



ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

โดย

นางสาวภรณ์ธิดา จงพิพิธพร

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

โดย

นางสาวภรณ์ธิดา จงพิพิธพร

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



FACTORS AFFECT INDEPENDENT SENIOR HOUSING PURCHASES
IN BANGKOK

BY

MISS PORNTIDA JONGPIITPORN



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
FACULTY OF COMMERCE AND ACCOUNTANCY
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2015
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาวภรณ์ธิดา จงพิพิธพร

เรื่อง

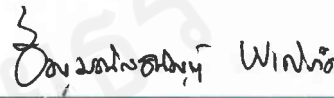
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง
ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เมื่อ วันที่ 08 มิ.ย. 2559


ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ


(รองศาสตราจารย์ ดร. เอกจิตต์ จิ่งเจริญ)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ


(รองศาสตราจารย์ ดร. ชันมนัสสน์ธัญญ์ พาณิกภัค)

คณบดี


(ศาสตราจารย์ ดร. ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง
ชื่อผู้เขียน	นางสาวภรณ์ธิดา จงพิพิธพร
ชื่อปริญญา	บริการธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ/มหาวิทยาลัย	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร. ธรรมนูญสนัญญู พาณิก
ปีการศึกษา	2558

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง โดยขอบเขตงานวิจัยและกลุ่มตัวอย่างคือคนที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปพักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ถือเป็นกลุ่มประชากรที่มีการเตรียมตัวและเตรียมความพร้อมสำหรับการเข้าสู่วัยสูงอายุ รวมถึงกลุ่มบุคคลที่เป็นวัยสูงอายุอย่างสมบูรณ์ โดยมุ่งศึกษาเฉพาะบุคคลที่มีความสนใจเกี่ยวกับที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง โดยงานวิจัยนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง ประกอบด้วยปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัย โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง นำมารวบรวม วิเคราะห์ และสรุปผล ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เรียงลำดับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านที่ตั้งโครงการ ได้แก่ การคมนาคมสะดวก ที่ตั้งโครงการติดถนนใหญ่ อยู่ใกล้ระบบขนส่ง และมีที่ตั้งใกล้บ้านบุตรหลานหรือญาติ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความเหมาะสมของราคากับรูปแบบบ้านและที่ดิน รวมถึงการมีบ้านตัวอย่างเหมือนจริงให้เข้าชมก่อนตัดสินใจซื้อ ลำดับถัดมาคือปัจจัยด้านส่วนกลางของโครงการ เช่น การจัดสรรดูแลส่วนกลางของโครงการ ให้บริเวณพื้นที่ส่วนกลางมีความกว้างขวาง ตกแต่งสวยงาม มีสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลางครบครัน และมีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวด และปัจจัยด้านชื่อเสียงของโครงการและรูปแบบที่พักอาศัย คือมีรูปแบบที่พักอาศัยที่ออกแบบสวยงามทันสมัย รวมถึงมีรูปแบบที่พักและเนื้อที่ใช้สอยให้เลือกหลายหลาย เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุโดยมีความสำคัญเท่ากันกับปัจจัยด้านส่วนกลางของโครงการ สุดท้ายคือ ปัจจัยด้านเว็บไซต์ของโครงการที่ควรมีการแสดงรายละเอียดของโครงการอย่างครบถ้วน

เมื่อพิจารณาลักษณะทางประชากรศาสตร์ในด้านอายุ และเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ พบว่ามีเพียงปัจจัยด้านเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยแตกต่างกัน

คำสำคัญ: การพึ่งพาตนเองของผู้สูงอายุ ที่พักอาศัยของผู้สูงอายุ ความตั้งใจซื้อ ส่วนประสมทางการตลาด



Independent Study Title	FACTORS AFFECT INDEPENDENT SENIOR HOUSING PURCHASES IN BANGKOK
Author	Miss Porntida Jongpipitporn
Degree	Master of Business Administration
Faculty/University	Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Thanmanustanan Phaniphuk, Ph.D.
Academic Years	2015

ABSTRACT

To examine factors affecting independent senior housing purchases, samples were Bangkok residents over 50 years of age. 400 samples filled out questionnaires which were analyzed by the four P's marketing mix: price, product, promotion, and place. They were studied demographically as well. Results with a statistical significance of 95 percent were that the most influential factor was location, on a main road near public transportation system and close to family. The next factor was cost, in relation to home design and plot of land. Of lesser importance were large, well-designed, and secure common areas. Even less significant were the project's reputation and residential design. And last of all, an informative project website.

Demographically, only savings affected the intention to purchase independent senior housing.

Keywords: Independent senior citizens in Thailand, senior housing, purchase intent, marketing mix.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สามารถดำเนินการได้อย่างลุล่วงและประสบความสำเร็จด้วยดี เนื่องจากความอนุเคราะห์ และความช่วยเหลือจากบุคคลหลายท่านที่ได้กรุณาให้ความรู้ คำแนะนำ ที่เป็นประโยชน์ ส่งผลให้งานวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. ธรรมนูญสนธิญญ์ พาณิกภัค ที่ได้กรุณาสละเวลาให้ คำปรึกษาและข้อแนะนำอันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัย รวมถึงรองศาสตราจารย์ ดร.เอกจิตต์ จิงเจริญ ที่ได้ให้เกียรติเป็นกรรมการและให้คำแนะนำเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งนี้ ส่งผลให้ งานวิจัยมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ ที่ทำให้ ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยนี้ รวมถึงเจ้าหน้าที่บุคลากรต่างๆในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ที่ ให้ความช่วยเหลือต่างๆเป็นอย่างดี ส่งผลให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

นอกจากนี้ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่กรุณาให้ความร่วมมือและสละ เวลาในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญยิ่งในการศึกษาจึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ ธุรกิจที่พำอาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง ตลอดจนผู้สนใจในธุรกิจอื่นๆสำหรับผู้สูงอายุ หากงานวิจัยนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

นางสาวภรณ์ธิดา จงพิพิธพร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(4)
สารบัญ	(5)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ปัญหาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	5
1.3 ขอบเขตงานวิจัย	5
1.3.1 ด้านเนื้อหา	5
1.3.2 ด้านประชากรศาสตร์	5
1.3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	6
1.3.3.1 ตัวแปรต้น	6
1.3.3.1 ตัวแปรตาม	6
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.5 นิยามศัพท์	7
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	8
2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ	8
2.1.1.1 ความหมายของผู้สูงอายุ	8
2.1.1.2 การแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุ	9
2.1.1.3 การเปลี่ยนแปลงและปัญหาของผู้สูงอายุ	9
2.1.1.4 ความต้องการของผู้สูงอายุ	10
2.1.2 แนวคิดที่ว่าด้วยการพึ่งพาตนเองของผู้สูงอายุ	10
2.1.3 ที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุ	11
2.1.3.1 ประเภทที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ	11
2.1.3.2 การเลือกที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ	12
2.1.4 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค	12
2.1.5 ความตั้งใจซื้อ	13
2.1.6 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด	13
2.1.6.1 ผลิตภัณฑ์	14
2.1.6.2 ราคา	14
2.1.6.3 การจัดจำหน่าย	14
2.1.6.4 การส่งเสริมการตลาด	14
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
2.2.1 ปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์	15
2.2.1.1 ปัจจัยด้านอายุ	15
2.2.1.2 ปัจจัยด้านเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ	15
2.2.2 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด	15
2.2.2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	15
2.2.2.2 ปัจจัยด้านราคา	16
2.2.2.3 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	17
2.2.2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	18
2.3 สรุปวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
2.4 กรอบแนวคิด	24

บทที่ 3 วิธีการวิจัย	25
3.1 วิธีการวิจัย	25
3.2 ตัวแปรในงานวิจัยและสมมติฐาน	25
3.2.1 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทางประชากรศาสตร์	26
3.2.2 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	26
3.3 การกำหนดประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่าง	26
3.3.1 ประชากร	26
3.3.2 กลุ่มตัวอย่าง	26
3.3.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	27
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	27
3.4.1 ทบทวนทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
3.4.2 ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของเนื้อหา	28
3.4.3 ทดสอบแบบสอบถาม	28
3.5 วิธีการเก็บข้อมูล	31
3.5.1 ข้อมูลทุติยภูมิ	32
3.5.2 ข้อมูลปฐมภูมิ	32
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	32
3.6.1 สถิติเชิงพรรณนา	32
3.6.2 สถิติเชิงอนุมาน	32
3.6.2.1 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว	32
3.6.2.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบ	32
3.6.2.3 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ	33
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล	34
4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	34
4.2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผล ต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง	37
4.3 การวิเคราะห์ปัจจัย	41

4.3.1 การวิเคราะห์ความเหมาะสมในการใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัย	41
4.3.2 การกำหนดกลุ่มปัจจัย	42
4.4 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อ ความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง	47
4.5 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (ปัจจัยส่วนบุคคล) กับความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง	54
4.6 สรุปผลการวิจัย	58
บทที่ 5 อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	59
5.1 อภิปรายผลการวิจัย	59
5.1.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างต่อ ความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง	59
5.1.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง	60
5.2 ข้อเสนอแนะ	64
5.2.1 ด้านวิชาการ	65
5.2.2 ด้านธุรกิจ	65
5.2.3 ด้านสังคม	66
5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย	67
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยต่อเนื่อง	67
รายการอ้างอิง	68
ภาคผนวก	73
ประวัติผู้เขียน	78

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 แสดงดัชนีผู้สูงอายุของประเทศไทย	2
1.2 อัตราส่วนพึ่งพิงรวม อัตราส่วนพึ่งพิงวัยเด็ก และอัตราส่วนพึ่งพิงวัยชรา	2
2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
3.1 ตารางแสดงเกณฑ์การให้คะแนนสำหรับความเห็นในระดับต่างๆ	29
3.2 ตารางแสดงการแปลผลของค่าเฉลี่ยคะแนนในระดับต่างๆ	30
3.3 ตารางแสดงเกณฑ์การให้คะแนนสำหรับความตั้งใจซื้อในระดับต่างๆ	30
3.4 ตารางแสดงการแปลผลของค่าเฉลี่ยคะแนนในระดับต่างๆ	31
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	35
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	35
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	35
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ	36
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัยปัจจุบัน	36
4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็น ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง	38
4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็น ของระดับความตั้งใจซื้อ	41
4.8 KMO and Bartlett's Test	42
4.9 แสดงค่า Initial Eigenvalue	43
4.10 กลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยและหมุนแกนแล้ว	44
4.11 ปัจจัยและตัววัดภายหลังการจัดกลุ่มโดยการวิเคราะห์ปัจจัย	46
4.12 แสดงตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Model Summary)	48
4.13 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นของตัวแบบ (ANOVA)	49
4.14 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรในสมการ (Coefficients)	50
4.15 สรุปสมมติฐานงานวิจัย	54
4.16 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยจำแนกตามอายุที่แตกต่างกัน	55
4.17 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยจำแนกตามเงินสะสมสำหรับ วัยเกษียณที่แตกต่างกัน	56

4.18 ตาราง Post Hoc ของตัวแปรประชากรศาสตร์ (เงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ) โดยวิธี LSD	57
5.1 สรุปผลการวิจัย ในด้านความสอดคล้องหรือขัดแย้งกับงานวิจัยในอดีต	61



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แสดงแผนภาพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค	12
2.2 กรอบแนวคิดงานวิจัย	24



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ปัญหาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุตั้งแต่ปี พ.ศ.2547 และกำลังเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ในปี พ.ศ.2568 โดยองค์การสหประชาชาติได้ให้นิยามสังคมผู้สูงอายุ (Aging society) คือ การมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปเกินร้อยละ 10 หรือมีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไปเกินร้อยละ 7 ของประชากรทั้งหมด และสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ หมายถึง การมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป เกินร้อยละ 20 หรือมีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไปเกินร้อยละ 14

จากสำนักงานสถิติแห่งชาติได้มีการสำรวจประชากรผู้สูงอายุ เริ่มจากปีพ.ศ. 2537 และล่าสุดในปีพ.ศ. 2557 พบว่าประเทศไทยมีจำนวนและสัดส่วนของผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยปี พ.ศ. 2537 มีผู้สูงอายุคิดเป็นร้อยละ 6.8 ของประชากรทั้งประเทศ และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 14.9 ในปี พ.ศ. 2557 คิดเป็นชายร้อยละ 45.1 และหญิงร้อยละ 54.9 กล่าวได้ว่าประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่ง ที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ซึ่งรายงานของกระทรวงสาธารณสุขก็เผยว่าผู้สูงอายุชาวไทยเพิ่มปีละ 5 แสนคน และกล่าวว่าในปีพ.ศ. 2568 ประเทศไทยจะมีผู้สูงอายุกว่า 14 ล้านคน

นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรผู้สูงอายุในสังคมไทยนั้น เห็นได้จากการเปรียบเทียบดัชนีผู้สูงอายุ (Ageing index) มีการคาดการณ์ว่าในอีกไม่กี่ปีข้างหน้าจะมีจำนวนผู้สูงอายุมากกว่าเด็ก กล่าวคือเมื่อดัชนีมีค่าสูงกว่า 100 แสดงว่ามีจำนวนผู้สูงอายุมากกว่าเด็ก ซึ่งสืบเนื่องจากผลของการลดลงของจำนวนประชากรวัยเด็ก (อายุต่ำกว่า 15 ปี) และการเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) ดังตัวเลขที่แสดงในตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1

แสดงดัชนีผู้สูงอายุของประเทศไทย

ปี พ.ศ.	ประชากร (ล้านคน)			ดัชนีผู้สูงอายุ (ผู้สูงอายุ/เด็ก 100 คน)
	ทั้งหมด	วัยเด็ก	ผู้สูงอายุ	
2548	62.2	14.3	6.4	45.0
2553	63.7	13.2	7.5	57.0
2558	64.6	12.3	9.0	73.4
2563	65.1	11.2	11.0	98.0
2564	65.2	11.0	11.3	103.2
2568	65.1	10.4	12.9	123.6
2573	64.5	9.8	14.6	149.9
2578	63.4	9.1	15.9	174.4

ที่มา : สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล 2549

และเมื่อพิจารณาโครงสร้างประชากรกับลักษณะการพึ่งพิงแล้วจะเห็นได้ว่า อัตราส่วนระหว่างประชากรวัยเด็กและประชากรวัยสูงอายุที่เป็นวัยพึ่งพิงต่อประชากรวัยทำงานนั้น พบว่า อัตราส่วนพึ่งพิงวัยเด็กได้ลดลงอย่างมากและต่อเนื่องตั้งแต่ปีพ.ศ. 2513 จนถึง พ.ศ. 2578 ในทางกลับกันนั้นอัตราส่วนพึ่งพิงวัยชรากลับเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตามตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2

อัตราส่วนพึ่งพิงรวม อัตราส่วนพึ่งพิงวัยเด็ก และอัตราส่วนพึ่งพิงวัยชรา พ.ศ. 2503-2578

ปี พ.ศ.	อัตราส่วนพึ่งพิง		
	รวม	วัยเด็ก	วัยชรา
2503	85.2	80.0	5.2
2513	92.9	87.0	5.9
2523	72.0	65.9	6.1
2533	51.3	44.2	7.0
2543	51.2	36.9	14.4
2548	49.9	34.4	15.5
2558	49.3	28.4	20.9
2568	55.9	25.0	30.9
2578	65.2	23.7	41.4

ที่มาและหมายเหตุ : อัตราส่วนพึ่งพิงของปี พ.ศ. 2503 – 2543 คำนวณจากสำมะโนประชากร และของปี พ.ศ. 2548 – 2578 คำนวณจากการฉายภาพประชากร สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล

จากรายงานข้างต้นเห็นได้ว่าในอนาคตจะมีจำนวนผู้สูงอายุ ดั้งนี้ผู้สูงอายุ และอัตราส่วน ฟังฟังของวัยชราเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ เนื่องปัจจุบันความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและ การแพทย์มีส่วนช่วยในดูแลบำรุงร่างกายให้มีสุขภาพแข็งแรง และทำให้อายุขัยเฉลี่ยยืนยาวขึ้นด้วย เช่นกัน จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องมีกระบวนการจัดการและรองรับในการดูแลผู้สูงอายุอย่างเหมาะสม เนื่องจากวัยของผู้สูงอายุเป็นวัยที่ต้องได้รับการพิทักษ์ดูแลช่วยเหลือ

สาเหตุของการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุนั้นนอกจากความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการแพทย์แล้ว การเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงอายุนั้นยังมาจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจและการ พัฒนาประเทศที่เจริญก้าวหน้า การเพิ่มสวัสดิการแก่ประชาชน การพัฒนาทางด้านสาธารณสุข ทำให้ ประชาชนมีฐานะความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น รวมถึงนโยบายการวางแผนครอบครัวหรือการควบคุมการมีบุตร สืบเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้ครอบครัวมีการวางแผนการควบคุมหรือมีบุตรลด น้อยลงเพื่อลดภาระทางครอบครัว ส่งผลให้อัตราการเกิดลดลงและกลายเป็นประเทศที่เข้าสู่สังคม ผู้สูงอายุ นอกจากนี้ยังมีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ค่านิยม และโครงสร้างทางสังคมที่มีการแต่งงาน ลดลง มีการหย่าร้างเพิ่มมากขึ้น การมีบุตรลดลง การแยกครอบครัวของคนรุ่นใหม่ ทำให้แนวโน้ม ผู้สูงอายุที่ต้องอยู่ลำพังไร้ลูกหลานดูแลมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ผู้สูงอายุจึงจำเป็นต้องพึ่งพาตนเองเพิ่ม มากขึ้น

ปัญหาของวัยสูงอายุที่พบโดยทั่วไปคือ ปัญหาความเสื่อมโทรมทางด้านร่างกาย อารมณ์ และจิตใจ ซึ่งปัญหาความเสื่อมโทรมทางด้านร่างกายนั้นเองทำให้ผู้สูงอายุต้องพึ่งพาผู้อื่น และทำให้ รู้สึกว่าเป็นบุคคลไร้ค่า นอกจากนี้ผู้สูงอายุยังต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่าง รวดเร็ว รวมถึงปัญหาด้านสุขภาพ เศรษฐกิจ และสัมพันธภาพในครอบครัว การเปลี่ยนแปลงและ ปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในวัยของผู้สูงอายุ ทำให้ผู้สูงอายุเป็นวัยที่มีความแตกต่างจากวัยอื่นซึ่งเป็นวัยขั้น ปลายของชีวิต ดังนั้นการตระหนักและเข้าใจเพื่อเตรียมความพร้อมในการดูแลผู้สูงอายุทั้งด้านร่างกาย และจิตใจจึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นเพื่อไม่ให้ผู้สูงอายุรู้สึกว่าตนเองไม่มีคุณค่าหรือเป็นภาระกับคนรุ่น หลัง รวมถึงการสร้างความภูมิใจให้กับผู้สูงอายุและการดูแลผู้สูงอายุให้ทัดเทียมเช่นเดียวกับการดูแล ประชากรในกลุ่มอายุอื่น

สิ่งที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีวิตของมนุษย์ในทุกช่วงอายุประกอบด้วยปัจจัย 4 ได้แก่ อาหาร เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรคและที่อยู่อาศัย ซึ่งมนุษย์เราต้องการที่จะมีคุณภาพชีวิตที่ดีจึง จำเป็นที่จะต้องได้รับการตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกายและจิตใจ ประกอบด้วยการ รับประทานอาหารที่มีคุณภาพประโยชน์ต่อร่างกาย การสวมใส่เสื้อผ้าที่เหมาะสม การได้รับยารักษาโรค เมื่อเจ็บไข้ได้ป่วย และการมีที่อยู่อาศัยที่มั่นคง อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดีและปลอดภัย ซึ่งกล่าวได้ว่า

