



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคามากกว่า
5 ล้านบาทของผู้บริโภคที่มีผู้สูงอายุในครอบครัว
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

โดย

นางขวัญใจ ช่างหล้า

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2559
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคามากกว่า
5 ล้านบาทของผู้บริโภคที่มีผู้สูงอายุในครอบครัว
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

โดย

นางขวัญใจ ช่างหล้า

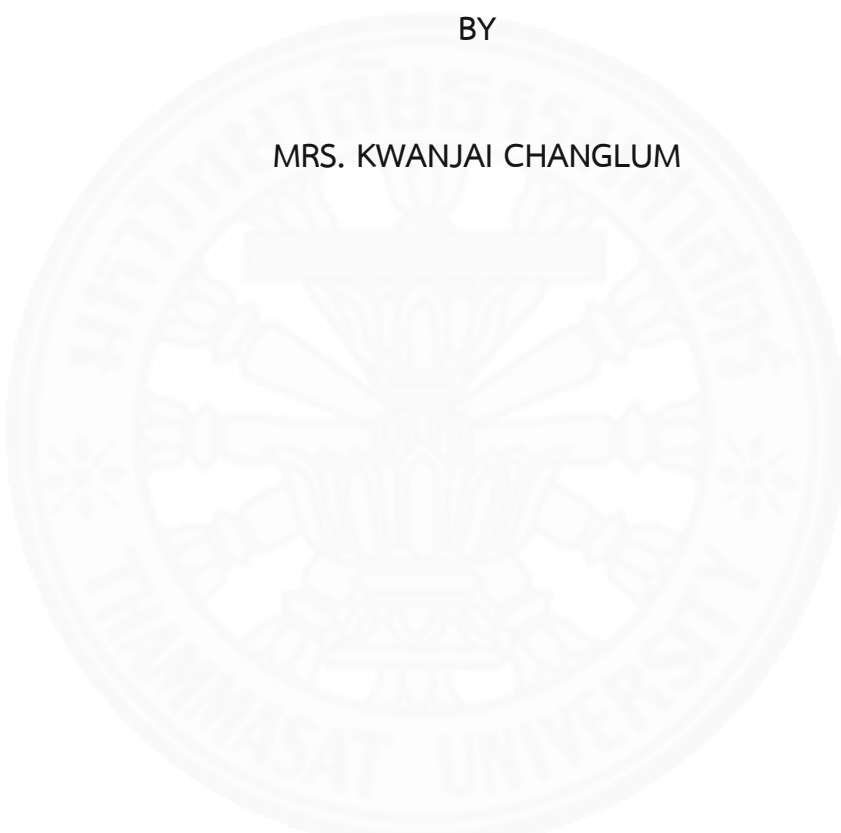


การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2559
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

THE FACTORS AFFECTING THE DECISION TO BUY A SINGLE
HOUSE FOR CONSUMERS WHO HAVE AN ELDERLY FAMILY
MEMBER VALUED MORE THAN 5 MILLION BAHT IN
THE BANGKOK METROPOLITAN REGION

BY

MRS. KWANJAI CHANGLUM



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
PROGRAM IN STRATEGIC MANAGEMENT
FACULTY OF COMMERCE AND ACCOUNTANCY
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2016
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางขวัญใจ ช่างหล้า


เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคามากกว่า 5 ล้านบาทของผู้บริโภค
ที่มีผู้สูงอายุในครอบครัว ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล


ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เมื่อ วันที่ 30 เม.ย. 2560


ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ดิขพงศ์ พงศ์ภักตร์ชัย)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ


.....
(รองศาสตราจารย์ พัชรา พัชรวานิช)

คณบดี


.....
(รองศาสตราจารย์ ดร. พิภพ อุดร)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา มากกว่า 5 ล้านบาทของผู้บริโภคที่มีผู้สูงอายุในครอบครัว ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
ชื่อผู้เขียน	นางขวัญใจ ช่างหล้า
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ พัชรา พัชรวานิช
ปีการศึกษา	2559

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคที่มีผู้สูงอายุในครอบครัว ของกรณีศึกษาที่มีความต้องการซื้อหรือซื้อบ้านเดี่ยวระดับราคา
มากกว่า 5 ล้านบาท ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีปัจจัยต่างๆ ที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจ
โดยมีผู้สูงอายุในครอบครัวเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจด้วย โดยปัจจัยต่างๆ ประกอบด้วย
ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ด้านสภาพแวดล้อม และพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุ ที่ส่งผลต่อ
กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาข้อมูลเชิงลึก จากการสัมภาษณ์จำนวน
ทั้งหมด 10 ราย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านเดี่ยวแล้ว และกลุ่มผู้ที่กำลังตัดสินใจซื้อบ้าน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน และยังมีอิทธิพลต่อการ
การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านต่างๆ ที่กรณีศึกษาใช้ประกอบการตัดสินใจซึ่งปัจจัยที่ผู้สูงอายุมี
อิทธิพล คือ 1) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโครงการและสิ่งอำนวยความสะดวก ต้องเดินทางสะดวก มีตลาด
หรือร้านสะดวกซื้อ 2) ปัจจัยด้านกายภาพของบ้าน ต้องการบ้านที่มีห้องนอนกลาง พื้นชั้นล่างไม่มี
การเล่นระดับ สวนรอบบ้านต้องให้ความร่มรื่นดูแลง่าย 3) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมโครงการ
ต้องการโครงการที่ให้บริการยามาคดี ร่มรื่น ส่วนตัวอาคารสโมสรไม่สำคัญเท่าสวนส่วนกลาง

คำสำคัญ: ผู้สูงอายุ

Independent Study Title	THE FACTORS AFFECTING THE DECISION TO BUY A SINGLE HOUSE FOR CONSUMERS WHO HAVE AN ELDERLY FAMILY MEMBER VALUED MORE THAN 5 MILLION BAHT IN THE BANGKOK METROPOLITAN REGION
Author	Mrs. Kwanjai Changlum
Degree	Master of Business Administration
Department/Faculty/University	Program in Strategic Management Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Pachara Pacharavanich
Academic Year	2016

ABSTRACT

The objective for this independent study is to study the factors affecting the decision to buy a single house for consumers who have an elderly in the family. Case studies consist of those desiring to buy or have already bought a single house valued at more than 5 million baht in the Bangkok Metropolitan Region with the elderly family member as one of the influencing factors, while other factors include location of the project, environmental factors, and living habits of the elderly that affect the decision making process of buying a single house in the Bangkok Metropolitan Region.

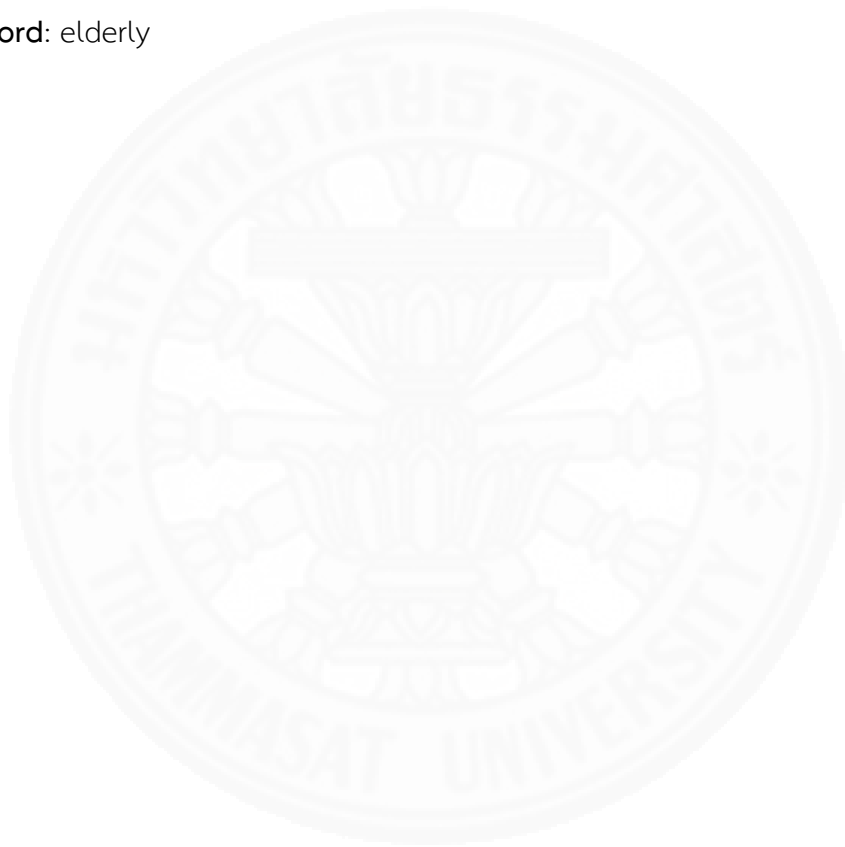
This research is a qualitative research studying data from in-depth interview with 10 respondents divided into two groups: those who already bought a single house and those who would like to buy a single house.

The study have found that the elderly family member has influence in the decision to buy a house, and has influence on the expression of opinion regarding various factors that the respondents use to make decisions. The factors that the elderly have influence on include 1) Location of the project and its facilities:

(3)

must be convenient for transportation or have a market/convenient store nearby; 2) Physical factors of the house: must have a bed room on the ground floor and no difference in levels on the ground floor; the garden around the house must provide shade and easy to maintain; 3) Environmental factors of the project: must provide good atmosphere and pleasant environment; the club house is not as important as the shared garden.

Keyword: elderly



กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์และความกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ พัทธา พัทธรวณิช ที่กรุณาให้คำแนะนำในการจัดทำงานวิจัยฉบับนี้ทุกขั้นตอนและให้คำปรึกษาช่วยเหลือแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ เพื่อให้งานวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น รวมถึง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ดิษฐพงศ์ พงศ์ภัทรชัย กรรมการสอบวิจัย ที่เสียสละเวลาอันมีค่า ให้ข้อเสนอแนะ ความคิดเห็นและแนวทางการทำวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยรับรู้ถึงความกรุณาและเมตตาที่มีให้แก่ผู้วิจัยตลอดมา และขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดาที่ให้กำลังในการเรียน อาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และประสบการณ์ต่างๆ รวมถึงเจ้าหน้าที่ประจำโครงการวิชาสาขาการจัดการเชิงกลยุทธ์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี ตลอดจนผู้มีส่วนร่วมในความสำเร็จทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกในการทำวิจัยครั้งนี้ ให้ไปด้วยดีตลอดมา

ขอขอบคุณเป็นอย่างสูงสำหรับกรณีศึกษาทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าอย่างยิ่งในการตอบสัมภาษณ์ แสดงความคิดเห็นอย่างตรงไปตรงมา การให้ข้อคิด และความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัยครั้งนี้

สุดท้าย ความรู้ และประโยชน์ใดๆ ก็ตามที่ได้รับจากการศึกษาวิจัยอิสระเล่มนี้ ผู้จัดทำขอมอบความดีนี้ให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

นางขวัญใจ ช่างหล้า

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(4)
สารบัญตาราง	(8)
สารบัญภาพ	(9)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	7
1.3 ประโยชน์ของการวิจัย	7
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	7
1.5 นิยามคำศัพท์	8
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	9
2.1.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)	9
2.1.2 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)	10
2.1.2.1 สิ่งกระตุ้นจากการตลาด (Marketing stimulus)	10
2.1.1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus)	11
2.1.2.3 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristic)	11
(1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture Factors)	11

(2) ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors)	12
2.1.2.4 ลักษณะทางจิตวิทยา (Consumer Psychology)	13
2.1.2.5 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's decision process)	14
2.1.2.6 การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Buyer's purchase decision)	15
2.1.3 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	15
2.1.4 การตลาดอสังหาริมทรัพย์ยุคใหม่	18
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
2.2.1 ปัจจัยทางด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical)	19
2.2.1.1 ภายในบ้าน	19
2.2.1.2 ปัจจัยภายนอกบ้าน	20
2.2.2 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง	21
2.2.2.1 ทำเลที่ตั้งโครงการ	21
2.2.2.2 สาธารณูปโภค	21
2.2.2.3 สิ่งอำนวยความสะดวก	21
2.2.2.4 ปัญหาที่ไม่ต้องการพบ	22
2.2.3 ปัจจัยทางด้านชื่อเสียงผู้ประกอบการ	23
2.2.4 ปัจจัยทางการเงิน	23
2.2.5 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	24
2.3 กรอบแนวคิดของงานวิจัย	24
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	26
3.1 วิธีการวิจัย	26
3.2 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย	26
3.2.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source)	26
3.2.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source)	26
3.3 กรณีศึกษา และการกำหนดพื้นที่สำรวจ	26
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	27
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	27

	(7)
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปราย	28
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์	29
4.2 ผลการวิจัย กรณีศึกษาที่ซื้อบ้านใหม่ไปแล้ว	31
4.3 ผลการวิจัย กรณีศึกษาที่กำลังตัดสินใจซื้อ	39
บทที่ 5 การวิเคราะห์ข้ามกรณีศึกษาและการอภิปรายผล	46
5.1 สรุปผลการวิจัย	46
5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของกรณีศึกษา	46
5.1.2 พฤติกรรมของผู้สูงอายุในครอบครัว	46
5.1.3 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโครงการ	48
5.1.4 ลักษณะทางกายภาพของบ้าน	49
5.1.5 ลักษณะทางกายภาพโครงการที่ตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุ	51
5.1.6 บริการที่ต้องการเพิ่มเติมจากโครงการสำหรับผู้สูงอายุ	52
5.2 ข้อเสนอแนะ	53
5.3 ข้อจำกัดในการวิจัย	53
5.4 ข้อเสนอแนะงานวิจัยต่อเนื่อง	54
รายการอ้างอิง	55
ภาคผนวก	58
ประวัติผู้เขียน	61

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกรณีศึกษาที่ 1-5 (กรณีศึกษาที่ซื้อแล้ว)	29
4.2 ข้อมูลทั่วไปของกรณีศึกษาที่ 6-10 (กรณีศึกษาที่กำลังตัดสินใจซื้อ)	30
5.1 พฤติกรรมผู้บริโภค (ผู้สูงอายุในครอบครัว) กรณีศึกษาที่ซื้อแล้ว	46
5.2 พฤติกรรมผู้บริโภค (ผู้สูงอายุในครอบครัว) กลุ่มกรณีศึกษาที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อ	47
5.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทำเลที่ตั้งโครงการ กลุ่มกรณีศึกษาที่ซื้อแล้ว	48
5.4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทำเลที่ตั้งโครงการ กลุ่มกรณีศึกษาที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อ	48
5.5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะทางกายภาพของบ้าน โดยแบ่งเป็นภายในกับ ภายในและภายนอกบ้านที่ต้องเตรียมความพร้อมในการอยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ กลุ่มกรณีศึกษาที่ซื้อแล้ว	49
5.6 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะทางกายภาพของบ้าน โดยแบ่งเป็นภายในกับ ภายในและภายนอกบ้านที่ต้องเตรียมความพร้อมในการอยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ กลุ่มกรณีศึกษาที่ยังไม่ซื้อ	50
5.7 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพโครงการที่ต้องเตรียมความพร้อมในการอยู่อาศัยสำหรับ ผู้สูงอายุกลุ่มกรณีศึกษาที่ซื้อแล้ว	51
5.8 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพโครงการที่ต้องเตรียมความพร้อมในการอยู่อาศัยสำหรับ ผู้สูงอายุกลุ่มกรณีศึกษาที่ยังไม่ซื้อ	51
5.9 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพโครงการที่ต้องเตรียมความพร้อมในการอยู่อาศัยสำหรับ ผู้สูงอายุกลุ่มกรณีศึกษาที่ซื้อแล้ว	52

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	จำนวนผู้สูงอายุ จำแนกตามเพศ พ.ศ. 2537, 2545, 2550, 2554 และ 2557	1
1.2	การคาดการณ์ประชากรของประเทศไทย ปี 2553-2583	3
2.1	แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Model of Consumer Behavior)	10
2.2	องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's Marketing Mix)	16
2.3	Lifestyle ของผู้สูงอายุ	22
2.4	ความต้องการและการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ของสังคมผู้สูงอายุ	23
2.5	กรอบแนวคิดการวิจัย	25

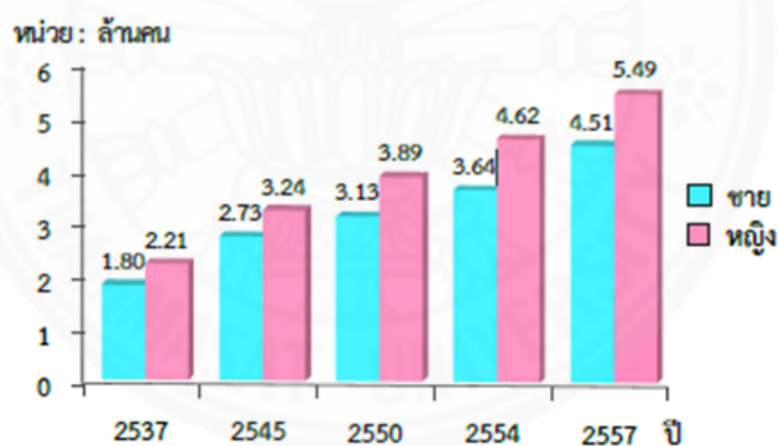


บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ผลสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติที่ผ่านมาพบว่า ประเทศไทยมีจำนวนและสัดส่วนของผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง โดยในปี 2537 มีจำนวนผู้สูงอายุคิดเป็นร้อยละ 6.8 ของประชากรทั้งประเทศ และผลการสำรวจครั้งนี้ ปี 2557 พบว่า มีจำนวนผู้สูงอายุคิดเป็น ร้อยละ 14.9 ของประชากรทั้งหมด จากจำนวนผู้สูงอายุทั้งสิ้น 10,014,705 คน เป็นชาย 4,514,815 และหญิง 5,499,890 คน หรือคิดเป็นชายร้อยละ 45.1 และหญิงร้อยละ 54.9 ของผู้สูงอายุทั้งหมด (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557) และมีแนวโน้มที่จะมีผู้สูงอายุมากขึ้นโดยมีสัดส่วนต่อประชากรวัยอื่น เช่น อัตราส่วนของผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) ต่อเด็ก (อายุต่ำกว่า 15 ปี) 100 คน จากร้อยละ 22.6 ในปี 2537 เป็นร้อยละ 82.6 ในปี 2557 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557)



ภาพที่ 1.1 จำนวนผู้สูงอายุ จำแนกตามเพศ พ.ศ. 2537, 2545, 2550, 2554 และ 2557

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ พบว่า งานวิจัยมักจะเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย สำหรับผู้สูงอายุที่มีรายได้น้อย มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อแก้ไขปัญหาสังคมเป็นหลัก เช่น การศึกษาความเป็นได้ในการพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ (นภาพรณ์ หะวานนท์ และ ธีรวัลย์ วรรณธัญ, 2552) โครงการออกแบบตกแต่งภายในอาคารที่พักอาศัยผู้สูงอายุ สถานสงเคราะห์คนชราบ้านบางแค (จตุพร โตกิ่งแก้ว, 2545) ปัจจัยที่มีอิทธิพลก่อนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (ทิฆัมพร ดอกบัว, 2542) เป็นต้น

ปัจจุบันในตลาดพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เองก็มีแนวโน้มที่จะต้องรองรับการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคที่ซื้อที่อยู่อาศัยมักมีพ่อแม่มาอยู่ด้วย อาจจะต้องด้วยเหตุผลที่ต้องการบ้านที่อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้นเพื่อเป็นการตอบแทนบุญคุณพ่อแม่ หรือการที่ต้องการให้มาช่วยดูแลหลาน ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคที่มีผู้สูงอายุในครอบครัว เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการของเจ้าของธุรกิจ และเป็นแหล่งข้อมูลให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปประกอบการตัดสินใจลงทุน เพื่อให้สอดคล้องกับ พฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภคที่มีผู้สูงอายุอยู่ในบ้านด้วย

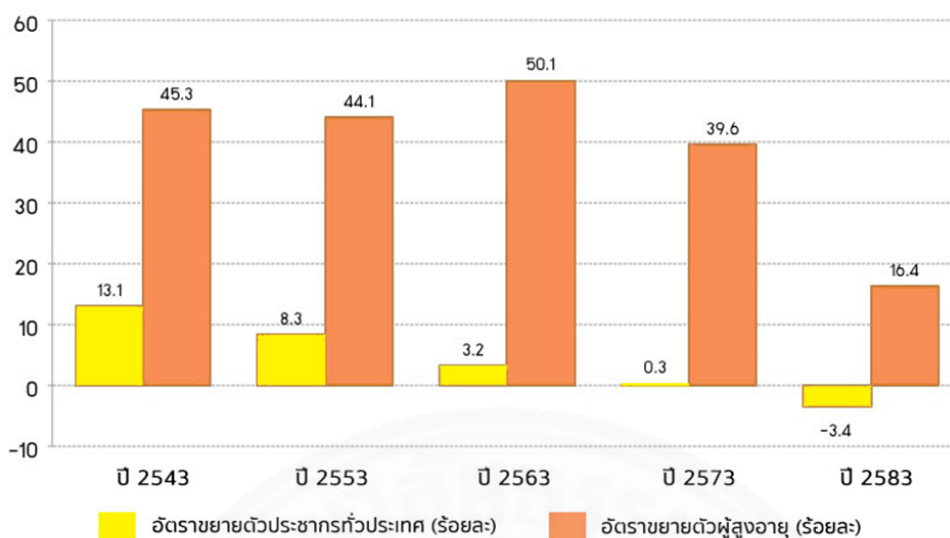
จากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตนั้น จะก่อให้เกิดปรากฏการณ์สำคัญที่มีผลต่อสังคมไทยอย่างมากคือ การที่ประเทศไทยกำลังจะก้าวเข้าสู่ สังคมผู้สูงอายุ โดยจะมีผู้สูงอายุมากกว่าเด็ก ปรากฏการณ์นี้เกิดขึ้นจากจำนวนเด็กที่ลดลงครอบครัวในปัจจุบันไม่ต้องการมีลูกหลายๆ เช่นในอดีต หรือในบางครอบครัวก็ไม่ต้องการมีลูกและใช้ชีวิตครองคู่และดูแลซึ่งกันและกันยามแก่เฒ่า ในขณะที่ผู้สูงอายุมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สิ่งที่มีผลกระทบตามมาคือ การต้องจัดเตรียมสถานที่ดูแลคนกลุ่มนี้ ที่อยู่อาศัยที่สามารถรองรับและเข้าถึงกลุ่มผู้สูงอายุ ทำให้เกิดโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้น ในปัจจุบันนั้นมีหลากหลายรูปแบบและหลายระดับราคา มีทั้งเป็นของทางภาครัฐและภาคเอกชน ที่มองเห็นโอกาสทางธุรกิจจากกลุ่มผู้สูงอายุ เราลองมาทำความเข้าใจถึงกลุ่มผู้สูงอายุในประเทศไทยกันก่อนว่ามีนิยามและจำนวนอัตราการขยายตัวอย่างไร และมีโครงการแบบไหนที่กำลังเกิดขึ้นเพื่อมารองรับคนกลุ่มนี้

ผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลที่มีอายุ 60 บริบูรณ์ขึ้นไป (ตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546)

สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) หมายถึง สังคมที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป อยู่จริงในพื้นที่ต่อประชากรทุกช่วงอายุในพื้นที่เดียวกัน ในอัตราเท่ากับหรือมากกว่า ร้อยละ 10 ขึ้นไป หรือมีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไปอยู่จริงในพื้นที่ต่อประชากรทุกช่วงอายุในพื้นที่เดียวกัน ในอัตราเท่ากับหรือมากกว่าร้อยละ 7 ขึ้นไป (ตามนิยามขององค์การสหประชาชาติ)

สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) สังคมที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป ที่อยู่จริงในพื้นที่ต่อประชากรทุกช่วงอายุในพื้นที่เดียวกัน ในอัตราเท่ากับหรือมากกว่า ร้อยละ 20 ขึ้นไป หรือมีประชากรอายุ 65 ปี (ตามนิยามขององค์การสหประชาชาติ)

จากข้อมูลรายงานการคาดการณ์ประชากรของประเทศไทย ปี 2553-2583 ของสำนักงานกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (คสช.) พบว่าประเทศไทย ได้เข้าสู่ “สังคมผู้สูงอายุ” ตั้งแต่ปี 2553 โดยมีสัดส่วนผู้สูงอายุร้อยละ 12.9 ของจำนวนประชากรทั้งหมด 66 ล้านคน และคาดว่าในปี 2573 ประเทศไทยจะเข้าสู่ “สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์” เนื่องจากมีสัดส่วนของผู้สูงอายุสูงถึงร้อยละ 25.8 ของจำนวนประชากรทั้งหมด 68.3 ล้านคน



ที่มา : ข้อมูลจาการสำรวจรวมสำมะโนประชากรและเคหะ สำนักงานสถิติแห่งชาติ และข้อมูลจากการคาดการณ์ จาก คสช.

