักษะ และช่วยให้เกิดความคิดสร้างสรรค์อย่างอิสระ เหมาะสมกับทุกเพศทุกวัย งานอดิเรกที่นิยมกันทั่วไป สามารถจัดเป็นประเภท เช่น ประเภทงานสะสม ประเภทงานประดิษฐ์ ประเภทงานศิลปะ ประเภทงานวิชาการ ประเภทงานกลางแจ้ง ประเภทเลี้ยงสัตว์ ประเภทการกีฬา การออกกำลังกาย ประเภทการท่องเที่ยวไปตามสถานที่และประเภทศาสนา (ธาดา วิมลฉัตรเวที, 2543: 24)

การทำกิจกรรมจะช่วยให้ผู้เกษียณอายุรู้สึกว่ามีคุณค่า และเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว ไม่รู้สึกเื่อยบเหน็ด นอกจากนี้ยังช่วยให้มีความปรารถนาดี คล่องแคล่วอยู่ตลอดเวลา ผู้เกษียณอายุจะเลือกใช้เวลาไปกับกิจกรรมประเภทใดขึ้นอยู่กับความตั้งใจ ความสนใจ ความรู้สึกสนุก และพื้นที่ความรู้ของบุคคลนั้น ซึ่งแต่ละบุคคลควรเลือกให้เหมาะสมกับตนเอง โดยคำนึงถึงฐานะทางการเงินและสุขภาพพร้อมด้วย

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

นันทสารี สุขโตและคณะ (2555: 80-92) ได้ศึกษาหลักการตลาดโดยการแปลและเรียบเรียงตำราภาษาต่างประเทศ (อ้างถึง Armstrong & Kotler, 2009) สรุปได้ว่า พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค (consumer buyer behavior) หมายถึง พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคขั้นสุดท้ายได้แก่บุคคลและครัวเรือนที่ซื้อสินค้าและบริการเพื่อการบริโภคส่วนตัว ซึ่งผู้บริโภคทั่วโลกมีลักษณะแตกต่างกันอย่างยิ่งทั้งในแง่ของ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา และรสนิยมที่มีผลกระทบต่อทางเลือกผลิตภัณฑ์และบริการ

2.3.1 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

บริษัทส่วนใหญ่มักทำวิจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเพื่อตอบคำถามว่า ผู้บริโภคซื้ออะไร ซื้อที่ไหน ซื้อที่ไหน ซื้อบ่อยเท่าใด ซื้อเมื่อไร และทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ นอกจากนี้ผู้บริโภคตอบสนองต่อความพยายามทางการตลาดอย่างไร จุดเริ่มต้นของการศึกษาก็คือ แบบจำลองสิ่งกระตุ้นและการตอบสนองของพฤติกรรมผู้บริโภค (stimulus-response model) ดังแสดงในภาพที่ 2.12

<p>สิ่งกระตุ้นทางการตลาดและอื่นๆ</p> <p>การตลาด สิ่งกระตุ้นอื่นๆ</p> <p>ผลิตภัณฑ์ เศรษฐกิจ</p> <p>ราคา เทคโนโลยี</p> <p>การจัดจำหน่าย สังคม</p>	<p>กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ</p> <p>ลักษณะเฉพาะของผู้ซื้อ</p> <p>กระบวนการการตัดสินใจของผู้ซื้อ</p>	<p>การตอบสนองของผู้ซื้อ</p> <p>ความพึงพอใจและทัศนคติในการซื้อ</p> <p>พฤติกรรมการซื้อ</p> <p>พฤติกรรมต่อตราสินค้าและ</p> <p>ความสัมพันธ์กับบริษัท</p>
--	--	---



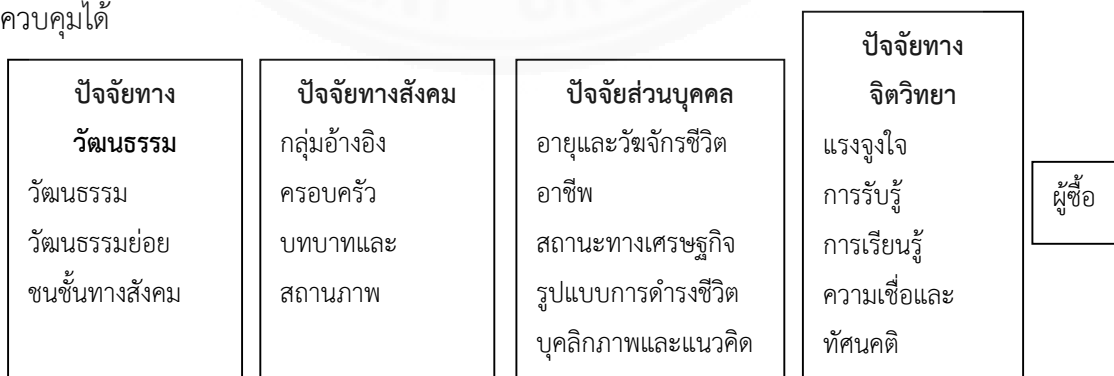
ภาพที่ 2.12 แบบจำลองพฤติกรรมผู้ซื้อ (model of buyer behavior). จาก นันทสารี สุขโตและคณะ, 2555, น. 80

จากแบบจำลองนี้ทำให้เห็นว่า สิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นที่เข้ามาสู่กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ก่อให้เกิดการตอบสนองบางอย่าง ซึ่งนักการตลาดต้องหาให้ได้ว่าอะไรอยู่ในกล่องดำของผู้ซื้อ

สิ่งกระตุ้นทางการตลาดนั้นประกอบไปด้วยกลยุทธ์ 4Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ส่วนสิ่งกระตุ้นนั้นประกอบไปด้วย ปัจจัยที่อยู่แวดล้อมผู้ซื้อ ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง และวัฒนธรรม สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ถูกป้อนเข้าสู่กล่องดำของผู้ซื้อ และถูกแปลงเป็นการตอบสนองของผู้ซื้อในรูปของตราสินค้าที่ซื้อ ความสัมพันธ์ที่มีต่อบริษัท รวมไปถึงว่าผู้บริโภคซื้ออะไร ซื้อเมื่อไร ซื้อที่ไหน และซื้อบ่อยเพียงใด

2.3.2 ลักษณะเฉพาะที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

การซื้อของผู้บริโภคนั้นได้รับอิทธิพลอย่างมากจากปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางจิตวิทยา ดังแสดงในภาพที่ 2.13 ซึ่งเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้



ภาพที่ 2.13 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (Model of Buyer behavior). จาก นันทสารี สุขโตและคณะ, 2555, น. 81

2.3.2.1 ปัจจัยทางวัฒนธรรม (cultural factors) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างมากและลึกซึ้ง นักการตลาดจำเป็นต้องเข้าใจถึงบทบาท วัฒนธรรม (culture) วัฒนธรรมย่อย (Subculture) และชนชั้นทางสังคม (social class) ของผู้ซื้อ ประกอบด้วย

(1) วัฒนธรรม (culture) คือ ค่านิยมพื้นฐาน สิ่งที่ได้รับรู้ สิ่งที่ต้องการ และพฤติกรรมที่สมาชิกของสังคมเรียนรู้ได้จากครอบครัวและสถาบันที่สำคัญ เพราะวัฒนธรรมพื้นฐานเป็นสิ่งสำคัญที่บ่งบอกถึงความต้องการและพฤติกรรมของมนุษย์ ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากการเรียนรู้ หรือได้สัมผัสกับค่านิยมที่อาจแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ การไม่สามารถปรับเปลี่ยนตามความแตกต่างเหล่านี้ได้อาจส่งผลให้การตลาดไร้ประสิทธิผลหรือเกิดความผิดพลาดได้ นักการตลาดจึงพยายามมองหาการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม เพื่อค้นหาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่อาจเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค ตัวอย่างเช่น การที่ผู้คนเริ่มให้ความสำคัญกับสุขภาพและความแข็งแรงมากขึ้น ก่อให้เกิดอุตสาหกรรมขนาดใหญ่เกี่ยวกับการบริการทางด้านสุขภาพและฟิตเนส อุปกรณ์และเสื้อผ้าสำหรับออกกำลังกาย อาหารอินทรีย์และวิธีการควบคุมน้ำหนัก และในภาวะสังคมปัจจุบันที่โครงสร้างประชากรของไทยเข้าสู่สังคมสูงอายุอย่างเต็มตัว คือสัดส่วนคนชราต่อประชากรทั้งประเทศเพิ่มสูงเกินกว่า 10% (เกิน 6 ล้านคน) มาตั้งแต่ปี 2548 ประกอบกับสังคมมีการเปลี่ยนแปลงจากครอบครัวขยายเพิ่มมากขึ้น (สมาชิกครอบครัวมี ตั้งแต่รุ่นปู่ย่าตายายจนถึงรุ่นหลาน) ไปสู่ครอบครัวเดี่ยว (มีเพียงพ่อ แม่ ลูก) โดยแนวโน้มแต่ละครอบครัวมีลูกน้อยลง ทำให้ในอนาคตอัตราส่วนคนชราจะยิ่งเพิ่มสูงขึ้นเมื่อเทียบกับคนวัยทำงาน ทั้งหมดนี้บ่งบอกว่าผู้เกษียณอายุมีแนวโน้มจะต้องพึ่งพาตนเองมากขึ้น นักการตลาดจึงจำเป็นต้องมองหาผลิตภัณฑ์ที่อำนวยความสะดวกให้แก่ประชากรในกลุ่มนี้ เช่น บ้านพักอาศัยที่มีสภาพแวดล้อมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน เป็นต้น

ดังนั้น วัฒนธรรมในครอบครัวแต่ละครอบครัวจะมีการดำเนินชีวิตของคนในครอบครัวที่ต่างกันซึ่งขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมในครอบครัวและข้อตกลงร่วมกันภายในครอบครัว วัฒนธรรมในครอบครัวของคนไทย ซึ่งพบว่าครอบครัวไทยจากอดีตจนถึงปัจจุบันมีความเปลี่ยนแปลงไปพอสมควร ในอดีตครอบครัวคนไทยจะมีลักษณะเป็นครอบครัวใหญ่ คือมีพ่อ แม่ ปู่ ย่า ตา ยาย ลุง ป้า น้า อา ซึ่งอยู่รวมกันอย่างใกล้ชิด ก็จะมีบทบาทมากในครอบครัว เช่น ช่วยกันเลี้ยงหลาน แต่ในปัจจุบัน จะเห็นว่าครอบครัวจะเปลี่ยนเป็นลักษณะของครอบครัวเดี่ยวก็คือ พ่อแม่อยู่กันตามลำพังกับลูก ๆ ต่อมาเมื่ออัตราการเพิ่มของประชากรลดลงอย่างมาก จากร้อยละ 3.0 เหลือเป็น ร้อยละ 1.0 ส่งผลให้โครงสร้างของประชากรเปลี่ยนไป ประชากรวัยเด็กและวัยแรงงานมีแนวโน้มลดลง ในขณะที่ประชากรวัยสูงอายุมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้คาดประมาณการประชากรของประเทศไทยจากปี 2543 - 2568 ไว้ว่า จากปี พ.ศ. 2545 ไปจนถึงปี พ.ศ. 2552 ประเทศไทยกำลังอยู่ในช่วงการปันผลทางประชากรซึ่งเป็นช่วงที่ประชากรวัยแรงงานยังคงเพิ่มขึ้น หลังจากนั้นประชากรวัยเด็กจะลดลงจากร้อยละ 23.88 ใน

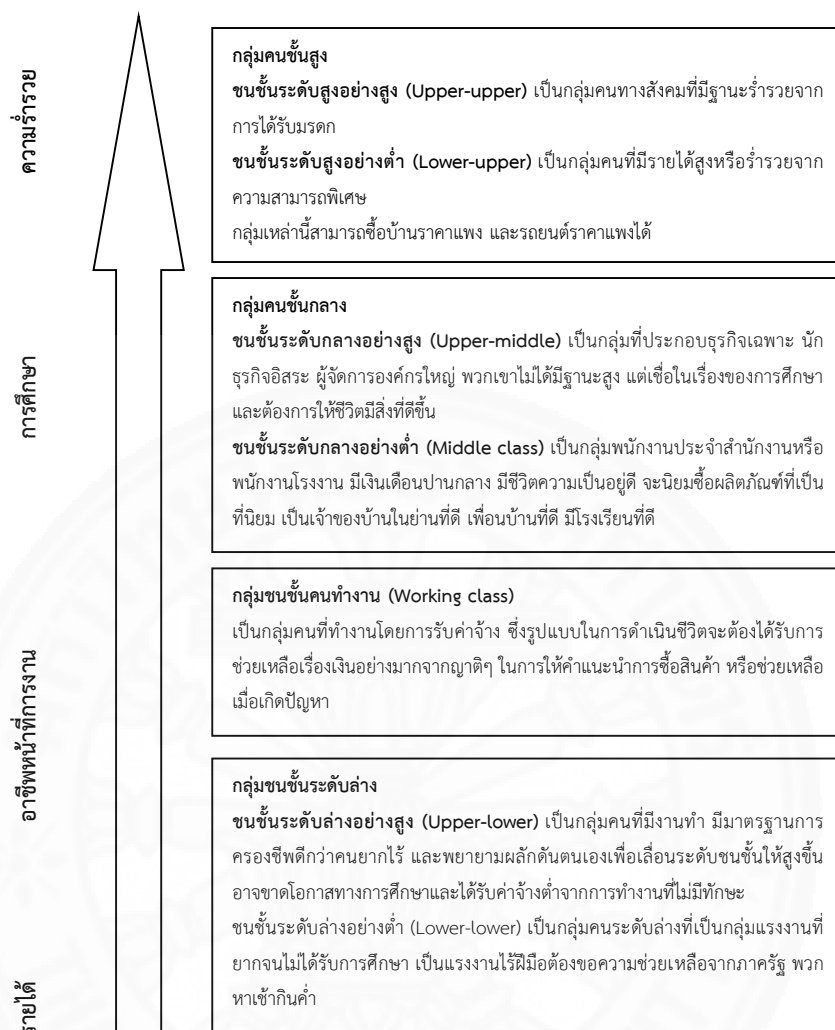
ปี 2545 เป็นร้อยละ 17.6 ในปี 2568 และสัดส่วนประชากรวัยแรงงานจะลดลงจากร้อยละ 66.38 เป็นร้อยละ 62.05 ขณะที่สัดส่วนประชากรวัยสูงอายุจะเพิ่มเป็นร้อยละ 9.74 ในปี 2545 เป็นร้อยละ 19.99 ในปี 2568 ทำให้ครอบครัวต้องรับภาระในการเลี้ยงดูและการพึ่งพิงสูง นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีความซับซ้อนและเป็นไปอย่างรวดเร็ว มีการอพยพแรงงานเข้าสู่เมืองใหญ่ สังคมไทยซึ่งแต่เดิมเป็นสังคมชนบทที่มีความเอื้ออาทรต่อกันมีแนวโน้มเป็นสังคมเมืองมากขึ้น โครงสร้างครอบครัวไทยมีการเปลี่ยนแปลง จากผลการพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 3-7 ที่มุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นหลักโดยมีนโยบายด้านการวางแผนครอบครัว เพื่อมุ่งลดอัตราการเพิ่มของประชากรในครัวเรือนและนโยบายปรับปรุงคุณภาพประชากรและการพัฒนาจิตใจ เพื่อให้มีศักยภาพและมีความพร้อมต่อการพัฒนาและแข่งขันทางเศรษฐกิจ ส่งผลต่อการพัฒนาสถาบันครอบครัวในทางอ้อม อัตราการเกิดลดลงและสมาชิกในครอบครัวมีอายุยืน มีสุขภาพอนามัยแข็งแรงและมีความสามารถในการทำงานมากขึ้น เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานจากภาคชนบทสู่เมืองใหญ่หรือต่างประเทศ อันส่งผลให้ครอบครัวไทยในปัจจุบัน ทั้งภาคชนบทและเมืองต่างได้รับผลกระทบมีการเปลี่ยนแปลงลักษณะทางโครงสร้างกลายเป็นครอบครัวเดี่ยวมากขึ้น โดยในปี 2545 มีครอบครัวขยายเพียงร้อยละ 32.1 ครอบครัวเดี่ยวมีถึงร้อยละ 55.5 นอกจากนี้ยังพบว่า หัวหน้าครัวเรือนที่เป็นหญิงมีจำนวนมากขึ้น ครอบครัวเดี่ยว ส่วนใหญ่ประกอบด้วยพ่อ แม่และลูก โดยส่วนใหญ่ครอบครัวจะมีลูกจำนวน 1-3 คนเป็นอย่างมาก (วิชัย เทียนถาวร และคณะ, 2542) จากข้อมูลสำนักงานสถิติ แห่งชาติ พ.ศ. 2545 ซึ่งให้เห็นว่าในลักษณะของครอบครัวเดี่ยวที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็นอัตรา ร้อยละ 55.5 นั้นยังมีขนาดเล็กลงอีก และมีลักษณะที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. ครอบครัวที่มีสามีและภรรยาและบุตร ซึ่งก็มีแนวโน้มลดลงคือ ในปี 2542 มีครอบครัวที่ประกอบด้วยสามี ภรรยาและบุตร จำนวนร้อยละ 37.6 ลดลงเป็นร้อยละ 36.1 ร้อยละ 35.4 และร้อยละ 34.4 ในปี 2543 2544 และ 2545 ตามลำดับ
2. ครอบครัวที่มีแต่สามีและภรรยา มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเห็นได้จากในปี 2542 มีครอบครัวที่มีแต่สามีและภรรยาจำนวนร้อยละ 11.2 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 12.0 ร้อยละ 12.5 และร้อยละ 13.4 ในปี 2543 2544 และ 2545 ตามลำดับ
3. ครอบครัวที่อยู่คนเดียว มีคนที่อาศัยอยู่ตามลำพังมากขึ้น โดยปี 2542 มีคนที่อาศัยอยู่คนเดียวร้อยละ 11.0 เป็นร้อยละ 11.5 และ 11.8 ในปี 2544 และ 2545 ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าหญิงหรือชายพอใจที่จะอยู่เป็นโสดมากขึ้น

(2) วัฒนธรรมย่อย (subculture) หมายถึง กลุ่มคนที่มีค่านิยมร่วมกัน บนพื้นฐานของสถานการณ์และประสบการณ์ชีวิตแบบเดียวกัน ได้แก่ สัญชาติ ศาสนา เชื้อชาติ และภูมิศาสตร์ ประกอบขึ้นเป็นส่วนตลาดที่สำคัญ ซึ่งนักการตลาดจำเป็นต้องออกแบบผลิตภัณฑ์และโปรแกรมทาง

การตลาดให้เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละกลุ่ม เช่น ผู้บริโภคชาวอเมริกันซื้อสายเอเชีย เป็นประชากรสหรัฐที่มีความร่ำรวยที่สุด โดยมีอยู่ประมาณ 14.4 ล้านคนและมีอำนาจในการใช้จ่ายต่อปีมากกว่าสี่แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งคาดว่าจะสูงถึง 579, 000 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2550 และผู้บริโภคชาวเอเชียเป็นกลุ่มที่มีความไวต่อเรื่องเทคโนโลยีมากที่สุด มากกว่าร้อยละ 85 ของชาวอเมริกาซื้อสายเอเชีย ใช้เว็บไซต์ออนไลน์เป็นประจำและคุ้นเคยกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมาก เช่น การทำธุรกรรมธนาคารผ่านระบบออนไลน์ การส่งข้อความออนไลน์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังเป็นกลุ่มที่ตระหนักถึงตราสินค้ามากที่สุดด้วย นอกจากนี้วัฒนธรรมส่วนหนึ่งสามารถแสดงออกผ่าน ดนตรี วรรณกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม การละครและภาพยนตร์ แม้บางครั้งอาจมีผู้กล่าวว่าวัฒนธรรมคือเรื่องที่ว่าด้วยการบริโภคและสินค้าบริโภค เช่น วัฒนธรรมระดับสูง วัฒนธรรมระดับต่ำ วัฒนธรรมพื้นบ้าน หรือวัฒนธรรมนิยม เป็นต้น แต่นักมานุษยวิทยาโดยทั่วไปมักกล่าวถึงวัฒนธรรมว่า มิได้เป็นเพียงสินค้าบริโภค แต่หมายรวมถึงกระบวนการในการผลิตสินค้าและการให้ความหมายแก่สินค้านั้น ๆ ด้วย (วิกิพีเดีย, 2558.)

(3) ชั้นทางสังคม (social class) หมายถึง การแบ่งกลุ่มสังคมเป็นลำดับชั้น ซึ่งสมาชิกแต่ละกลุ่มจะมีค่านิยม ความสนใจและพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน เกือบทุกสังคมจะมีรูปแบบของโครงสร้างการแบ่งชั้นทางสังคม ซึ่งการแบ่งชั้นทางสังคมไม่ได้กำหนดด้วยปัจจัยใดปัจจัยหนึ่ง เช่น รายได้ แต่จะวัดจากสถานะหลายอย่างรวมกัน เช่น อาชีพ รายได้ การศึกษา ความร่ำรวยและตัวแปรอื่น ซึ่งนักการตลาดให้ความสนใจในชั้นทางสังคม เพราะว่าการกลุ่มคนในแต่ละชั้นมีแนวโน้มที่จะแสดงออกถึงพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน หรือ แสดงให้เห็นถึงความชอบในตราสินค้าที่แตกต่างกัน ดังแสดงในภาพที่ 2.14



ภาพที่ 2.14 ชนชั้นทางสังคมหลัก (The major social classes). จาก นันทสารี สุขโตและคณะ, 2555: 83

2.3.2.2. ปัจจัยทางสังคม (social factor) หมายถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางสังคมอย่าง กลุ่มย่อย ครอบครัว รวมถึงบทบาทและสถานภาพทางสังคมของผู้บริโภค

(1) กลุ่มและเครือข่ายทางสังคม (group and social networks) หมายถึง กลุ่มเล็กหลายกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของแต่ละบุคคล ได้แก่ คนที่อยู่ในกลุ่มอ้างอิงที่มีทักษะพิเศษ มีความรู้ บุคลิกภาพ หรือ มีอิทธิพลทางสังคมต่อผู้อื่น เช่น ดารา นักแสดง ผู้นำทางการเมือง ซึ่งมีอิทธิพลต่อทัศนคติและแนวความคิดเกี่ยวกับตนเอง และมีผลต่อผลิตภัณฑ์และตราสินค้าที่บุคคลนั้นจะเลือกใช้

(2) ครอบครัว หมายถึง สมาชิกในครอบครัวนั้นสามารถมีอิทธิพลอย่างสูงต่อพฤติกรรมของผู้ซื้อ เช่น อิทธิพลของสามี ภรรยา และลูกๆ ในการซื้อผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ

(3) บทบาทและสถานภาพ (Roles and status) หมายถึง บุคคลที่เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มหลายกลุ่ม ได้แก่ ครอบครัว องค์กร ฐานะของบุคคลในแต่ละกลุ่มนั้น เรียกว่า บทบาทและสถานภาพ ซึ่งขึ้นอยู่กับกิจกรรมของแต่ละคนที่บุคคลรอบข้างคาดหวังให้กระทำและในแต่ละบทบาทจะมีสถานภาพที่สะท้อนให้เห็นการยอมรับนับถือจากสังคม โดยปกติแล้วคนจะเลือกผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับบทบาทและสถานภาพของตนเอง

2.3.2.3 ปัจจัยส่วนบุคคล (personal factor) หมายถึง การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะเฉพาะส่วนบุคคล เช่น อายุและวัฏจักรชีวิต อาชีพ สถานะทางเศรษฐกิจ รูปแบบการดำเนินชีวิต รวมถึงบุคลิกภาพและแนวความคิดเกี่ยวกับตนเอง

(1) อายุและวัฏจักรชีวิต หมายถึง บุคคลจะมีการเปลี่ยนแปลงสินค้าและบริการที่พวกเขาซื้อตามแต่ละช่วงเวลาของชีวิต อายุมักจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับบรรณนิยม ทั้งในเรื่องอาหาร เสื้อผ้า และการพักผ่อนหย่อนใจ นอกจากนี้แล้วการซื้อยังแตกต่างกันไปตามขั้นตอนในวงจรชีวิตครอบครัว ในขั้นที่ครอบครัวต้องเติบโตไปตามกาลเวลา ดังนั้น นักการตลาดจำเป็นต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์และแผนการตลาดที่เหมาะสมสำหรับแต่ละขั้นของวัฏจักรชีวิต ซึ่งอายุและวัฏจักรชีวิตของคนวัยเกษียณสามารถแบ่งคุณภาพชีวิตหลังเกษียณได้ 3 ระดับ ได้แก่

1. เกษียณขั้นต้น หรือการใช้ชีวิตหลังเกษียณแบบไม่อด มีเงินเพียงพอใช้ในแต่เดือนสำหรับค่าใช้จ่ายจำเป็น เช่น ปัจจัยสี่ และค่าสาธารณูปโภค คืดคร่าว ๆ เช่นค่าอาหาร เครื่องดื่ม (ประมาณ 6,000 บาท/ เดือน), ค่าน้ำค่าไฟ (ประมาณ 1,500 บาท/ เดือน), ค่าเดินทาง (ประมาณ 1,000 บาท/ เดือน), ค่าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม (ประมาณ 1,500 บาท/ เดือน) รวมเฉลี่ยประมาณเดือนละ 10,000 บาท ยังไม่นับค่าที่อยู่อาศัย (ซึ่งอาจจะมีอยู่แล้ว) และค่ารักษาพยาบาล (ใช้สิทธิ์ประกันสุขภาพ 30 บาทรักษาทุกโรค) นั้นหมายความว่า หากคนไหนมีเงินใช้ไม่ถึงเดือนละ 10,000 บาท ก็น่าจะเกิดปัญหาทางการเงินในอนาคตแน่ ๆ อาจต้องให้ลูกหลานเลี้ยง หรือขายทรัพย์สินที่มีเพื่อประทังชีวิตก็เป็นได้

2. เกษียณแบบพอเพียง คือการรักษาคุณภาพชีวิตหลังเกษียณให้เท่ากับตอนที่ยังมีงานทำอยู่ มักใช้วิธีประมาณค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในอนาคตหลังเกษียณเทียบกับ 50 - 70% ของรายได้ก่อนเกษียณ รวมทั้งกันสำรองเผื่อค่ารักษาพยาบาลในสถานพยาบาลระดับเดียวกับที่เราเคยใช้บริการก่อนเกษียณเข้าไปด้วย

3. เกษียณแบบเหลือเฟือ เป็นการเก็บเงินเกษียณให้มากกว่าการเกษียณแบบพอเพียง หมายความว่าเราจะต้องเก็บเงินเกษียณแบบพอเพียงไว้เป็นพื้นฐานก่อน แล้วบวกเพิ่มด้วยเงินที่คาดว่าจะใช้พิเศษเมื่อเกษียณ เช่น การเดินทางท่องเที่ยว ของใช้เพื่อแสดงฐานะ ทั้ง

เครื่องประดับ นาฬิกา กระเป๋า รถ รวมทั้งบางคนอาจต้องการมีมรดกเป็นเงินก้อนเอาไว้ให้ลูกหลาน ยิ่งมีความต้องการพิเศษมาก ก็ต้องมีการวางแผนการเงินที่คำนึงถึงเป้าหมาย และเงินเพื่อเพิ่มเติมจากแผนเกษียณอย่างพอเพียงไปตามเป้าหมายของแต่ละบุคคล

การเตรียมพร้อมแบบมองกันในระยะยาว ซึ่งสามารถทำได้โดยการวางแผน ตั้งแต่เริ่มทำงาน และเริ่มมีรายได้ การคำนวณเงินที่เพียงพอใช้จ่ายหลังเกษียณอายุนั้นจำเป็นต้องคำนึงถึงจำนวนปีที่เราจะใช้ชีวิตอยู่หลังเกษียณ และค่าครองชีพที่มีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปีตามอัตราเงินเฟ้อ ซึ่งโดยเฉลี่ยเท่ากับ 3% ต่อปี จึงจะเป็นตัวเลขที่แท้จริงของเงินก้อนหลังเกษียณที่เราควรจะมีต่อคุณภาพชีวิตหลังเกษียณแต่ละระดับ และแม้ว่าทุกวันนี้จะมีรูปแบบการเก็บออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับเกษียณหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการฝากเงินประเภทต่าง ๆ, การซื้อกองทุน, หุ้น, กู้, อสังหาริมทรัพย์ หรือการทำประกัน สิ่งสำคัญในการบริหารเงินก่อนเกษียณ และในวัยเกษียณ ควรเน้นความปลอดภัยของเงินต้นเป็นหลัก ในขณะที่เดียวกันผลตอบแทนรวมของการลงทุนก็ควรมากกว่าหรือเท่ากับเงินเฟ้อ เพื่อให้ไม่สูญเสียอำนาจการซื้อของเงินก้อนหลังเกษียณ (สยามธุรกิจ, 2558)

(2) อาชีพ (occupation) หมายถึง อาชีพของบุคคลนั้นอาจส่งผลต่อการซื้อสินค้าและบริการ กลุ่มอาชีพแรงงานมีแนวโน้มที่จะซื้อเสื้อผ้าแบบเนื้อหยาบในขณะที่กลุ่มผู้บริหารจะซื้อชุดสูทใช้ ดังนั้น นักการตลาดจึงต้องพยายามจำแนกกลุ่มอาชีพออกมาเพื่อศึกษาถึงสินค้าและบริการที่พวกเขาสนใจ

(3) สถานะทางเศรษฐกิจ (economic situation) หมายถึง สถานะทางเศรษฐกิจของบุคคลส่งผลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่จะอ่อนไหวต่อราคา ดังนั้น นักการตลาดจึงจำเป็นต้องศึกษาถึงรายได้ส่วนบุคคล เงินออม และอัตราดอกเบี้ยในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ การวางตำแหน่งสินค้า หรือ การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ละเอียดรอบคอบ เช่น สถานะทางเศรษฐกิจของผู้สูงอายุ จากผลการศึกษาพบข้อเท็จจริง ในภาพรวม คนในเมืองและคนในชนบทมีการบริโภคแตกต่างกันโดยในเขตเมืองบริโภคเฉลี่ยประมาณ 103,137 บาทต่อคนต่อปีในเขตชนบทบริโภคเฉลี่ย 67,456 บาทต่อคนต่อปี คนชนบทใช้จ่ายน้อยกว่าคนเมืองร้อยละ 35 มีความแตกต่างมากที่สุดในกลุ่มผู้สูงอายุที่ใช้จ่ายต่ำกว่าถึงร้อยละ 42 เมื่อดูเงินที่นำมาใช้จ่ายพบว่าประชากรวัย 0-24 ปีส่วนมากที่สุดได้จากการจุนเจือของผู้อื่นที่ให้ผ่านครอบครัวและผ่านรัฐบาล บางส่วนได้รับการทำงานบ้างแต่ก็น้อยกว่ามาก ผู้ใหญ่มีรายได้จากการทำงานมากกว่าร้อยละ 80 ที่เหลือเป็นรายได้จากสินทรัพย์ ผู้สูงอายุมีรายได้จากหลายแหล่งรวมกัน ผู้สูงอายุในเมืองมีรายได้จากการทำงาน จากสินทรัพย์ และจากการจุนเจือทางครอบครัวใกล้เคียงกัน ผู้สูงอายุในชนบทต้องพึ่งรายได้จากการทำงานและจากสินทรัพย์มากกว่าจากการจุนเจือจากครอบครัว ข้อมูลเหล่านี้แสดงว่าโดยเฉลี่ยแล้วประชากรในชนบททุกกลุ่มอายุมีรายได้จากการจัดสรรสินทรัพย์ โดยแทบไม่มีการออมเพิ่ม แต่ใช้รายได้จากสินทรัพย์เดิม ก่อหนี้หรือลดการถือครองสินทรัพย์เพื่อนำมาเป็นค่าใช้จ่าย ส่วนประชากรใน