ที่อยู่อาศัยนั้นเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญอย่างหนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมการมีคุณภาพชีวิตที่ดีทั้งด้านร่างกายและจิตใจ

จากประเด็นข้างต้นที่ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า และในจำนวนผู้สูงอายุเหล่านั้นมีจำนวนไม่น้อยที่ไม่มีบุตรหลานคอยดูแลรวมไปถึงผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง ไม่ต้องการเป็นภาระพึ่งพิงบุคคลรอบข้าง ดังนั้นความต้องการหาที่พักอาศัยที่ส่งผลต่อสภาพการใช้ชีวิตในบั้นปลายชีวิต การมีสถานที่สำหรับผู้สูงอายุที่สามารถพึ่งพาตนเองได้จึงเป็นอีกตัวเลือกหนึ่งสำหรับผู้สูงอายุ ประกอบกับที่อยู่อาศัยนั้นมีความสำคัญสำหรับการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุที่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทางด้านสุขภาพและร่างกาย ถ้าหากมีการอยู่อาศัยในสภาวะแวดล้อมที่ดีและเหมาะสม มีการออกแบบ ตกแต่งบ้านหรืออุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้านอำนวยความสะดวกให้กับวัยของผู้สูงอายุ จะสามารถช่วยยืดระยะเวลาในการพึ่งพาผู้อื่นออกไปได้ ส่งผลดีต่อร่างกายและสุขภาพของผู้สูงอายุ ลดการเกิดอุบัติเหตุและปัญหาที่จะเกิดขึ้นกับผู้สูงอายุได้อีกด้วย

ปัจจุบันที่พักอาศัยที่สร้างขึ้นโดยเฉพาะเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุได้รับความสนใจและความต้องการที่อยู่อาศัยประเภทนี้มีจำนวนมาก ตัวอย่างที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่เปิดดำเนินการแล้ว ได้แก่ สวางคินเวค เวลเนสซิตี LPN Elderly Condominium บีเอ็มซี เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ เป็นต้น จากการศึกษากรณีสวางคินเวคที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุที่ยังสามารถดูแลตนเองได้ พบว่า จากการสอบถามผู้สูงอายุส่วนใหญ่ต้องการอยู่อาศัยในสถานที่ที่เป็นธรรมชาติ ไม่ห่างไกลความเจริญและมีบริการด้านสุขภาพ ศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟูอยู่ใกล้เคียงที่พักอาศัย (พิชิต สุวรรณประกร, 2539) นอกจากนั้นที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุมีความแตกต่างจากบ้านพักคนชราคือ เป็นการตัดสินใจเลือกซื้อหรือเช่าพักด้วยตนเองของผู้สูงอายุเพื่อที่จะดูแลตนเองในชีวิตประจำวัน และได้อยู่ในชุมชนที่ตนเองต้องการ รวมถึงเพิ่มการมองคุณค่าในตนเองและยังสามารถให้ประโยชน์กับสังคมและคนรอบข้างได้อีกด้วย ทำให้บุคคลก่อนวัยเกษียณอายุหรือผู้สูงอายุที่เป็นวัยเกษียณตัดสินใจเลือกซื้อที่พักอาศัยสำหรับพึ่งพาตนเองโดยไม่ยึดติดในการที่ต้องอยู่ในที่อยู่อาศัยเดิม ซึ่งการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุนั้นมีความต้องการด้านความปลอดภัย ตัวที่พักอาศัยมีการออกแบบที่สะดวกและตอบสนองการดำเนินชีวิตประจำวัน มีการเตรียมความพร้อมทางด้านบริการทางการแพทย์ สภาพแวดล้อมที่ดี เพื่อที่จะสามารถพึ่งพาและดูแลตัวเองได้ในสถานที่ที่เหมาะสม

จากเหตุผลข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง โดยพิจารณาจากปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยและตัวแปรที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง และสามารถนำผลการวิจัยหรือข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ประกอบการ

พิจารณาเพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการที่จะนำไปพัฒนา ปรับปรุง และวางกลยุทธ์ธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริงและส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจหรือต่อยอดในธุรกิจอื่น ๆ สำหรับผู้สูงอายุต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

1.3 ขอบเขตงานวิจัย

1.3.1 ด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นกลุ่มบุคคลที่มีกำลังซื้อ เผชิญปัญหาการพึ่งพาตนเองมากกว่าคนต่างจังหวัด มีค่านิยมในการแยกที่อยู่เพื่ออยู่เป็นครอบครัวเดี่ยวหรือการย้ายที่ของบุตรหลานไปอยู่ใกล้กับที่ทำงานเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาการจราจร และมีแนวโน้มความต้องการหาสถานที่พักอาศัยที่บรรยากาศดี มีความเป็นธรรมชาติ เหมาะสำหรับการใช้ชีวิตในวัยสูงอายุ รวมถึงการที่ผู้สูงอายุได้อยู่ร่วมกัน มีความเข้าใจซึ่งกันและกันทำให้ผู้สูงอายุไม่รู้สึกรำคาญหรือโดดเดี่ยว โดยวิจัยนี้ต้องการศึกษาปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ เงินสะสมสำหรับวัยเกษียณอายุ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่กล่าวมานี้ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

1.3.2 ด้านประชากรศาสตร์

ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมุ่งเน้นความคิดเห็นของผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ถึงเมื่อนิยามของผู้สูงอายุหมายถึงบุคคลที่มีอายุ 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 เนื่องจากช่วงอายุตั้งแต่ 50 ปี เป็นช่วงอายุก่อนวัยเกษียณที่มีการคิด การเตรียมการล่วงหน้าสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตสำหรับก้าวสู่การเป็นผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นการเตรียมพร้อมด้านการเงิน ด้านสุขภาพ หรือด้านที่อยู่

อาศัยจากการศึกษารูปแบบของการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่วัยสูงอายุพบว่า ประชากรอายุ 50-59 ปี 9 ใน 10 คน มีการเตรียมความพร้อมด้านที่อยู่อาศัยล่วงหน้า (อุทัยทิพย์ รักจรรยาบรรณ, 2557) โดยการวิจัยนี้แบ่งประชากรเป็นวัยก่อนเกษียณอายุคือ 50 - 59 ปี ซึ่งเป็นวัยที่เริ่มมีการเตรียมตัวสำหรับการเปลี่ยนแปลงในวัยสูงอายุ และหลังเกษียณอายุ คือ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งถือว่าเป็นวัยผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์

1.3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1.3.3.1 ตัวแปรต้น

(1) ปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ และเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ

(2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ได้แก่

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ภาพรวมของโครงการ รูปแบบ พื้นที่ใช้สอย พื้นที่ส่วนกลาง สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยและการรับประกัน

2. ด้านราคา ประกอบด้วย ระดับราคา ความเหมาะสมและความคุ้มค่า

3. ด้านการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย ช่องทางและรูปแบบการจัดจำหน่าย และทำเลที่ตั้ง

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย กิจกรรมส่งเสริมการขาย การบริการหลังการขาย การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

1.3.3.2 ตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุในอนาคตให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง ตลอดจนเพิ่มความความสามารถทางการแข่งขันและเพิ่มประสิทธิภาพให้กับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เช่น บ้านคอนโดมิเนียม สำหรับผู้สูงอายุได้มากยิ่งขึ้น

1.4.2. สามารถนำผลการวิจัยไปต่อยอดสินค้าหรือบริการอื่นๆสำหรับผู้สูงอายุ เช่น สิ่งของเครื่องใช้ อุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ หรือบริการสถานที่ดูแลผู้สูงอายุ เป็นต้น

1.4.3. เพื่อให้ผู้ที่สนใจทั่วไปนำประโยชน์จากการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้หรือต่อยอดได้ในอนาคต

1.5 นิยามศัพท์

ผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลที่มีอายุ 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป (พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ, 2546) แต่ในการวิจัยครั้งนี้ศึกษาประชากรอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป เนื่องจากเป็นช่วงอายุก่อนวัยเกษียณที่มีการคิด การเตรียมการล่วงหน้าสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตสำหรับก้าวสู่การเป็นผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นการเตรียมพร้อมด้านการเงิน ด้านสุขภาพ หรือด้านที่อยู่อาศัย เป็นต้น

การพึ่งพาตนเอง หมายถึง การที่บุคคลได้แสดงออกถึงความพยายามที่จะช่วยเหลือตนเอง โดยใช้ความรู้ความสามารถที่ตนเองมีอยู่แก้ไขปัญหา แก้ไขอุปสรรคหรือกระทำการใดๆให้สำเร็จได้ด้วยตนเองอย่างมั่นใจ เช่น การทำภารกิจประจำวัน การพึ่งพาตนเองด้านเศรษฐกิจ เป็นต้น (บุญเลิศ พูนสุโข, 2540, น.19)

การพึ่งพาตนเองของผู้สูงอายุ หมายถึง การที่ผู้สูงอายุสามารถดูแลตนเองในด้านต่างๆ ประกอบด้วย การพึ่งพาตนเองทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สังคม และเศรษฐกิจ (สุคี ศิริวงศ์พากร, 2556, น.5)

ที่พักอาศัย หมายถึง อาคารที่ปลูกสร้างขึ้นเพื่อการอยู่อาศัย ประกอบด้วยหลายประเภท เช่น บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮ้าส์ อาคารชุด เป็นต้น (จารุวรรณ จินดานิล, 2547, น.6)

ความตั้งใจซื้อ หมายถึง การที่ผู้บริโภคจะเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด โดยความตั้งใจซื้อเป็นสิ่งสำคัญที่จะนำไปสู่การพฤติกรรมการซื้อจริงโดยผู้บริโภคจะพิจารณาจากข้อดี คุณภาพ และประโยชน์ของสินค้า เพื่อทำการเปรียบเทียบกัน และสรุปเป็นทางเลือกที่สอดคล้องกับความต้องการที่เกิดขึ้น (ศุภร เสรีรัตน์, 2540)

ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด (Kotler, 1997)

เงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ ประกอบด้วย เงินกองทุนประกันสังคม เงินกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ เงินประกันชีวิตแบบสะสมและแบบบำนาญ เงินออมและเงินลงทุนในรูปแบบต่างๆ เช่น เงินฝากธนาคาร พันธบัตร หุ้นกู้ LTF RMF หุ้น ฯลฯ (อลิศรา ฮ้ววานิช, 2557)

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ทำขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย โดยมีหัวข้อดังนี้

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

2.1.2 แนวคิดว่าด้วยการพึ่งพาตนเองของผู้สูงอายุ

2.1.3 ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ

2.1.4 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

2.1.5 ความตั้งใจซื้อ

2.1.6 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

2.1.1.1 ความหมายของผู้สูงอายุ

ในการนิยามความหมายของผู้สูงอายุ มีผู้ให้คำจำกัดความไว้หลายความหมาย ดังนี้

องค์การสหประชาชาติ และพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 กล่าวถึงผู้สูงอายุว่าเป็นบุคคลที่มีอายุ 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป

ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่อยู่ในวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงทางกาย และการทำงานของสรีระลดลง การเปลี่ยนแปลงมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับพันธุกรรมและภาวะโภชนาการที่ได้รับ และสิ่งแวดล้อมต่างๆที่ผ่านมา (อภิญา โสมสิน และคณะ, 2531)

ผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านร่างกายและจิตใจไปสู่ความเสื่อมถอย (สิทธิอาภรณ์ ขวนปี, 2543)

สรุปได้ว่าความหมายและลักษณะของผู้สูงอายุ ได้ว่าเป็นคำที่เรียกใช้บุคคลตั้งแต่ 60 ปี เป็นช่วงวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงเสื่อมถอยทางด้านร่างกายและจิตใจ

2.1.1.2 การแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุ

การแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ซึ่งแบ่งตามกลุ่มอายุ และสถานะทางด้านร่างกายและสุขภาพทั่วไป (บรรลุ ศิริพานิช, 2548) แบ่งได้เป็น

1. ผู้สูงอายุวัยต้น อายุ 60-69 ปี สถานะทางด้านร่างกายยังไม่เปลี่ยนแปลงไปมาก โดยทั่วไปยังเป็นช่วงอายุที่มีความแข็งแรง เป็นช่วงที่ยังมีพลังช่วยเหลือตนเองได้ แต่ต้องมีการปรับตัวอย่างมาก เนื่องจากต้องพบเจอการเปลี่ยนแปลงของชีวิต เช่น การเกษียณอายุ ปัญหาด้านรายได้ ตำแหน่งทางสังคม

2. ผู้สูงอายุวัยกลาง อายุ 70-79 ปี เป็นช่วงที่เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพและสรีรวิทยา เริ่มมีอาการเจ็บป่วย ร่างกายเริ่มอ่อนแอ ต้องการได้รับความช่วยเหลือบางอย่าง รวมถึงเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมน้อยลง

3. ผู้สูงอายุวัยปลาย อายุ 80 ปีขึ้นไป เป็นระดับที่สถานะทางร่างกายและสรีรวิทยาเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด เจ็บป่วยบ่อยขึ้น อาจมีภาวะทุพพลภาพ บางคนไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้ ต้องการได้รับความช่วยเหลือพึ่งพาจากผู้อื่นเพิ่มมากขึ้น

จากการศึกษาความหมายและการแบ่งกลุ่มของผู้สูงอายุจากนักวิชาการต่างๆ สามารถสรุปได้ว่าผู้สูงอายุเป็นบุคคลที่มีความเสื่อมถอยทางด้านร่างกายและจิตใจ ต้องมีการปรับตัวเข้าสู่วัยสูงอายุ และการแบ่งผู้สูงอายุ สามารถแบ่งตามเกณฑ์ได้เป็น เกณฑ์การแบ่งตามช่วงอายุ เกณฑ์แบ่งตามด้านกายภาพและสรีระร่างกาย และเกณฑ์แบ่งตามด้านสุขภาพ เป็นต้น

2.1.1.3 การเปลี่ยนแปลงและปัญหาของผู้สูงอายุ

โดยทั่วไปลักษณะการเปลี่ยนแปลงของผู้สูงอายุจะมีการเปลี่ยนแปลง 3 ด้าน คือ ด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม (พิชญานันท์ มูลศิลป์, 2536) ซึ่งปัญหาที่ตามมาคือความไม่พอใจในตนเอง รู้สึกน้อยใจ และรู้สึกว่าตนเองไม่มีคุณค่าเนื่องจากการพึ่งพิงผู้อื่นมากเพิ่มขึ้น ประกอบด้วย

1. การเปลี่ยนแปลงด้านร่างกาย (Biological) คือ ผู้สูงอายุจะมีการเปลี่ยนแปลงและเสื่อมถอยทางด้านร่างกาย ความสามารถและระบบการทำงานต่างๆของร่างกายจะทำงานมีประสิทธิภาพลดลง มีความเสี่ยงต่อโรคร้ายต่างๆ

2. การเปลี่ยนแปลงด้านจิตใจ (Psychological) คือ ผู้สูงอายุในวัยนี้ต้องเจอกับการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างมาก ซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อสภาพจิตใจในทางลบได้ เช่น การสูญเสียเพื่อน บุคคลในครอบครัว หรือบุคคลอันเป็นที่รัก และการสูญเสียความสัมพันธ์ทางสังคมและเศรษฐกิจเนื่องจากเป็นวัยเกษียณอายุจากการทำงาน ซึ่งส่งผลกระทบต่อหน้าที่ความรับผิดชอบและรายได้ที่ลดน้อยลง รวมถึงการสูญเสียสัมพันธ์ภาพทางครอบครัวเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่มีการ

แยกครอบครัวออกไปอาศัยอยู่เป็นครอบครัวเดี่ยวมากขึ้น หรือการย้ายที่พักอาศัยเพื่อใกล้สถานที่ทำงาน ส่งผลต่อความรู้สึกทางลบ เช่น โดดเดี่ยว อ้างว้าง เปื่อหน่าย ไม่มีจุดหมาย เป็นต้น

3. การเปลี่ยนแปลงด้านสังคม (Social Change) คือ ผู้สูงอายุจะเริ่มลดบทบาทในการมีส่วนร่วมทางสังคม ซึ่งอาจเป็นสาเหตุของความเจ็บป่วยทางด้านร่างกายหรือจิตใจ

ผู้สูงอายุจึงต้องปรับตัวเพื่อพบกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นทางด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม การเรียนรู้และเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงและปัญหาของผู้สูงอายุจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ผู้สูงอายุสามารถเตรียมตัวรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เนื่องจากเมื่อเกิดความเครียดจะส่งผลกระทบต่อร่างกายและจิตใจ ซึ่งสามารถส่งผลต่อความเจ็บป่วยที่จะตามมา (จันทร์เพ็ญ เนียมอินทร์, 2539, อ้างอิงใน พนิดาพร จงราเชนทร์, 2551)

2.1.1.4 ความต้องการของผู้สูงอายุ

ความต้องการของผู้สูงอายุแต่ละคนมีความแตกต่างกัน แต่โดยทั่วไปความต้องการของผู้สูงอายุ สามารถแบ่งได้เป็น 4 ด้าน (บังอร ธรรมศิริ, 2549) ดังนี้

1. ด้านร่างกาย เป็นความต้องการขั้นพื้นฐาน ได้แก่ ความต้องการทางด้านปัจจัย 4 คือ อาหารตามหลักโภชนาการ ที่อยู่อาศัยที่ปลอดภัยสำหรับการพักผ่อน เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มที่เหมาะสมตามฤดูกาล และยารักษาโรค รวมถึงการรักษาพยาบาลที่เหมาะสมเมื่อเจ็บไข้ได้ป่วย
2. ด้านจิตใจ คือ ผู้สูงอายุต้องการความรัก การดูแลเอาใจใส่ ความเคารพนับถือ ความเข้าใจ เห็นอกเห็นใจและให้อภัย
3. ด้านสังคม คือ ความต้องการในการมีส่วนร่วมทั้งกับกิจกรรมต่างๆทางสังคม เช่น มีสังคมเพื่อน การร่วมกิจกรรมทางศาสนา เป็นต้น
4. ด้านเศรษฐกิจ คือ การบริหารเงินให้เพียงพอสำหรับค่าใช้จ่ายต่างๆ เช่น ค่ารักษาพยาบาล ทำบุญ ช่วยเหลือสังคม เป็นต้น

2.1.2 แนวคิดว่าด้วยการพึ่งพาตนเองของผู้สูงอายุ

การพึ่งพาตนเอง เป็นการที่บุคคลได้แสดงออกถึงความพยายาม ความสามารถที่จะช่วยเหลือตนเอง สามารถริเริ่มและตัดสินใจตลอดจนการกำหนดความต้องการแก้ไขปัญหาอุปสรรคหรือการกระทำใดๆให้สำเร็จได้ด้วยตนเอง (บุญเลิศ พูนสุโข, 2540)

การพึ่งพาตนเองของผู้สูงอายุ หมายถึง การที่ผู้สูงอายุสามารถดูแลตนเองในด้านต่างๆ ได้แก่ การพึ่งพาตนเองด้านร่างกาย การพึ่งพาตนเองด้านจิตใจ การพึ่งพาตนเองด้านสังคม และการพึ่งพาตนเองด้านเศรษฐกิจ (สุคี ศรีวงศ์พากร, 2556) ดังนี้