ภาพที่ 1.2 การคาดการณ์ประชากรของประเทศไทย ปี 2543-2583

โครงการอสังหาริมทรัพย์สำหรับผู้สูงอายุที่เริ่มเห็นในปัจจุบันนั้นมีหลากหลายรูปแบบและหลายระดับราคา ได้แก่

1. โครงการที่มีโมเดลธุรกิจเป็นการขายสิทธิในการเข้าอยู่อาศัยตลอดชีวิต กล่าวคือ ผู้บริโภคไม่ได้เป็นเจ้าของอสังหาริมทรัพย์และไม่สามารถขายสิทธิต่อให้ผู้อื่น โดยจุดเด่นของโครงการอยู่ที่การออกแบบสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม รวมถึงการมีบริการทางการแพทย์ให้บริการเป็นประจำทุกวัน

2. โครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อขายโดยเน้นให้ออกแบบให้บ้านมีลักษณะเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุ ยกตัวอย่างเช่น บ้านแต่ละหลังจะมีสัญญาณเตือนไปยังสถานียพยาบาล/ส่วนดูแลกลาง เป็นต้น รวมถึงการลงทุนด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสบายและศูนย์บริการต่างๆ ครบถ้วนอยู่ในโครงการ นอกจากนี้ ลักษณะเด่นของโครงการทั้งสองรูปแบบคือการมีส่วนดูแลกลางที่จะบริหารจัดการเรื่องบริการทางการแพทย์ และการจัดให้มีกิจกรรมร่วมกัน ซึ่งเป็นอีกจุดขายสำคัญที่จะช่วยลบภาพลักษณ์การเป็นสถานสงเคราะห์ของบ้านพักคนชรา ให้เป็นการลงทุนเพื่อซื้อบริการที่จำเป็นและรูปแบบชีวิตที่ต้องการในวัยเกษียณอายุ

โครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ ของหน่วยงานภาครัฐ

- โครงการสวางคนิवास สภากาชาติไทย ในปี 2554 ได้เปิดตัวโครงการ เฟสที่ 2 เป็นอาคารชุด สูง 6 ชั้น 8 อาคาร รวม 300 ยูนิต พื้นที่แต่ละยูนิตประมาณ 38.5-50 ตารางเมตร เพื่อให้เป็นโครงการต้นแบบ ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่มีฐานะปานกลางและยังสามารถช่วยเหลือตนเองได้

- โครงการอาคารชุดผู้สูงอายุของการรถไฟฯ ขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) ร่วมกับการเคหะแห่งชาติ (กคช.) บนที่ดินบริเวณศูนย์ซ่อมรถไฟฟ้าสายสีเขียว ช่วงแบริ่ง-สมุทรปราการ บริเวณบางปิ้ง พื้นที่รวม 18 ไร่ ซึ่งตอนนี้กำลังอยู่ในขั้นตอนการออกแบบ

- โครงการพัฒนาที่อยู่อาศัยในเชิงพาณิชย์ เพื่อรองรับประชากรสูงวัย โดยการเคหะแห่งชาติ ที่อำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี บนเนื้อที่ 16 ไร่ รูปแบบการพัฒนาประกอบด้วย อาคารชุดพักอาศัย 5 ชั้น เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ 2 อาคาร พื้นที่ใช้สอย 32-50 ตารางเมตร 116 ยูนิต อาคารชุดพักอาศัย 5 ชั้น ประเภทเช่า-ซื้อ 4 อาคาร พื้นที่ใช้สอย 32-50 ตารางเมตร 232 ยูนิต และทาวน์โฮม 3 ชั้น

โครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ ของผู้ประกอบการภาคเอกชน

ปัจจุบันโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่พัฒนาแล้วเสร็จโดยภาคเอกชน ได้แก่

- โครงการเวลเนส คอนโดเทล
- โครงการเวลเนส ซิตี้ อำเภอบางไทร จังหวัดอยุธยา
- โครงการวิลล่ามีสุข จังหวัดเชียงใหม่
- โครงการริมลิฟวิง จังหวัดนครราชสีมา

นอกจากนี้ยังมีโครงการที่อยู่ระหว่างการออกแบบและวางแผนอีกหลายโครงการ เช่น โครงการมายโอโซน ของกลุ่มธนาคาร ที่เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา, โครงการแตงริเวอร์ไซด์ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่, โครงการรีไทร์เมนต์โฮม เนิร์สซิงโฮม ที่หัวหิน สมุย ภูเก็ต ราชบุรีและรังสิต คลอง 5 ของนายแพทย์บุญ วนาสิน ประธานกรรมการ บริษัทกลุ่มโรงพยาบาลธนบุรี กรุ๊ป เป็นต้น แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มอุปทานตลาดที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุในอนาคต จะมีการแข่งขันกันเพิ่มมากขึ้น

โครงการลุมพินี วิลล์ นาเกลือ-วงศ์อมตย์ โดย LPN คอนโดแนวคิด Pleasure Family แบบการรวมกลุ่มคน 3 วัย ให้อยู่ร่วมกันอย่างลงตัว โดยเฉพาะผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป โดยนำร่องที่โครงการลุมพินี วิลล์ นาเกลือ-วงศ์อมตย์ ด้วยการออกแบบห้องชุดอาศัยที่นำรายละเอียดของ “Universal Design” เพื่อรองรับกับการใช้ชีวิตของผู้สูงวัย ขนาดห้อง 34 ตารางเมตร ออกแบบรายละเอียดภายในห้องเพื่อความสะดวกในกรณีที่ต้องใช้ Wheel chair เพิ่มราวจับในห้องน้ำเพื่อความปลอดภัย รวมถึงวัสดุอุปกรณ์ทุกชิ้นในห้องที่ไม่มีเหลี่ยมมุม ปุ่มฉุกเฉินในกรณีต้องการความช่วยเหลือเร่งด่วน ราคาเริ่มต้นที่ 2.29 ล้านบาท ซึ่งปัจจุบันทางบริษัทฯ กำลังเปิดตัวโครงการในรูปแบบดังกล่าวในกรุงเทพฯ ได้แก่ โครงการลุมพินี พาร์ค รัตนาธิเบศร์ อีกโครงการหนึ่ง

โครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุจะมีปัจจัยแห่งความสำเร็จ คือ การสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าหรือผู้ที่มาพักอาศัยว่า จะสามารถดูแลและรักษาพยาบาลเป็นอย่างดีตลอดชีวิต จนกว่าจะสิ้นลมหายใจ ยกตัวอย่าง โครงการอาคารชุดของสวางคินิวาส ซึ่งเป็นต้นแบบที่ดีของโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ประสบความสำเร็จอย่างมาก และปิดการขายอย่างรวดเร็ว เนื่องจากผู้สูงอายุที่เป็นลูกค้า ทางโครงการจะมีทีมแพทย์และพยาบาลจากสภาวิชาชีพไทยมาเป็น

ผู้ดูแลอย่างใกล้ชิด และคิดค่าบริการทางการแพทย์เทียบเท่ากับระดับราคาในโรงพยาบาลของรัฐเท่านั้น

ในการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุมีความแตกต่างจากการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยโดยทั่วไป เนื่องจากเป็นโครงการที่ต้องการให้ความสำคัญกับงานบริการหลังการขายมากเป็นพิเศษ ผู้ประกอบการต้องให้การดูแลลูกค้าในระยะยาว ไม่สิ้นสุดเหมือนการพัฒนาโครงการบ้านจัดสรรและอาคารชุดพักอาศัยโดยทั่วไป นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังต้องผสมผสานการออกแบบ การก่อสร้าง และการให้บริการอย่างเหมาะสม โดยจะต้องมีการออกแบบบ้านพักอาศัยหรือห้องพักให้มีความปลอดภัยต่อผู้สูงอายุ มีบริการผู้ดูแลและมีการรักษาพยาบาลตามภาวะสุขภาพของผู้สูงอายุที่ได้มาตรฐานเช่นเดียวกับโรงพยาบาล รวมทั้ง ต้องมีบริการทำความสะอาดเสื้อผ้าและที่ซักในแบบเดียวกับโรงแรม มีกิจกรรมสันทนาการสำหรับผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่องและเหมาะสม

แนวทางการออกแบบที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ

เนื่องจากผู้สูงอายุมักมีการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายหลายๆ ด้าน การปรับเปลี่ยนที่อยู่อาศัยให้เหมาะสมจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถทำกิจวัตรประจำวันต่างๆ ได้อย่างสะดวกปลอดภัย ช่วยลดความเสี่ยงต่อการลื่นล้มและป้องกันอุบัติเหตุต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น ทั้งนี้ การออกแบบที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุควรให้ความสำคัญตั้งแต่โครงสร้าง การตกแต่งบ้าน การจัดวาง หรือการติดตั้งอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อรองรับความเสื่อมถอยของร่างกายในด้านการมองเห็น การได้ยิน การเคลื่อนไหวร่างกาย และความไม่สมดุลของฮอร์โมนและอารมณ์ การปรับเปลี่ยนพื้นที่ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมในการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุ เพื่อให้มีความปลอดภัย ใช้งานได้ง่าย และมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น สำหรับในรายละเอียดของการออกแบบที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งจะมีรายละเอียดปลีกย่อยมากมาย

จากการรวบรวมของ”ฐานเศรษฐกิจ”พบว่าขณะนี้บริษัทพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยชั้นนำหันมาออกแบบฟังก์ชันและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่อยู่อาศัยให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุ เช่น บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ฯ เดิมนั้นได้จัดโซนสำหรับผู้สูงอายุในโครงการลุมพินีวิลล์ นาเกลือ-วงศ์อมตย์ ได้แนวคิด Pleasure Family โดยเลือกชั้น 4-6 นอกจากนี้ยังมีโครงการลุมพินีวิลล์ รัตนาธิเบศร์ และล่าสุดปีนี้ได้พัฒนาอาคารชุดพักอาศัยภายใต้แนวคิด”ชุมชนน่าอยู่สำหรับคนทุกวัย” Episode 2 นำร่องที่โครงการลุมพินีวิลล์ ราชพฤกษ์-บางแกก ส่งมอบคุณค่าผลิตภัณฑ์ และ คุณค่างานบริการ ตามแบบฉบับ “LPN Design” แก่คนทุกวัยภายใต้แนวคิด Universal Design โดยเฉพาะผู้สูงวัยที่ช่วยตัวเองได้ (Independent Elderly) จะมีกิจกรรมสำหรับผู้สูงวัย, กริ่งขอความช่วยเหลือในห้องชุด, ราวจับช่วยประคองตัวในห้องน้ำ โดยบริษัทได้ร่วมมือกับคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้รองรับผู้สูงวัยที่ช่วยเหลือตัวเองได้

ส่วนเอ็น.ซี.กรุ๊ปได้ร่วมกับ SCG นำเทคโนโลยี SCG Eldercare Solution มาใช้กับสินค้าและบริการ เพื่อตอบโจทย์ความต้องการอยู่อาศัยสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น อาทิ ห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุที่ออกแบบโดยคำนึงถึงความปลอดภัยและความสะดวกสบายในการใช้สอยระบบพื้นลดแรงกระแทก (Shock Absorption Floor) ที่ช่วยลดความรุนแรงของการบาดเจ็บหากผู้สูงอายุหกล้มกระแทกพื้น นอกจากนี้ ยังมีการออกแบบบริเวณรอบบ้านเพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถใช้ชีวิตได้อย่างอิสระ สามารถเดินได้ทั่วบริเวณบ้านอย่างปลอดภัย

พฤติกรรมกรบริโภคของผู้สูงอายุไม่เหมือนสมัยก่อน มีความคิดตามเทรนด์ใหม่ๆ เสมอ ส่งผลให้กลุ่มผู้สูงอายุหันมา ใส่ใจด้านการดูแลสุขภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกสบายมากขึ้น โดยนำร่องใช้กับบ้านในโครงการใหม่ ริมนามกอล์ฟ Home On Green ที่นำนวัตกรรมระบบ Active AIRflow เป็นระบบที่จะช่วยถ่ายเทอากาศและระบายความร้อนออกจากตัวบ้านและโถงหลังคาแบบอัตโนมัติ ควบคุมและแสดงผลผ่าน Smart Mobile Application โดยใช้พลังงานสะอาดจาก Solar Cell เป็นพลังงานหลักในการทำงาน นอกจากนี้ ยังมีการออกแบบและเลือกใช้วัสดุก่อสร้างบ้านที่เหมาะสม ได้แก่ การใช้ผนังอิฐมวลเบาและการติดตั้งฉนวนใยแก้วกันความร้อนบนฝ้าเพดาน เพื่อสร้างกลไกการหน่วงนำความร้อนเข้าสู่ภายในตัวบ้าน พร้อมทั้งการออกแบบ Green Landscape ให้มีความร่มรื่นรอบตัวบ้าน

โครงการสวางคนิवास โครงการอาคารชุดพักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุของสภาอากาศไทย ที่บางปู จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งถือเป็นโครงการอาคารชุดพักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุโครงการต้นแบบ กล่าวได้ว่า ปัจจุบันมีผู้สนับสนุนสิทธิการเข้าพักเต็มทั้ง 2 โครงการ คือ 468 หน่วย แบ่งเป็นโครงการเดิมสูง 8 ชั้นมี 168 หน่วย และโครงการสอง สูง 6 ชั้นมี 9 อาคาร จำนวน 300 หน่วย แต่การเข้าพักของลูกค้ 2 กลุ่มคือ พักประจำ กับไม่ประจำ จะมาพักเฉพาะวันหยุด และวันนักขัตฤกษ์ สำหรับอัตราค่าสนับสนุนการเข้าพักอาศัยมีอัตรา 8.5 แสนบาทขึ้นไป พื้นที่เฉลี่ยหน่วยละประมาณ 40 ตารางเมตร และค่าส่วนกลางรายเดือนๆ ละ 2,500 บาท โดยจะมีกิจกรรมทั้งในอาคารและนอกสถานที่ ทั้งกรุงเทพฯและต่างจังหวัดให้กับผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมตรวจสุขภาพประจำปีโดยโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ และมีพยาบาลเวรกลางคืนด้วย

พื้นที่ของสวางคนิवास เป็นทำเลที่ผู้สูงอายุสามารถเดินเข้าเมืองได้สะดวก ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ การคมนาคมสะดวก ขณะนี้ยังมีพื้นที่ว่างด้านในติดทะเล

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวระดับราคามากกว่า 5 ล้านบาทของกลุ่มตัวอย่างที่มี ผู้สูงอายุในครอบครัว
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวระดับราคามากกว่า 5 ล้านบาทของกลุ่มตัวอย่างที่มีผู้สูงอายุในครอบครัว
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคามากกว่า 5 ล้านบาท กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคามากกว่า 5 ล้านบาท ของกลุ่มผู้ตัวอย่างที่มีผู้สูงอายุในครอบครัว

1.3 ประโยชน์ของการวิจัย

1. ทราบพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคามากกว่า 5 ล้านบาทของกลุ่มเป้าหมายที่มีผู้สูงอายุในครอบครัว
2. ทราบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคามากกว่า 5 ล้านบาทที่มีผู้สูงอายุในครอบครัว
3. เพื่อให้ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาไปวางแผน การตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. ผู้ประกอบการธุรกิจบ้านเดี่ยวสามารถนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการพัฒนารูปแบบสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น
5. นักวิชาการหรือนักศึกษาที่ได้ทำการวิจัยในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกัน และผู้ที่สนใจศึกษาสามารถที่จะนำ ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปปรับใช้ อ้างอิงและวิเคราะห์ต่อไปได้

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคามากกว่า 5 ล้านบาท ของประชากรที่มีผู้สูงอายุในครอบครัว กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่มีสมาชิกในครอบครัวเป็นผู้สูงอายุ ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ที่ซื้อบ้านเดี่ยวหรือกำลังตัดสินใจที่จะซื้อบ้านเดี่ยวราคามากกว่า 5 ล้านบาท

1.5 นิยามคำศัพท์

1. อสังหาริมทรัพย์ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 139 บัญญัติว่า “อสังหาริมทรัพย์” หมายความว่าที่ดินและทรัพย์อันติดอยู่กับที่ดิน มีลักษณะเป็นการถาวรหรือประกอบเป็นอันเดียวกับที่ดินนั้น และหมายความรวมถึงทรัพย์สินอันเกี่ยวกับที่ดินหรือทรัพย์อันติดอยู่กับที่ดินหรือประกอบเป็นอันเดียวกับที่ดินนั้นด้วย” (กรมสรรพากร, 2551) อสังหาริมทรัพย์ ประกอบด้วยทรัพย์สิน 4 ประเภท คือ

- ก. ที่ดิน
- ข. ทรัพย์อันติดอยู่กับที่ดินที่มีลักษณะเป็นการถาวร
- ค. ทรัพย์ที่ประกอบเป็นอันเดียวกับที่ดิน
- ง. ทรัพย์สินอันเกี่ยวกับที่ดินหรือทรัพย์อันติดอยู่กับที่ดินหรือประกอบเป็นอันเดียวกับที่ดิน

2. บ้านเดี่ยว การจัดสรรที่ดินเพื่อการจำหน่ายเฉพาะที่ดิน หรือที่ดินพร้อมอาคาร ประเภทบ้านเดี่ยวที่ดินแปลงย่อยต้องมีขนาดความกว้าง หรือ ความยาวไม่ต่ำกว่า 12.00 เมตร และมีเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 50 ตารางวา หากความกว้างหรือความยาวไม่ได้ขนาดดังกล่าว ต้องมีเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 60 ตารางวา (ข้อกำหนดเกี่ยวกับการจัดสรรที่ดินเพื่อที่อยู่อาศัยและพาณิชย์กรรมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2550)

3. ผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปทั้งชายและหญิง ซึ่งในการศึกษารวบรวมข้อมูลประชากรผู้สูงอายุได้แบ่ง ผู้สูงอายุเป็น 2 กลุ่มคือ ผู้สูงอายุตอนต้น และผู้สูงอายุตอนปลาย ผู้สูงอายุตอนต้น หมายถึง บุคคลที่มีอายุ 60-69 ปี ทั้งชายและหญิง ผู้สูงอายุตอนปลาย หมายถึง บุคคลที่มีอายุ 70 ปี ขึ้นไปทั้งชายและหญิง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตร)

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านราคามากกว่า 5 ล้านบาท ที่มีผู้สูงอายุในครอบครัว ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล เป็นการศึกษาทฤษฎี แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทาง และกรอบการศึกษา โดยมีประเด็นศึกษา ดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกจะเป็นการเสาะหา ซื้อ ใช้ ประเมินผล หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการ และแนวคิดต่าง ๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้เป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งเงิน เวลา และกำลังเพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ อันประกอบด้วย ซื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ซื้อเมื่อไร อย่างไร ที่ไหน และบ่อยแค่ไหน (Schiffman & Kanuk, 1987)

คอลแลต และ แบลคเวลล์ (Kollat & Blackwell, 1968) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และซึ่งมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

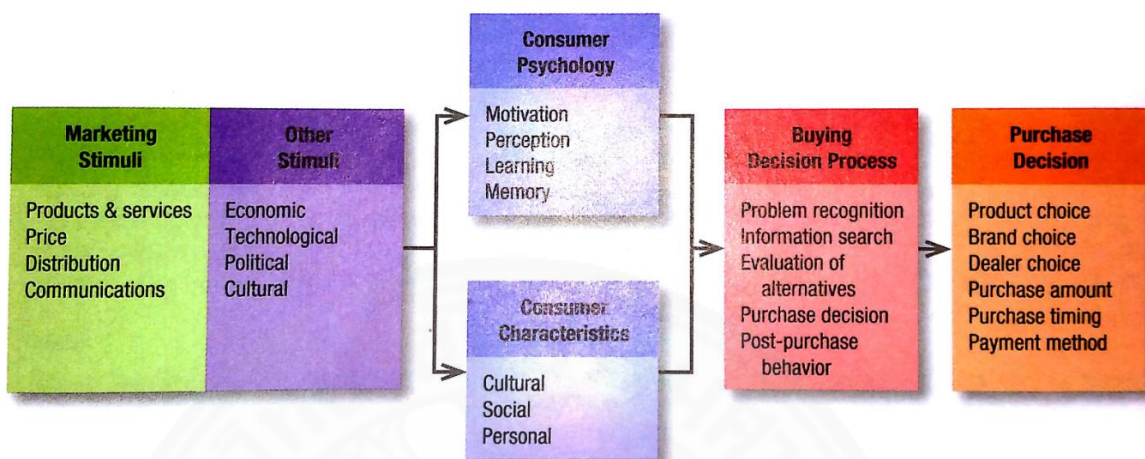
Kotler (1999, อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาแล้วซึ่งการใช้สินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจ และการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า

กล่าวโดยสรุปว่าพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมไปถึงกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกของแต่ละบุคคล ซึ่งมีความแตกต่างกันออกไป

2.1.2 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)

เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้ซื้อสินค้า (Kotler & Keller, 2016, p. 187)

ดังภาพที่



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Model of Consumer Behavior)

ที่มา: P. Kotler and K.L. Keller, 2016, England: Pearson

องค์ประกอบของโมเดลผู้บริโภค ดังนี้ สิ่งกระตุ้น (Stimulus) อาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดการสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ โดยสิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

2.1.2.1 สิ่งกระตุ้นจากการตลาด (Marketing stimulus)

เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้นเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ประกอบด้วย

- 1) สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการ
- 2) สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยต้องคำนึงถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นหลัก
- 3) สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution หรือ Place) เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้มีความสะดวกในการเข้าถึงตัวผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค
- 4) สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อทั้งสิ้น

2.1.1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus)

เป็นสิ่งที่กระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กร ซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

- 1) สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค อัตราดอกเบี้ย เป็นต้น
- 2) สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น เทคโนโลยีการควบคุมระบบ การจัดเก็บอาหาร ระบบบาร์โค้ด ระบบการกระจายสินค้า
- 3) สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and political) เช่น อัตราการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของภาษีเงินได้
- 4) สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่างๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้นมากขึ้น

2.1.2.3 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristic)

เป็นปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยภายนอก (External factors) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ เช่น ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์

(1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture Factors)

เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค และไม่สามารถควบคุมได้ มีรายละเอียด ดังนี้

1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture factors) เป็นลักษณะและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นหนึ่ง ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมผู้บริโภคของสมาชิกในสังคม ปัจจัยด้านวัฒนธรรมแบ่งได้ ดังนี้

2) วัฒนธรรมย่อย (Subculture) เป็นวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มภายในสังคม ซึ่งมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน วัฒนธรรมย่อยเกิดจากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ ประกอบด้วย กลุ่มเชื้อชาติ กลุ่มศาสนา กลุ่มสีผิว พื้นที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ กลุ่มอาชีพ กลุ่มย่อยด้านอายุ และกลุ่มย่อยด้านเพศ

3) ชั้นสังคม (Social Class) เป็นการแบ่งสมาชิกในสังคมออกเป็นลำดับขั้นที่ต่างกันโดยอาศัยตัวแปรต่างๆ เช่น รายได้ ฐานะ อาชีพ การศึกษา ความมั่งคั่ง แหล่งที่พักอาศัย เป็นต้นซึ่งโดยทั่วไปสามารถแบ่งชั้นทางสังคมออกเป็น 6 ระดับขั้นด้วยกัน คือ

ขั้นที่ 1 กลุ่มชนชั้นสูงระดับบน (Upper-Upper Class) คนชนชั้นสูงในสังคมที่มีทรัพย์สินสมบัติสืบทอดกันมานาน และมักเป็นครอบครัวที่มีชื่อเสียงเก่าแก่

ชั้นที่ 2 กลุ่มชนชั้นสูงระดับล่าง (Lower-Upper Class) เป็นคนที่มีรายได้สูงหรือรายได้มั่นคงจากการความสามารถในการอาชีพการดำเนินธุรกิจ มักจะมาจากพื้นฐานที่เคยเป็นชนชั้นกลางมาก่อน ชนชั้นของคนรวยหน้าใหม่บุคคลเหล่านี้เป็นผู้ใหญ่ในวงการบริหารเป็นผู้ที่มีรายได้สูงสุดในจำนวนชั้นทั้งหมด

ชั้นที่ 3 กลุ่มชนชั้นกลางระดับบน (Upper-Middle Class) ผู้ประสบความสำเร็จจากการประกอบอาชีพพอสมควร มีระดับการศึกษาสูงที่ต้องการประสบความสำเร็จจากอาชีพและมีรายได้สูงกลุ่มนี้ไม่ร่ำรวยมากแต่ก็ต้องการชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีเรียกกันว่าเป็นหน้าตาเป็นสมองของสังคม

ชั้นที่ 4 กลุ่มชนชั้นกลาง (Lower-Middle Class) กลุ่มคนทำงานเป็นพนักงานในสำนักงานซึ่งมีรายได้ปานกลางอยู่อาศัยในย่านที่อยู่อาศัยในย่านที่อยู่อาศัยทั่วไป

ชั้นที่ 5 กลุ่มชนชั้นกลางระดับบน (Upper-Lower Class) ส่วนใหญ่เป็นคนมีความรู้หน่อยเป็นพวกจนแต่ซื้อสตั๊ดไคแกนชั้นแรงงานเป็นชนชั้นที่ใหญ่ที่สุดในชั้นทางสังคม

ชั้นที่ 6 กลุ่มชนชั้นกลางระดับล่าง (Lower-Lower Class) กลุ่มผู้ที่มีความเป็นอยู่อย่างยากจนรายได้ต่ำที่สุด ประกอบด้วยคนงานที่ไม่มีความชำนาญ กลุ่มชาวนาที่ไม่มีที่ดินของตนเอง ชนกลุ่มน้อย

(2) ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors)

เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรม การซื้อ ปัจจัยด้านสังคมแบ่งได้ ดังนี้

1) กลุ่มอ้างอิง (Reference groups) กลุ่มบุคคลซึ่งมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมของบุคคลอื่น แบ่งได้เป็นอีก 2 ระดับ คือ

- กลุ่มปฐมภูมิ (Primary groups) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท เพื่อนบ้าน หรือ ผู้ร่วมงาน

- กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary groups) ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม ศาสนา เพื่อนร่วมอาชีพและร่วมสถาบัน บุคคลกลุ่มต่างๆ

2) ครอบครัว (Family) ได้แก่ บิดามารดา และพี่น้อง ครอบครัวถือเป็นกลุ่มปฐมภูมิ

3) บทบาทและสถานะ (Roles and statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว องค์กร และสถาบัน โดยบุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม ผู้บริโภคมักจะเลือกซื้อสินค้าที่สามารถสื่อถึงบทบาทและสถานะของตนเองในสังคม

2.1.2.4 ลักษณะทางจิตวิทยา (Consumer Psychology)

เป็นปัจจัยภายใน (Internal Factor) คือปัจจัยที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคลในด้านความคิดและการแสดงออก มีพื้นฐานมาจากสภาพแวดล้อมต่างๆ เช่น การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อถือทัศนคติ บุคลิกภาพและแนวคิดของตนเอง

1. การจูงใจ (Motivation) เป็นสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นจากภายใน และผลักดันให้เกิดการกระทำขึ้นและเป็นแรงจูงใจที่อยู่บนพื้นฐานของความต้องการ เมื่อลูกค้ามีแรงจูงใจและความต้องการก็จะได้รับการสนองตอบ นักจิตวิทยาได้เสนอทฤษฎีการจูงใจของมนุษย์ไว้มากมาย แต่ทฤษฎีที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป ได้แก่ ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ และทฤษฎีการจูงใจของพรอยด์

2. การรับรู้ (Perception) การรับรู้เป็นกระบวนการที่บุคคลเลือกจัดประเภท ตีความ และรับรู้ข้อมูลหรือสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ ที่ได้พบเห็นหรือได้รับ เมื่อผู้บริโภคได้รับสิ่งกระตุ้นจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ไม่ว่าจะเป็นการได้เห็น ได้ยิน ได้กลิ่น การสัมผัส หรือได้ลิ้มรสก็ตาม ผู้บริโภคแต่ละคนจะเกิดการรับรู้และตีความข้อมูลด้วยความรู้สึกส่วนตัวของคนที่มีต่อลักษณะทางกายภาพของสิ่งเร้า ความสัมพันธ์ของสิ่งเร้ากับสิ่งแวดล้อม และเงื่อนไขของแต่ละบุคคล (ประสบการณ์ในอดีต) ตามปกติผู้บริโภคจะพบเห็นสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ มากมาย เช่น การดูโทรทัศน์ การฟังวิทยุ การเล่นinternet ตามปกติผู้บริโภคมักจะเลือกรับรู้เฉพาะสิ่งกระตุ้นที่ตรงกับความเชื่อหรือทัศนคติและเป็นสิ่งที่สอดคล้องกับ ความต้องการหรือการรับรู้ต่อตนเอง (Self Perception) คนเท่านั้น และการรับรู้ของบุคคลจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล บุคคลจะเลือกรับรู้เฉพาะสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการและตรงกับการรับรู้ต่อตนเอง (Self Perception) ซึ่งการรับรู้ต่อตนเอง หมายถึงการที่ผู้บริโภครับรู้ต่อตนเองว่าเป็นอย่างไร