เขตเมือง มีกลุ่มเริ่มทำงานที่สามารถออมเงินสุทธิเพิ่มได้บ้าง ดังนั้น ความเชื่อที่ว่าผู้สูงอายุในชนบทได้รับการเกื้อหนุนจากครอบครัวเป็นหลักนั้นไม่จริง ในข้อเท็จจริงยังพบว่าบุตรส่วนมากยังมีการให้การเกื้อหนุนผู้สูงอายุอยู่ แต่อาจด้วยข้อจำกัดของรายได้ เงินที่ให้การเกื้อหนุนจึงค่อนข้างต่ำและไม่เพียงพอ โดยสรุปจึงเห็นว่ามีความแตกต่างกันระหว่างการบริโภคและรายได้ระหว่างคนเมืองกับคนชนบท ซึ่งมีความแตกต่างมากในกลุ่มผู้สูงอายุ แม้ว่ารายจ่ายภาครัฐด้านการศึกษาและสุขภาพมีส่วนช่วยให้ช่องว่างในการลงทุนทรัพยากรมนุษย์ลดลง แต่สิ่งที่พบมากกว่านั้นเป็นความท้าทาย การเกื้อหนุนจากครอบครัวไม่ใช่แหล่งสำคัญที่สุดของผู้สูงอายุอีกต่อไป ผู้สูงอายุทั้งในเมืองและในชนบทต้องพึ่งการทำงานของตัวเองและต้องพึ่งรายได้จากสินทรัพย์ของตัวเองมากขึ้น (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2554)

(4) รูปแบบการดำเนินชีวิต (lifestyle) หมายถึง คนที่มาจากกลุ่มวัฒนธรรมย่อยเหมือนกัน ชนชั้นทางสังคมเหมือนกัน อาชีพเดียวกัน อาจมีรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกันก็ได้ ซึ่งรูปแบบในการดำเนินชีวิตหรือวิถีชีวิต คือรูปแบบการดำรงชีพของแต่ละบุคคลที่แสดงออกมาจากลักษณะทางจิตวิทยา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับงาน การจับจ่ายใช้สอย กิจกรรมทางสังคม และในเรื่องที่ให้ความสนใจ เช่น อาหาร แฟชั่น ครอบครัว รวมถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวเองในประเด็นต่าง ทางสังคม ดังนั้นรูปแบบการดำรงชีวิตจึงเป็นเรื่องที่มากกว่าเรื่องของชนชั้นทางสังคมของคน ดังนั้นนักการตลาดจึงจำเป็นต้องเข้าใจถึงค่านิยมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อ เพราะผู้บริโภคไม่ได้ซื้อเพียงแค่ผลิตภัณฑ์แต่พวกเขาจะซื้อค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ผลิตภัณฑ์นั้นแสดงให้เห็นด้วย ซึ่งปัจจุบันแนวโน้มการอยู่อาศัยของผู้สูงอายุ พบว่า ประชากรโลกที่อาศัยอยู่ในเมืองมีเกิน 50% ไปแล้วและยังเป็นสัดส่วนที่จะเพิ่มสูงขึ้นในอนาคตไม่ได้ลดลงเลย คนสมัยนี้เริ่มเกิดและเติบโตในเมืองมาตั้งแต่เด็ก ทำให้เคยชินกับวิถีชีวิตในเมืองที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ การที่จะหันออกไปอยู่ชนบทตอนแก่จึงต้องปรับตัวอย่างมาก ดังนั้นรูปแบบของที่อยู่อาศัยใจกลางเมืองอย่างเช่น คอนโดมิเนียม จึงมีความสะดวกสบายสูง มีลิฟต์ ไม่มีบริเวณบ้าน ไม่ต้องดูแลสวนเอง ซึ่งอาจเป็นงานที่หนักเกินไปสำหรับคนแก่ การดูแลรักษาความสะอาดที่พังกก็ทำเฉพาะภายในห้องของตัวเองเท่านั้น จึงพอทำเองได้โดยไม่ต้องจ้างลูกจ้าง แล้วยังมีระบบรักษาความปลอดภัยส่วนกลางที่ค่อนข้างสมบูรณ์แบบอยู่แล้ว เวลามีปัญหาอะไรถ้าหากไม่มีคนใช้ส่วนตัว ก็ยังสามารถขอความช่วยเหลือจาก พนักงานรักษาความปลอดภัยของคอนโดได้ นอกจากนี้การอยู่คอนโดใจกลางเมืองร่วมกันกับคนในวัยต่างกัน ยังทำให้ชีวิตประจำวันของผู้เกษียณดูมีชีวิตชีวามากกว่าการออกไปอยู่กันเองตามลำพังในชนบท ทำให้ไม่ต้องรู้สึกเหงา แม้ว่าจะอยู่กันเองตามลำพัง (นรินทร์ โอฬารกิจอนันต์, 2558)

แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้คำนิยามไว้ดังนี้

ประเวศ วะสี (2538: 19 - 24) ได้กล่าวถึงการดำรงชีวิตที่มีคุณค่าหรือมีวิถีที่ถูกต้องทุกคน ควรจะพัฒนาศักยภาพของตนเอง โดยการดำรงชีวิตที่มีคุณค่า 5 ประการ คือ เบญจวิถี ดังนี้

(1) ปลุกมโนสำนึกแห่งความเป็นมนุษย์ จุดเริ่มต้นของการดำรงชีวิตอย่างมีคุณค่าอยู่ที่การปลุกมโนสำนึกแห่งความเป็นมนุษย์ของตนเองให้ตระหนักรู้ว่า เรามีศักยภาพที่จะเรียนรู้ที่จะรัก และที่จะเป็นอิสระ คือ พ้นจากความบีบคั้นได้ มโนสำนึกทำให้เกิดพลังอำนาจแห่งเจตจำนงพลังนี้ก่อให้เกิดพลังชีวิต ช่วยให้ชีวิตดำรงอยู่ได้ และมีความสำเร็จ

(2) สัมผัสเพื่อนมนุษย์และธรรมชาติ ในสังคมสมัยใหม่ ชีวิตและการทำงานของคนอยู่กับความเทียม ทำให้แปลกแยกจากธรรมชาติและเพื่อนมนุษย์ ชีวิตมนุษย์ที่แปลกแยกจากธรรมชาติและจากเพื่อนมนุษย์ทำให้เกิดปัญหาทางจิต สังคม และปัญญา อันเป็นต้นเหตุแห่งปัญหาต่าง ๆ เป็นอันมาก ในสังคมปัจจุบันชีวิตที่มีคุณค่าต้องพยายามให้สัมผัสกับธรรมชาติและสัมผัสกับชีวิตเพื่อนมนุษย์ไว้เสมอ ๆ เพื่อพัฒนาจิตใจให้ละเอียดอ่อน และพัฒนาจิตวิญญาณให้สูงขึ้น ซึ่งจะทำให้ชีวิตมีคุณค่ายิ่งขึ้น

(3) ขยายความรักเพื่อนมนุษย์และความรักธรรมชาติออกไปอย่างกว้างขวางโดยปราศจากเงื่อนไขทางลัทธิ อุดมการณ์ หรือชนชั้นใด ๆ ให้จิตใจเต็มไปด้วยมิตรไมตรีและเอื้ออาทรต่อสรรพสิ่งทั้งหลาย มีความรักสากล เมื่อทำได้ดังนี้มากขึ้นเรื่อย ๆ จิตใจจะสงบ ประสบความงามความสุขและอิสรภาพ ทำให้อยู่ในฐานะที่พร้อมจะเรียนรู้จากทุกสิ่งทุกอย่าง ทุกสถานการณ์ตามความเป็นจริง ตามปกติมนุษย์เรียนรู้ได้ยากเพราะมัวไปข้องติดอยู่ในอารมณ์ แต่เมื่อมีความรักสากลแล้ว สามารถเรียนรู้ได้จากคนทุกคนและจากทุกสถานการณ์ จะทำให้มีศักยภาพมาก

(4) รวมกลุ่มทำให้เกิดความเป็นชุมชน การรวมกลุ่มของบุคคลจำนวนหนึ่งที่มีวัตถุประสงค์ร่วมกันมีความเอื้ออาทรต่อกัน มีการเรียนรู้และการกระทำร่วมกัน และมีองค์กรจัดการจะเกิดความอบอุ่นและความสุขอย่างท่วมท้น มีพลังการเรียนรู้และพลังการสร้างสรรค์สูงมากเมื่อเกิดสภาพดังกล่าวขึ้นเรียกว่า ความเป็นชุมชน และเครือข่ายของชุมชน จะทำให้แก้ปัญหาได้ทุกชนิด

(5) การเป็นบุคคลเรียนรู้ ในยุคสมัยแห่งความสลับซับซ้อนและความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว คนทุกคนต้องเป็นบุคคลเรียนรู้และมีกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสม สามารถเรียนรู้ได้จากทุกคนและทุกสถานการณ์ การรู้อะไรแจ่มแจ้งทำให้เกิดความสุข เพราะทำให้เกิดอิสรภาพ หรือการหลุดพ้นจากความไม่รู้ ความไม่รู้ทำให้เกิดความบีบคั้น การเรียนรู้ที่ถูกต้องทำให้รู้ความจริงเกี่ยวกับธรรมชาติ มนุษย์และสังคมทั้งทางวัตถุธรรมและนามธรรม รวมไปถึงจนถึงทางวิญญาณ การรู้ความจริงทำให้มีศักยภาพสังคมเรียนรู้ และบุคคลจะต้องเป็นบุคคลเรียนรู้ การเรียนรู้ทำให้ชีวิตมีคุณค่ายิ่งขึ้น

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2544: 41 - 42) ได้กล่าวถึงแนวคิดวิถีชีวิตที่จะดำรงคุณค่าหรือเพิ่มคุณค่าให้กับชีวิตไว้ดังนี้

1. สร้างสมดุลทางกายภาพ คือ การทำให้ร่างกายแข็งแรง สุขภาพกายดี
2. สร้างสมดุลทางจิต คือ การทำให้จิตมีความมั่นคง สุขภาพจิตดี
3. สร้างสมดุลทางสังคม คือ การทำให้ครอบครัวมีความอบอุ่น กลุ่มเพื่อนมั่นคง
4. สร้างสมดุลทางเศรษฐกิจ คือ การทำให้ฐานะทางเศรษฐกิจมั่นคง
5. สร้างสมดุลทางจิตวิญญาณ คือ การมีคุณธรรมจริยธรรม ทำประโยชน์ตนพร้อม ๆ ไปด้วยประโยชน์ท่านด้วย
6. ส่งเสริมสมดุลทางธรรมชาติ คือ การทำให้ธรรมชาติคงความหลากหลายสามารถรักษาความสมดุลในระบบนิเวศน์

สุเมธ ตันติเวชกุล (2543: 2) ได้กล่าวถึงแนวคิดวิถีชีวิตเศรษฐกิจพอเพียงว่าเป็นปรัชญาที่มีมิติครอบคลุมถึง 4 ด้าน คือ

- (1) มิติด้านเศรษฐกิจ
- (2) มิติด้านจิตใจ
- (3) มิติด้านสังคม และ
- (4) มิติด้านวัฒนธรรม ซึ่งในมิติด้านจิตใจ หมายถึง การมีจิตใจที่รู้จักพอ คือ พอดีพอประมาณและพอใจในสิ่งที่มี ยินดีในสิ่งที่ได้ ไม่โลภ ปฏิบัติตามทางสายกลางหรือมีขณิมาปฏิบัติในการดำรงชีวิตนั่นคือ การดำเนินชีวิตตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงในระดับบุคคล ซึ่งมีความหมายดังนี้ เศรษฐกิจพอเพียงในระดับบุคคล คือความสามารถในการดำรงชีวิตได้อย่างไม่เดือดร้อน กำหนดความเป็นอยู่อย่างประมาณตนตามฐานะตามอัตภาพ และที่สำคัญไม่หลงใหลไปตามกระแสของวัตถุนิยม มีอิสรภาพ เสรีภาพ ไม่พัวพันการอยู่กับสิ่งใด หากกล่าวโดยสรุปคือหันกลับมายึดเส้นทางสายกลางในการดำรงชีวิต เศรษฐกิจพอเพียง จึงเป็นพื้นฐานของความมั่นคงในการดำรงชีวิต ที่ส่งผลให้สามารถพึ่งตนเองได้ โดยใช้หลักการพึ่งตนเอง 5 ประการ คือ

1. การพึ่งตนเองทางด้านจิตใจ
2. การพึ่งตนเองทางด้านสังคม
3. การพึ่งตนเองทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ
4. การพึ่งตนเองทางด้านเทคโนโลยี
5. การพึ่งตนเองทางด้านเศรษฐกิจ

นอกจากนี้ ธวัชชัย พีชผล (2549: 132) ได้อธิบายไว้ว่าแนวความคิดการดำเนินชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียง เราสามารถยึดเป็นหลักในการปฏิบัติได้กับทุกอาชีพ นั่นคือ

- (1) การจะทำงานอะไรต้องเริ่มต้นด้วยการเรียนรู้ก่อน ต้องมีสติจึงจะเกิดปัญญา

(2) ต้องมีความอดทนมุ่งมั่น ยึดหลักธรรมา ความถูกต้องจะทำให้เราสามารถเผชิญหน้ากับทุกสิ่งทุกอย่างได้โดยไม่หวาดกลัว

(3) ต้องมีความอ่อนน้อมถ่อมตน เรียบง่ายและประหยัด

(4) ทำงานโดยมุ่งประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลัก ไม่หวังผลอันใด เมื่องานนั้นสำเร็จลุล่วงสิ่งที่เราจะได้รับก็คือ ความสุขในการที่เราทำเพื่อผู้อื่นนั่นเอง

(5) ต้องรับฟังความคิดเห็นและเคารพความคิดเห็นของผู้อื่นบ้าง เพื่อไม่ให้เกิดการทะเลาะเบาะแว้งกัน

(6) ควรมีความขยันหมั่นเพียร และมีความตั้งใจจริงในการทำงานเพื่อที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ

(7) ต้องมีความสุจริตและมีความกตัญญูซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด

(8) ควรพึ่งตนเองให้ได้ก่อนที่จะพึ่งคนอื่น และส่งเสริมคนเก่ง คนดี ไม่อิจฉาเพื่อนร่วมงาน

(9) ทำอย่างใดมาจะได้ผลอย่างนั้นตอบแทน ทรงสอนว่าถ้าปลูกมะม่วงก็จะได้มะม่วง ถ้าปลูกความดีก็จะได้ความรักกลับมา

(10) ต้องมีความเอื้อเฟื้อซึ่งกันและกัน ครอบคลุม สังคม และประเทศชาติจึงจะอยู่รอดได้

2.3.2.4 ปัจจัยทางจิตวิทยา (psychological factors) หมายถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อของบุคคล มี 4 ประการ ได้แก่

(1) แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง บุคคลมีความต้องการมากมายในแต่ละช่วงเวลา บางทีก็เป็นเรื่องของกายภาพ อันเกิดขึ้นจากความรู้สึก เช่น ความหิว ความกระหาย หรือความลำบาก บางทีก็เป็นเรื่องของทางจิตใจ อันเกิดขึ้นจากความต้องการภายใน เช่น ความต้องการให้คนยอมรับ ยกย่องนับถือ หรือ การเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ความต้องการจะกลายเป็นแรงจูงใจเมื่อถูกกระตุ้นไปถึงจุดจุดหนึ่ง

(2) การรับรู้ (perception) หมายถึง คนที่มีแรงจูงใจก็พร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาเมื่อได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ถึงสถานการณ์ที่เกิดกับตน โดยสามารถเรียนรู้ได้จากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้เห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การได้สัมผัส และการรับรู้รสชาติ ซึ่งแต่ละคนจะมีความสามารถในการรับรู้แตกต่างกันแม้จะได้รับสิ่งกระตุ้นตัวเดียวกัน เป็นการตั้งใจรับข้อมูลหรือแนวโน้มในการคัดกรองข้อมูล ทำให้นักการตลาดจำเป็นต้องดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค

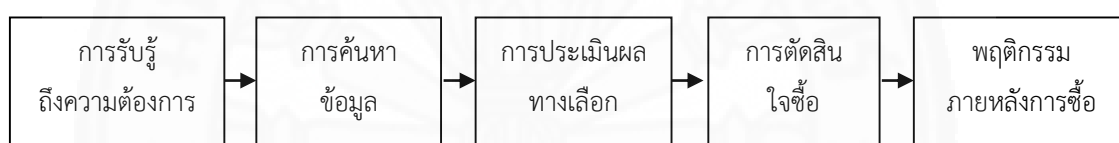
(3) การเรียนรู้ (learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากประสบการณ์ ซึ่งการเรียนรู้ที่มีความสัมพันธ์กับแรงกระตุ้น สิ่งกระตุ้น สิ่งเร้า การตอบสนองและการเสริมแรง แรงกระตุ้นเป็นสิ่งเร้าภายในก่อให้เกิดการกระทำ แล้วกลายเป็นแรงจูงใจก่อให้เกิดการตอบสนองต่อสิ่งเร้า

(4) ความเชื่อและทัศนคติ (belief and attitudes) หมายถึง มนุษย์จะเกิดความเชื่อและทัศนคติก็ต่อเมื่อผ่านการกระทำและการเรียนรู้ ความเชื่ออาจอ้างอิงมาจากความรู้ ความคิดเห็น

หรือความศรัทธาก็ได้ ความเชื่อมีอิทธิพลต่อผลิตภัณฑ์ เพราะประกอบเป็นภาพลักษณ์ของตราสินค้า และผลิตภัณฑ์ ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม การซื้อ ส่วนทัศนคติเป็นการประเมินผล ความรู้สึกและ แนวโน้มที่มีต่อสิ่งของหรือความคิดเห็นที่เป็นกรอบแนวคิดที่จะชอบหรือไม่ชอบ ทัศนคติเป็นเรื่องที่ เปลี่ยนแปลงได้ยาก ดังนั้น นักการตลาดจึงควรพยายามทำผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับทัศนคติของ ผู้บริโภคแทนที่จะพยายามเปลี่ยนแปลงทัศนคติของพวกเขา

2.3.3 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (buyer decision process)

กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ถึง ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการ ซื้อ ดังนั้น นักการตลาดจึงควรเน้นไปที่กระบวนการตัดสินใจซื้อทั้งหมด ไม่ใช่แค่ขั้นตอนการ ตัดสินใจซื้อเท่านั้น จากภาพที่ 2.15 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคได้ผ่านขั้นตอนทั้ง 5 ขั้นตอนในการซื้อ ทุกครั้ง แต่ในการซื้อที่เป็นกิจวัตรประจำวัน ผู้บริโภคอาจจะข้ามขั้นตอนบางขั้นตอนก็ได้



ภาพที่ 2.15 กระบวนการตัดสินใจซื้อ (buyer decision process). จาก นันทสารี สุขโตและคณะ, 2555, น. 89

(1) การรับรู้ถึงความต้องการ (need recognition) หมายถึง กระบวนการซื้อนั้นเริ่ม ตั้งแต่การรับรู้ถึงความต้องการ โดยผู้ซื้อนั้นจะเริ่มตระหนักถึงปัญหาหรือความจำเป็น และ ความต้องการนั้น อาจจะได้รับแรงกระตุ้นจากสิ่งกระตุ้นภายในพื้นฐานของบุคคล ได้แก่ ความหิว ความ กระหาย ฯลฯ โดยมีระดับสูงมากพอจนกลายเป็นแรงกระตุ้น

(2) การค้นหาข้อมูล (information search) หมายถึง ผู้บริโภคที่สนใจในสินค้า อาจจะไม่ค้นหาหรือไม่ค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม หากแรงกระตุ้นของผู้บริโภคนั้นมีอิทธิพลสูงและมีผลิตภัณฑ์ ที่พึงพอใจอยู่แล้ว ก็มีความเป็นไปได้ว่าผู้บริโภคจะซื้อทันที แต่หากไม่ซื้อก็อาจเก็บไว้ในความทรงจำ หรือ ดำเนินการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความต้องการนั้นเพิ่มเติม ซึ่งอาจหาได้จากแหล่งข้อมูลส่วน บุคคล เช่น ครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก หรือ แหล่งข้อมูลทางการค้า เช่น สื่อโฆษณา พนักงานขาย และ การค้นหาทางอินเทอร์เน็ต หรือ แหล่งข้อมูลเชิงประสบการณ์ เช่น การควบคุม การตรวจสอบ ซึ่ง อิทธิพลของแหล่งข้อมูลนั้นอาจแตกต่างกันไป

(3) การประเมินทางเลือก (evaluation of alternatives) หมายถึง ผู้บริโภคใช้แหล่งข้อมูลที่ได้มา เพื่อประเมินความแตกต่างด้านคุณลักษณะ เช่น การออกแบบ ความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ การรับประกันและราคา และซึ่งน้ำหนักความสำคัญที่แตกต่างกัน ดังนั้น นักการตลาดจึงควรศึกษาว่าผู้บริโภคประเมินแต่ละทางเลือกอย่างไร เพื่อจะได้นำมาโน้มน้าวการตัดสินใจของผู้ซื้อได้

(4) การตัดสินใจซื้อ (purchase decision) หมายถึง เมื่อผู้บริโภคได้ประเมินผลโดยการจัดลำดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์ และกำหนดความตั้งใจที่จะซื้อ แต่อาจเกิดปัจจัยเข้ามาแทรกแซงระหว่างความตั้งใจซื้อกับการตัดสินใจซื้อ ซึ่งปัจจัยแรกอาจมาจากทัศนคติของคนอื่น หากเป็นคนที่มีความสำคัญก็จะทำให้โอกาสซื้อลดลง ส่วนปัจจัยที่สอง เป็นปัจจัยเกี่ยวกับสถานการณ์ที่ไม่อาจคาดหวังได้ โดยความตั้งใจซื้อที่มีปัจจัยอ้างอิง เช่น รายได้ที่คาดหวัง ราคาที่คาดหวัง และประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง มีความเปลี่ยนแปลงไป ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการตั้งใจซื้อ เช่น เศรษฐกิจแย่ลง คู่แข่งขันลดราคา ดังนั้น ความชอบและความตั้งใจที่จะซื้อนั้น ไม่ได้ส่งผลต่อการเลือกซื้ออย่างแท้จริงเสมอไป

(5) พฤติกรรมหลังการซื้อ (postpurchase behavior) หมายถึง การซื้อไม่ได้สิ้นสุดลงเมื่อผลิตภัณฑ์ถูกซื้อไปแล้ว หลังการซื้อผู้บริโภคอาจพอใจหรือไม่พอใจก็ได้ หากความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคและการรับรู้ถึงประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ต่ำ ก็จะทำให้ผู้บริโภครู้สึกผิดหวัง แต่ถ้าผลิตภัณฑ์นั้นมีประสิทธิภาพเท่ากับหรือสูงกว่าความคาดหวัง ผู้บริโภคก็จะเกิดความพอใจ และยิ่งถ้าผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพสูงกว่าที่คาดหวัง ก็ยิ่งทำให้เกิดความรู้สึกประทับใจ

2.4 แนวคิดทฤษฎี 7Os

แนวคิดทฤษฎี 7Os เป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุทั้งปวงที่มีอิทธิพลเหนือผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งโดยการเข้าใจถึงสาเหตุต่าง ๆ ที่มีผลในการจูงใจหรือกำกับการตัดสินใจของผู้บริโภคนั่นเอง ที่ทำให้นักการตลาดสามารถตอบสนองของผู้บริโภคได้สำเร็จผลด้วยการสามารถชักนำและหว่านล้อมให้ลูกค้า ซื้อสินค้า และมีความจงรักภักดีที่จะซื้อซ้ำต่อเนื่องเรื่อยไป (งษ์ชัย สันติวงษ์, 2540: 107)

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (analysis of consumer behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการ พฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถใช้กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) ที่สามารถจะตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (สุปัญญา ไชยชาญ, 2543: 53) คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาว่าลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6 Ws

และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who? What? Why? Who? When? Where? และ How? เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os ประกอบด้วย Occupations Objects Objectives Organizations Occasions Outlets และ Operations ดังตารางที่ 2.3 แสดงคำถาม 7 คำถาม (6 Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7Os) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541: 125-126)

ตารางที่ 2.3

พฤติกรรมผู้บริโภค (7Os)

คำถาม (6 Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the Target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ประกอบด้วย ทางด้าน (1) ประชากรศาสตร์ (2) ภูมิศาสตร์ (3) จิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์ (4) พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์การตลาด(4Ps) ประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคาการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมและการตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ก็คือต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์(Product Component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง(Competitive Differentiation)	กลยุทธ์การตลาด(4Ps) ประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคาการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมและการตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) เพื่อสนองความต้องการด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อคือ (1) ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา (2) ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม (3) ปัจจัยเฉพาะบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุดคือ (1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (2) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย กลยุทธ์การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การให้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ (3) กลยุทธ์ด้านราคา (4) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

พฤติกรรมผู้บริโภค (7Os)

คำถาม (6 Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying)	บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) และมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย (1) ผู้ริเริ่ม (2) ผู้มีอิทธิพล (3) ผู้ตัดสินใจซื้อ (4) ผู้ซื้อ (5) ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่เข้ามา คือ กลยุทธ์การโฆษณาและหรือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Advertising and Promotion strategies)
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปีหรือช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ	กลยุทธ์ที่เข้ามา คือ การส่งเสริมการตลาด(Promotion Strategies) เช่น ทำการส่งเสริมการตลาดเมื่อใดจึงจะสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ บางลำพู พาหุรัด สยามสแควร์ ฯลฯ	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies) บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมายโดยผ่านคนกลางอย่างไร
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ (Operation) ประกอบด้วย (1) การรับรู้ปัญหา (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินผลทางเลือก (4) ตัดสินใจซื้อ (5) ความรู้สึกภายหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่เข้ามา คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ประกอบด้วย การโฆษณาการขายโดยใช้พนักงาน การส่งเสริมการขายการให้ข่าวและการระชา -สัมพันธ์การตลาดทางตรง เช่น พนักงานขายจะกำหนด วัตถุประสงค์ในการขายให้ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ

หมายเหตุ. ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541

2.5 การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane

ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ง่ายและรวดเร็วกว่าวิธีการอื่น คือ การใช้ตารางสำเร็จรูปที่กำหนดขึ้นอย่างหลากหลาย แต่ตารางสำเร็จรูปที่นำมาใช้กันอย่างแพร่หลายมีดังนี้

2.5.1 ตารางการสุ่มตัวอย่างของยามานะ ดังแสดงในภาพที่ 2.4-2.6

ตารางที่ 2.4

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ($Z=1.96$) เมื่อความคลาดเคลื่อน (E) เป็นร้อยละ 1 ร้อยละ 2 ร้อยละ 3 ร้อยละ 4 ร้อยละ 5 และร้อยละที่ α : Yamane, 1973

จำนวนประชากร	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละความคลาดเคลื่อน					
	$\pm 1\%$	$\pm 2\%$	$\pm 3\%$	$\pm 4\%$	$\pm 5\%$	$\pm 10\%$
500	b	b	b	b	222	83
1,000	b	b	b	385	286	91
1,500	b	b	638	441	316	94
2,000	b	b	714	476	333	95
2,500	b	1,250	769	500	345	96
3,000	b	1,364	811	517	353	97
3,500	b	1,458	843	530	359	97
4,000	b	1,538	870	541	364	98
4,500	b	1,067	891	549	367	98
5,000	b	1,667	909	556	370	98
6,000	b	1,765	938	566	375	98
7,000	b	1,842	959	574	378	99
8,000	b	1,905	976	580	381	99
9,000	b	1,957	989	584	383	99
10,000	5,000	2,000	1,000	588	385	99
15,000	6,000	2,143	1,034	600	390	99
20,000	6,667	2,222	1,053	606	392	100
25,000	7,143	2,273	1,064	610	394	100
50,000	8,333	2,381	1,087	617	397	100
100,000	9,091	2,439	1,099	621	398	100
α	10,000	2,500	1,111	625	400	100

หมายเหตุ. Yamane, 1973

ตารางที่ 2.5

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ($Z=2.58$)

เมื่อความคลาดเคลื่อน(E) เป็นร้อยละ 1 ร้อยละ 2 ร้อยละ 3 ร้อยละ 4 และร้อยละ 5

จำนวนประชากร	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละความคลาดเคลื่อน				
	± 1%	± 2%	± 3%	± 4%	± 5%
500	b	b	b	b	b
1,000	b	b	b	b	474
1,500	b	b	b	726	563
2,000	b	b	b	826	621
2,500	b	b	b	900	662
3,000	b	b	1,364	958	692
3,500	b	b	1,456	1,003	716
4,000	b	b	1,539	1,041	735
4,500	b	b	1,607	1,071	750
5,000	b	b	1,667	1,098	763
6,000	b	2,903	1,765	1,139	783
7,000	b	3,119	1,842	1,171	798
8,000	b	3,303	1,905	1,196	809
9,000	b	3,462	1,957	1,216	818
10,000	b	3,600	2,000	1,233	826
15,000	b	4,091	2,143	1,286	849
20,000	b	4,390	2,222	1,314	861
25,000	11,842	4,592	2,273	1,331	869
50,000	15,517	5,056	2,381	1,368	884
100,000	18,367	5,325	2,439	1,387	892
α	22,500	5,625	2,500	1,406	900

หมายเหตุ. Yamane, 1973

จากการศึกษาตารางการสุ่มตัวอย่างของยามานะ มีข้อสังเกตคือ ความสัมพันธ์ระหว่างความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นหรือระดับความเชื่อมั่นกับขนาดของกลุ่มตัวอย่างจะแปรผันแบบผกผันกัน และในการวิจัยบางกรณีที่ประชากรมีจำนวนไม่ถึง 500 คนไม่สามารถใช้ตารางสุ่มตัวอย่างนี้ได้ แต่ได้มีนักวิจัยได้นำตารางการสุ่มของยามานะมาดัดแปลงใช้ในการคิดคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยประมาณ โดยคิดเป็นร้อยละ ดังแสดงในตารางที่ 2.6

ตารางที่ 2.6

การลุ่มของยามาเนดัดแปลงใช้ในการคิดคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยประมาณ โดยใช้ร้อยละ

ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
100-200	80%
300-400	60%
500-700	45%
1,000-1,500	30%
2,000-2,500	20%
3,000-4,000	15%
5,000-6,000	8%
7,000-10,000	6%
15,000-20,000	3%
30,000-50,000	2%
70,000 ขึ้นไป	0.6 %

หมายเหตุ. Yamane, 1973

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับโครงการอสังหาริมทรัพย์สำหรับผู้สูงอายุ

แนวโน้มในการขยายตัวของตลาดผู้สูงอายุจะปรากฏให้เห็นในหลายประเทศของยุโรป อเมริกา หรือญี่ปุ่น ทั้งในแง่การผลิตสินค้า-บริการเพื่อตอบสนองความต้องการในลักษณะเฉพาะของผู้สูงวัยอย่างต่อเนื่องแล้ว ขณะที่ประเทศไทยก็มีการคาดการณ์ว่า สัดส่วนประชากรผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้แนวโน้มในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ให้สอดคล้องกับเทรนด์ของตลาดผู้สูงอายุในประเทศไทยก็เริ่มปรากฏชัดเจนมากขึ้น หลังจากภาคเอกชนบางกลุ่มเริ่มลงทุนพัฒนาที่ดินในรูปแบบที่อยู่อาศัยเจาะตลาดผู้สูงอายุ โดยโครงการจะมีเนื้อที่ขนาดใหญ่ ประกอบด้วยโรงแรม, โรงพยาบาล และบ้านพักอาศัย ที่มีพื้นที่ตั้งแต่ 70 ตารางวา-1 ไร่ ราคาขายเฉลี่ย 3 ล้านบาท/หน่วย ภายในโครงการจะให้บริการด้านการแพทย์ เช่น ห้องตรวจโรค ห้องผู้ป่วยฉุกเฉิน ห้องพยาบาล ห้องพักรักษาตัว ห้องกายภาพบำบัด ห้องฝึกอบรมให้ความรู้แก่ผู้ป่วย ห้องออกกำลังกาย รวมทั้งการรักษาด้วยแพทย์ทางเลือก (alternative medicine) (Eldercare, 2557) ซึ่งเป็นรูปแบบการพัฒนา