1. การพึ่งพาตนเองด้านร่างกาย หมายถึง การดูแลตนเองของผู้สูงอายุในเรื่องของ อาหาร เครื่องแต่งกาย ที่อยู่อาศัย และด้านสุขภาพ
2. การพึ่งพาตนเองด้านจิตใจ หมายถึง การดูแลตนเองของผู้สูงอายุในเรื่องของสภาวะทางอารมณ์ให้มีความเป็นปกติ
3. การพึ่งพาตนเองด้านสังคม หมายถึง การดูแลตนเองของผู้สูงอายุในเรื่องของการอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข มีความสัมพันธ์ที่ดีกับครอบครัวและชุมชน
4. การพึ่งพาตนเองด้านเศรษฐกิจ หมายถึง การดูแลตนเองของผู้สูงอายุในเรื่องของภาระทางการเงิน มีการวางแผนการเงินให้เพียงพอในการดำเนินชีวิต

2.1.3 ที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุ

2.1.3.1 ประเภทที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ

ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม (นภาพกรณ์ วาทยานนท์ และธีรวัลย์ วรธโนธัย, 2552) คือ

1. ที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุโดยทำให้เป็นสถาบัน เป็นที่พักอาศัยที่จัดขึ้นสำหรับการดูแลผู้สูงอายุโดยเฉพาะ ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุที่มีปัญหาด้านสุขภาพหรือต้องการการดูแลเป็นพิเศษ ซึ่งมีรูปแบบเฉพาะ เช่น บ้านพักคนชรา สถานดูแลผู้สูงอายุ เป็นต้น
2. การสร้างให้มีทางเลือกในเรื่องที่อยู่อาศัย เป็นแนวคิดที่ตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุ เนื่องจากเชื่อว่าผู้สูงอายุมีความหลากหลาย และมีความต้องการที่แตกต่างกัน โดยให้ทางเลือกกับผู้สูงอายุเป็นผู้ตัดสินใจในเรื่องที่อยู่อาศัยด้วยตัวเอง
3. การสูงอายุในที่เดิม ในที่นี้หมายความว่า อยู่ในที่พักอาศัยหรือบ้านหลังเดิมที่เคยอยู่ หรือการอยู่ในชุมชนเดิมของตนเอง

นอกจากนี้ยังมีความคิดเห็นเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุว่า ในการที่สภาพสังคมเปลี่ยนแปลงไป ผู้สูงอายุต้องอยู่ตามลำพังมากขึ้น โครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุจึงต้องมีการออกแบบให้คล้ายบ้านพักอาศัยที่อบอุ่น อาจเป็นบ้านเดี่ยวหรืออาคารที่สูงไม่เกิน 5 ชั้น สถานที่ตั้งแถบชานเมือง มีสภาพแวดล้อมที่ดี และมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ครบครัน ที่สำคัญคือต้องมีการออกแบบที่ส่งเสริมให้ผู้สูงอายุสามารถช่วยเหลือตนเองได้มากที่สุด รวมถึงมีการจัดกิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ

การจัดสภาวะแวดล้อมมีความสำคัญกับผู้สูงอายุเป็นอย่างมาก เนื่องจากผู้สูงอายุมีความสามารถในการควบคุมสภาวะแวดล้อมลดลง โดยต้องให้ความสำคัญตั้งแต่การก่อสร้างบ้าน การออกแบบตกแต่งภายใน และการจัดหาเครื่องอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิต (ไตร

รัตน์ จารุทัศน์, 2552) ซึ่งการปรับเปลี่ยนสภาวะแวดล้อมให้เข้ากับผู้สูงอายุนั้นเป็นการป้องกัน และช่วยแก้ปัญหาต่างๆที่จะเกิดขึ้นกับผู้สูงอายุ

2.1.3.2 การเลือกที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ

ข้อพิจารณาสำหรับการเลือกที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ ประกอบด้วย ด้านความต้องการพื้นที่ใช้สอย ด้านวิธีการดำเนินชีวิต ด้านความต้องการความเป็นส่วนตัว ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านความปลอดภัย และด้านการออกแบบเพื่อเป็นที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ (Friedman and Harries, 1991)

2.1.4 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา ซื้อ ใช้ ประเมินผล ผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการ (Schiffman and Kanuk, 1994)

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior) และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค จึงเป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการ พฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อที่จะจัดกลยุทธ์ทางการตลาด และสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสม เพื่อที่จะสามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างดีที่สุด

วัฒนธรรม				
วัฒนธรรม	สังคม			
(Culture)	กลุ่มอ้างอิง	บุคคล		
วัฒนธรรมย่อย	(Reference Group)	อายุและวงจรชีวิต	จิตวิทยา	
(Subculture)	ครอบครัว	อาชีพ	การจูงใจ	
ชนชั้นทางสังคม	(Family)	ปัจจัยทางเศรษฐกิจ	การรับรู้	ผู้บริโภค
(Social Class)	บทบาทและสถานะ	รูปแบบการดำเนินชีวิต	การเรียนรู้	
	(Role & Statuses)	บุคลิกภาพ	ความเชื่อและทัศนคติ	
		การมองตนเอง		

ภาพที่ 2.1 แสดงแผนภาพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

ที่มา : Kotler, Philip. (1997). *Marketing Management : analysis, planning, implementation, and control*. 9th ed. New Jersey : A Simon & Schuster company.

จากภาพแสดงถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคซึ่งมี 4 ประการได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture factor) เป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง (Stanton and Futrell, 1987) วัฒนธรรมจะเป็นสิ่งกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social factor) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ (Age) วงจรชีวิตครอบครัว (Family life cycle stage) อาชีพ (Occupation) โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic circumstances) รายได้ (Income) การศึกษา (Education) ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) และรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle)

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological factor) การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภค ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, น.138 - 144) ซึ่งปัจจัยภายในประกอบด้วย การจูงใจ (Motivation) การรับรู้ (Perception) การเรียนรู้ (Learning) ความเชื่อ (Beliefs) และทัศนคติ (Attitudes)

2.1.5 ความตั้งใจซื้อ (Intention to Buy)

ความตั้งใจซื้อ หมายถึง การที่ผู้บริโภคจะเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด โดยความตั้งใจซื้อเป็นสิ่งสำคัญที่จะนำไปสู่การพฤติกรรมการซื้อจริงโดยผู้บริโภคจะพิจารณาจากข้อดี คุณภาพ และประโยชน์ของสินค้า เพื่อทำการเปรียบเทียบกัน และสรุปเป็นทางเลือกที่สอดคล้องกับความต้องการที่เกิดขึ้น (ศุภร เสรีรัตน์, 2540) นอกจากนี้ ความตั้งใจซื้อเกิดขึ้นมาจากทัศนคติที่มีต่อตราสินค้าของผู้บริโภค และความมั่นใจของผู้บริโภคในการประเมินตราสินค้าที่ผ่านมา (Haward 1944 อ้างใน วันดี ฉัตรธนะสิริเวช, 2551)

สรุปได้ว่า ความตั้งใจซื้อ คือ การที่ผู้บริโภคพร้อม และมีความต้องการซื้อสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่งที่สอดคล้องกับความต้องการ ซึ่งความตั้งใจซื้อเกิดจากทัศนคติ การพิจารณาเปรียบเทียบสินค้า ซึ่งต้องมีความสอดคล้องกับความต้องการ

2.1.6 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่เป็นเครื่องมือที่ช่วยกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่ง

สามารถปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมตามรูปแบบของธุรกิจต่างๆ ซึ่งตามแนวคิดของ Kotler (1997) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดนั้นมีพื้นฐาน 4 ปัจจัย ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

2.1.6.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง ตัวสินค้าหรือบริการประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangible Product) และสัมผัสไม่ได้ (Intangible Product) ที่เสนอให้กับลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจ โดยผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) หรือมีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2.1.6.2 ราคา (Price)

ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาถือเป็นต้นทุนของลูกค้า โดยผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของบริการนั้น การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึงคุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ

2.1.6.3 การจัดจำหน่าย (Place)

การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ สิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางการนำเสนอบริการ (Channel)

2.1.6.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ วัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสาร หรือชักจูงให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งเครื่องมือการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ ผู้ขายมีหน้าที่เลือกใช้เครื่องมือที่เหมาะสมกับลูกค้า เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญ เช่น การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 ปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์

2.2.1.1 ปัจจัยด้านอายุ

จากงานวิจัยของ สุธาสิณี สุดแสน (2549) ที่ศึกษาเรื่องการเตรียมการด้านที่อยู่อาศัยในอาคารชุดพักอาศัยของเคหะชุมชน การเคหะแห่งชาติ กรุงเทพมหานคร มีการเปรียบเทียบระหว่างอายุกับการย้ายที่อยู่อาศัย พบว่า ช่วงอายุระหว่าง 55-59 ปี เป็นช่วงอายุของบุคคลที่ต้องการย้ายที่อยู่อาศัยมากกว่าช่วงอายุอื่นๆ โดยช่วงอายุ 55-59 ปี มีความคิดที่จะย้ายที่อยู่ร้อยละ 46.9 ของจำนวนคนที่อยู่ในช่วงอายุนั้นๆ แต่เมื่อมีอายุเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ พบว่าความคิดหรือความต้องการที่จะย้ายที่อยู่ลดลงเรื่อยๆเช่นกัน เช่น ในช่วงอายุ 65-84 ปี ผู้สูงอายุไม่คิดจะย้ายที่อยู่ร้อยละ 84.1 และพบว่าผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า 75 ปี ไม่ต้องการย้ายที่อยู่อาศัยถึงร้อยละ 92.5 ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีของ Issac Green ที่กล่าวว่า ผู้ที่มีอายุมากกว่า 65 ปีมากกว่าร้อยละ 90 ไม่ต้องการที่จะย้ายที่อยู่อาศัย

2.2.1.2 ปัจจัยด้านเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ

ในงานวิจัยของพงษ์อุบล งามบรรรหาร (2541) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับการเตรียมตัวก่อนเกษียณอายุของบุคลากรฝ่ายการพยาบาล โรงพยาบาลศิริราช พบว่าส่วนมากการเตรียมการด้านเศรษฐกิจ ส่วนมากมีการเตรียมตัวในเรื่องการสะสมเงินในรูปแบบต่างๆไว้เพื่อการเตรียมที่อยู่อาศัยของตนเองและเตรียมเงินสำหรับปรับปรุงบ้าน รองลงมาเพื่อสำรองเงินไว้ยามเจ็บป่วยหรือฉุกเฉิน

2.2.2 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด

2.2.2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ในงานวิจัยของ สิริมาศ วิทยาพันธ์ประชาและคณะ (2546) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยแต่ละประเภทของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในส่วนของการวิเคราะห์ปัจจัยบ้านเดี่ยว พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพและมาตรฐานของที่อยู่อาศัยและส่วนกลางมีระดับความเห็นในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด รองลงมาระดับมากคือ ปัจจัยด้านจำนวนห้องขนาดห้อง และรูปแบบของที่อยู่อาศัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสยาม อเดโซ (2553) ที่ทำการศึกษปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครด้านตะวันออก พบว่าค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่าง 3 ลำดับแรก มีค่าเฉลี่ยในเรื่องคุณภาพการก่อสร้างมากที่สุด รองลงมาอันดับสอง คือ วัสดุก่อสร้าง และอันดับสาม คือ พื้นที่ใช้สอย

นอกจากนี้ บัญชา บูรณสิงห์ (2539) ได้ทำการศึกษาความต้องการที่อยู่อาศัยในวัยสูงอายุของผู้ที่ทำงานบริษัทชั้นนำในกรุงเทพมหานคร โดยวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินชีวิต ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจ ความต้องการที่อยู่อาศัยในวัยสูงอายุ และความคิดเห็นเกี่ยวกับชุมชนผู้สูงอายุ กล่าวว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับชุมชนผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่เห็นด้วยที่จะมีการจัดสร้างชุมชนสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ โดยให้ความสำคัญเรียงตามลำดับดังนี้ คือ การดูแลสุขภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ สภาพแวดล้อมที่สงบสุขและปลอดภัย สังคมเพื่อนบ้านที่อยู่ด้วยกัน ราคาและบริการที่สมเหตุสมผล ลักษณะของชุมชน ควรเป็นบ้านเดี่ยวชั้นเดียว (Single-Storey Cluster House) ในเขตปริมณฑล มีบริการด้านการแพทย์ พยาบาล อาหาร ทำความสะอาดที่พึกและรถรับส่งไปยังสถานที่ต่างๆ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ เช่น คลินิก สวนสุขภาพ ห้องปฏิบัติการธรรม เป็นต้น สอดคล้องกับวิจัยของ วิไลลักษณ์ ไกรสุวรรณ (2545) ที่ศึกษาในเรื่องแนวทางการจัดเตรียมที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ : กรณีศึกษาชมรมอยู่ร้อยปี ได้กล่าวว่าด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าที่ตั้งควรอยู่ในเขตปริมณฑลหรือต่างจังหวัดที่มีสภาพแวดล้อมที่ดี ลักษณะบ้านไม่ควรเป็นอาคารสูง ควรมีบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุโดยเน้นเรื่องสุขภาพเป็นหลัก เช่นอาหาร กิจกรรมด้านสุขภาพ การแพทย์ สวนสุขภาพและห้องปฏิบัติการธรรม เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของเฉลิมพงศ์ ชยวิทย์โสม (2554) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาทของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่าการมีสถานที่ออกกำลังกายภายในหมู่บ้าน และมีการตกแต่งส่วนกลางสวยงามมีผลต่อการเลือกซื้อบ้านเดี่ยว

2.2.2.2 ปัจจัยด้านราคา (Price)

บุญฤทธิ์ จิตต์เกื้อ (2546) ได้ศึกษาการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล กล่าวว่าราคาซื้อขายอสังหาริมทรัพย์มีอิทธิพลสูงในการกำหนดการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เมื่อราคาซื้อขายอสังหาริมทรัพย์เพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้โอกาสในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ลดลงร้อยละ 1.91 สอดคล้องกับงานวิจัยของพงศธร จำนงศิริธรรม (2549) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ราคามีผลต่อการซื้อคอนโดมิเนียมสูงถึงร้อยละ 92 รองลงมาคือเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในและอิทธิพลด้านทำเลที่ตั้งร้อยละ 91 และ 87 ตามลำดับ และสอดคล้องกับ Alex Michaelides and Nobuhiro Kiyotaki (2006) ที่กล่าวว่าราคาของที่อยู่อาศัยมีบทบาทอย่างมากต่อการตัดสินใจในพฤติกรรมของผู้บริโภค ความผันผวนในมูลค่าตลาดของที่อยู่อาศัยส่งผลกระทบต่อความสามารถในการกู้ยืมและใช้จ่ายของครัวเรือนโดยตรง

นอกจากนั้น นพดล รักสנית (2551) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร: กรณีศึกษา จังหวัดภูเก็ต พบว่าสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญสูงสุดคือการกำหนดราคาของบ้านมีความเหมาะสมเช่นเดียวกับ วันวิสาข์ กาวีชา (2550) ได้ศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร : กรณีศึกษาโครงการบ้านฟ้าใส อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า ราคาบ้านที่มีความเหมาะสมกับจำนวนเนื้อที่ใช้สอย คุณภาพบ้านและที่ดิน เหมาะสมคุ้มค่าเงิน มีผลอย่างมากต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ตรงกับเฉลิมพงศ์ ชยวิทย์ (2554) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาทของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และ อภิสันันท์ เชื้อถือเจริญกิจ (2554) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทาวน์เฮ้าส์ของผู้บริโภค : กรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร พบข้อมูลตรงกันว่า การตัดสินใจในการซื้อบ้านของผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการมีราคาที่เหมาะสม

2.2.2.3 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place)

วรเดช พรเบญจภักดิ์กุล (2552) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรถจักรยานยนต์ประเภทมอเตอร์ไซด์ที่อยู่อาศัยของบริษัท บริหารสินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายปัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดคือเรื่อง การมีตัวแทนจำหน่ายกระจายอยู่ทั่วไป ทำให้ง่ายต่อการติดต่อซื้อขายและมี website แสดงรายละเอียดของข้อมูลอย่างครบถ้วน

นอกจากนั้น นพดล รักสנית (2551) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร: กรณีศึกษา จังหวัดภูเก็ต พบว่าจากระดับความสำคัญของการตัดสินใจเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายพบว่า การมีตัวอย่างบ้านเหมือนจริงส่งผลต่อการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวมากที่สุด รองลงมาคือสามารถติดต่อกับพนักงานได้โดยตรงและสามารถติดต่อได้สะดวกผ่านทางอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ

สยาม อเดโซ (2553) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครด้านตะวันออก พบว่าค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญด้านการจัดจำหน่ายของตัวอย่าง 3 ลำดับแรก คือ มีการขายผ่านสำนักงานขายของโครงการ การขายผ่านมหรธรมบ้าน และการขายตรงผ่าน Direct mail, SMS, โบนัส ตามลำดับ

ในด้านของที่ตั้งโครงการ งานวิจัยของ สุรศักดิ์ แพ้วพานิชกุล (2547) ได้ศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในเรื่องของที่ตั้งโครงการรวมถึงสภาพแวดล้อมภายในโครงการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยแผนธุรกิจบ้านเดี่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

ของรณกร ลีไพบูลย์ (2554) มีการศึกษาถึงระดับความจำเป็นของที่ตั้งของโครงการบ้านผู้สูงอายุ พบว่า ผู้สนใจในโครงการบ้านจัดสรรสำหรับผู้สูงอายุให้ความสำคัญของที่ตั้งของโครงการบ้านผู้สูงอายุในเรื่องความปลอดภัยของโครงการและการมีที่ตั้งใกล้สถานพยาบาลในระดับความจำเป็นมากที่สุด และให้ความสำคัญมากเป็นลำดับรองลงมาคือ ใกล้บ้านบุตรหลานหรือญาติ ใกล้ตลาดระบบขนส่งมวลชน สถานีตำรวจ เป็นลำดับรองลงมา นอกจากนี้ บุญฤทธิ์ จิตต์เกื้อ (2546) ได้ศึกษาการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล พบว่าปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งนั้น ปัจจัยด้านการคมนาคมที่สะดวก เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัย รองลงมาคือการมีรถประจำทางเข้าออกตลอดเวลาและการที่มีที่อยู่ห่างไกลมลพิษและความแออัด ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของเฉลิมพงศ์ ชยวิฑูโร (2554) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาทของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ความสะดวกในการเดินทางเข้าออก สถานที่ตั้งใกล้กับถนนใหญ่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านเดี่ยว

2.2.2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การวิจัยแผนธุรกิจบ้านเดี่ยวสำหรับผู้สูงอายุ รณกร ลีไพบูลย์ (2554) พบว่าในส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้สนใจในบ้านจัดสรรสำหรับผู้สูงอายุส่วนใหญ่เลือกส่วนลดราคาบ้านเป็นจำนวนมากที่สุด รองลงมาเป็นการเลือกแถมเฟอร์นิเจอร์และฟรีเงินดาวน์ ซึ่งสอดคล้องกับ ไชยพงศ์ เอกจิตรพันธ์ (2552) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านที่อยู่อาศัยของผู้ที่มีรายได้สูงในอำเภอเมืองสมุทรสาคร พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเฉลี่ยโดยรวมมีความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมากคือการลดราคาและมี website ที่ให้ข้อมูลโครงการ นอกจากนี้ปัจจัยด้านบุคคล เช่น พนักงานขาย ก็ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในระดับมากเช่นกัน ซึ่งตรงกับการศึกษาของ เฉลิมพงศ์ ชยวิฑูโร (2554) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาทของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มคนที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญในด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุดคือการให้ของแถมเพิ่มช่วงที่มีการส่งเสริมการขายและการมีส่วนลดราคาในช่วงที่เปิดโครงการใหม่ในระดับที่เท่ากัน