3. การเรียนรู้ (Learning) คือการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมและ (หรือ) ความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา และประสบการณ์ทำให้ผู้บริโภคเกิดการเรียนรู้ได้ ใน 3 ลักษณะ คือ ด้านการรับรู้ เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากการไม่รู้ข้อมูล มาเป็นการรับรู้ข้อมูล หรือจากที่รู้น้อยมาเป็นผู้มากขึ้น ด้านความรู้สึก เป็นการเปลี่ยนแปลงความรู้สึกไม่ชอบเป็นชอบ หรือจากชอบน้อยมาเป็นผู้ชอบมาก ด้านทักษะ เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเกี่ยวกับความชำนาญ คือ จากสิ่ง ที่ทำไม่เป็น มาทำเป็นหรือจากที่เป็นน้อยให้คล่องยิ่งขึ้น

4. ความเชื่อถือ (Beliefs, Memory) คือ ความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีตซึ่งอาจจะไม่มีเหตุผลในความเชื่อนั้น และมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

5. ทศนคติ (Attitudes) การประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคลความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งออกจะเป็นในเชิงบวกหรือลบก็ได้ (คือ พอใจหรือไม่พอใจก็ได้)

6. บุคลิกภาพ (Personality) ลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคลที่พัฒนามาจากความคิด ความเชื่อ อุปนิสัย และแสดงออกมาในลักษณะต่างๆ ซึ่งมีผลต่อการกำหนดรูปแบบในการตอบสนองของแต่ละบุคคล

7. แนวคิดของตนเอง (Self-concept) เป็นความรู้สึกของบุคคล เป็นสิ่งที่ประทับใจของบุคคล ซึ่งจะกำหนดลักษณะของบุคคลนั้น โดยแต่ละคนจะมีบุคลิกส่วนตัวหรือแนวคิดของตนเองแตกต่างกันซึ่งจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ

2.1.2.5 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's decision process)

1. การรับรู้ความต้องการ/ปัญหา รู้ว่าต้องการอะไร ซึ่งอาจเกิดจากสิ่งกระตุ้นภายในและภายนอกความต้องการทางกาย ความต้องการด้านจิตวิทยา

2. การค้นหาข้อมูล รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปประเมินผล โดยข้อมูลอาจจะเป็นเรื่องผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย (ช่องทาง) และการส่งเสริมการตลาด ที่มาของแหล่งข้อมูลมาจากตัวแทนขายโฆษณา (โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์) อินเทอร์เน็ต ห้างสรรพสินค้า หรือจากผู้ที่เคยใช้ หรือทดลองใช้เอง

3. การประเมินผลทางเลือก เมื่อได้ข้อมูลมาแล้ว ผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจและประเมินผลทางเลือก โดยกระบวนการประเมิน มีดังนี้

- คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ด้านใดด้านหนึ่งหรือภาพรวมที่สามารถตอบสนองความต้องการได้

- การให้น้ำหนักความสำคัญสำหรับคุณสมบัติที่แตกต่างกัน

- ความเชื่อถือเกี่ยวกับตราสินค้า

- ทศนคติในการเลือกตราสินค้า

4. การตัดสินใจซื้อ หลังจากผ่านการประเมินผลมาแล้ว ผู้บริโภคจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่พอใจมากที่สุด แต่ในระหว่างความตั้งใจซื้อกับการตัดสินใจซื้อ มีปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้อง 3 ประการ ได้แก่

- ทศนคติจากบุคคลอื่น

- ปัจจัยสถานการณ์ที่คาดคะเนไว้

- ปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนไว้

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ เป็นสิ่งที่นักการตลาดต้องพยายามทราบถึงระดับความพอใจของผู้บริโภคภายหลังการซื้อว่าอยู่ในระดับใด พฤติกรรมหลังการซื้อที่ต้องติดตามและให้ความสนใจมีรายละเอียด ดังนี้

- ความพึงพอใจหลังจากซื้อ (Post purchase satisfaction) เป็นระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคภายหลังจากที่ได้ซื้อสินค้าและบริการไปแล้ว ถ้าสินค้าหรือบริการนั้นมีประสิทธิภาพสูงเท่า หรือเกินกว่าความคาดหวัง ก็มีโอกาสที่ผู้บริโภคจะกลับมาซื้อหรือใช้บริการซ้ำ
- การกระทำภายหลังการซื้อ (Post purchase action) ความพึงพอใจ และไม่พึงพอใจในผลิตภัณฑ์จะมีผลต่อพฤติกรรมต่อเนื่องของผู้บริโภค เช่น ซื้อซ้ำ เลิกใช้ บอกต่อ หรือร้องเรียน
- พฤติกรรมการใช้และการจัดการภายหลังการซื้อ (Post purchase use and disposal) เป็นสิ่งที่ต้องติดตาม เพราะมีผลต่อการพัฒนาสินค้า ยอดขาย สังคม และสิ่งแวดล้อม

2.1.2.6 การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Buyer's purchase decision)

ผู้บริโภคจะมีประเด็นการตัดสินใจต่างๆ ดังนี้

- 1) การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choice)
- 2) การเลือกตราสินค้า (Brand choice)
- 3) การเลือกผู้ขาย (Dealer choice)
- 4) การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase timing)
- 5) การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase amount)
- 6) ปัจจัยภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

ผู้บริโภค

2.1.3 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดถูกสร้างขึ้นโดยคำนึงถึงความจำเป็นและความต้องการ (Needs and Wants) ของตลาดส่วนต่างๆ เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ทางการตลาดของบริษัท และเพื่อตอบสนอง หรือสร้างความพึงพอใจ (Satisfaction) ให้กับผู้บริโภค โดยทั่วไปส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของสินค้าพื้นฐานจะประกอบด้วย 4Ps และส่วนประสมทางการตลาดของตลาดบริการตามแนวคิดของ Kotler จะประกอบด้วย 7Ps ดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's Marketing Mix)

ที่มา : www.smartdraw.com (ก.ย. 2557)

จากภาพ สามารถอธิบายองค์ประกอบทั้ง 7 ประการได้ ดังนี้ (Kotler, 1997)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอแก่ตลาดเพื่อการรู้จักเพื่อการบริโภค โดยที่ต้องสามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้ ซึ่งอาจจะเป็นสินค้า บริการหรือความคิด ซึ่งลูกค้าต้องจ่ายเงินเป็นการแลกเปลี่ยน ดังนั้นผลิตภัณฑ์จึงแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product)

2. ราคา (Price) เป็นส่วนประกอบทางการตลาดที่สำคัญที่ทำให้เกิดรายได้ การตั้งราคาขายเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญมากในการทำธุรกิจ ต้องมีความชัดเจนถึงวัตถุประสงค์ของการตั้ง

ราคา เช่น การตั้งราคาต่ำเพื่อป้องกันคู่แข่งแย่งส่วนแบ่งการตลาด หรือการตั้งราคาต่ำเพื่อให้ได้ลูกค้าใหม่ หรือการตั้งราคาต่ำเพื่อไล่ตามคู่แข่ง สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งคือ การทำให้ลูกค้ายอมรับในการเปลี่ยนแปลงราคาโดยเมื่อลูกค้าเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (value) กับมูลค่า (price) ต้องสร้างให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อด้วยเรื่องคุณค่า

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การนำสินค้าจากผู้ผลิตไปถึงมือผู้บริโภค การควบคุมปริมาณสินค้า การขนส่ง การติดต่อสื่อสาร จนกระทั่งเรื่องประเภทของร้าน จำนวนของร้าน โกดัง การกระจายทางกายภาพ วิธีการกระจายสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่ายต้องคำนึงถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่า คุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญในการกระตุ้นยอดขายของกิจการ และแนะนำสินค้าสู่ลูกค้า ทั้งนี้ยังสืบเนื่องกับการสร้างความพึงพอใจที่ดีของลูกค้าในการบริโภคหรืออุปโภคสินค้า เพื่อการสร้างเครือข่ายและการทำให้ลูกค้าเกิดการบริโภคหรืออุปโภคสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง

5. บุคลากร (People) บุคลากร เป็นส่วนขับเคลื่อนสำคัญของงานบริการ เนื่องจากงานบริการนั้นมักต้องเกิดขึ้นพร้อมกันระหว่างการผลิตบริการจากพนักงานบริการ กับบริการบริโภคบริการของลูกค้า ดังนั้น การวางแผนเกี่ยวกับบทบาทของบุคลากรผู้ให้บริการและผู้รับบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญ รวมถึงการคัดเลือกและฝึกอบรมบุคลากร การสร้างแรงจูงใจ ค่านิยม และการสร้างวัฒนธรรมองค์กรต่อบุคลากรเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยสะท้อนภาพลักษณ์ของแบรนด์ได้

6. การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นรูปลักษณ์ของผู้ให้บริการความสะอาดเรียบร้อย การเจรจาที่สุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ รวมถึงสิ่งแวดล้อมที่การให้บริการและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจับต้องได้อย่างใดที่อำนวยความสะดวกในการปฏิบัติและการส่งมอบบริการ ความต้องการของการสร้างผลผลิตที่เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. กระบวนการบริการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ อีกทั้งยังเป็นการกำหนดขั้นตอนการทำงานและหน้าที่ของบุคลากร (People) ไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้แน่ใจได้ว่าองค์กรจะสามารถส่งมอบบริการที่เป็นมาตรฐานได้ เช่น การบริการในร้านอาหาร Fast Food ลูกค้า บางรายนิยมเสิร์ฟอาหารเองเพราะว่ารวดเร็วกว่ารอผู้อื่นมาให้บริการซึ่งบางครั้งต้องแลกกันระหว่างต้นทุนของการจ้างคนเพิ่มกับความยาว

ของคิว หรือความคล่องตัวของการโยกย้ายเจ้าหน้าที่เพื่อลดคิว ในระยะเวลาเร่งด่วน อาจลดปัญหาความล่าช้าได้ เป็นต้น

2.1.4 การตลาดอสังหาริมทรัพย์ยุคใหม่

วิทวัส รุ่งเรืองผล (2554) ได้เสนอแนวคิดปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยประเภทระหว่างบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮ้าส์ในระดับราคา 3-5 ล้านบาท โดยปรับมาจากพื้นฐานส่วนประสมทางการตลาดดั้งเดิม 4Ps คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) โดยกล่าวว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยนั้นมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยทางด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical) ได้แก่ ขนาดและรูปร่างที่ดิน ด้านรูปแบบบ้าน ขนาดพื้นที่ใช้สอยสอดคล้องกับ วิถีชีวิตประจำวัน จำนวนห้องนอน-ห้องน้ำ จำนวนที่จอดรถ ซึ่งปัจจัยนี้จะนำไปใช้กำหนดราคา (Price) และกลุ่มลูกค้า (Segment) และสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง
2. ปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้ง ได้แก่ ระยะทางจากศูนย์กลางกิจกรรมต่างๆ (ที่ทำงาน, โรงเรียน, โรงพยาบาล, วัด, ตลาด, ศูนย์การค้า เป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจ โดยพิจารณาจากความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ที่เดินทางไปประจำเป็นหลัก
3. ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อม ได้แก่ มลพิษต่างๆ ทั้งด้านเสียง กลิ่น คิว น้ำเสีย มีการดูแลและรักษาที่สะอาด, จำนวนบ้านที่อยู่อาศัยภายในโครงการมีจำนวนพอเหมาะ, มีสภาพแวดล้อมที่ดี บรรยากาศสงบน่าอยู่อาศัย, สถานะทางเศรษฐกิจและสังคมเพื่อนบ้านดี มีต้นไม้ร่มรื่น
4. ปัจจัยทางด้านชื่อเสียงผู้ประกอบการ ได้แก่ เชื่อถือในชื่อเสียง โครงการได้รับอนุญาตค่าที่ดินและจัดสรรที่ดินแล้ว ผู้ประกอบการมีความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจโดยดูจากทุนจดทะเบียน ผู้ประกอบการมีเงื่อนไขการขายที่ดี มีสถาบันทางการเงินที่น่าเชื่อถือ มีการเอาสัญญามาตรฐานมาใช้ในการทำสัญญา
5. ปัจจัยทางด้านสาธารณูปโภค ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลาง สระ ว่ายน้ำ สปอร์ตคลับ น้ำท่วมไม่ถึง ไม่มีการทรุดตัวของดิน
6. ปัจจัยทางด้านคมนาคม ได้แก่ สภาพถนนดี ซอยไม่ลึก มีรถเมล์ผ่านหลายสาย มีมอเตอร์ไซค์รับจ้าง มีรถไฟฟ้า/รถไฟใต้ดินผ่าน ใกล้ทางด่วน ใกล้ท่าเรือ เข้าออกได้หลายทาง
7. ปัจจัยทางด้านความปลอดภัย เป็นความปลอดภัยจากการอยู่อาศัยภายในอาคาร
8. ปัจจัยทางด้านคุณภาพวัสดุและมาตรฐานในการสร้าง

9. ปัจจัยทางด้านการเงิน ได้แก่ ระดับราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ จำนวนเงินดาวน์ จำนวนเงินผ่อน เงื่อนไขอัตราดอกเบี้ย ระยะเวลาผ่อนดาวน์

10. ปัจจัยทางด้านการตลาด ได้แก่ มีบ้านตัวอย่าง มีของแจก ของสมนาคุณ บริการหลังการขาย ส่วนลดราคา เข้าอยู่ได้ทันที

ปัจจัย 1-4 ถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญอันดับต้นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยเนื่องจากเป็นปัจจัยทางกายภาพและทำเลที่ตั้งมีความสัมพันธ์กับราคา เนื่องมาจากเป็นต้นทุนของการพัฒนาโครงการ ในขณะที่ปัจจัยที่เหลือจะเป็นปัจจัยที่ทางโครงการควบคุมได้ โดยปัจจัยด้านคมนาคมนั้นถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านการเงินเป็นองค์ประกอบหนึ่งสำหรับการพิจารณาทางด้านราคา อีกทั้งปัจจัยด้านคุณภาพวัสดุและมาตรฐานในการสร้างถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยทางด้านกายภาพ

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง ยังไม่พบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคที่มีผู้สูงอายุในครอบครัว แต่พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวหรือที่อยู่อาศัย ประกอบด้วยปัจจัยต่อไปนี้

2.2.1 ปัจจัยทางด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical)

2.2.1.1 ภายในบ้าน

1. พื้นที่ใช้สอยภายในบ้าน เช่น จำนวนห้องนอน จำนวนห้องน้ำ ขนาดของห้อง จำนวนที่จอดรถ โดยพื้นที่ใช้สอยเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย (ธัมโชติ ธีมประพาสัสตร และคณะ, 2548) ซึ่งสอดคล้องกับ เลอพงค์ ลดาพงษ์พัฒนา (2549) สิริมาส วิทยาพันธ์ประชา และคณะ (2546) มณี กองเกตุใหญ่ (2548) พบว่า จำนวนห้อง ขนาดของห้อง พื้นที่ใช้สอยครบครันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ส่วนกรรณภรณ์ ชาญยุทธกร (2556) พบว่า ห้องนอนที่กว้างขวาง ห้องนั่งเล่นมีพื้นที่ที่ตอบสนองประโยชน์ใช้สอยได้พอเพียง มีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ เป็นเรื่องสำคัญ

2. แบบบ้าน วิสุทธิ์ กัลยาสิริ (2545) แบบบ้านและการออกแบบที่อยู่อาศัยมีความสำคัญ สอดคล้องกับ สุรศักดิ์ แพ้วพานิชกุล (2547) พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับรูปร่าง หน้าตาของตัวอาคาร โดย เฉลิมพงศ์ ชยวิทย์ (2553) ก็พบว่า แบบบ้านที่โดดเด่นทันสมัย และมีแบบบ้านให้เลือกหลายแบบ ก็เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ส่วนมณี กองเกตุใหญ่ (2548) พบว่า ด้านรูปแบบก็มีความสำคัญ โดยรูปแบบ คือ มีแบบบ้านสวยมีให้เลือกหลายแบบ โดยมี

ปัจจัยย่อยคือ การเป็นบ้านสร้างก่อนขาย การเป็นบ้านสร้างตามแบบ ใช้เทคโนโลยีทันสมัยในการก่อสร้าง

3. ขนาดที่ดินมีผลต่อการตัดสินใจ (สิริมาส วิทยาพันธ์ประชา และคณะ, 2546) ซึ่งสอดคล้องกับ ธัมโชติ ธัมประพาสอัศดร และคณะ (2548)

4. การรับประกันตัวอาคาร (สุรศักดิ์ แพร์พาณิชกุล, 2547; มณี กองเกตใหญ่, 2548)

5. คุณภาพและมาตรฐานที่อยู่อาศัยเป็นเรื่องสำคัญ (สิริมาส วิทยาพันธ์ประชา และคณะ, 2546) สอดคล้องกับ เตชะ บุญญะชัย (2539) พบว่า ลักษณะคุณภาพของการก่อสร้างมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน ซึ่งสอดคล้องกับ หัสราชัย มิ่งพิไล (2548) ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญ คือ ผลิตภัณฑ์ควรให้ความสำคัญกับคุณภาพวัสดุอุปกรณ์ ส่วนอัจฉรา ศิริไพโรวัน (2549) พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ ฝีมือก่อสร้างมีความปราณีต สวยงาม สอดคล้องกับ และเฉลิมพงศ์ ชยวัฑฒ (2553) ก็พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับงานก่อสร้างที่ได้มาตรฐานและคุณภาพ

6. การต่อเติมบ้านได้ในอนาคต (เฉลิมพงศ์ ชยวัฑฒ, 2553) สอดคล้องกับ มณี กองเกตใหญ่ (2548)

2.2.1.2 ปัจจัยภายนอกบ้าน

1. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในโครงการ ได้แก่ มีการรักษาความปลอดภัย มีสาธารณูปโภคครบพร้อมการดูแล การมีพื้นที่ส่วนกลาง (มณี กองเกตใหญ่, 2548) ซึ่งสอดคล้องกับ อัจฉรา ศิริไพโรวัน (2549) ที่ระบุว่า สภาพแวดล้อมไม่มลภาวะรบกวนการอยู่อาศัย และหัสราชัย มิ่งพิไล (2548) เฉลิมพงศ์ ชยวัฑฒ (2553) ส่วนธนัชฐา จันทร์วัฒนพงษ์ (2548) พบว่าการวางแผนของผู้อยู่อาศัยเมื่ออายุมากขึ้นปัจจัยสำคัญอยู่ที่สภาพแวดล้อมและความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับ กรรณภรณ์ ชาญยุทธกร (2556)

2. ปัญหาภายนอกบ้านที่ไม่อยากพบ คือ พื้นที่ภายในหมู่บ้านไม่สะอาด การตกแต่งสวนไม่สวยงาม และไม่มีสถานที่ออกกำลังกายภายในหมู่บ้าน (เฉลิมพงศ์ ชยวัฑฒ, 2553) หรือปัญหาด้านระบบสาธารณูปโภค ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ (วิสุทธิ กัลยาสิริ, 2545)

โดยในแง่การอยู่อาศัยของผู้สูงอายุ อัจฉราวรรณ งามญาณ และ ณิชวีร์ เผ่าภู (2555) ได้กล่าวว่าลักษณะที่อยู่อาศัยที่ผู้สูงอายุต้องการสำหรับบ้านพักหลังเกษียณ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านกายภาพไว้ดังนี้ สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินและเสริมสุขภาพ ประกอบด้วย ประตูที่กว้างพอให้นารถเข็นผ่านได้ มีราวจับเป็นระยะตามทางเดิน สภาพแวดล้อมภายในบ้านและความต้องการเหมือนอยู่บ้านเดิม เช่น มีที่ให้ทำสวนครัวหรือปลูกต้นไม้ยามว่าง สภาพแวดล้อมมรมรื่น ขนาดของห้องกว้างขวางกว่าเดิม ภายในตัวบ้านไม่มีระดับพื้นที่ที่จะทำให้สะดุด ซึ่งสอดคล้องกับ

สกลัย สุมานานุสรณ์ (2557) ประดูในรูปแบบบานเลื่อน หน้าต่างในรูปแบบบานเลื่อน ทางลาด มือจับ ประตูหน้าต่างในแบบก้านจับ พื้นภายในบ้านปูด้วยกระเบื้องแบบไม่ลื่น ไม่มีธรณีประตู บันไดที่มีความชันไม่มากและมีหน้ากว้าง ผู้สูงอายุมีความต้องการให้ห้องน้ำ มีอุปกรณ์ต่างๆ ดังนี้ โถส้วมแบบมีพนักพิงหลัง สัญญาณขอความช่วยเหลือในห้องน้ำ ระบบทำน้ำอุ่น ก๊อกน้ำในรูปแบบก้านโยก มีความต้องการสภาพแวดล้อมภายนอกตัวบ้าน ดังนี้ เป็นบ้านที่มีลานกว้างไว้สำหรับทำกิจกรรมเช่น ปลูกต้นไม้ ไม้ดอก ไม้ประดับ ผักสวนครัว และเลี้ยงสัตว์ และพื้นผิวนอกบ้านมีทั้งพื้นปูนและพื้นหญ้าผสมผสานกัน โดยมีโต๊ะไม้ มีต้นไม้ใหญ่เพื่อให้ร่มเงา ซึ่งสอดคล้องกับ Tanja Tyvimaa et al., (2012) ซึ่งพบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ คือ การมีศูนย์ออกกำลังกายและสระว่ายน้ำ โดยมีการจัดกิจกรรมทั้งในและนอกศูนย์ออกกำลังกาย เป็นสิ่งที่ผู้สูงอายุต้องการ หรือบริการที่น่าสนใจที่สุดสำหรับผู้สูงอายุที่อยู่อาศัยตามลำพัง คือ มีการรักษาความปลอดภัยและกิจกรรมเพื่อสังคม (Gibler et al., 1997)

2.2.2 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง

2.2.2.1 ทำเลที่ตั้งโครงการ

จากการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยว พบว่า สถานที่ตั้งมีความสำคัญ (เลอพงค์ ลดาพงษ์พัฒนา, 2549) ซึ่งมีความใกล้เคียงกับแหล่งชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับ สุรศักดิ์ แพร่พาณิชย์กุล, 2547 เดชะ บุญญะชัย (2539) และชัยยงค์ เอี่ยมกำแหง (2546) ส่วนประสมทางการตลาดที่ถูกค่าให้ความสำคัญมาก คือ เรื่องที่ตั้งโครงการ ส่วน ธัมโชติ ธัมประพาสอัสตร และคณะ (2548) พบว่า ที่อยู่อาศัยสำหรับคนรุ่นใหม่ก็ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านที่ตั้ง ซึ่งก็สอดคล้องกับ ตองตา สุวรรณ (2545) ที่ศึกษากลุ่มคนที่ซื้อบ้านมือสอง ซึ่งก็ให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งโครงการ โดยทำเลที่ตั้งที่ดี คือ ใกล้แหล่งชุมชน

2.2.2.2 สาธารณูปโภค

การมีสาธารณูปโภคครบ (เลอพงค์ ลดาพงษ์พัฒนา, 2549) ซึ่งสอดคล้องกับ บัณฑิต จุลาสัย และ ยุวดี ศิริ (2544) พบว่า ข้อมูลที่ผู้ซื้อคาดว่าจะซื้อที่อยู่อาศัยให้ความสำคัญอันดับแรก คือ เส้นทางคมนาคมและการเข้าถึงโครงการซึ่งสอดคล้องกับ อัจรา ศิริไพรวัน (2549) ส่วนธัมโชติ ธัมประพาสอัสตร และคณะ (2548) พบว่า ที่ตั้งต้องเดินทางไปทำงานสะดวก ที่ตั้งต้องสามารถเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งก็สอดคล้องกับ มณี กองเกตุใหญ่ ที่พบว่า การคมนาคมต้องสะดวก ทำเลที่ตั้งโครงการดี และห้สราชาติ มิ่งพิไล พบว่า นอกจากคุณภาพของวัสดุอุปกรณ์แล้ว ระบบสาธารณูปโภคในโครงการต้องมีคุณภาพด้วย

2.2.2.3 สิ่งอำนวยความสะดวก

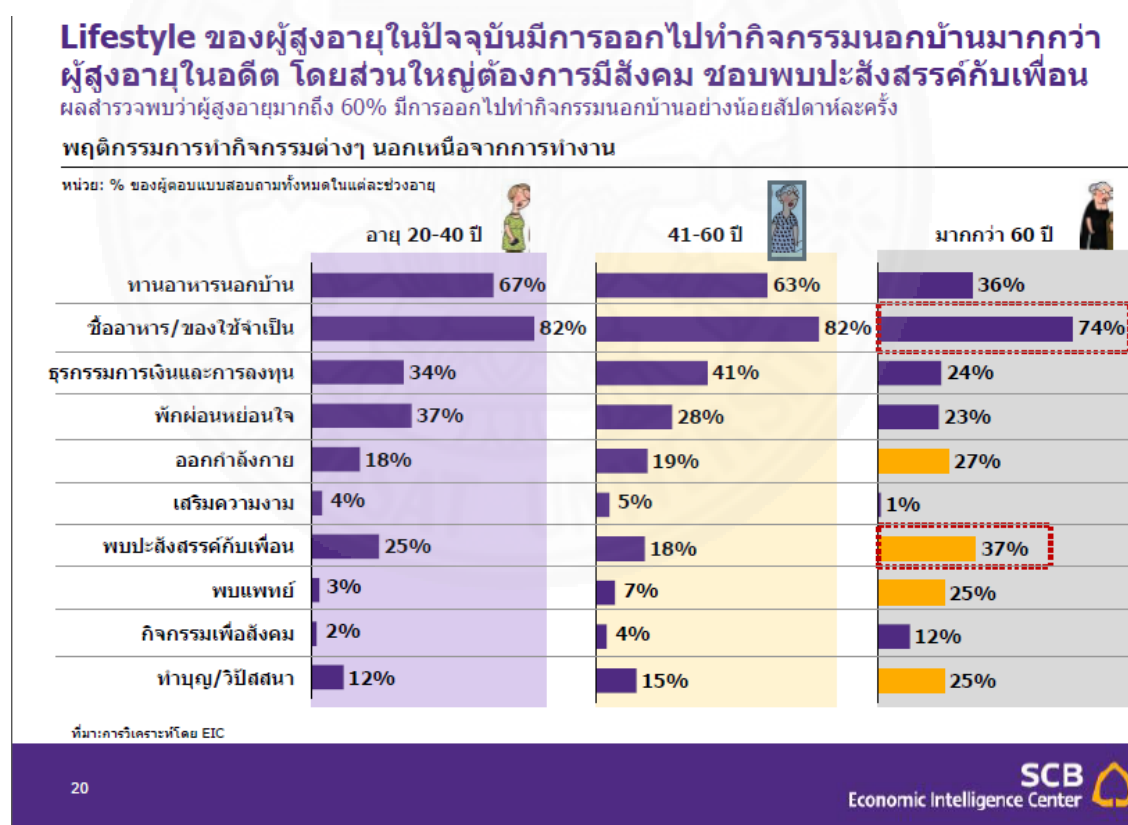
ธัมโชติ ธัมประพาสอัสตร และคณะ (2548) พบว่า นอกจากทำเลที่ตั้งเข้าถึงง่ายแล้วยังมีแหล่งสันทนาการบริเวณใกล้เคียงด้วย