โครงการเพื่อสุขภาพที่รองรับคนชราวัยเกษียณอายุที่มีเงินทั้งคนไทยและคนต่างชาติ อย่างไรก็ตาม คงต้องใช้ระยะเวลานาน เนื่องจากการทำบ้านเพื่อกลุ่มคนเหล่านี้มีรายละเอียดมากกว่าบ้านจัดสรรทั่วไปที่ทำอยู่แล้ว อาทิ รูปแบบที่ต้องออกแบบให้เหมาะสม ประตูเข้า-ออกที่ต้องกว้างกว่าปกติ เพื่อให้รถเข็นได้สะดวก ห้องน้ำ ที่ต้องมีราวจับและโถสุขภัณฑ์สำหรับคนชรา หรือในเรื่องของพื้น ผนัง เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีในเรื่องของพนักงานที่ต้องมีความรู้เรื่องของผู้สูงอายุ ว่าต้องการอะไร หรือเวลาเจ็บป่วยต้องทำอะไร ทั้งหมดนี้เป็นเรื่องละเอียด ที่ต้องใช้เวลามากในการพัฒนา (สยามธุรกิจ, 2557)

จากบทความของ ดุลยปวีณ วรรณแสง, 2554 (ออนไลน์) กล่าวว่า วิมานใกล้ฝั่งที่ไม่หวังพึ่งใครของน้องใหม่วัย 76 โครงการ “สวางคนิเวศ” คอนโดผู้สูงอายุของสภาอากาศไทย เปิดเฟสแรกจำนวน 168 ยูนิต ปี 2539 และส่วนต่อขยายเฟส 2 บนพื้นที่ติดกัน เป็นคอนโดมิเนียม 6 ชั้น 8 อาคาร จำนวน 300 ยูนิต พื้นที่โครงการ 23 ไร่ เพื่อเป็นต้นแบบโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ โดยเฉพาะ ภายในห้องออกแบบให้มีสัญญาณฉุกเฉินบริเวณเตียงนอนและห้องน้ำ พื้นวัสดุที่ไม่ลื่น ไม่มีพื้นต่างระดับป้องกันการสะดุดล้ม เป็นต้น โดยตั้งอยู่ในสวางคนิวาของสภาอากาศไทย ด้านหน้าติดถนนสุขุมวิทยาวลึกเข้าไปจรดป่าชายเลน บริเวณชายทะเลบางปู คนที่ซื้อส่วนใหญ่เป็นคนรักอิสระอยากใช้ชีวิตตามลำพัง เมื่อสามีเสียชีวิตไป ชีวิตก็ไม่มีอะไรให้ต้องห่วง ไม่มีลูก รุ่นเด็กที่สุดในกลุ่มก็อายุ 50-60 ปีแล้ว เป็นโสด ไม่อยากแต่งงาน เพราะหาเงินเองได้ จึงอยากมีชีวิตอิสระของตัวเอง โดยเห็นว่าการย้ายมาอยู่ที่นี่ลำพัง อย่างน้อยค่าใช้จ่ายน่าจะประหยัดขึ้น แถมยังสบายใจว่าป่วยไข้ยังมีคนคอยดูแล และไม่เหงาเพราะเต็มไปด้วยเพื่อนวัยเดียวกัน สังคมผู้สูงอายุในโครงการสวางคนิเวศ 80 เปอร์เซ็นต์เป็นคนโสด และคู่สมรสที่ไม่มีบุตร หรือเป็นหม้าย นอกจากนี้ อีกส่วนหนึ่งคือผู้สูงอายุที่มีหัวใจสมัยใหม่ ถึงจะมีครอบครัวแต่อยากมาอยู่เป็นส่วนตัว ไม่อยากเป็นภาระลูกหลาน เพราะสามารถดูแลตัวเองได้ อยากมีชีวิตอิสระพึ่งพาตัวเองได้ ใช้ชีวิตที่เป็นตัวของตัวเอง และผู้พักอาศัยในโครงการส่วนใหญ่เป็นกลุ่มชนชั้นกลาง หลายคนเป็นข้าราชการบำนาญ พนักงานรัฐวิสาหกิจ เป็นผู้มีเงินออมยามเกษียณ หากคิดคำนวณจากค่าใช้จ่ายส่วนกลางเดือนละ 2,500 บาท ยังไม่รวมค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ถ้าคิดที่ 4,000 บาท ค่าอาหารสั่งจากครัวกลางอีกเดือนละ 4,500 บาท ยังไม่รวมค่าใช้จ่ายอื่น ดังนั้นคนที่อยู่ที่นี่ได้ต้องมีเงินใช้จ่ายแต่ละเดือนไม่ต่ำกว่าหลักหมื่น คนกลุ่มนี้อาจจะไม่ได้ต่อยโอกาสทางการเงิน แต่ “ต่อยโอกาส” ในแง่ไม่มีใครดูแล เป็นช่องว่างทางสังคมที่ยังขาดการเติมเต็ม โครงการนี้จึงทำขึ้นเพื่อเป็นโปรเจกต์ต้นแบบ จุดประกายภาคเอกชนหรือหน่วยงานที่สนใจพัฒนาโครงการ เพื่อเป็นทางเลือกที่มากขึ้น ทั้งนี้คุณสมบัติของผู้มีสิทธิต้องมีอายุตั้งแต่ 55 ปี สามารถพักอยู่อาศัยได้ตลอดชีวิต โดยไม่สามารถสืบทอดสิทธิในการพักอาศัย ขนาดห้องพักเริ่มต้นที่ 42 ตารางเมตร สรรคามีตั้งแต่ 850,000บาท ไปถึงล้านเศษ ๆ มีให้เลือกแบบชั้น

ละ 4 ยูนิต กับชั้นละ 8 ยูนิต แบ่งชำระ 18 งวด ทำสัญญาจอง 50,000 และผ่อนชำระเป็นงวด ๆ ละ 40,000-50,000 หมื่นบาท

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภัฐพเดช มาเจริญ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น เป็นการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจากโครงการบ้านจัดสรรและเข้าอยู่อาศัยแล้ว ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีอาชีพค้าขาย มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรสแล้ว และมีรายได้เฉลี่ยภายในครัวเรือน 60,001 ถึง 100,000 บาท โดยมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อบ้านระดับราคา 3,500,001 ถึง 4,500,000 บาท บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดได้แก่ ครอบครัว ช่องทางการรับรู้ข้อมูลได้แก่สื่อสิ่งพิมพ์ ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมากที่สุดได้แก่ผลิตภัณฑ์

สุนีย์ เจษฆาวรวงกุลและคณะ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์เฮาส์ ในโครงการบริษัทวังทองกรู๊ป จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์เฮาส์ในโครงการวังทองกรู๊ปอยู่ในระดับมากที่สุดด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์เฮาส์ในโครงการวังทองกรู๊ป และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการกับการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์เฮาส์ในโครงการวังทองกรู๊ปมีความสัมพันธ์กับด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่ทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด บุคลากร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านสภาพแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ

วสุชญญาณ์ จันทร์ชู (2554) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความต้องการของนักลงทุนในการเลือกซื้อห้องชุดพักอาศัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทห้องชุดพักอาศัยที่ตอบสนองความต้องการของนักลงทุน ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการลงทุนที่นักลงทุนต้องการคือการปล่อยให้เช่า ระยะเวลาในการลงทุน 5 ปีขึ้นไป มีอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังจากการลงทุนมากกว่า 30 % ขึ้นไปโดย มีปัจจัยที่สำคัญในการลงทุนได้แก่ อัตราผลตอบแทนที่คาดหวังจากการลงทุน ทรานสาค์ของผู้พัฒนาโครงการ เงินทุนในการลงทุน ระยะเวลาในการลงทุนและระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้จากการลงทุน ส่วนการทดสอบสมมติฐานพบว่า ยอมรับสมมติฐานทั้ง 2 ชุด ได้แก่วามสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลและข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุน กับข้อมูลพื้นฐานส่วน

บุคคล ข้อมูลการลงทุนและระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ณ นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ชมพูนุท ตันติถาวร (2551) ได้ศึกษาถึงสภาพการอยู่อาศัยของผู้สูงอายุในเมืองสุภาพดีกรณีศึกษา โครงการบางไทร ฮอสปิเฮาส์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นธุรกิจสถานบริการผู้สูงอายุในรูปแบบบ้านจัดสรรผสมโรงพยาบาลที่จัดสภาพการอยู่อาศัยให้สามารถเข้าถึงบริการทางการแพทย์ ขณะนี้มีโครงการนำร่องอยู่เพียงแห่งเดียวในประเทศไทย คือ โครงการบางไทร ฮอสปิเฮาส์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา วัตถุประสงค์การวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาลักษณะทางเศรษฐกิจ สังคม สุขภาพ และศึกษาสภาพการอยู่อาศัยของผู้สูงอายุในโครงการ ใช้เครื่องมือวิจัยคือ แบบสังเกตและแบบสัมภาษณ์ กลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป พักอาศัยในโครงการ 1 เดือนขึ้นไป แบ่งกลุ่มเป็น 2 ประเภท คือ ผู้สูงอายุที่ซื้อบ้าน 53 คน และผู้สูงอายุเช่าพักอาศัย 8 คน รวม 61 คน จากผู้สูงอายุทั้งสิ้น 85 คน จัดเก็บข้อมูลไม่ได้ 24 คน ใช้เวลาการศึกษาระหว่างเดือนธันวาคม 2549-กรกฎาคม 2551

ผลการศึกษาลักษณะทางเศรษฐกิจ สังคม สุขภาพพบว่า ผู้มีอายุ 50-59 ปี สนใจซื้อบ้านมากที่สุด 23 คน อายุ 60-69 ปี จำนวน 19 คน อายุ 70-79 ปี จำนวน 11 คน อายุ 80-103 ปี จำนวน 4 คน และในจำนวนนี้แบ่งเป็นผู้สูงอายุหญิง 41 คนและผู้สูงอายุชาย 20 คน ทุกคนมีรายได้ปานกลาง-สูงมาก มีการศึกษา ตัดสินใจซื้อบ้านด้วยตนเอง สุขภาพดี ผู้สูงอายุจำนวน 51 คนมีภูมิลำเนาเดิมอยู่กรุงเทพมหานคร ปริมณฑลและต่างจังหวัด 10 คน ทำเลที่เหมาะสมสำหรับโครงการบ้านผู้สูงอายุควรเป็นจังหวัดปริมณฑลที่มีความสงบเงียบ

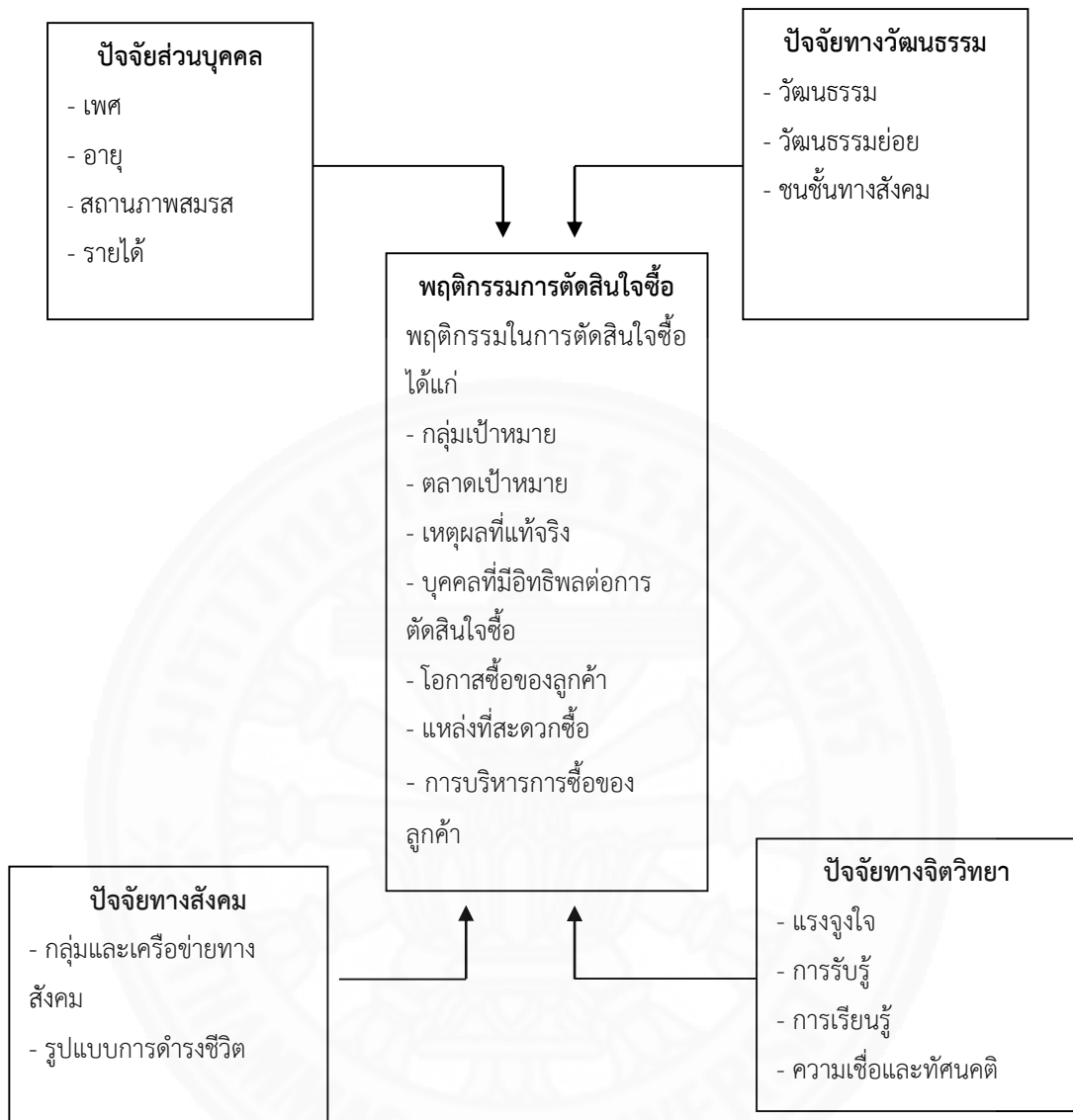
ผลการศึกษาสภาพการอยู่อาศัยพบว่า ผู้สูงอายุมักใช้เวลาทำกิจกรรมอยู่ภายในห้องรับแขก จุดเด่นทางกายภาพมี 7 ประการคือ ติดตั้งสัญญาณฉุกเฉิน 3 จุด ในห้องนอน ห้องรับแขกและห้องน้ำ ติดโทรศัพท์ภายในบ้าน ห้องน้ำกว้างเป็นพิเศษ พื้นบ้านเรียบเท่ากันหมดไม่มีธรณีประตู ใช้ต้นไม้เป็นรั้วกันอาณาเขต มีผู้บริหารโครงการเป็นแพทย์ประจำโครงการตลอด 24 ชั่วโมง และมีสหคลินิกบางไทร ฮอสปิเฮาส์และคลับเฮาส์ห่างจากบ้าน 200 เมตร ช่วยส่งเสริมให้ผู้สูงอายุทุกคนต้องการอาศัยอยู่ในโครงการ และเห็นว่าการบริหารงานแบบบริษัท จำกัดในรูปแบบ Hospihouse (Hospital+House) มีความเหมาะสม เหตุผลหลักที่ซื้อบ้านคือ คาดหวังที่จะรับบริการทางการแพทย์ในอนาคต และใช้อยู่อาศัยถาวร ต้องการซื้อบ้านเป็นกรรมสิทธิ์ตลอดไป ไม่ชอบพึ่งพาผู้อื่น ทุกคนไม่เคยหกล้มระหว่างพักอาศัยตลอดงานวิจัยนี้ สรุปได้ว่าโครงการประสบความสำเร็จในเชิงการตลาด บ้านพักอาศัยที่มีความเข้าถึงบริการทางการแพทย์ในอนาคต

ปัญหาในโครงการ ได้แก่ ปัญหาน้ำใช้เนื่องจากยังใช้น้ำบาดาล การขาดแคลนพื้นที่สวนสาธารณะ ผู้สูงอายุมักจะเก็บตัวอยู่ที่พักอาศัยของตนเอง ไม่ออกมาใช้พื้นที่ภายนอกบ้านพัก ไม่ชอบออกกำลังกาย และไม่ค่อยใช้บริการในคลับเฮาส์และบริการทางการแพทย์ในสหคลินิกบางไทรฯ

ข้อเสนอแนะ ได้แก่ ด้านสุขภาพ ควรจัดทำแผนระยะยาวในการส่งเสริมสุขภาพให้ผู้สูงอายุ ออกกำลังกาย เพื่อผลสัมฤทธิ์ในแผนงานเมืองสุขภาพดี เพื่อให้ผู้สูงอายุออกมาใช้พื้นที่ภายนอกอาคาร มากขึ้น และบ้านสำหรับผู้สูงอายุไม่จำเป็นจะต้องกันแบ่งสัดส่วนห้องนอน ห้องรับแขก ห้องครัว เพื่อ ง่ายต่อการใช้ประโยชน์ ด้านการพัฒนาสถานบริการผู้สูงอายุ ควรสนับสนุนให้เกิดการวิจัย เปรียบเทียบสถานบริการผู้สูงอายุในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งระดับประเทศไทยและระดับต่างประเทศ เพื่อ จะได้ทราบความเคลื่อนไหวของกลุ่มประชากรผู้สูงอายุทั่วโลกและความต้องการสถานบริการผู้สูงอายุ ในรูปแบบต่าง ๆ อย่างรอบด้านมากขึ้น

2.8 สรุปเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัย เกษียณในมุมมองทางวัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยาของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้



ภาพที่ 2.16 กรอบแนวคิดในการวิจัย. จาก ฌนนท์ ฉิม, 2557

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม จิตวิทยา และพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสม การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ประชากรที่เป็นผู้อยู่ในวัยก่อนเกษียณอายุ ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 9,928,000 คน (ดัชนีการสูงวัย พ.ศ. 2557) โดยพิจารณาจากแนวคิดของ ธัญโสภาคย์ เกษมสันต์ (2542: 1) แนะนำว่า บุคคลควรเริ่มเตรียมตัว 10-20 ปีก่อนเกษียณอายุ ใกล้เคียงกับประสพ รัตนากร (2530: 78) ที่สนับสนุนให้ข้าราชการเตรียมความพร้อมตั้งแต่อายุ 40 ปี

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

คำนวณหาขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิจัย โดยหาจำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการใช้ตารางการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำเร็จรูปของ Yamane, 1973 ได้จำนวนขนาดตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นบนพื้นฐานของทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค กรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพสมรส จำนวนบุตรอุปการะ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน แหล่งที่มาของรายได้ นับถือศาสนา ประวัติสุขภาพ ทักษะการดำเนินชีวิต และลักษณะที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน จำนวน 12 ข้อ ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณ โดยเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด จำนวน 32 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ โดยเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด จำนวน 13 ข้อ

3.3 วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือมีการดำเนินงานตามขั้นตอน ดังนี้

3.3.1 ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำราทางวิชาการ ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบสอบถามสำหรับการวิจัย

3.3.2 ศึกษาเอกสาร ตำรา วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

3.3.3 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาสร้างแบบสอบถามที่มีเนื้อหาสาระครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.3.4 นำเครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ เพื่อพิจารณาความถูกต้องและนำมาปรับปรุงแก้ไข

3.3.5 ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

(1) การตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยการให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องในด้านเนื้อหา ภาษาที่ใช้ และนำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้แบบวัดมีความสมบูรณ์ โดยใช้เกณฑ์การกำหนดคะแนนความคิดเห็น ดังนี้

ให้คะแนน +1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตามจุดประสงค์

ให้คะแนน 0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นวัดได้ตรงตามจุดประสงค์หรือไม่

ให้คะแนน -1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นวัดไม่ตรงตามจุดประสงค์

(2) บันทึกผลการพิจารณาลงความเห็นของผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านในแต่ละข้อเพื่อนำไปหาค่าดัชนีความสอดคล้อง Index of item objective congruence หรือ IOC ระหว่างข้อคำถามกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ไว้ใช้ต่อไป (Rovinelli & Hambleton, 1977, p. 249)

(3) การตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ได้ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาแล้วไปทดลองใช้ (Tryout) กับประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ที่ห้างสรรพสินค้าใหญ่ เช่น เซ็นทรัล (เนื่องเพราะห้างสรรพสินค้าจะเป็นแหล่งที่ประชากรทุก

เพศทุกวัยใช้เป็นสถานที่จับจ่ายสินค้า ทำให้สามารถเลือกสุ่มกลุ่มเป้าหมายได้สะดวก) แล้วนำข้อมูลจากการทดลองใช้มาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551: 64) โดยมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป

3.3.6 นำผลการวิเคราะห์มาปรับปรุงแบบสอบถามขั้นสุดท้าย เพื่อตรวจสอบจนอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยติดต่อประสานงานกับห้างสรรพสินค้าชั้นนำในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อขอความร่วมมือในการสุ่มตัวอย่างจากผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในบริเวณห้างสรรพสินค้าชั้นนำในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยหาค่าความถี่ร้อยละ ใช้สำหรับอธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้สูงอายุ และปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณ

3.5.2 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ค่าสถิติ Chi-Square ใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคมและปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ (ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน, 2551)

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์เรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม จิตวิทยา และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้เสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางจิตวิทยาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ระดับปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณ

ตารางที่ 4.1

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ ดังนี้

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	159	39.2
หญิง	241	60.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.8 และเพศชาย จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามอายุ ดังนี้

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
40-45 ปี	241	61.4
46-50 ปี	82	20.6
51-60 ปี	19	4.4
61-65 ปี	35	8.5
มากกว่า 65 ปี	23	5.1
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นมีอายุระหว่าง 40-45 ปี จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 61.4 รองลงมา 46-50 ปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6 รองลงมา 61-65 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 รองลงมา มากกว่า 65 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1 และน้อยที่สุดอายุ 51-60 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3

ค่าความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของจำแนกตามสถานภาพสมรส ดังนี้

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	103	25.6
สมรส	253	63.9
หย่าร้าง	44	10.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรสถานภาพสมรส พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.9 รองลงมาสถานภาพโสด จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 และน้อยที่สุดสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามจำนวนบุตรในอุปการะ ดังนี้

จำนวนบุตรในอุปการะ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	125	31.5
1 คน	94	23.4
2 คน	125	31.5
3 คน	56	13.6
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรจำนวนบุตรในอุปการะ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีบุตรและมีบุตรจำนวน 2 คน จำนวนละ 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมามีบุตร 1 คน จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 และน้อยที่สุดมีบุตร 3 คน จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามอาชีพ ดังนี้

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานบริษัทเอกชน	119	29.7
รับจ้าง	62	15.5
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	88	22.0
ธุรกิจส่วนตัว	83	20.7
เกษตรกรรวม	33	8.3
อาชีพแม่บ้าน	15	3.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 รองลงมาอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 รองลงมาอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 รองลงมาอาชีพรับจ้าง จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 รองลงมาเกษตรกรรวม จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 และน้อยที่สุดอาชีพแม่บ้านจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษา ดังนี้

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	66	16.4
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	77	19.3
อนุปริญญา/ปวส.	29	7.3
ปริญญาตรี	228	57.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 รองลงมาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 และน้อยที่สุดตอนุปริญญาตรี/ปวส. จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้ ดังนี้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	81	20.3
15,001-20,000 บาท	151	38.4
20,001-25,000 บาท	14	2.9
25,001-30,000 บาท	28	6.5
30,001-35,000 บาท	126	31.9
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มี

รายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 38.4 รองลงมา 30,001-35,000 บาท จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 รองลงมา ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 รองลงมา 25,001-30,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และน้อยที่สุด 20,001- 25,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามแหล่งที่มาของรายได้ ดังนี้

แหล่งที่มาของรายได้	จำนวน	ร้อยละ
บุตรหลาน	52	13.0
บำเหน็จ/บำนาญ	122	30.5
ดอกเบี้ยจากการออมทรัพย์	246	64.0
รายได้จากการลงทุนในตราสาร	19	4.8
ทำประกันชีวิต สุขภาพและอุบัติเหตุ	261	65.3
ออมทรัพย์กับกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	19	4.8

หมายเหตุ. ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรแหล่งที่มาของรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมีแหล่งที่มาของรายได้เป็นการทำประกันชีวิต สุขภาพ และอุบัติเหตุ จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.3 รองลงมาดอกเบี้ยจากการออมทรัพย์ จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 รองลงมาจากบำเหน็จ/บำนาญ จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมาจากบุตรหลาน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และน้อยที่สุดรายได้จากการลงทุนในตราสาร และการออมทรัพย์กับกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ จำนวนละ 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามการนับถือศาสนา ดังนี้

การนับถือศาสนา	จำนวน	ร้อยละ
พุทธ	392	98.0
อิสลาม	8	2.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรการนับถือศาสนา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ นับถือศาสนาพุทธ จำนวน 392 คน คิดเป็นร้อยละ 98.0 และน้อยที่สุดนับถือศาสนาอิสลาม จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามประวัติสุขภาพ ดังนี้

ประวัติสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ
สมบูรณ์ปราศจากโรคภัย	262	65.8
มีโรคประจำตัว	28	6.8
มีโรคเจ็บป่วยเรื้อรัง	88	21.9
โรคความดัน	22	5.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรประวัติสุขภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสุขภาพสมบูรณ์ปราศจากโรคภัย จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.8 รองลงมามีโรคเจ็บป่วยเรื้อรัง 88 คน คิดเป็นร้อยละ 21.9 รองลงมามีโรคประจำตัว จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 และน้อยที่สุดเป็นโรคความดัน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามทัศนคติในการดำเนินชีวิต ดังนี้

ทัศนคติในการดำเนินชีวิต	จำนวน	ร้อยละ
อยู่ตามลำพัง	183	45.8
เข้าสังคมพบปะเพื่อนฝูง	157	39.3
ใช้ชีวิตอย่างพอเพียง	381	95.3

หมายเหตุ. ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรทัศนคติในการดำเนินชีวิต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ชีวิตอย่างพอเพียง จำนวน 381 คน คิดเป็นร้อยละ 95.3 รองลงมาชอบการอยู่ตามลำพัง จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 และน้อยที่สุดชอบเข้าสังคมพบปะเพื่อนฝูง จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย ดังนี้

ลักษณะที่อยู่อาศัย	จำนวน	ร้อยละ
บ้านเดี่ยว	148	37.0
บ้านแฝด	13	3.3
คอนโดมิเนียม	36	9.0
อพาร์ทเมนท์	96	24.0
บ้านพักและแฟลตราชการ	107	26.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรลักษณะที่อยู่อาศัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะที่พักอาศัยเป็นบ้านเดี่ยว จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาบ้านพักและแฟลตราชการ จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 รองลงมาอพาร์ทเมนท์ จำนวน 96 คน คิด

เป็นร้อยละ 24.0 รองลงมาคอนโดมีเนียม จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และน้อยที่สุดบ้านแฝด จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณ

ตารางที่ 4.13

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางวัฒนธรรมจำแนกตามการอยู่อาศัย ดังนี้

การอยู่อาศัย	จำนวน	ร้อยละ
ลำพังคนเดียว	150	37.5
คู่สมรส	235	58.8
ปู่/ย่า	3	0.8
ตา/ยาย	29	7.3
บุตรสาว	195	48.8
บุตรชาย	153	38.3

หมายเหตุ. ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรการอยู่อาศัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพักกับคู่สมรส จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 รองลงมาพักอาศัยอยู่กับบุตรสาว จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมาพักกับบุตรชาย จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาพักอาศัยอยู่ตามลำพัง จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาพักอาศัยกับตา/ยาย จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 และน้อยที่สุดพักอาศัยกับปู่/ย่า จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางวัฒนธรรมจำแนกตามขนาดครอบครัว ดังนี้

ขนาดครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
ขนาดใหญ่ (มากกว่า 5 คน)	57	14.2
ขนาดกลาง (ไม่เกิน 4 คน)	188	47.0
ขนาดเล็ก (1-2 คน)	155	38.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรขนาดครอบครัว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีครอบครัวขนาดกลาง (ไม่เกิน 4 คน) จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 รองลงมาขนาดเล็ก (1-2คน) จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 และน้อยที่สุดขนาดใหญ่ (มากกว่า 5 คน) จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางวัฒนธรรมจำแนกตามประเทศที่ถือสัญชาติ ดังนี้

ประเทศที่ถือสัญชาติ	จำนวน	ร้อยละ
ไทย	400	100.0
รวม	400	100.0

หมายเหตุ. ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรประเทศที่ถือสัญชาติ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสัญชาติไทย จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 4.16

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางวัฒนธรรมจำแนกตามอาหารที่ชอบรับประทาน ดังนี้

อาหารที่ชอบรับประทาน	จำนวน	ร้อยละ
ไทย	391	97.7
อินเดีย	9	2.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรอาหารที่ชอบรับประทาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหารไทย จำนวน 391 คน คิดเป็นร้อยละ 97.7 และน้อยที่สุดอาหารอินเดีย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางวัฒนธรรมจำแนกตามประเภทของดนตรี ดังนี้

ประเภทของดนตรี	จำนวน	ร้อยละ
ไทยสากล	285	71.2
ไทยอีสาน	98	24.5
ไทยภาคใต้	8	2.0
บทสวดมนต์	9	2.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรประเภทของดนตรี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบฟังดนตรีประเภทไทยสากล จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 71.2 รองลงมาไทยอีสาน จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 รองลงมาเพลงสวดมนต์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 และน้อยที่สุดไทยภาคใต้ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้าน ผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณ

ตารางที่ 4.18

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางสังคมจำแนกตามการเป็นสมาชิกกลุ่ม/ชมรมในสังคม

สมาชิกกลุ่ม/ชมรม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เป็น	272	68.0
เป็นสมาชิกกลุ่มในที่ทำงาน	119	29.8
เป็นสมาชิกชมรมในสังคม	9	2.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรสมาชิกกลุ่ม/ชมรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เป็นสมาชิกกลุ่ม/ชมรม จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 และน้อยที่สุดเป็นสมาชิกกลุ่ม/ชมรม จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 โดยแยกเป็นสมาชิกกลุ่มในที่ทำงาน จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 และสมาชิกชมรมในสังคม จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางสังคมจำแนกตามความถี่ในการทำกิจกรรม

ความถี่ในการทำกิจกรรม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคย	272	68.0
น้อยกว่า 1-3 ครั้ง/สัปดาห์	128	32.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรความถี่ในการทำกิจกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยทำกิจกรรม จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 และน้อยที่สุดมีความถี่ในการทำกิจกรรมน้อยกว่า 1-3 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางสังคมจำแนกบุคคลที่ทำกิจกรรม

บุคคลที่ทำกิจกรรม	จำนวน	ร้อยละ
ลำพังตนเอง	150	37.5
ญาติพี่น้อง	296	74.0
สามี/ภรรยา	190	47.5
บุตรหลาน	149	37.3
เพื่อนสนิท	51	12.8
บุคคลอื่น	15	3.8

หมายเหตุ. ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรบุคคลที่ชอบทำกิจกรรมร่วม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบทำกิจกรรมร่วมกับญาติพี่น้อง จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0 รองลงมาพร้อมกับสามี/ภรรยา จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาลำพังตนเอง จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมากับบุตรหลาน จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมา กับเพื่อนสนิท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 และน้อยที่สุดกับบุคคลอื่น จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางสังคมจำแนกรูปแบบของสังคมที่ต้องการใช้ชีวิต