แต่อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของ สุรศักดิ์ แพร่พานิชกุล (2547) ในการศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่เห็นความสำคัญของการ การส่งเสริมการตลาด เช่นการลดแลกแจกแถมแต่เป็นต้องกลยุทธ์เพื่อใช้ในการเร่งการตัดสินใจและใช้ในระยะสั้น ไม่ควรใช้ยาวต่อเนื่อง ควรใช้

เป็นครั้งคราว รวมถึงควรมีกิจกรรมอื่นๆประกอบด้วยเช่น การเปิดตัวโครงการ การฉลองเปิดเฟสใหม่ เป็นต้น

นอกจากนั้น พิสุทธิ์ สุนทรามงคล (2540) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านการโฆษณาเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ การส่งเสริมการขายและการขายโดยใช้พนักงาน

2.3 สรุปวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น สามารถสรุปตามปัจจัยแต่ละด้านได้ตามตาราง 2.1 ดังนี้

ตารางที่ 2.1

สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัย	งานวิจัย	ผู้วิจัย
อายุ	การเตรียมการด้านที่อยู่อาศัยในอาคารชุดพักอาศัยของเคหะชุมชน การเคหะแห่งชาติ กรุงเทพมหานคร	สุธาสินี สุดแสน (2549)
เงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ	ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเตรียมตัวก่อนเกษียณอายุของบุคลากรฝ่ายการพยาบาล โรงพยาบาลศิริราช	พงษ์อุบล งามบรรหาร (2541)
ผลิตภัณฑ์ (Product)	ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยแต่ละประเภทของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	สิริมาศ วิทยาพันธ์ประชา และคณะ (2546)
	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครด้านตะวันออก	สยาม อเดโซ (2553)
	ความต้องการที่อยู่อาศัยในวัยสูงอายุของผู้ที่ทำงานบริษัทชั้นนำในกรุงเทพมหานคร	บัญชา บุรณสิงห์ (2539)

ตารางที่ 2.1

สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ปัจจัย	งานวิจัย	ผู้วิจัย
ผลิตภัณฑ์ (Product)	แนวทางการจัดเตรียมที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ : กรณีศึกษาชมรมอยู่ร้อยปี	วีไลลักษณ์ ไกรสุวรรณ (2545)
	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาทของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	เฉลิมพงศ์ ชยวิฑูโรดม (2554)
ราคา (Price)	การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล	บุญฤทธิ์ จิตต์เกื้อ (2546)
	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	พงศธร จำนงศิริธรรม (2549)
	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร: กรณีศึกษา จังหวัดภูเก็ต	นพดล รักสนิธิ (2551)
	ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร : กรณีศึกษาโครงการบ้านฟ้าใส อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย	วันวิสาข์ กาวินา (2550)

ตารางที่ 2.1

สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ปัจจัย	งานวิจัย	ผู้วิจัย
ราคา (Price)	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาทของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	เฉลิมพงศ์ ชยวิฑูโรดม (2554)
	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทาวน์เฮ้าส์ของผู้บริโภค : กรณีศึกษากรุงเทพมหานคร	อภิสิทธิ์ เชื้อถ้อยเจริญกิจ (2554)
การจัดจำหน่าย (Place)	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรถจักรยานยนต์ประเภทมอเตอร์ไซด์ที่อยู่อำเภอของบริษัทบริหารสินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	วรเดช พรเบญจภักดิ์กุล (2552)
	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร: กรณีศึกษา จังหวัดภูเก็ต	นพดล รักสนิทธิ (2551)
	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครด้านตะวันออก	สยาม อเดโซ (2553)

ตารางที่ 2.1

สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ปัจจัย	งานวิจัย	ผู้วิจัย
การจัด จำหน่าย (Place)	ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	สุรศักดิ์ แพร์พานิชกุล (2547)
	แผนโครงการบ้านเดี่ยวสำหรับผู้สูงอายุ	รณกร สีไพบูลย์ (2554)
	การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล	บุญฤทธิ จิตต์เกื้อ (2546)
	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาทของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	เฉลิมพงศ์ ชยวัฑฒ (2554)
การส่งเสริม การตลาด (Promotion)	แผนโครงการบ้านเดี่ยวสำหรับผู้สูงอายุ	รณกร สีไพบูลย์ (2554)
	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านที่อยู่อาศัยของผู้ที่มีรายได้สูงในอำเภอเมืองสมุทรสาคร	ไชยพงศ์ เอกจิตรพันธ์ (2552)

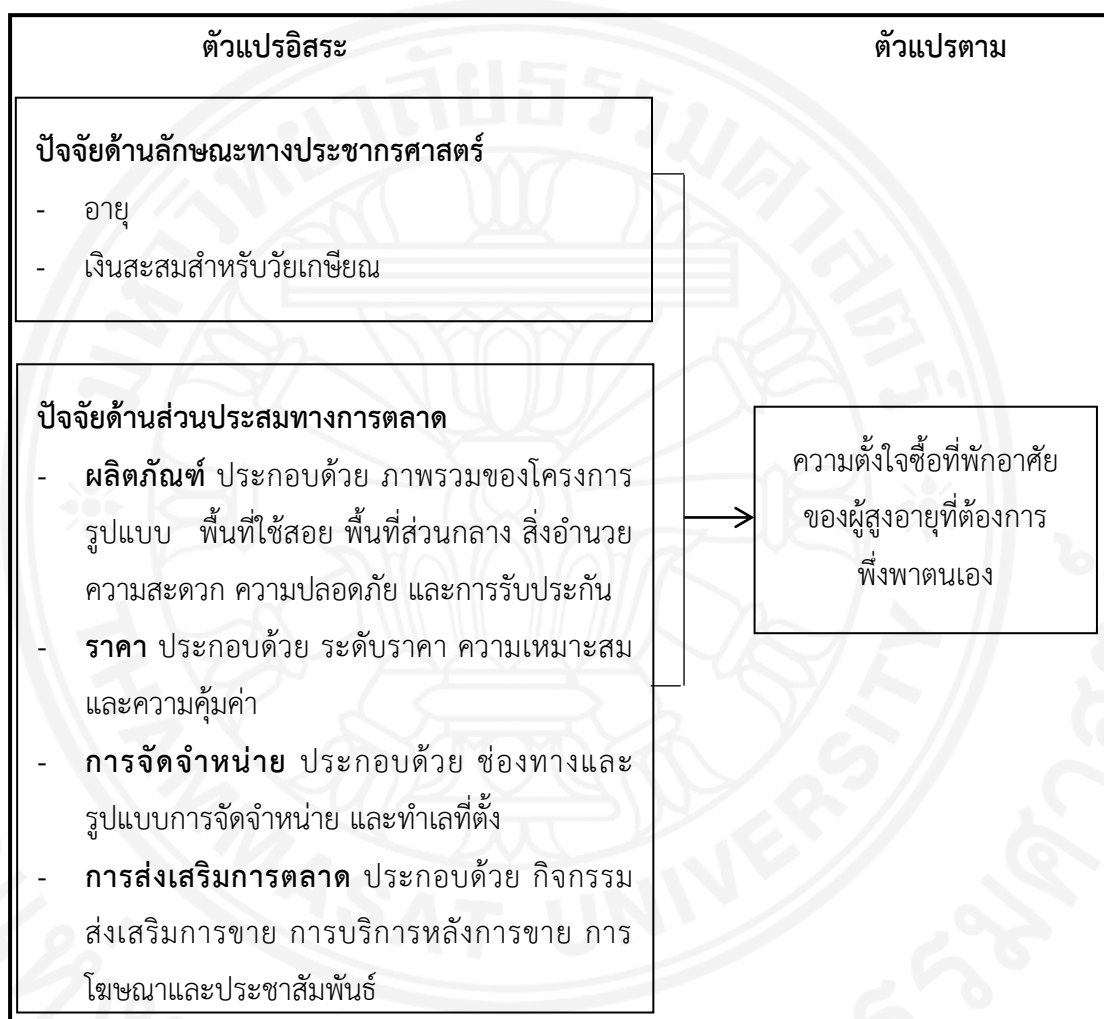
ตารางที่ 2.1

สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ปัจจัย	งานวิจัย	ผู้วิจัย
การส่งเสริม การตลาด (Promotion)	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาทของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	เฉลิมพงศ์ ชยวัฑฒ (2554)
	ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ บ้านเดี่ยวในโครงการจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล	สุรศักดิ์ แพร์พาดนิชกุล (2547)
	ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัด เชียงใหม่	พิสุทธิ์ สุนทรามงคล (2540)

2.4 กรอบแนวคิด

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถกำหนดกรอบแนวคิดในงานวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดงานวิจัย

ที่มา : งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ตารางที่ 2.1)

บทที่ 3 วิธีการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง จากการทบทวนวรรณกรรมและวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการวิจัยเพื่อศึกษาผลของลักษณะทางประชากรศาสตร์ และส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง โดยผู้วิจัยมีวิธีการดำเนินงานและขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 วิธีการวิจัย
- 3.2 ตัวแปรในงานวิจัยและสมมติฐาน
- 3.3 การกำหนดประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่าง
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.5 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 วิธีการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะสร้างความเข้าใจ และสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ที่สนใจทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นสิ่งปลูกสร้างเพื่อเป็นที่อยู่อาศัยให้แก่ผู้สูงอายุโดยเฉพาะ ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องออกแบบการวิจัยให้ครอบคลุมทุกประเด็นหัวข้อที่ส่งผลต่อปัจจัยข้างต้น และกำหนดวิธีการเก็บข้อมูลอย่างเหมาะสม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แม่นยำและตรงประเด็น

ผู้วิจัยได้เลือกทำการวิจัยในเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

3.2 ตัวแปรในงานวิจัยและสมมติฐาน

จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมข้างต้น พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง และส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ยังเป็นเครื่องมือ

ที่สำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองอีกด้วย

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาคำแปรดังกล่าวทั้งหมดพร้อมแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้สูงอายุ โดยสมมติฐานงานวิจัยครั้งนี้ แบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

3.2.1 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

สมมติฐานที่ 1 : ความแตกต่างกันทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ และเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

3.2.2 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

สมมติฐานที่ 2 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

3.3 การกำหนดประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่าง

3.3.1 ประชากร

ประชากรกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ตามที่ระบุในนิยามศัพท์ ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และมีความสนใจเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

3.3.2 กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ คือ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานครและมีความสนใจเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงเลือกใช้สูตรการคำนวณของ Cochran (Cochran, 1963, อ้างโดยมารยาท โยทองยศ และผศ.ปราณี สวัสดิ์สรพร) เป็นวิธีในการหาขนาดตัวอย่าง ใช้ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน แต่ทราบว่ามีความถี่สูง และมีสูตร และตัวแปร ดังนี้

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

p แทน สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร

e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนระหว่างค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างและค่าเฉลี่ยประชากรที่ยอมรับได้ ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.05

q แทน การที่จะไม่เกิดเหตุการณ์ซึ่งเท่ากับ $1-p$ ในกรณีของกลุ่มตัวอย่าง

Z แทน ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ

ถ้าระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า $Z = 1.96$

ถ้าระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 หรือระดับนัยสำคัญ 0.01 มีค่า $Z = 2.58$

โดยคณะผู้วิจัยกำหนดขนาดความแปรปรวนสูงสุดคือ $p = 0.5$, $q = 0.5$ และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะได้ว่า

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (1-0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = 384.16$$

จากการคำนวณ จะได้ขนาดจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เท่ากับ 385 คน และผู้วิจัยได้เพิ่มการเก็บแบบสำรวจอีก 15 คน รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นเท่ากับ 400 คน

3.3.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยทำการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ กลุ่มตัวอย่างเป็นบุคคลที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและมีความสนใจเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยเพื่อพึ่งพาตนเอง โดยผ่านคำถามคัดกรองในส่วนแรกของแบบสอบถามเพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผ่านการกระจายแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นแบบออนไลน์ (Online Questionnaire) 200 ชุด และแบบชุดเอกสาร (Paper Questionnaire) 200 ชุด จนครบตามจำนวนที่ต้องการ คือ 400 คน

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้รูปแบบการสำรวจ (Survey Research) เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บข้อมูลจากการสำรวจ คือ การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ด้วยวิธีการเก็บแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ และผ่านการแจกแบบสอบถามให้แก่ผู้ที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปที่มีความสนใจเกี่ยวกับที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองและอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยนำไปใช้ในการเก็บข้อมูล ได้ผ่านการทดสอบเครื่องมือในการวิจัยก่อนการนำไปใช้จริง ดังนี้

3.4.1 ทบทวนทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยทบทวนทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำตัวแปรที่น่าสนใจและมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจซื้อที่פקอาศัยมาปรับปรุงและพัฒนาให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

3.4.2 ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของเนื้อหา

นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและเนื้อหาก่อนนำไปใช้จริง โดยพิจารณาร่วมกับกรอบแนวคิดงานวิจัย (Conceptual FrameWork)

3.4.3 ทดสอบแบบสอบถาม

เมื่อแก้ไขแบบสอบถามเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงทำการทดสอบแบบสอบถาม (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบความถูกต้องโดยทดลองประมวลผล และนำมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริงกับกลุ่มประชากรที่จะศึกษาต่อไป

แบบสอบถามในการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ แบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามได้เป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 : แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คำถามในส่วนนี้จะประกอบด้วย 5 ข้อคำถาม เป็นการสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวในด้านต่างๆ โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบทดสอบปลายปิด (Close-Ended response question) ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณอายุ และลักษณะที่פקอาศัยปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 : ชุดคำถามที่สอบถามในการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่פקอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิดโดยเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่าตอบ (Linkert Scale Question) ประกอบด้วย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำนวน 10 ข้อ

ปัจจัยด้านราคา จำนวน 4 ข้อ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำนวน 8 ข้อ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำนวน 4 ข้อ

รวมทั้งสิ้นมีคำถาม จำนวน 26 ข้อ

การวัดค่าตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยและเกณฑ์การให้คะแนน

ในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในส่วนที่ 2 ของแบบสอบถามที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อที่พหุศาสตร์ของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง แบ่งระดับการให้ความคิดเห็นจากมากไปน้อย (Five – Point Likert Scales) ซึ่งมีช่วงเกณฑ์ในการให้คะแนนแบบสอบถามออกเป็น 5 ระดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกได้คำตอบเดียว ซึ่งแสดงความหมายของการให้คะแนนสำหรับความเห็นในระดับต่างๆ ดังนี้

ตารางที่ 3.1

ตารางแสดงเกณฑ์การให้คะแนนสำหรับความเห็นในระดับต่างๆ

ระดับความเห็น	ระดับคะแนน
เห็นด้วยมากที่สุด	5 คะแนน
เห็นด้วยมาก	4 คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	3 คะแนน
เห็นด้วยน้อย	2 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	1 คะแนน

เกณฑ์การแปลค่าเฉลี่ยความเห็น

เกณฑ์การประเมินการวัด ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาจะใช้วิธีการแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักการของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยแบ่งคะแนนสูงที่สุดออกเป็น 5 ระดับ จากคะแนนเฉลี่ยที่ได้รับจากแบบสอบถาม คะแนนสูงที่สุด คือ 5 คะแนน และคะแนนต่ำสุด คือ 1 คะแนน หากกึ่งกลางพิสัยโดยใช้สูตรคำนวณช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

การจัดระดับคะแนนเฉลี่ยค่าพิสัยที่คำนวณได้ และการแปลค่าเฉลี่ยความเห็นในระดับต่างๆดังนี้

ตารางที่ 3.2

ตารางแสดงการแปลผลของค่าเฉลี่ยคะแนนในระดับต่าง

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	เห็นด้วยมากที่สุด
3.41 – 4.20	เห็นด้วยมาก
2.61 – 3.40	เห็นด้วยปานกลาง
1.81 – 2.60	เห็นด้วยน้อย
1.00 – 1.80	ไม่เห็นด้วย

ส่วนที่ 3 : การประเมินความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง ซึ่งเป็นข้อคำถามที่การประเมินความตั้งใจซื้อโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อที่พักอาศัยเพื่อพึ่งพาตนเองในอนาคต

การวัดค่าตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยและเกณฑ์การให้คะแนน

การประเมินความของผู้ตอบแบบสอบถามจะใช้ตัววัดแบบการเลือกระดับความสนใจในการตั้งใจซื้อที่พักอาศัยเพื่อพึ่งพาตนเองของผู้สูงอายุตั้งแต่มากที่สุดไปน้อยที่สุด (Five – Point Likert Scales) ซึ่งมีช่วงเกณฑ์ในการให้คะแนนแบบสอบถามออกเป็น 5 ระดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกได้คำตอบเดียว ซึ่งแสดงความหมายของการให้คะแนนสำหรับความเห็นในระดับต่างๆ ดังนี้

ตารางที่ 3.3

ตารางแสดงเกณฑ์การให้คะแนนสำหรับความตั้งใจซื้อในระดับต่างๆ

ระดับความสนใจ	ระดับคะแนน
ตั้งใจซื้อมากที่สุด	5 คะแนน
ตั้งใจซื้อมาก	4 คะแนน
ตั้งใจซื้อปานกลาง	3 คะแนน
ตั้งใจซื้อน้อย	2 คะแนน
ตั้งใจซื้อน้อยที่สุด	1 คะแนน

เกณฑ์การแปลค่าเฉลี่ยความเห็น

เกณฑ์การประเมินความสนใจในการซื้อที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาจะใช้วิธีการแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักการของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยแบ่งคะแนนสูงสุดที่สุุดออกเป็น 5 ระดับ จากคะแนนเฉลี่ยที่ได้รับจากแบบสอบถาม คะแนนต่ำสุด คือ 1 คะแนน และคะแนนสูงสุดที่สุุด คือ 5 คะแนน หากถึงกลางพิสัยโดยใช้สูตรคำนวณช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

การจัดระดับคะแนนเฉลี่ยค่าพิสัยที่คำนวณได้ และการแปลค่าเฉลี่ยความเห็นในระดับต่างๆดังนี้

ตารางที่ 3.4

ตารางแสดงการแปลผลของค่าเฉลี่ยคะแนนในระดับต่างๆ

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	ตั้งใจซื้อมากที่สุด
3.41 – 4.20	ตั้งใจซื้อมาก
2.61 – 3.40	ตั้งใจซื้อปานกลาง
1.81 – 2.60	ตั้งใจซื้อน้อย
1.00 – 1.80	ตั้งใจซื้อน้อยที่สุด

3.5 วิธีการเก็บข้อมูล

การศึกษางานวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเพื่อนำมาวิเคราะห์ ทั้งข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิ ดังนี้

3.5.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นข้อมูลที่มีผู้ทำการศึกษาค้นคว้า เก็บรวบรวม และวิเคราะห์ผลไว้เรียบร้อยแล้ว ได้แก่ หนังสือ บทความ วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ การค้นคว้าอิสระ รวมถึงการสืบค้นข้อมูลแหล่งข้อมูลออนไลน์ เช่น ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

3.5.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นข้อมูลที่มีผู้วิจัยทำการศึกษา เก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเอง โดยในการค้นคว้าอิสระนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างด้วยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 วิธีการ คือ การส่งแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์ และการเดินทางไปพบกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ต่างๆ เพื่อแจกแบบสอบถาม รวมจำนวนทั้งหมด 400 ชุด