2.2.2.4 ปัญหาที่ไม่ต้องการพบ

คือ เรื่องน้ำท่วม (เดชะ บุญญะชัย, 2539)

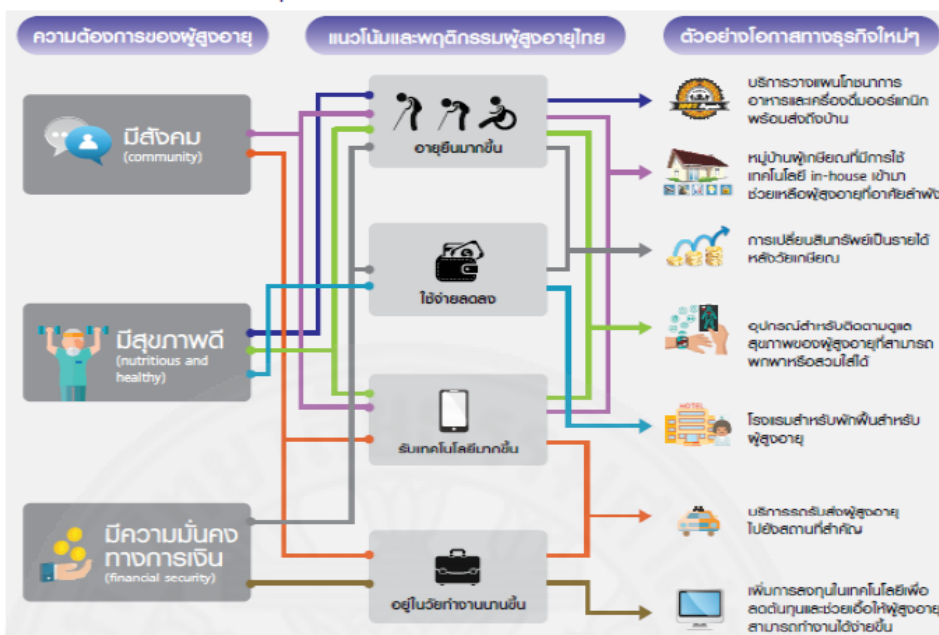
โดยอัจฉราวรรณ งามญาณ และ ณัฐวิษฐ์ เผ่าภู (2555) ได้กล่าวว่าลักษณะที่อยู่อาศัยที่ผู้สูงอายุต้องการสำหรับบ้านพักหลังเกษียณ ส่วนที่เกี่ยวกับทำเลที่ตั้งไว้ดังนี้ ความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่จำเป็น เช่น ชุมชน ศาสนสถาน โรงพยาบาล การคมนาคมสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับ Tanja Tyvima et al. (2012) พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่ตั้งโครงการสำหรับผู้สูงอายุ คือ ใกล้ร้านขายของชำ, โรงพยาบาลหรือสถานอนามัย การขนส่งสาธารณะ ส่วนที่รองลงมาคือ ใกล้สถานที่บริการเสริมความงาม โดยเหตุผล คือ ต้องการเดินทางไปใช้บริการเหล่านี้ด้วยตนเอง

โดยกิจกรรมที่ผู้สูงอายุทำส่วนใหญ่เป็นการทำกิจกรรมในบ้าน เช่น การรับประทานอาหารร่วมกัน, การดูโทรทัศน์ร่วมกันและการไปเที่ยวนอกบ้านด้วยกัน ส่วนการทำกิจกรรมในชุมชน รวมทั้งการทำงานอดิเรกนั้น มีการทำบางเป็นครั้งคราว (ทิพย์อรุณ สมภู, 2552)



ภาพที่ 2.3 Lifestyle ของผู้สูงอายุ

การเข้าใจความต้องการและการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ของสังคมผู้สูงอายุใน อนาคตสร้างโอกาสทางธุรกิจ



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC

23

ภาพที่ 2.4 ความต้องการและการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ของสังคมผู้สูงอายุ

2.2.3 ปัจจัยทางด้านชื่อเสียงผู้ประกอบการ

ฐานะของเจ้าของโครงการและความเชี่ยวชาญมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน (เดชะ บุญญะชัย, 2539) หรือบริษัทเจ้าของโครงการที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (เฉลิมพงศ์ ชัยวัชโร, 2553) หรือชื่อเสียงของโครงการ (มณี กองเกตใหญ่, 2548) หรือชื่อเสียงของผู้ประกอบการมีความน่าเชื่อถือ (อัจฉรา ศิริไพรัตน์, 2549) ซึ่งสอดคล้องกับ ฮัมซิติ ฮัมประพาสัตร์ และคณะ (2546) ความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ ชื่อเสียงและประสบการณ์ของผู้ประกอบการ

2.2.4 ปัจจัยทางการเงิน

1. ราคาจำนวนเงินดาวน์ (ฮัมซิติ ฮัมประพาสัตร์ และคณะ (2546) ปัจจัยด้านการเงิน คือ ราคาจำนวนเงินดาวน์ สอดคล้องกับ เฉลิมพงศ์ ชัยวัชโร (2548) จำนวนเงินดาวน์ ที่สามารถแบ่งจ่ายเป็นงวดๆ ได้ หรือระยะเวลาในการผ่อนดาวน์นาน เงินดาวน์ต่ำ เงินมัดจำในการจองบ้านต่ำ (มณี กองเกตใหญ่, 2548) กระแสเงินสดมีความสำคัญต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคสูงสุด เนื่องจากกระแสเงินสดนั้นมีกระทบโดยตรงต่อสภาพคล่องต่อของผู้บริโภค (Ossama Hosny et al., 2012)

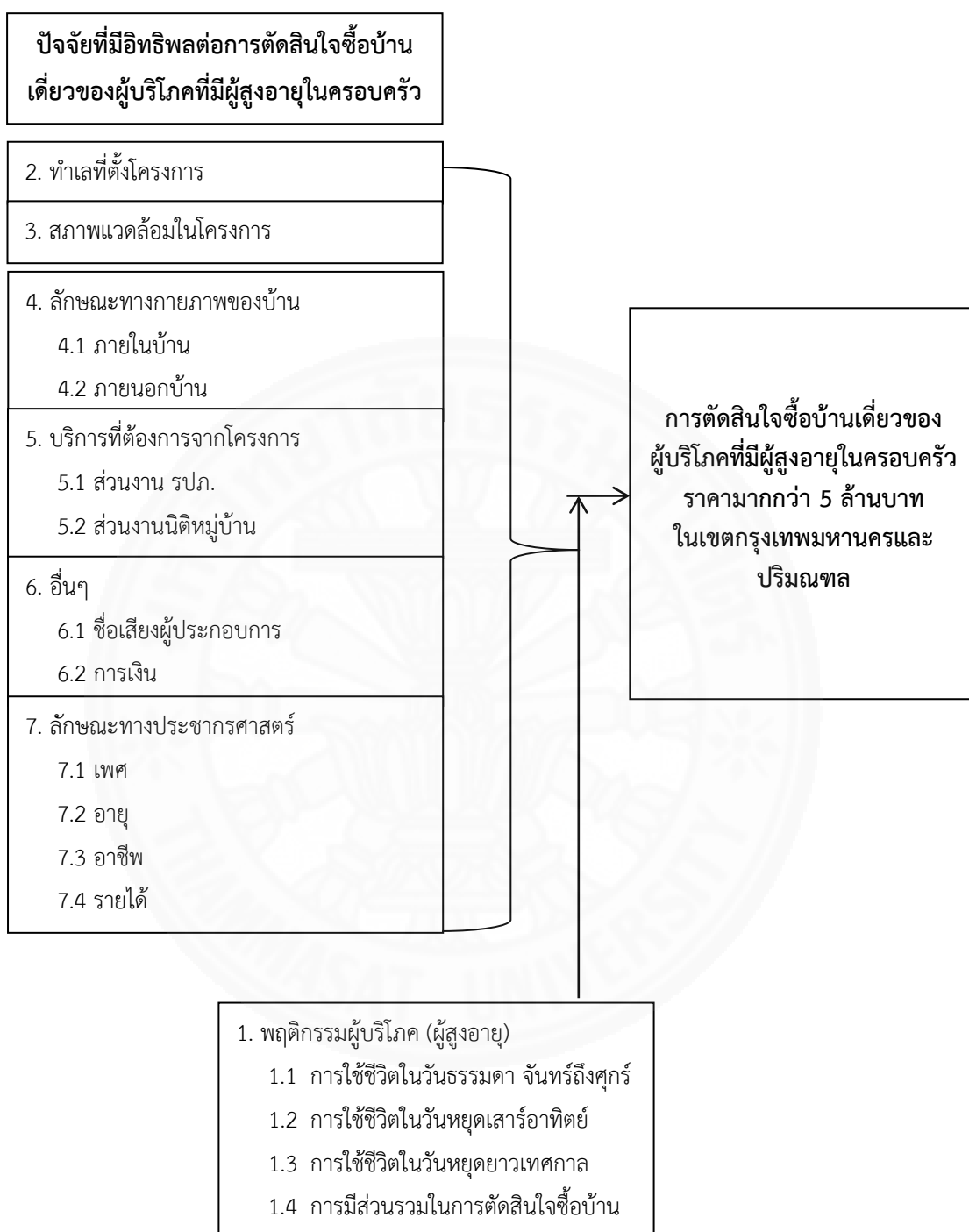
2. การให้บริการทางการเงิน เช่น อัตราดอกเบี้ยต่ำ สามารถผ่อนบ้านกับสถาบันการเงินได้ (เฉลิมพงศ์ ชัยวิทย์, 2548) ซึ่งสอดคล้องกับ มณี กองเกตุใหญ่ (2548)
3. การมีค่าบำรุงรักษาส่วนกลางที่เหมาะสม (เฉลิมพงศ์ ชัยวิทย์, 2553)
4. มูลค่าของที่อยู่อาศัยที่คาดว่าจะได้รับในอนาคตเพิ่มขึ้น (อัจฉรา ศิริไพรวรรณ, 2549)
5. ราคาคุ้มค่าเมื่อเทียบกับสิ่งที่ได้รับ (อัจฉรา ศิริไพรวรรณ, 2549)

2.2.5 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

1. สื่อที่ให้ข้อมูล คำบอกกล่าวจากคนรู้จัก หรือ การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต การโฆษณาทางโทรทัศน์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน (กรรณภรณ์ ชาญยุทธกร, 2556) ซึ่งสอดคล้องกับ อัจฉรา ศิริไพรวรรณ (2549) หรือมีโฆษณาจูงใจ (มณี กองเกตุใหญ่, 2548)
2. การที่มีพนักงานขายแนะนำพร้อมบ้านตัวอย่าง (มณี กองเกตุใหญ่, 2548) หรือพนักงานขายมีความรู้ความสามารถ (อัจฉรา ศิริไพรวรรณ, 2549)
3. ฟรีค่าใช้จ่ายต่างๆ เช่น ส่วนลดราคาขายเป็นเงินสด, มีการแจกของสมนาคุณ, ฟรีค่าธรรมเนียมการโอนกรรมสิทธิ์ (มณี กองเกตุใหญ่, 2548) หรือการให้ส่วนลดเงินดาวน์ (หัสราชัย มิ่งพิไล, 2548) หรือ การให้ส่วนลดจากการขาย (อัจฉรา ศิริไพรวรรณ, 2549) เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ตัดสินใจซื้อบ้านง่ายขึ้น

2.3 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

จากการศึกษาทฤษฎี และการทบทวนงานวิจัยในอดีตที่ผ่านมา ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดของงานวิจัย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานวิจัยเรื่องการเตรียมความพร้อมของที่อยู่อาศัยสำหรับสมาชิกในครอบครัวที่เป็นผู้สูงอายุ ของกรณีศึกษาที่มีความต้องการซื้อหรือซื้อบ้านเดี่ยวระดับราคามากกว่า 5 ล้านบาท ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล



ภาพที่ 2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคามากกว่า 5 ล้านบาทของผู้บริโภคที่มีผู้สูงอายุในครอบครัว ในเขตกรุงเทพมหานคร มีการดำเนินการวิจัยดังนี้

3.1 วิธีการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้คำถามที่คล้ายกัน และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคามากกว่า 5 ล้านบาทของผู้บริโภคที่มีผู้สูงอายุในครอบครัวในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย

3.2.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source)

การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยเป็นการเก็บข้อมูลโดยตรงจากผู้ซื้อบ้านเดี่ยวราคามากกว่า 5 ล้านบาทของผู้บริโภคที่มีผู้สูงอายุในครอบครัว และผู้ที่ยังไม่ซื้อบ้านเดี่ยวราคามากกว่า 5 ล้านบาทของผู้บริโภคที่มีผู้สูงอายุในครอบครัว

3.2.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source)

โดยศึกษาค้นคว้าและการเก็บรวบรวมหนังสือ บทความ วารสาร รายงาน การวิจัย วิทยานิพนธ์ ตลอดจนข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตต่างๆ และเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง

3.3 กรณศึกษา และการกำหนดพื้นที่สำรวจ

1. กรณศึกษา คือ กลุ่มผู้ซื้อบ้านเดี่ยวราคามากกว่า 5 ล้านบาทของผู้บริโภคที่มีผู้สูงอายุในครอบครัว โดยจะใช้การสัมภาษณ์ จำนวนทั้งหมด 10 คน โดยแบ่งเป็น 1) กรณศึกษาที่ตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคามากกว่า 5 ล้านบาทของผู้บริโภคที่มีผู้สูงอายุในครอบครัว หรือ 2) กรณศึกษาที่กำลังตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคามากกว่า 5 ล้านบาทของผู้บริโภคที่มีผู้สูงอายุในครอบครัว

2. พื้นที่สำรวจ คือ โครงการบ้านจัดสรรที่มีขายบ้านราคาตั้งแต่ 5 ล้านบาทขึ้นไป ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. วิธีการวิจัย ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบเจาะลึก (In-depth Interview) เป็นลักษณะของการพูดคุยสนทนากันระหว่างผู้ทำวิจัยกับกรณีศึกษา โดยใช้ประเด็นคำถามที่ได้จัดเตรียมไว้เพื่อเป็นแนวทางในการถามแบบปลายเปิดที่มีค่าสำคัญ พร้อมกับลักษณะของคำถามที่มีความยืดหยุ่นและพร้อมที่จะมีการปรับเปลี่ยนถ้อยคำของขอคำถามใหม่มีความสอดคล้องกับแต่ละกรณีศึกษาที่มีเหตุการณ์หรือมีสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

2. การสัมภาษณ์และการจดบันทึกจากกรณีศึกษา เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา

3. อุปกรณ์การบันทึกเสียง เพื่อใช้ในการบันทึกระหว่างการพูดคุยและสัมภาษณ์ เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา

4. ประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป (General Question) จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่ง ภาระธุรกิจ สมาชิกในครอบครัว จำนวนผู้สูงอายุในครอบครัว โครงการที่ซื้อ ราคาที่ซื้อ รายได้ของผู้ซื้อ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคาสูงกว่า 5 ล้านบาทของผู้บริโภคที่มีผู้สูงอายุในครอบครัว ประกอบด้วย 6 ประเด็น คือ พฤติกรรมผู้สูงอายุ, ทำเลที่ตั้งโครงการ, สภาพแวดล้อมในโครงการ, ลักษณะทางกายภาพทั้งภายในและภายนอกบ้าน, บริการที่ต้องการจากโครงการ และชื่อเสียงของผู้ประกอบการ ฯลฯ โดยจะมีคำถาม (Guideline Question) เพื่อให้การหาความคิดเห็น เน้นความรู้สึกร่วม ความเข้าใจ (Empathy and insight) คำถามลักษณะกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยว ปัจจัยใดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านเดี่ยว

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้เชิงพรรณนาจากการวิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหา สรุปผล นำเสนอการวิเคราะห์ และข้อมูลจากการวิจัยโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยนำกระบวนการวางแผน กำหนดวัตถุประสงค์ รวบรวมข้อมูล พัฒนาแผนงานโดยใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อสามารถให้เหตุผลและการวิจารณ์ที่เหมาะสมกับเรื่องที่ศึกษาด้วย โดยยึดหลักการการวิเคราะห์เนื้อหา ตามการวิเคราะห์ข้ามกรณีศึกษา (Cross-case comparison) เพื่อวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ

บทที่ 4

ผลการวิจัยและอภิปราย

ผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เน้นศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเตรียมความพร้อมของที่อยู่อาศัยสำหรับสมาชิกในครอบครัวที่เป็นผู้สูงอายุ ของกรณีศึกษาที่มีความต้องการซื้อหรือซื้อบ้านเดี่ยวระดับราคามากกว่า 5 ล้านบาท ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กรณีศึกษาจำนวน 10 ราย ในบทนี้จะเป็นการรวบรวมข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบพร้อมคำอธิบาย โดยแบ่งประเด็นคำถามออกเป็น 2 ส่วน ซึ่งรายละเอียดของแบบสอบถามแสดงอยู่ในภาคผนวก ก

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคที่มีผู้สูงอายุในครอบครัว แบ่งเป็น 7 ประเด็น ดังนี้

- (1) พฤติกรรมผู้บริโภค (ผู้สูงอายุในครอบครัว)
- (2) ทำเลที่ตั้งโครงการ
- (3) สภาพแวดล้อมในโครงการ
- (4) ลักษณะทางกายภาพของบ้าน
- (5) บริการที่ต้องการจากโครงการ
- (6) การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการเตรียมที่อยู่อาศัย
- (7) อื่นๆ

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตารางที่ 4.1

ข้อมูลทั่วไปของกรณีศึกษาที่ 1-5 (กรณีศึกษาที่ซื้อแล้ว)

กรณีศึกษา	กรณีศึกษา 1	กรณีศึกษา 2	กรณีศึกษา 3	กรณีศึกษา 4	กรณีศึกษา 5
เพศ	ชาย	ชาย	ชาย	หญิง	หญิง
อายุ	32	35	35	40	42
อาชีพ	รับจ้างเอกชน supply chain executive บริษัทเกี่ยวกับ เครื่องมือ แพทย์	เจ้าของกิจการ Web master, นักจัดรายการ วิทยุ เกี่ยวกับ รถยนต์	รับจ้างเอกชน senior AE internet บริษัทTrue	รับจ้างเอกชน IT assistance manager บริษัทTrue	รับจ้างเอกชน นักบัญชี บริษัท ยาง รถยนต์โยโก ฮาม่า
รายได้/รายได้ ครอบครัว	80,000	200,000	150,000	180,000	200,000
การศึกษา	ปริญญาโท	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาตรี
สถานภาพ	โสด	โสด	สมรส	โสด	สมรส
จำนวนสมาชิก ในครอบครัว	3 คน	3 คน	5 คน	4 คน	6 คน
ผู้สูงอายุใน ครอบครัว	คุณแม่ อายุ 65 ปี	คุณพ่อ อายุ 70 ต้น คุณแม่ อายุ 60 ปลาย	คุณพ่อ คุณแม่ อายุ 60 ต้น (พ่อตา แม่ยาย)	คุณพ่อ อายุ 73 ปี คุณแม่ อายุ 70 ปี	คุณพ่อ อายุ 72 ปี คุณแม่ อายุ 69 ปี

ตารางที่ 4.2

ข้อมูลทั่วไปของกรณีศึกษาที่ 6-10 (กรณีศึกษาที่กำลังตัดสินใจซื้อ)

กรณีศึกษา	กรณีศึกษา 6	กรณีศึกษา 7	กรณีศึกษา 8	กรณีศึกษา 9	กรณีศึกษา 10
เพศ	ชาย	หญิง	หญิง	หญิง	ชาย
อายุ	35	32	31	32	37
อาชีพ	รับจ้างเอกชน วิศวกร automation บริษัทรับจ้าง ผลิตชิ้นส่วน บรรจุภัณฑ์	รับจ้างเอกชน พนักงาน IT บริษัท โฮมโปร	เจ้าของกิจการ ธุรกิจติดตั้ง ระบบ IT	รับจ้างเอกชน พนักงานสินเชื่อ ธนาคารกรุงเทพ	รับจ้างเอกชน พนักงานสินเชื่อ ธนาคารกรุงเทพ
รายได้/รายได้ ครอบครัว	90,000	1200,000	200,000	60,000	150,000
ระดับการศึกษา	ปริญญาโท	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาโท	ปริญญาตรี
สถานภาพ	โสด	สมรส	โสด	โสด	สมรส
จำนวนสมาชิก ในครอบครัว	4 คน	4 คน	2 คน	5 คน	4 คน
ผู้สูงอายุใน ครอบครัว	คุณพ่อ อายุ 65 ปี คุณแม่ อายุ 63 ปี	คุณแม่ อายุ 62 ปี	คุณย่า อายุ 83 ปี	คุณพ่อ อายุ 65 ปี คุณแม่ อายุ 60 ปี	คุณพ่อ, คุณแม่ อายุ 70 ต้น

จากตารางที่ 4.1 และตารางที่ 4.2 พบว่า ช่วงอายุของกรณีศึกษาอยู่ระหว่าง 31-40 ปี โดยส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ในช่วง 31-35 ปี จำนวน 8 ราย โดยกระจุกตัวอยู่ที่อายุ 35 ปี จำนวน 4 ราย อาชีพส่วนใหญ่ คือ รับจ้างเอกชน จำนวน 8 ราย ส่วนอีก 2 รายเป็นเจ้าของกิจการ รายได้อยู่ในช่วง 60,000-200,000 บาทต่อเดือน (สถานภาพโสดเป็นรายได้ของกรณีศึกษาคนเดียว สถานภาพสมรสจะเป็นรายได้ของกรณีศึกษากับคู่สมรส) ส่วนใหญ่รายได้อยู่ในช่วง 120,000-200,000 บาทต่อเดือน จำนวน 7 ราย สถานภาพโสด จำนวน 6 ราย สมรส 4 ราย จำนวนสมาชิกในครอบครัวอยู่ระหว่าง 2-6 คน โดยส่วนใหญ่จะกระจุกตัวอยู่ 4 คนจำนวน 4 ราย และผู้สูงอายุในครอบครัวที่มาพักอาศัยกับกรณีศึกษาส่วนใหญ่ก็จะเป็นต้องคุณพ่อและคุณแม่ จำนวน 7 ราย จาก 10 ราย จากจำนวนผู้สูงอายุ ทั้ง 17 ราย แบ่งเป็นอายุระหว่าง 61-69 ปี จำนวน 10 ราย อายุตั้งแต่ 70 ปีขึ้นไปจำนวน 7 ราย

4.2 ผลการวิจัย กรณีศึกษาที่ซื้อบ้านใหม่ไปแล้ว

จากตารางที่ 4.1 กรณีศึกษาที่ซื้อบ้านใหม่ไปแล้ว ผลการวิจัยเป็นดังนี้

กรณีศึกษาที่ 1

เป็นเพศชาย อายุ 32 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาโท ประกอบอาชีพรับจ้างเอกชน ตำแหน่ง supply chain executive บริษัทขายเครื่องมือแพทย์ ที่ทำงานอยู่ในเมือง เป็นโสด ซื้อบ้านหลังใหม่อยู่กับพี่สาว อายุ 34 ปี กับคุณแม่อายุ 65 ปี ส่วนคุณพ่อเสียชีวิตแล้ว เหตุผลที่ซื้อที่อยู่อาศัยใหม่ เพราะต้องการบ้านเดี่ยวที่อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้นกว่า บ้านหลังเดิมเป็นทาวน์เฮ้าส์อยู่ในซอยมหาดไทย ลาดพร้าว 112 ปัจจุบันซื้อบ้านเดี่ยวหลังใหม่ที่โครงการมณฑนา เลค วัชรพล ขนาดที่ดิน 51 ตารางวา ราคา 5.4 ล้านบาท

กิจกรรมที่ผู้สูงอายุทำในวันธรรมดา “ดูแลสุนัข ดูแลต้นไม้ ทำกับข้าวให้ลูกๆ รอลูกๆ กลับมา อยากให้ปั่นจักรยานหรือเดินออกกำลัง อยากให้ออกกำลังกายมากขึ้น” ส่วนกิจกรรมที่ทำในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ “จะพาไปหาญาติค่อนข้างไกล ไปจ่ายตลาด และพยายามพาออกมาออกกำลังกายที่พื้นที่ส่วนกลางของโครงการ (เดินรอบทะเลสาบ) ให้เดินออกกำลังในสระว่ายน้ำ มา stream กับ sauna เพราะแก็ค่อนข้างชอบกับ 2 ห้องนี้ เพราะขับเหงื่อแล้วสบายตัว จะสลับกันกับพี่สาวพาคุณแม่มา ส่วนใหญ่กิจกรรมของพี่สาวนี้ถ้าหยุดก็จะไปข้างนอกไป shopping สไต้ลล์ผู้หญิง จะไปห้าง the mall, promenade, fashion island ทานอาหาร ดูเครื่องใช้ไฟฟ้าได้บ้านใหม่ก็เลยอยากได้ดูเครื่องประดับบ้าง เสื้อผ้าบ้าง” ส่วนวันหยุดยาว “ถ้าไม่พากันไปต่างจังหวัด ก็จะพากันไปหาญาติ แล้วก็ไปต่างจังหวัดไกลๆ อยู่ธยา สระบุรี เขาใหญ่ ไกลๆ ไปเข้าเย็นกลับ ผมกับพี่สาวหยุดไม่ตรงกัน มี ทริปยาวๆ อย่างเดือน 6 นัดกันล่วงหน้าก็จะได้ไป ไปหาญาติก็จะค่อนข้างห่างกัน เป็นช่วงฝั่งธน บางปะกอก บางปะแก้วหรืองามวงศ์วาน รัตนาธิเบศร์ หลังๆ ไปหาญาติที่รัตนาธิเบศร์ค่อนข้างบ่อย เนื่องจากแก็ค่อนข้างแก็คและสุขภาพไม่ค่อยดี พี่สาวแม่”

ความเห็นเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งโครงการ สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมภายนอกโครงการ “เน้นที่สภาพแวดล้อมโครงการที่ดี”