รูปแบบของสังคมที่ใช้ชีวิต	จำนวน	ร้อยละ
เมือง	122	30.5
ชนบท	278	69.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรรูปแบบของสังคมที่ต้องการใช้ชีวิต พบว่า ผู้ตอบ

แบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบใช้ชีวิตอยู่ในชนบทจำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.5 และน้อยที่สุดชอบใช้ชีวิตในเมือง จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางสังคมจำแนกตามงานอดิเรกที่ชื่นชอบ

งานอดิเรกที่ชื่นชอบ	จำนวน	ร้อยละ
อ่านหนังสือ	34	8.5
ออกกำลังกายในร่ม	193	48.3
ออกกำลังกายกลางแจ้ง	32	8.0
เล่นการพนัน (หวย)	11	2.8
เข้าวัดฟังธรรมไปโบสถ์ มัสยิด	225	56.3

จากตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรด้านงานอดิเรกที่ชื่นชอบ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบเข้าวัดฟังธรรม ไปโบสถ์ มัสยิด จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมาออกกำลังกายในร่ม จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาชอบอ่านหนังสือ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 รองลงมาชอบออกกำลังกายกลางแจ้ง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 และน้อยที่สุดชอบเล่นการพนัน (หวย) จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางสังคมจำแนกตามสถานที่ชอบจับจ่ายใช้สอย

สถานที่ชอบจับจ่ายใช้สอย	จำนวน	ร้อยละ
ตลาด/ตลาดนัดข้างบ้าน	227	56.7
ตลาดนัดสวนจตุจักร	67	16.8
ห้าง/ร้านสะดวกซื้อ	35	8.8
ห้างสรรพสินค้า	71	17.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรสถานที่ชอบจับจ่ายใช้สอย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบจับจ่ายใช้สอยในตลาด/ตลาดนัดข้างบ้าน จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาห้างสรรพสินค้า จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 รองลงมาตลาดนัดสวนจตุจักร จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 และน้อยที่สุดห้าง/ร้านสะดวกซื้อ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางสังคมจำแนกตามความถี่ในการเดินทางไปต่างประเทศ

ความถี่ในการเดินทางไปต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคย	361	90.3
1-3 ครั้งต่อปี	39	9.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรสถานที่ชอบจับจ่ายใช้สอย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางไปต่างประเทศ จำนวน 361 คน คิดเป็นร้อยละ 90.3 และน้อยที่สุดไป 1-3 ครั้งต่อปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางสังคมจำแนกตามความสนใจโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุ

ความสนใจหมู่บ้านผู้สูงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
สนใจ	376	94.0
ไม่สนใจ	24	6.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรความสนใจหมู่บ้านผู้สูงอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุจำนวน 376 คน คิดเป็นร้อยละ 94.0 และน้อยที่สุดไม่สนใจ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.26

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางสังคมจำแนกตามรูปแบบโครงการเหมาะสมกับคนไทย

รูปแบบโครงการเหมาะสมกับคนไทย	จำนวน	ร้อยละ
เหมาะสม	385	96.2
ไม่เหมาะสม	15	3.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรรูปแบบโครงการมีความเหมาะสมกับคนไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นโครงการที่เหมาะสมกับคนไทย จำนวน 385 คน คิดเป็นร้อยละ 96.2 และน้อยที่สุดเห็นว่าไม่เหมาะสม จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.27

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางสังคมจำแนกตามโครงการยกระดับคุณภาพชีวิต

โครงการยกระดับคุณภาพชีวิต	จำนวน	ร้อยละ
แย่มาก	13	3.3
เท่าเดิม	20	5.0
ดีขึ้น	367	91.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรโครงการยกระดับคุณภาพชีวิต พบว่า ผู้ตอบ

แบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นโครงการที่ยกระดับคุณภาพชีวิตดีขึ้น จำนวน 367 คน คิดเป็นร้อยละ 91.7 รองลงมาเห็นว่ามีคุณภาพชีวิตเท่าเดิม จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และน้อยที่สุดเห็นทำให้คุณภาพชีวิตแย่ลง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ระดับปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณ

ตารางที่ 4.28

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามแรงจูงใจในการจับจ่ายใช้สอย

แรงจูงใจในการจับจ่ายใช้สอย	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ	381	95.3
แข็งแรงแทนทาน	327	81.8
มีนวัตกรรมใหม่	32	8.0
ชื่อเสียงของผู้ประกอบการ	88	22.0
สินค้าราคาถูก	148	37.0

หมายเหตุ. เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรด้านแรงจูงใจในการจับจ่ายใช้สอย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแรงจูงใจด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จำนวน 381 คน คิดเป็นร้อยละ 95.3 รองลงมาด้านความแข็งแรงทนทาน จำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 81.8 ด้านสินค้าราคาถูก จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาด้านชื่อเสียงผู้ประกอบการ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และน้อยที่สุดด้านนวัตกรรมใหม่ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามความพึงพอใจในชุมชนที่พักอาศัยปัจจุบัน

ความพึงพอใจในชุมชนที่พักอาศัยปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
พอใจ	376	94.0
ไม่พอใจ	23	6.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรความพึงพอใจในชุมชนที่พักอาศัยปัจจุบัน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในชุมชนที่พักอาศัยในปัจจุบัน จำนวน 376 คน คิดเป็นร้อยละ 94.0 และน้อยที่สุดไม่พอใจ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามการบริการในชุมชนที่พักอาศัยปัจจุบัน

บริการในชุมชนที่พักอาศัยปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ศูนย์อเนกประสงค์สำหรับผู้สูงอายุ	124	31.8
บริการเยี่ยมผู้สูงอายุที่บ้าน	31	7.5
บริการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุที่บ้าน	8	1.6
บริการดูแลที่บ้าน	11	2.3
บริการเคลื่อนที่สำหรับผู้สูงอายุ	45	11.0
บริการให้ความรู้/อาชีพแก่ผู้สูงอายุ	149	38.0
บริการด้านการกีฬา/ออกกำลังกาย	32	7.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรบริการในชุมชนที่พักอาศัยปัจจุบัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบริการ ด้านให้ความรู้/อาชีพแก่ผู้สูงอายุ จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมา ด้านศูนย์เเนกประสงค์สำหรับผู้สูงอายุ จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 รองลงมาด้านบริการเคลื่อนที่สำหรับผู้สูงอายุ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 รองลงมาด้านบริการด้านการกีฬา/ออกกำลังกาย จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 รองลงมาด้านบริการเยี่ยมผู้สูงอายุที่บ้าน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 รองลงมาด้านบริการดูแลที่บ้าน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 และน้อยที่สุดด้านบริการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุที่บ้าน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.31

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามการติดตามข้อมูลข่าวสาร

การติดตามข้อมูลข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ค่อยติดตาม	60	15.0
ติดตามบางครั้ง	318	79.5
ติดตามอย่างสม่ำเสมอ	22	5.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรการติดตามข้อมูลข่าวสาร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีติดตามข้อมูลข่าวสารบางครั้ง จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 79.5 รองลงมาไม่ค่อยติดตาม จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และน้อยที่สุดติดตามอย่างสม่ำเสมอ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.32

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวกในบ้านพักปัจจุบัน

สิ่งอำนวยความสะดวกในบ้านพักปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
มี	29	7.2
ไม่มี	371	92.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรสิ่งอำนวยความสะดวกในบ้านพักปัจจุบัน พบว่าบ้านพักส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 371 คน คิดเป็นร้อยละ 92.8 และน้อยที่สุดมีสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.33

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามความสามารถในการเคลื่อนที่ภายในบ้าน

ความสามารถในการเคลื่อนที่ภายในบ้าน	จำนวน	ร้อยละ
เดินหรือเคลื่อนที่ได้เอง	400	100.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรความสามารถในการเคลื่อนที่ภายในบ้านพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สามารถเดินหรือเคลื่อนที่ได้เอง จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 4.34

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามการรู้จักโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุ

รู้จักโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
รู้จัก	357	91.8
ไม่รู้จัก	43	8.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรสิ่งอำนวยความสะดวกในบ้านพักปัจจุบัน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุ จำนวน 357 คน คิดเป็นร้อยละ 91.8 และน้อยที่สุดไม่รู้จัก จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.35

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามการรู้จักรูปแบบบ้านสำหรับผู้สูงอายุ

รู้จักรูปแบบบ้านสำหรับผู้สูงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นบ้านที่ออกแบบพิเศษสำหรับผู้สูงอายุ เช่น มีการติดตั้ง สัญญาณฉุกเฉินในห้องนอน ห้องรับแขก ห้องน้ำ ติดตั้ง โทรศัพท์ภายใน ห้องน้ำกว้างเป็นพิเศษ เป็นต้น	359	89.8
มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในหมู่บ้าน เช่น มีที่ออกกำลังกาย ภายในร่ม และ กลางแจ้ง สระว่ายน้ำ ฟิตเนส สโมสร ฯลฯ เป็นต้น	77	19.3
มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐานทั้งภายในบ้าน และในหมู่บ้าน	269	67.3
เป็นหมู่บ้านที่มีเฉพาะคนสูงอายุพักอาศัยอยู่	82	20.5

หมายเหตุ. เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปร ด้านรู้จักรูปแบบบ้านสำหรับผู้สูงอายุพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักรูปแบบบ้านผู้สูงอายุว่าเป็นบ้านที่ออกแบบพิเศษสำหรับผู้สูงอายุ เช่น มีการติดตั้งสัญญาณฉุกเฉินในห้องนอน ห้องรับแขก ห้องน้ำ ติดตั้งโทรศัพท์ภายใน ห้องน้ำกว้างเป็นพิเศษ เป็นต้น จำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 89.8 รองลงมา มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐานทั้งภายในบ้านและในหมู่บ้าน จำนวน 269 คนคิดเป็นร้อยละ 67.3 และน้อยที่สุดเป็นหมู่บ้านที่มีเฉพาะคนสูงอายุพักอาศัยอยู่จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.36

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามการระดับคุณภาพของบ้านพักผู้สูงอายุของไทย

ระดับคุณภาพของบ้านพักผู้สูงอายุของไทย	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าระดับสากล	353	88.3
ระดับสากล	47	11.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรระดับคุณภาพของบ้านพักผู้สูงอายุของไทยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ว่าคุณภาพของบ้านพักผู้สูงอายุของไทยอยู่ในต่ำกว่าระดับสากล จำนวน 353 คน คิดเป็นร้อยละ 88.3 และน้อยที่สุดคิดว่าอยู่ในระดับสากล จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.37

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้อื่น

การแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้อื่น	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ค่อยสนใจ	68	17.0
สนใจบางครั้ง	306	76.5
สนใจมาก	26	6.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.37 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้อื่นพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้อื่นบางครั้ง จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 76.5 รองลงมาไม่ค่อยสนใจ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และน้อยที่สุดสนใจมาก จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.38

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามความสนใจการดูแลรักษาสุขภาพ

ความสนใจการดูแลรักษาสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ค่อยสนใจ	55	13.8
สนใจบางครั้ง	216	54.0
สนใจมาก	129	32.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.38 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรความสนใจการดูแลรักษาสุขภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจการดูแลรักษาสุขภาพบางครั้ง จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาสนใจมาก จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.2 และน้อยที่สุดไม่ค่อยสนใจจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.39

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามการปรับโครงสร้างครอบครัวของไทยเป็นครอบครัวเดี่ยว

การปรับโครงสร้างครอบครัวของไทย	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย	365	91.3
ไม่เห็นด้วย	35	8.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรด้านการปรับโครงสร้างครอบครัวของไทยเป็นครอบครัวเดี่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วย จำนวน 365 คน คิดเป็นร้อยละ 91.3 และน้อยที่สุดไม่เห็นด้วย จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.40

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามความเห็นด้วยว่าบุตรหลานต้องดูแลเมื่อยามสูงอายุ

ด้านเห็นด้วยว่าบุตรหลานต้องดูแลเมื่อยามสูงอายุด้วยการพักอาศัยอยู่ร่วมกันมากกว่าการส่งให้ไปพักที่บ้านพักคนชรา หรือ หมู่บ้านผู้สูงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย	148	37.0
ไม่เห็นด้วย	252	63.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.40 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรด้านเห็นด้วยว่าบุตรหลานต้องดูแลเมื่อยามสูงอายุด้วยการพักอาศัยอยู่ร่วมกันมากกว่าการส่งให้ไปพักที่บ้านพักคนชรา หรือ หมู่บ้านผู้สูงอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วย จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 และน้อยที่สุดเห็นด้วย จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.41

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามความเชื่อมั่นในการดำเนินชีวิตตามลำพัง

ด้านความเชื่อมั่นในการดำเนินชีวิตตามลำพัง	จำนวน	ร้อยละ
ได้	387	96.8
ไม่ได้	13	3.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.41 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรด้านความเชื่อมั่นในการดำเนินชีวิตตามลำพัง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สามารถดำเนินชีวิตตามลำพังได้ จำนวน 387 คน คิดเป็นร้อยละ 96.8 และน้อยที่สุดไม่ได้ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.42

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามบ้านที่ท่านพักอาศัยจำเป็นต้องอยู่ใกล้หรือบริเวณเดียวกันกับบ้านพ่อแม่พี่น้อง

ด้านบ้านที่ท่านพักอาศัยจำเป็นต้องอยู่ใกล้หรือบริเวณเดียวกันกับบ้านพ่อแม่พี่น้อง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่จำเป็น	342	85.5
จำเป็น	58	14.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.42 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรด้านบ้านที่ท่านพักอาศัยจำเป็นต้องอยู่ใกล้หรือบริเวณเดียวกันกับบ้านพ่อแม่พี่น้อง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าไม่จำเป็น จำนวน 342 คน คิดเป็นร้อยละ 85.5 และน้อยที่สุดเห็นว่าจำเป็นจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.43

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามโครงการบ้านผู้สูงอายุคำนึงถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในทุกด้าน

ด้านโครงการบ้านผู้สูงอายุคำนึงถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในทุกด้าน	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	400	100.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.43 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรด้านโครงการบ้านผู้สูงอายุคำนึงถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในทุกด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าใช่ จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 4.44

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยทางจิตวิทยาจำแนกตามความพึงพอใจในการใช้ชีวิตผู้สูงอายุในโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุ

ด้านความพึงพอใจในการใช้ชีวิตผู้สูงอายุในโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
พอใจ	400	100.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.44 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรความพึงพอใจในการใช้ชีวิตผู้สูงอายุในโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าพอใจ จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ระดับปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณ

ตารางที่ 4.45

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยปัจจัยพฤติกรรมการตัดสินใจจำแนกตามด้านช่วงวัยที่ให้
ความสนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ

ด้านช่วงวัยที่ให้ความสนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
40-45 ปี	42	9.8
46-50 ปี	22	4.5
51-60 ปี	29	6.4
61-65 ปี	37	8.8
มากกว่า 65 ปี	270	70.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.45 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรด้านช่วงวัยที่ให้ความสนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุในช่วงวัยมากกว่า 65 ปี จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 70.5 รองลงมา 40-45 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 รองลงมา 61-65 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 รองลงมา 51-60 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4 และน้อยที่สุด 46-50 ปีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.46

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยพฤติกรรมการตัดสินใจแนกตามการเตรียมแผนการออมทรัพย์เพื่อซื้ออสังหาริมทรัพย์

ด้านการเตรียมแผนการออมทรัพย์ เพื่อซื้ออสังหาริมทรัพย์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	39	9.7
ฝากธนาคารเป็นประจำทุกเดือน	204	51.0
ลงทุนซื้อทรัพย์สิน/อสังหาริมทรัพย์	7	1.8
ลงทุนในหุ้น ตราสารหนี้	3	0.8
ซื้อประกันชีวิต	111	27.7
การออมทรัพย์กับสหกรณ์	36	9.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.46 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรด้านการเตรียมแผนการออมทรัพย์เพื่อซื้ออสังหาริมทรัพย์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ฝากธนาคารเป็นประจำทุกเดือน จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาซื้อประกันชีวิต จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.7 รองลงมาไม่มีการออมทรัพย์ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 รองลงมาออมทรัพย์กับสหกรณ์ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 รองลงมาลงทุนซื้อทรัพย์สิน/อสังหาริมทรัพย์ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 และน้อยที่สุด ลงทุนในหุ้น ตราสารหนี้ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.47

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยพฤติกรรมการตัดสินใจจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ

ด้านประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
บ้านเดี่ยวชั้นเดียว	89	22.5
บ้านเดี่ยวสองชั้น	117	28.9
บ้านแฝด	60	15.0
ทาวเฮ้าส์	80	20.2
คอนโดมิเนียม	54	13.4
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.47 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรด้านประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจซื้อบ้านเดี่ยวสองชั้น จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 28.9 รองลงมาบ้านเดี่ยวชั้นเดียว จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 รองลงมา ทาวเฮ้าส์ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.2 รองลงมา บ้านแฝด จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และน้อยที่สุด คอนโดมิเนียม จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.48

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยพฤติกรรมการตัดสินใจจำแนกตามสิทธิการอยู่อาศัยที่สนใจซื้อ

ด้านสิทธิการอยู่อาศัยที่สนใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
กรรมสิทธิ์ของตนเอง	400	100.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.48 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรด้านสิทธิการอยู่อาศัยที่สนใจซื้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจซื้อเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 4.49

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยพฤติกรรมการตัดสินใจจำแนกตามระดับราคาบ้านในโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุที่สนใจซื้อ

ด้านระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1,000,000 บาท	55	13.2
1,000,001-2,000,000 บาท	193	49.2
2,000,001-3,000,000 บาท	139	35.4
5,000,001-10,000,000 บาท	13	2.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.49 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรด้านระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจซื้อบ้านระดับราคา 1,000,001-2,000,000 บาท จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 49.2 รองลงมา 2,000,001-3,000,000 บาท จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 35.4 รองลงมา ไม่เกิน 1,000,000 บาท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 รองลงมา และน้อยที่สุด 5,000,001-10,000,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.50

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยพฤติกรรมการตัดสินใจจำแนกตามสถานที่ตั้งโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุที่สนใจซื้อ

ด้านสถานที่ตั้งโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุที่สนใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เมือง	180	45.0
ชนบท	220	55.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.50 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรด้านสถานที่ตั้งโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุที่สนใจซื้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจซื้อโครงการบ้านผู้สูงอายุที่ตั้งอยู่ในชนบท จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 และน้อยที่สุด สนใจในเมือง จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.51

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยพฤติกรรมการตัดสินใจจำแนกตามเส้นทางการคมนาคมที่ท่านสนใจซื้อ

ด้านเส้นทางการคมนาคมที่ท่านสนใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
มีรถโดยสารวิ่งผ่านหลายสาย	366	91.5
อยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน หรือ รถไฟฟ้า BTS	346	86.5
อยู่ใกล้สนามบิน	90	22.5
อยู่ติดถนน	308	77.0
อยู่ใกล้ท่าเรือ	43	10.8

หมายเหตุ. เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.51 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรด้านเส้นทางการคมนาคมที่ท่านสนใจซื้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจซื้อโครงการบ้านที่มีรถโดยสารวิ่งผ่านหลายสาย จำนวน 366 คน คิดเป็นร้อยละ 91.5 รองลงมาอยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน หรือ รถไฟฟ้า BTS จำนวน 346 คนคิดเป็นร้อยละ 86.5 รองลงมาอยู่ติดถนน จำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 77.0 รองลงมาอยู่ใกล้สนามบิน จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 และน้อยที่สุด อยู่ใกล้ท่าเรือ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.52

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยพฤติกรรมการตัดสินใจจำแนกตามสื่อที่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุ

ด้านสื่อที่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	293	73.3
วิทยุ	37	9.3
อินเทอร์เน็ต	48	12.0
แผ่นพับ	22	5.4
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.52 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรด้านสื่อที่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 รองลงมาสื่ออินเทอร์เน็ต จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 รองลงมาสื่อวิทยุ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 และน้อยที่สุด แผ่นพับ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.53

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยพฤติกรรมการตัดสินใจจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการสนใจซื้อ

ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการสนใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	154	38.5
คู่สมรส	222	55.5
ครอบครัว	15	3.8
บุตรหลาน	9	2.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.53 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการสนใจซื้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าคู่สมรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 รองลงมาตนเอง จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาครอบครัว จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และน้อยที่สุด บุตรหลาน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.54

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อจำแนกตามสนใจซื้อเพื่อบุคคลใด

ด้านสนใจซื้อเพื่อบุคคลใด	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	216	54.0
สามี/ภรรยา	184	46.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.54 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรด้านสนใจซื้อเพื่อบุคคลใด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจซื้อให้กับตนเอง จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 และน้อยที่สุด สามี/ภรรยา จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.55

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อจำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ

ด้านเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการคุณภาพการดูแล	154	38.5
ต้องการตัวเลือกในการบริการที่มากขึ้น	214	53.5
ต้องการสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติและเอื้ออำนวยต่อ สุขอนามัยมากขึ้น	100	25.0
ต้องการสังคมวัยเดียวกัน	84	21.0
ต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	272	68.0

หมายเหตุ. ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.55 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรด้านเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินจำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 รองลงมาต้องการตัวเลือกในการบริการที่มากขึ้น จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมาต้องการคุณภาพการดูแล จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาต้องการสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติและเอื้ออำนวยต่อสุขอนามัยมากขึ้น จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และน้อยที่สุด ต้องการสังคมวัยเดียวกัน จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.56

แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยพฤติกรรมการตัดสินใจจำแนกตามสิ่งแวดล้อมภายในโครงการแบบใดที่สนใจซื้อ

ด้านสิ่งแวดล้อมภายในโครงการแบบใดที่สนใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
มีบริการทางการแพทย์ เช่น ห้องตรวจโรค ห้องพยาบาลฉุกเฉิน เป็นต้น	342	85.5
มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ เช่น โยคะ แอโรบิก เป็นต้น	24	6.0
มีห้องออกกำลังกาย เช่น ห้องฟิตเนส ซาวน่า เป็นต้น	36	9.0
มีสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติที่ดี เช่น มีสวนและต้นไม้ที่ร่มรื่น เป็นต้น	348	87.0

หมายเหตุ. ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.56 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรด้านสิ่งแวดล้อมภายในโครงการแบบใดที่สนใจซื้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจมีสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติที่ดี เช่น มีสวนและต้นไม้ที่ร่มรื่น เป็นต้นจำนวน 348 คน คิดเป็นร้อยละ 87.0 รองลงมามีบริการทางการแพทย์ เช่น ห้องตรวจโรค ห้องพยาบาลฉุกเฉิน เป็นต้นจำนวน 342 คน คิดเป็นร้อยละ 85.5 รองลงมามีห้องออกกำลังกาย เช่น ห้องฟิตเนส ซาวน่า เป็นต้น จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และน้อยที่สุด มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ เช่น โยคะ แอโรบิก เป็นต้น จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.57

ค่าความถี่ และค่าร้อยละของปัจจัยพฤติกรรมการตัดสินใจจำแนกตามรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ

ด้านรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เงินสด	21	5.3
ผ่อนกับธนาคาร (กรณีที่ยังสามารถกู้ได้ ซึ่งมีอายุไม่เกิน 60 ปี)	37	9.2
ชำระเป็นงวดกับโครงการ	342	85.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.57 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรด้านรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจชำระเป็นงวดกับโครงการ จำนวน 342 คน คิดเป็นร้อยละ 85.5 รองลงมาผ่อนกับธนาคาร (กรณีที่ยังสามารถกู้ได้ ซึ่งมีอายุไม่เกิน 60 ปี) จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 และน้อยที่สุด เงินสด จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์สมมติฐาน

สมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางจิตวิทยาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านเพศกับช่วงอายุที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : เพศไม่มีอิทธิพลต่อช่วงอายุที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : เพศมีอิทธิพลต่อช่วงอายุที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.58

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านเพศกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ

เพศ	ช่วงอายุที่สนใจซื้อโครงการบ้านผู้สูงอายุ						Chi - Square	p-value
	40-45	46-50	51-60	61-65	มากกว่า 65 ปี	รวม		
ชาย	13 (9.4)	- (0.0)	- (0.0)	18 (12.9)	108 (77.7)	139 (100.0)	32.524	0.00*
หญิง	24 (10.9)	17 (7.7)	24 (10.9)	14 (6.4)	141 (64.1)	220 (100.0)		
รวม	37 (10.3)	17 (4.7)	24 (6.7)	32 (8.9)	249 (69.4)	359 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.58 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านเพศกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ พบว่า เพศหญิงช่วงอายุมากกว่า 65 ปี คิดเป็นร้อยละ 64.1 มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณมากกว่าเพศชาย

สมมติฐานที่ 1.2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านเพศกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : เพศไม่มีอิทธิพลต่อประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : เพศมีอิทธิพลต่อประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.59

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านเพศกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ

เพศ	ประเภทที่อยู่อาศัย						Chi - Square	p-value
	บ้านเดี่ยวชั้นเดียว	บ้านเดี่ยวสองชั้น	บ้านแฝด	ทาวเฮ้าส์	คอนโดมิเนียม	รวม		
ชาย	24 (16.0)	47 (31.3)	32 (21.3)	13 (8.7)	34 (22.7)	150 (100.0)	61.838	0.00*
หญิง	63 (28.6)	65 (29.5)	9 (4.1)	65 (29.5)	18 (8.2)	220 (100.0)		
รวม	87 (23.5)	112 (30.3)	41 (11.1)	78 (21.1)	52 (14.1)	370 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.59 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านเพศกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ โดยรวมมีความสนใจซื้อบ้านเดี่ยวสองชั้นมากที่สุด จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 แต่เมื่อแยกเป็นรายด้านพบว่า เพศหญิง มีความสนใจซื้อบ้านประเภทบ้านเดี่ยวสองชั้นและทาวเฮ้าส์ จำนวนประเภทละ 65 คน หรือร้อยละ 29.5 ส่วนเพศชายสนใจซื้อประเภทบ้านเดี่ยวสองชั้นและคอนโดมิเนียม จำนวน 47 คนและ 34 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 และ ร้อยละ 22.7 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1.3 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านเพศกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : เพศไม่มีอิทธิพลต่อระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : เพศมีอิทธิพลต่อระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.60

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านเพศกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ

เพศ	ระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ					Chi - Square	p-value
	ไม่เกิน 1,000,000	1,000,001-2,000,000	2,000,001-3,000,000	5,000,001-10,000,000	รวม		
ชาย	- (0.0)	95 (63.3)	47 (31.3)	8 (5.3)	150 (100.0)	53.83	0.00*
หญิง	50 (23.7)	91 (43.1)	70 (33.2)	- (0.0)	211 (100.0)		
รวม	50 (13.9)	186 (51.5)	117 (32.4)	8 (2.2)	361 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.60 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านเพศกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่เพศชาย มีความสนใจซื้อระดับราคา 1,000,001-2,000,000 บาทมากที่สุด จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3

สมมติฐานที่ 1.4 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านเพศกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : เพศไม่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : เพศมีอิทธิพลต่อรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.61

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านเพศกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ

เพศ	รูปแบบการชำระเงิน				Chi - Square	p-value
	เงินสด	ผ่อนกับธนาคาร	ผ่อนกับโครงการ	รวม		
					26.62	0.00*
ชาย	8 (5.3)	- (0.0)	142 (94.7)	150 (100.0)		
หญิง	13 (5.6)	37 (15.9)	183 (78.5)	233 (100.0)		
รวม	21 (5.5)	37 (9.7)	325 (84.9)	383 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.61 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านเพศกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่เพศหญิงสนใจซื้อโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุโดยการผ่อนกับโครงการมากที่สุด จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 78.5

สมมติฐานที่ 1.5 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านอายุกับช่วงอายุที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : อายุไม่มีอิทธิพลต่อช่วงอายุที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : อายุมีอิทธิพลต่อช่วงอายุที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.62

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านอายุกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ

อายุ	ช่วงอายุที่สนใจซื้อโครงการบ้านผู้สูงอายุ						Chi - Square	p-value
	40-45	46-50	51-60	61-65	มากกว่า 65 ปี	รวม		
40-45 ปี	37 (16.4)	- (0.0)	- (0.0)	3 (1.3)	186 (82.3)	226 (100.0)	349.07	0.00*
46-50 ปี	- (0.0)	17 (21.3)	- (0.0)	14 (17.5)	49 (61.3)	80 (100.0)		
51-60 ปี	- (0.0)	- (0.0)	9 (52.9)	- (0.0)	8 (47.1)	17 (100.0)		
61-65 ปี	- (0.0)	- (0.0)	15 (45.5)	15 (45.5)	3 (9.1)	33 (100.0)		
มากกว่า 65 ปี	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	20 (100.0)	20 (100.0)		
รวม	37 (9.8)	17 (4.5)	24 (6.4)	32 (8.5)	266 (70.7)	376 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.62 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านอายุกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีอายุ 46-50 ปีสนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณในช่วงอายุมากกว่า 65 ปี จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 82.3

สมมติฐานที่ 1.6 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านอายุกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : อายุไม่มีอิทธิพลต่อประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H₁: อายุมีอิทธิพลต่อประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร
ตารางที่ 4.63

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านอายุกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ

อายุ	ประเภทที่อยู่อาศัย						Chi - Square	p-value
	บ้านเดี่ยวชั้นเดียว	บ้านเดี่ยวสองชั้น	บ้านแฝด	ทาวเฮ้าส์	คอนโดมิเนียม	รวม		
40-45 ปี	37 (16.4)	77 (34.1)	20 (8.8)	61 (27.0)	31 (13.7)	226 (100.0)	300.82	0.00*
46-50 ปี	50 (62.5)	- (0.0)	- (0.0)	17 (21.3)	13 (16.3)	80 (100.0)		
51-60 ปี	- (0.0)	9 (52.9)	- (0.0)	- (0.0)	8 (47.1)	17 (100.0)		
61-65 ปี	- (0.0)	15 (45.5)	18 (54.5)	- (0.0)	- (0.0)	33 (100.0)		
มากกว่า65 ปี	- (0.0)	- (0.0)	20 (100.0)	- (0.0)	- (0.0)	20 (100.0)		
รวม	87 (23.1)	101 (26.9)	58 (15.4)	78 (20.7)	52 (13.8)	376 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.63 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านอายุกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีช่วงอายุ 40-45 ปี สนใจซื้อบ้านเดี่ยวสองชั้นมากที่สุด จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1

สมมติฐานที่ 1.7 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านอายุกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : อายุไม่มีอิทธิพลต่อระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : อายุมีอิทธิพลต่อระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.64

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านอายุกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ

อายุ	ระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ					Chi - Square	p-value
	ไม่เกิน 1,000,000	1,000,001- 2,000,000	2,000,001- 3,000,000	5,000,001- 10,000,000	รวม		
40-45 ปี	26 (12.0)	94 (43.3)	97 (44.7)	- (0.0)	217 (100.0)	308.45	0.00*
46-50 ปี	- (0.0)	66 (82.5)	14 (17.5)	- (0.0)	80 (100.0)		
51-60 ปี	9 (52.9)	- (0.0)	- (0.0)	8 (47.1)	17 (100.0)		
61-65 ปี	15 (45.5)	15 (45.5)	3 (9.1)	- (0.0)	33 (100.0)		
มากกว่า 65 ปี	- (0.0)	- (0.0)	20 (100.0)	- (0.0)	20 (100.0)		
รวม	50 (13.6)	175 (47.7)	134 (36.5)	8 (2.2)	367 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.64 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านอายุกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีอายุ 40-45 ปีเป็นผู้ที่มีความสนใจซื้อระดับราคา 2,000,001-3,000,000 บาท มากที่สุด จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 44.7

สมมติฐานที่ 1.8 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านอายุกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : อายุกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : อายุกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร
ตารางที่ 4.65