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยเก็บข้อมูลและตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลดังกล่าวมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป จากนั้นจึงนำผลที่ได้มาวิเคราะห์และตีความโดยอาศัยแนวคิดทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบการอภิปราย โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ มีดังนี้

3.6.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ใช้อธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยอธิบายและนำเสนอในรูปของตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่ามัชฌิมาเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.6.2 สถิติอนุมาน (Inferential Statistics)

3.6.2.1 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ค่า F-Test เป็นการวิเคราะห์ที่ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปร 2 กลุ่มขึ้นไป ในที่นี้เพื่อทดสอบว่าระดับความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองมีความแตกต่างกันตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์หรือไม่

3.6.2.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อรวมกลุ่มตัวแปรในแต่ละปัจจัยที่ทำการศึกษาที่สัมพันธ์กันให้เป็นองค์ประกอบในปัจจุบันที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

3.6.2.3 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Liner Regression) ในการอธิบายความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างผลของตัวแปรอิสระมากกว่าหนึ่งปัจจัยที่มีต่อตัวแปรตาม และมีการพิจารณาตัวแปรให้อยู่ในระบบสมการ ในรูปแบบ All Enter ที่เป็นการนำตัวแปรอิสระทุกตัวเข้าระบบสมการพร้อมกันในคราวเดียว



บทที่ 4

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

งานวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักออาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง ประกอบด้วยตัวแปรอิสระคือ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 4 ปัจจัย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด รวมถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ คือ อายุและเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ และตัวแปรตามคือ ความตั้งใจซื้อที่พักออาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

ผู้วิจัยทำการสำรวจข้อมูลโดยการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม นำข้อมูลที่ได้มาทำการประมวลผล วิเคราะห์ จำแนกตามลักษณะข้อมูลหรือตัวแปรต่างๆ ที่ใช้ในการศึกษา และวิเคราะห์ค่าสถิติตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ที่ได้ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักออาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง
- 4.3 การวิเคราะห์ปัจจัย
 - 4.3.1 การวิเคราะห์ความเหมาะสมในการใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัย
 - 4.3.2 การกำหนดกลุ่มปัจจัย
- 4.4 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักออาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง
- 4.5 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (ปัจจัยส่วนบุคคล) กับความตั้งใจซื้อที่พักออาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกแจกแบบสอบถามเฉพาะบุคคลที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และมีความสนใจเกี่ยวกับที่พักออาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง โดยระยะเวลาในการเก็บรวบรวมแบบสอบถามประมาณ 2 สัปดาห์ (ปลายเดือนพฤศจิกายนถึงต้นเดือนธันวาคม) ผู้วิจัยสามารถเก็บรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งสิ้น 425 ชุด โดยผู้วิจัยได้ตัดแบบสอบถามที่ผู้ตอบไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายออก จำนวน 25 ชุด ดังนั้น แบบสอบถามคงเหลือสำหรับงานวิจัยนี้ มีจำนวน 400 ชุด ซึ่งข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่ม

ตัวอย่างที่ผู้วิจัยจะนำมาพิจารณา คือ เพศ อายุ อาชีพ เงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ และลักษณะที่อยู่อาศัยปัจจุบัน ซึ่งมีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4.1 – 4.5

ตารางที่ 4.1

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	134	33.5
หญิง	266	66.5
รวม	400	100

ตารางที่ 4.2

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
50-59 ปี	190	47.5
60-70 ปี	170	42.5
70 ปีขึ้นไป	40	10
รวม	400	100

ตารางที่ 4.3

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	148	37
พนักงานบริษัทเอกชน	64	16
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	73	18.25

ตารางที่ 4.3

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ(ต่อ)

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	91	22.75
เกษียณ	16	4
อาชีพอิสระ	8	2
รวม	400	100

ตารางที่ 4.4

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ

เงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500,000 บาท	68	17
500,000-1,000,000 บาท	67	16.75
1,000,001-2,000,000 บาท	51	12.75
2,000,001-3,000,000 บาท	73	18.25
มากกว่า 3,000,000 บาท	141	35.25
รวม	400	100

ตารางที่ 4.5

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัยปัจจุบัน

ลักษณะที่อยู่อาศัยปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
บ้านเดี่ยว	193	48.25
บ้านแฝด	4	1
ทาวน์เฮ้าส์	113	28.25

ตารางที่ 4.5

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัยปัจจุบัน(ต่อ)

ลักษณะที่อยู่อาศัยปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
อาคารพาณิชย์	41	10.25
คอนโดมิเนียม	33	8.25
อพาร์ทเมนท์	16	4
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 – 4.5 พบว่าลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็นเพศชายร้อยละ 33.5 เพศหญิง ร้อยละ 66.5 ส่วนใหญ่มีอายุ 50-59 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.5 ของกลุ่มตัวอย่าง และมีกลุ่มอายุ 60-70 ปี และอายุ 70 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 42.5 และ 10 ตามลำดับ โดยส่วนมากมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมาเป็นพ่อบ้านและแม่บ้าน และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 22.75 และ 18.25 ตามลำดับ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณมากกว่า 3,000,000 บาท ร้อยละ 35.25 และลักษณะที่อยู่อาศัยปัจจุบันคือบ้านเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 48.25

4.2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

จากข้อมูลที่ได้รวบรวมจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง สามารถสรุปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง ได้ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็น ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

ปัจจัยที่ศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)			
1. โครงการมีชื่อเสียง มีตราสินค้าเป็นที่รู้จัก	3.58	0.958	เห็นด้วยมาก
2. รูปแบบที่พักอาศัยมีความสวยงาม	3.81	0.775	เห็นด้วยมาก
3. โครงการมีรูปแบบที่พักอาศัยให้เลือกหลากหลาย	3.79	0.817	เห็นด้วยมาก
4. โครงการมีขนาดพื้นที่ใช้สอยให้เลือกหลากหลาย	4.04	0.717	เห็นด้วยมาก
5. พื้นที่ส่วนกลางกว้างขวาง	3.96	0.818	เห็นด้วยมาก
6. พื้นที่ส่วนกลางตกแต่งสวยงาม	3.94	0.765	เห็นด้วยมาก
7. ภายในโครงการมีบริการทางด้านการแพทย์พยาบาล	4.13	0.981	เห็นด้วยมาก
8. มีสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลาง	4.21	0.804	เห็นด้วยมากที่สุด
9. ภายในโครงการมีระบบการรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวด	4.64	0.557	เห็นด้วยมากที่สุด
10. มีการรับประกันหลังการส่งมอบ	4.59	0.571	เห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4.6

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็น ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง (ต่อ)

ปัจจัยที่ศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
ปัจจัยด้านราคา (Price)			
11. ราคามีความเหมาะสมกับรูปแบบที่พักอาศัย	4.46	0.578	เห็นด้วยมากที่สุด
12. ราคามีความเหมาะสมกับที่ดิน	4.28	0.606	เห็นด้วยมากที่สุด
13. ราคาไม่แตกต่างจากโครงการอื่นๆ	3.95	0.761	เห็นด้วยมาก
14. มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ	4.16	0.770	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place)			
15. มีเว็บไซต์แสดงรายละเอียดโครงการอย่างครบถ้วน	3.37	1.056	เห็นด้วยปานกลาง
16. มีการจัดบูธแสดงขายโครงการนอกสถานที่	3.80	0.830	เห็นด้วยมาก
17. มีบ้านตัวอย่างเหมือนจริงให้ชม	4.48	0.600	เห็นด้วยมากที่สุด
18. ที่ตั้งโครงการใกล้แหล่งที่พักเดิม	3.31	0.807	เห็นด้วยปานกลาง
19. ที่ตั้งโครงการใกล้บ้านบุตรหลานหรือญาติ	3.80	0.919	เห็นด้วยมาก
20. ที่ตั้งโครงการติดถนนใหญ่	3.67	0.949	เห็นด้วยมาก
21. การคมนาคมสะดวก	4.30	0.676	เห็นด้วยมากที่สุด
22. โครงการอยู่ใกล้ระบบขนส่ง	3.86	1.039	เห็นด้วยมาก

ตารางที่ 4.6

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็น ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง (ต่อ)

ปัจจัยที่ศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)			
23. มีกิจกรรมส่งเสริมการขายที่หลากหลาย	4.36	0.708	เห็นด้วยมากที่สุด
24. รูปแบบการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ น่าสนใจ	3.89	0.772	เห็นด้วยมาก
25. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่หลากหลาย	3.78	0.818	เห็นด้วยมาก
26. มีพนักงานให้คำแนะนำและบริการ	4.51	0.652	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วย 5 อันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ในเรื่องภายในโครงการมีระบบการรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวด โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.64 และมีการรับประกันหลังการส่งมอบได้ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.59 รองลงมาเป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในส่วนของการมีพนักงานให้คำแนะนำและบริการ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.51 ต่อมา คือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) ในเรื่องของการมีบ้านตัวอย่างเหมือนจริงให้ชม มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.48 และปัจจัยด้านราคา (Price) ในเรื่องของราคามีความเหมาะสมกับรูปแบบที่พักอาศัย มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.46

ในส่วนของปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างที่มีคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น 5 อันดับสุดท้าย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) ในแง่ของที่ตั้งโครงการใกล้แหล่งที่พักเดิม มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เท่ากับ 3.31 และ ในส่วนของการมีเว็บไซต์แสดงรายละเอียดโครงการอย่างครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.37 รองลงมาเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ในแง่โครงการมีชื่อเสียง มีตราสินค้าเป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.58 และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) ในเรื่องที่ตั้ง

โครงการติดถนนใหญ่ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.67 สุดท้ายคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในเรื่องของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.78

ตารางที่ 4.7

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของระดับความตั้งใจซื้อ

ตัวแปรตาม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
ความตั้งใจซื้อที่พอกำคัญสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง	4.17	0.763	ตั้งใจซื้อมาก

จากการสำรวจตัวแปรตาม จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจซื้อที่พอกำคัญสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17

4.3 การวิเคราะห์ปัจจัย

จากการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) เพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระต่างๆ ทั้ง 26 ตัววัด ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีคู่ตัววัดหลายตัวมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวจะส่งผลต่อการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear regression) ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำตัววัดที่มีลักษณะใกล้เคียงกันไปทำการวิเคราะห์เพื่อทำการจัดกลุ่มตัวแปรใหม่ให้มีความเหมาะสม และเพื่อให้ได้ข้อมูลผลการวิเคราะห์ที่เหมาะสมและมีความถูกต้องมากยิ่งขึ้น

4.3.1 การวิเคราะห์ความเหมาะสมในการใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัย

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) และ Bartlett's Test of Sphericity ในการทดสอบความเหมาะสมในการนำการวิเคราะห์ปัจจัยมาใช้

การวิเคราะห์ KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) เป็นค่าที่ใช้วัดความเหมาะสมของข้อมูลตัวอย่างที่จะนำมาวิเคราะห์โดยเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เป็นการทดสอบว่าตัวแปรต่างๆมีความเหมาะสมที่จะใช้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยหรือไม่ โดยดูจากค่า KMO คือ ถ้าค่า KMO มีค่าน้อย (เข้าสู่ศูนย์) แสดงว่าเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ไม่เหมาะสมกับข้อมูลที่มีอยู่ และถ้าค่า KMO มีค่ามาก (เข้าสู่หนึ่ง) แสดงว่าเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor

Analysis) เหมาะสมกับข้อมูลที่มีอยู่ โดยทั่วไป ถ้า KMO มีค่าสูงกว่า 0.5 ถือว่าข้อมูลที่รวบรวมมา มีความเหมาะสมที่จะใช้ทำการวิเคราะห์ปัจจัย

สำหรับการวิเคราะห์ Bartlett's Test of Sphericity เป็นค่าสถิติที่ใช้ทดสอบค่าสหสัมพันธ์โดยรวมของตัวแปรย่อยที่นำมาวิเคราะห์ เพื่อทดสอบว่าตัวแปรต่างๆมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ ซึ่งข้อมูลที่เหมาะสมจะต้องมี Significant น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

กำหนดระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$

H_0 คือ ตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์ต่อกัน

H_1 คือ ตัวแปรมีความสัมพันธ์ต่อกัน

ตารางที่ 4.8

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.769
Bartlett's Test of	Approx. Chi-Square	5556.320
Sphericity	df	325
	Sig.	.000

จากตารางที่ 47 พบว่า การทดสอบได้ค่า KMO เท่ากับ 0.769 แสดงว่าข้อมูลที่รวบรวมมา มีความเหมาะสมที่จะใช้ทำการวิเคราะห์ปัจจัย

และจากการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity ได้ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ที่ว่าตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์ต่อกัน จึงสามารถสรุปได้ว่า คำถามที่ใช้วัดตัวแปรอิสระทั้ง 26 ตัวแปร มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน สามารถที่จะนำไปวิเคราะห์ปัจจัยต่อไปได้

4.3.2 การกำหนดกลุ่มปัจจัย

จากการทดสอบการวิเคราะห์ข้างต้น สรุปได้ว่า ข้อมูลมีความเหมาะสมที่จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

ขั้นตอนต่อมาคือการสกัดปัจจัย (Extraction) แบบ Principal Component Analysis เพื่อหาและกำหนดปัจจัยที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์หาสมการถดถอยเชิงเส้น โดยใช้วิธีการหมุนแกนปัจจัยแบบ Varimax แล้วใช้เกณฑ์ในการพิจารณาจำนวนปัจจัยที่เหมาะสมจากการ

พิจารณาค่า Eigenvalue ที่มากกว่า 1 และค่า Factor Loading ของตัววัดในปัจจัยที่ไม่น้อยกว่า 0.33 รวมทั้งตัววัดแต่ละตัวต้องมีค่า Factor Loading สูงใกล้เคียงกันในปัจจัยมากกว่า 1 ปัจจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อพิจารณาค่า Initial Eigenvalues พบว่าสามารถจัดกลุ่มปัจจัยได้ 7 กลุ่ม ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรอิสระเดิมทั้งหมดได้ร้อยละ 67.516 ดังแสดงในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9

แสดงค่า Initial Eigenvalue

Component	Total Variance Explained								
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7.744	29.783	29.783	7.744	29.783	29.783	3.554	13.671	13.671
2	2.444	9.399	39.182	2.444	9.399	39.182	2.967	11.413	25.084
3	2.051	7.889	47.071	2.051	7.889	47.071	2.727	10.49	35.573
4	1.641	6.311	53.382	1.641	6.311	53.382	2.377	9.141	44.714
5	1.379	5.303	58.684	1.379	5.303	58.684	2.277	8.756	53.47
6	1.222	4.699	63.383	1.222	4.699	63.383	1.98	7.617	61.087
7	1.075	4.133	67.516	1.075	4.133	67.516	1.672	6.429	67.516
8	0.988	3.802	71.318						
9	0.95	3.654	74.972						
10	0.792	3.045	78.017						
11	0.725	2.788	80.806						
12	0.604	2.321	83.127						
13	0.562	2.163	85.29						
14	0.534	2.053	87.343						
15	0.444	1.707	89.05						
16	0.433	1.665	90.715						
17	0.368	1.417	92.132						
18	0.346	1.332	93.464						
19	0.308	1.185	94.649						
20	0.297	1.141	95.79						
21	0.272	1.048	96.838						
22	0.212	0.814	97.651						
23	0.209	0.805	98.457						
24	0.191	0.735	99.192						
25	0.114	0.438	99.629						
26	0.096	0.371	100						

ตารางที่ 4.10

กลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยและหมุนแกนแล้ว (Rotated Component Matrix)

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
โครงการมีชื่อเสียง มีตราสินค้าเป็นที่รู้จัก	.292	.183	.396	-.167	.207	.552	-.206
รูปแบบที่พกอาศัยมีความสวยงามทันสมัย	.050	.042	.452	-.038	.124	.586	.349
โครงการมีรูปแบบที่พกอาศัยให้เลือก							
หลากหลาย	.200	.250	.063	.273	.024	.733	.105
โครงการมีขนาดพื้นที่ใช้สอยให้เลือก							
หลากหลาย	.060	.204	.292	.476	.140	.574	.026
พื้นที่ส่วนกลางกว้างขวาง	.125	.231	.807	.111	.090	.178	-.160
พื้นที่ส่วนกลางตกแต่งสวยงาม	-.021	.187	.785	.200	.075	.126	.165
ภายในโครงการมีบริการทางการแพทย์							
พยาบาล	.298	.019	.368	.693	-.025	.132	-.044
มีสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลางครบครัน	.291	.040	.562	.205	.163	.085	.452
ภายในโครงการมีระบบการรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวด	.324	-.017	.466	.388	.353	.185	.079
มีการรับประกันหลังการส่งมอบ	.039	.095	.158	.718	.065	-.092	.401
ราคามีความเหมาะสมกับรูปแบบที่พกอาศัย	.003	-.084	.078	.301	.723	.169	.252
ราคามีความเหมาะสมกับที่ดิน	.018	-.055	.091	-.024	.837	.185	-.005
ราคาไม่แตกต่างจากโครงการอื่นๆ	.293	.116	-.059	.474	.362	.113	-.043
มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ	.339	.331	.063	.586	.140	.264	.049
มีเว็บไซต์แสดงรายละเอียดโครงการอย่างครบถ้วน	.124	.197	.007	-.114	.158	.090	.844

ตารางที่ 4.10

กลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยและหมุนแกนแล้ว (Rotated Component Matrix) (ต่อ)

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
มีการจัดบุรุษแสดงขายโครงการนอกสถานที่	.156	.581	.188	.031	.170	.193	.285
มีบ้านตัวอย่างเหมือนจริงให้ชม	.023	.349	.190	.045	.602	-.213	.085
ที่ตั้งโครงการใกล้แหล่งที่พักเดิม	.792	.255	-.012	.191	-.002	-.022	-.110
ที่ตั้งโครงการใกล้บ้านบุตรหลานหรือญาติ	.738	.239	.071	.223	.080	.127	-.051
ที่ตั้งโครงการติดถนนใหญ่	.777	.090	.364	.017	.126	.092	.017
การคมนาคมสะดวก เช่น เส้นทางไม่ซับซ้อน มี รถสาธารณะผ่าน	.688	-.039	.064	.102	.228	.149	.231
โครงการอยู่ใกล้ระบบขนส่ง เช่น รถไฟฟ้า รถไฟใต้ดิน	.733	.026	.163	.108	-.108	.076	.340
มีกิจกรรมส่งเสริมการขายที่หลากหลาย	-.032	.550	.025	.103	.046	.140	-.006
รูปแบบการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ ต่าง ๆ น่าสนใจ	.119	.782	.076	.045	-.120	.149	.014
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่ หลากหลาย	.279	.818	.082	.083	-.135	.040	.024
มีพนักงานให้คำแนะนำและบริการ	.077	.618	.201	.054	.343	-.136	.121

จากการจัดกลุ่มข้างต้นตามตารางที่ 4.10 สามารถนำผลการจัดกลุ่มปัจจัยใหม่ที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยมาตั้งชื่อกลุ่มปัจจัยตามตารางที่ 4.11 ดังนี้