ความเห็นเกี่ยวกับบ้านหลังใหม่ “เดิมบ้านผมอยู่ที่ซอยมหาดไทย ลาดพร้าว 112 เป็นทาวน์เฮ้าส์ เดินออกมาก็มีของกิน มี 711 มีเพื่อนบ้านที่อยู่กันมา 20 ปี ซึ่งที่เตรียมให้คุณแม่เลย คือสภาพรอบบ้านที่เตรียมไว้เหมาะสมกับแก็คหรือเปล่า การเป็นอยู่ การกิน สภาพอากาศมลภาวะต่างๆ เพื่อสุนัขแก็คด้วย ดูห้องน้ำห้องทำให้แก็คด้วย มีเป็นห้องให้หรือเปล่า ดูห้องน้ำ ห้องนอน ควรจะต้องมีห้องน้ำในห้องนอนให้เลย ผู้ใหญ่จะตื่นกลางคืนมาเข้าห้องน้ำ เอาจริงอยากได้แบบที่มีห้องนอนล่างแต่ type ค่อนข้างใหญ่เม็ดเงินค่อนข้างสูงก็เลยไม่ได้ซื้อ ก็เลยสอบถามแก็คว่า เดินขึ้นข้างบนไหม๊ย ก็ไหว เพราะบ้านเดิมก็เป็นทาวน์เฮ้าส์ 2 ชั้นอยู่แล้ว ถ้าเลือกได้อยากได้ห้องนอนล่าง อยากได้มีห้องพระ

เพิ่มเติมข้างบนหรือเป็นพื้นที่ว่างๆ ที่เอาไว้เป็นห้องพระ....ครัวมันเล็ก พาแกทำอาหารใหม่ๆ เออครัวก็เล็กจริง อาจจะต้องทำส่วนต่อขยายครัวออกไป....Focus พื้นกระเบื้องในห้องน้ำในสากหน่อย แล้วก็แยกส่วนเปียกส่วนแห้งไว้ อีกอย่างหนึ่งห้องน้ำครัว แต่อันนี้มีอยู่แล้ว คือที่นั่งอาบน้ำ คุณแม่ก็ happy กับจุดนั้น....ต่อเติมห้องเก็บของด้วยความที่แม่ผมของเยอะมากๆ อาจจะทำห้องข้างล่างให้แก่ ห้องเก็บของหนึ่ง ห้องพระหนึ่ง แผนคือ กันด้านข้างเป็นห้องครัว ที่จอดรถข้างยาวทำเป็นห้องเก็บของ ด้านซ้ายมือที่ออกประตูข้างก็อาจจะเป็นห้องพระอะไรประมาณนี้ ตอนแรกคิดว่ากันโรงจอดรถให้คุณแม่นอน แต่มันไม่มีห้องน้ำในตัวก็ยากลำบากสำหรับแก”

ความเห็นเกี่ยวกับสวนในบ้าน “คือไม่แน่ใจว่า มันเป็นอย่างนี้หรือระยะเวลา คือตอนนี้มันขาดความร่มรื่น ค่อนข้างร้อนนิดนึง บ้านหันหน้าทิศเหนือเข้า บ่าย ok.....ขนาดที่ดินประมาณ 51 ตารางวาที่พอเพียง แต่ที่อยู่ได้ก็ประมาณซัก 90 หรือ 100ต้นๆ ก็ได้ครับ เพราะเสาร์อาทิตย์อยู่บ้าน นั่งในสวนบ้าง”

ความเห็นเกี่ยวกับพื้นที่ส่วนกลางในโครงการ “เครื่องเล่นที่อยู่ริมทะเลสาบนั้น ok เลย ก็ดีเลยทำให้คนแก่เค้าได้มาอยู่ด้วยกัน คุยกัน จะได้อยากมาออกกำลังกาย มองว่าในระยะยาวโครงการก็แตกต่างจากที่อื่น...มาใช้บริการที่สโมสร ก็จะมีออดออดบ้างที่จะมาใช้บริการออกแนวบังคับ”

ความเห็นเกี่ยวกับสาธารณูปโภคในโครงการ เช่น ทางเท้า ไฟแสงจันทร์ “ที่ทำไว้ก็ ok ก็มีบางที่ทางโค้ง รถก็จะไม่เห็นกันจะชนกันหลายรอบแล้ว”

ความเห็นเกี่ยวกับบริการส่วนกลางจาก รพ.หรือนิติบุคคล “ที่โครงการมีบริการนวดครับ คือ โทรไปป้อมหน้าเคา์เรียกรถให้ คุณแม่ใช้บริการหลายครั้ง ไปตลาด ไปฟิวเจอร์ ไปกับน้ำสาวที่มาจากฮ่องกง แก่ก็จะไปกัน 2 คน.....รู้ว่ามีการบริการนี้จากบ้านฝั่งตรงข้ามบอก...อยากให้มีการดูแลสวนในบ้าน เพราะที่นี่มีแบ่งเป็นโซน ส่วนหนึ่งผมกังวลใจที่จะให้คุณแม่เรียกเค้าทำตอนที่ไม่มีลูกอยู่ ถ้ามีการกำหนดราคา เป็น center เดียวกัน น่าเชื่อถือไว้ใจได้ ลูกๆ ก็ไม่กังวล ก็น่าจะ ok”

ผู้สูงอายุกับการซื้อบ้าน “ทุกครั้งที่เข้าไปดูโครงการจะถามว่า มี ok มั้ย อาม้าเขียนไม่ได้ อาม้าบอกใจว่าเป็นอย่างไร”

เหตุผลที่ซื้อบ้านเพราะ “ส่วนหนึ่ง เหตุผลที่ซื้อก็เพราะคุณแม่ด้วย อีกเหตุผลหนึ่งที่ผมกับพี่สาวตัดสินใจซื้อเพราะอยากช่วยขยายเพื่อให้คุณภาพชีวิตครอบครัวเราดีขึ้น เพราะเดิมเป็นทาวน์เฮ้าส์จ่อแจ มลภาวะเยอะ”

กรณีศึกษาที่ 2

เป็นเพศชาย อายุ 35 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ เป็นเจ้าของ web Headlightmag.com ซึ่งเป็น web เกี่ยวกับธุรกิจรถยนต์ เช่น การให้ข้อมูลตลาดรถยนต์ การ review รถยนต์รุ่นต่างๆ นอกจากนี้ก็กรณศึกษายังเป็นนักจัดรายการวิทยุ

Drive by Jimmy คลื่น 93.5 เวลา 15.30-17.30 น. เป็นรายการให้คำแนะนำเกี่ยวกับรถยนต์เป็นการถามตอบระหว่างผู้ฟังกับผู้จัดรายการ เป็นโสต ซื้อมันหลังใหม่อยู่กับคุณพ่อคุณแม่ อายุประมาณ 70 ปีตั้ง ปัจจุบันทั้ง คุณพ่อคุณแม่ก็ยังทำงาน เหตุผลที่ต้องการบ้านหลังใหม่ คือ ต้องการสภาพแวดล้อมที่ดีกว่าบ้านเดิม เนื่องจากบ้านเดิมเป็นทาวน์เฮ้าส์สภาพหลังอื่นๆ เปลี่ยนไป บางหลังกลายเป็นบ้านเช่า อยู่บริเวณซอยราม 2 ถนนบางนา ปัจจุบันซื้อบ้านเดี่ยวหลังใหม่ที่โครงการชัยพฤกษ์ บางนา กม.7 ขนาดที่ 71 ตารางวา 7.8 ล้านบาท

กิจกรรมที่ผู้สูงอายุทำในวันธรรมดา “เรายังคงทำงานกันทั้งบ้านแหละครับ คุณพ่อทำกิจการส่วนตัว คุณแม่ทำงานเกี่ยวกับบัญชีช่วยคุณพ่อแลช่วยดูแลเอกสารภาษีของผม แต่จะคนละ business กัน คุณพ่อขับรถไปทำงานตอนเช้าและกลับมาตอนเย็นก็เท่านั้น นั่นคือจุดที่เราอนุญาตให้ขับรถ เพราะเรามองว่าให้ขับไปจนกว่าจะบอกเองว่าขับไม่ไหว เพราะมองว่าเป็นเรื่องเค้าทำมานานและมองว่าเป็นการฝึกประสาท เพราะสำหรับคนสูงอายุแล้วถ้ายังขับไหวก็ให้ขับไป ก็อาจจะแปะป้ายด้านหลังว่า เป็นผู้สูงอายุ ประเทศญี่ปุ่นก็มีมองว่า ประเทศไทยก็น่าจะทำ ทุกวันคุณพ่อกับคุณแม่ก็ขับรถออกไปทำงานกันที่อุตุมสุข ซึ่งเป็นระยะที่ใช้ประจำมาเป็นเวลา 20 กว่าปี รถที่ขับเป็นเกียร์ธรรมดาด้วย เป็นรถเก่าที่ใช้มานานแล้ว ซื้อมันใหม่เกียร์ธรรมดาให้ก็ไม่ขับ อาหารเย็นบางทีก็ทำ หรือซื้อมาทานกันเอง เข้าคุณแม่ก็จะเตรียมอาหารเข้าให้ทั้งคุณพ่อและตัวเอง คุณพ่อเป็นโรคเบาหวาน คุณแม่ทำงานที่ท่าน้ำราชวงศ์ เราจะไปส่งเค้าที่ BTS แล้วเค้าก็ต่อ MRT ก็นั่งมอเตอร์ต่อไปซึ่งเป็นวินประจำ” วันหยุดเสาร์ อาทิตย์ “เสาร์อาทิตย์ตอนเช้าเหมือนกันหมด แต่ว่าเสาร์เหมือนวันทำงาน วันอาทิตย์เป็น family day พยายามทานข้าวเที่ยง ข้าวเย็นกันคุณพ่อแม่ อยากมีเวลาให้พ่อแม่มากกว่านี้ แต่ด้วยความที่เป็นลูกคนเดียวก็จะอยู่คนเดียวทำอะไรคนเดียว คล่องตัวกว่า คุณพ่อคุณแม่ไม่อยากจะไปนอนค้างที่ไหน ถ้าไปต่างประเทศไม่มีปัญหา ถ้าไม่ test รถที่ต่างจังหวัดอย่างนั้นไม่มีปัญหา” ส่วนวันหยุดยาว”บ้านนี้ไม่มีคำว่าเที่ยว เพราะเมื่อเจอกันก็จะทะเลาะกัน คือรักนะ แต่เคมีไม่ตรงกัน”

ความเห็นเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งโครงการ สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมภายนอกโครงการ”(สิ่งอำนวยความสะดวก)ไม่ค่อยให้ความสำคัญเท่าไร เพราะคุณพ่อคุณแม่จะซื้อที่ตลาดประจำ คือ ตลาดเสรีมาร์เก็ต หลังพาราไดซ์พาร์ค ซึ่งใกล้กับที่ทำงานของคุณพ่อ....(สภาพแวดล้อมภายนอกโครงการ)เป็นปัญหาอยู่บ้าง (โครงการเข้ามาลึก) ค่อนข้างไกลเนื่องจากคุณแม่ไม่ขับรถ ต้องให้ไม่ไกลจาก ถ.บางนา-ตราด”

ความเห็นเกี่ยวกับบ้านหลังใหม่ “แบบ vintage ชอบนะแต่งงานออกแบบภายนอกของบ้านไม่ถึง การที่มีไปอยู่บนหลังคาไม่ ok.....ต้องการบ้านที่มีที่จอดรถได้ 4 คัน เพราะรถที่บ้าน 3 คันซื้อใหม่อีก 1 และบางที่มีรถทดสอบมาด้วย พยายามไม่เอามาจอดรถหน้าบ้าน และเรื่องห้องนอนล่าง คิดแต่แรกเลยว่า ต้องมี และห้องน้ำซึ่งก็เชื่อมกับห้องนอนอยู่แล้ว...พื้นต้องไม่ลื่น...ไม่มีใครทำทางลาด cost ในการทำก็อีกนิดหน่อย เสนอแนะให้เป็น option เหมือนรถยนต์ ทำเป็น package เสริม

สำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีผู้สูงอายุมาอยู่ ประมาณ 100,000 บาท เช่น มีทางลาด ออกแบบห้องด้านล่างให้ การทำห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุ เช่น เพิ่มราวจับ อย่าง SCG ทำ ทำต้นทุนให้ถูกลงให้แข่งขันได้ในตลาด มาทำทีหลังเป็น promotion ก่อนก็ได้ เป็น pilot test”

ความเห็นเกี่ยวกับสวนในบ้าน “ส่วนหนึ่งที่ซื้อเพราะต้นไม้ใบหญ้า สวนที่ให้มา ต้องการ สวนให้มีชีวิตชีวา แต่ก็กลัวหนุง”

ความเห็นเกี่ยวกับพื้นที่ส่วนกลางในโครงการ “ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยในการตัดสินใจซื้อ... ชอบสระว่ายน้ำ ต้องการแบบที่เป็นส่วนตัวมั่นใจว่า พ่อแม่ไม่มาใช้ facility แน่นนอน เราคำนึงถึงตัว บ้านมากกว่า แต่การออกแบบที่คำนึงถึงผู้สูงอายุนี้อีกดี หลายๆ ที่ก็ยังไม่มีนะ เช่น สโมสรของโครงการ มัณฑนา อ่อนนุช ที่ทำเป็น 2 ชั้น สูงไป ต้องค่อยๆ พยุงขึ้นไป”

ความเห็นเกี่ยวกับบริการส่วนกลางจาก รปภ.หรือนิติบุคคล “อย่าหลับยามก็พอแล้ว.... อยากให้มีบริการรถกอล์ฟมาส่งที่หน้าหมู่บ้าน แต่ก็ไม่ใช่เรื่อง เพราะแลนด์เป็น developer ไม่ใช่มา ทำ facility อะไรอย่างนี้”

ผู้สูงอายุกับการซื้อบ้าน “เราพาพ่อไปดูก่อน คิดแล้วพาพ่อไปดูก่อน คือถ้าพ่อ ok โอกาสที่แม่จะ ok ก็สูงอยู่”

เหตุผลที่ซื้อบ้านเพราะ “เพราะทนสภาพแวดล้อมไม่ไหวแล้ว ไม่ดี มีบางหลังทำเป็น บ้านเช่า”

กรณีศึกษาที่ 3

เป็นเพศชาย อายุ 35 ปี จบการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นรับจ้างเอกชน ตำแหน่ง Senior AE internet True ดูแลโครงการ บริษัท True cooperation ดูแลเรื่องงานขาย ระบบ internet ให้กับโครงการบ้านจัดสรร ที่ทำงานอยู่ย่านอ่อนนุช สถานภาพสมรส บ้านหลังใหม่ อยู่กัน 5 คน คือ กรณีศึกษา ภรรยาอายุ 37 ปี ลูกชายอายุ 3 ปี พ่อตาและแม่ยายอายุ 61 ปี ซึ่ง เกษียณราชการแล้วเดิมเป็นข้าราชการทหารเรือทั้ง 2 คน เหตุผลที่ต้องการบ้านหลังใหม่เพราะ บ้าน เดิมซึ่งเป็นบ้านเดี่ยวในย่านอ่อนนุชมีสภาพทรุดโทรมมากแล้วเพราะเป็นบ้านที่อยู่ตั้งแต่พ่อแม่ของ พ่อตาแม่ยาย ประกอบกับสภาพแวดล้อมเปลี่ยนไป เพื่อนบ้านมีการย้ายออกกลายเป็นบ้านเช่า มีการ สร้างคอนโดมิเนียม ดังนั้น จึงออกมาหาบ้านใหม่ ปัจจุบันซื้อบ้านใหม่ที่โครงการมัณฑนา ศรีนครินทร์ ขนาดที่ดิน 68 ตารางวา ราคา 8.7 ล้านบาท

กิจกรรมที่ผู้สูงอายุทำในวันธรรมดา “คุณพ่อก็ดูแลบ้าน รดน้ำต้นไม้เรื่อยเปื่อย คือที่ บ้านเค้าเลี้ยงสุนัขด้วย ทำรั้วกันสุนัขเพราะสุนัขตัวเล็กใจ คุณแม่ทำงานบ้านเป็นส่วนใหญ่เค้าก็อยู่เฉยๆ ไม่ได้ก็ทำโน่นทำนี่ พ่อไม่มีอะไรทำก็ดูทีวี ทำอาหารให้ครอบครัว แม่มีพาหลานออกมาเดินเล่นตอน เย็น ส่วนคุณพ่อถ้าดูแลต้นไม้ หมาเสิร์ฟก็เล่น iPad การซื้อของคุณพ่อจะเป็นคนพาคุณแม่ไปซื้อ...บาง ทีผมก็ซื้อเข้ามาบ้าง จริงๆ คุณแม่เค้ามีใบขับขี่นะ แต่แก็เป็นคนขี้ตกใจ สาวๆ เคยมีอุบัติเหตุเลยไม่

กล้าขับ” กิจกรรมวันหยุดเสาร์อาทิตย์ “มีนัดทานอาหารกับเพื่อนบ้าง หรือไปเที่ยวกับเพื่อนบ้าง ไปทานข้าวกลางวันกัน บางทีเค้ารวมตัวกันไปเที่ยวต่างจังหวัดเสาร์อาทิตย์ เนื่องจากเสาร์อาทิตย์ไม่ได้ดูหลานไง พวกผมจะดู คุณพ่อคุณแม่ขับรถไปกันเอง แข็งแรง ก่อนหน้านี้เค้าทำงานมาเยอะแล้วอยากจะพักบ้างก็ไม่ค่อยได้ทำอะไรพยายามให้แก่ออกกำลังไม่ยอมให้อยู่เฉยๆ เช่น มีสวนก็ให้ไปหาต้นไม้มา บางทีก็ต่อโต๊ะไปเนืองเป็นช่างมาก่อน ถ้าเค้าอารมณ์ดีเค้าก็จะทำ” ช่วงวันหยุดยาว “บางโอกาสที่ไปต่างจังหวัดบ้าง แต่น้อยครับ”

ความเห็นเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งโครงการ สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมภายนอกโครงการ “ตอนแรกที่เรามาดู ดูหลายที่เราจะว่าเราจะหนีออกนอกเมือง ดูสมุทรปราการ บางบัวทอง พ่อกับแม่บอกต้องการเส้นบางนา สมุทรปราการ ok เพราะมันยังไม่ไกลจากที่เดิมไปไหนมาไหนก็ยังสะดวก พอเราว่าตรงนี้ ok แล้วก็พาพ่อกับแม่มาดูว่า ok มั้ย บรรยากาศเป็นอย่างไร เค้าก็สรุปว่าเป็นที่นี้เลือกสภาพโครงการ”

ความเห็นเกี่ยวกับบ้านหลังใหม่”ดูว่ามีห้องพ่อแม่ ห้องผม ห้องน้อง ห้องลูก คุณพ่อคุณแม่ระบุมาเองว่า ขอนอนชั้นล่าง.....จะมีบันไดหลังคาของห้องนอนล่างเสียพื้นที่เปล่าๆ มันน่าจะทำอะไรนะ หรือทำเป็นพื้นที่อะไรให้เราออกมาใช้งานได้ อาจจะมีการต่อเติมหลังคาที่จอดรถเพิ่มเนื่องจากมีรถ 3 คัน (ของพ่อ ของภรรยา และน้อง) และต่อเติมด้านข้างทำเป็นห้องพระ วัสดุอุปกรณ์ผมไม่ค่อยติดอะไรเพราะวันที่มาดูบ้านผมให้เพื่อนที่เป็นวิศวกรมาช่วยดู”

ความเห็นเกี่ยวกับสวนในบ้าน “ต้นไม้ในสวนทำไมตายง่าย เปลี่ยนแล้วมันก็ตาย คือตอนแรกเค้าก็เปลี่ยนได้ไง หลังๆ มันไปทั้งแถบเลยก็จ้างคนสวนมาทำ หญ้าก็ตายปุ้บก็รอบนี้ถ้าปุ้บรอบนี้ตายไม่ปุ้บแล้วปรับเป็นพื้นตัวนอน”

ความเห็นเกี่ยวกับพื้นที่ส่วนกลางในโครงการ”คุณพ่อไม่ได้ใช้เลย มีแต่คุณแม่พาหลานมาเดินเล่นตอนเย็น สระว่ายน้ำ fitness ไม่ได้ใช้เลย ทางพ่อกับแม่เค้าไม่ได้มองอยู่แล้ว อยากพาลูกมาว่ายน้ำมากกว่า”

ผู้สูงอายุกับการซื้อบ้าน “พอเราว่าตรงนี้ ok แล้วก็พาพ่อกับแม่มาดูว่า ok มั้ย บรรยากาศเป็นอย่างไร เค้าก็สรุปว่าเป็นที่นี้เลือกสภาพโครงการ”

เหตุผลที่ซื้อบ้านเพราะ”ที่ผมเลือกที่นี่เพราะว่า สังคมที่นี่ดูที่ไม่จืดจาง คือ แม่กับพ่อเค้าเป็นทหารเรือก็จะอยู่แถวตรงนี้ ก็เลยคุ้นเคย คุณพ่อครอบครัวพี่น้องเค้าก็อยู่แถวลาดกระบังก็ใกล้ๆกัน”

กรณีศึกษาที่ 4

เป็นเพศหญิง อายุ 40 ปี จบการศึกษาปริญญาโท ประกอบอาชีพรับจ้างเอกชนตำแหน่ง IT assistance manager บริษัท True cooperation ทำงานย่านกลางเมือง รายได้ 180,000 บาท ต่อเดือน เป็นโสด บ้านหลังใหม่อยู่กัน 4 คน คือ กรณีศึกษา น้องสาวอายุ 35 ปี คุณพ่ออายุ 73 ปี

และคุณแม่อายุ 70 ปี ในการสัมภาษณ์คุณพ่อคุณแม่อยู่ด้วยและช่วยให้ข้อมูลเพิ่มเติมด้วย เหตุผลที่ต้องการบ้านหลังใหม่ เพราะต้องการบ้านใหม่ที่เป็นที่พักผ่อนจริงๆ สภาพแวดล้อมดี ๆ บ้านหลังเดิมเป็นบ้านเดี่ยวในซอยเสนานิคม ย่านวังหิน ซึ่งเก่ามากแล้วและได้มีการต่อเติมเล่นระดับจนไม่เหมาะกับการอยู่อาศัยของผู้สูงอายุแล้ว ประกอบกับสภาพแวดล้อมที่เป็นชุมชนเก่าที่แออัด ปัจจุบันซื้อบ้านใหม่ที่โครงการมณฑนา เลค วัชรพล ขนาดที่ดิน 90 ตารางวา ราคา 13 ล้านบาท

กิจกรรมที่ผู้สูงอายุทำในวันธรรมดา “เล็กๆ น้อยๆ เรื่อยเปื่อย ส่วนใหญ่ก็უნวายอยู่กับต้นไม้” “ส่วนใหญ่ก็ผมไปตลาดนั่งรถเมย์ไปบ้าง ขับรถไปบ้าง ไปรถเมย์ก็ไปตรงที่หาที่จอดรถลำบากไปวนไกลอย่างนี้ รถเมย์จะสะดวกกว่า อย่างบ้านที่ในซอยเสนานิคมจะไปเซ็นทรัล(ลาดพร้าว) รถติดขากลับก็อ้อมไกลไปรถเมย์ง่ายกว่า บ้านใหม่ก็ขับรถไป” “เวลาไปตลาดส่วนใหญ่คุณพ่อเป็นคนไป....” “คุณพ่อ : มีไปโรงพยาบาลประจำ มีราชวิถี รพ.ประสาท และปตท. ไปตามที่คุณหมอนัด” “ช่วงที่จะไปหาหมอก็จะกลับไปนอนที่บ้านเก่าที่เสนานิคม อยู่บ้านนั้นจะสะดวก” “คุณพ่อ : ที่นี้พูดจริงพักร้อนที่บ้านพักผ่อน อยู่ที่นี่ก็จะทำกับข้าว จะถามเค้าออกไปหาอร่อยๆ กินที่บ้านพักผ่อนจริงๆ” กิจกรรมวันหยุดเสาร์อาทิตย์ “พักผ่อนอยู่ที่บ้าน ไปห้างหาอะไรทาน ไปโฮมโปรด้านหลังแถวลำลูกกา หรือกับน้องสาวเค้าอีกคนก็ไปหาอะไรมาทานกันที่บ้าน ตลาดใกล้บ้าน ถ้าเช้าก็ไปตลาดออเงิน วงศกร ทางเพิ่มสิน ถ้าไปโฮมโปรทางลำลูกกา ส่วนใหญ่เป็นนัดเป็นคนขับรถให้ มีเวลาไปหาซื้อของทานที่แถวมหาชัย อุดรฯ” ส่วนวันหยุดยาว “ไม่ค่อยได้ไปไหน ไม่ชอบไปที่คนเยอะ ไม่ชอบไปแย่งกันกินแย่งกันใช้ รถติด เทศกาลจะไม่ไป ถ้าจะไปยอมหยุดศุกร์แล้วไป ศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ จันทร์” “คุณพ่อ : ทั้งครอบครัวเลยไม่ชอบ”

ความเห็นเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งโครงการ สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมภายนอกโครงการ” “นั่นคนนั่นเลย(คุณพ่อ) คุณพ่อจะรู้ตลาดตรงโน้นตรงนี้ เค้าจะรู้ได้ว่าชั้นจะขึ้นตรงโน้นตรงนี้ไปสะพานใหม่ได้ นัดไม่รู้เค้ารู้ นัดจะไม่รู้เราเอารถออกได้ก็ไม่ได้สนใจ”

ความเห็นเกี่ยวกับบ้านหลังใหม่” “มีห้องนอนล่างแค่นั้นเลย มีห้องนอนล่างจบแหละ เอาหลักๆ ก็ตามนั้น เพราะอายุเยอะๆ แล้วเดินขึ้นชั้น 2 ก็ไม่ไหว” “วัสดุเค้าดู นัดไม่ได้ดู คุณพ่อ : เข้าไปดูแล้วก็ชอบ ชอบที่มีที่นั่งอาบน้ำสำหรับผู้ใหญ่ เห็นแค่นี้ก็พอใจแล้วเราแก่แล้วก็อยากจะนั่งให้น้ำมันไหลมาใส่หัวเราก็อ่านเอง เปลี่ยนฝักบัวเป็น rain shower....พื้นไม่กังวลเพราะเข้าไปเดินแล้วเค้ากรี๊ดเป็นล่องๆ ๆ ก็กินสินอยู่แล้ว ห้องน้ำลดระดับไปนิดเดียวไม่มีปัญหาครับ เพราะที่บ้านที่เสนานิคมเล่นระดับเองไปเปมา มา ต้องระวังหลังใหม่ไม่มีปัญหา” “พื้นบ้านเป็นพื้นไม้จริงทำให้ซื้อบ้านหลังนี้แหละเค้าชอบ”

ความเห็นเกี่ยวกับสวนในบ้าน” คุณพ่อ : คือผมเป็นคนชอบกางเต็นท์บ้านนี้มีที่กางเต็นท์ตรงนั้นก็กางได้ ตรงนี้ก็กางได้ เฉพาะพื้นที่กางได้ 3 เต็นท์แล้ว ข้างบนก็มีที่กางบนระเบียง ก็หนาวๆ ก็มากางเต็นท์ ออกมานอนจริงๆ มันสบายได้ธรรมชาติ มันเงียบสงบ....ไปต่างจังหวัดกางเต็นท์ก็ยังไม่