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านอายุกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ

อายุ	รูปแบบการชำระเงิน				Chi - Square	p-value
	เงินสด	ผ่อนกับธนาคาร	ผ่อนกับโครงการ	รวม		
					175.19	0.00*
40-45 ปี	13 (5.4)	13 (5.4)	213 (89.1)	239 (100.0)		
46-50 ปี	- (0.0)	- (0.0)	80 (100.0)	80 (100.0)		
51-60 ปี	8 (47.1)	9 (52.9)	- (0.0)	17 (100.0)		
61-65 ปี	- (0.0)	15 (45.5)	18 (54.5)	33 (100.0)		
มากกว่า65 ปี	- (0.0)	- (0.0)	20 (100.0)	20 (100.0)		
รวม	21 (5.4)	37 (9.5)	331 (85.1)	389 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.65 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านอายุกับรูปแบบการชำระที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ช่วงอายุ 40-45 ปี สนใจผ่อนกับโครงการมากที่สุด จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 89.1

สมมติฐานที่ 1.9 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านสถานภาพสมรสกับช่วงอายุที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : สถานภาพสมรสไม่มีอิทธิพลต่อช่วงอายุที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : สถานภาพสมรสมีอิทธิพลต่อช่วงอายุที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.66

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านสถานภาพสมรสกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ

สถานภาพสมรส	ช่วงอายุที่สนใจซื้อโครงการบ้านผู้สูงอายุ						Chi - Square	p-value
	40-45	46-50	51-60	61-65	มากกว่า 65 ปี	รวม		
โสด	24 (24.0)	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	76 (76.0)	100 (100.0)	211.62	0.00*
สมรส	13 (5.8)	- (0.0)	24 (10.6)	21 (9.3)	168 (74.3)	226 (100.0)		
หย่าร้าง	- (0.0)	17 (41.5)	- (0.0)	11 (26.8)	13 (31.7)	41 (100.0)		
รวม	37 (10.1)	17 (4.6)	24 (6.5)	32 (8.7)	257 (70.0)	367 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.66 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านสถานภาพสมรสกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีสถานภาพสมรส ในช่วงอายุมากกว่า 65 ปี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 74.3 มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณมากที่สุด

สมมติฐานที่ 1.10 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านสถานภาพสมรสกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : สถานภาพสมรสไม่มีอิทธิพลต่อประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : สถานภาพสมรสมีอิทธิพลต่อประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.67

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านสถานภาพสมรสกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ

สถานภาพสมรส	ประเภทที่อยู่อาศัย						Chi - Square	p-value
	บ้านเดี่ยวชั้นเดียว	บ้านเดี่ยวสองชั้น	บ้านแฝด	ทาวเฮ้าส์	คอนโดมิเนียม	รวม		
โสด	6 (6.0)	3 (3.0)	- (0.0)	61 (61.0)	30 (30.0)	100 (100.0)	318.05	0.00*
สมรส	70 (29.5)	109 (46.0)	58 (24.5)	- (0.0)	- (0.0)	237 (100.0)		
หย่าร้าง	11 (26.8)	- (0.0)	- (0.0)	17 (41.5)	13 (31.7)	41 (100.0)		
รวม	87 (23.0)	112 (29.6)	58 (15.3)	78 (20.6)	43 (11.4)	378 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.67 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านสถานภาพสมรสกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีสถานภาพสมรสจะเลือกซื้อโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุประเภทบ้านเดี่ยวสองชั้นมากที่สุด จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0

สมมติฐานที่ 1.11 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านสถานภาพสมรสกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : สถานภาพสมรสไม่มีอิทธิพลต่อระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : สถานภาพสมรสมีอิทธิพลต่อระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.68

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านสถานภาพสมรสกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ

สถานภาพสมรส	ระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ					Chi - Square	p-value
	ไม่เกิน 1,000,000	1,000,001-2,000,000	2,000,001-3,000,000	5,000,001-10,000,000	รวม		
โสด	13 (13.0)	73 (73.0)	6 (6.0)	8 (8.0)	150 (100.0)	92.94	0.00*
สมรส	37 (15.6)	83 (35.0)	117 (49.4)	- (0.0)	237 (100.0)		
หย่าร้าง	- (0.0)	30 (73.2)	11 (26.8)	- (0.0)	41 (100.0)		
รวม	50 (13.2)	186 (49.2)	134 (35.4)	8 (2.1)	378 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.68 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านสถานภาพสมรสกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีสถานภาพสมรส มีความสนใจซื้อระดับราคา 2,000,001-3,000,000 บาทมากที่สุด จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 49.4

สมมติฐานที่ 1.12 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านสถานภาพสมรสกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : สถานภาพสมรสไม่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : สถานภาพสมรสมีอิทธิพลต่อรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.69

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านสถานภาพสมรสกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ

สถานภาพสมรส	รูปแบบการชำระเงิน				Chi - Square	p-value
	เงินสด	ผ่อนกับธนาคาร	ผ่อนกับโครงการ	รวม		
โสด	8 (8.0)	13 (13.0)	79 (79.0)	100 (100.0)	10.215	0.04*
สมรส	13 (5.2)	24 (9.6)	213 (85.2)	250 (100.0)		
หย่าร้าง	- (0.0)	- (0.0)	41 (100.0)	41 (100.0)		
รวม	21 (5.4)	37 (9.5)	333 (85.2)	391 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.69 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านสถานภาพสมรสกับรูปแบบการชำระที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีสถานภาพสมรส สนใจรูปแบบการชำระเงินโดยการผ่อนกับโครงการมากที่สุด จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 85.2

สมมติฐานที่ 1.13 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านอาชีพกับช่วงอายุที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : อาชีพไม่มีอิทธิพลต่อช่วงอายุที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : อาชีพมีอิทธิพลต่อช่วงอายุที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.70

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านอาชีพกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ

อาชีพ	ช่วงอายุที่สนใจซื้อโครงการบ้านผู้สูงอายุ						Chi - Square	p-value
	40-45	46-50	51-60	61-65	มากกว่า 65 ปี	รวม		
พนักงานบริษัท	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	15 (12.6)	104 (87.4)	119 (100.0)	455.06	0.00*
ข้าราชการ	- (0.0)	17 (20.5)	- (0.0)	6 (7.2)	60 (72.3)	83 (100.0)		
ธุรกิจส่วนตัว	11 (14.3)	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	66 (85.7)	77 (100.0)		
รับจ้าง	13 (26.5)	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	36 (73.5)	49 (100.0)		
เกษตรกร	13 (39.4)	- (0.0)	9 (27.3)	11 (33.3)	- (0.0)	33 (100.0)		
อาชีพอื่น	- (0.0)	- (0.0)	15 (100.0)	- (0.0)	- (0.0)	15 (100.0)		
รวม	37 (9.8)	17 (4.5)	24 (6.4)	32 (8.5)	226 (70.7)	376 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.70 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านอาชีพกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ ส่วนใหญ่พนักงานบริษัทเอกชนมีความสนใจซื้อโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุช่วงอายุมากกว่า 65 ปีมากที่สุด จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 87.4

สมมติฐานที่ 1.14 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านอาชีพกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : อาชีพไม่มีอิทธิพลต่อประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : อาชีพมีอิทธิพลต่อประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.71

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านอาชีพกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ

อาชีพ	ประเภทที่อยู่อาศัย						Chi - Square	p-value
	บ้านเดี่ยว ชั้นเดียว	บ้านเดี่ยว สองชั้น	บ้าน แฝด	ทาว เฮ้าส์	คอนโด มีเนียม	รวม		
พนักงาน บริษัท	- (0.0)	71 (59.7)	35 (29.4)	13 (10.9)	- (0.0)	119 (100.0)	421.39	0.00*
ข้าราชการ	54 (61.4)	11 (12.5)	3 (3.4)	11 (12.5)	9 (10.2)	88 (100.0)		
ธุรกิจส่วนตัว	6 (7.2)	3 (3.6)	20 (24.1)	38 (45.8)	16 (19.3)	83 (100.0)		
รับจ้าง	3 (6.1)	3 (6.1)	- (0.0)	16 (32.7)	27 (55.1)	49 (100.0)		
เกษตรกร	24 (72.7)	9 (27.3)	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	33 (100.0)		
อาชีพอื่น	- (0.0)	15 (100.0)	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	15 (100.0)		
รวม	87 (22.5)	112 (28.9)	58 (15.0)	78 (20.2)	52 (13.4)	387 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.71 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านอาชีพกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ ส่วนใหญ่พนักงานบริษัทเอกชน สนใจซื้อโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุประเภทบ้านเดี่ยวสองชั้นมากที่สุด จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 59.7

สมมติฐานที่ 1.15 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านอาชีพกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H₀: อาชีพไม่มีอิทธิพลต่อระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H₁: อาชีพมีอิทธิพลต่อระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.72

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านอาชีพกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ

อาชีพ	ระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ					Chi - Square	p-value
	ไม่เกิน 1,000,000	1,000,001- 2,000,000	2,000,001- 3,000,000	5,000,001- 10,000,000	รวม		
พนักงานบริษัท	- (0.0)	28 (23.5)	91 (76.5)	- (0.0)	119 (100.0)	431.28	0.00*
ข้าราชการ	- (0.0)	60 (72.3)	23 (27.7)	- (0.0)	83 (100.0)		
ธุรกิจส่วนตัว	- (0.0)	76 (96.2)	3 (3.8)	- (0.0)	79 (100.0)		
รับจ้าง	13 (26.5)	22 (44.9)	6 (12.2)	8 (16.3)	49 (100.0)		
เกษตรกร	22 (66.7)	- (0.0)	11 (33.3)	- (0.0)	33 (100.0)		
อาชีพอื่น	15 (100.0)	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	15 (100.0)		
รวม	50 (13.2)	186 (49.2)	134 (3235.4)	8 (2.1)	378 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.72 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านอาชีพกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมีความสนใจซื้อระดับราคา 2,000,001-3,000,000 บาทมากที่สุด จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 76.5

สมมติฐานที่ 1.16 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านอาชีพกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : อาชีพไม่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : อาชีพมีอิทธิพลต่อรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.73

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านอาชีพกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ

อาชีพ	รูปแบบการชำระเงิน				Chi - Square	p-value
	เงินสด	ผ่อนกับธนาคาร	ผ่อนกับโครงการ	รวม		
พนักงานบริษัทเอกชน	- (0.0)	13 (10.9)	106 (89.1)	119 (100.0)	290.99	0.00*
ข้าราชการ	- (0.0)	- (0.0)	88 (10.0)	88 (100.0)		
ธุรกิจส่วนตัว	- (0.0)	- (0.0)	83 (100.0)	83 (100.0)		
รับจ้าง	8 (12.9)	- (0.0)	54 (87.1)	62 (100.0)		
เกษตรกร	13 (39.4)	9 (27.3)	11 (33.3)	33 (100.0)		
อาชีพอื่น	- (0.0)	15 (100.0)	- (0.0)	15 (100.0)		
รวม	21 (5.3)	37 (9.3)	342 (85.5)	400 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.73 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านอาชีพกับรูปแบบการชำระที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่พนักงานบริษัทเอกชนสนใจผ่อนกับโครงการมากที่สุด จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 89.1

สมมติฐานที่ 1.17 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านระดับการศึกษากับช่วงอายุที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีอิทธิพลต่อช่วงอายุที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : ระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อช่วงอายุที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.74

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านระดับการศึกษา กับช่วงอายุที่สนใจซื้อ

การศึกษา	ช่วงอายุที่สนใจซื้อโครงการบ้านผู้สูงอายุ						Chi - Square	p-value
	40-45	46-50	51-60	61-65	มากกว่า 65 ปี	รวม		
ต่ำกว่า ม.ต้น	26 (49.1)	- (0.0)	9 (17.0)	15 (28.3)	3 (5.7)	53 (100.0)	264.06	0.00*
ม.ปลาย	- (0.0)	- (0.0)	15 (19.5)	- (0.0)	62 (80.5)	77 (100.0)		
อนุปริญญา	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	11 (37.9)	18 (62.1)	29 (100.0)		
ป.ตรี	11 (5.1)	17 (7.8)	- (0.0)	6 (2.8)	183 (84.3)	217 (100.0)		
รวม	37 (9.8)	17 (4.5)	24 (6.4)	32 (8.5)	266 (70.7)	376 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.74 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านระดับการศึกษากับช่วงอายุที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณช่วงอายุมากกว่า 65 ปี มากที่สุด จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 84.3

สมมติฐานที่ 1.18 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านระดับการศึกษากับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีอิทธิพลต่อประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : ระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.75

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านระดับการศึกษา กับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ

การศึกษา	ประเภทที่อยู่อาศัย						Chi - Square	p-value
	บ้านเดี่ยวชั้นเดียว	บ้านเดี่ยวสองชั้น	บ้านแฝด	ทาวเฮ้าส์	คอนโดมิเนียม	รวม		
ต่ำกว่าม.ต้น	13 (24.5)	9 (17.0)	15 (28.3)	3 (5.7)	13 (24.5)	53 (10.0)	136.42	0.00*
ม.ปลาย	- (0.0)	51 (66.2)	- (0.0)	26 (33.8)	- (0.0)	77 (100.0)		
อนุปริญญา	14 (48.3)	- (0.0)	9 (31.0)	- (0.0)	6 (20.7)	29 (100.0)		
ป.ตรี	60 (26.3)	52 (22.8)	34 (14.9)	49 (21.5)	33 (14.5)	228 (100.0)		
รวม	87 (22.5)	112 (28.9)	58 (15.0)	78 (20.2)	52 (13.4)	387 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.75 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านระดับการศึกษากับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีสนใจซื้อโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุประเภทบ้านเดี่ยวชั้นเดียวมากที่สุด จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3

สมมติฐานที่ 1.19 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านระดับการศึกษากับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีอิทธิพลต่อระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : ระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.76

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านระดับการศึกษากับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ

ระดับการศึกษา	ระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ					Chi - Square	p-value
	ไม่เกิน 1,000,000	1,000,001-2,000,000	2,000,001-3,000,000	5,000,001-10,000,000	รวม		
ต่ำกว่า ม.ต้น	22 (41.5)	31 (58.5)	- (0.0)	- (0.0)	53 (100.0)	175.80	0.00*
ม.ปลาย	28 (36.4)	16 (20.8)	33 (42.9)	- (0.0)	77 (100.0)		
อนุปริญญา	- (0.0)	3 (10.3)	26 (89.7)	- (0.0)	29 (100.0)		
ป.ตรี	- (0.0)	136 (62.1)	75 (34.2)	8 (3.7)	219 (100.0)		
รวม	50 (13.2)	186 (49.2)	134 (35.4)	8 (2.1)	378 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.76 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านระดับการศึกษากับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีสนใจซื้อบ้านระดับราคา 1,000,001-2,000,000 บาทมากที่สุด จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 62.1

สมมติฐานที่ 1.20 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านระดับการศึกษากับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : ระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.77

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านระดับการศึกษา กับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ

ระดับการศึกษา	รูปแบบการชำระเงิน				Chi - Square	p-value
	เงินสด	ผ่อนกับธนาคาร	ผ่อนกับโครงการ	รวม		
ต่ำกว่าม.ต้น	13 (19.7)	9 (13.6)	44 (66.7)	66 (100.0)	130.43	0.00*
ม.ปลาย	- (0.0)	28 (36.4)	49 (63.6)	77 (100.0)		
อนุปริญญา	- (0.0)	- (0.0)	29 (100.0)	29 (100.0)		
ป.ตรี	8 (3.5)	- (0.0)	220 (96.5)	228 (100.0)		
รวม	21 (5.3)	37 (9.3)	342 (85.5)	400 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.77 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านระดับการศึกษากับรูปแบบการชำระที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีสนใจผ่อนกับโครงการมากที่สุด จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 96.5

สมมติฐานที่ 1.21 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านรายได้กับช่วงอายุที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : รายได้ไม่มีอิทธิพลต่อช่วงอายุที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : รายได้มีอิทธิพลต่อช่วงอายุที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.78

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านรายได้กับช่วงอายุที่สนใจซื้อ

รายได้	ช่วงอายุที่สนใจซื้อโครงการบ้านผู้สูงอายุ (คน)						Chi - Square	p-value
	40-45	46-50	51-60	61-65	มากกว่า 65 ปี	รวม		
ต่ำกว่า 15,000	26 (40.0)	- (0.0)	- (0.0)	11 (16.9)	28 (43.1)	65 (100.0)	247.43	0.00*
15,001-20,000	11 (8.0)	17 (12.4)	- (0.0)	6 (4.4)	103 (75.2)	137 (100.0)		
20,001-25,000	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	11 (100.0)	11 (100.0)		
25,001-30,000	- (0.0)	- (0.0)	9 (36.0)	- (0.0)	16 (64.0)	25 (100.0)		
30,001-35,000	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	15 (12.2)	108 (87.8)	123 (100.0)		
รวม	37 (10.2)	17 (4.7)	9 (2.5)	32 (8.9)	266 (73.7)	361 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.78 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านรายได้กับช่วงอายุที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 30,001-35,000 บาท สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณมากที่สุดในช่วงอายุมากกว่า 65 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 87.8

สมมติฐานที่ 1.22 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านรายได้กับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : รายได้ไม่มีอิทธิพลต่อประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : รายได้มีอิทธิพลต่อประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.79

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านรายได้กับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ

รายได้	ประเภทที่อยู่อาศัย						Chi - Square	p-value
	บ้านเดี่ยวชั้นเดียว	บ้านเดี่ยวสองชั้น	บ้านแฝด	ทาวเฮ้าส์	คอนโดมิเนียม	รวม		
ต่ำกว่า 15,000	27 (41.5)	3 (4.6)	- (0.0)	16 (24.6)	19 (29.2)	65 (100.0)	343.68	0.00*
15,001-20,000	60 (40.5)	14 (9.5)	- (0.0)	49 (33.1)	25 (16.9)	148 (100.0)		
20,001-25,000	- (0.0)	- (0.0)	3 (27.3)	- (0.0)	8 (72.7)	11 (100.0)		
25,001-30,000	- (0.0)	9 (36.0)	3 (12.0)	13 (52.0)	- (0.0)	25 (100.0)		
30,001-35,000	- (0.0)	71 (57.7)	52 (42.3)	- (0.0)	- (0.0)	123 (100.0)		
รวม	87 (23.4)	97 (26.1)	58 (15.6)	78 (21.0)	52 (14.0)	372 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.79 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านรายได้กับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีรายได้ 30,001-35,000 บาทสนใจซื้อโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุประเภทบ้านเดี่ยวสองชั้นมากที่สุด จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7

สมมติฐานที่ 1.23 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านรายได้กับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : รายได้ไม่มีอิทธิพลต่อระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : รายได้มีอิทธิพลต่อระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.80

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านรายได้กับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ

รายได้	ระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ					Chi - Square	p-value
	ไม่เกิน 1,000,000	1,000,001- 2,000,000	2,000,001- 3,000,000	5,000,001- 10,000,000	รวม		
ต่ำกว่า 15,000	26 (40.0)	22 (33.8)	17 (26.2)	- (0.0)	65 (100.0)	605.75	0.00*
15,001- 20,000	- (0.0)	136 (97.8)	3 (2.2)	- (0.0)	139 (100.0)		
20,001- 25,000	- (0.0)	- (0.0)	3 (27.3)	8 (72.7)	11 (100.0)		
25,001- 30,000	9 (36.0)	13 (52.0)	3 (12.0)	- (0.0)	25 (100.0)		
30,001- 35,000	- (0.0)	15 (12.2)	108 (87.8)	- (0.0)	123 (100.0)		
รวม	35 (9.6)	186 (51.2)	134 (36.9)	8 (2.2)	363 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.80 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านรายได้กับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาทสนใจซื้อบ้านระดับราคา 1,000,001-2,000,000 บาทมากที่สุด จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 97.8

สมมติฐานที่ 1.24 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านรายได้กับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : รายได้ไม่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : รายได้มีอิทธิพลต่อรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.81

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านรายได้กับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ

รายได้	รูปแบบการชำระเงิน				Chi - Square	p-value
	เงินสด	ผ่อนกับธนาคาร	ผ่อนกับโครงการ	รวม		
ต่ำกว่า 15,000	13 (16.7)	- (0.0)	65 (83.3)	78 (100.0)	467.56	0.00*
15,001-20,000	- (0.0)	- (0.0)	148 (100.0)	148 (100.0)		
20,001-25,000	8 (72.7)	- (0.0)	3 (27.3)	11 (100.0)		
25,001-30,000	- (0.0)	22 (88.0)	3 (12.0)	25 (100.0)		
30,001-35,000	- (0.0)	- (0.0)	123 (100.0)	123 (100.0)		
รวม	21 (5.5)	22 (5.7)	342 (88.8)	385 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.81 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านรายได้กับรูปแบบการชำระที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาทสนใจผ่อนกับโครงการมากที่สุดจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2.1 ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านบุคคลที่พักอาศัยกับช่วงอายุที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : บุคคลที่พักอาศัยไม่มีอิทธิพลต่อช่วงอายุที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : บุคคลที่พักอาศัยมีอิทธิพลต่อช่วงอายุที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.82

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านบุคคลที่พักอาศัยกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ

บุคคลที่พักอาศัย	ช่วงอายุที่สนใจซื้อโครงการบ้านผู้สูงอายุ					Chi - Square	p-value
	40-45	46-50	51-60	61-65	มากกว่า 65 ปี		
ลำพังคนเดียว	24 (16.0)	17 (11.3)	9 (6.0)	11 (7.3)	89 (59.3)	40.29	0.00*
คู่สมรส	13 (6.2)	- (0.0)	- (0.0)	21 (10.0)	177 (83.9)	71.95	0.00*
ปู่/ย่า	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	3 (100.0)	1.25	0.87
ตา/ยาย	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	29 (100.0)	12.99	0.01*
บุตรสาว	13 (7.1)	17 (9.2)	- (0.0)	15 (8.2)	139 (75.5)	44.78	0.00*
บุตรชาย	37 (9.8)	17 (4.5)	24 (6.4)	32 (8.5)	266 (70.7)	51.21	0.00*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.82 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านบุคคลที่พักอาศัยกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้สูงอายุในช่วงอายุมากกว่า 65 ปีสนใจซื้อโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเพื่อพักอาศัยกับบุตรชายมากที่สุด จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 70.7

สมมติฐานที่ 2.2 ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านบุคคลที่พักอาศัยกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H₀: บุคคลที่พักอาศัยไม่มีอิทธิพลต่อประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H₁: บุคคลที่พักอาศัยมีอิทธิพลต่อประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.83

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางวัฒนธรรมด้านบุคคลที่พักอาศัยกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ

บุคคลที่พักอาศัย	ประเภทที่อยู่อาศัย						Chi - Square	p-value
	บ้านเดี่ยวชั้นเดียว	บ้านเดี่ยวสองชั้น	บ้านแฝด	ทาวเฮ้าส์	คอนโดมิเนียม	รวม		
ลำพังคนเดียว	17 (11.3)	12 (8.0)	- (0.0)	78 (52.0)	43 (28.7)	150 (100.0)	252.88	0.00*
คู่สมรส	70 (31.5)	85 (38.3)	58 (26.1)	- (0.0)	9 (4.1)	222 (100.0)	216.86	0.00*
ปู่/ย่า	- (0.0)	- (0.0)	3 (100.0)	- (0.0)	- (0.0)	3 (100.0)	17.15	0.00*
ตา/ยาย	- (0.0)	- (0.0)	3 (10.3)	26 (89.7)	- (0.0)	29 (100.0)	95.91	0.00*
บุตรสาว	49 (25.1)	71 (36.4)	58 (29.7)	17 (8.7)	- (0.0)	195 (100.0)	144.23	0.00*
บุตรชาย	39 (25.5)	56 (36.6)	49 (32.0)	- (0.0)	9 (5.9)	153 (100.0)	116.91	0.00*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.83 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านบุคคลที่พักอาศัย

กับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่พักอยู่กับคู่สมรสสนใจซื้อบ้านเดี่ยวสองชั้นมากที่สุด จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3

สมมติฐานที่ 2.3 ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านบุคคลที่พักอาศัยกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : บุคคลที่พักอาศัยไม่มีอิทธิพลต่อระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : บุคคลที่พักอาศัยมีอิทธิพลต่อระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.84

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางวัฒนธรรมด้านบุคคลที่พักอาศัยกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ

บุคคลที่ พักอาศัย	ระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ					Chi - Square	p- value
	ไม่เกิน 1,000,000	1,000,001- 2,000,000	2,000,001- 3,000,000	5,000,001- 10,000,000	รวม		
ลำพังคน เดียว	22 (14.7)	103 (68.7)	17 (11.3)	8 (5.3)	150 (100.0)	72.48	0.00*
คู่สมรส	13 (6.1)	83 (39.0)	117 (54.9)	- (0.0)	213 (100.0)	91.68	0.00*
ปู่/ย่า	- (0.0)	- (0.0)	3 (100.0)	- (72.7)	3 (100.0)	5.50	0.14
ตา/ยาย	13 (44.8)	13 (44.8)	3 (10.3)	- (0.0)	29 (100.0)	30.08	0.00*
บุตรสาว	13 (6.7)	79 (40.5)	103 (52.8)	- (0.0)	195 (100.0)	62.10	0.00*
บุตรชาย	15 (10.4)	54 (37.5)	75 (52.1)	- (0.0)	144 (100.0)	30.95	0.00*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.84 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านบุคคลที่พักอาศัยกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีอยู่ลำพังคนเดียวสนใจซื้อบ้านระดับราคา 1,000,001-2,000,000 บาทจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 68.7 และผู้ที่อยู่กับบุตรสาวสนใจซื้อบ้านระดับราคา 2,000,001-3,000,000 บาท จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8

สมมติฐานที่ 2.4 ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านบุคคลที่พักอาศัยกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : บุคคลที่พักอาศัยไม่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : บุคคลที่พักอาศัยมีอิทธิพลต่อรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.85

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางวัฒนธรรมด้านบุคคลที่พักอาศัยกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ

บุคคลที่พักอาศัย	รูปแบบการชำระเงิน				Chi - Square	p-value
	เงินสด	ผ่อนกับธนาคาร	ผ่อนกับโครงการ	รวม		
ลำพังคนเดียว	8 (5.3)	22 (14.7)	120 (80.0)	150 (100.0)	8.47	0.02*
คู่สมรส	13 (5.5)	- (0.0)	222 (94.5)	235 (100.0)	58.14	0.00*
ปู่/ย่า	- (0.0)	- (0.0)	3 (27.3)	3 (100.0)	0.51	0.77
ตา/ยาย	- (0.0)	13 (44.8)	16 (55.2)	29 (100.0)	47.79	0.00*
บุตรสาว	13 (6.7)	- (0.0)	182 (93.3)	195 (100.0)	39.38	0.00*
บุตรชาย	- (0.0)	15 (9.8)	138 (90.2)	153 (100.0)	13.73	0.00*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.85 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านบุคคลที่พักอาศัยกับรูปแบบการชำระที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่อยู่กับคู่สมรสสนใจซื้อบ้านผู้สูงอายุโดยการผ่อนชำระกับโครงการมากที่สุด จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 94.5

สมมติฐานที่ 2.5 ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านขนาดของครอบครัวกับช่วงอายุที่สนใจซื้อโครงการบ้านผู้สูงอายุโดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : ขนาดของครอบครัวไม่มีอิทธิพลต่อช่วงอายุที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : ขนาดของครอบครัวมีอิทธิพลต่อช่วงอายุที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.86

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางวัฒนธรรมด้านขนาดของครอบครัวกับช่วงอายุที่สนใจซื้อโครงการบ้านผู้สูงอายุ

ขนาดของครอบครัว	ช่วงอายุที่สนใจซื้อโครงการบ้านผู้สูงอายุ					Chi - Square	p-value
	40-45	46-50	51-60	61-65	มากกว่า 65 ปี		
ขนาดใหญ่	13 (22.8)	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	44 (72.2)	73.39	0.00*
ขนาดกลาง	- (0.0)	- (0.0)	15 (9.1)	21 (12.8)	128 (78.0)		
ขนาดเล็ก	24 (15.5)	17 (11.0)	9 (5.8)	11 (7.1)	94 (60.6)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.86 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านขนาดของ

ครอบครัวกับช่วงอายุที่สนใจซื้อโครงการบ้านผู้สูงอายุ พบว่า ครอบครัวขนาดกลางมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อในช่วงอายุมากกว่า 65 ปีมากที่สุด จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 78.0

สมมติฐานที่ 2.6 ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านขนาดของครอบครัวกับ ประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : ขนาดของครอบครัวไม่มีอิทธิพลต่อประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : ขนาดของครอบครัวมีอิทธิพลต่อประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.87

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางวัฒนธรรมด้านขนาดของครอบครัวกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ

ขนาดของครอบครัว	ประเภทที่อยู่อาศัย						Chi - Square	p-value
	บ้านเดี่ยวชั้นเดียว	บ้านเดี่ยวสองชั้น	บ้านแฝด	ทาวเฮ้าส์	คอนโดมิเนียม	รวม		
ขนาดใหญ่	13 (22.8)	38 (66.7)	6 (10.5)	- (0.0)	- (0.0)	57 (100.0)	206.22	0.00*
ขนาดกลาง	39 (22.3)	62 (35.4)	52 (29.7)	13 (7.4)	9 (5.1)	175 (100.0)		
ขนาดเล็ก	35 (22.6)	12 (7.7)	- (0.0)	65 (41.9)	43 (27.7)	155 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.87 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านขนาดของครอบครัวกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ พบว่า ครอบครัวขนาดเล็กสนใจซื้อทาวเฮ้าส์มากที่สุดจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9

สมมติฐานที่ 2.7 ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านขนาดของครอบครัวกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : ขนาดของครอบครัวไม่มีอิทธิพลต่อระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : ขนาดของครอบครัวมีอิทธิพลต่อระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.88

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางวัฒนธรรมด้านขนาดของครอบครัวกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ

ขนาด ของ ครอบครัว	ระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ					Chi - Square	p- value
	ไม่เกิน 1,000,000	1,000,001- 2,000,000	2,000,001- 3,000,000	5,000,001- 10,000,000	รวม		
ขนาดใหญ่	13 (22.8)	- (0.0)	44 (77.2)	- (0.0)	57 (100.0)	116.82	0.00*
ขนาดกลาง	15 (9.0)	78 (47.0)	73 (44.0)	- (0.0)	166 (100.0)		
ขนาดเล็ก	22 (14.2)	108 (69.7)	17 (11.0)	8 (5.2)	155 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.88 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านขนาดของครอบครัวกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ พบว่า ครอบครัวขนาดเล็กสนใจซื้อบ้านระดับราคา 1,000,001-2,000,000 บาทมากที่สุด จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 69.7

สมมติฐานที่ 2.8 ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านขนาดของครอบครัวกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H₀: ขนาดของครอบครัวไม่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H₁: ขนาดของครอบครัวมีอิทธิพลต่อรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.89

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางวัฒนธรรมด้านขนาดของครอบครัวกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ

ขนาดของครอบครัว	รูปแบบการชำระเงิน				Chi - Square	p-value
	เงินสด	ผ่อนกับธนาคาร	ผ่อนกับโครงการ	รวม		
ขนาดใหญ่	13 (22.8)	- (0.0)	44 (72.2)	57 (100.0)	57.76	0.00*
ขนาดกลาง	- (0.0)	28 (14.9)	160 (85.1)	188 (100.0)		
ขนาดเล็ก	8 (5.2)	9 (5.8)	138 (89.0)	155 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.89 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านขนาดของครอบครัวกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ พบว่า ครอบครัวขนาดเล็กสนใจซื้อบ้านผู้สูงอายุโดยการผ่อนชำระกับโครงการมากที่สุด จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 89.0