ตารางที่ 4.11

ปัจจัยและตัววัดภายหลังจากการจัดกลุ่มโดยการวิเคราะห์ปัจจัย

ปัจจัย	ตัวแปร
1. ปัจจัยด้านที่ตั้งโครงการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ที่ตั้งโครงการใกล้แหล่งที่พักเดิม 2. ที่ตั้งโครงการใกล้บ้านบุตรหลานหรือญาติ 3. ที่ตั้งโครงการติดถนนใหญ่ 4. การคมนาคมสะดวก เช่น เส้นทางไม่ซับซ้อน มีรถสาธารณะผ่าน 5. โครงการอยู่ใกล้ระบบขนส่ง เช่น รถไฟฟ้า รถไฟใต้ดิน
2. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> 6. มีการจัดบูธแสดงขายโครงการนอกสถานที่ 7. มีกิจกรรมส่งเสริมการขายที่หลากหลาย 8. รูปแบบการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ น่าสนใจ 9. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่หลากหลาย 10. มีพนักงานให้คำแนะนำและบริการ
3. ปัจจัยด้านส่วนกลางของโครงการ	<ol style="list-style-type: none"> 11. พื้นที่ส่วนกลางกว้างขวาง 12. พื้นที่ส่วนกลางตกแต่งสวยงาม 13. มีสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลางครบครัน 14. ภายในโครงการมีระบบการรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวด

ตารางที่ 4.11

ปัจจัยและตัววัดภายหลังจากการจัดกลุ่มโดยการวิเคราะห์ปัจจัย (ต่อ)

ปัจจัย	ตัวแปร
4. ปัจจัยด้านการบริการทางการแพทย์ การรับประกัน และระดับราคาราคา	15. ภายในโครงการมีบริการทางด้านทางการแพทย์ พยาบาล 16. มีการรับประกันหลังการส่งมอบ 17. ราคาไม่แตกต่างจากโครงการอื่นๆ 18. มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ
5. ปัจจัยด้านความเหมาะสมของราคา และบ้านตัวอย่าง	19. ราคามีความเหมาะสมกับรูปแบบที่พักอาศัย 20. ราคามีความเหมาะสมกับที่ดิน 21. มีบ้านตัวอย่างเหมือนจริงให้ชม
6. ปัจจัยด้านชื่อเสียง และรูปแบบที่พักอาศัย	22. โครงการมีชื่อเสียง มีตราสินค้าเป็นที่รู้จัก 23. รูปแบบที่พักอาศัยมีความสวยงามทันสมัย 24. โครงการมีรูปแบบที่พักอาศัยให้เลือกหลากหลาย 25. โครงการมีพื้นที่ใช้สอยให้เลือกหลากหลาย
7. ปัจจัยด้านเว็บไซต์โครงการ	26. มีเว็บไซต์แสดงรายละเอียดโครงการอย่างครบถ้วน

4.4 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

จากการวิเคราะห์ปัจจัยและได้ปัจจัยใหม่จำนวน 7 ปัจจัยนั้น ทำให้ผู้วิจัยได้ปรับเปลี่ยนสมมติฐานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยและความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง เพื่อให้สอดคล้องกับผลที่ได้จากการจัดกลุ่มปัจจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยด้านที่ตั้งโครงการมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

สมมติฐานที่ 2: ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

สมมติฐานที่ 3: ปัจจัยด้านส่วนกลางของโครงการมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

สมมติฐานที่ 4: ปัจจัยด้านการบริการการแพทย์ การรับประกัน และระดับราคาราคามีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

สมมติฐานที่ 5: ปัจจัยด้านความเหมาะสมของราคาและบ้านตัวอย่างมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

สมมติฐานที่ 6: ปัจจัยด้านชื่อเสียง และรูปแบบที่พักอาศัยมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

สมมติฐานที่ 7: ปัจจัยด้านเว็บไซต์โครงการมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

ในการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำปัจจัยทั้ง 7 กลุ่มที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์สมการถดถอยและสหสัมพันธ์ (Regression and Correlation Analysis) ด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression) กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4.12

แสดงตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Model Summary)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.484 ^a	0.234	0.220	0.674

ตารางที่ 4.13

ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นของตัวแบบ (ANOVA)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	54.337	7	7.762	17.089	.000 ^b
1 Residual	178.060	392	.454		
Total	232.397	399			

จากตารางที่ 4.13 การตั้งสมมติฐานในเบื้องต้น คือ

H_0 : ตัวแปรอิสระทุกตัวไม่สามารถนำมาใช้ในการพิจารณาความตั้งใจซื้อที่פקอาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

H_1 : ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่สามารถนำมาใช้ในการพิจารณาความตั้งใจซื้อที่פקอาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

จากการทดสอบที่กำหนดระดับนัยสำคัญ (α) 0.05 นั้น พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ จึงสามารถปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 ได้ แสดงว่า มีปัจจัยอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และสามารถนำมาใช้ในการพิจารณาความตั้งใจซื้อที่פקอาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

ตารางที่ 4.14

แสดงค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรในสมการ (Coefficients)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.178	.034		123.967	.000
ปัจจัยด้านที่ตั้งโครงการ	.284	.034	.372	8.418	.000
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	.005	.034	.006	.141	.888
ปัจจัยด้านส่วนกลางของโครงการ	.115	.034	.151	3.407	.001
ปัจจัยด้านการบริการทางการแพทย์ การรับประกัน และระดับราคาราคา	.044	.034	.058	1.314	.189
ปัจจัยด้านความเหมาะสมของราคาและบ้านตัวอย่าง	.124	.034	.162	3.664	.000
ปัจจัยด้านชื่อเสียง และรูปแบบที่พักอาศัย	.115	.034	.151	3.413	.001
ปัจจัยด้านเว็บไซต์โครงการ	.108	.034	.142	3.214	.001

จากตารางที่ 4.14 ผลที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอย สามารถตอบสนองสมมติฐานงานวิจัยได้ตามแต่ละสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยด้านที่ตั้งโครงการมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

จากผลการทดสอบพบว่า ค่าสถิติ t-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานที่ 1 ซึ่งอธิบายได้ว่า ปัจจัยด้านที่ตั้งโครงการ มีอิทธิพลในเชิงบวก ต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง เช่น โครงการที่มีการ

คมนาคนสะดวก ที่ตั้งโครงการติดถนนใหญ่ และการที่โครงการมีที่ตั้งใกล้บ้านบุตรหลานหรือญาติ ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรศักดิ์ แพ่งพาณิชย์กุล (2547) ที่ศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในเรื่องของที่ตั้งโครงการ เช่นเดียวกับงานวิจัยของบุญฤทธิ์ จิตต์เกื้อ (2546) ที่ศึกษาการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล พบว่าในส่วนของ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งนั้น ปัจจัยด้านการคมนาคนที่สะดวก เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัย และเฉลิมพงศ์ ชยวิทย์ (2554) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาทของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ความสะดวกในการเดินทางเข้าออก และสถานที่ตั้งใกล้กับถนนใหญ่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านเดี่ยว

สมมติฐานที่ 2: ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

จากผลการทดสอบพบว่า ค่าสถิติ t-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.888 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ทำให้ปฏิเสธสมมติฐานที่ 2 ซึ่งอธิบายได้ว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด *ไม่มีอิทธิพล* ต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง เช่น การจัดบูธแสดงขายโครงการนอกสถานที่ การโฆษณา หรือกิจกรรมส่งเสริมการขาย ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของไชยพงศ์ เอกจิตรพันธ์ (2552) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านที่อยู่อาศัยของผู้ที่มีรายได้สูงในอำเภอเมืองสมุทรสาคร พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเฉลี่ยโดยรวมมีความสำคัญในระดับมาก และงานวิจัยของพิสุทธิ์ สุนทรามงคล (2540) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านการโฆษณาเป็นอันดับแรก

สมมติฐานที่ 3: ปัจจัยด้านส่วนกลางของโครงการมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

จากผลการทดสอบพบว่า ค่าสถิติ t-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานที่ 3 ซึ่งอธิบายได้ว่า ปัจจัยด้านส่วนกลางของโครงการ *มีอิทธิพลในเชิงบวก* ต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง เช่น การมีพื้นที่ส่วนกลางกว้างขวาง ตกแต่งสวยงาม มีสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลางครบครัน และการมีระบบการรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวดภายในโครงการ ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเฉลิมพงศ์ ชยวิทย์ (2554) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผล

ต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาทของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่าการมีสถานที่ออกกำลังกายในหมู่บ้าน และมีการตกแต่งส่วนกลางสวยงามมีผลต่อการเลือกซื้อบ้านเดี่ยว และวิจัยของ วิไลลักษณ์ ไกรสุวรรณ (2545) ที่ศึกษาในเรื่องแนวทางการจัดเตรียมที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ : กรณีศึกษาชมรมอยู่ร้อยปี ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุ

ในส่วนด้านความปลอดภัย สอดคล้องกับงานวิจัยของรณกร ลิไพบูลย์ (2554) ที่พบว่า ผู้สนใจในโครงการบ้านจัดสรรสำหรับผู้สูงอายุให้ความสำคัญของที่ตั้งโครงการบ้านผู้สูงอายุในเรื่องความปลอดภัยของโครงการในระดับความจำเป็นมากที่สุด

สมมติฐานที่ 4: ปัจจัยด้านการบริการทางการแพทย์ การรับประกันและระดับราคามีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

จากผลการทดสอบพบว่า ค่าสถิติ t-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.189 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ทำให้ปฏิเสธสมมติฐานที่ 4 ซึ่งอธิบายได้ว่า ปัจจัยด้านการบริการทางการแพทย์ การรับประกันและระดับราคา *ไม่มีอิทธิพล* ต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง เช่น การที่โครงการมีบริการทางการแพทย์ พยาบาลภายในโครงการ การรับประกันหลังการส่งมอบ ราคาไม่แตกต่างจากโครงการอื่นๆ หรือการมีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของพงศธร จำนงศิริธรรม (2549) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าราคามีผลต่อการซื้อคอนโดมิเนียมสูงถึงร้อยละ 92

นอกจากนี้ ในส่วนของการมีบริการทางด้านทางการแพทย์ พยาบาลภายในโครงการ ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างหรือผู้สูงอายุให้ความสนใจกับสถานที่ตั้งของโครงการอยู่ใกล้โรงพยาบาล การมีบริการด้านการแพทย์และพยาบาลในโครงการจึงไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อ ขัดแย้งกับบัญชา บุรณสิงห์ (2539) ที่ได้ทำการศึกษาความต้องการที่อยู่อาศัยในวัยสูงอายุของผู้ที่ทำงานบริษัทชั้นนำในกรุงเทพมหานคร ที่เห็นว่า ผู้สูงอายุต้องการการดูแลสุขภาพเฉพาะโดยผู้เชี่ยวชาญและควรมีบริการด้านการแพทย์ พยาบาล หรือบริการอื่น ๆ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุในโครงการ

สมมติฐานที่ 5: ปัจจัยด้านความเหมาะสมของราคาและบ้านตัวอย่างมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

จากผลการทดสอบพบว่า ค่าสถิติ t-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานที่ 5 ซึ่งอธิบายได้ว่า ปัจจัยด้านความเหมาะสมของราคาและบ้านตัวอย่าง *มีอิทธิพลในเชิงบวก* ต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง กล่าวได้ว่า การที่โครงการตั้งราคาที่พิกัดให้มีความเหมาะสมกับรูปแบบและที่ดิน รวมถึง

การมีบ้านตัวอย่างเหมือนจริงให้ชมก่อนตัดสินใจซื้อส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวันวิสาข์ กาวีชา (2550) ได้ศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร พบว่า ราคาบ้านที่มีความเหมาะสมกับจำนวนเนื้อที่ใช้สอย คุณภาพบ้านและที่ดิน เหมาะสมคุ้มค่าเงิน มีผลอย่างมากต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร เช่นเดียวกับเฉลิมพงศ์ ชยวิทย์ (2554) และ อภิสันันท์ เชื้อถือเจริญกิจ (2554) ที่พบว่า การตัดสินใจในการซื้อบ้านของผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความเหมาะสมของราคา

สมมติฐานที่ 6: ปัจจัยด้านชื่อเสียง และรูปแบบที่พักอาศัยมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

จากผลการทดสอบพบว่า ค่าสถิติ t-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานที่ 6 ซึ่งอธิบายได้ว่า ปัจจัยด้านชื่อเสียงของโครงการ และรูปแบบที่พักอาศัย มีอิทธิพลในเชิงบวก ต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง เช่น โครงการมีชื่อเสียง มีตราสินค้าเป็นที่รู้จัก โครงการมีรูปแบบที่พักอาศัยและพื้นที่ใช้สอยให้เลือกหลากหลาย รวมถึงการมีรูปแบบที่พักอาศัยที่สวยงามทันสมัย ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของในงานวิจัยของ สิริมาศ วิทยาพันธ์ประชาและคณะ (2546) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยแต่ละประเภทของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในส่วนของการวิเคราะห์ปัจจัยบ้านเดี่ยว พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพและมาตรฐานของที่อยู่อาศัยส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด และรองลงมาคือ รูปแบบของที่อยู่อาศัย และงานวิจัยของสยาม อเดโซ (2553) ที่ทำการศึกษปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครด้านตะวันออก พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องของพื้นที่ใช้สอยเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญของกลุ่มตัวอย่างในการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยว

สมมติฐานที่ 7: ปัจจัยด้านเว็บไซต์โครงการมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

จากผลการทดสอบพบว่า ค่าสถิติ t-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานที่ 7 ซึ่งอธิบายได้ว่า ปัจจัยด้านเว็บไซต์โครงการ มีอิทธิพลในเชิงบวก ต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง กล่าวได้ว่าการมีเว็บไซต์แสดงรายละเอียดโครงการอย่างครบถ้วนส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวรเดช พรเบญจภักดิ์กุล (2552) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัยของบริษัท บริหารสินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าการมี website แสดงรายละเอียดของข้อมูลอย่างครบถ้วน เป็นปัจจัยที่ให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญอย่างมากในการซื้ออสังหาริมทรัพย์

ตารางที่ 4.15

สรุปสมมติฐานงานวิจัย

ปัจจัย	ยอมรับสมมติฐาน	ปฏิเสธสมมติฐาน
ปัจจัยด้านที่ตั้งโครงการ	✓	
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด		✓
ปัจจัยด้านส่วนกลางของโครงการ	✓	
ปัจจัยด้านการบริการการแพทย์ การรับประกัน และระดับราคา		✓
ปัจจัยด้านความเหมาะสมของราคาและบ้านตัวอย่าง	✓	
ปัจจัยด้านชื่อเสียง และรูปแบบที่พักอาศัย	✓	
ปัจจัยด้านเว็บไซต์โครงการ	✓	

4.5 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (ปัจจัยส่วนบุคคล) กับความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

ในการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยในส่วนนี้ จะทดสอบสมมติฐานว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทางด้านอายุและเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ ของกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองหรือไม่ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ One-Way ANOVA ซึ่งมีสมมติฐานและการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 8 : ความแตกต่างกันทางประชากรศาสตร์ในด้านอายุ ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองแตกต่างกัน

กำหนดระดับนัยสำคัญ 0.05 และตั้งสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : ความแตกต่างกันทางประชากรศาสตร์ในด้านอายุ ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความแตกต่างกันทางประชากรศาสตร์ในด้านอายุ ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16

แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยจำแนกตามอายุที่แตกต่างกัน

อายุ	N	Mean	Std. Deviation	F	Sig.
50-59 ปี	190	4.1211	0.804	1.253	0.287
60-70 ปี	170	4.2471	0.720		
มากกว่า 70 ปี	40	4.1500	0.736		
Total	400	4.1775	0.763		

จากตารางที่ 4.16 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองจำแนกตามกลุ่มอายุที่แตกต่างกัน พบว่า ค่า Sig. คือ 0.287 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 คือ ความแตกต่างของอายุส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ สุธาสิณี สุดแสน (2549) ที่ศึกษาเรื่องการเตรียมการด้านที่อยู่อาศัยในอาคารชุดพักอาศัยของเคหะชุมชน การเคหะแห่งชาติ กรุงเทพมหานคร พบว่า ช่วงอายุระหว่าง 55-59 ปี เป็นช่วงอายุของบุคคลที่ต้องการย้ายที่อยู่อาศัยมากกว่าช่วงอายุอื่นๆ แต่เมื่อมีอายุเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ พบว่าความคิดหรือความต้องการที่จะย้ายที่อยู่ลดลงเรื่อยๆเช่นกัน และผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า 75 ปี ไม่ต้องการย้ายที่อยู่อาศัยถึงร้อยละ 92.5 และทฤษฎีของ Issac Green ที่กล่าวว่า ผู้ที่มีอายุมากกว่า 65 ปี มากกว่าร้อยละ 90 ไม่ต้องการย้ายที่อยู่อาศัย

สมมติฐานที่ 9 : ความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ในด้านเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองแตกต่างกัน

กำหนดระดับนัยสำคัญ 0.05 และตั้งสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : ความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ในด้านเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ในด้านเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17

แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยจำแนกตามเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณที่แตกต่างกัน

เงินสะสมสำหรับ วัยเกษียณ	N	Mean	Std. Deviation	F	Sig.
ต่ำกว่า 500,000 บาท	68	3.8676	0.913	6.846	.000
500,000-1,000,000 บาท	67	4.3134	0.701		
1,000,001-2,000,000 บาท	51	3.9608	0.747		
2,000,001-3,000,000 บาท	73	4.1370	0.673		
มากกว่า 3,000,000 บาท	141	4.3617	0.699		
Total	400	4.1775	0.763		

จากตารางที่ 4.17 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองจำแนกตามกลุ่มเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณที่แตกต่างกัน พบว่า ค่า Sig. คือ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 นั่นคือ ความแตกต่างของเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยกลุ่มที่มีเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณมากกว่า 3,000,000 บาท มีแนวโน้มในการซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของพงษ์อุบล งามบรรพการ (2541) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับการเตรียมตัวก่อนเกษียณอายุของบุคลากรฝ่ายการพยาบาล โรงพยาบาลศิริราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเตรียมตัวในเรื่องการสะสมเงินในเพื่อการเตรียมที่อยู่อาศัยของตนเอง กล่าวคือ เมื่อมีเงินสะสมเพื่อการเตรียมที่อยู่อาศัยสำหรับวัยสูงอายุมากเพียงใด การเตรียมการหรือความตั้งใจที่อยู่อาศัยจะเพิ่มขึ้นตามนั้น

ตารางที่ 4.18

ตาราง Post Hoc ของตัวแปรประชากรศาสตร์ (เงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ) โดยวิธี LSD

(I) เงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ	(J) เงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ต่ำกว่า 500,000 บาท	500,000-1,000,000 บาท	-.44579*	.12768	.001	-.6968	-.1948
	1,000,001-2,000,000 บาท	-.09314	.13740	.498	-.3633	.1770
	2,000,001-3,000,000 บาท	-.26934*	.12501	.032	-.5151	-.0236
	มากกว่า 3,000,000 บาท	-.49406*	.10951	.000	-.7094	-.2788
500,000-1,000,000 บาท	ต่ำกว่า 500,000 บาท	.44579*	.12768	.001	.1948	.6968
	1,000,001-2,000,000 บาท	.35265*	.13784	.011	.0817	.6236
	2,000,001-3,000,000 บาท	.17645	.12550	.161	-.0703	.4232
	มากกว่า 3,000,000 บาท	-.04827	.11006	.661	-.2647	.1681
1,000,001-2,000,000 บาท	ต่ำกว่า 500,000 บาท	.09314	.13740	.498	-.1770	.3633
	500,000-1,000,000 บาท	-.35265*	.13784	.011	-.6236	-.0817
	2,000,001-3,000,000 บาท	-.17620	.13537	.194	-.4423	.0899
	มากกว่า 3,000,000 บาท	-.40092*	.12120	.001	-.6392	-.1626
2,000,001-3,000,000 บาท	ต่ำกว่า 500,000 บาท	.26934*	.12501	.032	.0236	.5151
	500,000-1,000,000 บาท	-.17645	.12550	.161	-.4232	.0703
	1,000,001-2,000,000 บาท	.17620	.13537	.194	-.0899	.4423
	มากกว่า 3,000,000 บาท	-.22472*	.10695	.036	-.4350	-.0144
มากกว่า 3,000,000 บาท	ต่ำกว่า 500,000 บาท	.49406*	.10951	.000	.2788	.7094
	500,000-1,000,000 บาท	.04827	.11006	.661	-.1681	.2647
	1,000,001-2,000,000 บาท	.40092*	.12120	.001	.1626	.6392
	2,000,001-3,000,000 บาท	.22472*	.10695	.036	.0144	.4350

จากตารางที่ 4.18 เมื่อทดสอบเป็ยรายคู่ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า sig ที่น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีทั้งหมด 6 คู่ แสดงว่ามีกลุ่มตัวอย่างในแต่ละระดับเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณที่มีความตั้งใจซื้อที่พอกอาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองแตกต่างกัน 7 คู่ด้วยกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีเงินสะสมต่ำกว่า 500,000 บาท จะมีความตั้งใจซื้อที่พอกอาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณระดับอื่นทุกกลุ่ม ยกเว้นกลุ่มที่มีเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ 1,000,001-2,000,000 บาท นอกจากนี้กลุ่มที่มีเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ 500,000-1,000,000 บาท กับ 1,000,001-2,000,000 บาท และกลุ่มที่มีเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ 1,000,001-2,000,000 บาท กับ มากกว่า 3,000,000 บาท และกลุ่มที่มีเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ 2,000,001-3,000,000 บาท กับ มากกว่า 3,000,000 บาท มีระดับความตั้งใจซื้อที่พอก

อาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองแตกต่างกันเช่นกัน โดยความแตกต่างของความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของแต่ละกลุ่มเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ คู่ที่มีความแตกต่างกันมากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ กลุ่มที่มีเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ ต่ำกว่า 500,000 บาท กับ มากกว่า 3,000,000 บาท รองลงมาคือ กลุ่มที่มีเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ ต่ำกว่า 500,000 บาท กับ 500,000-1,000,000 บาท และกลุ่มที่มีเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ 1,000,001-2,000,000 บาท กับ มากกว่า 3,000,000 บาท ตามลำดับ

4.6 สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ปัจจัยและวิเคราะห์หาสมการถดถอยเชิงเส้น แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง มี 5 ปัจจัย เรียงลำดับตามอิทธิพลของความตั้งใจซื้อจากมากไปน้อย ได้ดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านที่ตั้งโครงการ โดยการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยสำหรับวัยเกษียณ กลุ่มเป้าหมายจะพิจารณาจากทำเลที่ตั้งโครงการเป็นสำคัญ เช่น ในเรื่องการคมนาคมต้องมีการเดินทางที่สะดวก ที่ตั้งโครงการติดถนนใหญ่ รวมถึงการที่โครงการมีที่ตั้งใกล้บ้านบุตรหลานหรือญาติก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัย รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความเหมาะสมของราคา การมีบ้านตัวอย่างเหมือนจริงให้เข้าชมก่อนตัดสินใจซื้อ ลำดับถัดมาคือปัจจัยด้านส่วนกลางโครงการ เช่น การจัดสรรดูแลส่วนกลางของโครงการ ให้บริเวณพื้นที่ส่วนกลางมีความกว้างขวาง ตกแต่งสวยงาม มีสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลางครบครัน และที่สำคัญคือ มีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวด รวมถึงปัจจัยด้านชื่อเสียงของโครงการและรูปแบบที่พักอาศัย กล่าวคือ การที่โครงการมีชื่อเสียง มีรูปแบบที่พักอาศัยที่ออกแบบสวยงามทันสมัย มีรูปแบบที่พักอาศัยและเนื้อที่ใช้สอยให้เลือกหลายหลายเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุ ปัจจัยสุดท้ายคือ การมีเว็บไซต์ของโครงการที่แสดงรายละเอียดอย่างครบถ้วน ทำให้ผู้ที่มีความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยสำหรับวัยเกษียณสามารถตัดสินใจเลือกซื้อได้ง่ายยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ เงินสะสมสำหรับวัยเกษียณเป็นอีกปัจจัยหนึ่งส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณมากกว่า 3,000,000 บาท มีแนวโน้มที่จะซื้อที่อยู่อาศัยสำหรับพึ่งพาตนเองในอนาคตมากที่สุด

บทที่ 5

อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักออาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักออาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองเพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจที่พักออาศัยสำหรับผู้สูงอายุในอนาคตให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง ตลอดจนเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันและเพิ่มประสิทธิภาพให้กับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ หรือนำผลการวิจัยไปต่อยอดสินค้าหรือบริการอื่นๆสำหรับผู้สูงอายุ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักออาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ออกแบบวิธีวิจัย ดำเนินการวิจัย และวิเคราะห์ผลที่ได้ ซึ่งสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1 อภิปรายผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างต่อความตั้งใจซื้อที่พักออาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

จากผลการวิจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็นเพศชายร้อยละ 33.5 เพศหญิง ร้อยละ 66.5 ส่วนใหญ่มีอายุ 50-59 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.5 ของกลุ่มตัวอย่าง และมีกลุ่มอายุ 60-70 ปี และอายุ 70 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 42.5 และ 10 ตามลำดับ โดยส่วนมากมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมาเป็นพ่อบ้านและแม่บ้าน และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 22.75 และ 18.25 ตามลำดับ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณมากกว่า 3,000,000 บาท ร้อยละ 35.25 และลักษณะที่อยู่อาศัยปัจจุบันคือบ้านเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 48.25

5.1.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

จากผลการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง มี 5 ปัจจัย เรียงลำดับตามอิทธิพลของความตั้งใจซื้อจากมากไปน้อย ได้แก่

ปัจจัยด้านที่ตั้งโครงการ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในทางบวกต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองมากที่สุด เนื่องจาก การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยสำหรับวัยเกษียณกลุ่มเป้าหมายจะพิจารณาจากทำเลที่ตั้งโครงการเป็นสำคัญ เช่น ในเรื่องการคมนาคมต้องมีการเดินทางที่สะดวก ที่ตั้งโครงการติดถนนใหญ่ เนื่องจากวัยสูงอายุเป็นวัยที่ไม่ต้องการความซับซ้อนสามารถเดินทางไปตามที่ต้องการ เช่น ตลาด โรงพยาบาล หรือเข้าวัดทำบุญได้สะดวก และในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินผู้สูงอายุในโครงการสามารถเดินทางไปยังโรงพยาบาลได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และทันเวลารวมถึงผู้สูงอายุยังเป็นวัยที่ต้องการความรัก การดูแลเอาใจใส่จากบุตรหลาน การที่โครงการมีที่ตั้งใกล้บ้านบุตรหลานหรือญาติจึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัย ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์สำหรับผู้สูงอายุจึงต้องคำนึงถึงที่ตั้งโครงการโดยให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก

รองลงมาคือปัจจัยด้านความเหมาะสมของราคา การมีบ้านตัวอย่างเหมือนจริงให้เข้าชมก่อนตัดสินใจซื้อ เนื่องจากวัยสูงอายุเป็นวัยที่ไม่มีรายได้ประจำจากการทำงาน เป็นวัยที่ต้องมีการบริหารเงินออมไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยจึงต้องพิจารณาจากความเหมาะสมของราคา กล่าวคือ ราคาของที่พักอาศัยต้องมีความเหมาะสมกับรูปแบบบ้านและที่ดิน ให้ลูกค้ารู้สึกคุ้มค่าได้ประโยชน์จากการลงทุนด้านที่พักอาศัยสำหรับวัยเกษียณอย่างแท้จริง รวมถึงการมีบ้านหรือห้องตัวอย่างเหมือนจริงให้เข้าชม ทำให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจซื้อได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

รองลงมาเป็นปัจจัยด้านชื่อเสียงและรูปแบบที่พักอาศัย กับปัจจัยด้านส่วนกลางของโครงการที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญเท่ากัน คือ กลุ่มลูกค้าที่ต้องการที่พักอาศัยสำหรับวัยสูงอายุจะมีความต้องการโครงการที่มีชื่อเสียง มีตราสินค้าเป็นที่รู้จัก ได้รับการยอมรับ ซึ่งเป็นการรับรองว่าโครงการนั้นได้มาตรฐาน น่าเชื่อถือ เป็นที่รู้จัก ผู้ที่จะซื้อที่พักอาศัยในโครงการไม่ต้องกังวลถึงมาตรฐานคุณภาพ เนื่องจากได้มีการรับรองจากบริษัทที่น่าเชื่อถือ นอกจากนี้แล้วการออกแบบที่พักให้มีรูปแบบที่สวยงามทันสมัย มีรูปแบบและเนื้อที่ใช้สอยให้เลือกหลายหลายยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ เนื่องจากถ้าผู้สูงอายุได้อยู่อาศัยในสถานที่ที่สวยงาม เป็นธรรมชาติ รวมถึงการที่โครงการมีรูปแบบและพื้นที่ใช้สอยให้ผู้ที่สนใจได้เลือกหลากหลาย ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันได้

นอกจากนี้ปัจจัยด้านส่วนกลางก็มีความสำคัญเช่นกัน เนื่องจากการซื้อที่พักอาศัยเพื่อพึ่งพาตนเองสำหรับวัยสูงอายุแล้ว ผู้สูงอายุยังมีความต้องการทางด้านสังคม การอยู่ร่วมกับผู้ที่มีอายุในวัยเดียวกันยังเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ผู้สูงอายุตัดสินใจซื้อที่พักอาศัยใหม่ ทำให้ผู้ที่อยู่อาศัยในโครงการไม่รู้สึกละโดดเดี่ยว ไม่รู้สึกละเหงา และคนที่อาศัยอยู่ร่วมกันในโครงการมีความเข้าอกเข้าใจกันเนื่องจากเป็นบุคคลในวัยเดียวกัน มีความต้องการหรือความคิดที่คล้ายกัน การมีส่วนกลางกว้างขวาง ตกแต่งสวยงาม มีสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลางครบครัน เช่น ลานออกกำลังกาย ห้องสมุด เป็นสถานที่ที่ผู้สูงอายุในโครงการสามารถมาทำกิจกรรมร่วมกัน ออกกำลังกายหรือใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ร่วมกัน จึงเป็นปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการพิจารณาซื้อที่พักอาศัยสำหรับวัยเกษียณ และที่สำคัญคือในโครงการต้องมีระบบการรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวด ให้ผู้สูงอายุที่อยู่ในโครงการรู้สึกถึงความปลอดภัย

ดังนั้นปัจจัยด้านชื่อเสียงของโครงการ การมีรูปแบบที่พักอาศัยสวยงามทันสมัย มีรูปแบบและพื้นที่ใช้สอยให้เลือกหลากหลาย และการตกแต่งจัดการส่วนกลางของโครงการล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

ปัจจัยลำดับสุดท้ายคือการมีเว็บไซต์ของโครงการที่แสดงรายละเอียดอย่างครบถ้วน ทำให้ผู้ที่สนใจสามารถเข้าชมรายละเอียดของโครงการ เช่น ที่ตั้งโครงการ รูปแบบที่พักอาศัย ราคา สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ การติดต่อโครงการ ได้ทางเว็บไซต์ของโครงการ ก่อนเข้าทำการตัดสินใจซื้อได้ตลอดเวลา

ตารางที่ 5.1

สรุปผลการวิจัย ในด้านความสอดคล้องหรือขัดแย้งกับงานวิจัยในอดีต

ปัจจัย	ผลวิจัย	สอดคล้อง	ขัดแย้ง
ปัจจัยด้านที่ตั้งโครงการ	ยอมรับ	สุรศักดิ์ แพร่พานิชกุล (2547) พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในเรื่องของที่ตั้งโครงการ บุญฤทธิ์ จิตต์เกื้อ (2546) พบว่าในส่วนของ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งนั้น ปัจจัยด้านการคมนาคมที่สะดวก เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัย เฉลิมพงศ์ ชยวิทย์ (2554) พบว่า ความสะดวกในการเดินทางเข้าออก และสถานที่ตั้งใกล้กับถนนใหญ่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านเดี่ยว	

ตารางที่ 5.1

สรุปผลการวิจัย ในด้านความสอดคล้องหรือขัดแย้งกับงานวิจัยในอดีต (ต่อ)

ปัจจัย	ผลวิจัย	สอดคล้อง	ขัดแย้ง
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ปฏิเสธ		ไชยพงศ์ เอกจิตรพันธ์ (2552) พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเฉลี่ยโดยรวมมีความสำคัญในระดับมาก พิสุทธิ์ สุนทรามงคล (2540) พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านการโฆษณาเป็นอันดับแรก
ปัจจัยด้านส่วนกลางของโครงการ	ยอมรับ	เฉลิมพงศ์ ชยวิทย์ (2554) พบว่า การมีสถานที่ออกกำลังกายในหมู่บ้าน และมีการตกแต่งส่วนกลางสวยงามมีผลต่อการเลือกซื้อบ้านเดี่ยว วิไลลักษณ์ ไกรสุวรรณ (2545) พบว่า การจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุเป็นสิ่งสำคัญ รณกร ลีไพบูลย์ (2554) พบว่า ผู้สนใจในโครงการบ้านจัดสรรสำหรับผู้สูงอายุให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยของโครงการในระดับความจำเป็นมากที่สุด	

ตารางที่ 5.1

สรุปผลการวิจัย ในด้านความสอดคล้องหรือขัดแย้งกับงานวิจัยในอดีต (ต่อ)

ปัจจัย	ผลวิจัย	สอดคล้อง	ขัดแย้ง
ปัจจัยด้านการบริการ การแพทย์ การรับประกัน และระดับราคาราคา	ปฏิเสธ		บัญชา บุรณสิงห์ (2539) พบว่า ผู้สูงอายุต้องการการดูแล สุขภาพโดยผู้เชี่ยวชาญและควรมีบริการด้านการแพทย์ พยาบาล หรือบริการอื่นๆ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวก ให้กับผู้สูงอายุในโครงการ พงศธร จ่านงศิริธรรม (2549) พบว่าราคามีผลต่อการซื้อ คอนโดมิเนียมสูงถึงร้อยละ 92
ปัจจัยด้านความเหมาะสมของราคาและบ้านตัวอย่าง	ยอมรับ	วันวิสาข์ กาวีชา (2550) พบว่า ราคาก่อนที่มีความเหมาะสมกับ จำนวนเนื้อที่ใช้สอย คุณภาพบ้าน และที่ดิน เหมาะสมคุ้มค่าเงิน มีผลอย่างมากต่อการเลือกซื้อบ้าน จิตสรร เฉลิมพงศ์ ชยวิทย์โต (2554) และ อภัสนันท์ เชื้อถือเจริญกิจ (2554) พบว่าการตัดสินใจในการซื้อบ้าน ของผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความเหมาะสมของราคา	

ตารางที่ 5.1

สรุปผลการวิจัย ในด้านความสอดคล้องหรือขัดแย้งกับงานวิจัยในอดีต (ต่อ)

ปัจจัย	ผลวิจัย	สอดคล้อง	ขัดแย้ง
ปัจจัยด้านชื่อเสียง และรูปแบบที่พักอาศัย	ยอมรับ	สิริมาศ วิทยาพันธ์ประชาและคณะ (2546) พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพและมาตรฐานของที่อยู่อาศัยส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด และรองลงมาคือ รูปแบบของที่อยู่อาศัย สยาม อเดโซ (2553) พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องของพื้นที่ใช้สอยเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญของกลุ่มตัวอย่างในการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยว	
ปัจจัยด้านเว็บไซต์โครงการ	ยอมรับ	วรเดช พรเบญจภักดิ์กุล (2552) พบว่าการมี website แสดงรายละเอียดของข้อมูลอย่างครบถ้วน เป็นปัจจัยที่ให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญอย่างมากในการซื้ออสังหาริมทรัพย์	

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ทำให้สามารถระบุปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง พร้อมทั้งระบุถึงระดับความสำคัญในแต่ละปัจจัยว่าส่งผลมากน้อยเพียงใด ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ในการประกอบธุรกิจที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ โดยผู้วิจัยได้สรุปข้อเสนอแนะ จำแนกแต่ละด้านได้ดังนี้

5.2.1 ด้านวิชาการ

จากผลการวิจัยทำให้ทราบถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง ทั้งที่ให้ผลสอดคล้องและขัดแย้งกับงานวิจัยในอดีต ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยทั้งในรูปแบบบ้านเดี่ยว โครงการจัดสรร คอนโดมิเนียม ดังนั้นงานวิจัยจึงได้มุ่งเน้นศึกษาในเรื่องของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองโดยตรง ผลการวิจัยสามารถสะท้อนปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่แท้จริงของผู้สูงอายุหรือผู้ที่เตรียมเข้าสู่วัยสูงอายุในการเลือกซื้อที่พักอาศัยได้

5.2.2 ด้านธุรกิจ

จากผลการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง มี 5 ปัจจัย จำแนกตามแต่ละปัจจัยได้ดังนี้

ปัจจัยสูงสุดอันดับแรกของผู้ประกอบการควรให้ความสนใจมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านที่ตั้งโครงการ โดยควรเลือกสร้างในพื้นที่ที่มีการคมนาคมที่สะดวก เช่น ติดถนนใหญ่ เส้นทางไม่ซับซ้อน สามารถเดินทางโดยระบบขนส่งหรือรถสาธารณะได้สะดวก เนื่องจาก ผู้สูงอายุควรได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าออกโครงการ โดยให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุที่มีรถยนต์ส่วนตัว และผู้สูงอายุที่ต้องเดินทางโดยรถสาธารณะไปยังสถานที่ต่างๆ ที่สำคัญอย่างยิ่งคือการมีคมนาคมที่สะดวกนั้นส่งผลต่อการเดินทางไปโรงพยาบาล เนื่องจากเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน ผู้สูงอายุที่พักอาศัยในโครงการสามารถเดินทางไปพบแพทย์ได้สะดวก รวดเร็วทันเวลา นอกจากนี้เมื่อพิจารณาจากความต้องการของผู้สูงอายุแล้ว พบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการด้านจิตใจคือ ต้องการความรัก การดูแลเอาใจใส่ ถึงแม้จะเลือกซื้อที่อยู่อาศัยที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ แต่ก็ยังต้องการความใกล้ชิดและความอบอุ่นจากบุตรหลานหรือญาติมิตร การที่โครงการมีที่ตั้งใกล้แหล่งที่พักเดิมหรือการที่โครงการมีที่ตั้งใกล้บ้านบุตรหลานหรือญาติของผู้สูงอายุ จึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุหรือผู้ที่เตรียมตัวเข้าสู่วัยสูงอายุเช่นกัน

นอกจากเรื่องของที่ตั้งโครงการที่เป็นเรื่องสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงในการสร้างที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุแล้ว การตั้งราคาก็มีส่วนสำคัญที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ กล่าวคือราคาต้องมีความเหมาะสมกับที่อยู่อาศัย และมีความเหมาะสมกับที่ดิน รวมทั้งโครงการควรมีบ้านหรือห้องตัวอย่างเหมือนจริงให้กับลูกค้าชมก่อนการตัดสินใจซื้อ

ลำดับต่อมาคือการที่โครงการมีชื่อเสียง มีตราสินค้าเป็นที่รู้จักก็ส่งผลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุเช่นกัน เนื่องจากการที่โครงการมีชื่อเสียงนั้นทำให้ลูกค้าสามารถไว้วางใจกับ

คุณภาพและมาตรฐานของโครงการได้ส่วนหนึ่ง รวมถึงการออกแบบที่อยู่อาศัยภายในโครงการ ควร มีการออกแบบให้มีความสวยงาม ทันสมัย และคำนึงถึงรูปแบบการใช้งานให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุเป็นหลัก มีรูปแบบและเนื้อที่ใช้สอยให้เลือกหลากหลายรูปแบบ นอกจากตัวที่อยู่อาศัยแล้ว ผู้ประกอบการยังต้องคำนึงถึงพื้นที่ส่วนกลาง โดยการจัดพื้นที่ส่วนกลางให้มีบริเวณกว้างขวาง ตกแต่งสวยงาม เป็นธรรมชาติ เพื่อเป็นพื้นที่สำหรับผู้สูงอายุในโครงการได้มาพบปะพูดคุย ทำกิจกรรมร่วมกัน รวมถึงการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการให้แก่ผู้สูงอายุ เช่น สนามหญ้า ลานออกกำลังกาย ห้องสมุด เป็นต้น และสิ่งที่สำคัญอีกสิ่งหนึ่งคือ การดูแลความปลอดภัยภายในโครงการ โดยจัดให้มีระบบรักษาความปลอดภัยในโครงการอย่างเข้มงวดตลอด 24 ชม. รวมถึงกล้องวงจรปิดที่สามารถตรวจสอบความปลอดภัยและบันทึกภาพความผิดปกติภายในโครงการได้

นอกจากนี้ปัจจัยด้านเว็บไซต์โครงการเป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง เนื่องจากปัจจุบันสื่อออนไลน์เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงทุกเพศทุกวัยได้อย่างรวดเร็ว ผู้ที่พิจารณาตัดสินใจที่จะซื้อโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุสามารถพิจารณาตัดสินใจได้จากรายละเอียดทางเว็บไซต์ที่ทางโครงการจัดทำขึ้น ช่วยให้ผู้ที่สนใจโครงการสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้นอีกด้วย

5.2.3 ด้านสังคม

โครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง นอกจากการจัดทำ เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถพึ่งพาตนเองได้จากการออกแบบที่พักอาศัยให้มีความเหมาะสมสำหรับการใช้ชีวิตประจำวันแล้ว การที่ผู้สูงอายุได้อยู่ร่วมกันนั้นยังสามารถทำประโยชน์ให้กับสังคมได้อีกทางหนึ่งด้วย กล่าวคือ ผู้สูงอายุเป็นวัยเกษียณที่ไม่ต้องมีภาระหน้าที่รับผิดชอบทางด้านการทำงาน เป็นวัยค่อนข้างมีเวลามากกว่าวัยอื่นๆ การอยู่ร่วมกันของผู้สูงอายุในโครงการจึงเกิดเป็นชุมชนผู้สูงอายุ โดยที่ผู้สูงอายุในโครงการสามารถทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อช่วยเหลือสังคม เช่น การอ่านหนังสือให้คนตาบอด ทำอาหารเลี้ยงเด็กกำพร้า ทำวิถัฒน์ให้ผู้ป่วยโรคมะเร็ง เป็นต้น การที่ผู้สูงอายุได้มาทำกิจกรรมร่วมกันนั้นเป็นการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ทำให้ผู้สูงอายุไม่รู้สึกโดดเดี่ยวหรือเหงา และที่สำคัญคือสามารถสร้างความภาคภูมิใจให้กับผู้สูงอายุที่ได้ช่วยเหลือและทำประโยชน์ให้กับสังคม ทำให้ผู้สูงอายุมีความสุขและมีสุขภาพจิตที่ดีได้อีกทางหนึ่งด้วย

ทั้งนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลงานวิจัยของผู้วิจัย จะสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการหรือผู้สนใจประกอบธุรกิจที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุหรือธุรกิจอื่น ๆ สำหรับผู้สูงอายุ สร้างความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย

การทำวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการวิจัยและสรุปผลการวิจัย ทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถเก็บข้อมูลเชิงลึกบางส่วน ถ้าหากมีโอกาสทำวิจัยเชิงคุณภาพจะสามารถเจาะลึกและต่อยอดองค์ความรู้ได้

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยต่อเนื่อง

5.4.1 ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติมนอกเหนือจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

5.4.2 ควรเพิ่มเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) หรือการสัมภาษณ์กลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เจาะจงมากขึ้น

5.4.3 การศึกษาในอนาคต ควรศึกษาประชากรนอกเหนือจากเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากประชากรในปริมณฑลหรือต่างจังหวัดอาจมีความเห็นที่แตกต่างกัน

รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2551). *การตลาดบริการ* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชูชัย สมितिไกร. (2551). *การฝึกอบรมบุคลากรในองค์การ* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บรรลุ ศิริพานิช. (2548). *คู่มือผู้สูงอายุฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ: หมอชาวบ้าน.
- ศศิพัฒน์ ยอดเพชร. (2544). *สวัสดิการผู้สูงอายุ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภร เสรีรัตน์. (2540). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ดอกหญ้า.
- อลิศรา ฮ้ววานิช. (2557). *คู่มือสร้างสุขวัยเกษียณ* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ฝ่ายพัฒนาความรู้ผู้ลงทุน ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

บทความวารสาร

- ไตรรัตน์ จารุทัศน์. (2552). *มาตรฐานขั้นต่ำสำหรับที่พักอาศัยและสภาพแวดล้อมสำหรับผู้สูงอายุ*. รายงานการวิจัย. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- บังอร ธรรมศิริ. (2549). *ครอบครัวกับการดูแลผู้สูงอายุ*. วารสารการเวก ฉบับนิทรรศการวันเจ้าฟ้าวิชาการ. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์. หน้า 47-56.
- พิชญานันท์ มูลศิลป์. (2536). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวของผู้สูงอายุภายหลังเกษียณ*. รายงานการวิจัย. สมาคมพยาบาลแห่งประเทศไทย.
- อภิญา โสมสิน และคณะ. (2532). *นักสังคมสงเคราะห์กับการมีส่วนร่วมแก้ปัญหาผู้ป่วยสูงอายุ*. วารสารการประชาสงเคราะห์ 32 (มีนาคม - เมษายน 2532). หน้า 31.
- อัจฉรวรรณ งามญาณและณัฐวิษฐ์ เฝ้าภู. (2555). *ผู้สูงอายุไทย : การเตรียมการทางการเงินและลักษณะบ้านพักหลังเกษียณที่ต้องการ*. วารสารบริหารธุรกิจ ปีที่ 35 ฉบับที่ 136 ตุลาคม-ธันวาคม 2555.
- อุทัยพิทย์ รักษรรยาบรรณ. (2547). *การเตรียมตัวเข้าสู่วัยสูงอายุ ใน เนาวรัตน์ พลายน้อยและคณะ (บรรณาธิการ). การประชุมวิชาการประจำปี สังคมวิชาการ ครั้งที่ 2 เรื่อง ปฏิรูปสังคมไทย: มุมมองทางศึกษาศาสตร์. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล. หน้า 188-202.*

วิทยานิพนธ์

- คำจันทร์ ร่มเย็น. (2550). *การศึกษาความว่าเหวและการพัฒนาโปรแกรมเพื่อลดความว่าเหวของผู้สูงอายุในชมรมผู้สูงอายุวัดราชภัฏบูรณะ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร, สาขาจิตวิทยาพัฒนาการ.
- จารุวรรณ จินดานิล. (2547). *สภาพการอยู่อาศัยของผู้สูงอายุในอาคารสูง : กรณีศึกษาอาคารสวางคนิเวศ อำเภอมือง จังหวัดสมุทรปราการ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์.
- เฉลิมพงศ์ ชยวิฑฒ. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาทของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ.
- ไชยพงศ์ เอกจิตรพันธ์. (2552). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูงในอำเภอมืองสมุทรสาคร*. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ.
- ทวีศักดิ์ มั่นดี. (2549). *การศึกษาปัจจัยและแนวโน้มการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา : ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ, คณะวิทยาการจัดการ.
- นพดล รักสนิท. (2551). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร : กรณีศึกษา จังหวัดภูเก็ต*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด.
- บัญชา บุรณสิงห์. (2539). *ความต้องการที่อยู่อาศัยในวัยสูงอายุของผู้ที่ทำงานบริษัทชั้นนำในกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, สาขาเคหการ บัณฑิตวิทยาลัย.
- บุญฤทธิ์ จิตต์เกื้อ. (2546). *การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล*. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ.
- บัญชา บุรณสิงห์. (2539). *ความต้องการที่อยู่อาศัยในวัยสูงอายุของผู้ที่ทำงานบริษัทชั้นนำในกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, สาขาเคหการ.

- พงศธร จำนงศิตธรรม. (2549). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะเศรษฐศาสตร์.
- พงษ์อุบล งามบรรหาร. (2541). *ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเตรียมตัวก่อนเกษียณอายุของบุคลากรฝ่ายพยาบาลโรงพยาบาลศิริราช*. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล, คณะพยาบาลศาสตร์.
- พิมลพรรณ อัสวเลิศพาณิชย์. (2554). *ความต้องการการดูแลสุขภาพที่บ้านของผู้สูงอายุ : ศึกษาเฉพาะกรณีผู้สูงอายุที่เข้ารับบริการจากคลินิกอายุรกรรม โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์*. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสังคมสงเคราะห์.
- พิสุทธิ์ สุนทรามงคล. (2540). *ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยแม่โจ้, คณะเศรษฐศาสตร์.
- รณกร ลีไพบูลย์. (2554). *แผนโครงการบ้านเดี่ยวสำหรับผู้สูงอายุ*. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และผังเมือง, สาขาวิชานวัตกรรมและการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์.
- เลอพงศ์ ลดาพงษ์พัฒนา. (2549). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัย กรณีศึกษาเฉพาะผู้ซื้อทรัพย์สินจาก นายจ.ธนากรกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเกริก, บธ.ม..
- วรเดช พรเบญจภักดิ์กุล. (2552). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สิน รองการขายประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัย ของบริษัท บริหารสินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิไลลักษณ์ ไกรสุวรรณ. (2545). *แนวทางการจัดเตรียมที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ : กรณีศึกษาชมรมอยู่ร้อยปี*. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, สาขาเคหการ บัณฑิตวิทยาลัย.
- วันวิสาข์ กาวีชา. (2550). *ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร : กรณีศึกษาโครงการบ้านฟ้าใส อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, คณะบริหารธุรกิจ.

- สิทธิอาภรณ์ ขวนปี. (2543). *การศึกษาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในชมรมผู้สูงอายุตำบลบางเมือง อำเภอมือเมือง จังหวัดสมุทรปราการ*. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร, สาขาจิตวิทยาแนะแนว.
- สุรศักดิ์ แพ้วพานิชกุล. (2547). *ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร, สาขาการตลาด.
- สิริมาศ วิทยาพันธ์ประชา. (2546). *การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยแต่ละประเภทของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สยาม อเดโซ. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครด้านตะวันออก*. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บุญเลิศ พูนสุโข. (2540). *การเปรียบเทียบผลการวางแผนการเงินเป็นรายบุคคลและการวางแผนการเงินเป็นกลุ่มที่มีต่อการพึ่งตนเองทางการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนวัดสุวรรณารามกิ่งอำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร, สาขาจิตวิทยาพัฒนาการ.
- สุคี ศิริวงศ์พากร. (2556). *การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการพึ่งตนเองของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ.
- สุธาสิณี สุดแสน. (2549). *การเตรียมการด้านที่อยู่อาศัยในอาคารชุดพักอาศัยของเคหะชุมชน การเคหะแห่งชาติ กรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, สาขาวิชาเคหการ.
- สุทธิพงษ์ บุญฤทธิ์. (2538). *ความต้องการที่อยู่อาศัยเมื่อถึงวัยเกษียณอายุของข้าราชการตำรวจในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, สาขาเคหการ.
- สกลชัย สมนานุสรณ์. (2557). *ความต้องการรูปแบบที่พักอาศัยและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพบริเวณรอบที่พักอาศัยสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ, คณะบริหารธุรกิจ.
- อภิสนันท์ เชื้อถือเจริญกิจ. (2554). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทาวน์เฮ้าส์ของผู้บริโภค : กรณีศึกษากรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศิลปากร, สาขาวิชาการประกอบการ.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

สำนักงานสถิติแห่งชาติกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. *รายงานการสำรวจประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2557*. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2558, จาก <http://www.ipsr.mahidol.ac.th/IPSR/AnnualConference/Conferencell/Article/Article02.htm>

มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ. *มาตรฐานที่พักอาศัยของผู้สูงอายุไทย*. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2558, จาก <http://www.thainhf.org/index.php?module=news&page2=detail&id=11>

BOOK

Friedman, J.P. and Harris J.C. (1991). *Key to buying a Retirement Home*. New york: Baron's Education Series.

Kotler, Philip. (1997). *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control*. P.172. 9th ed. New Jersey : A Simon & Schuster Company.



ภาคผนวก

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง : ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักออาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง
ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้ใช้ประกอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักออาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองในเขตกรุงเทพมหานคร
 2. ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาจากท่านผู้ตอบแบบสอบถาม ช่วยกรอกแบบสอบถามทุกข้อตามความคิดเห็นของท่าน โดยข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมดจะนำไปวิเคราะห์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจที่พักออาศัยสำหรับผู้สูงอายุได้อย่างเหมาะสมต่อไป
 3. แบบสอบถามชุดนี้มี 3 ส่วน ประกอบด้วย
 - ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ส่วนที่ 2: ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักออาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง
 - ส่วนที่ 3: การประเมินความตั้งใจซื้อที่พักออาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง
- หมายเหตุ : การพึ่งพาตนเองของผู้สูงอายุ หมายถึง การที่ผู้สูงอายุสามารถดูแลตนเองในด้านต่างๆ ประกอบด้วย การพึ่งพาตนเองทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สังคม และเศรษฐกิจ

คำถามคัดกรอง

- ท่านมีอายุมากกว่าหรือเท่ากับ 50 ปีหรือไม่
 - ใช่
 - ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)
- ท่านอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่
 - ใช่
 - ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)
- ท่านมีความสนใจเกี่ยวกับที่พักออาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองหรือไม่
 - ใช่
 - ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าตัวเลือกที่ตรงกับท่านมากที่สุด และโปรดกรอกรายละเอียดในส่วนของคำถามที่เว้นไว้สำหรับเติม

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

50-59 ปี 60-70 ปี

มากกว่า 70 ปี

3. อาชีพ

ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ พนักงานบริษัทเอกชน

ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พ่อบ้าน/แม่บ้าน

อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. เงินสะสมสำหรับวัยเกษียณ

ต่ำกว่า 500,000 บาท 500,000-1,000,000 บาท

1,000,001-2,000,000 บาท 2,000,001-3,000,000 บาท

มากกว่า 3,000,000 บาท

5. ลักษณะที่อยู่อาศัยปัจจุบันของท่าน

บ้านเดี่ยว บ้านแฝด

ทาวน์เฮ้าส์ อาคารพาณิชย์

คอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนต์

อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักออาศัย
สำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านที่มีต่อความตั้งใจซื้อที่พักออาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง โดยมีระดับความเห็น ดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
0	หมายถึง	ไม่สามารถประเมินได้

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น					
	5	4	3	2	1	0
ก. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)						
1. โครงการมีชื่อเสียง มีตราสินค้าเป็นที่รู้จัก	5	4	3	2	1	0
2. รูปแบบที่พักออาศัยมีความสวยงามทันสมัย	5	4	3	2	1	0
3. โครงการมีรูปแบบที่พักออาศัยให้เลือกหลากหลาย	5	4	3	2	1	0
4. โครงการมีขนาดพื้นที่ใช้สอยให้เลือกหลากหลาย	5	4	3	2	1	0
5. พื้นที่ส่วนกลางกว้างขวาง	5	4	3	2	1	0
6. พื้นที่ส่วนกลางตกแต่งสวยงาม	5	4	3	2	1	0
7. ภายในโครงการมีบริการทางด้านการแพทย์ พยาบาล	5	4	3	2	1	0
8. มีสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลางครบครัน เช่น สวนสาธารณะ สระว่ายน้ำ สโมสร ลานออกกำลังกาย เป็นต้น	5	4	3	2	1	0

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น					
	5	4	3	2	1	0
9. ภายในโครงการมีระบบการรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวด	5	4	3	2	1	0
10. มีการรับประกันหลังการส่งมอบ	5	4	3	2	1	0
ข. ด้านราคา (Price)						
1. ราคามีความเหมาะสมกับรูปแบบที่พักอาศัย	5	4	3	2	1	0
2. ราคามีความเหมาะสมกับที่ดิน	5	4	3	2	1	0
3. ราคาไม่แตกต่างจากโครงการอื่นๆ	5	4	3	2	1	0
4. มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ	5	4	3	2	1	0
ค. ด้านการจัดจำหน่าย (Place)						
1. มีเว็บไซต์แสดงรายละเอียดโครงการอย่างครบถ้วน	5	4	3	2	1	0
2. มีการจัดบูธแสดงขายโครงการนอกสถานที่	5	4	3	2	1	0
3. มีบ้านตัวอย่างเหมือนจริงให้ชม	5	4	3	2	1	0
4. ที่ตั้งโครงการใกล้แหล่งที่พักเดิม	5	4	3	2	1	0
5. ที่ตั้งโครงการใกล้บ้านบุตรหลานหรือญาติ	5	4	3	2	1	0
6. ที่ตั้งโครงการติดถนนใหญ่	5	4	3	2	1	0
7. การคมนาคมสะดวก เช่น เส้นทางไม่ซับซ้อน มีรถสาธารณะผ่าน	5	4	3	2	1	0
8. โครงการอยู่ใกล้ระบบขนส่ง เช่น รถไฟฟ้า รถไฟใต้ดิน	5	4	3	2	1	0

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น					
	5	4	3	2	1	0
ง. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)						
1. มีกิจกรรมส่งเสริมการขายที่หลากหลาย เช่น ส่วนลด แคมเปญ เฟอร์นิเจอร์ ฟรีเงินดาวน์ ฟรีค่าส่วนกลาง เป็นต้น	5	4	3	2	1	0
2. รูปแบบการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆน่าสนใจ	5	4	3	2	1	0
3. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่หลากหลาย	5	4	3	2	1	0
4. มีพนักงานให้คำแนะนำและบริการ	5	4	3	2	1	0

ส่วนที่ 3 การประเมินความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับระดับความตั้งใจซื้อของท่านที่มีต่อที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง โดยมีระดับความเห็น ดังนี้

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

ความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง	ระดับความตั้งใจซื้อ				
	5	4	3	2	1
ท่านมีความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง มากน้อยเพียงใด	5	4	3	2	1

(จบแบบสอบถาม ขอขอบคุณที่ท่านให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม)

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวภรณ์ธิดา จงพิพิธพร
วันเดือนปีเกิด	6 มิถุนายน พ.ศ. 2531
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2553: รัฐศาสตร์บัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ตำแหน่ง	ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท กรุงเจริญอุตสาหกรรมสิ่งทอ จำกัด
ประสบการณ์ทำงาน	2556-ปัจจุบัน: ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท กรุงเจริญอุตสาหกรรมสิ่งทอ จำกัด 2555-2556: เจ้าหน้าที่ฝ่ายบุคคล บริษัท ฟีน่า เฮาส์ จำกัด (มหาชน)