แต่เค้า (ลูก) บอกไม่ให้ไป” “ ก็เลยเป็นสาเหตุหนึ่งที่ซื้อบ้าน เราพาเค้าไปไม่ได้ก็เลยซื้อบ้าน คือบ้านที่ซื้อเป็นบ้านหัวมุม มีคลอง เหมือนจำลองสวนปามาไว้ในบ้าน”

ความเห็นเกี่ยวกับพื้นที่ส่วนกลางในโครงการ”หลักๆ คิดแค่ว่ามีที่ให้เค้าเดิน บรรยากาศความปลอดภัยของโครงการ หลักของพ่อแม่ก็มีแค่นี้เป็นโจทย์ของพ่อแม่ เป็นโจทย์ให้สุขภาพดีไว้ก่อน...อย่างเก่งเดินรอบเลค fitness ยังไม่ได้ใช้ แคเดินก็เหนื่อยแล้ว” คุณพ่อ”อีกอย่างผมติดข้าวชอบดูข้าว แล้วก็กินตอนเย็นกินข้าวก็พอแล้ว นั่งดูนก หย้า มั่นก็พอแล้วสำหรับเรา อยู่บ้านมีบรรยากาศดีๆ เยียบๆ ก็พอแล้ว...ตรงทำยซอยเค้ามีจุดตรวจ (จุดตรวจ รพ.ต)ก็ปลอดภัยแล้ว ”

ความเห็นเกี่ยวกับบริการส่วนกลางจาก รพ.หรือนิติบุคคล คุณพ่อ : “ถ้าไม่รีบร้อนจริงๆ เราก็เดินมาเรื่อยๆ เห็นแท็กซี่ก็เรียก ถ้าฉุกเฉินถ้าได้ก็ดี ถ้าไม่ได้ก็ไม่เป็นปัญหา” “ฉุกเฉินจริงจากบ้านสามารถเรียกได้ใน emergency case จริงๆ เพราะเค้าอยู่ 24 ชม. เหมือนที่เค้าว่า กด request ไปที่ปั๊ม รู้ว่าที่บ้านต้องการ ห่วงเรื่องการเดินทาง ความปลอดภัยเรื่องสุขภาพสำหรับ รพ.....ยามทำให้โครงการขายได้ หนึ่งปลอดภัย สองความเป็นกันเองของยาม ให้ความช่วยเหลือ เราพึ่งเค้าได้ เค้าก็จะมาดูแลๆ ยิ้มทำความเคารพ”

ผู้สูงอายุกับการซื้อบ้าน”พอเราเลือกมาระดับหนึ่งแล้ว เราเลือกสิ่งที่แล้ว ก็ให้เค้ามาดูว่าชอบมั้ยเราถึงตัดสินใจซื้อ”

เหตุผลที่ซื้อบ้านเพราะ”เสนามันเป็นหมู่บ้านเก่า ติดติดกัน คิดว่า สองคน(พ่อแม่)เค้าก็อายุเยอะแล้ว ต้องการความสบาย โปรง ก็เลยหาหลายที่ จะทุบบ้านเก่าตีมั้ย ซื้อที่เพิ่มตีมั้ย มาถูกใจที่นี้เพราะบรรยากาศ มันเงียบ มันมีนก ต้นไม้ ซื้อความสบาย”

กรณีศึกษาที่ 5

เป็นเพศหญิง อายุ 42 ปี จบการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับจ้างเอกชน เป็นนักบัญชี บริษัททางรถยนต์โยโกฮามา ที่ทำงานอยู่แถวเพชรบุรี สมรสแล้วมีบุตรสาว 2 คน อายุ 3 ปีและ 6 ปี บ้านหลังใหม่อยู่กัน 6 คน คือ กรณีศึกษา สามีอายุ 39 ปี ลูกสาว 2 คน คุณพ่ออายุ 73 และคุณแม่อายุ 68 ปี รายได้สามีมรธา 2 คน ประมาณ 150,000 บาท เหตุผลที่ต้องการบ้านใหม่ เนื่องบ้านหลังเดิมคับแคบอยู่ด้วยกันหลายคน คือ ครอบครัวของน้องชาย (กำลังจะแต่งงาน) ต้องการบ้านที่ไม่ไกลจากบ้านหลังเดิมมากนัก บ้านหลังเดิมอยู่ย่านพระราม 3 ตรงข้ามเซ็นทรัลพระราม 3 เนื่องจากลูกสาวทั้ง 2 คนยังเรียนในเมือง (ปัจจุบันเรียนที่โรงเรียนแถวสาทร) ปัจจุบันซื้อบ้านหลังใหม่ที่โครงการชัยพฤกษ์ บางนา กม. 7 ขนาดที่ดิน 55 ตารางวา ราคา 7.5 ล้านบาท

กิจกรรมที่ผู้สูงอายุทำในวันธรรมดา”เลี้ยงหลานเลย เพราะเกษียณไม่ได้ทำธุรกิจอะไร คุณพ่อก็ตีกอล์ฟขับรถไปเอง เลี้ยงหลาน 2 คน คุณพ่อเป็นคนไปตลาดเองซื้อมาเก็บไว้เป็นอาทิตย์บ้าง 3-4 วันบ้าง” “คุณพ่อ : ไปซื้ออาหารบางครั้งก็ไปคนเดียว บางครั้งไปกับคุณแม่ ตลาดตรงแถวบ้าน (พระราม 3)ตลาดรุ่งเจริญ ไปอาทิตย์ละ 3-4 วัน เป็นตลาดสด หาที่จอดรถ” “ลูกไปโรงเรียนแล้วคุณ

ตาไปส่งให้ไปรับให้ด้วย คุณแม่อยู่บ้าน” กิจกรรมวันเสาร์อาทิตย์”หลานเรียนพิเศษ เรียนดนตรี เรียนเปียโนก็ไปส่ง หรือไม่ก็ทำกิจกรรมอยู่ที่บ้าน” กิจกรรมวันหยุดยาว”คุณพ่อ : ผมก็จะไปหัวหิน มีคอนโดอยู่ที่นี่.....มีไปต่างประเทศนี่กำลังจะไปอยู่ ลูกสาวคนเล็กอยู่ที่อังกฤษเป็นหมอฟันอยู่ที่นี่ อังกฤษไปปีละครั้ง ไปกันหมดเลย”

ความเห็นเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งโครงการ สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมภายนอก โครงการ “คุณพ่อ : เน้นอิกเกีย มองว่า อีก 5 ปีข้างหน้ากิจการของอิกเกียต้องขยาย สะดวกในการซื้อ มันจะเหมือนเซ็นทรัลพระราม 3 ที่ผมอยู่ มันก็สะดวกสบายดี เราถึงตัดสินใจซื้อ” “คิดว่า พ่อกับแม่ มาพักใกล้สนามกอล์ฟ ok เลย....ตอนนั้นคิดอยู่ว่า ทางเข้ามันลึกไปมัย เกิดรถเสียมันจะเข้ามาลำบาก มัย และมองอีกว่า ok มันมีทางลัดออกอิกเกีย แล้วอีกอย่างมันไม่ใช่พื้นที่ที่มีดหรือเปลี่ยว แล้วปากทาง เป็นโรงเรียนนานาชาติก็ ok....ถ้าคุณพ่อไม่มาบอกว่ามีโครงการแถวนี้เราก็คงหาไปเรื่อยๆคุณพ่อคุณแม่เค้า 2 คนมีประสบการณ์ในการดูบ้าน เพราะไปกับเราทุกที่ แม่เค้ามองว่า ออกมานอกเมือง แล้วเรากลับเข้าไปในเมืองว่า ใช้เวลานานมัย เค้ามองรอบด้าน ตรงนี้ไม่ไกลมากมีห้าง”

ความเห็นเกี่ยวกับบ้าน “ชอบตรงที่มีห้องข้างล่างสำหรับผู้สูงอายุ ไม่ต้องขึ้นลงบันได...สเปควัสดุไม่ได้มองเลยตอนซื้อ แต่เข้าอยู่แล้วมีเรื่องไฟด้านข้างบ้านที่มีด เวลายายเค้าออกไปหยิบของ หลังบ้านข้างบ้านจะทำไง ห้องน้ำข้างล่างที่มีการลดระดับลงไป ลูกชายหัวแตกมาแล้ว ถ้าผู้ใหญ่ล้มไป เป็นเรื่อง หาแผ่นรองปูพื้นกันลื่น เพราะจะไปทำยกพื้นคงทำไม่ได้” “คุณพ่อ : ราวจับผมคิดว่า ทำตอนนี้เราก็คงไม่ได้ใช้ แต่เราก็คงต้องทำในอนาคต”

ความเห็นเกี่ยวกับสวน “คุณพ่อ : ผมว่ายุ่งเยอะ ผมอยากให้มีฉีดซัก 3 เดือนครั้ง”

ความเห็นเกี่ยวกับพื้นที่ส่วนกลางในโครงการ “สวนอยากให้มีมากกว่านี้ บางทีออกมาตอน 3-4 โมงแดดยังแรงอยู่เลย อยากให้ต้นไม้ร่มมีเก้าอี้นั่งเล่น ออกมาเดินเล่น พาหลานมาเล่นเครื่องเล่น แล้วตัวเองก็ได้ออกกำลังกายด้วย สโมสรไม่ได้ใช้ ตาไม่ใช่ แต่ยายเริ่มมาใช้มาว่ายน้ำ เพราะยังไม่ค่อยมีคน ยายกลัวน้ำเย็นกลัวหนาว” “คุณพ่อ : ก็น่าสนใจ” “ไฟถนนทางเท้า ok เลยก็สว่างดี”

ความเห็นเกี่ยวกับบริการส่วนกลางจาก รพ.หรือนิติบุคคล “บางทีอาจจะต้องมีรถรับส่ง ไปdropที่ปากทาง แท็กซี่อาจจะต้องใช้” “คุณพ่อ : แต่ผมมีรถส่วนตัว คิดว่าไม่ใช่แท็กซี่”

เหตุผลที่ซื้อบ้านเพราะ “บ้านเดิมเป็นบ้านเดี่ยว ก็ดินะคะ เริ่มจากน้องชายก่อนเลยดูบ้านก่อนเลย ดูมาหลายโครงการหลายโซนมา วันนี้คุณพ่อบอกว่า มีบ้านแลนด์อยู่ในโซนนี้ คุณพ่อมาตีกอล์ฟ” “คุณพ่อ : ผมเห็นอินดี(ชื่อโครงการ)ก่อน สามล้านสองทาว์นเฮ้าส์” “น้องบอกที่นี้ตัวบ้าน ok โครงการ ok ของแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ แล้วจุดหนึ่งจำนวนบ้านมันน้อย หมู่บ้านไม่ได้ใหญ่ใหญ่ เค้ายูแล้วหลังข้างๆ เอาด้วยมัย ก็เลยมาซื้อด้วยกันจริงๆ คือ น้องเค้าอยากแยกครอบครัว ที่บ้านครอบครัวใหญ่ พี่มีทาว์นเฮ้าส์อยู่แล้วที่สุภาลัย แบริง แต่มีเด็กเล็ก(ลูก 2 คน)ก็ต้องมีที่วิ่ง ก็เลยซื้อที่นี้...คุณตาคุณยายก็จะมาอยู่วันเสาร์ อาทิตย์ เพราะวันธรรมดาต้องเอาลูกไป drop ที่บ้านคุณตาคุณ

ยายก่อนเพื่อส่งไปโรงเรียน แต่ศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ต้องมาพักกับเราอยู่แล้ว.....บ้านเดิมอยู่หลังเซ็นทรัล พระราม 3 ทำเลดีมาก ห้างก็อยู่ตรงหน้า ตลาดก็อยู่ตรงหน้า เพียงแต่ไม่มี clubhouse ก็เป็น หมู่บ้านเหมือนกันเพียงแต่ไม่มี facility ส่วนกลางให้ใช้ คือบ้านหลังเดี่ยว 60 ตร.วา อยู่กัน 7 คน แล้ว โต้กันหมดแล้วก็เลยต้องแยกครอบครัวออกมา แล้วน้องชายที่กำลังจะแต่งงาน”

4.3 ผลการวิจัย กรณีศึกษาที่กำลังตัดสินใจซื้อ

จากตารางที่ 4.2 กรณีศึกษาที่กำลังตัดสินใจซื้อผลการวิจัยเป็นดังนี้

กรณีศึกษาที่ 6

เป็นเพศชาย อายุ 35 ปี จบการศึกษาปริญญาโท ประกอบอาชีพรับจ้างเอกชน ตำแหน่ง senior project engineer (automation) บริษัท Cosmo Group (มหาชน)รับจ้าง part loyalty brand บางจาก สุขุมวิท 101/1 เป็นโสด รายได้ต่อปี 700,000 บาท มีความต้องการซื้อบ้านใหม่อยู่กับครอบครัว 4 คน คือ กรณีศึกษา พี่สาว อายุ 38 ปี คุณพ่ออายุ 65 ปี และคุณแม่อายุ 63 ปี เหตุผลที่ต้องการที่อยู่อาศัยใหม่ เพราะเพื่อนบ้านที่บ้านหลังเดิมไม่ดี เนื่องจากบ้านหลังเดิมเป็นทาวน์ เข้าสัมพันธ์มีการจอดรถขวางทางเข้าออกกัน สภาพแวดล้อมไม่ดี ซึ่งเป็นโครงการทาวน์เข้าสู่ในซอย โรงเรียนราชวินิต บางแก้ว งบประมาณสำหรับบ้านหลังใหม่ คือ ไม่เกิน 10 ล้านบาท

กิจกรรมที่ผู้สูงอายุทำในวันธรรมดา “ดูทีวีเป็นหลัก จะมีเลี้ยงสุนัข เวลาไปไหนก็ไปพร้อมผมไปลงที่หน้าโรงเรียนราชวินิต ไม่ก็พี่สาว บางทีแม่เค้าก็เรียกวินมอเตอร์ไซด์ แท็กซี่ บางทีก็นั่งรถเมล์ไปเอง” กิจกรรมวันเสาร์ อาทิตย์ “ทำอาหารกิน ปิ้งย่างหน้าบ้าน ไปห้าง ส่วนใหญ่ก็เป็นพาราไดซ์ อีเกีย เมกา” วันหยุดยาว “ก็จะไม่ค่อยออกต่างจังหวัด ก็จะไปรวมตัวกันที่บ้านหน้าบ้านป่าแถวศรีนครินทร์ ปากน้ำ”

ความเห็นเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งโครงการ สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมภายนอกโครงการ “ต้องเป็น main street ต้องมีวินมอเตอร์ไซด์ สองแถว แท็กซี่ อย่างน้อยต้องมีวินข้ามส่งให้ได้ ปัจจัยแรกที่ผมเข้ามาดูเพราะใกล้บ้านหลังเก่า เรื่องใกล้ตลาดไม่มี พฤติกรรมของผมจะทำซ้ำๆ ก็จะไปซื้อที่ร้านเดิม ต้องไปที่ BigC เสริมาร์เก็ต ก็นั่งวินไปที่หน้าปากซอย แล้วนั่งรถเมล์ไป หรือบางทีผมก็ไปรับที่เสรี อาทิตย์หนึ่งไป 3 ครั้ง เค้าก็ซื้อมาทานเอง พ่อเค้าจะไปไปมามากับสวนที่นครสวรรค์ คุณพ่อกับขับรถไปเอง สนอง need คุณพ่อเฉยไม่ได้เอามาขาย เรื่องใกล้โรงพยาบาลเป็นส่วนรองๆ ตอนมาดูบ้านแม่ก็นั่งวินมากับผมนะ ก็ test เราอยากรู้ว่าถ้าเราไม่มีรถเราจะมาถึงหมู่บ้านนี้ได้มั๊ย ก็ บาท เข้าออก 30 บาท ก็ ok Grab Taxi แม่ผมก็เรียกนะ เป็น แต่ผมว่าวินมอเตอร์ไซด์มีบทบาทในชีวิตประจำวัน”

ความเห็นเกี่ยวกับบ้าน “ผมดูบันไดก่อน เพราะผมคงไม่ให้พ่อแม่นอนข้างล่างนะ คนอื่นจะเข้าใจว่า พ่อแม่อายุเยอะแล้ว ให้นอนข้างล่าง เขา ขาไม่ดี ผมว่าไม่ work ให้พ่อแม่นอนข้างล่างไม่ work แน่นอน ให้นอนต่ำกว่าเราไม่ work ดูบันไดมีราวจับให้เค้ามัย ชันมัย เข้าไปดูห้องน้ำมีกระเบื้องกันลื่น ก็มีบันไดกับห้องน้ำสำคัญ ห้องนอนล่างผมมองว่า ผมนอนล่างเพื่อนฝูงผมมาไม่ยุ่งกับเค้า เค้าก็อยู่ข้างบนไปเพราะพ่อแม่ผมยังแข็งแรง แต่เราก็คุยกันแล้วแหละถ้าวันหนึ่งพ่อแม่ไม่ไหวเรา แลกห้องนอนกัน”

ความเห็นเกี่ยวกับสวนในบ้าน” ต้นไม้ที่ให้ออกมาให้ร่มเงา ที่ไปดูมันไม่ค่อยได้ร่มเงา คิดว่าไม่จ้างคนดูแลสวนนะ แต่ว่าคือผมนี้ต้องการกายภาพบำบัดเค้าด้วยทั้งทางจิตและร่างกาย เหมือนถ้าเค้าได้ขยับ เหมือนการจ้างจริงๆ ผมให้เงินอยู่แล้วแต่เป็นพิเศษ เช่น แม่ล้างรถมัยครับผมให้พันนึง อยากให้ออกกำลัง ให้กิน MK 2 หม้อเลย ที่ดินต้องการประมาณ 50 ตารางวาไม่ต้องใหญ่เพราะเรา ตั้งใจทำกันเอง”

ความเห็นเกี่ยวกับพื้นที่ส่วนกลางในโครงการ “ผมว่าเป็นสีเขียวที่ให้ออกมาให้จริง อยากให้มีพื้นที่สนามหญ้าแม่เค้าชอบเดินบนหญ้าด้วยเท้าเปล่า ระบายน้ำคิดว่าแม่เค้าจะได้ใช้แต่ต้องให้พี่สาว มาดูแล”

ความเห็นเกี่ยวกับบริการส่วนกลางจาก รพ.หรือนิติบุคคล “เรียกรถแท็กซี่ standby อยู่หน้าโครงการเลย เป็นเรื่องของคนแก่อยากประหยัดให้ลูกจะนั่งวิน ไม่ใช่ไม่มีเงิน ควรจะมีวินมอเตอร์ไซด์”

ความเห็นของผู้สูงอายุกับการซื้อบ้าน “ความเห็นผมนะ ผมว่าพ่อแม่มีส่วนมาก อย่างผมนะคนที่ซื้อบ้านแล้วเอาพ่อแม่มาอยู่ด้วย ไม่ใช่คู่แข่งงานนะเพราะว่าเราทำเพื่อเค้าถ้าเค้าไม่เอาแล้วเราจะซื้อทำไมล่ะ”

เหตุผลที่ซื้อบ้านใหม่เพราะ “เป็นทาวน์โฮม 4 ห้องนอน มันมีปัจจัยเดียวสภาพความเป็นอยู่ของเพื่อนบ้าน คือ คุณเคยรำคาญมัยจะขับรถออก ออกไม่ได้เพื่อนจอดรถขวางหน้าบ้าน เพื่อนจอดหน้าบ้าน เราจอดหน้าบ้านรถวิ่งไม่ได้ขวางอีก มันเป็นปัญหาของทุกที่ทาวน์โฮม เราถึงต้องขยับขยายออกมา แม่เราก็แก่แล้วถ้าเป็นสาว ๆ ก็คงบอกให้ย้ายรถได้ ต้องการคุณภาพสังคมที่ดีให้พ่อแม่ ไม่ทำความรำคาญ”

กรณีศึกษาที่ 7

เป็นเพศหญิง อายุ 32 ปี จบการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับจ้างเอกชน ตำแหน่ง senior programmer บริษัทโฮมโปร สาขาลำลูกกา สมรสแล้วมีบุตร 1 คน เป็นชายอายุ 1.5 ปี ต้องการบ้านหลังใหม่เพื่อแยกครอบครัวออกมาจากบ้านที่สาวซึ่งอยู่ในย่านวัชรพล โดยบ้านหลังใหม่มีสมาชิก คือ กรณีศึกษาอายุ 35 ปี สามี ลูกชาย และคุณแม่อายุ 61 ปี มาช่วยดูแลลูกงบประมาณสำหรับบ้านหลังใหม่ คือ 5-6 ล้านบาท

กิจกรรมผู้สูงอายุในวันธรรมดา” กิจวัตรก็ทำกับข้าว เตรียมให้ลูกชายด้วย เตรียมเลี้ยงหลาน หลักๆ คือเลี้ยงหลาน พาเดินเล่น ออกกำลังกายภายในบ้าน ถีบจักรยานถนนหน้าบ้าน.....คือไม่ไวใจในคนอื่นมาเลี้ยงยายเลยมาเลี้ยงให้ คุณตาก็มาบ่อยมาหาหลาน คุณแม่ก็กลับบ่อยเดือนละครึ่งไปทีก็ 3-4 วัน เราก็สลับกันเลี้ยงน้อง บางทีก็ให้น้องชายไปส่ง หรือนั่งรถทัวร์ไปเองที่จังหวัดมหาสารคาม” กิจกรรมวันเสาร์ อาทิตย์”คุณแม่ก็จะมาทำอาหารให้ลูกแทน หลานก็พ่อแม่เลี้ยง ไปตลาดไปห้าง ไปซื้อของ ส่วนใหญ่ก็ไปด้วยกันหมด ไปแพชั่นไอส์แลนด์ หรือฟิวเจอร์รังสิต” วันหยุดยาว”ถ้าไม่ไปเที่ยวต่างจังหวัดก็กลับบ้าน ไปใกล้ๆ ไปทะเล หัวหิน ไปด้วยกัน 4 คน”

ความเห็นเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งโครงการ สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมภายนอกโครงการ “กึ่งจะดูเรื่องความปลอดภัยก่อน เพราะยายอยู่กับน้อง 2 คน ดูว่าบ้านในวิศดูอะไร ไม่ได้ไกลจากที่ซื้อของกินมากนัก ระบบ รปภ ok มั้ย ดูว่าใครเป็นเจ้าของโครงการ เอาที่ไม่ไกลจากบ้านเดิมเพราะบ้านเดิมพี่สาวอยู่คนเดียวก็ต้องไม่ไกลคุณแม่เค้าก็ต้องไปหาหรือมาหาคุณแม่จะได้สะดวก”

ความเห็นเกี่ยวกับบ้าน”ต้องการห้องชั้นล่างให้คุณแม่ หาบ้านที่มีพื้นที่ที่สามารถต่อเติมได้ในอนาคต ประมาณ 4-5 ปีก็จะทำ เพราะคุณแม่หัวเขาไม่ค่อยดี เพิ่มห้องด้านข้างต่อเติมเป็นอีกห้องประมาณ 30 ตร.ม. ห้องน้ำล่างควรมีฝักบัวที่ห้องน้ำล่าง พื้นห้องน้ำล่างต้องไม่ลื่น ที่ดูไว้ก็ ok ระดับพื้นที่ชั้นก็เท่ากัน ต้องการเพิ่ม shower box ที่ห้องน้ำล่าง และกระบะเบื้องพื้นห้องน้ำอย่าให้ลื่น”

ความเห็นเกี่ยวกับสวนในบ้าน”ต้นไม้ที่ให้ไว้ไม่ค่อยร่ม ชอบที่เป็นระแนงข้างบ้านคิดว่าจะทำตอนที่ต่อเติมทำห้องให้คุณแม่ ที่โครงการไปดูก็ ok เพราะเข้าไปทำงานกลับมาก็ไม่มีแดดแล้ว ขนาดที่ดิน 50 ตร.วา โดยที่มีที่ดินด้านข้างเหลือมากพอสำหรับต่อเติมห้องนอนล่างในอนาคต ขนาดห้องที่ต้องการต่อเติมประมาณ 30 ตร.ม.”