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3.1 ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ
หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/
ชมรมกับช่วงอายุที่สนใจซื้อโครงการบ้านผู้สูงอายุโดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : ความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมไม่มีอิทธิพลต่อช่วงอายุที่สนใจซื้อ
หมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : ความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมมีอิทธิพลต่อช่วงอายุที่สนใจซื้อ
หมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.90

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคมด้านความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมกับ
ช่วงอายุที่สนใจซื้อ

ความถี่ใน การทำ กิจกรรม	ช่วงอายุที่สนใจซื้อโครงการบ้านผู้สูงอายุ						Chi - Square	p-value
	40-45	46-50	51-60	61-65	มากกว่า 65 ปี	รวม		
ไม่เคย	37 (14.9)	17 (6.9)	15 (6.0)	17 (6.9)	162 (65.3)	248 (100.0)	33.37	0.00*
น้อยกว่า 1- 3 ครั้ง/ สัปดาห์	- (0.0)	- (0.0)	9 (7.0)	15 (11.7)	104 (81.3)	128 (100.0)		
รวม	37 (9.8)	17 (4.5)	24 (6.4)	32 (8.5)	266 (70.7)	376 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.90 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมกับช่วงอายุที่สนใจซื้อโครงการบ้านผู้สูงอายุพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ไม่เคยทำกิจกรรมสนใจซื้อบ้านในช่วงอายุมากกว่า 65 ปี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 65.3

สมมติฐานที่ 3.2 ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H₀: ความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมไม่มีอิทธิพลต่อประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H₁: ความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมมีอิทธิพลต่อประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.91

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคมด้านความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ

ความถี่ในการทำกิจกรรม	ประเภทที่อยู่อาศัย						Chi - Square	p-value
	บ้านเดี่ยวชั้นเดียว	บ้านเดี่ยวสองชั้น	บ้านแฝด	ทาวเฮ้าส์	คอนโดมิเนียม	รวม		
ไม่เคย	87 (33.6)	32 (12.4)	23 (8.9)	65 (25.1)	52 (20.1)	259 (100.0)	172.09	0.00*
น้อยกว่า 1-3 ครั้ง/สัปดาห์	- (0.0)	80 (62.5)	35 (27.3)	13 (10.2)	- (0.0)	128 (100.0)		
รวม	87 (22.5)	112 (28.9)	58 (15.0)	78 (20.2)	52 (13.4)	387 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.91 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ไม่เคยทำกิจกรรมสนใจซื้อบ้านเดี่ยวชั้นเดียวมากที่สุด จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 33.6

สมมติฐานที่ 3.3 ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H₀: ความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมไม่มีอิทธิพลต่อระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H₁: ความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมมีอิทธิพลต่อระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.92

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคมด้านความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ

ความถี่ในการทำกิจกรรม	ระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ					Chi - Square	p-value
	ไม่เกิน 1,000,000	1,000,001-2,000,000	2,000,001-3,000,000	5,000,001-10,000,000	รวม		
ไม่เคย	41 (16.4)	158 (63.2)	43 (17.2)	8 (3.2)	250 (100.0)	108.45	0.00*
น้อยกว่า 1-3 ครั้ง/สัปดาห์	9 (7.0)	28 (21.9)	91 (71.1)	- (0.0)	128 (100.0)		
รวม	50 (13.2)	186 (49.2)	134 (35.4)	8 (2.1)	378 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.92 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ไม่เคยทำกิจกรรมสนใจซื้อบ้านระดับราคา 1,000,001-2,000,000 บาทมากที่สุด จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 63.2

สมมติฐานที่ 3.4 ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H₀: ความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมไม่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H₁: ความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมมีอิทธิพลต่อรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.93

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคมด้านความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ

ความถี่ในการ ทำกิจกรรม	รูปแบบการชำระเงิน				Chi - Square	p-value
	เงินสด	ผ่อนกับ ธนาคาร	ผ่อนกับ โครงการ	รวม		
ไม่เคย	21 (7.7)	15 (5.5)	236 (86.8)	272 (100.0)	22.86	0.00*
น้อยกว่า 1-3 ครั้ง/สัปดาห์	- (0.0)	22 (17.2)	106 (82.8)	128 (100.0)		
รวม	21 (5.3)	37 (9.3)	342 (85.5)	400 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.93 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ไม่เคยทำกิจกรรมสนใจซื้อบ้านผู้สูงอายุโดยการผ่อนชำระกับโครงการมากที่สุด จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 86.8

สมมติฐานที่ 3.5 ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านงานอดิเรกที่ชื่นชอบกับช่วงอายุที่สนใจซื้อโครงการบ้านผู้สูงอายุโดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : งานอดิเรกที่ชื่นชอบไม่มีอิทธิพลต่อช่วงอายุที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : งานอดิเรกที่ชื่นชอบมีอิทธิพลต่อช่วงอายุที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.94

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านงานอดิเรกที่ชื่นชอบกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ

ด้านงาน อดิเรกที่ชื่นชอบ	ช่วงอายุที่สนใจซื้อโครงการบ้านผู้สูงอายุ						Chi - Square	p-value
	40-45	46-50	51-60	61-65	มากกว่า 65 ปี	รวม		
อ่านหนังสือ	- (0.0)	- (0.0)	9 (42.9)	- (0.0)	12 (57.1)	21 (100.0)	52.02	0.00*
ออกกำลังกาย	24 (14.2)	17 (10.1)	- (0.0)	3 (1.8)	125 (74.0)	169 (100.0)	63.16	0.00*
ออกกำลังกาย กลางแจ้ง	13 (40.6)	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	19 (59.4)	32 (100.0)	41.11	0.00*
ทำกิจกรรม ร่วมกับคน อื่น	13 (4.7)	- (0.0)	- (0.0)	18 (6.6)	243 (88.7)	274 (100.0)	187.22	0.00*
เล่นการ พนัน	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	11 (100.0)	- (0.0)	11 (100.0)	121.81	0.00*
เข้าวัด	11 (5.5)	17 (8.5)	15 (7.5)	21 (10.4)	137 (68.2)	376 (100.0)	26.274	0.00*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.94 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านงานอดิเรกที่ชื่นชอบกับช่วงอายุที่สนใจซื้อโครงการบ้านผู้สูงอายุพบว่า ส่วนใหญ่ชอบทำกิจกรรมร่วมกับคนอื่นมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อในช่วงอายุมากกว่า 65 ปี จำนวน 243 คน ร้อยละ 88.7

สมมติฐานที่ 3.6 ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านงานอดิเรกที่ชื่นชอบกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : งานอดิเรกที่ชื่นชอบไม่มีอิทธิพลต่อประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : งานอดิเรกที่ชื่นชอบมีอิทธิพลต่อประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.95

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคมด้านงานอดิเรกที่ชื่นชอบกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ

ด้านงานอดิเรกที่ชื่นชอบ	ประเภทที่อยู่อาศัย						Chi - Square	p-value
	บ้านเดี่ยวชั้นเดียว	บ้านเดี่ยวสองชั้น	บ้านแฝด	ทาวเฮ้าส์	คอนโดมิเนียม	รวม		
อ่านหนังสือ	3 (14.3)	9 (42.9)	- (0.0)	- (0.0)	9 (42.9)	21 (100.0)	24.25	0.00*
ออกกำลังในร่ม	31 (17.2)	58 (32.2)	6 (3.3)	57 (31.7)	28 (15.6)	180 (100.0)	59.14	0.00*
ออกกำลังกลางแจ้ง	- (0.0)	- (0.0)	11 (34.4)	- (0.0)	21 (65.6)	32 (100.0)	104.43	0.00*
ทำกิจกรรมร่วมกับคนอื่น	63 (23.0)	74 (27.0)	58 (21.2)	50 (18.2)	29 (10.6)	274 (100.0)	32.62	0.00*
เล่นการพนัน	11 (100.0)	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	11 (100.0)	39.04	0.00*
เข้าวัด	39 (18.4)	59 (27.8)	47 (22.2)	49 (23.1)	18 (8.5)	212 (100.0)	30.39	0.00*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.95 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านงานอดิเรกที่ชื่นชอบกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ทำกิจกรรมร่วมกับผู้อื่นสนใจซื้อบ้านเดี่ยวสองชั้นมากที่สุด จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0

สมมติฐานที่ 3.7 ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านงานอดิเรกที่ชื่นชอบกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : งานอดิเรกที่ชื่นชอบไม่มีอิทธิพลต่อระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : งานอดิเรกที่ชื่นชอบมีอิทธิพลต่อระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.96

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคมด้านงานอดิเรกที่ชื่นชอบกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ

ด้านงาน อดิเรกที่ ชื่นชอบ	ระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ					Chi - Square	p- value
	ไม่เกิน 1,000,000	1,000,001- 2,000,000	2,000,001- 3,000,000	5,000,001- 10,000,000	รวม		
อ่าน หนังสือ	9 (75.0)	3 (25.0)	- (0.0)	- (0.0)	12 (100.0)	41.88	0.00*
ออกกำลังกาย ในร่ม	26 (15.2)	92 (53.8)	53 (31.0)	- (0.0)	171 (100.0)	10.62	0.01*
ออกกำลังกาย กลางแจ้ง	- (0.0)	13 (40.6)	11 (34.4)	8 (25.0)	32 (100.0)	91.66	0.00*
ทำกิจ กรรม ร่วมกับ คนอื่น	13 (4.7)	144 (52.6)	117 (42.7)	- (0.0)	274 (100.0)	92.30	0.00*
เล่นการ พนัน	- (0.0)	- (0.0)	11 (100.0)	- (0.0)	11 (100.0)	20.63	0.00*
เข้าวัด	15 (7.4)	117 (57.6)	71 (35.0)	- (0.0)	203 (100.0)	26.94	0.00*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.96 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านงานอดิเรกที่ชื่นชอบกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ทำกิจกรรมร่วมกับผู้อื่นสนใจซื้อบ้านระดับราคา 1,000,001-2,000,000 บาทมากที่สุด จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 52.6

สมมติฐานที่ 3.8 ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านงานอดิเรกที่ชื่นชอบกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : งานอดิเรกที่ชื่นชอบไม่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : งานอดิเรกที่ชื่นชอบมีอิทธิพลต่อรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.97

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคมด้านงานอดิเรกที่ชื่นชอบกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ

ด้านงานอดิเรกที่ชื่นชอบ	รูปแบบการชำระเงิน				Chi - Square	p-value
	เงินสด	ผ่อนกับธนาคาร	ผ่อนกับโครงการ	รวม		
อ่านหนังสือ	- (0.0)	9 (26.5)	25 (73.5)	34 (100.0)	14.49	0.00*
ออกกำลังในร่ม	13 (6.7)	13 (6.7)	167 (86.5)	193 (100.0)	4.16	0.13
ออกกำลังกลางแจ้ง	8 (25.0)	- (0.0)	24 (75.0)	32 (100.0)	29.51	0.00*
ทำกิจกรรมร่วมกับคนอื่น	- (0.0)	13 (4.7)	261 (95.3)	274 (100.0)	74.44	0.00*
เล่นการพนัน	- (0.0)	- (0.0)	11 (100.0)	11 (100.0)	1.92	0.38
เข้าวัด	- (0.0)	28 (12.4)	197 (87.6)	225 (100.0)	32.93	0.00*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.97 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านงานอดิเรกที่ชื่นชอบกับรูปแบบการชำระที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ทำกิจกรรมร่วมกับผู้อื่นสนใจซื้อบ้านผู้สูงอายุโดยการผ่อนชำระกับโครงการมากที่สุด จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 95.3

สมมติฐานที่ 3.9 ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านรูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยกับช่วงอายุที่สนใจซื้อโครงการบ้านผู้สูงอายุโดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H₀: รูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุที่เหมาะสมกับคนไทยไม่มีอิทธิพลต่อช่วงอายุที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H₁: รูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุที่เหมาะสมกับคนไทยมีอิทธิพลต่อช่วงอายุที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.98

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านรูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ

รูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุที่เหมาะสมกับคนไทย	ช่วงอายุที่สนใจซื้อโครงการบ้านผู้สูงอายุ						Chi - Square	p-value
	40-45	46-50	51-60	61-65	มากกว่า 65 ปี	รวม		
เหมาะสม	37 (10.2)	17 (4.7)	24 (6.6)	21 (5.8)	262 (72.6)	361 (100.0)	84.67	0.00*
ไม่เหมาะสม	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	11 (73.3)	4 (26.7)	15 (100.0)		
รวม	37 (9.8)	17 (4.5)	24 (6.4)	32 (8.5)	266 (70.7)	376 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.98 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านรูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยกับช่วงอายุที่สนใจซื้อโครงการบ้านผู้สูงอายุพบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่ารูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยช่วงอายุมากกว่า 65 ปี จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 72.6

สมมติฐานที่ 3.10 ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านรูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุที่เหมาะสมกับคนไทยไม่มีอิทธิพลต่อประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : รูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุที่เหมาะสมกับคนไทยมีอิทธิพลต่อประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.99

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคมด้านรูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ

รูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุที่เหมาะสมกับคนไทย	ประเภทที่อยู่อาศัย						Chi - Square	p-value
	บ้านเดี่ยวชั้นเดียว	บ้านเดี่ยวสองชั้น	บ้านแฝด	ทาวเฮ้าส์	คอนโดมิเนียม	รวม		
เหมาะสม	76 (20.4)	112 (30.1)	58 (15.6)	74 (19.9)	52 (14.0)	372 (100.0)	27.23	0.00*
ไม่เหมาะสม	11 (73.3)	- (0.0)	- (0.0)	4 (26.7)	- (0.0)	15 (100.0)		
รวม	87 (22.5)	112 (28.9)	58 (15.0)	78 (20.2)	52 (13.4)	387 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.99 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านรูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่าบ้านประเภทบ้านเดี่ยวสองชั้นเหมาะสมกับคนไทยมากที่สุด จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 30.1

สมมติฐานที่ 3.11 ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านรูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุที่เหมาะสมกับคนไทยไม่มีอิทธิพลต่อระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : รูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุที่เหมาะสมกับคนไทยมีอิทธิพลต่อระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.100

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคมด้านรูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ

รูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุที่เหมาะสมกับคนไทย	ระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ					Chi - Square	p-value
	ไม่เกิน 1,000,000	1,000,001- 2,000,000	2,000,001- 3,000,000	5,000,001- 10,000,000	รวม		
เหมาะสม	50 (13.8)	182 (50.1)	123 (33.9)	8 (2.2)	363 (100.0)	10.33	0.02*
ไม่เหมาะสม	- (0.0)	4 (26.7)	11 (73.3)	- (0.0)	15 (100.0)		
รวม	50 (13.2)	186 (49.2)	134 (35.4)	8 (2.1)	378 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.100 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านรูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่าระดับราคาบ้านที่เหมาะสมกับคนไทย คือ ระดับราคา 1,000,001-2,000,000 บาทมากที่สุด จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 50.1

สมมติฐานที่ 3.12 ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านรูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุที่เหมาะสมกับคนไทยไม่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : รูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุที่เหมาะสมกับคนไทยมีอิทธิพลต่อรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.101

แสดงความสัมพันธ์ของด้านรูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ

รูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุที่เหมาะสมกับคนไทย	รูปแบบการชำระเงิน				Chi - Square	p-value
	เงินสด	ผ่อนกับธนาคาร	ผ่อนกับโครงการ	รวม		
เหมาะสม	21 (5.5)	37 (9.6)	327 (84.9)	385 (100.0)	2.64	0.27
ไม่เหมาะสม	- (0.0)	- (0.0)	15 (100.0)	15 (100.0)		
รวม	21 (5.3)	37 (9.3)	342 (85.5)	400 (100.0)		

จากตารางที่ 4.101 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านรูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยกับรูปแบบการชำระที่สนใจซื้อ พบว่า ด้านรูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการชำระที่สนใจซื้อ

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 4.1 ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านแรงจูงใจในการใช้จ่ายใช้สอยกับช่วงอายุที่สนใจซื้อโครงการบ้านผู้สูงอายุโดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : แรงจูงใจในการใช้จ่ายใช้สอยไม่มีอิทธิพลต่อช่วงอายุที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : แรงจูงใจในการใช้จ่ายใช้สอยมีอิทธิพลต่อช่วงอายุที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.102

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านแรงจูงใจในการใช้จ่ายใช้สอยกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ

แรงจูงใจในการใช้จ่ายใช้สอย	ช่วงอายุที่สนใจซื้อโครงการบ้านผู้สูงอายุ						Chi - Square	p-value
	40-45	46-50	51-60	61-65	มากกว่า 65 ปี	รวม		
ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ	37 (10.4)	17 (4.8)	24 (6.7)	21 (5.9)	258 (72.3)	357 (100.0)	63.81	0.00*
ความทนทาน แข็งแรง	24 (7.9)	17 (5.6)	- (0.0)	21 (6.9)	241 (79.5)	303 (100.0)	131.19	0.00*
มีนวัตกรรมใหม่	- (0.0)	17 (53.1)	- (0.0)	- (0.0)	15 (46.9)	32 (100.0)	194.21	0.00*
ชื่อเสียงผู้ประกอบการ	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	88 (100.0)	88 (100.0)	47.51	0.00*
ราคาถูก	13 (10.5)	17 (13.7)	15 (12.1)	17 (13.7)	62 (50.0)	124 (100.0)	61.22	0.00*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.102 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านแรงจูงใจในการจับจ่ายใช้สอยกับช่วงอายุที่สนใจซื้อโครงการบ้านผู้สูงอายุพบว่า ส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการจับจ่ายใช้สอยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในการซื้อบ้านช่วงอายุมากกว่า 65 ปี จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 72.3

สมมติฐานที่ 4.2 ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านแรงจูงใจในการจับจ่ายใช้สอยกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : แรงจูงใจในการจับจ่ายใช้สอยไม่มีอิทธิพลต่อประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : แรงจูงใจในการจับจ่ายใช้สอยมีอิทธิพลต่อประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.103

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางจิตวิทยาด้านแรงจูงใจในการจับจ่ายใช้สอยกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ

แรงจูงใจในการจับจ่ายใช้สอย	ประเภทที่อยู่อาศัย						Chi - Square	p-value
	บ้านเดี่ยวชั้นเดียว	บ้านเดี่ยวสองชั้น	บ้านแฝด	ทาวเฮ้าส์	คอนโดมิเนียม	รวม		
ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ	76 (20.7)	112 (30.4)	58 (15.8)	78 (21.2)	44 (12.0)	368 (100.0)	36.17	0.00*
ความทนทานแข็งแรง	68 (20.1)	88 (28.0)	41 (13.1)	78 (24.8)	44 (14.0)	314 (100.0)	27.49	0.00*
มินิวัดกรรมใหม่	- (0.0)	- (0.0)	9 (28.1)	20 (62.5)	3 (9.4)	32 (100.0)	53.42	0.00*
ชื่อเสียงผู้ประกอบการ	3 (3.4)	22 (25.0)	17 (19.3)	33 (37.5)	13 (14.8)	88 (100.0)	37.62	0.00*
ราคาถูก	48 (35.6)	59 (43.7)	- (0.0)	17 (12.6)	11 (8.1)	135 (100.0)	72.65	0.00*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.103 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านแรงจูงใจในการใช้จ่ายใช้สอยกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสนใจซื้อบ้านเดี่ยวสองชั้นมากที่สุด จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4

สมมติฐานที่ 4.3 ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านแรงจูงใจในการใช้จ่ายใช้สอยกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : แรงจูงใจในการใช้จ่ายใช้สอยไม่มีอิทธิพลต่อระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : แรงจูงใจในการใช้จ่ายใช้สอยมีอิทธิพลต่อระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.104

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางจิตวิทยาด้านแรงจูงใจในการใช้จ่ายใช้สอยกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ

แรงจูงใจในการ ใช้จ่ายใช้สอย	ระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ					Chi - Square	p-value
	ไม่เกิน 1,000,000	1,000,001- 2,000,000	2,000,001- 3,000,000	5,000,001- 10,000,000	รวม		
ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ	50 (13.9)	186 (51.8)	123 (34.3)	- (0.0)	359 (100.0)	116.49	0.00*
ความทนทานแข็งแรง	13 (4.3)	186 (61.0)	106 (34.8)	- (0.0)	305 (100.0)	174.12	0.00*
นวัตกรรมใหม่	- (0.0)	20 (62.5)	12 (37.5)	- (0.0)	32 (100.0)	6.66	0.08
ชื่อเสียงผู้ประกอบการ	13 (14.8)	36 (40.9)	39 (44.3)	- (0.0)	88 (100.0)	6.78	0.07
ราคาถูก	28 (13.2)	186 (49.2)	134 (35.4)	8 (2.1)	378 (100.0)	28.26	0.00*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.104 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านแรงจูงใจในการใช้จ่ายใช้สอยกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสนใจซื้อบ้านระดับราคา 1,000,001-2,000,000 บาทมากที่สุด จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8

สมมติฐานที่ 4.4 ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านแรงจูงใจในการใช้จ่ายใช้สอยกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : แรงจูงใจในการใช้จ่ายใช้สอยไม่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : แรงจูงใจในการใช้จ่ายใช้สอยมีอิทธิพลต่อรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.105

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางจิตวิทยาด้านแรงจูงใจในการใช้จ่ายใช้สอยกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ

แรงจูงใจในการใช้จ่ายใช้สอย	รูปแบบการชำระเงิน				Chi - Square	p-value
	เงินสด	ผ่อนกับธนาคาร	ผ่อนกับโครงการ	รวม		
ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ	13 (3.4)	37 (9.7)	331 (86.9)	381 (100.0)	55.23	0.00*
ความทนทาน แข็งแรง	- (0.0)	13 (4.0)	314 (96.0)	327 (100.0)	171.17	0.00*
มีนวัตกรรมใหม่	- (0.0)	- (0.0)	32 (100.0)	32 (100.0)	5.89	0.05
ชื่อเสียงผู้ประกอบการ	- (0.0)	- (0.0)	88 (100.0)	88 (100.0)	19.13	0.00*
ราคาถูก	21 (5.3)	37 (9.3)	342 (85.5)	400 (100.0)	38.61	0.00*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.105 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านแรงจูงใจในการจับจ่ายใช้สอยกับรูปแบบการชำระที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ต้องการซื้อของราคาถูกสนใจซื้อบ้านผู้สูงอายุโดยการผ่อนชำระกับโครงการมากที่สุด จำนวน 342 คน คิดเป็นร้อยละ 85.5

สมมติฐานที่ 4.5 ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านการติดตามข้อมูลข่าวสารกับช่วงอายุที่สนใจซื้อโครงการบ้านผู้สูงอายุโดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H₀: การติดตามข้อมูลข่าวสารไม่มีอิทธิพลต่อช่วงอายุที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H₁: การติดตามข้อมูลข่าวสารมีอิทธิพลต่อช่วงอายุที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.106

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อด้านการติดตามข้อมูลข่าวสารกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ

ด้านการติดตามข้อมูลข่าวสาร	ช่วงอายุที่สนใจซื้อโครงการบ้านผู้สูงอายุ						Chi - Square	p-value
	40-45	46-50	51-60	61-65	มากกว่า 65 ปี	รวม		
ไม่ค่อยติดตาม	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	11 (18.3)	49 (81.7)	60 (100.0)	29.62	0.00*
ติดตามบางครั้ง	37 (12.1)	17 (5.6)	24 (7.9)	21 (6.9)	206 (67.5)	305 (100.0)		
ติดตามสม่ำเสมอ	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	11 (100.0)	11 (100.0)		
รวม	37 (9.8)	17 (4.5)	24 (6.4)	32 (8.5)	266 (70.7)	376 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.106 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านติดตามข้อมูลข่าวสารกับช่วงอายุที่สนใจซื้อโครงการบ้านผู้สูงอายุพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ติดตามข้อมูลข่าวสารบางครั้งสนใจซื้อบ้านในช่วงอายุมากกว่า 65 ปี จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5

สมมติฐานที่ 4.6 ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านการติดตามข้อมูลข่าวสารกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : การติดตามข้อมูลข่าวสารไม่มีอิทธิพลต่อประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : การติดตามข้อมูลข่าวสารมีอิทธิพลต่อประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.107

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางจิตวิทยาด้านการติดตามข้อมูลข่าวสารกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ

การติดตาม ข้อมูล ข่าวสาร	ประเภทที่อยู่อาศัย						Chi - Square	p-value
	บ้าน เดี่ยวชั้น เดียว	บ้าน เดี่ยว สองชั้น	บ้าน แฝด	ทาว เฮ้าส์	คอนโด มีเนียม	รวม		
ไม่ค่อย ติดตาม	35 (58.3)	14 (23.3)	- (0.0)	8 (13.3)	3 (5.0)	60 (100.0)	114.29	0.00*
ติดตาม บางครั้ง	52 (17.0)	76 (24.9)	58 (19.0)	70 (23.0)	49 (16.1)	305 (100.0)		
ติดตาม สม่ำเสมอ	- (0.0)	22 (100.0)	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	22 (100.0)		
รวม	87 (22.5)	112 (28.9)	58 (15.0)	78 (20.2)	52 (13.4)	384 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.107 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านการติดตามข้อมูลข่าวสารกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ติดตามข้อมูลข่าวสารบางครั้งสนใจซื้อบ้านเดี่ยวสองชั้นมากที่สุด จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 24.9

สมมติฐานที่ 4.7 ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านการติดตามข้อมูลข่าวสารกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : การติดตามข้อมูลข่าวสารไม่มีอิทธิพลต่อระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : การติดตามข้อมูลข่าวสารมีอิทธิพลต่อระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.108

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางจิตวิทยาด้านการติดตามข้อมูลข่าวสารกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ

การติดตามข้อมูลข่าวสาร	ระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ					Chi - Square	p-value
	ไม่เกิน 1,000,000	1,000,001-2,000,000	2,000,001-3,000,000	5,000,001-10,000,000	รวม		
ไม่ค่อยติดตาม	- (0.0)	35 (58.3)	25 (41.7)	- (0.0)	60 (100.0)	19.73	0.00*
ติดตามบางครั้ง	50 (16.9)	140 (47.3)	98 (33.1)	8 (2.7)	296 (100.0)		
ติดตามสม่ำเสมอ	- (0.0)	11 (50.0)	11 (50.0)	- (0.0)	22 (100.0)		
รวม	50 (13.2)	186 (49.2)	134 (35.4)	8 (2.1)	378 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.108 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านการติดตาม

ข้อมูลข่าวสารกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ติดตามข้อมูลข่าวสารบางครั้งสนใจซื้อบ้านระดับราคา 1,000,001-2,000,000 บาทมากที่สุด จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3

สมมติฐานที่ 4.8 ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านการติดตามข้อมูลข่าวสารกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : การติดตามข้อมูลข่าวสารไม่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

H_1 : การติดตามข้อมูลข่าวสารมีอิทธิพลต่อรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.109

แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางจิตวิทยาด้านการติดตามข้อมูลข่าวสารกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ

การติดตาม ข้อมูลข่าวสาร	รูปแบบการชำระเงิน				Chi - Square	p-value
	เงินสด	ผ่อนกับ ธนาคาร	ผ่อนกับ โครงการ	รวม		
ไม่ค่อยติดตาม	- (0.0)	- (0.0)	60 (100.0)	60 (100.0)	57.76	0.00*
ติดตามบางครั้ง	21 (6.6)	37 (11.6)	260 (81.8)	318 (100.0)		
ติดตาม สม่ำเสมอ	- (0.0)	- (0.0)	22 (100.0)	22 (100.0)		
รวม	21 (5.3)	37 (9.3)	342 (85.5)	400 (100.0)		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.109 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านการติดตาม

ข้อมูลข่าวสารกับรูปแบบการชำระที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ติดตามข้อมูลข่าวสารบางครั้งสนใจซื้อบ้านผู้สูงอายุโดยการผ่อนชำระกับโครงการมากที่สุด จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 81.8 ตารางที่ 4.110

สรุปการวิเคราะห์สมมติฐาน

พฤติกรรมการตัดสินใจ	ช่วงอายุที่สนใจซื้อ	ประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ	ระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ	รูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ
สมมติฐาน				
ปัจจัยส่วนบุคคล				
เพศ	√	√	√	√
อายุ	√	√	√	√
สถานภาพสมรส	√	√	√	√
อาชีพ	√	√	√	√
ระดับการศึกษา	√	√	√	√
รายได้	√	√	√	√
ปัจจัยทางวัฒนธรรม				
บุคคลที่พักอาศัย	√	√	√	√
ขนาดครอบครัว	√	√	√	√
ปัจจัยทางสังคม				
ความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรม	√	√	√	√
งานอดิเรกที่ชื่นชอบ	√	√	√	√
รูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทย	√	√	√	√
ปัจจัยทางจิตวิทยา				
แรงจูงใจในการใช้จ่ายใช้สอย	√	√	√	√
การติดตามข้อมูลข่าวสาร	√	√	√	√

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.111

ตารางสรุปตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการผู้สูงอายุ

ตัวแปร	พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการผู้สูงอายุ	
	ค่าความสัมพันธ์	Sig.
เพศกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ	32.524	0.00*
เพศกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ	61.838	0.00*
เพศกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ	53.83	0.00*
เพศกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ	26.62	0.00*
อายุกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ	349.07	0.00*
อายุกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ	300.82	0.00*
อายุกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ	308.45	0.00*
อายุกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ	175.19	0.00*
สถานภาพสมรสกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ	211.62	0.00*
สถานภาพสมรสกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ	318.05	0.00*
สถานภาพสมรสกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ	92.94	0.00*
สถานภาพสมรสกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ	10.215	0.04*
อาชีพกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ	455.06	0.00*
อาชีพกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ	421.39	0.00*
อาชีพกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ	431.28	0.00*
อาชีพกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ	290.99	0.00*
ระดับการศึกษากับช่วงอายุที่สนใจซื้อ	264.06	0.00*
ระดับการศึกษากับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ	136.42	0.00*
ระดับการศึกษากับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ	175.80	0.00*
ระดับการศึกษากับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ	130.43	0.00*
รายได้กับช่วงอายุที่สนใจซื้อ	247.43	0.00*
รายได้กับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ	343.68	0.00*
รายได้กับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ	605.75	0.00*
รายได้กับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ	467.56	0.00*

ตารางที่ 4.111

ตารางสรุปตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการผู้สูงอายุ (ต่อ)

ตัวแปร	พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้าน โครงการผู้สูงอายุ	
	ค่าความสัมพันธ์	Sig.
บุคคลที่พักอาศัยกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ	51.21	0.00*
บุคคลที่พักอาศัยกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ	216.86	0.00*
บุคคลที่พักอาศัยกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ	62.10	0.00*
บุคคลที่พักอาศัยกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ	58.14	0.00*
ขนาดของครอบครัวกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ	73.39	0.00*
ขนาดของครอบครัวกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ	206.22	0.00*
ขนาดของครอบครัวกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ	116.82	0.00*
ขนาดของครอบครัวกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ	57.76	0.00*
ความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ	33.37	0.00*
ความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ	172.09	0.00*
ความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ	108.45	0.00*
ความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ	22.86	0.00*
งานอดิเรกที่ชื่นชอบกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ	187.22	0.00*
งานอดิเรกที่ชื่นชอบกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ	32.62	0.00*
งานอดิเรกที่ชื่นชอบกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ	92.30	0.00*
งานอดิเรกที่ชื่นชอบกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ	74.44	0.00*
รูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ	84.67	0.00*
รูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ	27.23	0.00*

ตารางที่ 4.111

ตารางสรุปตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการผู้สูงอายุ (ต่อ)

ตัวแปร	พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้าน โครงการผู้สูงอายุ	
	ค่าความสัมพันธ์	Sig.
รูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยกับระดับ ราคาบ้านที่สนใจซื้อ	10.33	0.02*
รูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยกับรูปแบบ การชำระเงินที่สนใจซื้อ	2.64	0.27
แรงจูงใจในการจับจ่ายใช้สอยกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ	63.81	0.00*
แรงจูงใจในการจับจ่ายใช้สอยกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ	36.17	0.00*
แรงจูงใจในการจับจ่ายใช้สอยกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ	116.49	0.00*
แรงจูงใจในการจับจ่ายใช้สอยกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ	38.61	0.00*
การติดตามข้อมูลข่าวสารกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ	29.62	0.00*
การติดตามข้อมูลข่าวสารกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ	114.29	0.00*
การติดตามข้อมูลข่าวสารกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ	19.73	0.00*
การติดตามข้อมูลข่าวสารกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ	57.76	0.00*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.110 และ 4.111 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทาง
วัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้าน
ด้านช่วงอายุที่สนใจซื้อ ประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ ระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ และรูปแบบการ
ชำระเงินที่สนใจซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม จิตวิทยา และพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อพฤติกรรมตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร และ (3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางจิตวิทยามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครโดยสามารถสรุปและอภิปรายผลการศึกษาวิจัยได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 60.8 มีอายุระหว่าง 40-45 ปี ร้อยละ 61.4 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 63.9 ส่วนใหญ่ไม่มีบุตรและมีบุตรจำนวน 2 คน ร้อยละ 31.5 อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 29.7 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 57.0 รายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท ร้อยละ 38.4 แหล่งที่มาของรายได้เป็นการทำประกันชีวิต สุขภาพ และอุบัติเหตุ ร้อยละ 65.3 นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 98.0 มีสุขภาพสมบูรณ์ปราศจากโรคภัย ร้อยละ 65.8 มีชีวิตอย่างพอเพียงร้อยละ 95.3 และที่พักอาศัยเป็นบ้านเดี่ยว ร้อยละ 37.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางวัฒนธรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พักกับคู่สมรส ร้อยละ 58.8 มีครอบครัวขนาดกลาง (ไม่เกิน 4 คน) ร้อยละ 47.0 มีสัญชาติไทย ร้อยละ 100.0 ชอบรับประทานอาหารไทย ร้อยละ 97.7 ชอบฟังดนตรีประเภทไทยสากล ร้อยละ 71.2

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เป็นสมาชิกกลุ่ม/ชมรม ร้อยละ 68.0 ไม่เคยทำกิจกรรม ร้อยละ 68.0 ส่วนใหญ่ชอบทำกิจกรรมร่วมกับญาติพี่น้อง ร้อยละ 74.0 ชอบใช้ชีวิตอยู่ในชนบทร้อยละ 69.5 ส่วนใหญ่ชอบเข้าวัดฟังธรรม ไปโบสถ์ มีสยิด ร้อยละ 56.3 ชอบจับจ่ายใช้สอยในตลาด/ตลาดนัดข้างบ้าน ร้อยละ 56.7 ไม่เคยเดินทางไปต่างประเทศ ร้อยละ 90.3 สนใจโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุร้อยละ 94.0 เห็นว่าเป็นโครงการที่เหมาะสมกับคนไทย ร้อยละ 96.2 เห็นว่าเป็นโครงการที่ยกระดับคุณภาพชีวิตดีขึ้น ร้อยละ 91.7 โดยมีแรงจูงใจด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ร้อยละ 95.3 มีความพึงพอใจในชุมชนที่พักอาศัยในปัจจุบัน ร้อยละ 94.0 มีความพึงพอใจในบริการ ด้านให้ความรู้/อาชีพแก่ผู้สูงอายุ ร้อยละ 38.0 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางจิตวิทยาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการติดตามข้อมูลข่าวสารบางครั้ง ร้อยละ 79.5 บ้านพักปัจจุบันส่วนใหญ่ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ร้อยละ 92.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สามารถเดินหรือเคลื่อนที่ได้เอง ร้อยละ 100.0 รู้จักโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุ ร้อยละ 91.8 รู้จักรูปแบบบ้านผู้สูงอายุว่าเป็นบ้านที่ออกแบบพิเศษสำหรับผู้สูงอายุ เช่น มีการติดตั้งสัญญาณฉุกเฉินในห้องนอน ห้องรับแขก ห้องน้ำ ติดตั้งโทรศัพท์ภายใน ห้องน้ำกว้างเป็นพิเศษ เป็นต้น ร้อยละ 89.8 รับรู้ว่าระดับคุณภาพของบ้านพักผู้สูงอายุของไทยอยู่ในต่ำกว่าระดับสากล ร้อยละ 88.3 สนใจแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้อื่นบางครั้ง ร้อยละ 76.5 สนใจการดูแลรักษาสุขภาพบางครั้ง ร้อยละ 54.0 และเห็นด้วยกับด้านการปรับโครงสร้างครอบครัวของไทยเป็นครอบครัวเดี่ยว ร้อยละ 91.3 ส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยว่าบุตรหลานต้องดูแลเมื่อยามสูงอายุด้วยการพักอาศัยอยู่ร่วมกันร้อยละ 63.0 โดยเชื่อมั่นว่าสามารถดำเนินชีวิตตามลำพังได้ ร้อยละ 96.8 ไม่เห็นด้วยว่าบ้านที่ท่านพักอาศัยจำเป็นต้องอยู่ใกล้หรือบริเวณเดียวกันกับบ้านพ่อแม่พี่น้อง ร้อยละ 85.5 เห็นด้วยว่าโครงการบ้านผู้สูงอายุคำนึงถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในทุกด้าน ร้อยละ 100.0 และมีความพึงพอใจในการใช้ชีวิตผู้สูงอายุในโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุ ร้อยละ 100.0

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุในช่วงวัยมากกว่า 65 ปี ร้อยละ 70.5 โดยมีการยอมรับด้วยการฝากธนาคารเป็นประจำทุกเดือน ร้อยละ 51.0 สนใจซื้อบ้านในโครงการแบบบ้านเดี่ยวสองชั้น ร้อยละ 28.9 สนใจซื้อเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง ร้อยละ 100.0 ระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ ราคา 1,000,001-2,000,000 บาท ร้อยละ 49.2 สถานที่ตั้งโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุที่สนใจซื้อ อยู่ในชนบท ร้อยละ 55.0 สนใจซื้อโครงการบ้านที่มีรถโดยสารวิ่งผ่านหลายสาย ร้อยละ 91.5 ส่วนใหญ่

ได้รับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 73.3 เห็นว่าคู่สมรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ร้อยละ 55.5 ส่วนใหญ่สนใจซื้อให้กับตนเอง ร้อยละ 54.0 เหตุผลในการตัดสินใจซื้อต้องการความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินร้อยละ 68.0 สิ่งแวดล้อมภายในโครงการแบบใดที่สนใจซื้อเป็นสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติที่ดี เช่น มีสวนและต้นไม้ที่ร่มรื่น เป็นต้นร้อยละ 87.0 และรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ เป็นการชำระรายงวดกับโครงการ ร้อยละ 85.5 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางจิตวิทยาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านเพศกับช่วงอายุที่สนใจซื้อพบว่า เพศหญิงช่วงอายุมากกว่า 65 ปี คิดเป็นร้อยละ 64.1มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณมากกว่าเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านเพศกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ โดยรวมมีความสนใจซื้อบ้านเดี่ยวสองชั้นมากที่สุด จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 แต่เมื่อแยกเป็นรายด้านพบว่า เพศหญิง มีความสนใจซื้อบ้านประเภทบ้านเดี่ยวสองชั้นและทาวเฮ้าส์ จำนวนประเภทละ 65 คน หรือร้อยละ 29.5 ส่วนเพศชายสนใจซื้อประเภทบ้านเดี่ยวสองชั้นและคอนโดมิเนียม จำนวน 47 คนและ 34 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 และ ร้อยละ 22.7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านเพศกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อพบว่า ส่วนใหญ่เพศชาย มีความสนใจซื้อระดับราคา 1,000,001-2,000,000 บาทมากที่สุด จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านเพศกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อพบว่า ส่วนใหญ่เพศหญิงสนใจซื้อโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุโดยการผ่อนกับโครงการ มากที่สุด จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 78.5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.5 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านอายุกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีอายุ 46-50 ปีสนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณในช่วงอายุมากกว่า 65 ปี จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 82.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.6 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านอายุกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีช่วงอายุ 40-45 ปี สนใจซื้อบ้านเดี่ยวสองชั้นมากที่สุด จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.7 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านอายุกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีอายุ 40-45 ปีเป็นผู้ที่มีความสนใจซื้อระดับราคา 2,000,001-3,000,000 บาท มากที่สุด จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 44.7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.8 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านอายุกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อพบว่า ส่วนใหญ่ช่วงอายุ 40-45 ปี สนใจผ่อนกับโครงการมากที่สุด จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 89.1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.9 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านสถานภาพสมรสกับช่วงอายุที่สนใจซื้อพบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีสถานภาพสมรส ในช่วงอายุมากกว่า 65 ปี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 74.3 มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณมากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.10 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านสถานภาพสมรสกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีสถานภาพสมรสจะเลือกซื้อโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุประเภทบ้านเดี่ยวสองชั้นมากที่สุด จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.11 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านสถานภาพสมรสกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีสถานภาพสมรส มีความสนใจซื้อระดับราคา 2,000,001-3,000,000 บาทมากที่สุด จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 49.4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.12 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านสถานภาพสมรสกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีสถานภาพสมรส สนใจรูปแบบการชำระเงินโดยการผ่อนกับโครงการมากที่สุด จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 85.2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.13 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านอาชีพกับช่วงอายุที่สนใจซื้อพบว่า ส่วนใหญ่พนักงานบริษัทเอกชนมีความสนใจซื้อโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุช่วงอายุมากกว่า 65 ปีมากที่สุด จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 87.4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.14 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านอาชีพกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่พนักงานบริษัทเอกชน สนใจซื้อโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุประเภทบ้านเดี่ยวสองชั้นมากที่สุด จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 59.7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.15 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านอาชีพกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมีความสนใจซื้อระดับราคา 2,000,001-3,000,000 บาทมากที่สุด จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 76.5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.16 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านอาชีพกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ พบว่า

ส่วนใหญ่พนักงานบริษัทเอกชนสนใจพ่อนกับโครงการมากที่สุด จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 89.1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.17 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านระดับการศึกษากับช่วงอายุที่สนใจซื้อพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณช่วงอายุมากกว่า 65 ปี มากที่สุด จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 84.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.18 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านระดับการศึกษากับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีสนใจซื้อโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุประเภทบ้านเดี่ยว ชั้นเดียวมากที่สุด จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.19 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านระดับการศึกษากับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีสนใจซื้อบ้านระดับราคา 1,000,001-2,000,000 บาท มากที่สุด จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 62.1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.20 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านระดับการศึกษากับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีสนใจพ่อนกับโครงการมากที่สุด จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 96.5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.21 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านรายได้กับช่วงอายุที่สนใจซื้อพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 30,001-35,000 บาท สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณมากที่สุดในช่วงอายุมากกว่า 65 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 87.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.22 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านรายได้กับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อพบว่า

ส่วนใหญ่ผู้ที่มีรายได้ 30,001-35,000 บาทสนใจซื้อโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุประเภทบ้านเดี่ยวสองชั้นมากที่สุด จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.23 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านรายได้กับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาทสนใจซื้อบ้านระดับราคา 1,000,001-2,000,000 บาทมากที่สุด จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 97.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.24 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านรายได้กับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาทสนใจผ่อนกับโครงการมากที่สุดจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2.1 ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านบุคคลที่พักอาศัยกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้สูงอายุในช่วงอายุมากกว่า 65 ปีสนใจซื้อโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเพื่อพักอาศัยกับบุตรชายมากที่สุด จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 70.7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.2 ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านบุคคลที่พักอาศัยกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่พักอยู่กับคู่สมรสสนใจซื้อบ้านเดี่ยวสองชั้นมากที่สุด จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.3 ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านบุคคลที่พักอาศัยกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีอยู่ลำพังคนเดียวสนใจซื้อบ้านระดับราคา 1,000,001-2,000,000 บาท จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 68.7 และผู้ที่อยู่กับบุตรสาวสนใจซื้อบ้านระดับราคา 2,000,001-3,000,000 บาท จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.4 ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านบุคคลที่พักอาศัยกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่อยู่กับคู่สมรสสนใจซื้อบ้านผู้สูงอายุโดยการผ่อนชำระกับโครงการมากที่สุด จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 94.5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.5 ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านขนาดของครอบครัวกับช่วงอายุที่สนใจซื้อพบว่า ครอบครัวขนาดกลางมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อในช่วงอายุมากกว่า 65 ปีมากที่สุด จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 78.0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.6 ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านขนาดของครอบครัวกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อพบว่า ครอบครัวขนาดเล็กสนใจซื้อทาวเฮ้าส์มากที่สุด จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.7 ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านขนาดของครอบครัวกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ พบว่า ครอบครัวขนาดเล็กสนใจซื้อบ้านระดับราคา 1,000,001-2,000,000 บาทมากที่สุด จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 69.7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.8 ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านขนาดของครอบครัวกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อพบว่า ครอบครัวขนาดเล็กสนใจซื้อบ้านผู้สูงอายุโดยการผ่อนชำระกับโครงการมากที่สุด จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 89.0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3.1 ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมกับช่วงอายุที่สนใจซื้อพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ไม่เคยทำกิจกรรมสนใจซื้อบ้านในช่วงอายุมากกว่า 65 ปี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 65.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3.2 ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ไม่เคยทำกิจกรรมสนใจซื้อบ้านเดี่ยวชั้นเดียวมากที่สุด จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 33.6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3.3 ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ไม่เคยทำกิจกรรมสนใจซื้อบ้านระดับราคา 1,000,001-2,000,000 บาทมากที่สุด จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 63.2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3.4 ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ไม่เคยทำกิจกรรมสนใจซื้อบ้านผู้สูงอายุ โดยการผ่อนชำระกับโครงการมากที่สุด จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 86.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3.5 ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านงานอดิเรกที่ชื่นชอบกับช่วงอายุที่สนใจซื้อพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ชอบทำกิจกรรมร่วมกับคนอื่นมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อในช่วงอายุมากกว่า 65 ปี จำนวน 243 คน ร้อยละ 88.7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3.6 ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านงานอดิเรกที่ชื่นชอบกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ทำกิจกรรมร่วมกับผู้อื่นสนใจซื้อบ้านเดี่ยวสองชั้นมากที่สุด จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3.7 ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านงานอดิเรกที่ชื่นชอบกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ทำกิจกรรมร่วมกับผู้อื่นสนใจซื้อบ้านระดับราคา 1,000,001-2,000,000 บาท มากที่สุด จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 52.6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3.8 ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านงานอดิเรกที่ชื่นชอบกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ทำกิจกรรมร่วมกับผู้อื่นสนใจซื้อบ้านผู้สูงอายุโดยการผ่อนชำระกับโครงการมากที่สุด จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 95.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3.9 ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านรูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยกับช่วงอายุที่สนใจซื้อพบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่ารูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยช่วงอายุมากกว่า 65 ปี จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 72.6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3.10 ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านรูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่าบ้านประเภทบ้านเดี่ยวสองชั้นเหมาะสมกับคนไทยมากที่สุด จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 30.1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3.11 ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านรูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อพบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่าระดับราคาบ้านที่เหมาะสมกับคนไทย คือ ระดับราคา 1,000,001-2,000,000 บาทมากที่สุด จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 50.1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3.12 ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านรูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ พบว่า ด้านรูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 4.1 ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านแรงจูงใจในการจับจ่ายใช้สอยกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการจับจ่ายใช้สอยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในการซื้อบ้านช่วงอายุมากกว่า 65 ปี จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 72.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4.2 ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านแรงจูงใจในการจับจ่ายใช้สอยกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสนใจซื้อบ้านเดี่ยวสองชั้นมากที่สุด จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4.3 ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านแรงจูงใจในการจับจ่ายใช้สอยกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสนใจซื้อบ้านระดับราคา 1,000,001-2,000,000 บาทมากที่สุด จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4.4 ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านแรงจูงใจในการจับจ่ายใช้สอยกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ต้องการซื้อของราคาถูกลงสนใจซื้อบ้านผู้สูงอายุโดยการผ่อนชำระกับโครงการมากที่สุด จำนวน 342 คน คิดเป็นร้อยละ 85.5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4.5 ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านการติดตามข้อมูลข่าวสารกับช่วงอายุที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ติดตามข้อมูลข่าวสารบางครั้งสนใจซื้อบ้านในช่วงอายุมากกว่า 65 ปี จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4.6 ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านการติดตามข้อมูลข่าวสารกับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ติดตามข้อมูลข่าวสารบางครั้งสนใจซื้อบ้านเดี่ยวสองชั้นมากที่สุด จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 24.9 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4.7 ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านการติดตามข้อมูลข่าวสารกับระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ติดตามข้อมูลข่าวสารบางครั้งสนใจซื้อบ้านระดับราคา 1,000,001-2,000,000 บาทมากที่สุด จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4.8 ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานครด้านการติดตามข้อมูลข่าวสารกับรูปแบบการชำระเงินที่สนใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ติดตามข้อมูลข่าวสารบางครั้งสนใจซื้อบ้านผู้สูงอายุโดยการผ่อนชำระกับโครงการมากที่สุด จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 81.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณได้ ดังนี้

5.2.1 ระดับปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ หลังวัยเกษียณได้ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นคนสัญชาติไทย การศึกษาระดับปริญญาตรี มีครอบครัวขนาดกลาง (ไม่เกิน 4 คน) ชอบรับประทานอาหารไทย ชอบฟังดนตรีประเภทไทยสากล และชอบที่จะพักอาศัยร่วมกับคู่สมรส แสดงให้เห็นว่า ครอบครัวไทยจากอดีตจนถึงปัจจุบันมีความเปลี่ยนแปลงไป

พอสมควร ในอดีตครอบครัวคนไทยจะมีลักษณะเป็นครอบครัวใหญ่ คือมีพ่อ แม่ ปู่ ย่า ตา ยาย ลุง ป้า น้า อา ซึ่งอยู่รวมกันอย่างใกล้ชิด และก็จะมิมีบทบาทมากในครอบครัว เช่น ช่วยกันเลี้ยงหลาน แต่ในปัจจุบัน จะเห็นว่าครอบครัวจะเปลี่ยนเป็นลักษณะของครอบครัวเดี่ยวก็คือ พ่อแม่อยู่กันตามลำพัง กับลูก ๆ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ รศ. ดร.วรวุฒิ สุวรรณระดา คณบดีวิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า ปัจจุบันแนวโน้มโครงสร้างทางประชากรของสังคมไทยกำลังมุ่งสู่สังคมผู้สูงอายุซึ่งนอกจากจะเป็นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรแล้วนั้น แต่ขณะเดียวกัน ประเทศไทยก็กำลังประสบกับภาวะเจริญพันธุ์ที่ต่ำลง หรือที่เรียกว่าภาวะการมีบุตรน้อย จึงทำให้คู่สมรสส่วนใหญ่ต้องอยู่ด้วยกันตามลำพัง นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้สูงอายุในอนาคตจะเป็นผู้สูงอายุที่มีคุณภาพมากขึ้น สะท้อนได้จากกรณีการพึ่งดนตรีไทยสากล ซึ่งสอดคล้องกับบทความของ อติภพ ภัทรเดชไพศาล ในคอลัมภ์เวียงวิภาช (หนังสือพิมพ์สยามรัฐรายวัน, 2554) ที่กล่าวว่า ในเรื่องประเด็นการศึกษาของคนไทยในปัจจุบันพบว่า ส่วนใหญ่เป็นคนที่มีการศึกษาและอยู่ในชนชั้นกลาง-สูง ซึ่งเห็นได้จากปรากฏการณ์ของวงสุนทราภรณ์เป็นปรากฏการณ์ที่น่าศึกษาเพราะชี้ให้เห็นรอยต่อของสังคมไทยระหว่างยุคเก่ากับยุคใหม่ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังชี้ให้เห็นด้วยว่าวัฒนธรรมต่างๆ ย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามกลุ่มบุคคลที่เป็น “กำลังซื้อ” ในแต่ละยุคแต่ละสมัยทั้งสิ้น และสอดคล้องกับ วิกีพี เดีย (2558) กล่าวว่า วัฒนธรรมส่วนหนึ่งสามารถแสดงออกผ่าน ดนตรี วรรณกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม การละครและภาพยนตร์ ทั้งนี้ จึงเห็นได้ว่าคนไทยก็มีการเตรียมความพร้อมเพื่อเกษียณอายุเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ประสบ รัตนกร (2530: 78) ที่สนับสนุนให้ข้าราชการเตรียมความพร้อมตั้งแต่อายุ 40 ปี

5.2.2 ระดับปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่ ชอบทำกิจกรรมร่วมกับญาติพี่น้อง ชอบใช้ชีวิตอยู่ในชนบท เข้าวัดฟังธรรม ไปโบสถ์ มัสยิด จับจ่ายใช้สอยในตลาด/ตลาดนัดข้างบ้าน สนใจโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุ โดยเห็นว่าเป็นโครงการที่เหมาะสมกับคนไทย เป็นโครงการที่ยกระดับคุณภาพชีวิตดีขึ้น แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมการดำเนินชีวิตของคนไทยมีผลต่อผลิตภัณฑ์และตราสินค้าที่บุคคลนั้นจะเลือกใช้ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของนันทสารี สุขโตและคณะ (2555: 80-92) สรุปได้ว่า พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค (consumer buyer behavior) หมายถึง พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคขั้นสุดท้ายได้แก่ บุคคลและครัวเรือนที่ซื้อสินค้าและบริการเพื่อการบริโภคส่วนตัว ซึ่งมีผลกระทบต่อทางเลือกผลิตภัณฑ์และบริการ ดังนั้นนักการตลาดจำเป็นต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์และแผนการตลาดที่เหมาะสมสำหรับแต่ละชั้นของวัฏจักรชีวิตเพราะผู้บริโภคไม่ได้ซื้อเพียงแค่ผลิตภัณฑ์ แต่พวกเขาจะซื้อค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ผลิตภัณฑ์นั้นแสดงให้เห็นด้วย

5.2.3 ระดับปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่สามารถดำเนินชีวิตตามลำพังได้ ไม่เห็น

ด้วยว่าบุตรหลานต้องดูแลเมื่อยามสูงอายุด้วยการพักอาศัยอยู่ร่วมกัน โดยรู้จักโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุว่าเป็นบ้านที่ออกแบบพิเศษสำหรับผู้สูงอายุ คำนึงถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในทุกด้าน สนใจซื้อโครงการในชนบทที่มีธรรมชาติแวดล้อมเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง และมีความพึงพอใจในการใช้ชีวิตผู้สูงอายุในโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุ โดยเหตุผลหลักในการตัดสินใจซื้อต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน แสดงให้เห็นว่า คนไทยปัจจุบันมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกิดความเชื่อและทัศนคติผ่านการเรียนรู้ ซึ่งความเชื่อนั้นมีอิทธิพลต่อผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ธงชัย สันติวงษ์ (2540: 107) กล่าวว่าผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ โดยการเข้าใจถึงสาเหตุต่าง ๆ ที่มีผลในการจูงใจหรือกำกับการตัดสินใจของผู้บริโภคนั่นเอง และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชมพูนุท ตันติถาวร (2551) เรื่อง สภาพการอยู่อาศัยของผู้สูงอายุในเมืองสุภาพดี กรณีศึกษาโครงการบางไทร ฮอสปีเฮอร์ส จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ทำเลที่เหมาะสมสำหรับโครงการบ้านผู้สูงอายุควรเป็นจังหวัดปริมณฑลที่มีความสงบเงียบ เหตุผลหลักที่ซื้อบ้านคือ คาดหวังที่จะรับบริการทางการแพทย์ในอนาคต และใช้อยู่อาศัยถาวร ต้องการซื้อบ้านเป็นกรรมสิทธิ์ตลอดไป ไม่ชอบพึ่งพาผู้อื่น

5.2.4 ระดับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่สนใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุในช่วงวัยมากกว่า 65 ปี โดยมีการออมทรัพย์ด้วยการฝากธนาคารเป็นประจำทุกเดือน แบบบ้านที่สนใจซื้อเป็นบ้านเดี่ยวสองชั้น ระดับราคาบ้านที่สนใจซื้อ ราคา 1,000,001-2,000,000 บาท โดยสนใจซื้อให้กับตนเอง ซึ่งเหตุผลในการตัดสินใจซื้อต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน แสดงให้เห็นว่า ส่วนใหญ่มีการวางแผนและเตรียมความพร้อมเพื่อใช้ชีวิตหลังเกษียณอายุอย่างมีคุณภาพตั้งแต่วัยกลางคนเพราะเห็นว่าการเตรียมความพร้อมด้านที่อยู่อาศัยเป็นสิ่งสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่ง การหวังพึ่งลูกหลานในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันเป็นเรื่องค่อนข้างลำบาก สอดคล้องกับแนวคิดของบรรลุ ศิริพานิช (2550) กล่าวว่า แนวคิดในการวางแผนเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุด้านที่อยู่อาศัยต้องคำนึงถึงคือ

1. ลักษณะการอยู่อาศัย ควรวางแผนล่วงหน้าว่าจะใช้ชีวิตหลังเกษียณอยู่กับใคร อยู่กับคู่สมรส อยู่กับลูกหลาน อยู่กับญาติพี่น้อง หรืออยู่ตามลำพังคนเดียว
2. สถานที่ตั้งที่อยู่อาศัย ต้องสะดวกในการเดินทาง อยู่ใกล้แหล่งชุมชน
3. สภาพที่อยู่อาศัย ต้องจัดบ้านและสิ่งแวดล้อมให้เหมาะสมกับสภาพร่างกายและข้อจำกัดของวัยสูงอายุ เพื่อลดอันตรายและอุบัติเหตุ

5.2.5 ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยสังคม และปัจจัยจิตวิทยาที่มีอิทธิพลพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการศึกษาสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ด้าน ดังนี้

5.2.5.1 ด้านปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้มีความสัมพันธ์กับช่วงอายุ ประเภทที่อยู่อาศัย สถานที่ตั้งของโครงการ ระดับราคา บ้าน และรูปแบบการชำระเงิน โดยพบว่า เพศหญิงอายุ 40-45 ปี สถานภาพสมรส ตัดสินใจซื้อบ้าน หลังวัยเกษียณในช่วงอายุมากกว่า 65 ปี ประเภทบ้านเดี่ยวสองชั้น ระดับราคา 2,000,001-3,000,000 บาท และสามารถผ่อนชำระเป็นรายงวดได้กับโครงการ แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนชั้นกลางที่มีฐานะทางการเงิน มีค่านิยม และความสามารถในการดูแลตนเองได้ จึงต้องการทางเลือกที่ดีสำหรับการพักอาศัยได้ตลอดชีวิต สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ดุลยปวีณ กรณธ์แสง (2554) พบว่า สังคมผู้สูงอายุในโครงการสววงคนิเวศ 80 เปอร์เซ็นต์เป็นคนโสด และคู่สมรสที่ไม่มีบุตร หรือเป็นหม้าย ที่มีหัวใจสมัยใหม่ อยากรอยู่เป็นส่วนตัว ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มชนชั้นกลาง หลายคนเป็นข้าราชการบำนาญ พนักงานรัฐวิสาหกิจ เป็นผู้มีเงินออมยามเกษียณ คนกลุ่มนี้อาจจะไม่ได้ด้อยโอกาสทางการเงิน แต่ “ด้อยโอกาส” ในแง่ไม่มีใครดูแล เป็นช่องว่างทางสังคมที่ยังขาดการเติมเต็ม

5.2.5.2 ด้านวัฒนธรรม พบว่า บุคคลที่พักอาศัย และขนาดครอบครัวมีความสัมพันธ์กับช่วงอายุที่สนใจซื้อ โดยพบว่า การอยู่ตามลำพังคนเดียวในครอบครัวขนาดกลางมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุในช่วงอายุมากกว่า 65 ปี แสดงให้เห็นว่า ในอนาคตเมื่อประเทศไทยเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ ใน พ.ศ. 2583 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ก็จะมีอายุประมาณ 65-70 ปี ซึ่งเป็นช่วงอายุที่ได้มีการเตรียมความพร้อมและเข้าใจถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตในโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเป็นอย่างดี สอดคล้องกับรายงานการสูงวัยของประชากรไทย พ.ศ. 2557 ของสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า สังคมสูงวัยของประชากรไทยในปี พ.ศ. 2557-2563 เพิ่มขึ้นร้อยละ 83.1 และร้อยละ 113.9 หลังจากนั้นจะเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์และสังคมสูงวัยระดับสุดยอดในปี พ.ศ. 2583

5.2.5.3 ด้านสังคม พบว่า การไม่เคยทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรม หรือมีความถี่ในการทำกิจกรรมน้อยกว่า 1-3 ครั้ง/สัปดาห์ จึงเห็นว่าการทำกิจกรรมร่วมกับคนอื่นในหมู่บ้านผู้สูงอายุมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ โดยเห็นว่าการรูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทย แสดงให้เห็นว่า การออกแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุโดยการเน้น สิ่งอำนวยความสะดวกสบายและศูนย์บริการอย่างครบถ้วนอยู่ในโครงการนั้นเป็นจุดขายสำคัญที่จะช่วยลบภาพลักษณ์การเป็นสถานสงเคราะห์ของบ้านพักคนชรา ให้เป็นการลงทุนเพื่อซื้อบริการที่จำเป็นและรูปแบบชีวิตที่ต้องการในวัยเกษียณอายุสอดคล้องกับแนวคิดของ Kimmel (1980: 107) กล่าวว่า การเตรียมความพร้อมเพื่อเกษียณอายุถือเป็นการวางแผนชีวิตอย่างหนึ่ง และการทำกิจกรรมจะช่วยทำให้ผู้เกษียณอายุรู้สึกว่าคุณค่า (ฮาตา วิมลฉัตรเวที, 2543: 24)

5.2.5.4 ด้านจิตวิทยา พบว่า แรงจูงใจในการใช้จ่ายใช้สอยผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และความทนทานแข็งแรง การติดตามข้อมูลข่าวสาร และรู้จักโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่จะเป็นผู้สูงอายุในอีก 25-30 ปีข้างหน้าให้ความสนใจในการติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการผู้สูงอายุอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งต่อไปจะมีการใช้จ่ายของผู้สูงอายุในกลุ่มนี้เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกับประเทศที่พัฒนาแล้ว สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Economic Intelligence Center [EIC] 2014 พบว่า ในประเทศที่พัฒนาแล้ว การใช้จ่ายของผู้สูงอายุมีขนาดราวร้อยละ 15 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ทั้งนี้ ในปี 2556 ขนาดของเม็ดเงินใช้จ่ายของผู้สูงอายุในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วมีมูลค่าประมาณ 1.1 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือกว่าร้อยละ 15 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก และคาดว่าจะขยายตัวเป็น 1.7 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ภายในปี 2563 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 6 ต่อปี ซึ่งเป็นตลาดที่ค่อนข้างใหญ่ สอดคล้องกับสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย สำหรับ ปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยา ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

5.3.1 จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ไม่ค่อยสนใจติดตามข้อมูลข่าวสารมากนัก ส่วนผู้ที่มีพฤติกรรมสนใจซื้อส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่ติดตามข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ควรส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายได้เตรียมความพร้อมและเข้าใจถึงผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ต้องการนำเสนอมากยิ่งขึ้น

5.3.2 จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ว่ารระดับคุณภาพของบ้านพักผู้สูงอายุของไทยอยู่ในต่ำกว่าระดับสากล ซึ่งส่วนใหญ่ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและความคงทนแข็งแรง ดังนั้น ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์จึงควรให้ความใส่ใจในการเลือกวัสดุก่อสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการเทียบเท่าระดับมาตรฐานสากล

5.3.3 จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าร่วมกลุ่ม และมีความถี่ในการทำกิจกรรมกลุ่มน้อย ดังนั้น ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์จึงควรจัดกิจกรรมให้ผู้สนใจโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุ ได้มีโอกาสเข้าร่วมทำกิจกรรมกลุ่มร่วมกันบ่อยๆ เพื่อสร้างความคุ้นเคยและสร้างแรงจูงใจในการดำเนินชีวิตร่วมกันในโครงการได้อย่างมีความสุข

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

5.4.1 ควรศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล วัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยาที่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของชาวต่างชาติกับคนไทยเพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

5.4.2 ควรศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล วัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยากับส่วนประสมทางการตลาดของโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุ เพื่อสำรวจความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมาย

5.4.3 ควรศึกษาเปรียบเทียบด้านแนวคิดการจัดทำโครงการหมู่บ้านสำหรับผู้สูงอายุของไทยกับต่างประเทศ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบโครงสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวกให้ทัดเทียมกัน



รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*.

กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

เอก ฉนะสิริ. (2536). *ทำอย่างไรชีวิตจะยืนยาวและมีความสุข*. กรุงเทพฯ: บริษัท พลัสลิซซิง จำกัด.

ชูทิพย์ ปานปรีชา. (2540 ตุลาคม 6). *ปรับตัวปรับใจสู้วัยเกษียณ*. มติชน, 17.

ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน. (2551). *การประยุกต์ใช้ SPSS วิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย*.

พิมพ์ครั้งที่ 2. กภาพสินธุ์ : ประสานการพิมพ์.

ธงชัย สันติ. (2540). *การบริหารงานบุคคล*. พิมพ์ครั้งที่ 9 กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

นันทสारी สุขโตและคณะ. (2555). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: บริษัท เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น

อินโดไชน่า จำกัด.

นฤมล สะอาดโหม, บุษกร วัชรศรีโรจน์ และวาสิตา บุญสาธ. (2551). *CRO ต้องรู้คู่มือบริหารความ*

เสี่ยงองค์กรยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ฐานบุ๊คส์.

บุญเทือง โพธิ์เจริญ. (2551). *แผนที่ชีวิตวัยเกษียณ*. กรุงเทพฯ: ฐานบุ๊ค.

บรรลุ ศิริพานิช. (2550). *คู่มือผู้สูงอายุ: ฉบับเตรียมตัวก่อนสูงอายุ (เตรียมตัวก่อนเกษียณอายุการ*

ทำงาน). กรุงเทพฯ: หมอชาวบ้าน.

ประนอม โอทกานนท์. (2554). *ชีวิตที่สุขสมบูรณ์ของผู้สูงอายุไทย หลักการทำงานวิจัย และบทเรียน*

จากประสบการณ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ประสพ รัตนากร. (2522). *บริการสาธารณสุขสำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ : ม.ป.ท.

วิจิตร บุญยะโหดระ. (2537). *คู่มือเกษียณอายุ*. พิมพ์ครั้งที่ 2.

กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ธรรมสาร.

วิชัย เทียนถาวร และคณะ.(2542). *การพัฒนาครอบครัว*. พิมพ์ครั้งที่3.

กรุงเทพมหานคร: ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.

วิจิต อุ๋อัน. (2550). *การวิจัยและการสืบค้นข้อมูลทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: บริษัท พรินท์แอมป์

(ประเทศไทย) จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*.

กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

ศรีเรือน แก้วกังวาน. (2545). *จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย. เล่ม 2 วัยรุ่น - วัยสูงอายุ.*

พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สถาบันเวชศาสตร์ผู้สูงอายุ. (2548). *คู่มือการอบรมการเตรียมความรู้เมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุ.* นนทบุรี.

สุรศักดิ์ วงศ์รัตนชีวิน รศนา วงศ์รัตนชีวิน และวิชัย บุนแสลง (บรรณาธิการ). (2548). *กัน/แก้ม...แก้ม.*

กรุงเทพฯ: มูลนิธิบัณฑิตยสภาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.

อุทัย สดสุข และคณะ. (2552). *การศึกษาศาสนาการณความสามารถในการปฏิบัติกิจวัตรประจำวัน*

ความต้องการ และคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

บทความวารสาร

ศรีจิตรา บุนนาค. (2549). *เหลียวหน้า แลหลังการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุบริบทเชิงรุกกับ*

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554). ผู้สูงอายุในสังคมแห่ง

ภูมิปัญญาและการเรียนรู้. การประชุมทางวิชาการประจำปี พ.ศ. 2549 ระหว่างวันที่ 1-3

พฤศจิกายน 2549 จัดโดยสมาคมพฤฒาวิทยาและเวชศาสตร์ผู้สูงอายุไทย.

วิทยานิพนธ์

จารุพันธ์ สมบูรณ์สิทธิ์. (2535). *ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากร กิจกรรมการดำเนิน*

ชีวิตประจำวันกับความพึงพอใจในชีวิตของผู้สูงอายุ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ,

มหาวิทยาลัยมหิดล, คณะสาธารณสุขศาสตร์.

ชมพูนุท ตันติถาวร. (2551). *สภาพการอยู่อาศัยของผู้สูงอายุในเมืองสุภาพดี : กรณีศึกษา โครงการ*

บางไทร ฮอสปีทาล์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ,

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, ภาควิชาเคหการ สาขาวิชาเคหการ.

ดารณี คำเจริญ. (2541). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแบบแผนการดำเนินชีวิตของของข้าราชการ*

บำนาญในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล, สาขา

ประชากรศึกษา.

ปัญญาภัทร ภัทรกันทากุล. (2544). *การเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมและความผาสุกทางใจของผู้สูงอายุ.*

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, สาขาวิชาพยาบาลผู้สูงอายุ.

- ปิยรัตน์ เมืองไทย. (2541). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเตรียมตัวต่อการเข้าสู่วัยสูงอายุของข้าราชการสตรีโสด สังกัดราชการส่วนกลาง กระทรวงสาธารณสุข*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล, สาขาประชากรศึกษา.
- วรเวศม์ สุวรรณระดา. (2550). *การศึกษาสถานการณ์ปัจจุบัน ของการสงเคราะห์เพื่อการยังชีพสำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะเศรษฐศาสตร์.
- วสุชัยญาณ์ จันทร์ชู. (2554). *การศึกษาความต้องการของนักลงทุนในการเลือกซื้อห้องชุดพักอาศัย*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, สาขาวิชานวัตกรรมกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี.
- ทองสุข คำธนะ. (2542). *ผลของการเรียนการสอนแบบไขปัญหาเป็นหลักที่มีต่อความสามารถในการแก้ปัญหาทางการพยาบาลของผู้สูงอายุของนักศึกษาพยาบาล วิทยาลัยพยาบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุข*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (สำเนา).
- ภัทรเดช มาเจริญ. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, สาขาวิชาวิศวกรรมโยธา.
- สุนีย์ เจษฆาวารางกุลและคณะ. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์เฮ้าส์ ในโครงการบริษัทวังทองกรู๊ป จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์, สาขาวิชาบริหารธุรกิจบัณฑิต จังหวัดปทุมธานี.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- จับตาเอเชียตะวันออกเฉียง. (2557). *นโยบายสวัสดิการสังคมของสิงคโปร์*. สืบค้นจาก <http://www.eastasiawatch.in.th>.
- ดุลยปวีณ กรณธ์แสง. (2554). *วิมานใกล้ฝั่งไม่หวังพึ่งใคร*. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ (ออนไลน์) สืบค้นจาก <http://www.bangkokbiznews.com>.
- ทามิ ฮาซึโมโตะ. (2557). *โอกาสทอง ลองสเตย์ ไทย-ญี่ปุ่น*. สืบค้นจาก <http://www.longstayatthailand.com>.
- นรินทร์ โอฬารกิจอนันต์. (2558). *เกษียณในเมือง*. ข่าวด่วนธุรกิจ: กรุงเทพธุรกิจ สืบค้นจาก <http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/politics/opinion/human-eco/20130403/498482> เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2558.

- แนวโน้มอุตสาหกรรมการดูแลผู้สูงอายุจากต่างประเทศสู่ไทย. (2557). สืบค้นจาก <http://medicarezine.com>.
- แนวหน้า. (2557). *ผู้สูงอายุไทยและญี่ปุ่น*. คอลัมน์ผู้หญิง สืบค้นจาก <http://www.naewna.com>.
- ปราโมทย์ ประสาทกุล. (2555). *การขับเคลื่อนแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545-2564) ฉบับปรับปรุง ครั้งที่ 1 พ.ศ. 2552 สู่การปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล. สืบค้นจาก <http://www.oppo.opp.go.th>.
- ปราโมทย์ ประสาทกุลและ ปัทมา ว่าพัฒนางศ์. (2555). *โครงสร้างประชากรและการเปลี่ยนแปลง*. สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล สืบค้นจาก <http://www.hiso.or.th>.
- ประเสริฐ ประสมรักษ์. (2555). *สถานการณ์ผู้สูงอายุ*. คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น สืบค้นจาก <http://commed1.md.kku.ac.th>.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2557). *สังคมผู้สูงอายุ: นัยต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ*. สืบค้นจาก <http://www.stou.ac.th>.
- รายงานประจำปี สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย. (2554). สืบค้นจาก http://www.oppo.opp.go.th/info/Report_OlderSituation54-TH.pdf
- วิกิพีเดีย. (2558). *วัฒนธรรม*. สืบค้นจาก h.wikipedia.org/wiki.
- สถาบันวิจัยเพื่อตลาดทุน. (2555). *ทำอย่างไรให้กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการและกองทุนสำรองเลี้ยงชีพตอบโจทย์การออมระยะยาวของคนไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ*. สืบค้นจาก http://www.set.or.th/setresearch/files/cmresearch/CMRI_Research_Paper_2_2555_Marge.pdf.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย สำนักส่งเสริมและพิทักษ์ผู้สูงอายุ (สทส.) สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชน ผู้ด้อยโอกาส และผู้สูงอายุ. (2555). *โครงการวิจัยการประมาณการงบประมาณสำหรับผู้สูงอายุ และแหล่งที่มาของเงิน*. สืบค้นจาก <http://tdri.or.th>.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2554). *อนาคตสังคมสูงอายุไทยยังน่าห่วง*. สืบค้นจาก tdri.or.th/wp-content/uploads/2012/09/pr004.pdf เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2558.
- สำนักวิจัยและสถิติ บริษัท ไทยรับประกันภัยต่อ จำกัด (มหาชน). (2557). *ผู้สูงอายุไทย: เป็นอยู่อย่างไร*. สืบค้นจาก <http://www.thaire.co.th>.
- สุรกุล เจนอบรม. (2534). *เอกสารการสอนวิชาวิทยาการผู้สูงอายุ*. ภาควิชาการศึกษาคนพิการนอกโรงเรียน คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สยามธุรกิจ .(2557). *อลังหาแห่งยุคเนอส์ซิงโฮม เจาะกลุ่มสูงวัยรับมือ "สึนามิคคนแก่"/ทายาท "แบ่ง
 ทราย" ลุยเชียงใหม่*. สืบค้นจาก <http://www.siamturakij.com>.

สยามธุรกิจ. (2558). *เกษียณสบายๆ แบบไหนที่เราอยากได้*. สืบค้นจาก
http://www.siamturakij.com/main/news_content.php?nt=4&nid=6810
 เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2558.

Economic Intelligence Center [EIC]. (2557). *ธุรกิจบริการผู้สูงอายุกับโอกาสของผู้ประกอบการ
 ไทย*. คอลัมน์ Blooming business หนังสือการเงินธนาคาร ฉบับเดือนมิถุนายน. สืบค้นจาก
<https://www.scbeic.com>.

Eldercare. (2557). *แห่งยุคต้อนรับ"สูงอายุ" เกาะเทรนด์คนชราพุ่ง วัสดุปรับดีไซน์เอาใจ*.
 สืบค้นจาก <http://www.eldercarethailand.com/eldercare>

Books and Book Articles

Atchley. (1994). *Social Forces and Aging: An Introduction to Social Gerontology*.
 7th ed. California: Wadsworth Publishing Co.

Birren, J.E. & Renner, V.J. (1977). *Developments in research on the biological and
 behavioral aspects of aging and their implications*. In, A.N. Exton-Smith and
 E.J.Grimley (Eds.), *Care of the elderly*, (pp. 194-224). New York: Grune and
 Stratton.

E-bersole and Hess. (1981). *toward healthy aging: human needs & nursing
 Response*. (6th ed). Washington: Mosby.

E-bersole and Hess. (1981). *toward healthy aging: human needs & nursing
 Response*. (6th ed). Washington: Mosby.

Hall D.A. (1976). *The Aging of Connective Tissue*.New York: A cademic Press.

Kimmel, D.C. (1980). *Adulthood and aging: An interdisciplinary developmental
 view*. New York: Wiley.

Leedy, J.J. and Wynbrandt, J. (1987). *Executive Retirement Management*.
 New York: Facts. On File Publications.

Rovinelli, R.J., & Hambleton, R.K. (1977). *On the use of content specialists in the
 assessment of criterion-referenced test item validity*. Dutch Journal of
 Educational Research.

Papalia, D.E., and Olds, S. W. (1995). *Human Development*. 6th edition.

New York: Mc Graw – Hill Inc.

Taro Yamane. (1973). *Elementary Sampling Theory*. New York: Harper and Row



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

วิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม จิตวิทยา และพฤติกรรมการ
ตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

อาคารคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12121
โทรศัพท์ 0-2986-9434, 0-2986-9605-6 โทรสาร 0-2986-8067 <http://www.ap.tu.ac.th> e-mail: info@arch.tu.ac.th

แบบสอบถาม

วิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม จิตวิทยา และพฤติกรรมการ ตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยากับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการให้ข้อมูลที่เป็นจริงและสอดคล้องกับความเป็นจริงเพื่อผู้ศึกษาจะได้นำข้อมูลที่ได้รับจากท่านมาใช้เป็นแนวทางเบื้องต้นในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ เพื่อให้ผู้ประกอบการด้านอสังหาริมทรัพย์สามารถนำผลการศึกษาไปปรับปรุงและพัฒนาโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณให้สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมในการซื้อของกลุ่มผู้สูงอายุต่อไป และผู้ศึกษาขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้ด้วย

นางสาว ฉันทน์ ฉิม

นักศึกษาปริญญาโท

หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

(นวัตกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์)

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

โทร 084-5577662

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย \surd ลงในช่องว่างที่สอดคล้องกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. 40-45 ปี 2. 46-50 ปี 3. 51-60 ปี
 4. 61-65 ปี 5. มากกว่า 65 ปี

3. สถานภาพสมรส

1. โสด 2. สมรส 3. หย่าร้าง 4. หม้าย 5. แยกกันอยู่

4. จำนวนบุตรในอุปการะ

1. ไม่มี 2. 1 คน 3. 2 คน 4. 3 คน
 5. มากกว่า 3 คนขึ้นไป

5. อาชีพ

1. เกษตรกรรม 2. รับจ้าง
 3. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ 4. พนักงานบริษัทเอกชน
 5. ธุรกิจส่วนตัว 6. อาชีพอื่น โปรดระบุ.....

6. ระดับการศึกษา

1. ไม่ได้เรียนหนังสือ 2. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น
 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 4. อนุปริญญาตรี/ปวส.
 5. ปริญญาตรี 6. ปริญญาโท
 7. ปริญญาเอก

7. รายได้ต่อเดือน

1. รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน 2. รายได้ 15,001-20,000 บาทต่อเดือน
 3. รายได้ 20,001-25,000 บาทต่อเดือน 4. รายได้ 25,001-30,000 บาทต่อเดือน
 5. รายได้ 30,000-35,000 บาทต่อเดือน 6. รายได้ 35,001-40,000 บาทต่อเดือน

8. แหล่งที่มาของรายได้ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. บุตรหลาน 2. บำเหน็จ/บำนาญ
3. ดอกเบี้ยจากการออมทรัพย์ 4. รายได้จากการลงทุนในตราสาร
5. ทำประกันชีวิต สุขภาพ และอุบัติเหตุ 6. ร่วมออมทรัพย์กับกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

9. นับถือศาสนา

1. พุทธ 2. คริสต์
3. อิสลาม 4. ศาสนาอื่น (โปรดระบุ).....

10. ประวัติสุขภาพของท่านเป็นอย่างไร

1. สมบูรณ์ปราศจากโรคภัย
2. มีโรคประจำตัว เช่น เวียนศีรษะบ่อย นอนไม่หลับ หูดัง ฯลฯ
3. มีโรคเจ็บป่วยเรื้อรัง เช่น โรคเบาหวาน หัวใจ อัมพาต อัมพฤกษ์ ฯลฯ
4. โรคอื่น โปรดระบุ.....

11. ท่านมีทัศนคติในการดำเนินชีวิตรูปแบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ชอบอยู่ตามลำพัง 2. ชอบเข้าสังคมพบปะเพื่อนฝูง
3. ชอบใช้ชีวิตอย่างหรูหรา 4. ชอบใช้ชีวิตแบบพอเพียง
5. รูปแบบอื่น (โปรดระบุ).....

12. ลักษณะที่อยู่อาศัย/ราคาในปัจจุบัน

1. บ้านเดี่ยวราคา.....
2. บ้านแฝดราคา.....
3. คอนโดมีเนียม
- เช่าราคา.....
- ซื้อราคา.....
4. อพาร์ทเมนต์
- เช่าราคา.....
- ซื้อราคา.....
5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม
การตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย \checkmark ลงในช่องว่างที่สอดคล้องกับความเป็นจริงมากที่สุด

ปัจจัยทางวัฒนธรรม

1. วัฒนธรรม

1. ท่านอาศัยอยู่กับใครบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ลำพังคนเดียว | <input type="checkbox"/> 2. คู่สมรส |
| <input type="checkbox"/> 3. ปู่/ย่า.....คน | <input type="checkbox"/> 4. ตา/ยาย.....คน |
| <input type="checkbox"/> 5. บุตรสาว.....คน | <input type="checkbox"/> 6. บุตรชาย.....คน |

2. ขนาดครอบครัวในปัจจุบันของท่านเป็นขนาดใด

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ขนาดใหญ่ (มากกว่า 5 คน) | <input type="checkbox"/> 2. ขนาดกลาง (ไม่เกิน 4 คน) |
| <input type="checkbox"/> 3. ขนาดเล็ก (1-2 คน) | |

3. ประเทศที่ท่านถือสัญชาติ (เกิดในประเทศใด)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ไทย | <input type="checkbox"/> 2. จีน |
| <input type="checkbox"/> 3. ญี่ปุ่น | <input type="checkbox"/> 4. อังกฤษ |
| <input type="checkbox"/> 5. สหรัฐอเมริกา | <input type="checkbox"/> 6. ประเทศอื่น (โปรดระบุ)..... |

2. วัฒนธรรมย่อย

4. ท่านชอบรับประทานอาหารของประเทศใด

- | | | | |
|--|--|-------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. ไทย | <input type="checkbox"/> 2. จีน | <input type="checkbox"/> 3. ญี่ปุ่น | <input type="checkbox"/> 4. อังกฤษ |
| <input type="checkbox"/> 5. สหรัฐอเมริกา | <input type="checkbox"/> 6. ประเทศอื่น (โปรดระบุ)..... | | |

5. ท่านชื่นชอบการฟังเพลงประเภทใด

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ไทยสากล | <input type="checkbox"/> 2. ไทยอีสาน |
| <input type="checkbox"/> 3. ไทยภาคใต้ | <input type="checkbox"/> 4. เพลงสากล (ภาษาต่างประเทศ) |
| <input type="checkbox"/> 5. เพลงชาติอื่น (โปรดระบุ)..... | |

ปัจจัยทางสังคม

1. กลุ่มและเครือข่ายทางสังคม

6. ท่านเป็นสมาชิกกลุ่ม/ชมรมในชุมชนหรือไม่

1. ไม่เป็น
2. เป็น (โปรดระบุ)
- 2.1 กลุ่ม/ชมรมในที่ทำงาน/ชุมชน.....
- 2.2 กลุ่ม/ชมรมในสังคม.....

7. ท่านมีความถี่ในการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกกลุ่ม/ชมรมเพียงใด

1. ไม่เคย
2. น้อยกว่า 1-3 ครั้ง/สัปดาห์
3. 4-5 ครั้ง/สัปดาห์
4. มากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์

2. รูปแบบการดำเนินชีวิต

8. ท่านชื่นชอบการทำกิจกรรมร่วมกับผู้ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ลำพังตนเอง
- 2.ญาติพี่น้อง
- 3.สามี/ภรรยา
4. บุตรหลาน
5. เพื่อนสนิท
6. สมาชิกกลุ่ม/ชมรม
7. ผู้อื่น โปรดระบุ.....

9. ท่านชื่นชอบการใช้ชีวิตในสังคมแบบใด

1. เมือง
2. ชนบท

10. งานอดิเรกที่ท่านชื่นชอบ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. การอ่านหนังสือ
2. การออกกำลังกายในร่ม
3. การออกกำลังกายในกลางแจ้ง
4. การทำกิจกรรมร่วมกับผู้อื่น
5. เล่นการพนัน/เล่นหวย
6. เข้าวัด ฟังธรรม ไปโบสถ์ มัสยิด
7. งานอดิเรกอื่น โปรดระบุ.....

11. ท่านชื่นชอบการจับจ่ายใช้สอยในสถานที่ใด

1. ตลาด/ตลาดนัดข้างบ้าน
2. ตลาดนัดสวนจตุจักร
3. ห้าง/ร้านสะดวกซื้อ
4. ห้างสรรพสินค้า
5. สถานที่อื่น โปรดระบุ.....

12. ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

1. ไม่เคย 2. 1-3 ครั้งต่อปี
 3. 4-6 ครั้งต่อปี 4. มากกว่า 6 ครั้งต่อปี

13. ท่านสนใจโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุหรือไม่ (หากสนใจกรุณาตอบข้อต่อไป)

1. สนใจ 2. ไม่สนใจ

14. ท่านคิดว่ารูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเหมาะสมกับคนไทยหรือไม่

1. เหมาะสม 2. ไม่เหมาะสม

15. ท่านคิดว่ารูปแบบโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุช่วยทำให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตเพียงใด

1. แย่ลง 2. เท่าเดิม 2. ดีขึ้น

ปัจจัยทางจิตวิทยา

1. แรงจูงใจ

16. ท่านมีแรงจูงใจในการใช้จ่ายใช้สอยอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ผลិតภัณฑ์ที่มีคุณภาพ 2. แข็งแรงทนทาน
 3. มีนวัตกรรมใหม่ 4. ชื่อเสียงของผู้ประกอบการ
 5. สิ้นค้าราคาถูก
 6. แรงจูงใจอื่นโปรดระบุ.....

17. ท่านมีความพึงพอใจในชุมชนที่พักอาศัยปัจจุบันเพียงใด

1. พอใจ 2. ไม่พอใจ เพราะ.....

18. ชุมชนที่ท่านพักอาศัยมีบริการเหล่านี้หรือไม่

1. ศูนย์อเนกประสงค์สำหรับผู้สูงอายุ 2. บริการเยี่ยมผู้สูงอายุที่บ้าน
 3. บริการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุที่บ้าน 4. บริการดูแลที่บ้าน
 5. บริการเคลื่อนที่สำหรับผู้สูงอายุ 6. บริการให้ความรู้/อาชีพแก่ผู้สูงอายุ
 7. บริการด้านการกีฬา/ออกกำลังกาย

2. การรับรู้

19. โดยปกติท่านติดตามข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับใด

1. ไม่ค่อยติดตาม 2. ติดตามบางครั้ง
 3. ติดตามอย่างสม่ำเสมอ

20. บ้านที่พักอาศัยในปัจจุบันมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอสำหรับผู้สูงอายุหรือไม่

1. มี 2. ไม่มี

21. ท่านสามารถเคลื่อนที่ภายในห้องหรือบ้านได้อย่างไร

- 1. เคลื่อนที่ไปไหนมาไหนไม่ได้
- 2. ใช้รถเข็นช่วยตัวเองให้เคลื่อนที่ได้เอง (ไม่ต้องมีคนมาเซ็นให้)
- 3. เดินหรือเคลื่อนที่โดยมีคนช่วยเช่น พยุง หรือบอกให้ทำตาม
- 4. เดินหรือเคลื่อนที่ได้เอง

22. ท่านรู้จักโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุหรือไม่

- 1. รู้จัก
- 2. ไม่รู้จัก

23. ท่านคิดว่ารูปแบบบ้านสำหรับผู้สูงอายุควรเป็นได้อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. เป็นบ้านที่ออกแบบพิเศษสำหรับผู้สูงอายุ เช่น มีการติดตั้งสัญญาณฉุกเฉินในห้องนอน ห้องรับแขก ห้องน้ำ ติดตั้งโทรศัพท์ภายใน ห้องน้ำกว้างเป็นพิเศษ เป็นต้น
- 2. เป็นหมู่บ้านที่มีรูปแบบ Hospihouse (Hospital+House) ให้ผู้พักอาศัยได้รับการทางการแพทย์
- 3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในหมู่บ้าน เช่น มีที่ออกกำลังกายในร่ม และ กลางแจ้ง สระว่ายน้ำ ฟิตเนส สโมสร ฯลฯ เป็นต้น
- 4. มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐานทั้งภายในบ้านและในหมู่บ้าน
- 5. เป็นหมู่บ้านที่มีเฉพาะคนสูงอายุพักอาศัยอยู่

24. ท่านคิดว่าบ้านพักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุของไทยมีคุณภาพระดับใด

- 1. สูงกว่าสากล
- 2. ระดับสากล
- 3. ต่ำกว่าระดับสากล

3. การเรียนรู้

25. โดยปกติท่านสนใจที่จะแลกเปลี่ยนประสบการณ์ต่างๆกับผู้อื่นเพียงใด

- 1. ไม่ค่อยสนใจ
- 2. สนใจบางครั้ง
- 3. สนใจมาก

26. ท่านสนใจการดูแลรักษาสุขภาพเพียงใด

- 1. ไม่ค่อยสนใจ
- 2. สนใจบางครั้ง
- 3. สนใจมาก

4. ความเชื่อและทัศนคติ

27. ท่านเห็นด้วยกับการปรับโครงสร้างทางสถาบันครอบครัวไทยจากครอบครัวใหญ่อยู่รวมกันเป็นครอบครัวเดี่ยว เช่น คู่สมรสแยกออกไปอยู่ตามลำพัง เป็นต้น

1. เห็นด้วย 2. ไม่เห็นด้วย

28. ท่านเห็นด้วยว่าบุตรหลานต้องดูแลเมื่อยามสูงอายุด้วยการพักอาศัยอยู่ร่วมกันมากกว่าการส่งให้ไปพักที่บ้านพักคนชรา หรือ หมู่บ้านผู้สูงอายุ

1. เห็นด้วย
 2. ไม่เห็นด้วย เพราะ.....

29. ท่านเชื่อว่าตนเองสามารถดำเนินชีวิตได้โดยลำพังหรือไม่

1. ได้ 2. ไม่ได้

30. ท่านคิดว่าบ้านที่ท่านพักอาศัยจำเป็นต้องอยู่ใกล้หรือบริเวณเดียวกันกับบ้านพ่อแม่พี่น้องหรือไม่

1. ไม่จำเป็น 2. จำเป็น

31. ท่านเชื่อว่าโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุเป็นโครงการที่คำนึงถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุได้อย่างสมบูรณ์ในทุกด้าน

1. ใช่ 2. ไม่ใช่

32. ท่านพึงพอใจในการใช้ชีวิตผู้สูงอายุในโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุ

1. พอใจ 2. ไม่พอใจ

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย/ลงในช่องว่างที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. ท่านมีแนวคิดในการสนใจซื้อหมู่บ้านสูงอายุตั้งแต่เมื่อใด

1. 40-45 ปี 2. 46-50 ปี
 3. 51-60 ปี 4. 61-65 ปี
 5. มากกว่า 65 ปี

2. ท่านเตรียมแผนการออมทรัพย์เพื่อซื้ออสังหาริมทรัพย์อย่างไร

1. ไม่มี
 2. ฝากธนาคารเป็นประจำทุกเดือน
 3. ลงทุนซื้อทรัพย์สิน/อสังหาริมทรัพย์
 4. ลงทุนในหุ้น ตราสารหนี้

5. ซื้อประกันชีวิต
6. การออมทรัพย์ประเภทอื่น โปรดระบุ.....
7. วิธีการอื่น โปรดระบุ.....
3. ประเภทที่อยู่อาศัยที่ท่านสนใจซื้อ
1. บ้านเดี่ยวชั้นเดียว 2. บ้านเดี่ยวสองชั้น
3. บ้านแฝด 4. ทาวน์เฮ้าส์
5. คอนโดมีเนียม
4. สิทธิการอยู่อาศัยที่ท่านสนใจซื้อ
1. กรรมสิทธิ์ของตนเอง 2. ซื้อสิทธิการอยู่อาศัย
3. การเช่าพักอาศัย
5. ระดับราคาบ้านในโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุที่ท่านสนใจซื้อ
1. ไม่เกิน 1,000,000 บาท 2. 1,000,001-2,000,000 บาท
3. 2,000,001-3,000,000 บาท 4. 3,000,001-5,000,000 บาท
5. 5,000,001-10,000,000 บาท
6. มากกว่า 10,000,000 บาทขึ้นไป
6. สถานที่ตั้งโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุที่ท่านสนใจซื้อ
1. เมือง 2. ชนบท
3. สถานที่ท่องเที่ยว โปรดระบุ.....
7. สถานที่ตั้งของโครงการบนเส้นทางคมนาคมแบบใดที่ท่านสนใจซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. มีรถโดยสารวิ่งผ่านหลายสาย 2. อยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน หรือ รถไฟฟ้า BTS
3. อยู่ใกล้สนามบิน 4. อยู่ติดถนน
5. อยู่ใกล้ท่าเรือ
8. สื่อใดที่ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการหมู่บ้านผู้สูงอายุมากที่สุด
1. โทรทัศน์ 2. วิทยุ 3. อินเทอร์เน็ต
4. หนังสือพิมพ์ 5. นิตยสาร 6. แผ่นพับ
9. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการสนใจซื้อ
1. ตนเอง 2. คู่สมรส
3. ครอบครัว 4. เพื่อนสนิท
5. บุตรหลาน

10. ท่านสนใจซื้อสิ่งของหรือทรัพย์สิน โค้งการหมู่บ้านผู้สูงอายุเพื่อใคร

1. ตนเอง 2. บุพการี (บิดา มารดา)
3. สามี/ภรรยา 4. ญาติพี่น้อง
5. บุคคลอื่น โปรดระบุ.....

11. เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ต้องการคุณภาพการดูแล
2. ต้องการตัวเลือกในการบริการที่มากขึ้น
3. ต้องการสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติและเอื้ออำนวยต่อสุขอนามัยมากขึ้น
4. ต้องการสังคมวัยเดียวกัน
5. ต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

12. สิ่งแวดล้อมภายในโครงการแบบใดที่ท่านสนใจซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. มีคลับเฮ้าส์
2. มีบริการทางการแพทย์ เช่น ห้องตรวจโรค ห้องพยาบาลฉุกเฉิน เป็นต้น
3. มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ เช่น โยคะ แอโรบิค เป็นต้น
4. มีห้องออกกำลังกาย เช่น ห้องฟิตเนส ซาวน่า เป็นต้น
5. มีสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติที่ดี เช่น มีสวนและต้นไม้ที่ร่มรื่น เป็นต้น

13. รูปแบบการชำระเงินที่ท่านสนใจซื้อ

1. เงินสด
2. ผ่อนกับธนาคาร (กรณีที่ยังสามารถกู้ได้ ซึ่งมีอายุไม่เกิน 60 ปี)
3. ชำระเป็นงวดกับโครงการ

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	ณนันท ฉิม
วันเดือนปีเกิด	22 กรกฎาคม พ.ศ. 2528
วุฒิการศึกษา	บริหารธุรกิจบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว วิทยาลัยดุสิตธานี

ผลงานทางวิชาการ

บทความเรื่อง “ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยา ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณของประชากรในกรุงเทพมหานคร”

นำเสนอในงาน Built Environment Research Associates Conference, BERAC 6, 2015