ความเห็นเกี่ยวกับพื้นที่ส่วนกลางในโครงการ “อยากให้มีเครื่องออกกำลังกายกลางแจ้ง เพราะน่าจะเหมาะกับคุณตาคุณยาย ปู่ย่าที่มาเลี้ยงน้อง ระหว่างที่พาหลานมาเดินเล่น สว.ก็สามารถออกกำลังกายรอได้ น่าจะดีน่าจะเป็นแบบนั้น สระว่ายน้ำก็อาจจะมาใช้เค้าจะได้ออกกำลังกายระหว่างทางอยากให้ไฟแสงจันทร์สว่างนิดนึง”

ความเห็นเกี่ยวกับบริการส่วนกลางจาก รปภ.หรือนิติบุคคล “ก็บางทียายเค้าอยากออกไปข้างนอกเอง ให้มีบริการเรียกรถแท็กซี่ให้หน่อย หรือขอเบอร์ รปภ.เรียกแท็กซี่ ก็คงไปตลาดหรือบางทีอยากไปหาเพื่อนแล้วกึ่งไม่ได้ไปด้วย บางทีเสาร์อาทิตย์กึ่งไม่สะดวกไปส่ง คือไม่บ่อยนานนานนี่”

เหตุผลในการซื้อบ้านเพราะ “ต้องการแยกบ้านออกมาจากบ้านพี่สาว หลักๆ เป็นเพราะมีลูกเลยต้องหาบ้าน แม่มาอยู่ด้วยเพื่อให้เลี้ยงน้องไม่ไวใจให้คนอื่นเลี้ยง แต่ก็คงอยู่กับกึ่งไปตลอดค่ะ

กรณีศึกษาที่ 8

เป็นเพศหญิง อายุ 31 ปี การศึกษาปริญญาตรี เป็นโสด เป็นเจ้าของกิจการติดตั้ง IT ให้กับบริษัททั่วไป โดยยังทำงานประจำที่ บริษัท True ด้วย เป็นพนักงาน IT รายได้ประมาณ 100,000 บาท ต้องการบ้านหลังใหม่เพราะบ้านหลังเดิมเป็นทาวน์เฮ้าส์คับแคบย่านราม 2 ถนนบางนา กม.7 และคุณย่าชอบต้นไม้ บ้านหลังใหม่อยู่กับคุณย่า 2 คน คุณย่าอายุ 83 งบประมาณบ้านหลังใหม่ คือ 6-7 ล้านบาท

กิจกรรมผู้สูงอายุวันธรรมดา”ตอนเช้าก็ทำงานเล็กๆ น้อยๆ ของเค้าซักผ้าอะไรไป ช่วงบ่ายๆ ก็จะออกมาคุยกับเพื่อนในตลาดก็จะมีร้านเพื่อนเค้า หรือไม่มีอะไรทำก็เข้าบ้านดูหนังนอนรอหนูกลับบ้าน คุณย่าจะไปทำผมที่ร้านแว่นบ้านพ่อ คือ นวดคิ้วไว้ นั่งแท็กซี่ไปถ้าหนูไม่ได้ไปส่ง แล้วมีลูมอเตอร์ไซท์ที่เรียกมาส่งหน้าบ้านหรือเรียกแท็กซี่ให้มารับส่งหน้าบ้าน ปกติจะทานข้าวนอกบ้านกันมากกว่า คือหนูไม่ค่อยชอบให้เค้าออกไปไหนคนเดียวไง เพราะย่าแก่แล้วไง บางทีแอบไปเค้าก็ไม่บอก ต้องถามว่า ไปไหนมา” กิจกรรมวันหยุดเสาร์อาทิตย์”ปกติออกไปข้างนอก อย่างตอนนี้ไปซื้อต้นไม้ไปคลอง 15 ซื้อต้นไม้ 200 มันไม่คุ้มอะ แต่พี่เข้าใจมะคนแก่อะไม่ได้สนใจว่าค่าน้ำมันค่ารถเท่าไร แต่ก็ต้องไปอะ เค้าเป็นคนซื้อของยากแค่ขอให้ได้ไป บางทีเย็นๆ ก็ออกไปห้างไปกินข้าว ไปดูหนังเค้าอยากดูเค้าก็บอกให้หนูพาไปดู” ช่วงวันหยุดยาว”บางทีไปทะเล พัทยา ศรีราชา ไกลๆ พ่อแม่ไปด้วย”

ความเห็นเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งโครงการ สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมภายนอกโครงการ”ใจอะชอบที่โน้น(โครงการแถวปากน้ำ)เพราะด้วยความเป็นคนทำงานมันก็ขับรถได้ แต่กลายเป็นว่าคุณย่าชอบทำเลแถวนี้ ใกล้บ้าน ใกล้วัดที่เค้าเคยไป แล้วก็ตัดสินใจว่าต้องเป็นที่นี่เพราะคุณย่าจะเอาที่นี่ คุณย่าต้องไปวัดบอยวัดทุ่งเศรษฐีในราม 2 ถ้าซื้อที่นี่ก็ขับไปส่งที่บ้านเดิมเพราะบ้านเดิมไม่ได้ขาย วันพระหรือวันไหนที่ต้องตื่นเช้าเราก็จะกลับไปนอนที่ plan ไว้จะเป็นอย่างนี้ รอหนูกลับมารับหรือนั่งแท็กซี่กลับมาเอง...มันก็มี 7 ก็ ok แล้ว ดูที่ขับรถสะดวก ชินกันทำเลนี้ ถึงชอยจะลึกแต่คุณย่ายังแข็งแรงสามารถนั่งแท็กซี่เองได้ก็ไม่น่ามีปัญหาอะไร”

ความเห็นเกี่ยวกับบ้าน “อย่างแรกเลยเราอยากได้บ้านที่มีห้องข้างล่าง เป็นเหตุผลหลักเลยแค่นั้น แล้วเนื่องจากคุณย่าต้องการห้องพระก็เลยต้องมีพื้นที่วางพระเพื่อทำเป็นโต๊ะหมู่บูชา..ก็ดูพื้นที่ไม่ให้สั้น ห้องน้ำติดกับห้องนอนเป็นห้องน้ำเล็กและต้องทำเป็นที่นั่งอาบน้ำ ซึ่งคุณย่าขอให้ทำ”

ความเห็นเกี่ยวกับสวนในบ้าน “คุณย่าไม่ชอบพื้นที่สวนที่มากเกินไป เพราะจะทำให้ได้พื้นที่บ้านน้อย”

ความเห็นเกี่ยวกับพื้นที่ส่วนกลางในโครงการ “ชอบบรรยากาศของโครงการ คิดว่าค่าน่าจะชอบว่ายน้ แต่ไม่น่ามาเองคงต้องมาด้วยกันไม่อายุ ไม่เงิน แต่ถ้าเค้าจมน้ำไปก็คงไม่มีใครดู ก็คนแก่ใจ”

ความเห็นเกี่ยวกับบริการส่วนกลางจาก รปภ.หรือนิติบุคคล “ถ้ามาอยู่ที่บ้านใหม่ก็จะขอเบอร์ พี่ รปภ.ช่วยเรียกแท็กซี่ให้หน่อย มันก็น่าจะมีเนอะถ้าเค้าลั้มมันก็ไม่สามารถบอกคนข้างนอกได้ว่าเค้าลั้ม แต่ว่าอย่าไม่เคยเป็นอะไร แต่เค้าก็เคยบอก หายใจไม่ออกให้กลับบ้านมาเร็วๆ อย่าใช้มือถือได้”

ความเห็นผู้สูงอายุกับการซื้อบ้าน “คุณอย่าช่วยออกความเห็นทุกอย่างแต่ไม่ได้การเงิน (หัวเราะ)”

เหตุผลที่หาบ้านใหม่เพราะ “บ้านเดิมเป็นทาวน์เฮ้าส์ น่าจะต้องมีบ้านใหม่แล้วก็หาที่มันใกล้ๆ แถวนี้ราม 2 ออกมาทางเมกาที่สะดวก ขึ้นทางด่วนไปทำงาน ทาวน์เฮ้าส์ก็ปกติอยู่กับคุณย่า ส่วนคุณพ่อคุณแม่อยู่ในเมืองแถวราชวัตร เป็นหลานคนแรกที่อยู่กับย่าเป็นเหมือนลูกคนเล็กของย่า”

กรณีศึกษาที่ 9

เป็นเพศหญิง โสด อายุ 32 ปี การศึกษาปริญญาโท อาชีพรับจ้างเอกชน เป็นพนักงานสินเชื่อโครงการ ธนาคารกรุงเทพ บ้านหลังใหม่อยู่กัน 5 คน คือ กรณีศึกษา น้องชาย ภรรยา น้องชาย คุณพ่ออายุ 65 ปี และคุณแม่อายุ 60 ปี เหตุผลที่ต้องการบ้านใหม่เพราะบ้านเดิมเป็นบ้านเดี่ยว 3 ชั้น เป็นโครงการเล็กไม่มีพื้นที่ส่วนกลางให้คุณพ่อคุณแม่ได้ออกกำลังกายเท่าไร งบประมาณบ้านหลังใหม่คือ ไม่เกิน 10 ล้านบาท ซึ่งการซื้อครั้งนี้มีพี่ชายช่วยเรื่องการเงินด้วย

กิจกรรมผู้สูงอายุวันธรรมดา”จะอยู่บ้าน คุณพ่อคุณแม่ช่วงเช้าจะออกกำลังกาย วิ่งออกกำลังกายรอบหมู่บ้านรอบหนึ่งก่อนแล้วค่อยไปเดินบนลู่วิ่ง อยู่บ้านกัน 2 คน บางที่ออกไปซื้อของ จันท์ พุด ศุภร์ หกโมงถึงเที่ยงคุณพ่อต้องออกไปฟอกไตคะ มีถุงน้ำที่ไต ” วันหยุดเสาร์อาทิตย์”จะอยู่บ้านกัน เพราะทำงานเกือบทุกวัน ยกเว้นช่วงเย็นก็อาจจะพาพ่อแม่ไปทานข้าวบ้าง คุณแม่เป็นคนชอบทำสวนทำอาหารก็นั่งอยู่บ้านเป็นส่วนใหญ่ ถ้าจะไปเที่ยวจะเป็นไปเช้าเย็นกลับเนื่องจากไม่ต้องการให้คุณพ่อเหนื่อยเกินไป เมื่อปลายปีที่แล้วไปเชียงใหม่กันกลับมาแล้วคุณพ่อไม่สบาย คุณพ่อยังขับรถไปไหนมาไหนเอง แต่ถ้าไปไกลๆ จะเรียกรถแท็กซี่ไปดีกว่า เช่น ไปบ้านหลานที่อยู่บางนา เพราะไม่อยากให้ขับไกลเกิน” ส่วนวันหยุดยาว”ส่วนใหญ่ก็จะอยู่บ้าน มีญาติๆ มาบ้าน บ้านหลังที่อยู่คล้ายๆ เป็นศูนย์รวมของญาติๆ พี่ชายก็จะพาหลานๆ มาหา ทำอาหารทานกันหรือไปทานข้าวนอกบ้านบ้าง ไม่ค่อยอยากไปไหนกลัวคุณแม่เค้าเหนื่อย”

ความเห็นเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งโครงการ สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมภายนอกโครงการ”คิดเยอะค่ะ ตอนนั้นอยู่นวลจันทร์ ยังใกล้สินแพทย์ เปาโลนวมินทร์ ซึ่งเดินทางไปนิดเดียวไม่ไกลถ้ามีอะไรฉุกเฉินก็ใกล้ๆ ะ ได้พอมาดูตรงนั้น (ชอยวิชรพล) รพ.จะมีเป็น รพ.สายไหม ซึ่งก็ไม่น่าจะดีใจว่า จะดีใจโอเคหรือ...อย่างคุณแม่เป็นคนทำกับข้าว ตลาดใกล้ๆ มีมัย ถ้าเป็นบ้านเดิมนวลจันทร์ข้ามถนนไปเป็นตลาด แต่โครงการที่ดู (ชอยวิชรพล) ที่นี้มีตลาดอยู่ใกล้ๆที่นี้ก็มาดูเรื่องการเดินทางเพราะต้องเข้าไปเป็นกิโลเกือบ 2 กิโล ในกรณีที่รถไม่อยู่ รถเสียพอกับแม่จะออกมาอย่างไร ซึ่งเราก็หารถเสริม ซึ่งก็พอได้อยู่ และทางโครงการมีรถที่จะรับคนจากในหมู่บ้านออกมาด้านนอก (หน้า

โครงการ)ริมถนน ลักษณะเป็นรถกอล์ฟ ช่วงเช้าที่คนจะออกมาทำงานกับช่วงเย็น เข้าชม.หนึ่ง เย็น ชม.หนึ่งออกทุกๆ 15 นาที บ้านหลังที่ดูเป็นชอยลิก แต่เนื่องจากเป็นชอยในโครงการก็เลยไม่ค่อย กังวลเท่าไร”

ความเห็นเกี่ยวกับบ้าน “ดูฮวงจุ้ย ว่าหลังไหนเหมาะกับเรา และดูเรื่องห้องนอนล่าง บ้านหลังนี้มีพื้นที่สามารถทำได้พอดี เป็นแบบใหม่มีห้องนอนล่าง ซึ่งตอนนี้ยังไม่ได้นอน ขึ้นไปนอนข้างบน ตอนนี้ใช้เป็นห้องหนังสือไปก่อน ในอนาคตถ้าร่างกายไม่ไหวก็ต้องมานอนทั้งคู่ เป็นห้องนอนที่มีห้องน้ำในตัว มีห้องน้ำแยกแยกต่างหากที่ห้องนั่งเล่น มีรถ 3 คัน จอดในบ้าน 2 คัน อีกคันจอดขวางหน้าบ้าน.....ตัวที่เราซีเรียสจะเป็นวัสดุในห้องน้ำ เพราะว่า ดูว่าไม่เป็นวัสดุที่เป็นพื้นลื่นๆ ๑ เพราะกลัวทำลื่น ถึงจะทำอย่างไรเรามีเก้าอี้นั่งอาบน้ำ แต่ผู้ใหญ่ก็มีเรื่องฟ้องสบู่เราก็ไปหาตัวกันลื่นมาอีก เพิ่มเข้าไป ซึ่งทางโครงการที่ดูไว้ก็มีราวจับ ที่นั่งอาบน้ำ ส่วนราวจับนอกห้องน้ำ ยังไม่มี แต่ในอนาคตน่าจะต้องทำ...บันไดที่มีชันพักก็ ok คุณพ่อยังเดินได้แข็งแรงอยู่ ส่วนอื่นไม่มีอะไร”

ความเห็นเกี่ยวกับพื้นที่ส่วนกลางในโครงการ “ร่มรื่นก็น่าจะพอแล้วค่ะ น้ำ ส่วนที่คิดว่าจะใช้บ่อย คือ fitness (คุณพ่อใช้) สระว่ายน้ำจะเป็นหลายๆ มาใช้ ลูกของพี่ชายกับลูกของลูกพี่ลูกน้อง มีหลานอยู่ 4 คน”

ความเห็นเกี่ยวกับบริการส่วนกลางจาก รพ.หรือนิติบุคคล “ทางโครงการมีรถที่จะรับคนจากในหมู่บ้านออกมาด้านนอก (หน้าโครงการ)ริมถนน ลักษณะเป็นรถกอล์ฟ ช่วงเช้าที่คนจะออกมาทำงานกับช่วงเย็น เข้าชม.หนึ่ง เย็นชม.หนึ่งออกทุกๆ 15 นาทีก็คิดว่า ดีนะค่ะ”

ความเห็นผู้สูงอายุกับการซื้อบ้าน ”ช่วยออกความเห็นในการซื้อบ้าน พาคุณแม่คุณพ่อไปทุกที่ค่ะ”

เหตุที่ต้องซื้อบ้านใหม่ ”พี่ชายต้องการซื้อบ้านให้คุณแม่ เพราะคุณแม่เป็นคนชอบปลูกต้นไม้ ซื้อเพราะแม่ บ้านเดิมเป็นทาวน์โฮมในอนาคตขึ้นชั้นบนไม่ไหว ต้องการให้แม่มีพื้นที่ในการพักผ่อน”

กรณีศึกษาที่ 10

เป็นเพศชาย สมรสแล้วแต่ยังไม่มีบุตร อายุ 37 ปี อาชีพรับจ้างเอกชน เป็นพนักงาน สิ้นเชื้อโครงการ ธนาคารกรุงเทพ บ้านหลังใหม่อยู่กัน 4 คน คือ กรณีศึกษา ภรรยาอายุ 32 ปี คุณพ่อและคุณแม่อายุ 70 ต้น เหตุผลที่ต้องการบ้านหลังใหม่เพราะบ้านเดิมเป็นทาวน์เฮ้าส์ เป็นชุมชนเก่าที่แออัด สภาพแวดล้อมไม่ค่อยดี และเมื่อตนเองกับภรรยามาอยู่ด้วยก็จะคับแคบไป งบประมาณในการซื้อบ้านใหม่ คือ 5-6 ล้านบาท

กิจกรรมผู้สูงอายุวันธรรมดา”คุณพ่อเกษียณแล้วอยู่บ้านเฉยๆ ส่วนใหญ่ก็ดูแลแมว ส่วนคุณแม่ยังทำงานมีร้านค้าในตลาดซึ่งก็อยู่ใกล้กับบ้าน โดยไปเปิดร้านขายของใต้ เช่น อาหาร ผ้า พื้นบ้านทางใต้ แต่เช้า บ่ายๆ ก็กลับมา โดยตอนเช้าน้ำจะมารับที่บ้านบ่ายก็มาส่ง ที่ยังทำงานอยู่

เพราะอยู่บ้านก็จะเบื่อไปขายของก็ได้เจอเพื่อนฝูง ถ้าวันที่ผู้สัมภาษณ์ อยู่บ้านคุณแม่ก็จะทำอาหารให้ แต่ถ้าไม่อยู่ไปนอนคอนโดก็จะซื้ออาหารกัน 2 คน” วันหยุดเสาร์อาทิตย์ “ถ้าเสาร์อาทิตย์ต้องการไปเที่ยวก็ฝากร้านไว้กับญาติซึ่งขายของในตลาดด้วยกัน ซึ่งส่วนใหญ่คุณแม่ไม่ค่อยอยากไปไหนเพราะเสียรายได้ ส่วนคุณพ่อก็ไม่ชอบไปไหน” วันหยุดยาวเทศกาล”ช่วงสั้นๆ ก็ไปเที่ยวทะเล ถ้านานหน่อยก็ไปต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่ก็ไปกับแม่ พ่อไม่ชอบไปไหนชอบอยู่บ้าน”

ความเห็นเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งโครงการ สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมภายนอกโครงการ”ต้องมีร้านสะดวกซื้อ ต้องมีของกิน เน้นของกินต้องมีให้พ่อแม่สามารถออกไปซื้ออาหารเองได้”

ความเห็นเกี่ยวกับบ้าน “หนึ่งพื้นเสมอ สองกระบี่เบ็งลิ้นหรือเปล้า บันไดชันหรือเปล้าถ้ามันชันมาก มีห้องนอนข้างล่างมัย เพราะผู้ใหญ่เค้าไม่อยากจะขึ้นข้างบนแล้วถ้าบันไดมันชันมากๆ (ไม่มีชานพักบันได) ห้องน้ำล่างมีที่อาบน้ำมัย จุดปลั๊กไฟเพียงพอหรือเปล้า พยายามทำในพื้นที่ของเค้า

ความเห็นเกี่ยวกับสวนในบ้าน “ขอแคร่มริ้นก็พอแล้ว”

ความเห็นเกี่ยวกับพื้นที่ส่วนกลางในโครงการ “เดินออกกำลังกาย เอาแมวออกไปเดินเล่น แต่ตัวสโมสรคงไม่ได้ใช้”

ความเห็นเกี่ยวกับบริการส่วนกลางจาก รพ.หรือนิติบุคคล “ถ้านิติฯดี เชื่อว่า โครงการต้องดี ต้องการคือ เวลาที่จะไปไหนมาไหนให้โทรหานิติฯ หรือมีปุ่มฉุกเฉินขอความช่วยเหลือ ต้องมี เพราะเราไม่สามารถกลับบ้านมาเร็วเพื่อมาดูแลพ่อแม่ได้ ความปลอดภัยสำคัญที่สุดสำหรับพ่อแม่ (คุณพ่อไม่ขับรถแล้ว)”

ความเห็นผู้สูงอายุกับการซื้อบ้าน ”ถ้าจะซื้อบ้านหลังใหม่ ต้องพาคณะพ่อแม่มาช่วยเลือก โดยอาจจะมีส่วนช่วยเรื่องการเงินนิดหน่อย”

เหตุผลในการซื้อบ้านใหม่ “บ้านเดิมเป็นทาวน์เฮ้าส์ เป็นชุมชนเก่าที่แออัดต้องการสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้นก็เดิม”

บทที่ 5

การวิเคราะห์ข้ามกรณีศึกษาและการอภิปรายผล

ในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคที่มีผู้สูงอายุในครอบครัว ของกรณีศึกษาที่มีความต้องการซื้อหรือซื้อบ้านเดี่ยวระดับราคามากกว่า 5 ล้านบาท ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากการศึกษาแบ่งกรณีศึกษาออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มกรณีศึกษาที่ซื้อบ้านแล้ว กับกลุ่มกรณีศึกษาที่กำลังตัดสินใจซื้อ สามารถสรุปผลงานวิจัยได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของกรณีศึกษา

ในภาพรวมพบว่า ข้อมูลทั่วไปของกรณีศึกษาจำนวน 10 ราย เป็นดังนี้ เพศชายจำนวน 5 ราย และเป็นเพศหญิงจำนวน 5 ราย มีช่วงอายุตั้งแต่ 31 ปี ไปจนถึง 40 ปี โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 32-35 ปี จำนวน 8 ราย อาชีพรับจ้างเอกชน จำนวน 8 ราย และเป็นเจ้าของกิจการจำนวน 2 ราย ระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 5 ราย ระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 5 ราย สถานะภาพโสดจำนวน 6 ราย สมรสจำนวน 4 ราย โดยมีสถานภาพสมรสแล้วมีบุตรด้วยจำนวน 3 ราย มีผู้สูงอายุที่อยู่อาศัยในครอบครัว 2 คนจำนวน 7 ราย มีผู้สูงอายุในครอบครัว 1 คน จำนวน 3 ราย

5.1.2 พฤติกรรมของผู้สูงอายุในครอบครัว

ตารางที่ 5.1

พฤติกรรมผู้บริโภค (ผู้สูงอายุในครอบครัว) กรณีศึกษาที่ซื้อแล้ว

กรณีศึกษา	กรณีศึกษา 1	กรณีศึกษา 2	กรณีศึกษา 3	กรณีศึกษา 4	กรณีศึกษา 5
การใช้ชีวิตในวันธรรมดา	ทำอาหาร ดูแลสัตว์เลี้ยง ออกกำลังกาย	ทำงาน	ทำอาหาร ดูแลหลาน รดน้ำต้นไม้ ดูแลบ้าน	ทำอาหาร รดน้ำต้นไม้ ไปหาหมอ	ทำอาหาร ดูแลหลาน ตีกอล์ฟ
การใช้ชีวิตในวันเสาร์อาทิตย์	ไปหาญาติ ไปเที่ยวห้าง ออกกำลังกาย	เสาร์ทำงาน ทานอาหารด้วยกัน	ไปหาเพื่อน	ไปเที่ยวห้าง พักผ่อนอยู่บ้าน	พาหลานไปเรียนพิเศษ
การใช้ชีวิตในวันหยุดยาวเทศกาล	ไปเที่ยวจังหวัด ใกล้ๆ เช่น อุทยาน	พักผ่อนอยู่บ้าน	ไปต่างจังหวัดบ้าง แต่น้อยมาก	พักผ่อนอยู่บ้าน	ไปเที่ยวจังหวัดใกล้ๆ
การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อบ้าน	ช่วยแสดง ความเห็น	ช่วยแสดง ความเห็น	ช่วยแสดง ความเห็น	ช่วยแสดง ความเห็น	ช่วยแสดง ความเห็น

ตารางที่ 5.2

พฤติกรรมผู้บริโภครุ่น (ผู้สูงอายุในครอบครัว) กลุ่มกรณีศึกษาที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อ

กรณีศึกษา	กรณีศึกษา 6	กรณีศึกษา 7	กรณีศึกษา 8	กรณีศึกษา 9	กรณีศึกษา 10
การใช้ชีวิตในวันธรรมดา	ทำอาหาร เลี้ยงสุนัข รดน้ำต้นไม้ ดูทีวี	ทำอาหาร เลี้ยงหลาน	ทำงานบ้าน ไปนั่งคุยกับเพื่อน แถวบ้าน	ทำอาหาร ออกกำลังกาย ไปหาหมอประจำ	ทำอาหาร คุณพ่อเลี้ยงแมว คุณแม่ทำงาน
การใช้ชีวิตในวันเสาร์อาทิตย์	ทำอาหารทานใน ครอบครัว เดินเที่ยวห้างฯ	ทำอาหารทานใน ครอบครัว เดินเที่ยวห้างฯ	เดินเที่ยวห้างซื้อ ของ ทานอาหารนอก บ้าน	ทานอาหาร นอกบ้าน เที่ยวใกล้ๆ	เที่ยวใกล้ๆ
การใช้ชีวิตในวันหยุดยาวเทศกาล	พักผ่อนอยู่บ้าน	เที่ยวทะเล กลับบ้าน ต่างจังหวัด	เที่ยวทะเล	พักผ่อนอยู่บ้าน	เที่ยวทะเล
การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อบ้าน	ช่วยแสดงความเห็น	ช่วยแสดงความเห็น	ช่วยแสดงความเห็น	ช่วยแสดงความเห็น	ช่วยแสดงความเห็น

พฤติกรรมของผู้สูงอายุเป็นดังนี้ ในช่วงวันธรรมดา จะอยู่บ้านทำกิจกรรมต่างๆ ในบ้าน เช่น การทำอาหาร ดูแลต้นไม้ ให้อาหารสัตว์เลี้ยง ส่วนผู้สูงอายุที่มีหลานก็จะทำหน้าที่ในการดูแลหลานเป็นหลัก การใช้ชีวิตส่วนใหญ่จะเป็นที่บ้าน การเดินทางออกไปข้างนอกก็มักจะทำวันหยุด เสาร์อาทิตย์ที่จะไปกับลูก ซึ่งกิจกรรมที่ทำ คือ การซื้อของ การเดินเที่ยวตามห้างสรรพสินค้า หาอาหารทาน หรือการไปเที่ยวต่างจังหวัดใกล้ๆ เช่น อยุธยา ศรีราชา หัวหิน ซึ่งพฤติกรรมการใช้ชีวิต ในช่วงวันหยุดเทศกาลก็เป็นเช่นเดียวกัน เมื่อผู้สูงอายุต้องการเดินทางไปไหนก็ต้องมีสมาชิกในครอบครัวเป็นคนพาไป ถ้ายังสามารถขับรถได้ก็จะได้รับอนุญาตให้ขับในเส้นทางที่คุ้นชิน และเป็น ผู้สูงอายุเพศชายที่เป็นคนขับรถ

ผู้สูงอายุในครอบครัวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านหลังใหม่ของกรณีศึกษา ถ้าผู้สูงอายุยังไม่พึงพอใจกับบ้านหลังใหม่ กรณีศึกษาก็จะยังไม่ซื้อ และผู้สูงอายุเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้กรณีศึกษามีความต้องการที่อยู่อาศัยใหม่ โดยเหตุผลที่ให้ คือ ต้องการสภาพแวดล้อมที่ดี ต้องการความปลอดภัยในการใช้ชีวิตที่บ้านให้กับผู้สูงอายุ เน้นการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพที่ดี ข้อเสนอกรณีศึกษาทั้ง 10 ราย ผู้สูงอายุในครอบครัวส่วนใหญ่มีสุขภาพค่อนข้างดี แข็งแรง บางคนยังสามารถขับรถไปไหนมาไหนเองได้ บางคนก็ยังทำงาน และส่วนใหญ่ก็ยังใช้บริการรถสาธารณะ เช่น การนั่ง

รถเมล์ มอเตอร์ไซด์รับจ้าง มีเพียงกรณีศึกษาเดียวที่ผู้สูงอายุในครอบครัวมีปัญหาสุขภาพที่ต้องมีการออกกำลังกายและไปพบแพทย์อย่างสม่ำเสมอ

5.1.3 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโครงการ

ตารางที่ 5.3

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทำเลที่ตั้งโครงการ กลุ่มกรณีศึกษาที่ซื้อแล้ว

กรณีศึกษา	กรณีศึกษา 1	กรณีศึกษา 2	กรณีศึกษา 3	กรณีศึกษา 4	กรณีศึกษา 5
สิ่งอำนวยความสะดวกใกล้เคียงโครงการ	ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ	ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ	ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ	มีผลต่อการตัดสินใจ เช่น ตลาด ร้านสะดวกซื้อ	มีผลต่อการตัดสินใจ เช่น ห้างสรรพสินค้า
สภาพแวดล้อมภายนอกโครงการ	ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ	มีผลต่อการตัดสินใจ เช่น เข้าซอยไม่ลึก	มีผลต่อการตัดสินใจ เช่น ไม่ไกลจากบ้านเดิม	มีผลต่อการตัดสินใจ เช่น เข้าซอยไม่ลึก	มีผลต่อการตัดสินใจ เช่น เข้าซอยไม่ลึก

ตารางที่ 5.4

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทำเลที่ตั้งโครงการ กลุ่มกรณีศึกษาที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อ

กรณีศึกษา	กรณีศึกษา 6	กรณีศึกษา 7	กรณีศึกษา 8	กรณีศึกษา 9	กรณีศึกษา 10
สิ่งอำนวยความสะดวกใกล้เคียงโครงการ	มีผลต่อการตัดสินใจ เช่น ตลาด ร้านสะดวกซื้อ	มีผลต่อการตัดสินใจ น้อย	มีผลต่อการตัดสินใจ เช่น ตลาด โรงพยาบาล	มีผลต่อการตัดสินใจ เช่น ตลาด ร้านสะดวกซื้อ	มีผลต่อการตัดสินใจ เช่น ตลาด ร้านสะดวกซื้อ
สภาพแวดล้อมภายนอกโครงการ	มีผลต่อการตัดสินใจ เช่น เข้าซอยไม่ลึก	มีผลต่อการตัดสินใจ เช่น ไม่ไกลจากบ้านเดิม	มีผลต่อการตัดสินใจ เช่น ไม่ไกลจากบ้านเดิม	มีผลต่อการตัดสินใจ เช่น เข้าซอยไม่ลึก	มีผลต่อการตัดสินใจ เช่น เข้าซอยไม่ลึก

แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ สิ่งอำนวยความสะดวกใกล้เคียงโครงการที่จำเป็นสำหรับการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุในครอบครัว คือ ตลาด ร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า ซึ่งควรอยู่ใกล้เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถเดินทางไปซื้อหาอาหารเองได้อย่างสะดวก ซึ่งประเด็นนี้ผู้สูงอายุที่อยู่ในการสัมภาษณ์ก็มีการแสดงความเห็นเรื่องนี้เช่นกัน การใกล้โรงพยาบาลเป็นเรื่องรองลง อาจจะเป็นเนื่องจากผู้สูงอายุที่อยู่อาศัย

ในครอบครัวของกรณีศึกษาส่วนใหญ่ยังมีสุขภาพที่แข็งแรง ส่วนที่ตั้งโครงการต้องไม่ห่างจากถนนสายหลักมากนัก ไม่เปลี่ยว มีรถสาธารณะให้บริการ นำมาซึ่งคำแนะนำของกรณีศึกษาว่า บริการที่ต้องการเพิ่มจากโครงการ คือ การเรียกรถสาธารณะให้กับผู้สูงอายุ ทั้งนี้เหตุผลคือ การอำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุ อีกทั้งผู้สูงอายุยังออกความเห็นในเรื่องเส้นทางการเดินทางว่า สมาชิกในครอบครัวสามารถไปมาหาสู่กันได้ ไม่ไกลจากทำงานของลูก หรือไม่ไกลจากที่อยู่เดิม

5.1.4 ลักษณะทางกายภาพของบ้าน

ตารางที่ 5.5

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะทางกายภาพของบ้าน โดยแบ่งเป็นภายในกับภายในและภายนอกบ้าน ที่ต้องเตรียมความพร้อมในการอยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ กลุ่มกรณีศึกษาที่ซื้อแล้ว

กรณีศึกษา	กรณีศึกษา 1	กรณีศึกษา 2	กรณีศึกษา 3	กรณีศึกษา 4	กรณีศึกษา 5
พื้นที่ใช้สอยภายในบ้าน	ห้องนอนล่าง	ห้องนอนล่าง	ห้องนอนล่าง	ห้องนอนล่าง	ห้องนอนล่าง
วัสดุ	พื้นห้องน้ำไม่ลื่น	พื้นห้องน้ำไม่ลื่น	ไม่ระบุ	พื้นห้องน้ำไม่ลื่น นั่งอาบน้	พื้นห้องน้ำไม่ลื่น
การออกแบบภายในบ้าน	ไม่ระบุ	ทางลาด	ไม่ระบุ	บ้านไม่เล่นระดับ	ไฟแสงสว่างข้างบ้าน, หลังบ้าน
สวนภายนอกบ้าน	ต้นไม้ร่มรื่น	ต้นไม้ร่มรื่น	สนามหญ้าที่ดูแลง่าย	ต้นไม้ร่มรื่น สนามหญ้ากว้างๆ	สวนที่ดูแลง่าย
ขนาดที่ดินตารางวา	51	72	70	110	55
อื่นๆ	ต่อเติมครัว, ห้องเก็บของ, ห้องพระ	ไม่มี	ต่อเติมหลังคาที่ จอดรถเพิ่ม ห้องพระ	ไม่มี	ทางลาด, ราวจับทำในอนาคต

ตารางที่ 5.6

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะทางกายภาพของบ้าน โดยแบ่งเป็นภายในกับภายในและภายนอกบ้าน ที่ต้องเตรียมความพร้อมในการอยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ กลุ่มกรณีศึกษาที่ยังไม่ซื้อ

กรณีศึกษา	กรณีศึกษา 6	กรณีศึกษา 7	กรณีศึกษา 8	กรณีศึกษา 9	กรณีศึกษา 10
พื้นที่ใช้สอยภายในบ้าน	ห้องนอนล่าง บันไดไม้ชั้น	ห้องนอนล่าง	ห้องนอนล่าง ห้องพระ	ห้องนอนล่าง	ห้องนอนล่าง ห้องน้ำล่างมีส่วน อาบน้ำ
วัสดุ	พื้นห้องน้ำไม่ลื่น	พื้นห้องน้ำไม่ลื่น	พื้นห้องน้ำไม่ลื่น มีที่นั่งอาบ	พื้นห้องน้ำไม่ลื่น มีที่นั่งอาบ	พื้นห้องน้ำไม่ลื่น
การออกแบบภายในบ้าน	ไม่ระบุ	ระดับพื้นชั้นล่าง เท่ากัน	ไม่ระบุ	บันไดมีชานพัก	ระดับพื้นชั้นล่าง เท่ากัน
สวนภายนอกบ้าน	ต้นไม้ร่มรื่น	ต้นไม้ร่มรื่น	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ต้นไม้ร่มรื่น
ขนาดที่ดินตารางวา	50	50	70	80	50
อื่นๆ	ไม่ระบุ	ต่อเติมห้องนอน ล่าง	ทำกันสาดรอบ บ้าน	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ

พื้นที่ใช้สอยภายในบ้านที่ตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุ คือ ต้องมีห้องนอนล่าง “ต้องการห้องชั้นล่างให้คุณแม่ หากบ้านที่มีพื้นที่ที่สามารถต่อเติมได้ในอนาคต” “ต้องการห้องข้างล่าง และต้องการห้องพระเพราะคุณย่าต้องการก็เลยต้องเลือกบ้านที่มีส่วนพักผ่อน ชั้นบนที่วางโต๊ะหมู่บูชาพระได้ซึ่งคุณย่าก็จะขึ้นมาราบพระที่ชั้นบน ส่วนนอนก็นอนข้างล่างไป”

ในห้องน้ำพื้นกระเบื้องต้องไม่ลื่นและควรมีที่นั่งอาบน้ำให้ด้วย ส่วนระดับพื้นควร จะเสมอกันทั้งชั้น ไม่ควรเล่นระดับ “ดูห้องน้ำมีกระเบื้องกันลื่น” “พื้นห้องน้ำล่างต้องไม่ลื่น” “ก็ดูพื้นไม่ให้ลื่น”

ส่วนสวนรอบบ้าน “ต้นไม้ที่ให้ไม่ค่อยให้ร่มเงา” “ต้นไม้ที่ให้ไม่ค่อยร่ม ต้องการเป็นระแนง คิดว่าจะทำในอนาคตตอนที่ต่อเติมห้องนอนล่างให้คุณแม่” “ขอให้ร่มรื่น” จากกรณีศึกษา ติความได้ว่า ต้องการที่เป็นต้นไม้ที่ให้ความร่มรื่นเป็นไม้ใบใหญ่ ที่มีการผลัดใบไม่บ่อย และต้องดูแลง่าย เพราะสวนเป็นงานหลักงานหนึ่งของผู้สูงอายุ มีผู้สูงอายุท่านหนึ่งที่อยู่ในระหว่างสัมภาษณ์ว่า ถ้าต้นไม้รกจะมีงู มีงูด้วยควมที่มีหลานอยู่ด้วยก็จะมีควมกังวล

ส่วนเรื่องทางลาด ราวจับรอบบ้าน กรณีศึกษามองว่ายังไม่มีความจำเป็น เนื่องจากผู้สูงอายุในครอบครัวค่อนข้างแข็งแรงและการมีพื้นที่ให้สามารถออกกำลังกายได้ก็จะช่วยเสริมสร้างให้สุขภาพแข็งแรงอยู่

5.1.5 ลักษณะทางกายภาพโครงการที่ตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุ

ตารางที่ 5.7

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพโครงการที่ต้องเตรียมความพร้อมในการอยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุกลุ่ม
กรณีศึกษาที่ซื้อแล้ว

กรณีศึกษา	กรณีศึกษา 1	กรณีศึกษา 2	กรณีศึกษา 3	กรณีศึกษา 4	กรณีศึกษา 5
สวน ส่วนกลาง	เครื่องออกกำลังกาย กลางแจ้ง	No idea	No idea	บรรยากาศดี ๆ	ต้องการต้นไม้ใหญ่ เก้าอี้นั่งเล่น
อาคาร สโมสร	No idea	No idea	No idea	No idea	No idea
สาธารณูป โภคต่าง ๆ	ที่เตรียมไว้ก็ ok แล้ว	ที่เตรียมไว้ก็ ok แล้ว	ที่เตรียมไว้ก็ ok แล้ว	ที่เตรียมไว้ก็ ok แล้ว	ที่เตรียมไว้ก็ ok แล้ว

ตารางที่ 5.8

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพโครงการที่ต้องเตรียมความพร้อมในการอยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุกลุ่ม
กรณีศึกษาที่ยังไม่ซื้อ

กรณีศึกษา	กรณีศึกษา 6	กรณีศึกษา 7	กรณีศึกษา 8	กรณีศึกษา 9	กรณีศึกษา 10
สวน ส่วนกลาง	สนามหญ้า	เครื่องออกกำลังกาย กลางแจ้ง	บรรยากาศดี ๆ	ร่มรื่น	สวนกว้าง ๆ
อาคาร สโมสร	สระว่ายน้ำ	สระว่ายน้ำ	สระว่ายน้ำ	สระว่ายน้ำ Fitness	ไม่ระบุ
สาธารณูป โภคต่าง ๆ	ที่เตรียมไว้ก็ ok แล้ว	ที่เตรียมไว้ก็ ok แล้ว	ที่เตรียมไว้ก็ ok แล้ว	ที่เตรียมไว้ก็ ok แล้ว	ที่เตรียมไว้ก็ ok แล้ว

ต้องการสภาพโครงการที่บรรยากาศดี ๆ สวนส่วนกลางมีต้นไม้ใหญ่ที่ให้ความร่ม
รื่น กิจกรรมที่ผู้สูงอายุทำในพื้นที่ส่วนกลาง คือ การเดินออกกำลังกายในช่วงเช้าหรือเย็นซึ่งเป็น
กิจกรรมที่สามารถทำได้โดยไม่ต้องมีสมาชิกในครอบครัวมาด้วย หรือมีเครื่องออกกำลังกาย
กลางแจ้งให้เล่นระหว่างที่คอยหลาน “อยากให้มีเครื่องออกกำลังกายกลางแจ้ง เพราะน่าจะเหมาะกับ

คุณตาคุณยาย ปู่ย่าที่มาเลี้ยงน้อง ระหว่างที่พาหลานมาเดินเล่น ผู้สูงอายุก็สามารถออกกำลังกายรอได้ น่าจะดีน่าจะเป็นแบบนี้ สรว่ายน้ำก็อาจจะมาใช้เค้าจะได้ออกกำลังกาย”

ส่วนการทำกิจกรรมที่อาคารสโมสร คาดว่าผู้สูงอายุจะมาใช้บริการน้อยเนื่องจากต้องมีสมาชิกในครอบครัวมาด้วยซึ่งไม่สะดวกในการใช้งาน “ชอบบรรยากาศของโครงการ คิดว่าค่าน่าจะชอบว่ายน้ำ แต่ไม่น่ามาเองคงต้องมาด้วยกันไม่อายุ ไม่เขิน แต่ถ้าเค้าจมน้ำไปก็คงไม่มีใครดู ก็คนแก่ใจ”

5.1.6 บริการที่ต้องการเพิ่มเติมจากโครงการสำหรับผู้สูงอายุ

ตารางที่ 5.9

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพโครงการที่ต้องเตรียมความพร้อมในการอยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุกลุ่ม
กรณีศึกษาที่ซื้อแล้ว

กรณีศึกษา	กรณีศึกษา 1	กรณีศึกษา 2	กรณีศึกษา 3	กรณีศึกษา 4	กรณีศึกษา 5
รปภ.	เรียกแท็กซี่	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ช่วยเหลือยาม ฉุกเฉิน	ไม่ระบุ
นิติบุคคล	ไม่ระบุ	รถกอล์ฟมาส่ง หน้าหมู่บ้าน	ไม่ระบุ	ไม่มี	รถกอล์ฟมาส่ง หน้าหมู่บ้าน

บริการที่ต้องการเพิ่มเติมจากโครงการ คือ ต้องการให้เรียกรถสาธารณะให้ เช่น มอเตอร์ไซรับจ้าง แท็กซี่ รถสองแถว รถกอล์ฟ แคะให้ผู้สูงอายุสามารถไปต่อรถที่ถนนเมนได้ “ทางโครงการมีรถที่จะรับคนจากในหมู่บ้านออกมาด้านนอก (หน้าโครงการ)ริมถนน ลักษณะเป็นรถกอล์ฟ ช่วงเช้าที่คนจะออกมาทำงานกับช่วงเย็น เช้าชม.หนึ่ง เย็นชม.หนึ่งออกทุกๆ 15 นาทีก็คิดว่า ดีนะค่ะ” และการให้ความช่วยเหลือเมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินกับผู้สูงอายุ เช่น มีปุ่มกดฉุกเฉินดังที่ป้อม รปภ.

จากการศึกษาเมื่อถึงกรณีศึกษาที่ 5,6 ความรู้ที่ได้เริ่มคงที่ หลังจากนั้นเพื่อเป็นการยืนยันความรู้จึงได้ทำศึกษกรณีศึกษาให้ครบ 10 กรณีศึกษา

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบว่าผู้สูงอายุมีอิทธิพลต่อการซื้อบ้านของกลุ่มผู้บริโภครวมถึงผู้สูงอายุพักอาศัยอยู่ รวมไปถึงพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุในชีวิตประจำวันสามารถนำมาใช้ประกอบการทำธุรกิจบ้านจัดสรรโดยกำหนดเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดได้เป็นดังนี้

1. พฤติกรรมผู้สูงอายุ ควรคำนึงถึงพฤติกรรมของผู้สูงอายุในการออกแบบบ้านและโครงการ ที่เอื้อต่อการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุ โดยเน้นเรื่องความปลอดภัย การส่งเสริมสุขภาพ และการดูแลง่าย ถ้าผู้บริโภครวมถึงผู้สูงอายุมาดูบ้านด้วยต้องออกแบบบ้านให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้สูงอายุ เพราะผู้สูงอายุในสังคมมีแนวโน้มที่สูงขึ้น

2. ที่ตั้งโครงการ ควรใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตลาด ร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถซื้อหาอาหารได้

3. ลักษณะกายภาพทั้งภายในและภายนอกบ้าน พื้นที่ใช้สอยของบ้านต้องมีห้องนอนล่าง โดยที่ระดับพื้นชั้นต้องเป็นระนาบเดียวกัน กระเบื้องห้องน้ำล่างต้องไม่ลื่น เพื่อให้ผู้สูงอายุมีความปลอดภัยในการอยู่อาศัย ครุฑควรเป็นครุฑไทยที่สามารถทำอาหารไทยได้ พื้นที่จอดรถที่เตรียมให้ผู้สูงอายุด้วย สวนควรปลูกต้นไม้ที่มีลักษณะใบใหญ่ที่ให้ร่มเงาและการดูแลง่าย พื้นที่ส่วนกลางที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ ควรมีสวนสาธารณะที่ร่มรื่น เพื่อให้สามารถมาเดินออกกำลังกาย หรืออาจจะมีเพิ่มเติมเครื่องออกกำลังกายกลางแจ้ง ส่วนตัวอาคารสโมสรไม่ค่อยมีความจำเป็นเท่าไรนัก

4. บริการที่ต้องการจากโครงการ คือ การเรียกรถสาธารณะหรือรถแท็กซี่ให้กับผู้สูงอายุ และการให้ความช่วยเหลือเมื่อผู้สูงอายุร้องขอ เช่น การช่วยยกของ หรือมีเรื่องฉุกเฉิน ซึ่งบุคคลากรด้านความรักษาความปลอดภัย ต้องมีคุณภาพที่มีใจรักการให้บริการ ควรมีการอบรมให้ความรู้เรื่องการช่วยเหลือผู้สูงอายุเบื้องต้นเมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน

5.3 ข้อจำกัดในการวิจัย

การสัมภาษณ์กรณีศึกษา 10 ราย ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ผู้ที่ซื้อและกำลังตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย ในระหว่างการสัมภาษณ์มีผู้สูงอายุให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เพียง 3 รายเท่านั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนมากขึ้นควรต้องทำการสัมภาษณ์ผู้สูงอายุในกรณีศึกษาเพิ่มเติม

5.4 ข้อเสนอแนะงานวิจัยต่อเนื่อง

ในงานวิจัยนี้มีข้อเสนอแนะ เพิ่มเติม ดังนี้

1. ควรเข้าไปดูที่อยู่อาศัยของผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อให้เห็นภาพข้อมูลของแต่ละกรณีศึกษาชัดเจนมากขึ้น
2. ควรเพิ่มเติมการสัมภาษณ์ผู้สูงอายุในครอบครัวของกรณีศึกษาทุกรายด้วย เพิ่มเป็นการศึกษาข้อมูลทั้งด้านผู้ที่ซื้อกับผู้สูงอายุ จะได้มีข้อมูลประกอบการศึกษาอย่างครอบคลุมมากขึ้น
3. ควรเพิ่มการศึกษาในเชิงปริมาณและ focus group เพื่อให้ได้ปริมาณมาสนับสนุนงานวิจัยมากขึ้น



รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2554). *การตลาดอสังหาริมทรัพย์ยุคใหม่ Real Estate Real Marketing*.

กรุงเทพฯ: ฐานการพิมพ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาด และกรณีศึกษา*.

กรุงเทพฯ: ไดมอนด์ บิสซิเนส เวิร์ล.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2557). *การสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2557*.

บทความ

ฐานเศรษฐกิจ, 36 (3,132) วันที่ 18-20 กุมภาพันธ์ 2559

SCB EIC Economic Intelligence Center.

วิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ

กรรณกรณ ชาญยุทธกร. (2554). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขต*

กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศิลปากร,

คณะบริหารธุรกิจ, สาขาประกอบการ.

เฉลิมพงศ์ ชยวิทย์โต. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยว 3-5 ล้านบาทของผู้บริโภคใน*

กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,

คณะบริหารธุรกิจ.

เดชะ บุญชัย. (2539). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรระดับราคาปานกลางของ*

ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร การตลาด การพยากรณ์ตลาดและการขาย นโยบาย

การบริหารและราคา. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ต้องตา สุวรรณ. (2545). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภคในเขต*

กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ).

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย.

- ทิฆัมพร ดอกบัว. (2542). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลก่อนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
- ทิพย์อรุณ สมภู. (2552). *คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ : กรณีศึกษาสมาชิกชมรมผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา, สาขาวิชาสังคมวิทยา.
- ธัมโชติ ธัมประพาสะอัคร, ศิริส โอภาคเจริญ, และ อัญชิษฐ์ เจริญผล. (2548). *แนวโน้มความต้องการที่พักอาศัยของคนรุ่นใหม่ในอนาคต*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- นภาพรณ หะวานนท์, และ อีรวีย์ วรธโนทัย. (2552). *ทิศทางใหม่ของการพัฒนาการอยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุในสังคมไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์.
- บัณฑิต จุลาลัย และ ยุวดี ศิริ. (2544). *การตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของประชากรในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, ภาควิชาเคหการ.
- มณี กองเกตใหญ่. (2548). *พฤติกรรมการซื้อบ้านเดี่ยวระดับราคา 3-5 ล้านบาทของประชากรในจังหวัดนนทบุรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ.
- เลอพงค์ ลดาพงษ์พัฒนา. (2549). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกริก, คณะบริหารธุรกิจ.
- วิสุทธิ์ กัลยาศิริ. (2545). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยกรณีเขตบางเขน*. (การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ.
- สิริมาส วิทยาพันธ์ประชา, กิตติโชค อยู่ไต้รัมย์บุญ, และ ธนะชัย นราภิรักษ์. (2549). *การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยแต่ละประเภทของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- สุรศักดิ์ แพร่พาณิชย์กุล. (2547). *ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยแบบบ้านเดี่ยวในโครงการจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

- หัตถ์ราชย์ มิ่งพิไล. (2548). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ.
- อัจฉราพร ศิริไพรวรรณ. (2549). พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในเขต กรุงเทพมหานครตอนเหนือ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ.
- อัจฉราวรรณ งามญาณ และ ณัฐวิชัย เผ่าภู. (2555). การเตรียมตัวทางการเงิน และลักษณะ บ้านพักหลังเกษียณที่ต้องการ. (รายงานการศึกษาอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, สาขาการบัญชี.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 139. สืบค้นจาก <http://law.longdo.com/law/714>
<http://thinkofliving.com/>

Books

- Engel, J. F., Kollat, D. T., & Blackwell, R. D. (1968). *Consumer behavior*. New York: Holt, Rinehart, and Winston
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1996). *Principles of Marketing* (8th ed.). Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Person Education.

Articles

- Gibler K.M., Lumpkin J.R., & Moschis G.P. (1997). Mature Consumer Awareness and Attitudes toward Retirement Housing and Long-Term Care Alternatives. *The Journal of Consumer Affairs*.
- Tyvimaa, T., & Gibler, K. M. (2012). *Pull Factors Attracting Residents to Finnish Senior Houses*. Tampere University of Technology, M.Sc. (civ.eng.) Researcher, Tampere University of Technology, Tampere.



ภาคผนวก

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

คำชี้แจง :

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ) สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาค้นหาและศึกษาการเตรียมความพร้อมของที่อยู่อาศัยสำหรับสมาชิกในครอบครัวที่เป็นผู้สูงอายุ ของกรณีศึกษาที่มีความต้องการซื้อหรือซื้อบ้านเดี่ยวระดับราคามากกว่า 5 ล้านบาท ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล งานวิจัยนี้เพื่อเป็นประโยชน์นำไปเป็นแนวทางวางแผนกลยุทธ์ทางด้านโครงการพัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลการตอบแบบสอบถามของท่านไว้เป็นความลับ และใช้ข้อมูลดังกล่าวเพื่อวัตถุประสงค์ตามที่ระบุไว้ข้างต้นเท่านั้น

ในการนี้ ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากทุกท่านในการตอบคำถามโดยครบถ้วนตามความเป็นจริงและตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด และขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ขวัญใจ ช่างหล้า

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
โทร.081-751-9409 email: kwanjainon@gmail.com

ส่วนที่ 1 ข้อมูลกรณีศึกษา

1. ชื่อ-สกุล
2. อายุ.....
3. อาชีพ.....
4. โครงการที่ซื้อหรือโครงการที่สนใจ.....แบบบ้าน.....
ขนาดที่ดิน.....
5. จำนวนสมาชิกในครอบครัว.....
6. ผู้สูงอายุที่ในครอบครัว.....อายุ.....
7. รายได้ครอบครัว.....

ส่วนที่ 2 การเตรียมความพร้อมที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุในครอบครัว

1. กิจกรรมที่ผู้สูงอายุในครอบครัวของท่านเป็นอย่างไร
 - 1.1 ผู้สูงอายุ
 - 1.1.1 วันธรรมดา
 - 1.1.2 วันหยุด เสาร์ อาทิตย์
 - 1.1.3 วันหยุดยาว
 - 1.2 กรณีศึกษา
 - 1.2.1 วันธรรมดา
 - 1.2.2 วันหยุด เสาร์ อาทิตย์
 - 1.2.3 วันหยุดยาว
2. ทำเลที่ตั้งโครงการ
 - 2.1 สิ่งอำนวยความสะดวกใกล้เคียงโครงการ เช่น ร้านอาหาร, ที่ทำงาน, รพ., วัด, ตลาด, ศูนย์การค้า
 - 2.2 สภาพแวดล้อมภายนอกโครงการ เช่น สภาพซอย (ลิ้งค์แค้ไหน การเดินทางเข้าออก),
3. บ้านหลังใหม่ที่ท่านต้องการซื้อ ท่านคิดว่าต้องเตรียมความพร้อมในการอยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุอย่างไร
 - 3.1 กายภาพภายในบ้าน
 - 3.1.1 พื้นที่ใช้สอยภายในบ้าน เช่น ขนาดห้อง ตำแหน่งห้องต่างๆ ห้องน้ำ พื้นที่พักผ่อน
 - 3.1.2 วัสดุ เช่น อุปกรณ์ ราวจับ
 - 3.1.3 การออกแบบภายใน เช่น ระดับของพื้น ทางลาด ขนาดช่องประตู

- 3.2 กายภาพภายนอกบ้าน
 - 3.2.1 สวนภายนอก เช่น ต้องการการตกแต่งอย่างไร
 - 3.2.2 ขนาดที่ดิน
 - 3.2.3 คำแนะนำเพิ่ม
4. พื้นที่ส่วนกลางที่คิดว่า จำเป็นสำหรับผู้สูงอายุ ควรเป็นอย่างไร
 - 4.1 สวนส่วนกลาง เช่น เครื่องออกกำลังกาย ลานอเนกประสงค์
 - 4.2 อาคารสโมสร เช่น ทางลาด สระว่ายน้ำ
 - 4.3 สาธารณูปโภคต่างๆ เช่น ถนน ไฟแสงจันทร์ ทางเท้า
 - 4.4 คำแนะนำ
5. บริการส่วนกลางที่ท่านคิดว่า ควรเตรียมไว้สำหรับผู้สูงอายุ ควรเป็นอย่างไร
 - 5.1 ส่วนที่เกี่ยวข้องพนักงาน รปภ.
 - 5.2 ส่วนที่เกี่ยวกับนิติบุคคล
6. ท่านได้มีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการเตรียมที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุเพื่อการซื้อบ้านหลังใหม่ทางใดบ้าง
 - 6.1 on line
 - 6.2 off line
7. อื่นๆ
 - 7.1 ชื่อเสียงผู้ประกอบการ
 - 7.2 การเงิน
 - 7.2.1 ผู้สูงอายุให้ความช่วยเหลือในการซื้อบ้าน
 - 7.2.2 ดอกเบี้ย การผ่อน ค่าใช้จ่ายส่วนกลาง

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่เสียสละเวลาในการให้สัมภาษณ์ในครั้งนี้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางขวัญใจ ช่างหล้า
วันเดือนปีเกิด	10 พฤศจิกายน 2511
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2533: พานิชยศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ตำแหน่ง	ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายกลุ่มโครงการ บริษัท แลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน)
ประสบการณ์ทำงาน	2559-ปัจจุบัน: ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่าย บริหารการตลาด บริษัท แลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน) 2556-2559: ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่าย บริหารงานขาย บริษัท แลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน) 2553-2556: ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่าย บริหารการตลาด บริษัท แลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน) 2549-2553: ผู้จัดการส่วนการตลาด บริษัท แลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน) 2537-2549: ผู้ช่วยผู้จัดการส่วนการตลาด บริษัท แลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน)