ปัจจัยและทัศนคติที่มีผลต่อการเข้าพักอาศัยในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย (Retirement Community)

ธมนวรรณ วงศ์หนองเตย

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยและทัศนคติที่มีผลต่อการเข้าพักอาศัยในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย

(Retirement Community)

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564

.....

นางสาวธมนวรรณ วงศ์หนองเตย

ผู้วิจัย

.....

บุญยิ่ง คงอาชาภัทร

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....

ธีรพงษ์ ปิณจีเสคิกุล

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

.....

รองศาสตราจารย์วิชิตา รักธรรม

Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

.....

รองศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุรวัฒน์

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่องปัจจัยและทัศนคติที่มีผลต่อการเข้าพักอาศัยในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย (Retirement Community) ฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก ผศ.ดร.บุญยิ่ง คงอาชาภัทร ที่ได้สละเวลาให้คำแนะนำในฐานะอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อให้ผู้วิจัยเกิดความเข้าใจถึงแนวทางในการค้นหาข้อมูลประกอบการทำงานวิจัย รวมถึงขั้นตอนการทำวิจัยดี และการนำเสนอรายงานอย่างเป็นขั้นตอน จนกระทั้งเสร็จสมบูรณ์ตามระยะเวลาที่กำหนด ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของอาจารย์เป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดาและครอบครัวที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจสำคัญกับผู้วิจัย ขอกราบขอบพระคุณท่านผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ให้คำแนะนำ และข้อเสนอแนะต่างๆในการปรับปรุงงานวิจัยให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความกรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในการศึกษาครั้งนี้ และขอขอบคุณพี่ๆ เพื่อนๆ น้องๆ ทุกท่านที่สนับสนุนและเป็นกำลังใจให้กันตลอดมา จนทำให้การศึกษาอิสระในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจและเป็นแนวทางในการศึกษาเรื่องนี้เพิ่มเติมต่อไปได้ในอนาคต หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอรับไว้และขออภัยมา ณ ที่นี้

ธมนวรรณ วงศ์หนองเตย

ปัจจัยและทัศนคติที่มีผลต่อการเข้าพักอาศัยในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย (Retirement Community)

FACTORS AND ATTITUDES AFFECTING STAYING IN RETIREMENT COMMUNITY

ธมนวรรณ วงศ์หนองเตย 6350136

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: : ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, Ph.D., รองศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุรวัฒน์, Ph.D., ธีรพงษ์ ปิณจีเสคิกุล, Ph.D.

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องปัจจัยและทัศนคติที่มีผลต่อการเข้าพักอาศัยในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยและแรงจูงใจที่มีผลต่อการเลือกเข้าพักอาศัยในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ และศึกษาข้อมูลเชิงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเข้าพักอาศัยในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยทำการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง คือ กลุ่มตัวอย่างเป็นบุคคลที่มีอายุ 40-65ปี ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยและมีความสนใจเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ โดยเป็นการตอบแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์จำนวน 386 ตัวอย่างและวิเคราะห์ผลด้วยวิธีทางสถิติ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่ามัชฌิมาเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมาอธิบายลักษณะข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์องค์ประกอบ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ

ผลการศึกษาพบว่าลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย คือ เพศ อายุ ถิ่นที่อยู่อาศัย สถานะภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) ,ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) ,ปัจจัยด้านราคา (Price) และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย (Retirement Community) / ผู้สูงวัย / ความตั้งใจในการเข้าพักอาศัย/ ส่วนผสมทางการตลาด

95 หน้า

สารบัญ

		หน้า
กิตติกรรมประกาศ		**ข**
บทคัดย่อ		**ค**
สารบัญตาราง		**ซ**
สารบัญรูปภาพ		**ฎ**
บทที่ 1	**บทนำ**	**1**
	1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
	1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	8
	1.3 คำถามงานวิจัย	8
	1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย	8
	1.5 ขอบเขตของงานวิจัยและคำศัพท์เฉพาะ	9
	1.5.1 ขอบเขตด้านประชากร	9
	1.5.2 ขอบเขตด้านระยะเวลา	9
	1.6 คำศัพท์เฉพาะ	9
บทที่ 2	**ทบทวนวรรณกรรม**	**12**
	2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	12
	2.1.1 แนวคิดทฤษฎีด้านลักษณะประชากรศาสตร์	12
	2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of needs)	13
	2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	14
	2.1.4 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Mix '7Ps)	18
	2.1.5 แนวคิดการจัดการที่พักอาศัยของผู้สูงอายุ	19
	2.1.6 แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of planned behavior: TPB)	20
	2.1.7 แนวคิดทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (The Theory of Reasoned Action)	21

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
	2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
บทที่ 3	**วิธีการวิจัย**	**30**
	3.1 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยและกรอบการวิจัย	30
	3.1.1 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	30
	3.1.2 กรอบการวิจัย	31
	3.2 สมมติฐานงานวิจัย	32
	3.3 ประชากร ขนาดกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง	32
	3.3.1 ประชากร	32
	3.3.2 ขนาดกลุ่มตัวอย่าง	32
	3.3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง	33
	3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	33
	3.5 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ	41
	3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล	41
	3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล	41
	3.8 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	42
	3.8.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)	42
	3.8.2 สถิติอนุมาน (Inferential Statistics)	42
บทที่ 4	**ผลการวิเคราะห์ข้อมูล**	**44**
	4.1 การทดสอบความน่าเชื่อถือของข้อคำถาม	45
	4.1.1 การทดสอบความน่าเชื่อถือของข้อคำถาม จากค่า Cronbach's Alpha จากกลุ่ม ตัวอย่างขั้นต้น (Pre-Test) จำนวน 30 ตัวอย่าง	45
	4.1.2 การทดสอบความน่าเชื่อถือของข้อคำถาม จากค่า Cronbach's Alpha ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 386 ตัวอย่าง	47
	4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	48

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
	4.3 การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะประชากรต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	54
	4.4 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	67
	4.5 สรุปสมมติฐาน	72
บทที่ 5	**สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ**	**76**
	5.1 สรุปผลการวิจัย	76
	5.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	76
	5.1.2 บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าพักอาศัยในที่พักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุของกลุ่มตัวอย่าง	77
	5.1.3 วัยที่กลุ่มตัวอย่างสนใจจะเข้าพักในที่พักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุ	77
	5.1.4 การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะประชากรต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	77
	5.1.5 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	79
	5.2 อภิปรายผลการวิจัย	79
	5.2.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์	80
	5.2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	81
	5.2.3ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าพักอาศัยและช่วงวัยที่คนสนใจเข้าพักในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	82
	5.3 ข้อเสนอแนะ	82
	5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการหรือนักการตลาด เพื่อพัฒนากลยุทธ์	82
	5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป	83

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	**84**
ภาคผนวก	**87**
ภาคผนวก ก	88
ประวัติผู้วิจัย	**95**

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
3.1	ตารางแสดงเกณฑ์การให้คะแนนสำหรับความเห็นในระดับต่างๆ	36
3.2	ตารางแสดงการแปลผลของค่าเฉลี่ยคะแนนในระดับต่างๆ	37
3.3	ตารางแสดงเกณฑ์การให้คะแนนสำหรับความเห็นในระดับต่างๆ	40
3.4	ตารางแสดงการแปลผลของค่าเฉลี่ยคะแนนในระดับต่างๆ	40
4.1	แสดงค่าความสอดคล้องของข้อคำถามจากค่า Cronbach' s Alpha ณ ระดับ ต่างๆ	45
4.2	ค่าอัลฟาแสดงความน่าเชื่อถือของข้อคำถามของปัจจัยและทัศนคติที่มีผลต่อการเข้าพักอาศัยในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย (Retirement Community) จากกลุ่มตัวอย่าง 30 ตัวอย่าง ได้ผลการตรวจสอบ	46
4.3	ค่าอัลฟาแสดงความน่าเชื่อถือของข้อคำถามของปัจจัยและทัศนคติที่มีผลต่อการเข้าพักอาศัยในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย (Retirement Community) จากกลุ่มตัวอย่าง 386 ตัวอย่าง ได้ผลการตรวจสอบ	47
4.4	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	48
4.5	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	48
4.6	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามถิ่นที่อยู่อาศัยปัจจุบัน	49
4.7	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามด้านสถานภาพสมรส	49
4.8	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามด้านจำนวนบุตร	50
4.9	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.10	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกรรมสิทธิ์ที่พักอาศัย	51
4.11	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	51
4.12	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	52
4.13	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าพักอาศัยในที่พักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุของกลุ่มตัวอย่าง	52
4.14	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของวัยที่กลุ่มตัวอย่างสนใจจะเข้าพักในที่พักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุ	53
4.15	ความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยในแต่ละเพศ	54
4.16	การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านเพศ	54
4.17	การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านอายุ	55
4.18	ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านอายุต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	55
4.19	ความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยในแต่ละระดับอายุ	56
4.20	ความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยในแต่ละถิ่นที่อยู่อาศัย	56
4.21	การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านลักษณะถิ่นที่อยู่อาศัย	57
4.22	การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านสถานะภาพสมรส	57
4.23	ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านสถานะภาพสมรสต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	58

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.24	ความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยในแต่ละสถานะภาพสมรส	58
4.25	ความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยตามจำนวนบุตร	59
4.26	การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านลักษณะจำนวนบุตร	59
4.27	การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านลักษณะที่อยู่อาศัย	60
4.28	ความตั้งใจ(Intention)ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยในในด้านลักษณะที่อยู่อาศัย	60
4.29	ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านลักษณะที่อยู่อาศัยต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	61
4.30	การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย	62
4.31	ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	63
4.32	ความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยในในด้านกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย	63
4.33	การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านระดับการศึกษา	64
4.34	ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านระดับการศึกษา ต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	64
4.35	ความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยในในด้านระดับการศึกษา	65
4.36	การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	65
4.37	ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	66
4.38	ความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยในในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	67

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.39	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior), ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm), ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control), ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เช่น ด้านผลิตภัณฑ์(Product), ด้านราคา (Price), ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place), ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	69
4.40	ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธ์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior), ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm), ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control), ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เช่น ด้านผลิตภัณฑ์(Product), ด้านราคา (Price), ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place), ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	70
4.41	ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธ์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior), ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm), ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control), ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เช่น ด้านผลิตภัณฑ์(Product), ด้านราคา (Price), ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place), ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	71
4.42	สรุปสมมติฐาน ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์	72

สารบัญรูปภาพ

รูปภาพ		หน้า
1.1	ตารางแสดงสถิติของผู้สูงอายุในประเทศไทยทั้ง 77 จังหวัด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563	2
1.2	แผนภูมิร้อยละของผู้สูงอายุ จำแนกตามการอยู่อาศัยในครัวเรือน พ.ศ. 2537-2560	3
1.3	ตารางแสดงสถิติผู้สูงอายุที่สำคัญ พ.ศ.2537-2560	4
1.4	อัตราส่วนผู้บริโภคไทยคิดอย่างไรกับอสังหาฯ ในยุคสังคมผู้สูงวัย	5
2.1	ทฤษฎีมาสโลว์ ลำดับขั้นความต้องการ (Maslow's hierarchy of needs)	14
2.2	โมเดลแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (A Model of Consumer Behavior)ของ Philip Kotler (1997)	16
2.3	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค	18
2.4	Reasons for Moving Reported by Respondents Moving to a CCRC	23
2.5	Research framework "The Influence of Brand Image on Brand Extension Evaluation: Design of the Living Intention Service Model and Brand Positioning of a Retirement Community"	24
2.6	Structural model with path coefficients.	24
2.7	Conceptual framework of the migration decision-making process of older people: regional retirement communities	26
2.8	แบบจำลองทฤษฎีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการวางแผน (TPB) เพื่อระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจ ของผู้สูงอายุที่จะย้ายเข้าไปอยู่ในบ้านพักคนชรา (Hui-Chun Huang,2012)	28
2.9	Research framework "Retirement village buying intention A case study on the Muslim and non-Muslim Malaysian elderly"	28
3.1	แสดงกรอบการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนผู้สูงอายุ	31

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

จากสถานการณ์ในปัจจุบันที่อัตราการเกิดของประชากรทั่วโลกลดลงร่วมกับการที่ประชากรมีอายุที่ยืนยาวมากขึ้นจากปัจจัยหลายๆด้าน รวมถึงการที่กลุ่มประชากรในยุค Baby boomers ได้เข้าสู่วัยสูงอายุจึงทำให้หลายๆประเทศได้ก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยข้อมูลขององค์การอนามัยโลก (WHO)ได้คาดการณ์ว่าจำนวนประชากรที่มาอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 3 ต่อปี

ประเทศไทยก็ถือได้ว่ามีการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 โดยจากข้อมูลจากกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย พบว่าข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 จากจำนวนประชากร 66.19 ล้านคน มีจำนวนประชากรผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป 11.63 ล้านคน คิดเป็น 17.57% ซึ่งถือว่าได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) และคาดว่าจะก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Complete - Aging Society) (Complete - Aged Society หมายถึงสังคมที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ) ในปี พ.ศ. 2564 และมีการคาดการณ์ว่า ใน พ.ศ. 2574 ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่สังคมสูงอายุระดับสุดยอด(Super- Aging Society) คือ มีสัดส่วนของประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 28 ของประชากรทั้งหมด ซึ่งจากการคาดประมาณการประชากรประเทศไทยของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2562) คาดการณ์ว่า ในปี พ.ศ. 2566 จะมีประชากรผู้สูงอายุสูงถึงร้อยละ 20.66 ของประชากรทั้งประเทศ และคาดว่าในปี พ.ศ. 2578 จะมีประชากรผู้สูงอายุสูงถึงร้อยละ 28.55 ของประชากรทั้งประเทศ

สถิติผู้สูงอายุของประเทศไทย 77 จังหวัด ณ.วันที่ 31 ธันวาคม 2563

รหัสจังหวัด	เพศ	จำนวนประชากรทั้งหมด			จำนวนประชากรผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป			ร้อยละ (%)
		ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	
	รวมทั้งสิ้น	32,375,532	33,811,195	66,186,727	5,130,363	6,496,767	11,627,130	17.57%
	ภาคกลาง	8,615,325	9,380,185	17,995,510	1,421,366	1,936,512	3,357,878	18.66%
	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	10,835,589	11,012,639	21,848,228	1,669,567	2,014,828	3,684,395	16.86%
	ภาคเหนือ	5,886,252	6,141,019	12,027,271	1,076,607	1,313,263	2,389,870	19.87%
	ภาคใต้	4,657,548	4,810,353	9,467,901	632,502	808,106	1,440,608	15.22%
	ภาคตะวันออก	2,380,818	2,466,999	4,847,817	330,321	424,058	754,379	15.56%

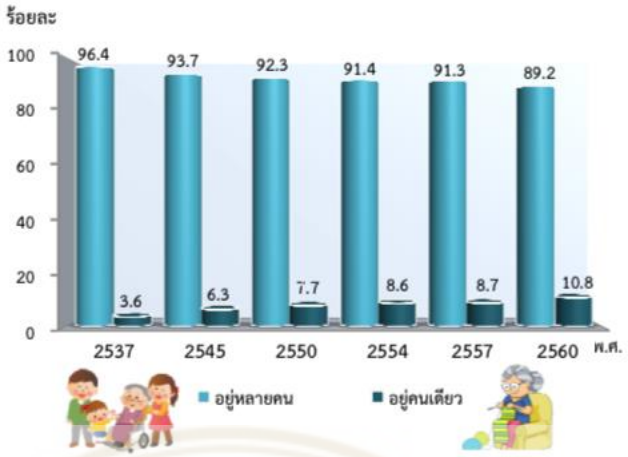
เรียงลำดับที่มีจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุด 5 จังหวัด									
10	กรุงเทพมหานคร	2,625,938	2,962,284	5,588,222	459,490	648,729	1,108,219	19.83%	1
30	นครราชสีมา	1,294,622	1,338,585	2,633,207	211,033	262,424	473,457	17.98%	2
50	เชียงใหม่	862,874	921,496	1,784,370	156,306	193,449	349,755	19.60%	3
40	ขอนแก่น	882,462	912,069	1,794,531	147,464	178,463	325,927	18.16%	4
34	อุบลราชธานี	932,400	934,297	1,866,697	132,921	156,137	289,058	15.48%	5

เรียงลำดับที่มีร้อยละผู้สูงอายุมากที่สุด 5 จังหวัด									
52	ลำปาง	355,258	373,706	728,964	82,028	95,818	177,846	24.40%	1
17	สิงห์บุรี	97,897	108,001	205,898	20,697	29,213	49,910	24.24%	2
51	ลำพูน	193,381	208,630	402,011	43,468	53,315	96,783	24.07%	3
54	แพร่	210,973	226,377	437,350	45,993	58,942	104,935	23.99%	4
18	ชัยนาท	155,013	167,464	322,477	31,836	43,044	74,880	23.22%	5

ข้อมูล..จากกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย จัดทำโดย..กรมกิจการผู้สูงอายุ

ภาพ 1.1 ตารางแสดงสถิติของผู้สูงอายุในประเทศไทยทั้ง 77 จังหวัด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563
ที่มา กรมกิจการผู้สูงอายุ

เมื่อสังคมผู้สูงอายุขยายตัวเพิ่มขึ้นจึงเป็นโอกาสที่ดีสำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุที่มีมากขึ้น และจากสถานการณ์ในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงสภาพสังคมทำให้ส่งผลให้ปัจจัยพื้นฐานอย่างที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ จึงเป็นที่ต้องการมากขึ้น จากการสำรวจข้อมูลผู้สูงอายุปี 2560 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่าสัดส่วนผู้สูงอายุที่อยู่คนเดียวอยู่ที่ประมาณ 10% ของประชากรผู้สูงอายุ ซึ่งเติบโตเพิ่มขึ้น 4.5% ในช่วงปี 2550-2560 และมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นต่อเนื่อง ทำให้ปัจจัยพื้นฐานที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ มีความต้องการตามการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรผู้สูงอายุด้วย



ภาพ 1.2 แผนภูมิร้อยละของผู้สูงอายุ จำแนกตามการอยู่อาศัยในครัวเรือน พ.ศ. 2537-2560

ที่มา สำนักงานสถิติแห่งชาติ

เพศหญิง 6,228,766 คน (ร้อยละ 55.06)

เพศชาย 5,083,681 **คน (ร้อยละ** 44.94)

กลุ่มผู้สูงอายุวัยต้น (60 - 69 ปี) ร้อยละ 57.4

กลุ่มผู้สูงอายุวัยกลาง (70 - 79 ปี) ร้อยละ 29

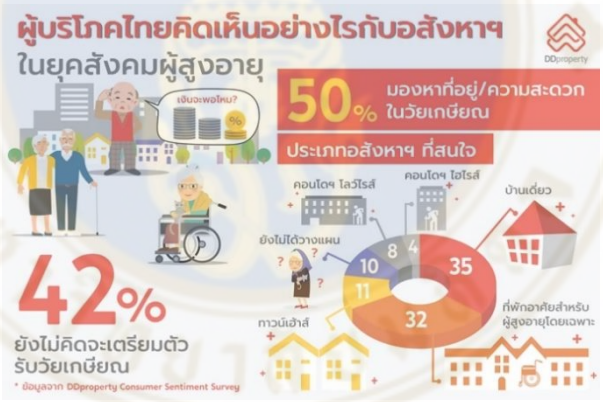
กลุ่มผู้สูงอายุวัยปลาย (80 ปีขึ้นไป) ร้อยละ 13.6

รายการ	พ.ศ. 2537	พ.ศ. 2545	พ.ศ. 2550	พ.ศ. 2554	พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2560
ลักษณะทั่วไปของประชากรสูงอายุ						
จำนวนและร้อยละของผู้สูงอายุ						
รวม	4,011,854 (100.0)	5,969,030 (100.0)	7,020,959 (100.0)	8,266,304 (100.0)	10,014,705 (100.0)	11,312,447 (100.0)
ชาย	1,801,780 (44.9)	2,729,095 (45.7)	3,130,736 (44.6)	3,641,589 (44.1)	4,514,815 (45.1)	5,083,681 (44.9)
หญิง	2,210,074 (55.1)	3,239,935 (54.3)	3,890,223 (55.4)	4,624,715 (55.9)	5,499,890 (54.9)	6,228,766 (55.1)
อัตราผู้สูงอายุ	**6.8**	**9.4**	**10.7**	**12.2**	**14.9**	**16.7**
ร้อยละของผู้สูงอายุ (เขตการปกครอง)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ในเขตเทศบาล	18.9	31.0	28.0	33.5	40.9	41.2
นอกเขตเทศบาล	81.1	69.0	71.4	66.5	59.1	58.8
ร้อยละของผู้สูงอายุ (ภาค)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
กรุงเทพมหานคร	10.8	10.4	9.2	9.9	9.4	9.6
กลาง	25.0	25.7	23.6	23.2	25.6	25.8
เหนือ	22.0	21.0	20.9	20.3	21.1	21.2
ตะวันออกเฉียงเหนือ	29.9	30.6	33.6	34.1	31.9	31.6
ใต้	12.3	12.3	12.7	12.6	12.0	11.8
ดัชนีการสูงอายุ[1/]	22.6	37.8	47.7	60.8	82.6	97.0
อัตราส่วนพึ่งพิงวัยสูงอายุ[2/]	10.7	14.3	16.0	18.1	22.3	25.3
อัตราส่วนเกื้อหนุน[3/]	9.3	7.0	6.3	5.5	4.5	3.9
ร้อยละของผู้สูงอายุที่อยู่คนเดียว	3.6	6.3	7.7	8.6	8.7	10.8
ร้อยละของผู้สูงอายุที่อยู่กับคู่สมรส	*	17.0	17.6	17.6	20.6	23.3
ร้อยละของผู้สูงอายุที่เป็นโสด	2.2	2.7	2.7	3.9	3.9	4.7
ร้อยละของผู้สูงอายุที่เป็นหม้าย หย่า แยกกันอยู่	33.4	32.6	34.8	31.4	32.6	32.4
ร้อยละของผู้สูงอายุที่จบสูงกว่าประถมศึกษา	7.0	9.2	9.4	11.0	13.3	13.9
ร้อยละของผู้สูงอายุที่อ่านออกเขียนได้	*	*	76.1	82.2	84.5	83.7
ลักษณะทางเศรษฐกิจ						
ร้อยละของผู้สูงอายุที่ทำงานในระหว่าง 7 วัน ก่อนวันสัมภาษณ์	31.9	32.2	35.7	38.3	38.4	35.1
ร้อยละของผู้สูงอายุวัยต้น (อายุ 60 – 69 ปี) ที่มีความต้องการที่จะทำงาน(กำลังทำงาน/หางานทำ)	*	*	50.0	26.2	24.9	35.5
ร้อยละของผู้สูงอายุที่มีการออม	*	*	68.7	35.8	76.1	74.6

ภาพ 1.3 ตารางแสดงสถิติผู้สูงอายุที่สำคัญ พ.ศ.2537-2560

ที่มา สำนักงานสถิติแห่งชาติ

จึงเป็นที่น่าสนใจว่าที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่จะตอบโจทย์ในอนาคตของตลาดอสังหาริมทรัพย์ จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภค (DDproperty Consumer Sentiment Survey) ในเดือนมกราคม 2562 ในจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 1,000 คน ต่อตลาดอสังหาริมทรัพย์ในหัวข้อความต้องการที่พักอาศัยเมื่อยามสูงวัย พบว่า 50% มองหา Nursing Home และ Retirement Community ซึ่งมีเพียง 1 ใน 3 ของผู้ตอบแบบสอบถามเท่านั้นที่ต้องการอาศัยอยู่ในบ้านเดี่ยวเมื่อถึงวัยเกษียณ และ 67% ของผู้ที่ตอบแบบสอบถามต้องการอาศัยอยู่ในบ้านเดี่ยวหรือที่พักอาศัยสำหรับคนสูงวัยเมื่อถึงวัยเกษียณ และจากแบบสำรวจยังพบอีกว่าจำนวน 1 ใน 3 ของผู้สูงอายุไทยยังมีรายได้อยู่ใต้เส้นความยากจน ซึ่งมีรายได้หลักจากบุตรลดน้อยลงเหลือเพียง 35% รายได้จากการทำงานลดลงเหลือ 31% รายได้จากคู่สมรสเพียง 20% และรายได้จากเงินออมมีเพียงแค่ 2% เท่านั้น ซึ่งจากข้อมูลในปี 2560 นอกจากจะเห็นว่าการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นสูงมากแล้วแต่รายได้ทางเศรษฐกิจของผู้สูงวัยที่ลดน้อยถอยลงไปอีกด้วย จึงส่งผลให้ผู้สูงวัยมีแนวโน้มที่จะอาศัยอยู่ตัวคนเดียวเพิ่มมากขึ้น โดยผู้สูงวัยจำนวน 41% อาศัยร่วมกับครอบครัวลูกหลาน จำนวน 11.5% เป็นครัวเรือนที่มีเฉพาะผู้สูงวัย มี 21% ที่พักอาศัยกับคู่สมรส และอีก 11% คือผู้สูงอายุที่พักอาศัยคนเดียว



ภาพ 1.4 อัตราส่วนผู้บริโภคไทยคิดอย่างไรกับอสังหาฯ ในยุคสังคมผู้สูงวัย
ที่มา DDproperty Consumer Sentiment Survey

ในประเทศไทยเองผู้ประกอบการด้านอสังหาริมทรัพย์ก็หันมาให้ความสนใจในการพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุมากขึ้น ในปัจจุบันมีผู้พัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน โดยโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่พัฒนาโดยภาครัฐ ส่วนใหญ่จะเป็นโครงการสังคมสงเคราะห์ อย่างสถานสงเคราะห์คนชรา ในขณะที่โครงการที่อยู่อาศัยขององค์กรที่ไม่แสวงหากำไรที่รองรับผู้สูงอายุที่มีกำลังซื้อระดับปานกลางถึงสูงและสามารถดูแลตนเองได้ ยังมี

จำนวนยูนิตจำกัด ซึ่งไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้สูงอายุที่ต้องการใช้บริการ ตัวอย่างที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ได้เปิดดำเนินการแล้ว ได้แก่ สวางคนิเวศ,บุศยานิเวศน์,เวลเนสซิตี้, LPN Elderly Condominium ,BMC, Senior Complex (รามาฯ-ธนารักษ์) เป็นต้น และข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่า มูลค่าของธุรกิจที่อยู่อาศัยของคนวัยเกษียณ (Retirement Community) ตั้งแต่ปี 2555-2560 มูลค่าของตลาดนี้อยู่ที่ 17,700 ล้านบาท ทำให้การลงทุนในโครงการ Retirement Community สะสมตั้งแต่ในอดีตจนถึงปี 2560 คิดเป็นมูลค่ารวม 21,000 ล้านบาท และคาดการว่าการลงทุนในตลาด Retirement Community ระหว่างปี 2561-2563 คิดเป็น 6,000 ล้านบาท และการเคหะแห่งชาติซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐบาลยังมีแผนพัฒนาที่อยู่อาศัยภายใต้โครงการเคหะประชารัฐ เพื่อผู้มีรายได้น้อย กลุ่มสร้างครอบครัวใหม่ และกลุ่มผู้สูงอายุ รวม 200,000 ยูนิต ในระยะเวลา 1-2 ปีข้างหน้าอีกด้วย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตลาด Retirement Community กำลังเติบโตและเป็นที่นิยมในประเทศไทย

รูปแบบที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ โดยแบ่งตามสภาพการพึ่งพิง สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 อยู่อย่างอิสระ ไม่พึ่งพิง (Independence Living : IL) มี 3 รูปแบบ คือ

1. การปรับปรุงที่อยู่อาศัยเดิม (Home Remodeling) โดยผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะคุ้นเคยกับสภาพแวดล้อมและที่อยู่อาศัยเดิม การปรับปรุงที่อยู่อาศัยเดิมให้มีความสะดวกและปลอดภัยจึงมักจะเป็นทางเลือกแรกๆสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งส่วนใหญ่จะปรับปรุง ห้องนอน และห้องน้ำ เช่นการย้ายห้องนอนลงมานอนชั้นล่าง การปรับพื้นห้องนอนให้เรียบเสมอกัน ใช้วัสดุที่นุ่ม พื้นผิวไม่ลื่น-สีอ่อนดูสบายตา และการปรับปรุงห้องน้ำเดิมโดยปรับพื้นให้เรียบเสมอกัน ใช้วัสดุพื้นผิวไม่ลื่น เพิ่มราวจับ ปรับสุขภัณฑ์ให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุ เช่นม้านั่งอาบน้ำ เป็นต้น โดยในตลาด ความต้องการในการปรับปรุงที่อยู่อาศัยเดิมเป็นตลาดกลุ่มใหญ่ที่สุดราว 85-95 %ของตลาด

2. ศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ (DAY CARE) การดูแลผู้สูงอายุนี้ เป็นการดูแลผู้สูงอายุเฉพาะในช่วงเวลากลางวัน คือ ผู้สูงอายุยังคงพักอาศัยอยู่กับครอบครัวของตนเองตามปกติ โดยในเวลาช่วงกลางวันก็จะเดินทางมา (หรือมีเจ้าหน้าที่ไปรับที่บ้าน)ที่ศูนย์รับดูแลผู้สูงอายุ ในระหว่างที่อยู่ในศูนย์ก็จะได้รับการดูแลในด้านต่างๆ เช่น บริการการดูแลช่วยเหลือผู้สูงอายุในการใช้ชีวิตประจำวันทั้งในและนอกสถานที่ การออกกำลังกาย การทำกิจกรรมบันเทิงต่างๆ การทำกิจกรรมทางศาสนา การจัดกิจกรรมพักผ่อนและการสร้างสังคมระหว่างหมู่เพื่อน ฯลฯ และเมื่อถึงเวลาเย็น ผู้สูงอายุก็จะถูกส่ง (หรือญาติมารับ)กลับไปอยู่บ้านตนเอง เช่นโครงการ Healthy Condoของบ้านเอื้ออาทร (รัตนาธิเบศร์) บ้านลลิสา (เชียงใหม่) MUNA Day Care (มหิดล) Velasook Senior Smart Village (เปาโล)

3. ที่อยู่อาศัยในชุมชนผู้สูงอายุ (Retirement Community) ชุมชนผู้สูงอายุแบบนี้ เป็นชุมชนของผู้สูงอายุที่ยังมีสภาพร่างกายแข็งแรงอยู่ และยังสามารถทำกิจกรรมต่างๆได้ ลักษณะเด่นของชุมชนคือ ที่พักอาศัยในชุมชนสร้างขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของคนในวัยสูงอายุให้อยู่ในโครงการเดียวกัน โดยทั่วไปจะรับผู้สูงอายุตั้งแต่อายุ 55 ปีขึ้นไป เช่น โครงการ The Forestias โดย MQDC โครงการ Jin Wellbeing County โดยธนบุรี เฮลท์แคร์ กรุ๊ป โครงการ Senior Complex โดย ราคาที่อยู่อาศัยในประเทศไทย Retirement Community เริ่มตั้งแต่หลักล้านต้นๆ ไปจนถึงโครงการหรูราคาหลักสิบล้านขึ้นไป ซึ่งอาจจะมีทั้งแบบซื้อและเช่ารายเดือน

กลุ่มที่ 2 อยู่อย่างพึ่งพิง (Assisted Living : AL) มี 3 รูปแบบคือ

1. สถานบริบาลผู้สูงอายุ (Nursing Home) เป็นสถานที่ที่ดูแลผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่องในหลายระดับตั้งแต่การดูแลกลุ่มพึ่งพิงที่พอสามารถดูแลตัวเองได้บางเรื่อง (Assisted Living) ไปจนถึงระดับการดูแล 24 ชั่วโมงแบบ Nursing Home Care ซึ่งเหมาะสำหรับผู้สูงอายุที่มีโรคเรื้อรังและจำเป็นที่จะต้องมีการดูแลอย่างใกล้ชิดและสม่ำเสมอ

2. สถานดูแลผู้สูงอายุที่มีภาวะโรคสมองเสื่อม (Dementia and Alzheimer's Care)

เป็นสถานที่ที่ดูแลผู้สูงอายุที่มีภาวะโรคสมองเสื่อม ที่มีปัญหาทางด้านความคิด การรับรู้และความจำ การดูแลนี้จะเป็นการดูแลจำเพาะด้าน เหมาะสำหรับผู้สูงอายุที่มีภาวะโรคสมองเสื่อม และจำเป็นที่จะต้องมีบุคคลากรทางการแพทย์ที่มีการดูแลอย่างใกล้ชิด

3. สถานดูแลผู้สูงอายุ ในช่วงสุดท้ายของชีวิต (Hospice Care) เป็นการดูแลผู้สูงอายุ ที่อยู่ในช่วงสุดท้ายของชีวิต (End of Life) จะมีการดูแลแบบประคับประคอง (Palliative care) ซึ่งจะดูแลทั้งร่างกาย (Body) และจิตวิญญาณ (Spiritual) (รศ.ไตรรัตน์ จารุทัศน์)

จากข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าแนวโน้มประชากรผู้สูงอายุและตลาดที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุมีการเพิ่มขึ้นและเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับ "ปัจจัยและทัศนคติที่มีผลต่อการเข้าพักอาศัยในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย (Retirement Community) ในประเทศไทย" เพื่อศึกษากลุ่มผู้บริโภค 2 กลุ่ม คือผู้บริโภคที่มีช่วงอายุ 40-50 ปีและผู้บริโภคที่มีช่วงอายุ 51-65 ปี ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑล เพื่อนำผลจากการศึกษามาพัฒนาด้านที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นในสังคมในอนาคต รวมถึงการทำการตลาดแบบไหนถึงจะตอบโจทย์และสามารถตอบสนองความต้องการหรือเพิ่มการรับรู้ต่อการเข้าพักอาศัยในที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ที่สนใจนำผลการศึกษาไปพัฒนาต่อในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยและแรงจูงใจที่มีผลต่อการเลือกเข้าพักอาศัยในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ

1.2.2 เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเข้าพักอาศัยในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย (Retirement Community)

1.2.3 เพื่อศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุในประชากรอายุ 40-65 ปี

1.3 คำถามงานวิจัย

1.3.1 การวางแผนสำหรับที่อยู่อาศัยของตัวเองหลังเกษียณ ได้มีการวางแผนไว้หรือไม่

1.3.2 มีการรับรู้เกี่ยวกับโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัยหรือไม่

1.3.3 ปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักอาศัยในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ

- ทำเลที่ตั้ง
- สิ่งอำนวยความสะดวก
- ค่าใช้จ่ายในการเข้าพักอาศัยในที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ
- รูปแบบประเภทของที่พักอาศัย และ Design รูปแบบที่พักอาศัย
- สุขภาพและความแข็งแรงของผู้ที่จะเข้าพักอาศัย
- ปัจจัยทางด้านครอบครัว
- ปัจจัยเรื่องการระบาดของโรค Covid-19

1.3.4 Retirement Community ควรมี Design สิ่งอำนวยความสะดวก และบริการอะไรบ้างเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เข้าพักอาศัย

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย

1.4.1 เพื่อใช้ในการวางแผนจัดสรรที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุและการจัดการทำการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการผู้เข้าพักอาศัยในที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ ในอนาคตที่จะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์

1.4.2 สามารถเข้าใจทัศนคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกเข้าพักอาศัยในที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุของคนในประเทศไทย

1.4.3 เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถนำผลการวิจัยไปศึกษาต่อยอดองค์ความรู้ อ้างอิง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงในอนาคต

1.5 ขอบเขตของงานวิจัยและคำศัพท์เฉพาะ

การวิจัยนี้เป็นการศึกษา“ปัจจัยและทัศนคติที่มีผลต่อการเข้าพักอาศัยในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย (Retirement Community) ในประเทศไทย” ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.5.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรชาวไทยทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุอยู่ในช่วงอายุ 40-65 ปี ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย

1.5.2 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการศึกษา เดือนมิถุนายน พ.ศ.2564 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2564

1.6 คำศัพท์เฉพาะ

ผู้สูงอายุ (Older person or Elderly person) หมายถึงประชากรทั้งเพศชายและหญิงที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป นับตั้งแต่อายุเกิด (United Nations,UN) โดยในส่วนขององค์การอนามัยโลกยังไม่มีการให้นิยามผู้สูงอายุที่แน่ชัด เนื่องจากเหตุผลว่าประเทศต่างๆทั่วโลกมีการนิยามผู้สูงอายุต่างกัน ทั้งนิยามตามอายุเกิด ตามสังคม (Social) วัฒนธรรม (Culture) และสภาพร่างกาย (Functional markers) เช่น ในบางประเทศอาจนิยามผู้สูงอายุตามอายุกำหนดให้เกษียณงาน(อายุ ๕๐ หรือ ๖๐ หรือ ๖๕ ปี) ในส่วนของประเทศไทย พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ.2546 กำหนดให้บุคคลที่มีอายุ 60 ปี บริบูรณ์และมีสัญชาติไทย เป็นผู้สูงอายุหรือที่เรียกกันว่า "ผู้สูงวัย" (พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546) โดยมีการแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ผู้สูงอายุวัยต้น (อายุ 60-69 ปี) เป็นช่วงวัยที่ยังช่วยเหลือตนเองได้

2. ผู้สูงอายุวัยกลาง (อายุ 70-79ปี) เป็นช่วงวัยที่เริ่มมีอาการเจ็บป่วย ร่างกายเริ่มอ่อนแอ และมีโรคประจำตัวหรือโรคเรื้อรัง

3. ผู้สูงอายุวัยปลาย (อายุ 80 ปี ขึ้นไป) เป็นช่วงวัยที่เจ็บป่วยบ่อยขึ้น อวัยวะเสื่อมสภาพ อาจมีภาวะทุพพลภาพ (สำนักส่งเสริมและพิทักษ์ผู้สูงอายุ, 2552)

สังคมผู้สูงอายุ องค์การสหประชาชาติ ได้แบ่งการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

1. ระดับการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging society) หมายถึง มีคนอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่า 10% หรือมีคนอายุ 65 ปีขึ้นไปมากกว่า 7% ของประชากรทั้งประเทศ

2. ระดับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged society) หมายถึง มีอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่า 20% หรือมีคนอายุ 65 ปีขึ้นไปมากกว่า 14% ของประชากรทั้งประเทศ

3. ระดับสังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มที่ (Super-aged society) หมายถึง มีคนอายุ 65 ปีขึ้นไป มากกว่า 20% ของประชากรทั้งประเทศ

ความต้องการของผู้สูงอายุ

ความต้องการของผู้สูงอายุจะมีความแตกต่างกัน โดยสามารถแบ่งความต้องการของผู้สูงอายุได้เป็น 4 ด้าน

1. ด้านร่างกาย เป็นความต้องการขึ้นพื้นฐาน ซึ่งได้แก่ความต้องการด้านปัจจัย 4 คือ อาหารที่มีคุณภาพตามหลักโภชนาการ ที่อยู่อาศัยที่ปลอดภัย เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม รวมถึงการเข้าถึงการรักษาพยาบาล

2. ด้านจิตใจ ผู้สูงอายุต้องการความรัก การดูแลเอาใจใส่ ความเคารพนับถือ และความเข้าใจ

3. ด้านสังคม ผู้สูงอายุต้องการการมีส่วนร่วมในสังคม และการยอมรับจากสังคม

4. ด้านเศรษฐกิจ คือมีความสะดวกในการใช้จ่าย และบริหารด้านการเงินได้อย่างเพียงพอ

เกษียณ หมายถึง "สิ้นไป" ซึ่งใช้เกี่ยวกับการกำหนดอายุ เช่น เกษียณอายุราชการ ก็จะหมายถึงการสิ้นกำหนดเวลาในการรับราชการหรือการทำงาน (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน)

โดยส่วนใหญ่ประเทศในแถบเอเชียรวมถึงประเทศไทยซึ่งได้กำหนดให้บุคคลที่มีอายุ 60 ปีบริบูรณ์ต้องเกษียณอายุหรือพ้นจากการทำงาน

บทที่ 2
ทบทวนวรรณกรรม

สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูล โดยอาศัยจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่สอดคล้องกับ “ปัจจัยและทัศนคติที่มีผลต่อการเข้าพักอาศัยในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย (Retirement Community)” โดยได้ศึกษาในหัวข้อต่างๆ ดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดทฤษฎีด้านลักษณะประชากรศาสตร์

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2014) ได้กล่าวถึงความหมายของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ หมายถึงลักษณะของประชากร ซึ่งประกอบไปด้วยอายุ เพศ การศึกษา ลักษณะครอบครัว รายได้ อาชีพ เชื้อชาติ ซึ่งปัจจัยต่างๆเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ โดยข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ถือเป็นสิ่งที่สำคัญ เนื่องจากสามารถนำข้อมูลทางสถิติมาช่วยในการกำหนดตลาดของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งในงานวิจัยนี้คิดว่าข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการเข้าพักอาศัยในที่พักสำหรับผู้สูงวัย มีดังนี้

1. อายุ (Age) หมายถึง อายุของกลุ่มของผู้บริโภคซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อการบริโภคสินค้าหรือ บริการที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน

2. เพศ (Sex) หมายถึง ตัวแปรทางที่เป็นส่วนในการแบ่งส่วนการตลาด

3. สถานภาพทางครอบครัว (Marital Status) หมายถึง ลักษณะของครอบครัวนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญของการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดมาโดยตลอด ซึ่งเกี่ยวข้องกับว่าใครเป็นผู้ที่เป็นคนตัดสินใจในครอบครัวเพื่อที่จะได้ทำการตลาดที่เหมาะสม

4. รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, Education and Occupation) ก็ถือเป็นตัวแปรที่สำคัญต่อการกำหนดปัจจัยทางการตลาดเช่นกัน

จากแนวคิดเกี่ยวกับตัวแปรด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาลักษณะ ประชากรศาสตร์ด้าน เพศ อายุ สถานภาพทางครอบครัว ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นตัวแปร ซึ่งผู้ที่สนใจสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการกำหนดป้าหมายทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of needs)

อับราฮัม เอช. มาสโลว์ (1943) ได้คิดทฤษฎีทางจิตวิทยา ระบุว่ามนุษย์มีความต้องการทั้งหมด 5 ขั้นด้วยกัน โดยความต้องการทั้ง 5 ขั้น เรียงลำดับจากขั้นต่ำสุดไปหาขั้นสูงสุด ซึ่งมนุษย์จะมีความต้องการในขั้นต่ำสุดก่อน เมื่อได้รับการตอบสนองแล้วก็จะเกิดความต้องการในขั้นต่อไป

ความต้องการของบุคคลจะเกิดขึ้น 5 ขั้นเป็นลำดับ ดังนี้

1. ความต้องการพื้นฐานทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการลำดับต่ำสุดและเป็นพื้นฐานของชีวิต ได้แก่ ความต้องการเพื่อตอบสนองความหิว ความกระหาย ความต้องการเพื่อความอยู่รอดของชีวิต นั่นก็คือปัจจัยสี่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และที่พักอาศัย รวมถึงสิ่งที่ทำให้การดำรงชีวิตสะดวกสบาย

2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการที่จะเกิดขึ้นหลังจากที่ความต้องการทางร่างกายได้รับการตอบสนองจนเป็นที่พอใจแล้ว ได้แก่ ความต้องการความปลอดภัยมีที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจ ปราศจากความกลัว การสูญเสียและภัยอันตราย เช่น สภาพสิ่งแวดล้อมบ้านปลอดภัย รวมถึง ความมั่นคงปลอดภัยส่วนบุคคล สุขภาพและความเป็นอยู่ ระบบรับประกัน-ช่วยเหลือ ในกรณีของอุบัติเหตุ/ความเจ็บป่วย ในขั้นนี้สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ ก็คือ สินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ในด้านการสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เช่น การย้ายบ้านที่อยู่อาศัย ปรับเปลี่ยนสิ่งแวดล้อมที่มีการดูแลรักษาความปลอดภัยเป็นอย่างดี

3. ความต้องการความรักและสังคม (Belonging and Love Needs) เมื่อมีความปลอดภัยในชีวิตและมั่นคงในการงานแล้ว คนเราจะต้องการความรัก ความสัมพันธ์กับผู้อื่น มีความต้องการเป็นเจ้าของและมีเจ้าของ ความรักในรูปแบบต่างกัน เช่น ความรักระหว่าง คู่รัก พ่อ แม่ ลูก เพื่อน สามี ภรรยา ได้รับการยอมรับเป็นสมาชิกในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือหลายกลุ่ม

4. ความต้องการการได้รับการยกย่องนับถือในตนเอง (Esteem Needs) เมื่อความต้องการความรักและการยอมรับได้รับการตอบสนองแล้ว คนเราจะต้องการสร้างสถานภาพของตัวเองให้สูงขึ้น มีความภูมิใจและสร้างความนับถือตนเอง ชื่นชมในความสำเร็จของงานที่ทำ ความรู้สึกมั่นใจในตนเองและมีเกียรติ

5. ความต้องการพัฒนาศักยภาพของตน (Self-actualization) เป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์และความต้องการนี้ยากต่อการบอกได้ว่าคืออะไร เราเพียงสามารถกล่าวได้ว่า ความ

ต้องการพัฒนาศักยภาพของตนเป็นความต้องการที่มนุษย์ต้องการจะเป็น ต้องการที่จะได้รับผลสำเร็จในเป้าหมายชีวิตของตนเอง และต้องการความสมบูรณ์ของชีวิต

การนำทฤษฎีความต้องการของมนุษย์ (Maslow's Hierarchy of Needs) ลำดับขั้นของมาสโลว์มาใช้ในการตลาดหรือการทำธุรกิจ สามารถช่วยให้คุณเข้าใจแรงจูงใจ และความต้องการของผู้บริโภคได้ และหนึ่งในความต้องการพื้นฐานขั้นแรกของมนุษย์ทุกคน คือ ที่อยู่อาศัย และด้านความปลอดภัย ซึ่งสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการวิเคราะห์แผนการทำที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัยได้

รูปภาพ 2.1 ทฤษฎีมาสโลว์ ลำดับขั้นความต้องการ (Maslow's hierarchy of needs)
ที่มา : https://thewisdom.co/content/maslows-hierarchy-of-needs/

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวกับบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์การ และกระบวนการที่บุคคลเหล่านั้นใช้ในการตัดสินใจเลือกสิ่งที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ เพื่อสนองความต้องการและผลกระทบต่อกระบวนการเหล่านี้ เพื่อทำความเข้าใจกระบวนการการตัดสินใจของผู้ซื้อ ทั้งปัจจัยเฉพาะบุคคลและกลุ่มบุคคล เช่น ลักษณะทางประชากรศาสตร์และตัวแปรเชิงพฤติกรรม และการประเมินสิ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคโดยกลุ่มบุคคล เช่น ครอบครัว มิตรสหาย กลุ่มอ้างอิง และสังคมแวดล้อมด้วย

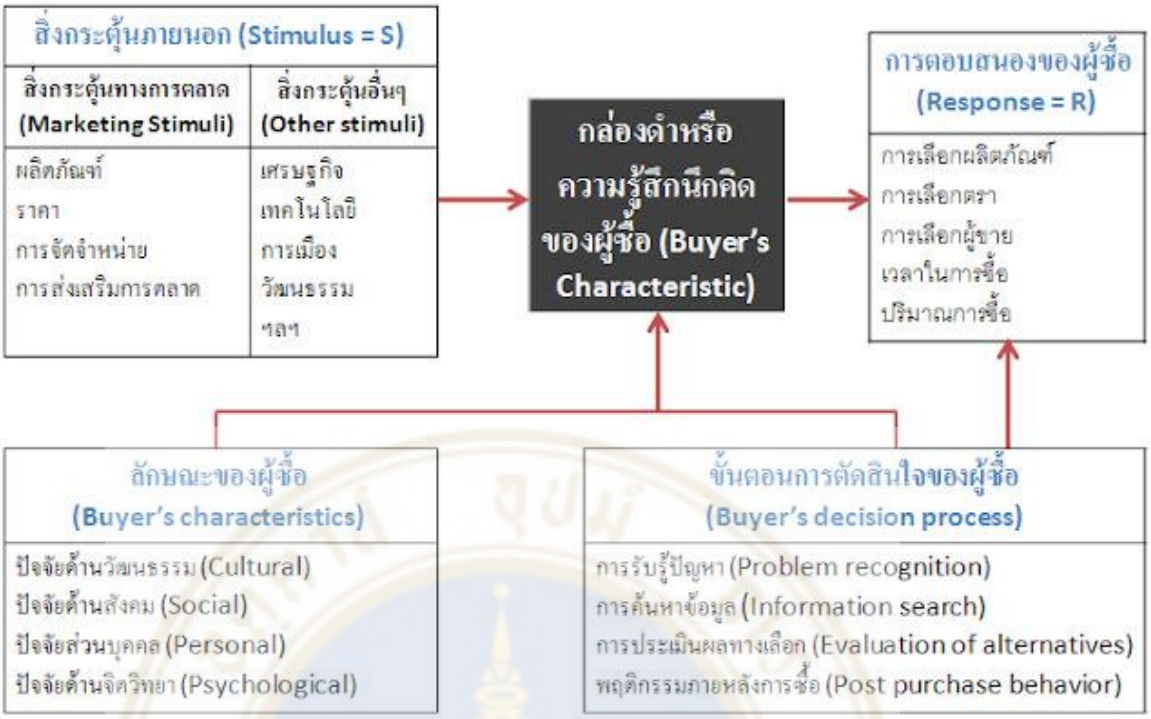
พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา (Schiffman and Kanuk, 1994)

Engel et al (1968) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

Schiffman and Kanuk (1987) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ว่าเป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการเสาะหา ซื้อ ใช้ ประเมินผล หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการ และแนวคิดต่างๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตน ได้เป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งเงิน เวลา และกำลังเพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ อันประกอบด้วย ซื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ซื้อเมื่อไร อย่างไร ที่ไหน และบ่อยแค่ไหน

Engel Kollat and Blackwell (1968) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่าหมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และซึ่งมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

จากแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (A Model of Consumer Behavior) ของ Philip Kotler (1997) เป็นแบบจำลองที่แสดงให้เห็นถึงสาเหตุและแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อโดนใช้ S-R Theory ศึกษาถึงแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคแต่ละคนมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ ซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะ ทางกายภาพ และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล จึงทำให้การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) และการตัดสินใจซื้อ (Buyer's purchase decisions) หรือใช้บริการของแต่คนนั้นมีความแตกต่างกัน (Kotler & Gary,1990) โดยมีรายระเอียดดังนี้



รูปภาพ 2.2 โมเดลแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (A Model of Consumer Behavior)ของ Philip Kotler (1997)

ที่มา http://golfweerawat.blogspot.com/

2.1.3.1 สิ่งกระตุ้นภายนอกของผู้ซื้อ (Stimulus) สิ่งที่กระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคอาจเกิดจากแรงกระตุ้นภายในร่างกายของผู้บริโภค เช่น ความหิว ความกระหาย หรืออาจเป็นสิ่งกระตุ้นที่อยู่ภายนอก ซึ่งได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ส่วนมากนักการตลาดจะให้ความสำคัญกับสิ่งกระตุ้นภายนอก โดยพยายามจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกโดยเฉพาะสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้สามารถจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าขึ้น

1) สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimuli) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย

- สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น การออกแบบสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม โดดเด่น

- สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาให้มีความเหมาะสม

- สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution or Place) เช่นมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก

- สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การลด แลก แจก แถม หรือจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายต่างๆ

2) สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimuli) สิ่งกระตุ้นอื่นๆ จะเป็นสิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายนอก ได้แก่

- สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะทางเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

- สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Tecnological) เช่น ความทันสมัยของเทคโนโลยี

- สิ่งกระตุ้น ด้านกฎหมายและการเมือง เช่น สถานการณ์ทางการเมืองหรือด้านภาษี

- สิ่งกระตุ้น ด้านวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียมและประเพณีต่างๆ

2.1.3.2 ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) หรือกล่องดำ เป็นส่วนที่ได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristic) และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer Decision Process)

2.1.3.3 การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Responses) คือการตอบสนองหรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เมื่อได้รับสิ่งกระตุ้นหรือสิ่งเร้า ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค มีทั้งหมด 4 ปัจจัย ได้แก่

1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factor) เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง โดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมค่านิยมและวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคมและกำหนดความแตกต่างของสังคม

2) ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน ลักษณะทางสังคมประกอบไปด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะของผู้บริโภค ซึ่งครอบครัวถือได้ว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของผู้บริโภค

3) ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ วงจรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจหรือรายได้ รูปแบบการดำรงชีวิต

4) ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (Psychological Factor) การเลือกซื้อของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบไปด้วย แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อถือ ทัศนคติ บุคลิกภาพ และแนวคิดของตน

รูปภาพ 2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

2.1.4 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Mix '7Ps)

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของ Philip Kotler เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

2.1.4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2.1.4.2 ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

2.1.4.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

2.1.4.4 ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการ

2.1.4.5 ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อ ให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขันเป็นความ สัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

2.1.4.6 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้ายกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

2.1.4.7 ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

2.1.5 แนวคิดการจัดการที่พักอาศัยของผู้สูงอายุ

แนวความคิดเรื่องชุมชนผู้สูงอายุเป็นแนวความคิดหนึ่งซึ่งมีสาเหตุจาก การเปลี่ยนแปลงไปของสังคม เช่น จากการที่คนมีอายุยืนมากขึ้น ทำให้จำนวนผู้สูงอายุมีสูงขึ้นเรื่อย ๆ โดยสำนักสวัสดิการสังคม (2537) ได้แจ้งไว้ว่าการจัดการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุนั้น ควรคำนึงถึงหลักการจัดการด้านที่อยู่อาศัยทั่วไปที่สำคัญ คือ

2.1.5.1 ต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภค (Individual Needs) ซึ่งประกอบด้วย

- ความปลอดภัยทางด้านร่างกายและสุขภาพอนามัย เช่น มีที่พักเพียงพอและแยกเป็นสัดส่วน มีระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่ดี มีการจัดระบบการรักษาความสะอาด

- ความเป็นส่วนตัว โดยเฉพาะเวลาพักผ่อน ต้องยึดหลักให้ผู้เข้าอยู่อาศัยเข้าใจและ คำนึงถึงการเป็นส่วนตัวซึ่งกันและกัน

- การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ควรมีพื้นที่ที่จะให้แต่ละบุคคล และครอบครัวได้พบปะ และทำกิจกรรมร่วมกันภายในที่อยู่อาศัยและความร่วมมือกันระหว่างเพื่อนบ้าน

- ความมั่นคงของบุคคลและการพัฒนา ซึ่งความรู้สึกในการได้รับการตอบสนองอย่างสมบูรณ์ จะช่วยพัฒนาความสามารถ สติปัญญา ความคิดสร้างสรรค์และความสัมพันธ์ทางสังคมด้วย

2.1.5.2 ต้องคำนึงถึงความต้องการของสังคม (Social Needs) ซึ่งประกอบไปด้วย

- ความสามัคคีของชุมชนและการมีส่วนร่วมทางการเมือง เพื่อให้เกิดความรับผิดชอบร่วมกันของคนในชุมชน

- การผสมผสานด้านที่อยู่อาศัยและความเท่าเทียมกันในความเป็นมนุษย์ที่อยู่อาศัย ต้องเป็นที่รวมทุกสิ่งทุกอย่างที่สมาชิกสามารถเข้าถึงได้อย่างเท่าเทียมกัน

- การอำนวยความสะดวกในชุมชน โดยจัดให้มีสถานที่อำนวยความสะดวก เช่น ห้องประชุม ห้องสมุด ศูนย์พักผ่อนออกกำลังกาย โรงภาพยนตร์ โรงละครและ สนามกีฬา

2.1.6 แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of planned behavior: TPB)

เป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคม (Social psychology) ที่พัฒนาขึ้นในปี 1985 มาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action) ของ Ajzen และ Fishbein (1975) ทฤษฎีนี้อธิบายถึงการแสดงพฤติกรรมของมนุษย์จะเกิดจากการชี้นำโดยความเชื่อ 3 ประการ ได้แก่

2.1.6.1 ความเชื่อเกี่ยวกับพฤติกรรม (Behavioral beliefs)

2.1.6.2 ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง (Normative beliefs)

2.1.6.3 ความเชื่อเกี่ยวกับความสามารถในการควบคุม (Control beliefs)

ซึ่งความเชื่อแต่ละตัวจะส่งผลต่อตัวแปรต่างๆ (Ajzen, 1991) โดยเจตนาเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention) ได้รับอิทธิพลจากตัวกำหนด 3 ตัว คือ

- เจตคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior) เป็นการประเมินทางบวกหรือลบต่อการกระทำนั้นๆ จัดได้ว่า เจตคติต่อพฤติกรรม (AB) เป็นปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors)ถ้าบุคคลมีความเชื่อว่าการทำพฤติกรรมใดแล้วจะได้รับผลทางบวก ก็จะมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมนั้น ในทางตรงข้าม หากมีความเชื่อว่าการทำพฤติกรรมนั้นแล้วจะได้รับผลในทางลบ ก็จะมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรมนั้น (Attitude toward the behavior) และเมื่อมีทัศนคติทางบวกก็จะเกิดเจตนาหรือตั้งใจ (Intention) ที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น

- การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) เป็นการรับรู้ของบุคคลว่าคนอื่นๆ ที่มีความสำคัญสำหรับเขาต้องการหรือไม่ต้องการให้เขาทำพฤติกรรมนั้นๆ ถ้าบุคคลได้รับรู้ว่าคนที่มีความสำคัญต่อเขาได้ทำพฤติกรรมนั้น หรือต้องการให้เขาทำพฤติกรรมนั้น ก็จะมีแนวโน้มทจะคล้อยตามและทำตามด้วย

- การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) เป็นการรับรู้ของบุคคลว่า เป็นการยากหรือง่ายที่จะทำพฤติกรรมนั้นๆ ถ้าบุคคลเชื่อว่า มีความสามารถที่จะกระทำพฤติกรรมในสภาพการณ์นั้นได้ และสามารถควบคุมให้เกิดผลดังตั้งใจ เขาก็มีแนวโน้มที่จะทำพฤติกรรมนั้น (สวรรณา วรยะประยร, 2548)

2.1.7 แนวคิดทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (The Theory of Reasoned Action)

เป็นทฤษฎีที่เชื่อว่า การที่มนุษย์จะแสดงพฤติกรรมใดๆจะต้องมีความตั้งใจหรือเจตนาใช้เป็นระบบเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จ จากการตัดสินใจกระทำพฤติกรรมของตน ความตั้งใจหรือเจตนาของมนุษย์ขึ้นกับ 2 ปัจจัย คือ (Ajzen and Fishbein. 1980)

2.1.7.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เจตคติต่อพฤติกรรมหรือการประเมินทางบวกและทางลบของบุคคลต่อการกระทำ

2.1.7.2 ปัจจัยทางสังคม ได้แก่ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (ความคาดหวังทางสังคม) ส่วนตัวแปรภายนอกอื่นๆ เช่น ตัวแปรทางชีวสังคม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส ศาสนา เจตคติต่อบุคคล เจตคติต่อสถานที่ ลักษณะบุคลิกภาพจะมีผลต่อพฤติกรรมก็ต่อเมื่อตัวแปรนั้นมีอิทธิพลต่อเจตคติต่อพฤติกรรมและมีอิทธิพลต่อความคาดหวังทางสังคมหรือมีอิทธิพลต่อน้ำหนักความสัมพันธ์ ซึ่งขึ้นอยู่กับเจตคติพฤติกรรม

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเกี่ยวกับ “ปัจจัยและทัศนคติที่มีผลต่อการเข้าพักอาศัยในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย (Retirement Community) ในประเทศไทย” ผู้ทำการวิจัยได้ศึกษางานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

Krout et al. (2002) ได้ศึกษาเรื่องเหตุผลในการย้ายถิ่นฐานไปยังชุมชนเพื่อการเกษียณอายุและการดูแลต่อเนื่อง ในตอนเหนือของรัฐนิวยอร์ค (Continuing care retirement community -CCRC) ในผู้สูงอายุที่มีฐานะจำนวน 91 คนที่มีอายุระหว่าง 65-95 ปี ซึ่งจากงานวิจัยจะเห็นได้ว่าผู้ที่เข้าร่วมงานวิจัย 2 ใน 3 มีสถานะคือแต่งงานแล้ว และมีถึง 60% ที่มีบุตร 3 คนขึ้นไป และผู้เข้าร่วมงานวิจัยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีสุขภาพดีถึงดีเยี่ยม โดยมีการเก็บข้อมูลโดยการตอบแบบสอบถามด้วยตนเองร่วมกับการสัมภาษณ์ความยาวประมาณ 1 ชั่วโมง โดยเป็นการถามคำถามเกี่ยวกับข้อมูลประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม รวมถึงเรื่องเครือข่ายและการสนับสนุนของทางครอบครัวและสังคม ประวัติการทำงาน การมีส่วนร่วมทางสังคมและการมีส่วนร่วมของชุมชน สุขภาพ การออกกำลังกาย และโภชนาการ ลักษณะความเป็นอยู่ ลักษณะของถิ่นที่อยู่ก่อนที่จะมาอยู่ที่ CCRC และความคาดหวังจาก CCRC โดยผลจากงานวิจัยนี้พบว่า เหตุผลในการย้ายเข้าพักใน CCRC ที่ให้เยอะที่สุด คือ การคาดการณ์ถึงความต้องการและความปลอดภัยสูงสุดในอนาคต เช่น ความปรารถนาในการดูแลอย่างต่อเนื่อง (84.6%) เสรีภาพจากการดูแลรักษาและการบำรุงรักษาที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน (52.7%) และความปรารถนาที่จะไม่ต้องพึ่งพาหรือเป็นภาระของคนในครอบครัว (44%) รวมถึงความปรารถนาที่จะตอบสนองความต้องการที่มีอยู่สำหรับที่อยู่อาศัยที่เหมาะสม ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และโอกาสในการพักผ่อนหย่อนใจ ที่สอดคล้องกับประสบการณ์ก่อนหน้าที่จะย้ายเข้ามาใน CCRC และงานวิจัยยังแสดงให้เห็นว่าเหตุผลบางประการจะแตกต่างกันไปตามตัวบุคคลและลักษณะทางสังคม เช่น อายุ สถานภาพสมรส และเพศ นอกจากนี้งานวิจัยนี้ยังพบว่าระดับการศึกษาและรายได้ของผู้เข้าร่วมวิจัยไม่มีผลต่อการย้ายเข้าพักอาศัยใน CCRC

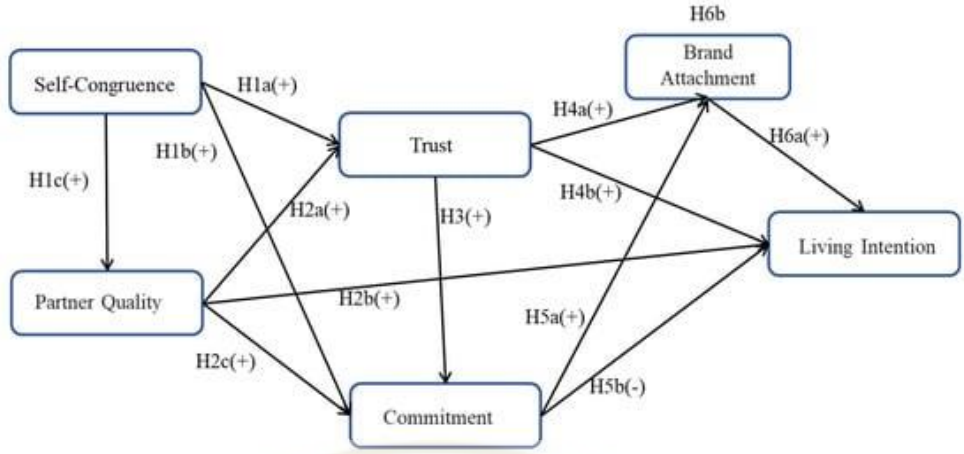
Reasons for Moving Reported by Respondents Moving to a CCRC (*n* = 91)

Reason for Moving	*Percentage Mentioning*
Continuing care	84.6
Upkeep and maintenance	52.7
Did not want to be a burden	44.0
Size of residence	15.4
Ability to get around	13.2
Respondent's illness	11.0
Spouse's illness	11.0
Same-age setting	8.8
Spouse wanted to move	7.7
Did not want to live alone	5.5
Less isolated location	5.5
Crime and safety	4.4
Near family	4.4
Family encouraged move	3.3
Death of spouse	2.2

NOTE: CCRC = continuing care retirement community.

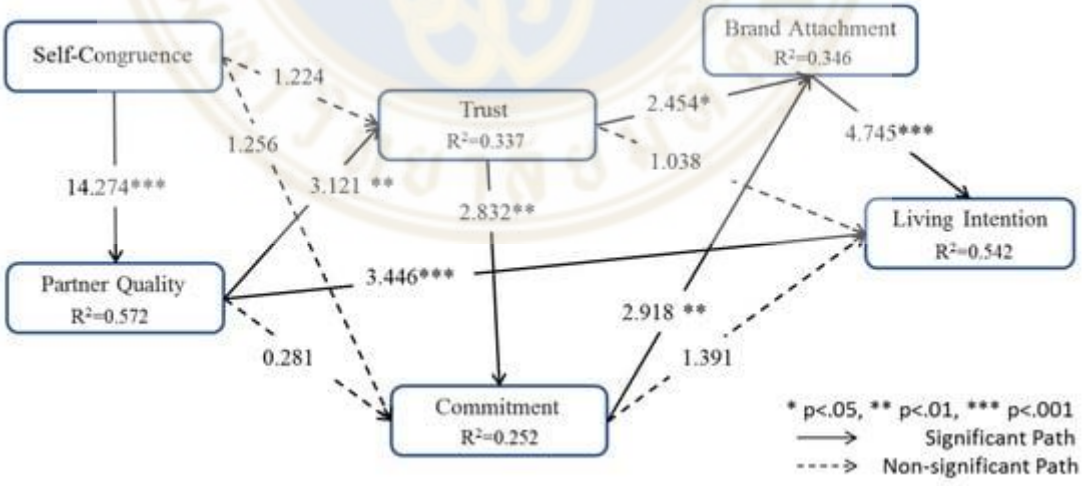
รูปภาพ 2.4 Reasons for Moving Reported by Respondents Moving to a CCRC

Tsai-Hsuan Tsai et al. (2020) ได้ทำการศึกษาเป็นการตอบแบบสอบถามจากผู้เข้าร่วมวิจัย 101 คนที่มีอายุระหว่าง 57-96 ปีที่ Chang Gung Health and Culture Village ในไต้หวันเกี่ยวกับ "อิทธิพลของภาพลักษณ์ของแบรนด์ต่อการประเมินการขยายแบรนด์: การออกแบบรูปแบบการบริการที่มีความตั้งใจในการดำรงชีวิตและการวางตำแหน่งตราสินค้าของชุมชนวัยเกษียณ" เพื่อศึกษาว่าความตั้งใจในการเลือกชุมชนเกษียณอายุนั้น ความผูกพันในตราสินค้า คุณภาพของพันธมิตรที่สูง ความไว้วางใจและความมุ่งมั่นในตราสินค้า และความสอดคล้องในตนเองของแบรนด์นั้นมีผลกระทบหรือไม่ โดยในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาแบรนด์ของโรงพยาบาล Chang Gung Memorial ซึ่งเป็นเป็นศูนย์การแพทย์ที่ดีที่สุดในไต้หวันและมีภาพลักษณ์ที่ดี เพื่อตรวจสอบว่าภาพลักษณ์ของแบรนด์ CGMH สามารถขยายไปยัง Chang Gung Health and Culture Village ได้หรือไม่



รูปภาพ2.5 Research framework “The Influence of Brand Image on Brand Extension Evaluation: Design of the Living Intention Service Model and Brand Positioning of a Retirement Community”

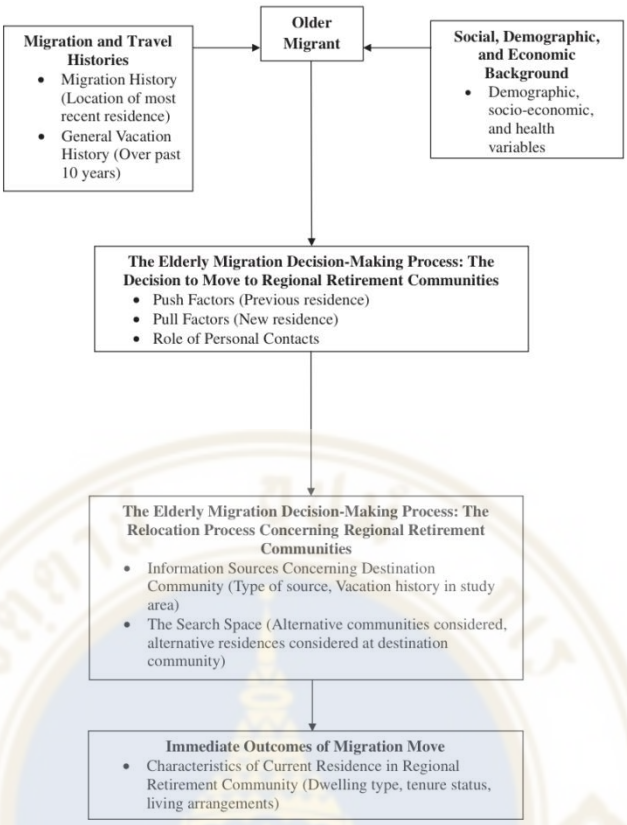
จากการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า ความผูกพันกับแบรนด์นั้นมีผลต่อการเลือกชุมชนวัยเกษียณของผู้สูงอายุ ยิ่งมีความผูกพันกับแบรนด์มากเท่าไหร่ ก็ยิ่งมีโอกาสที่ผู้บริโภคสูงอายุจะใกล้ชิดกับแบรนด์มากขึ้นเท่านั้น และอีกปัจจัยที่มีผลกับการเลือกชุมชนผู้สูงอายุคือทีมแพทย์และทีมผู้ให้บริการ รวมถึงผู้ที่พักอาศัยร่วมกัน เนื่องจาก Chang Gung Memorial Hospital มีทีมแพทย์ที่น่าเชื่อถือ ส่วนความเชื่อมั่นในแบรนด์และความยึดติดในแบรนด์ ไม่มีผลต่อการเลือกที่พักสำหรับชุมชนผู้สูงอายุ



รูปภาพ2.6 Structural model with path coefficients.

Wong Ming Wong และ Wunhong Su (2021) ศึกษาเกี่ยวกับ “ผลกระทบของภาวะ Covid -19 มีผลต่อความตั้งใจในการเกษียณอายุของผู้บริโภค (Staying At Home Or Moving To A Retirement Community After Covid-19)” โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 981 คน ในประเทศจีน โดยพบว่าผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะย้ายไปอยู่ในชุมชนวัยเกษียณแทนที่จะอยู่บ้านในภาวะที่เกิดการระบาดของ Covid-19

John Spina et al. (2013) ทำการศึกษาถึงความสำคัญของของความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ในกระบวนการย้ายถิ่นไปยังชุมชนผู้เกษียณอายุขนาดเล็กในประเทศแคนาดา โดยทำการสำรวจผู้เข้าร่วมวิจัย 34 คนและสัมภาษณ์เชิงลึกอีก 9 คน จากการวิจัยพบว่าปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ คือ ประสบการณ์เดิมที่พวกเขาได้รับจากพื้นที่ที่พักอาศัยนั้นอยู่ และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะพักอาศัยในพื้นที่ใกล้เคียงพื้นที่เดิมที่เคยอาศัย เช่นในจังหวัดเดียวกัน รวมถึงปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้อง และจากงานวิจัยจะเห็นได้อีกว่าผู้เข้าร่วมจะให้ความสำคัญกับปัจจัยดึง(ที่เกี่ยวข้องกับที่อยู่อาศัยใหม่)มากกว่าปัจจัยผลัก(ที่เกี่ยวข้องกับที่อยู่อาศัยเก่า) โดยปัจจัยดึงที่ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุดคือสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการแพทย์ รองลงมาคือลักษณะทั่วไปของสภาพแวดล้อมในละแวกใกล้เคียง/ชุมชน และความใกล้ชิดกับเพื่อนและ/หรือครอบครัว และผู้ที่มีผลในการตัดสินใจในการย้ายถิ่นฐานที่สุด คือ คู่สมรส บุตร และเพื่อนตามลำดับ โดยแหล่งข้อมูลที่ผู้เข้าร่วมวิจัยใช้ในการค้นหาข้อมูลของชุมชนวัยเกษียณของผู้สูงอายุใหม่มากที่สุดคือการลองไปยังสถานที่นั้นก่อนการตัดสินใจ รองลงมาคือเห็นสถานที่จากการไปเยี่ยมญาติหรือเพื่อนในชุมชนนั้น และแหล่งข้อมูลที่ไม่ค่อยมีการอ้างอิงคือการรับรู้ผ่านทางสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องและการใช้ตัวแทนอสังหาริมทรัพย์



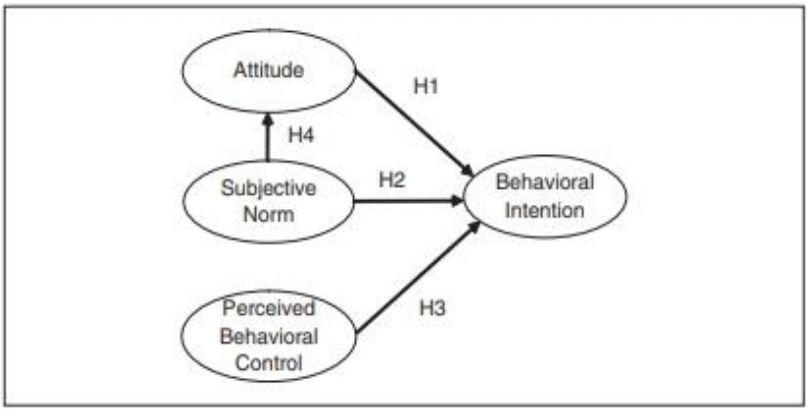
รูปภาพ 2.7 Conceptual framework of the migration decision-making process of older people: regional retirement communities

ซึ่งงานวิจัยของ John Spina et al ไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ อณุภา ตาปสนันทน (2020) ที่ทำการศึกษา “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจอยู่บ้านพักคนชราของGeneration X และ Generation Y” ที่ผลงานวิจัยพบว่า เหตุผลในการเลือกสถานที่โดยการเดินทางไปดูสถานที่จริง 75.8% รองลงมาคือเลือกสถานที่ที่มีเพื่อนหรือคนรู้จักใช้บริการอยู่ 14.3% และเลือกจากคำบอกเล่าโฆษณา 7.2% และผู้ที่มีผลต่อการเลือกบ้านพักคนคนชราคือ ตัวเอง 80.5% รองลงมาจึงเป็นครอบครัว/ญาติ 18% ซึ่งต่างจากงานวิจัยของ John Spina et al นอกจากนี้ในงานวิจัยนี้ยังแสดงให้เห็นอีกด้วยว่าเหตุผลที่ผู้เข้าร่วมวิจัยตัดสินใจอยู่บ้านพักคนชรา อันดับแรกคืออยู่ตัวคนเดียว ต้องการเพื่อนหรือกลุ่มคนในวัยเดียวกัน 41.7% รองลงมาคือต้องการสถานที่ที่มีคนดูแล 40% โดยผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนใหญ่จะเลือกสถานที่พักจากลักษณะของที่พักก่อนเป็นอันดับแรก คือต้องมีความสวยงามตามแบบที่ชอบ แล้วจึงค่อยมาพิจารณาจากเรื่องราคาและกิจกรรมที่จัดในบ้านพักคนชรา ตามลำดับ ซึ่งมีผลสอดคล้องกับงานวิจัย “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานบริบาลผู้สูงอายุใน

เขตประเวศ” โดยพบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะรู้จักธุรกิจการให้บริการเกี่ยวกับผู้สูงอายุโดยช่องทางสื่อโฆษณา และผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจในการเลือกสถานที่พักก็คือตัวเอง ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการที่พักที่มีคนดูแล โดยส่วนใหญ่จะเลือกจากการที่ไปดูสถานที่นั้นๆเอง (จุฑามณี สายยืด, 2020) ซึ่งงานวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัย “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลดูแลผู้สูงอายุเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร” ส่วนในเรื่องปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการที่เกี่ยวกับการบริการเป็นอันดับแรกในการพิจารณา รองลงมาคือปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับที่ 3 ปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับ 4 ด้านปัจจัยเรื่องที่ตั้งเป็นอันดับ 5 ด้านลักษณะทางกายภาพเป็นอันดับ 6 และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับสุดท้าย (ชยุต รัชตะวรรณ,2017)

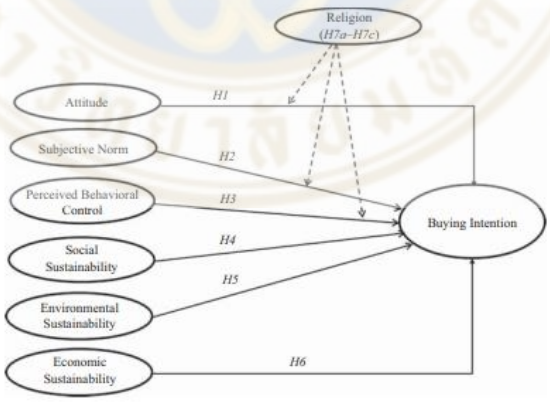
George Moschis et al. (2005) ได้ทำการศึกษา โดยการทำแบบสอบถามในผู้เข้าร่วมวิจัยจำนวน 1,463 คน ที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป โดยการศึกษานี้ใช้การวิเคราะห์การแบ่งส่วนตามปัจจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับความต้องการและไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคสูงอายุ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ ผู้สูงอายุที่อยู่ตัวคนเดียวและสุขภาพดี ผู้สูงอายุที่อยู่ตัวคนเดียวและสุขภาพดีไม่ดี ผู้สูงอายุที่อยู่ตัวคนเดียวและมีปัญหาด้านสุขภาพไม่สามารถเคลื่อนไหวได้ และกลุ่มสุดท้ายคือผู้ที่มีสุขภาพดี เพื่อดูแรงจูงใจในแต่ละกลุ่ม เพื่อใช้เป็นพื้นฐานสำหรับการออกแบบกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพสำหรับชุมชนเกษียณอายุ จากการวิจัยพบว่าเหตุผลที่ผู้เข้าร่วมวิจัยย้ายจากบ้านครอบครัวเดี่ยวไปเป็นชุมชนเกษียณอายุ 71.5% ของผู้ตอบแบบสอบถามกล่าวว่า: "เพื่อให้มีการติดต่อและกิจกรรมทางสังคมมากขึ้น" รองลงมาคือการเข้าถึงบริการดูแลส่วนบุคคล และเหตุผลที่ผู้เข้าร่วมวิจัยใช้เลือกชุมชนเกษียณอายุจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่ม แต่ที่ทุกกลุ่มเห็นว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกชุมชนเกษียณอายุ คือการเข้าถึงบริการทางการแพทย์ ส่วนปัจจัยอื่นๆที่ใช้ในการเลือกรองลงมาจะแตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม และในแต่ละช่วงอายุ

Hui-Chun Huang (2012) ได้ศึกษาปัจจัยที่อยู่เบื้องหลังความตั้งใจของผู้สูงอายุที่จะย้ายเข้าไปอยู่ในบ้านพักคนชราในไต้หวัน ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่าทัศนคติและการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจของผู้สูงอายุที่จะย้ายเข้าไปอยู่ในบ้านพักผู้สูงวัยในไต้หวันตามที่คาดไว้ ทัศนคติของผู้สูงอายุที่มีต่อที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุและการรับรู้ถึงข้อจำกัดที่อาจเกิดขึ้น ทั้งคู่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการกำหนดเจตนาของผู้อาวุโส



รูปภาพ 2.8 แบบจำลองทฤษฎีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการวางแผน (TPB) เพื่อระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจ ของผู้สูงอายุที่จะย้ายเข้าไปอยู่ในบ้านพักคนชรา (Hui-Chun Huang,2012)

ซึ่งมีผลต่อแรงจูงใจเข้าพักในบ้านพักสำหรับผู้สูงอายุ ตรงกับงานวิจัยของ Siew Imm Ng et al (2019) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อหมู่บ้านเกษียณ โดยในการศึกษานี้ทำในผู้ที่เป็นมุสลิมและไม่ได้เป็นมุสลิม โดยมีการศึกษาที่ตรงกับงานวิจัยของ Hui-Chun Huang ในเรื่อง เจตคติ บรรทัดฐานส่วนตัว และการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรม (Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavioral) ซึ่งในการศึกษานี้ก็พบว่า เจตคติ บรรทัดฐานส่วนตัว และการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรม มีความสัมพันธ์ที่สำคัญกับความตั้งใจที่จะซื้อห้องชุดในหมู่บ้านเกษียณ



รูปภาพ 2.9 Research framework “Retirement village buying intention A case study on the Muslim and non-Muslim Malaysian elderly”

อรปภัสร์ วงศ์รัศมีธรรม (2015) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบจำลองธุรกิจบ้านพักหลังเกษียณในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” จากการศึกษานี้พบว่า ปัจจัยในการเลือกเข้าใช้บริการบ้านพักหลังเกษียณของกลุ่ม Generation Y และปัจจัยที่ผู้ประกอบการบ้านพักหลังเกษียณให้ความสำคัญและมีความสัมพันธ์กัน แบ่งออกได้เป็น 3 ปัจจัย ได้แก่

1) ปัจจัยด้านสถานที่ คือต้องมีสุขลักษณะที่ดี

2) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม คือต้องมีความปลอดภัย

3) ปัจจัยภายในบ้านพักหลังเกษียณ คือบุคลากรในสถานที่ต้องมีความชำนาญ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับการทำกิจกรรมต่างๆ รวมถึงมีกิจกรรมที่สร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

ภรณ์ธิดา จงพิพิธพร (2015) ทำการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง” จากการศึกษานี้พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุมากที่สุดคือปัจจัยด้านที่ตั้งของโครงการ คือ การมีระบบคมนาคมที่สะดวก อยู่ใกล้ระบบขนส่งสาธารณะ และมีที่ตั้งโครงการใกล้กับบ้านบุตรหลานหรือญาติ รองมาคือปัจจัยด้านราคากับรูปแบบบ้าน รวมถึงการมีบ้านตัวอย่างให้เข้าชมก่อนการตัดสินใจ ลำดับถัดมาคือปัจจัยด้านส่วนกลางของโครงการ คือมีสิ่งอำนวยความสะดวกและระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ซึ่งมีความสำคัญเทียบเท่ากับปัจจัยด้านชื่อเสียงของโครงการและรูปแบบที่พักอาศัย

จากการศึกษางานวิจัยก่อนหน้าจะพบได้ว่ามีหลากหลายตัวแปรที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักอาศัยในชุมชนผู้สูงวัย ซึ่งอาจจะมีบางปัจจัยที่งานวิจัยในไทยและในต่างประเทศที่มีความแตกต่างกัน และจากสถานการณ์ในปัจจุบันที่มีการระบาดของ Covid-19 จึงทำให้ผู้วิจัยอยากศึกษาว่าผู้สูงอายุมีปัจจัยและทัศนะคติที่จะเข้าพักในชุมชนผู้สูงไวเปลี่ยนไปหรือไม่

บทที่ 3
วิธีการวิจัย

“ปัจจัยและทัศนคติที่มีผลต่อการเข้าพักอาศัยในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย (Retirement Community)” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผ่านช่องทางออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 386 ตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการไว้ดังนี้

3.1 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยและกรอบการวิจัย

3.2 สมมติฐานงานวิจัย

3.3 ประชากร ขนาดกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.8 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยและกรอบการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงได้กำหนดตัวแปรดังต่อไปนี้

3.1.1 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่

1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านสถานภาพสมรสและจำนวนบุตร

1.2 ปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior)

1.3 ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)

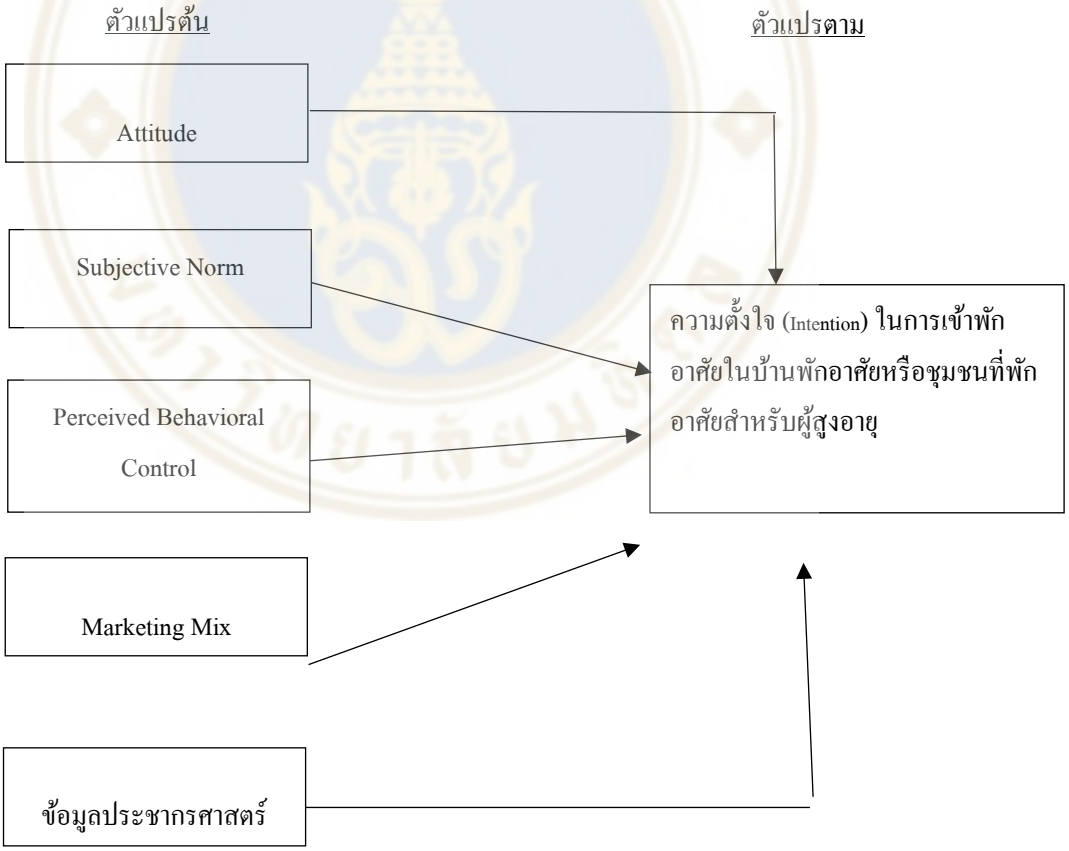
1.4 ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control)

1.5 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เช่น ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ

3.1.2 กรอบการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษากรอบแนวคิดจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุของ Siew Imm Ng et al (2019) และนำมาดัดแปลงใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งแสดงกรอบแนวคิดได้ดังภาพที่ 3.1



รูปภาพ 3.1 แสดงกรอบการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนผู้สูงอายุ

3.2 สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 : ทัศนคติมีผลต่อความตั้งใจในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ

สมมติฐานที่ 2 : การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีผลต่อความตั้งใจในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ

สมมติฐานที่ 3 : การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีผลต่อความตั้งใจในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ

สมมติฐานที่ 4 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีผลต่อความตั้งใจในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ

3.3 ประชากร ขนาดกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

3.3.1 ประชากร

ประชากรกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่มีอายุ 40-65 ปี ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยและมีความสนใจเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ

3.3.2 ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ คือ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 40-65 ปีที่พักอาศัยอยู่ในประเทศไทยและมีความสนใจเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงเลือกใช้สูตรการคำนวณของ Cochran(W.G. Cochran,1977 อ้างในธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) เป็นวิธีในการหาขนาดตัวอย่าง ใช้ในกรณีที่ไม่

ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน แต่ทราบว่ามีจำนวนมากโดยมีสูตร และตัวแปรดังนี้

สูตร n = $\left(\frac{Z}{2E}\right)^2$

เมื่อ n = ขนาดของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

P = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (กำหนดให้ P=0.5)

Z = ค่าที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 โดย Z มีค่าเท่ากับ 1.96

E = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ที่ 5% มีค่าเท่ากับ 0.05

แทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$n = \left(\frac{1.96}{2(0.05)}\right)^2$$

$$n = 384.16$$

จากการคำนวณ จะได้ขนาดจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เท่ากับ 385 คน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยมีระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ไม่เกินร้อยละ 5 และผู้วิจัยได้เพิ่มการเก็บแบบสำรวจรวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นเท่ากับ 386 คน

3.3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ กลุ่มตัวอย่างเป็นบุคคลที่มีอายุ 40-65 ปีที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยและมีความสนใจเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ โดยเป็นการตอบแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ (Online Questionnaire) จำนวน 386 ตัวอย่าง

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้รูปแบบการสำรวจ (Survey Research) เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บข้อมูลจากการสำรวจ คือ การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ด้วยวิธีการเก็บแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ในผู้ที่มีอายุ 40-65 ปีที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยและมีความสนใจเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีคำถามจำนวน 7 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ถิ่นที่อยู่อาศัยปัจจุบัน สถานภาพการสมรส ลักษณะที่อยู่อาศัยใน

ปัจจุบัน ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน คำถามปลายปิด (Close-ended Questions) สามารถเลือกตอบได้เพียง 1คำตอบ (Multiple Choice) มีการใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) และประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

1. เพศ ได้แก่ เพศชาย และเพศหญิง เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภท นามบัญญัติ (Nominal Scale)

2. อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยกำหนดช่วงอายุดังนี้

- 40 - 50 ปี
- 51 - 60 ปี
- 60 ปีขึ้นไป

3. ถิ่นที่อยู่อาศัยปัจจุบัน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีการกำหนดถิ่นที่อยู่อาศัยปัจจุบัน ดังนี้

- กรุงเทพมหานครและปริมณฑล
- ต่างจังหวัด

4. สถานภาพการสมรส เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีการกำหนดสถานภาพการสมรส ดังนี้

- โสด
- สมรส
- หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่

5.จำนวนบุตร

- ไม่มีบุตร
- มีบุตร

6.ลักษณะที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

- บ้านเดี่ยว
- ทาวน์เฮ้าส์
- คอนโดมิเนียม
- อพาร์เมนท์
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

7. กรรมสิทธิ์ในที่พักอาศัย

- เจ้าของกรรมสิทธิ์
- เช่าพักอาศัย
- พักอาศัยอยู่กับลูก/ญาติหรือคนรู้จัก
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

8. ระดับการศึกษา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีการกำหนดระดับการศึกษา ดังนี้

- ต่ำกว่า ปริญญาตรี
- ปริญญาตรี
- สูงกว่า ปริญญาตรี

9. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีการกำหนดช่วงรายได้ ดังนี้

- ต่ำกว่า 20,000 บาท
- 20,001 - 40,000 บาท
- 40,001 - 60,000 บาท
- 60,001 - 80,000 บาท
- 80,001 - 100,000 บาท
- 100,001 บาทขึ้นไป

10. บุคคลใดมีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าพักอาศัยในที่พักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุ

- ตัวท่านเอง
- คู่สมรส
- บุตร
- ญาติพี่น้อง
- เพื่อน/เพื่อนบ้าน
- แพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการดูแลสุขภาพ
- บุคคลอื่น ระบุ .....

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ โดยดัดแปลงกลุ่มคำถามมาจากงานวิจัยของ Hui-Chun Huang (2012) และงานวิจัยของSiew Imm Ng et al (2019) โดยมีคำถามดังนี้

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อโครงการบ้านพักหรือชุมชนที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ

- การเข้าพักอาศัยในโครงการสำหรับผู้สูงอายุเป็นความคิดที่ดี
- ฉันชอบไอเดียของการจัดชุมชนสำหรับคนสูงวัย
- บ้านพักอาศัยหรือชุมชนที่อยู่ของผู้สูงอายุเป็นที่ที่น่ารื่นรมย์
- โครงการบ้านพักและชุมชนของผู้สูงวัยเป็นความคิดที่มีประโยชน์
- โครงการบ้านพักและชุมชนของผู้สูงวัยเป็นสิ่งที่คุ้มค่าน่าลงทุน
- โครงการบ้านพักและชุมชนของผู้สูงวัยเป็นสถานที่ที่น่าอยู่อาศัย

โดย แบ่งระดับการให้ความคิดเห็น จากมากไปน้อย (Five – Point Likert Scales) ซึ่งมีช่วงเกณฑ์ในการให้คะแนนแบบสอบถามออกเป็น 5 ระดับตามแบบของลิเคิร์ท (Likert) โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกได้คำตอบเดียว ซึ่งแสดงความหมายของการให้คะแนนสำหรับความเห็นในระดับต่างๆ ดังนี้

ตาราง 3.1 ตารางแสดงเกณฑ์การให้คะแนนสำหรับความเห็นในระดับต่างๆ

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

เกณฑ์การแปลค่าเฉลี่ยความเห็น

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

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.8$$

การจัดระดับคะแนนเฉลี่ยค่าพิสัยที่คำนวณได้ และการแปลค่าเฉลี่ยความเห็นในระดับต่างๆ ดังนี้

ตาราง 3.2 ตารางแสดงการแปลผลของค่าเฉลี่ยคะแนนในระดับต่างๆ

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

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ที่มีต่อพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ โดยดัดแปลงกลุ่มคำถามมาจากงานวิจัยของ งานวิจัยของ Siew Imm Ng et al (2019) ดังนี้

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อประเด็นต่อไปนี้

- คนที่มีความสำคัญต่อท่านสนับสนุนการซื้อบ้านอยู่อาศัยในชุมชนผู้สูงวัยในช่วงวัยหลังเกษียณ
- คนที่มีอิทธิพลต่อชีวิตของท่านมีความเห็นสนับสนุนให้ท่านซื้อบ้านอยู่อาศัยในชุมชนผู้สูงวัย
- คนที่ท่านยอมรับในความคิดเห็นสนับสนุนแนวคิดการซื้อบ้านอยู่อาศัยในชุมชนผู้สูงวัย

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมที่มีต่อพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ โดยดัดแปลงกลุ่มคำถามมาจากงานวิจัยของ Siew Imm Ng et al (2019) ซึ่งดูปัจจัยในหัวข้อต่อไปนี้มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าพักอาศัยในที่พักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุ ดังนี้

- ท่านมั่นใจว่าสามารถจะซื้อบ้านในโครงการบ้านพักหรือชุมชนผู้สูงวัยได้ แม้ว่าราคาบ้านหรือค่าใช้จ่ายจะค่อนข้างสูง
- ท่านคิดว่าท่านอยากจะไปพักอาศัยในโครงการบ้านพักหรือชุมชนผู้สูงวัย แม้ว่าจะมีคนแนะนำให้ท่านอยู่อาศัยในบ้านพักทั่วไป
- การซื้อบ้านในชุมชนผู้สูงวัยเป็นเรื่องที่ท่านสามารถทำได้แน่นอน ถ้าต้องการ
- ท่านคิดว่าเมื่อถึงช่วงหลังเกษียณ ท่านอยากจะไปอยู่ในชุมชนผู้สูงวัยที่ให้การดูแลท่านได้
- ท่านมีความรู้และความพร้อมในเรื่องบ้านพักหรือชุมชนผู้สูงวัย

โดย แบ่งระดับการให้ความคิดเห็น จากมากไปน้อย ซึ่งมีช่วงเกณฑ์ในการให้คะแนนแบบสอบถามออกเป็น 5 ระดับตามแบบของลิเคิร์ท (Likert) โดยใช้ค่าเฉลี่ยและระดับบคะแนนแบบเดียวกับส่วนที่ 2

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ โดยดัดแปลงกลุ่มคำถามมาจากงานวิจัยของ (2019) ซึ่งดูปัจจัยในหัวข้อต่อไปนี้มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าพักอาศัยในที่พักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุ ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

- โครงการมีชื่อเสียง และมีตราสินค้าที่เป็นที่รู้จัก
- รูปแบบที่พักอาศัยมีความสวยงาม
- รูปแบบที่พักอาศัยมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นครบตามความต้องการ
- พื้นที่ส่วนกลางมีความกว้างขวาง
- ภายในโครงการมีการบริการทางการแพทย์
- ภายในโครงการมีระบบรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวด

ปัจจัยด้านราคา

- ราคามีความเหมาะสมกับรูปแบบของที่พัก
- มีหลากหลายระดับราคาให้เลือก

- ราคามีความเหมาะสมกับที่ดิน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

- มีบ้านตัวอย่างที่เหมือนจริงให้รับชม
- สถานที่ตั้งโครงการไม่ไกลจากเดิม
- สถานที่ตั้งโครงการไม่ไกลจากบ้านคนในครอบครัว เช่น บุตรหลายหรือญาติ
- สถานที่ตั้งโครงการเดินทางสะดวกและใกล้ระบบขนส่งสาธารณะ
- มีเว็บไซต์แสดงรายละเอียดโครงการอย่างครบถ้วน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

- รูปแบบการโฆษณามีความน่าสนใจ
- มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหลากหลายช่องทาง
- มีพนักงานที่คอยให้คำแนะนำและให้บริการ

โดย แบ่งระดับการให้ความคิดเห็น จากมากไปน้อย ซึ่งมีช่วงเกณฑ์ในการให้คะแนนแบบสอบถามออกเป็น 5 ระดับตามแบบของลิเคิร์ท (Likert) โดยใช้ค่าเฉลี่ยและระดับบคะแนนแบบเดียวกับส่วนที่ 2

ส่วนที่ 6 การประเมิณเกี่ยวกับความตั้งใจในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ โดยดัดแปลงกลุ่มคำถามมาจากงานวิจัยของ Siew Imm Ng et al (2019) ซึ่งดูปัจจัยในหัวข้อต่อไปนี้มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าพักอาศัยในที่พักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุ ดังนี้

- ท่านรู้สึกสนใจในโครงการบ้านพักชุมชนที่อยู่อาศัยผู้สูงวัย
- ความน่าจะเป็นที่ท่านจะซื้อห้องชุดในหมู่บ้านชุมชนผู้สูงวัยสูงมาก
- ท่านตั้งใจจะซื้อยูนิตในหมู่บ้านผู้สูงอายุในอนาคตอันใกล้หลังเกษียณ
- ท่านอยากให้ผู้อื่นเช่น คู่สมรส หรือญาติสนิท มาอยู่ในชุมชนผู้สูงวัยด้วย

โดย แบ่งระดับการให้ความคิดเห็น จากมากไปน้อย (Five – Point Likert Scales) ซึ่งมีช่วงเกณฑ์ในการให้คะแนนแบบสอบถามออกเป็น 5 ระดับตามแบบของลิเคิร์ท (Likert) โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกได้คำตอบเดียว ซึ่งแสดงความหมายของการให้คะแนนสำหรับความเห็นในระดับต่างๆ ดังนี้

ตาราง 3.3 ตารางแสดงเกณฑ์การให้คะแนนสำหรับความเห็นในระดับต่างๆ

ระดับความเห็น	ระดับคะแนน
ตั้งใจเข้าพักอาศัยมากที่สุด	5 คะแนน
ตั้งใจเข้าพักอาศัยด้วยมาก	4 คะแนน
ตั้งใจเข้าพักอาศัยปานกลาง	3 คะแนน
ตั้งใจเข้าพักอาศัยด้วยน้อย	2 คะแนน
ไม่ตั้งใจเข้าพักอาศัย	1 คะแนน

เกณฑ์การแปลค่าเฉลี่ยความเห็น

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

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.8$$

การจัดระดับคะแนนเฉลี่ยค่าพิสัยที่คำนวณได้ และการแปลค่าเฉลี่ยความเห็นในระดับต่างๆดังนี้

ตาราง 3.4 ตารางแสดงการแปลผลของค่าเฉลี่ยคะแนนในระดับต่างๆ

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	ตั้งใจเข้าพักอาศัยมากที่สุด
3.41 – 4.20	ตั้งใจเข้าพักอาศัยด้วยมาก
2.61 – 3.40	ตั้งใจเข้าพักอาศัยด้วยปานกลาง
1.81 – 2.60	ตั้งใจเข้าพักอาศัยน้อย
1.00 – 1.80	ไม่ตั้งใจเข้าพักอาศัย

3.5 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา (Content Validity) และโครงสร้างแบบสอบถาม (Construct Validity) แล้วนำมาปรับปรุงให้มีความเหมาะสมสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ไปทำการทดสอบ (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง แล้วนำมาตรวจเพื่อหาค่า Cronbach's Alpha โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และมีการปรับแก้แบบสอบถามเพื่อให้มีความแม่นยำมากขึ้น

3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษางานวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึง "ปัจจัยและทัศนคติที่มีผลต่อการเข้าพักอาศัยในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย (Retirement Community) ในประเทศไทย" โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเพื่อนำมาวิเคราะห์ ทั้งข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิ ดังนี้

3.6.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นข้อมูลที่มีผู้ทำการศึกษาค้นคว้า เก็บรวบรวม และวิเคราะห์ผลไว้เรียบร้อยแล้ว ได้แก่ หนังสือ บทความ วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ การค้นคว้าอิสระ รวมถึงการสืบค้นข้อมูลแหล่งข้อมูลออนไลน์

3.6.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยทำการศึกษา เก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเอง โดยในการค้นคว้าอิสระนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างด้วยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยใช้วิธีการเก็บรวมรวมข้อมูล โดยการส่งแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ จำนวนทั้งหมด 390 ชุด

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่รวบรวมข้อมูลแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียจำนวน 386 ตัวอย่าง ทางผู้วิจัยได้ดำเนินการกับแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมมาดังนี้

1. ผู้วิจัยทำการคัดกรองแบบสอบถามผู้ที่มีอายุระหว่าง 40-65 ปี

2. ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามและคัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่ตอบอย่างสมบูรณ์เท่านั้น

3. ทำการลงรหัสโดยนำข้อมูลของแบบสอบถามที่ครบถ้วนสมบูรณ์ แยกตามตัวแปรลงรหัส และบันทึกข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์

4 ประมวลและวิเคราะห์ผลของข้อมูลที่ทำการลงรหัสไว้แล้ว โดยใช้โปรแกรม SPSS ในลักษณะต่างๆ

3.8 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยเก็บข้อมูลและตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลดังกล่าวมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป จากนั้นจึงนำผลที่ได้มาวิเคราะห์และตีความโดยอาศัยแนวคิดทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบการอภิปราย โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ มีดังนี้

3.8.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

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

3.8.2 สถิติอนุมาน (Inferential Statistics)

3.8.2.1 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เป็นการวิเคราะห์ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปร 2 กลุ่มขึ้นไป ในที่นี้เพื่อทดสอบว่าระดับความตั้งใจเข้าพักอาศัยในที่พักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุมีความแตกต่างกันตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์หรือไม่

3.8.2.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อรวมกลุ่มตัวแปรในแต่ละปัจจัยที่ทำการศึกษาที่สัมพันธ์กันให้เป็นองค์ประกอบในปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าพักอาศัยในที่พักอาศัยหรือชุมชนที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ

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

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษางานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยและทัศนคติที่มีผลต่อการเข้าพักอาศัยในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย (Retirement Community)” เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผ่านช่องทางออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 386 ตัวอย่าง โดยผลการวิเคราะห์ ข้อมูลจากแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

4.1 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อคำถาม

- การทดสอบความน่าเชื่อถือของข้อคำถาม จากค่า Cronbach’s Alpha จากกลุ่มตัวอย่างข้างต้น (Pre-Test) จำนวน 30 ตัวอย่าง
- การทดสอบความน่าเชื่อถือของข้อคำถาม จากค่า Cronbach’s Alpha ของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด 386 ตัวอย่าง

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

4.3 การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะประชากรต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

4.4 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

4.4.1 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior) ที่มีผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

4.4.2 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) ที่มีผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

4.4.3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) ที่มีผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

4.4.4 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เช่น ด้านผลิตภัณฑ์(Product), ด้านราคา (Price), ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place), ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่มีผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

4.5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 การทดสอบความน่าเชื่อถือของข้อคำถาม

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของคำถามและพิจารณาจากผลค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็คอัลฟา (Cronbach' s Alpha Coefficient) เพื่อหาความคงที่ของคำถามจากผู้ตอบแบบสอบถาม โดยพิจารณาจากเกณฑ์ของการวัดค่า Cronbach' s Alpha (Mohsen Tavakol, & Reg Dennick, 2011) ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงค่าความสอดคล้องของข้อคำถามจากค่า Cronbach' s Alpha ณ ระดับ ต่างๆ

ค่า Cronbach' s Alpha	Internal Consistency
$\alpha \geq 0.9$	Excellent
$0.9 > \alpha \geq 0.8$	Good
$0.8 > \alpha \geq 0.7$	Acceptable
$0.7 > \alpha \geq 0.6$	Questionable
$0.6 > \alpha \geq 0.5$	Poor
$0.5 > \alpha$	Unacceptable

4.1.1 การทดสอบความน่าเชื่อถือของข้อคำถาม จากค่า Cronbach's Alpha จากกลุ่มตัวอย่างขั้นต้น (Pre-Test) จำนวน 30 ตัวอย่าง

ตารางที่ 4.2 ค่าอัลฟาแสดงความน่าเชื่อถือของข้อคำถามของปัจจัยและทัศนคติที่มีผลต่อการเข้าพักอาศัยในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย (Retirement Community) จากกลุ่มตัวอย่าง 30 ตัวอย่าง ได้ผลการตรวจสอบ ดังนี้

ส่วนของคำถาม	ค่าอัลฟาแสดงความเชื่อมั่น
ปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior)	0.921
ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)	0.850
ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control)	0.926
ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)	0.972
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	0.947
ด้านราคา (Price)	0.921
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	0.961
ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)	0.931

จากการเปรียบเทียบค่าอัลฟาของแบบสอบถาม (ตาราง 4.2) และเกณฑ์ของการวัดค่าอัลฟา (ตาราง4.1) ทำให้พบว่าคำถามในหัวข้อของปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior) มีค่าอัลฟา เท่ากับ 0.921 ซึ่งมีระดับความสอดคล้องภายใน ดีเยี่ยม, ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) มีค่าอัลฟา เท่ากับ 0.850 ซึ่งมีระดับความสอดคล้องภายใน ดี , ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) มีค่าอัลฟา เท่ากับ 0.926 มีระดับความสอดคล้องภายใน ดีเยี่ยม, ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) มีค่าอัลฟา เท่ากับ 0.972 มีระดับความสอดคล้องภายใน ดีเยี่ยม (โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีค่าอัลฟา เท่ากับ 0.947 มีระดับความสอดคล้องภายใน ดีเยี่ยม, ปัจจัยด้านราคา (Price) มีค่าอัลฟา เท่ากับ 0.921 มีระดับความสอดคล้องภายใน ดีเยี่ยม, ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มีค่าอัลฟา เท่ากับ 0.961 มีระดับความสอดคล้องภายใน ดีเยี่ยม, ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีค่าอัลฟา เท่ากับ 0.931 มีระดับความสอดคล้องภายใน ดีเยี่ยม), ความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ มีค่าอัลฟา เท่ากับ 0.956 มีระดับความสอดคล้องภายใน ดีเยี่ยม

4.1.2 การทดสอบความน่าเชื่อถือของข้อคำถาม จากค่า Cronbach's Alpha ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 386 ตัวอย่าง

ตารางที่ 4.3 ค่าอัลฟาแสดงความน่าเชื่อถือของข้อคำถามของปัจจัยและทัศนคติที่มีผลต่อการเข้าพักอาศัยในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย (Retirement Community) จากกลุ่มตัวอย่าง 386 ตัวอย่าง ได้ผลการตรวจสอบ ดังนี้

ส่วนของคำถาม	ค่าอัลฟาแสดงความเชื่อมั่น
ปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior)	0.935
ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)	0.927
ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control)	0.912
ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)	0.947
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	0.869
ด้านราคา (Price)	0.885
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	0.893
ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)	0.901
ความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ	0.956

จากการเปรียบเทียบค่าอัลฟาของแบบสอบถาม (ตาราง 4.3) และเกณฑ์ของการวัดค่าอัลฟา (ตาราง4.1) ทำให้พบว่าคำถามในหัวข้อของปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior) มีค่าอัลฟา เท่ากับ 0.935 ซึ่งมีระดับความสอดคล้องภายใน ดีเยี่ยม, ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) มีค่าอัลฟา เท่ากับ 0.927 ซึ่งมีระดับความสอดคล้องภายใน ดีเยี่ยม, ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) มีค่าอัลฟา เท่ากับ 0.912 มีระดับความสอดคล้องภายใน ดีเยี่ยม, ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) มีค่าอัลฟา เท่ากับ 0.947 มีระดับความสอดคล้องภายใน ดีเยี่ยม (โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีค่าอัลฟา เท่ากับ 0.869 มีระดับความสอดคล้องภายใน ดี, ปัจจัยด้านราคา (Price) มีค่าอัลฟา เท่ากับ 0.885 มีระดับความสอดคล้องภายใน ดี, ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มีค่าอัลฟา เท่ากับ 0.893 มีระดับความสอดคล้องภายใน ดี, ปัจจัยด้านส่งเสริม

การตลาด (Promotion) มีค่าอัลฟา เท่ากับ 0.901 มีระดับความสอดคล้องภายใน ดีเยี่ยม), ความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ มีค่าอัลฟา เท่ากับ 0.956 มีระดับความสอดคล้องภายใน ดีเยี่ยม

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ เพศ อายุ ถิ่นที่อยู่อาศัย ด้านสถานภาพสมรส จำนวนบุตร ลักษณะที่อยู่อาศัย ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ(Percentage) รวมถึงบุคคลที่ผลในการตัดสินใจในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	130	33.7
หญิง	256	66.3
รวม	**386**	**100**

จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีจำนวนถึง 256 คน คิดเป็นร้อยละ 66.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และเพศชาย จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
40-50 ปี	152	39.4
51-60 ปี	131	33.9
61 ปีขึ้นไป	103	26.7
รวม	**386**	**100**

จากตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 40-50 ปี โดยมีจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 39.4 ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาคืออายุระหว่าง 51-60 ปี โดยมีจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9 ของกลุ่มตัวอย่าง และอันดับสุดท้าย คืออายุ 61 ปีขึ้นไป โดยมีจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามถิ่นที่อยู่อาศัยปัจจุบัน

ถิ่นที่อยู่อาศัยปัจจุบัน	**จำนวน(คน)**	**ร้อยละ**
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	178	46.1
ต่างจังหวัด	208	53.9
รวม	**386**	**100**

จากตารางที่ 4.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีถิ่นที่อยู่อาศัยในต่างจังหวัด โดยมีจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 53.9 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และมีถิ่นที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 46.1 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามด้านสถานภาพสมรส

ด้านสถานภาพสมรส	**จำนวน(คน)**	**ร้อยละ**
โสด	107	27.7
สมรส	243	63.0
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	36	9.3
รวม	**386**	**100**

จากตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมามีสถานภาพโสด จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 27.7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และอันดับสุดท้ายมีสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามด้านจำนวนบุตร

จำนวนบุตร	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่มีบุตร	136	35.2
มีบุตร	250	64.8
รวม	**386**	**100**

จากตารางที่ 4.8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีบุตรจำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8 ของกลุ่มตัวอย่าง และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีบุตรจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย

ลักษณะที่อยู่อาศัย	จำนวน(คน)	ร้อยละ
บ้านเดี่ยว	260	67.4
ทาวน์เฮ้าส์	66	17.1
คอนโดมิเนียม	30	7.8
อพาร์เมนท์	2	0.5
อื่นๆ	28	7.3
รวม	**386**	**100**

จากตารางที่ 4.9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นแบบบ้านเดี่ยว จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 67.4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาอันดับสองคือมีลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นทาวเฮ้าส์จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 อันดับสามคือลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นคอนโดมิเนียม จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 อันดับสี่คือลักษณะที่อยู่อาศัยแบบอื่นๆ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 และอันดับสุดท้ายคือลักษณะที่อยู่อาศัยแบบอพาร์เมนท์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกรรมสิทธิ์ที่พักอาศัย

กรรมสิทธิ์	**จำนวน(คน)**	**ร้อยละ**
เจ้าของกรรมสิทธิ์	299	77.5
เช่าพักอาศัย	29	7.5
พักอาศัยอยู่กับลูก/ญาติ หรือคนรู้จัก	48	12.4
อื่นๆ	10	2.6
รวม	**386**	**100**

จากตารางที่ 4.10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีกรรมสิทธิ์ที่พักอาศัยเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 77.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาอันดับสองคือพักอาศัยอยู่กับลูก/ญาติ หรือคนรู้จักจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4 อันดับสามคือเช่าพักอาศัย จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และอันดับสุดท้ายคือมีกรรมสิทธิ์ที่พักอาศัยแบบอื่นๆ เช่นพักกับนายจ้าง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	**จำนวน(คน)**	**ร้อยละ**
ต่ำกว่าปริญญาตรี	49	12.7
ปริญญาตรี	200	51.8
สูงกว่าปริญญาตรี	137	35.5
รวม	**386**	**100**

จากตารางที่ 4.11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมามีมีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และอันดับสุดท้ายคือมีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กรรมสิทธิ์	**จำนวน(คน)**	**ร้อยละ**
ต่ำกว่า 20,000 บาท	72	18.7
20,000 - 40,000 บาท	128	33.2
40,001 - 60,000 บาท	87	22.5
60,001 - 80,000 บาท	30	7.8
80,001 - 100,000 บาท	30	7.8
100,001 บาทขึ้นไป	39	10.1
รวม	**386**	**100**

จากตารางที่ 4.12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,000-40,000 บาท จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาอันดับสองคือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 40,001-60,000 บาท จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 อันดับสามคือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 อันดับที่สี่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 100,001 บาทขึ้นไป จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.1 และจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 60,001-80,000 บาทและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 80,001-100,000 บาทมีจำนวนของกลุ่มตัวอย่างเท่ากันคือจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และจากการศึกษาเพื่อศึกษาว่าบุคคลใดมีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าพักอาศัยในที่พักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างสามารถตอบแบบสอบถามได้มากกว่า 1 ข้อ ผลการศึกษาพบว่า

ตาราง 4.13 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าพักอาศัยในที่พักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุของกลุ่มตัวอย่าง

$WI Frequencies

		Responses		
		N	Percent	Percent of Cases
$WI[a]	ตัวท่านเอง	317	48.8%	82.1%
	คู่สมรส	112	17.2%	29.0%

ตาราง 4.13 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าพักอาศัยในที่พักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

$WI Frequencies

		Responses		
		N	Percent	Percent of Cases
	บุตร	86	13.2%	22.3%
	ญาติพี่น้อง	56	8.6%	14.5%
	เพื่อน/เพื่อนบ้าน	28	4.3%	7.3%
	แพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการดูแลสุขภาพ	50	7.7%	13.0%
	Other	1	0.2%	0.3%
Total		650	100.0%	168.4%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

จากตารางที่ 4.13 พบว่าบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าพักอาศัยในที่พักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดคือตัวของผู้ตอบแบบสอบถามเอง คิดเป็นร้อยละ 82.1 ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาคือคู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 29 อันดับสามคือบุตร คิดเป็นร้อยละ 22.3 อันดับที่สี่คือญาติพี่น้องคิดเป็นร้อยละ 8.6 อันดับห้าคือแพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 7.7 อันดับหกคือเพื่อน/เพื่อนบ้าน คิดเป็นร้อยละ 4.3 และอันดับสุดท้ายคืออื่นๆ ซึ่งในที่นี้กลุ่มตัวอย่างได้ตอบเป็นรายได้ คิดเป็นร้อยละ 0.2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตาราง 4.14 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของวัยที่กลุ่มตัวอย่างสนใจจะเข้าพักในที่พักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุ

วัยที่จะเข้าพัก

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	55-65 ปี	49	12.7	12.7	12.7
	66-75 ปี	162	42.0	42.0	54.7
	76 ปีขึ้นไป	175	45.3	45.3	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

จากตารางที่ 4.14 พบว่าวัยที่กลุ่มตัวอย่างสนใจเข้าพักในที่พักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุมากที่สุดคือ 75 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 45 ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาคือ 66-75 ปี คิดเป็นร้อยละ 42 อันดับสุดท้ายคือ 55-65 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.7

4.3 การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะประชากรต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่างในด้าน เพศ อายุ ถิ่นที่อยู่อาศัย ด้านสถานภาพสมรส จำนวนบุตร ลักษณะที่อยู่อาศัย ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ว่าแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างหรือไม่ต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย โดยใช้การวิเคราะห์การเปรียบเทียบสองกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระจากกัน (Independent Sample T-Test) และความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในโปรแกรม SPSS ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

สมมติฐานที่ 1

H_0: ลักษณะประชากรด้านเพศ ไม่มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

H_1: ลักษณะประชากรด้านเพศ มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

ตาราง 4.15 ความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยในแต่ละเพศ

Group Statistics

	Sex	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Intention	ชาย	130	3.3596	1.04641	.09178
	หญิง	256	3.1201	1.06180	.06636

ตาราง 4.16 การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านเพศ

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Intention	Equal variances assumed	.920	.338	2.105	384	.036	.23950	.11380	.01575	.46324
	Equal variances not assumed			2.115	262.818	.035	.23950	.11326	.01649	.46250

จากตารางที่ 4.16 พบว่าเพศมีความแตกต่างกันต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุ อยู่ที่ 3.12 และเพศชายอยู่ที่ 3.36 (ตารางที่ 4.16)

สมมติฐานที่ 2

H_0: ลักษณะประชากรด้านอายุไม่มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

H_2: ลักษณะประชากรด้านอายุ มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

ตาราง 4.17 การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านอายุ

ANOVA

Intention

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	14.478	2	7.239	6.614	.002
Within Groups	419.212	383	1.095		
Total	433.690	385			

ตาราง 4.18 ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านอายุต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

Multiple Comparisons

Dependent Variable: Intention

Tukey HSD

(I) Age	(J) Age	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
40-50 ปี	51-60 ปี	.28148	.12472	.063	-.0120	.5749
	61 ปีขึ้นไป	.47367*	.13352	.001	.1595	.7878
51-60 ปี	40-50 ปี	-.28148	.12472	.063	-.5749	.0120
	61 ปีขึ้นไป	.19219	.13778	.345	-.1320	.5164
61 ปีขึ้นไป	40-50 ปี	-.47367*	.13352	.001	-.7878	-.1595
	51-60 ปี	-.19219	.13778	.345	-.5164	.1320

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

ตาราง 4.19 ความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยในแต่ละระดับอายุ

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
40-50 ปี	152	3.4227	1.12034	.09087
51-60 ปี	131	3.1412	.98210	.08581
61 ปีขึ้นไป	103	2.9490	1.01119	.09964
Total	386	3.2008	1.06135	.05402

จากตารางที่ 4.17 พบว่าอายุในแต่ละระดับมีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย โดยช่วงอายุ 40-50 ปีมีความแตกต่างกับอายุ 61 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ(จากตารางที่ 14.8) โดยช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไปมีความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยอยู่ที่ 2.95 ซึ่งน้อยกว่าช่วงอายุ 51-60 ปี และช่วงอายุ 40-50 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยนอยู่ที่ 3.14 และ 3.42 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.19)

สมมติฐานที่ 3

H0: ลักษณะประชากรด้านถิ่นที่อยู่อาศัย ไม่มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

H3: ลักษณะประชากรถิ่นที่อยู่อาศัย มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

ตาราง 4.20 ความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยในแต่ละถิ่นที่อยู่อาศัย

Group Statistics

	ถิ่นที่อยู่อาศัย	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Intention	กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	178	3.3652	1.09638	.08218
	ต่างจังหวัด	208	3.0601	1.01200	.07017

ตาราง 4.21 การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านลักษณะถิ่นที่อยู่อาศัย

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Intention	Equal variances assumed	2.883	.090	2.841	384	.005	.30507	.10739	.09393	.51622
	Equal variances not assumed			2.823	363.821	.005	.30507	.10806	.09257	.51757

จากตารางที่ 4.20 พบว่าถิ่นที่อยู่อาศัยมีความแตกต่างกันต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย อยู่ที่ 3.37 และต่างจังหวัดอยู่ที่ 3.06 (ตารางที่ 4.20)

สมมติฐานที่ 4

H0: ลักษณะประชากรด้านสถานะภาพสมรส ไม่มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

H4: ลักษณะประชากรด้านสถานะภาพสมรส มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

ตาราง 4.22 การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านสถานะภาพสมรส

ANOVA

Intention

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	13.162	2	6.581	5.994	.003
Within Groups	420.527	383	1.098		
Total	433.690	385			

ตาราง 4.23 ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านสถานะภาพสมรสต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

Multiple Comparisons

Dependent Variable: Intention

Tukey HSD

(I) Status	(J) Status	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval Lower Bound	95% Confidence Interval Upper Bound
โสด	สมรส	.39450*	.12157	.004	.1085	.6805
	หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	.49533*	.20189	.039	.0203	.9704
สมรส	โสด	-.39450*	.12157	.004	-.6805	-.1085
	หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	.10082	.18713	.852	-.3395	.5411
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	โสด	-.49533*	.20189	.039	-.9704	-.0203
	สมรส	-.10082	.18713	.852	-.5411	.3395

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

ตาราง 4.24 ความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยในแต่ละสถานะภาพสมรส

Descriptives

Intention

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean Lower Bound	95% Confidence Interval for Mean Upper Bound	Minimum	Maximum
โสด	107	3.4953	1.18261	.11433	3.2687	3.7220	1.00	5.00
สมรส	243	3.1008	.97707	.06268	2.9774	3.2243	1.00	5.00
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	36	3.0000	1.08562	.18094	2.6327	3.3673	1.00	5.00
Total	386	3.2008	1.06135	.05402	3.0946	3.3070	1.00	5.00

จากตารางที่ 4.22 พบว่าในแต่ละระดับสถานะภาพสมรสมีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุ โดยคนโสดมีความแตกต่างและมีความสำคัญมากกว่ากับสถานะภาพสมรสและหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ(จากตารางที่ 4.23) โดยคนหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันมีความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยอยู่ที่ 3.00 ซึ่งน้อยกว่าสถานะภาพสมรสและโสดที่มีค่าเฉลี่ยนอยู่ที่ 3.10 และ 3.50 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.24)

สมมติฐานที่ 5

H0: ลักษณะประชากรด้านจำนวนบุตร ไม่มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

H5: ลักษณะประชากรด้านจำนวนบุตร มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

ตาราง 4.25 ความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยตามจำนวนบุตร

Group Statistics

	จำนวนบุตร	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Intention	ไม่มีบุตร	136	3.3401	1.10833	.09504
	มีบุตร	250	3.1250	1.02925	.06510

ตาราง 4.26 การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านลักษณะจำนวนบุตร

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
						Significance				95% Confidence Interval of the Difference
		F	Sig.	t	df	One-Sided p	Two-Sided p	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Intention	Equal variances assumed	1.686	.195	1.908	384	.029	.057	.21507	.11270	-.00652	.43666
	Equal variances not assumed			1.867	260.318	.032	.063	.21507	.11519	-.01176	.44191

จากตารางที่ 4.25 พบว่าจำนวนบุตรไม่มีความแตกต่างกันต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มตัวอย่าง

ที่ไม่มีบุตรมีความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย อยู่ที่ 3.34 และกลุ่มที่มีบุตรอยู่ที่ 3.13 (ตารางที่ 4.26)

สมมติฐานที่ 6

H0: ลักษณะประชากรด้าน*ลักษณะที่อยู่อาศัย* ไม่มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

H6: ลักษณะประชากรด้านลักษณะที่อยู่อาศัย มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

ตาราง 4.27 การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านลักษณะที่อยู่อาศัย

ANOVA

Intention

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	16.809	4	4.202	3.840	.004
Within Groups	416.881	381	1.094		
Total	433.690	385			

ตาราง4.28 ความตั้งใจ (Intention)ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยในในด้านลักษณะที่อยู่อาศัย

Descriptives

Intention

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean	
					Lower Bound	Upper Bound
บ้านเดี่ยว	260	3.1135	1.06026	.06575	2.9840	3.2429
ทาวน์เฮ้าส์	66	3.4091	1.05852	.13029	3.1489	3.6693
คอนโดมิเนียม	30	3.6667	.84418	.15413	3.3514	3.9819
อพาร์เมนท์	2	4.5000	.00000	.00000	4.5000	4.5000
Other	28	2.9286	1.09260	.20648	2.5049	3.3522
Total	386	3.2008	1.06135	.05402	3.0946	3.3070

ตาราง 4.29 ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านลักษณะที่อยู่อาศัยต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

Multiple Comparisons

Dependent Variable: Intention

Tukey HSD

(I) ลักษณะที่อยู่อาศัย	(J) ลักษณะที่อยู่อาศัย	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval Lower Bound	95% Confidence Interval Upper Bound
บ้านเดี่ยว	ทาวน์เฮ้าส์	-.29563	.14418	.244	-.6908	.0995
	คอนโดมิเนียม	-.55321*	.20170	.050	-1.1060	-.0004
	อพาร์เมนท์	-1.38654	.74249	.337	-3.4216	.6486
	Other	.18489	.20805	.901	-.3854	.7551
ทาวน์เฮ้าส์	บ้านเดี่ยว	.29563	.14418	.244	-.0995	.6908
	คอนโดมิเนียม	-.25758	.23033	.797	-.8889	.3737
	อพาร์เมนท์	-1.09091	.75078	.594	-3.1487	.9669
	Other	.48052	.23592	.250	-.1661	1.1271
คอนโดมิเนียม	บ้านเดี่ยว	.55321*	.20170	.050	.0004	1.1060
	ทาวน์เฮ้าส์	.25758	.23033	.797	-.3737	.8889
	อพาร์เมนท์	-.83333	.76391	.811	-2.9271	1.2605
	Other	.73810	.27486	.058	-.0153	1.4915
อพาร์เมนท์	บ้านเดี่ยว	1.38654	.74249	.337	-.6486	3.4216
	ทาวน์เฮ้าส์	1.09091	.75078	.594	-.9669	3.1487
	คอนโดมิเนียม	.83333	.76391	.811	-1.2605	2.9271
	Other	1.57143	.76561	.243	-.5270	3.6699
Other	บ้านเดี่ยว	-.18489	.20805	.901	-.7551	.3854
	ทาวน์เฮ้าส์	-.48052	.23592	.250	-1.1271	.1661
	คอนโดมิเนียม	-.73810	.27486	.058	-1.4915	.0153
	อพาร์เมนท์	-1.57143	.76561	.243	-3.6699	.5270

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

จากตารางที่ 4.27 และตารางที่ 4.29 พบว่าปัจจัยด้านลักษณะที่อยู่อาศัยไม่มีความแตกต่างกันต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในอพาร์เมนท์มีความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย อยู่ที่ 4.5 ผู้พักอาศัยในคอนโดมิเนียม 3.67 ผู้พักอาศัยในทาวน์เฮาส์ 3.41 ,พักอาศัยในบ้านเดี่ยว 3.11 และอันดับสุดท้ายกลุ่มที่พักอาศัยในที่อื่นๆ 2.93 (ตารางที่ 4.28)

สมมติฐานที่ 7

H0: ลักษณะประชากรด้านกรรมสิทธิ์ ไม่มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

H7: ลักษณะประชากรด้านกรรมสิทธิ์มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

ตาราง 4.30 การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย

ANOVA

Intention

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	7.601	3	2.534	2.272	.080
Within Groups	426.088	382	1.115		
Total	433.690	385			

ตาราง 4.31 ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

Multiple Comparisons

Dependent Variable: Intention
Tukey HSD

(I) กรรมสิทธิ์	(J) กรรมสิทธิ์	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
เจ้าของกรรมสิทธิ์	เช่าพักอาศัย	-.44407	.20541	.136	-.9741	.0860
	พักอาศัยอยู่กับลูก/ญาติหรือคนรู้จัก	-.24328	.16422	.450	-.6670	.1805
	Other	.19214	.33952	.942	-.6839	1.0682
เช่าพักอาศัย	เจ้าของกรรมสิทธิ์	.44407	.20541	.136	-.0860	.9741
	พักอาศัยอยู่กับลูก/ญาติหรือคนรู้จัก	.20079	.24840	.851	-.4402	.8417
	Other	.63621	.38730	.356	-.3632	1.6356
พักอาศัยอยู่กับลูก/ญาติหรือคนรู้จัก	เจ้าของกรรมสิทธิ์	.24328	.16422	.450	-.1805	.6670
	เช่าพักอาศัย	-.20079	.24840	.851	-.8417	.4402
	Other	.43542	.36712	.636	-.5119	1.3827
Other	เจ้าของกรรมสิทธิ์	-.19214	.33952	.942	-1.0682	.6839
	เช่าพักอาศัย	-.63621	.38730	.356	-1.6356	.3632
	พักอาศัยอยู่กับลูก/ญาติหรือคนรู้จัก	-.43542	.36712	.636	-1.3827	.5119

ตาราง 4.32 ความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยในในด้านกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย

Descriptives

Intention

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
เจ้าของกรรมสิทธิ์	299	3.1421	1.02069	.05903	3.0260	3.2583	1.00	5.00
เช่าพักอาศัย	29	3.5862	.89462	.16613	3.2459	3.9265	1.75	5.00
พักอาศัยอยู่กับลูก/ญาติหรือคนรู้จัก	48	3.3854	1.27992	.18474	3.0138	3.7571	1.00	5.00
Other	10	2.9500	1.34268	.42459	1.9895	3.9105	1.50	5.00
Total	386	3.2008	1.06135	.05402	3.0946	3.3070	1.00	5.00

จากตารางที่ 4.30 และตารางที่ 4.31 พบว่าปัจจัยด้านกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยไม่มีความแตกต่างกันต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยอันดับหนึ่งคือกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์มีความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย อยู่ที่ 3.12 ผู้ที่เช่าพักอาศัย 3.59 พักอาศัยอยู่กับลูก/ญาติหรือคนรู้จัก 3.39 และผู้ที่มีกรรมสิทธิ์ที่พักอาศัยแบบอื่นๆ 2.95 (ตาราง 4.32)

สมมติฐานที่ 8

H0: ลักษณะประชากรด้านระดับการศึกษา ไม่มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

H8: ลักษณะประชากรด้านระดับการศึกษา มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

ตาราง 4.33 การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านระดับการศึกษา

ANOVA

Intention

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	5.126	2	2.563	2.291	.103
Within Groups	428.563	383	1.119		
Total	433.690	385			

ตาราง 4.34 ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านระดับการศึกษา ต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

Multiple Comparisons

Dependent Variable: Intention

Tukey HSD

(I) ระดับการศึกษา	(J) ระดับการศึกษา	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval Lower Bound	95% Confidence Interval Upper Bound
ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	-.19901	.16861	.466	-.5957	.1977
	สูงกว่า ปริญญาตรี	.04108	.17608	.970	-.3732	.4554
ปริญญาตรี	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	.19901	.16861	.466	-.1977	.5957
	สูงกว่า ปริญญาตรี	.24008	.11731	.103	-.0359	.5161
สูงกว่า ปริญญาตรี	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	-.04108	.17608	.970	-.4554	.3732
	ปริญญาตรี	-.24008	.11731	.103	-.5161	.0359

ตาราง 4.35 ความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยใน ในด้านระดับการศึกษา

Descriptives

Intention

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
ต่ำกว่า ปริญญาตรี	49	3.1122	.94932	.13562	2.8396	3.3849	1.00	5.00
ปริญญาตรี	200	3.3113	.92308	.06527	3.1825	3.4400	1.00	5.00
สูงกว่า ปริญญาตรี	137	3.0712	1.25950	.10761	2.8584	3.2840	1.00	5.00
Total	386	3.2008	1.06135	.05402	3.0946	3.3070	1.00	5.00

จากตารางที่ 4.33 และตารางที่ 4.34 พบว่าปัจจัยด้านระดับการศึกษาไม่มีความแตกต่างกันต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กลุ่มตัวอย่างการศึกษาปริญญาตรีมีความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย อยู่ที่ 3.31 ระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าปริญญาตรี 3.11 และระดับการศึกษาที่สูงปริญญาตรี 3.07 (ตาราง 4.35)

สมมติฐานที่ 9

H0: ลักษณะประชากรด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

H9: ลักษณะประชากรด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

ตาราง 4.36 การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ANOVA

Intention

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	17.157	5	3.431	3.130	.009
Within Groups	416.533	380	1.096		
Total	433.690	385			

ตาราง 4.37 ความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

Multiple Comparisons

Dependent Variable: Intention

Tukey HSD

(I) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	(J) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,001 - 40,000 บาท	.00282	.15423	1.000	-.4390	.4446
	40,001 - 60,000 บาท	-.12656	.16680	.974	-.6043	.3512
	60,001 - 80,000 บาท	-.15903	.22751	.982	-.8107	.4926
	80,001 - 100,000 บาท	-.60903	.22751	.082	-1.2607	.0426
	100,001 บาทขึ้นไป	.35443	.20816	.531	-.2418	.9507
20,001 - 40,000 บาท	ต่ำกว่า 20,000 บาท	-.00282	.15423	1.000	-.4446	.4390
	40,001 - 60,000 บาท	-.12938	.14547	.949	-.5461	.2873
	60,001 - 80,000 บาท	-.16185	.21237	.974	-.7701	.4465
	80,001 - 100,000 บาท	-.61185*	.21237	.048	-1.2201	-.0035
	100,001 บาทขึ้นไป	.35161	.19149	.444	-.1969	.9001
40,001 - 60,000 บาท	ต่ำกว่า 20,000 บาท	.12656	.16680	.974	-.3512	.6043
	20,001 - 40,000 บาท	.12938	.14547	.949	-.2873	.5461
	60,001 - 80,000 บาท	-.03247	.22167	1.000	-.6674	.6025
	80,001 - 100,000 บาท	-.48247	.22167	.251	-1.1174	.1525
	100,001 บาทขึ้นไป	.48099	.20176	.164	-.0969	1.0589
60,001 - 80,000 บาท	ต่ำกว่า 20,000 บาท	.15903	.22751	.982	-.4926	.8107
	20,001 - 40,000 บาท	.16185	.21237	.974	-.4465	.7701
	40,001 - 60,000 บาท	.03247	.22167	1.000	-.6025	.6674
	80,001 - 100,000 บาท	-.45000	.27033	.556	-1.2243	.3243
	100,001 บาทขึ้นไป	.51346	.25425	.333	-.2148	1.2417
80,001 - 100,000 บาท	ต่ำกว่า 20,000 บาท	.60903	.22751	.082	-.0426	1.2607
	20,001 - 40,000 บาท	.61185*	.21237	.048	.0035	1.2201
	40,001 - 60,000 บาท	.48247	.22167	.251	-.1525	1.1174
	60,001 - 80,000 บาท	.45000	.27033	.556	-.3243	1.2243
	100,001 บาทขึ้นไป	.96346*	.25425	.002	.2352	1.6917
100,001 บาทขึ้นไป	ต่ำกว่า 20,000 บาท	-.35443	.20816	.531	-.9507	.2418
	20,001 - 40,000 บาท	-.35161	.19149	.444	-.9001	.1969
	40,001 - 60,000 บาท	-.48099	.20176	.164	-1.0589	.0969
	60,001 - 80,000 บาท	-.51346	.25425	.333	-1.2417	.2148
	80,001 - 100,000 บาท	-.96346*	.25425	.002	-1.6917	-.2352

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

ตาราง 4.38 ความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยในในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

Descriptives

Intention

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean	
					Lower Bound	Upper Bound
ต่ำกว่า 20,000 บาท	72	3.1493	1.09630	.12920	2.8917	3.4069
20,001 - 40,000 บาท	128	3.1465	1.03508	.09149	2.9654	3.3275
40,001 - 60,000 บาท	87	3.2759	1.03080	.11051	3.0562	3.4956
60,001 - 80,000 บาท	30	3.3083	1.15535	.21094	2.8769	3.7397
80,001 - 100,000 บาท	30	3.7583	.92960	.16972	3.4112	4.1055
100,001 บาทขึ้นไป	39	2.7949	1.02577	.16426	2.4624	3.1274
Total	386	3.2008	1.06135	.05402	3.0946	3.3070

จากตารางที่ 4.36 พบว่าระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในแต่ละระดับมีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยโดยที่รายได้ระดับ 20,001 – 40,000 บาท มีความแตกต่างกับระดับรายได้ 80,001 – 100,000 บาท และรายได้ระดับ 80,001 – 100,000 บาท มีความแตกต่างกับระดับรายได้ 100,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญ (ตาราง 4.37) ระดับรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.15, ระดับรายได้ 20,001 – 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.15, ระดับรายได้ 40,001 – 60,000 บาท มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.28 ,ระดับรายได้ 60,001 – 80,000 บาท มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.31 ,ระดับรายได้ 80,001 – 100,000 บาท มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76 และรายได้มากกว่า 100,001 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.20 อย่างมีนัยสำคัญ (ตารางที่ 4.38)

4.4 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

การวิเคราะห์ปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior), ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm), ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control),ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

เช่น ด้านผลิตภัณฑ์(Product), ด้านราคา (Price), ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place), ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่มีผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย สามารถวิเคราะห์ได้จากด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ หรือค่านัยสำคัญ 0.05 โดยทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 10

H0:ปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior) ไม่มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

H10: ปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior) มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

สมมติฐานที่ 11

H0 : ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) ไม่มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

H11: ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

สมมติฐานที่ 12

H0: ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control)ไม่มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

H12: ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

สมมติฐานที่ 13

H0: ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ (Product), ด้านราคา (Price) ,ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) , ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ไม่มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

H13: ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ (Product), ด้านราคา (Price), ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place), ด้านส่งเสริมการตลาด

(Promotion) มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

ตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior), ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm), ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control), ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เช่น ด้านผลิตภัณฑ์(Product), ด้านราคา (Price), ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place), ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.823[a]	.677	.671	.60893

a. Predictors: (Constant), Promo, PBC, Attitude, Price, Norm, Product, Place

จากตารางที่ 4.39 สามารถวิเคราะห์ความสามารถในการอธิบาย (Explanatory Power) ของปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior), ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm), ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control), ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ (Product), ด้านราคา (Price), ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place), ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) สามารถทำนายถึงความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย ได้ร้อยละ 67.7

ตารางที่ 4.40 ผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior), ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm), ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control), ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เช่น ด้านผลิตภัณฑ์(Product), ด้านราคา (Price), ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place), ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	293.527	7	41.932	113.086	<.001[b]
	Residual	140.163	378	.371		
	Total	433.690	385			

a. Dependent Variable: Intention

b. Predictors: (Constant), Promo, PBC, Attitude, Price, Norm, Product, Place

จากตารางที่ 4.40 สะท้อนให้เห็นว่ามีอย่างน้อย 1 ปัจจัย (ปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior), ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm), ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control), ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เช่น ด้านผลิตภัณฑ์(Product), ด้านราคา (Price), ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place), ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยโดยวิเคราะห์ได้จากค่า P-Value (Sig.) ที่มีค่า P-Value (Sig.) < 0.001 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่ 0.05

ตารางที่ 4.41 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธ์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior), ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm), ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control), ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ (Product), ด้านราคา (Price), ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place), ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	-.700	.267		-2.617	.009	-1.226	-.174
	Attitude	.084	.059	.057	1.424	.155	-.032	.200
	Norm	.141	.046	.130	3.096	.002	.052	.231
	PBC	.757	.048	.647	15.775	<.001	.663	.852
	Product	.087	.097	.043	.897	.370	-.103	.277
	Price	-.250	.069	-.158	-3.650	<.001	-.385	-.115
	Place	.072	.075	.047	.963	.336	-.075	.220
	Promo	.220	.068	.149	3.220	.001	.086	.355

a. Dependent Variable: Intention

จากตารางที่ 4.41 เมื่อพิจารณาค่า Beta สามารถวิเคราะห์ผลได้ว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยมากที่สุด โดยค่า Beta เท่ากับ 0.647 รองลงมาปัจจัยด้านราคา (Price) ค่า Beta เท่ากับ -0.158 (หมายถึงยิ่งราคาแพงความตั้งใจใจการเข้าพักก็จะน้อยลง) ถัดมาด้วยปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion), ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)) ค่า Beta เท่ากับ 0.149, 0.130 ตามลำดับ

4.5 สรุปสมมติฐาน

ตารางที่ 4.42 สรุปสมมติฐาน ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1	ปฏิเสธ H0
H0: ลักษณะประชากรด้านเพศ ไม่มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	
H1: ลักษณะประชากรด้านเพศ มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	
สมมติฐานที่ 2	ปฏิเสธ H0
H0: ลักษณะประชากรด้านอายุไม่มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	
H2: ลักษณะประชากรด้านอายุ มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	
สมมติฐานที่ 3	ปฏิเสธ H0
H0: ลักษณะประชากรด้านถิ่นที่อยู่อาศัย ไม่มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	
H3: ลักษณะประชากรถิ่นที่อยู่อาศัย มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	

ตารางที่ 4.42 สรุปสมมติฐาน ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 4	ปฏิเสธ H0
H0: ลักษณะประชากรด้านสถานะภาพสมรส ไม่มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	
H4: ลักษณะประชากรด้านสถานะภาพสมรส มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	
สมมติฐานที่ 5	ยอมรับ H0
H0: ลักษณะประชากรด้านจำนวนบุตร ไม่มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	
H5: ลักษณะประชากรด้านจำนวนบุตร มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	
สมมติฐานที่ 6	ยอมรับ H0
H0: ลักษณะประชากรด้านลักษณะที่อยู่อาศัย ไม่มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	
H6: ลักษณะประชากรด้านลักษณะที่อยู่อาศัย มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	
สมมติฐานที่ 7	ยอมรับ H0
H0: ลักษณะประชากรด้านกรรมสิทธิ์ ไม่มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	

ตารางที่ 4.42 สรุปสมมติฐาน ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H7: ลักษณะประชากรด้านกรรมสิทธิ์มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	
สมมติฐานที่ 8	ยอมรับ H0
H0: ลักษณะประชากรด้านระดับการศึกษา ไม่มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	
H8: ลักษณะประชากรด้านระดับการศึกษา มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	
สมมติฐานที่ 9	ปฏิเสธ H0
H0: ลักษณะประชากรด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	
H9: ลักษณะประชากรด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	
สมมติฐานที่ 10	ยอมรับ H0
ปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior) ไม่มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	
H10: ปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior) มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	

ตารางที่ 4.42 สรุปสมมติฐาน ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 11	ปฏิเสธ H0
H0 : ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) ไม่มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	
H11: ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	
สมมติฐานที่ 12	ปฏิเสธ H0
H0: ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) ไม่มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	
H12: ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	
สมมติฐานที่ 13	ปฏิเสธ H0
ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เช่น ด้านผลิตภัณฑ์(Product), ด้านราคา (Price) ,ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) , ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ไม่มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	ของปัจจัยด้านราคาและด้านโปรโมชั่น
ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เช่น ด้านผลิตภัณฑ์(Product), ด้านราคา (Price) ,ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) , ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ไม่มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย	

บทที่ 5
สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยและทัศนคติที่มีผลต่อการเข้าพักอาศัยในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย (Retirement Community)” เพื่อศึกษาปัจจัยและทัศนคติ รวมถึงข้อมูลเชิงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเข้าพักอาศัยในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย (Retirement Community) ในบทนี้จะเป็นการสรุปผลจากบทที่ผ่านๆมาและทำการอภิปรายผลรวมถึงข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยการศึกษาปัจจัยและทัศนคติที่มีผลต่อการเข้าพักอาศัยในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย (Retirement Community) สรุปผลออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

5.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 386 คน พบว่าพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงโดยมีจำนวนถึง 256 คน คิดเป็นร้อยละ 66.3 ของกลุ่มตัวอย่าง และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 33.7 โดยกลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 40-50 ปี ร้อยละ 39.4 มีสถานภาพสมรส จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 มีบุตรจำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีถิ่นที่อยู่อาศัยในต่างจังหวัด โดยมีจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 53.9 ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นแบบบ้านเดี่ยวจำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 67.4 และมีกรรมสิทธิ์ที่พักอาศัยเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 77.5 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,000-40,000 บาท จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2

5.1.2 บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าพักอาศัยในที่พักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการศึกษาพบว่าบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าพักอาศัยในที่พักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดคือตัวของผู้ตอบแบบสอบถามเอง คิดเป็นร้อยละ 82.1 ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาคือคู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 29 อันดับสามคือบุตร คิดเป็นร้อยละ 22.3 อันดับที่สี่คือญาติพี่น้องคิดเป็นร้อยละ 8.6 อันดับห้าคือแพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 7.7 อันดับหกคือเพื่อน/เพื่อนบ้าน คิดเป็นร้อยละ 4.3 และอันดับสุดท้ายคืออื่นๆ ซึ่งในที่นี้กลุ่มตัวอย่างได้ตอบเป็นรายได้ คิดเป็นร้อยละ 0.2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

5.1.3 วัยที่กลุ่มตัวอย่างสนใจจะเข้าพักในที่พักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุ

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างสนใจเข้าพักในที่พักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุมากที่สุดคือ 75 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 45 ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาคือ 66-75 ปี คิดเป็นร้อยละ 42 อันดับสุดท้ายคือ 55-65 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.7

5.1.4 การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะประชากรต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ในด้านเพศ

พบว่าเพศมีความแตกต่างกันต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุอยู่ที่ 3.12 และเพศชายอยู่ที่ 3.36

2. ลักษณะของประชากรศาสตร์ในด้านอายุ

พบว่าอายุในแต่ละระดับมีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย โดยช่วงอายุ 40-50 ปีมีความแตกต่างกับอายุ 61 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไปมีความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยอยู่ที่ 2.95 ซึ่งน้อยกว่าช่วงอายุ 51-60 ปี และช่วงอายุ 40-50 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยนอยู่ที่ 3.14 และ 3.42 ตามลำดับ

3. ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านถิ่นที่อยู่อาศัย

พบว่าถิ่นที่อยู่อาศัยมีความแตกต่างกันต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย อยู่ที่ 3.37 และต่างจังหวัดอยู่ที่ 3.06

4. ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานะภาพสมรส

พบว่าในแต่ละระดับสถานะภาพสมรสมีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยคนโสดมีความแตกต่างและมีความสำคัญมากกว่ากับสถานะภาพสมรสและหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านจำนวนบุตร

พบว่าจำนวนบุตรไม่มีความแตกต่างกันต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6.ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย

พบว่าปัจจัยด้านลักษณะที่อยู่อาศัยไม่มีความแตกต่างกันต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7.ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านกรรมสิทธิ์

พบว่าปัจจัยด้านกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยไม่มีความแตกต่างกันต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

8.ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา

พบว่าปัจจัยด้านระดับการศึกษาไม่มีความแตกต่างกันต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

9.ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พบว่าระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในแต่ละระดับมีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่รายได้ระดับ 20,001 – 40,000 บาท มีความแตกต่างกับระดับรายได้ 80,001 – 100,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และรายได้ระดับ 80,001 – 100,000 บาท มีความ

แตกต่างกับรายได้ระดับ 20,001 – 40,000 บาท และระดับรายได้ 100,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รายได้มากกว่า 100,001 บาทขึ้นไป บาท มีความแตกต่างกับระดับรายได้ 80,001 – 100,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.1.5 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) ,ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) ,ปัจจัยด้านราคา (Price) และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ปัจจัยด้านปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior) ,ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาค่า Beta สามารถวิเคราะห์ผลได้ว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) ที่ส่งผลต่อที่ส่งผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยมากที่สุด โดยมีค่า Beta เท่ากับ 0.647 รองลงมาปัจจัยด้านราคา (Price) ค่า Beta เท่ากับ -0.158 (หมายถึงยิ่งราคาแพงความตั้งใจใจการเข้าพักก็จะน้อยลง) ถัดมาด้วยปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ,ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)) ค่า Beta เท่ากับ 0.149, 0.130 ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยและทัศนคติที่มีผลต่อการเข้าพักอาศัยในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย (Retirement Community)” สามารถอภิปรายผลโดยใช้แนวคิด ทฤษฎีด้านการตลาดและงานวิจัยก่อนหน้าที่มีความสอดคล้องมาอภิปลายผลการศึกษาเพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผน และพัฒนากลยุทธ์ รวมทั้งการปรับเปลี่ยนแนวทางการสื่อสาร เพื่อสื่อสารกับผู้บริโภคได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น โดยแบบหัวข้อดังต่อไปนี้

5.2.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากการศึกษาพบว่าเพศที่ต่างกันจะมีจะมีความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยที่ต่างกัน โดยเพศหญิงจะมีความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยมากกว่าเพศชาย อาจเพราะเพศหญิงมีความ

ช่วงอายุที่มีความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยมากที่สุดจะเป็นช่วงอายุ 40-50 ปี ซึ่งเป็นช่วงอายุที่อยู่ในวัยที่กำลังวางแผนการเกษียณประกอบกับเป็นวัยที่มีหน้าที่การงานที่ก้าวหน้าและมั่นคง จึงทำให้วันนี้มีการวางแผนเพื่อเตรียมพร้อมในการเกษียณในอนาคต รองลงมาคืออายุระหว่าง 51-60 ปี และอันดับสุดท้าย คืออายุ 61 ปีขึ้นไป

ถิ่นที่อยู่อาศัยจากการศึกษาจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยในต่างจังหวัด อาจเนื่องจากส่วนใหญ่แล้วผู้ที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจะเป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในต่างจังหวัดและไม่ได้อยู่อาศัยกันเป็นครอบครัวใหญ่และด้วยแหล่งที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลไม่ได้เป็นที่อยู่อาศัยที่มีพื้นที่มากเหมือนอย่างที่อยู่อาศัยในต่างจังหวัด และส่วนใหญ่ผู้ที่อยู่อาศัยในต่างจังหวัดมักจะอยู่อาศัยกันเป็นครอบครัวใหญ่ ซึ่งมีลักษณะต่างจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ด้านสถานะภาพสมรสจะเห็นว่าแต่ละระดับสถานะภาพสมรสมีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพโสดจะมีความตั้งใจในการเข้าพักมากกว่าสถานะภาพอื่น อาจเนื่องมาจากสถานะภาพโสดต้องการมีที่พึ่งพิงเมื่อยามสูงอายุหรือต้องการให้มีคนดูแล หรือต้องการเพื่อนที่อยู่ในวัยเดียวกัน ซึ่งผู้ที่มีบุตรหรือไม่มีบุตร รวมถึงลักษณะที่อยู่อาศัยและกรรมสิทธิ์ในที่อยู่อาศัยไม่ได้มีผลต่อกับความตั้งใจกลุ่มตัวอย่างในการเข้าพักในอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุ เนื่องด้วยในปัจจุบันสังคมไทยมักจะเป็นครอบครัวเดี่ยว หรือเป็นครอบครัวคนเดียวและครอบครัว 2 คนมากยิ่งขึ้น (ณรจญา ตัญจพัฒน์กุล “เปิดบ้านครอบครัวไทยยุคใหม่: ความหลากหลายที่ไร้กรอบจำกัด”, 2020)

ด้านการศึกษาพบว่าแต่ละระดับการศึกษาไม่ได้มีผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุ โดยระดับศึกษาที่มีความตั้งใจในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนผู้สูงอายุจะอยู่ในช่วงปริญญาตรี คือมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.31

ด้านระดับรายได้เฉลี่ยนต่อเดือนพบว่าระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในแต่ละระดับมีความแตกต่างต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย จากการศึกษาพบว่าผู้ที่มีระดับรายได้ 80,001 – 100,000 บาท มีความตั้งใจในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุมากที่สุด รองลงมาคือ 60,001 – 80,000 บาท, 40,001 – 60,000 บาท และระดับรายได้มากกว่า 100,001 บาทขึ้นไปจะมีความตั้งใจในการเข้าพักน้อยที่สุด เนื่องจากคนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 100,001 บาทขึ้นไปมักจะสร้างบ้านหรือที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองหรือจ้างคนมาดูแลส่วนตัว

5.2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

จากผลการวิจัยที่ได้ทำการศึกษาว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย พบว่า ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm), ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control), ปัจจัยด้านราคา (Price) และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยมากที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามอยากจะอยู่ในชุมชนผู้สูงวัยที่ให้การดูแลท่านได้มากที่สุด มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hui-Chun Huang(2012) ศึกษาปัจจัยที่อยู่เบื้องหลังความตั้งใจของผู้สูงอายุที่จะย้ายเข้าไปอยู่ในบ้านพักคนชราในไต้หวัน และงานวิจัยของ Siew Imm Ng et al (2019) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อหมู่บ้านเกษียณในมุสลิม

ปัจจัยด้านราคา (Price) ก็มีส่วนสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยรองลงมาจากปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมจะเห็นได้ว่าการที่มีหลากหลายระดับราคาให้เลือกจะทำให้ผู้เข้าร่วมวิจัยมีความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยมากยิ่งขึ้น และราคามีความเหมาะสมกับรูปแบบของที่พักอาศัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรุณ ศิริจานุสรณ์(2019) ที่พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องความเหมาะสมของราคาในการตัดสินใจซื้อที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่ามีผลต่อความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยโดยเฉพาะการที่โครงการมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหลากหลายช่องทางเป็นสิ่งที่ผู้เข้าร่วมวิจัยให้ความสนใจมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑามณี สายยืด(2020) พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านการโฆษณาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือมีพนักงานที่คอยให้คำแนะนำและให้บริการ และรูปแบบการโฆษณามีความน่าสนใจ มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภรณ์ธิดา จงพิพิธพร(2015) ที่พบว่าการมี website ของโครงการที่ให้ที่รายละเอียดโครงการครบถ้วนมีผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง และงานวิจัยของธิดารัตน์ เสาร์เรือน(2019) ที่พบว่าการส่งเสริมทางการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการศูนย์ดูแลในกลุ่มเบบี้บูมเมอร์

ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) จะเห็นได้ว่าถ้าคนที่มีความสำคัญหรือมีอิทธิพลต่อผู้เข้าร่วมวิจัยมีความเห็นสนับสนุนการซื้อบ้านอยู่อาศัยในชุมชนผู้สูงวัยจะทำให้ผู้เข้าร่วมวิจัยมีความตั้งใจ (Intention) ในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัยมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hui-Chun Huang(2012)

5.2.3 ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าพักอาศัยและช่วงวัยที่คนสนใจเข้าพักในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงวัย

จากผลการวิจัยพบว่าผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักอาศัยในชุมชนผู้สูงวัยมากที่สุดคือตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อณุภา ตาปสนันทน(2020) ที่ทำการศึกษา “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจอยู่บ้านพักคนชราของGeneration X และ Generation Y” และงานวิจัยของชยุต รัชตะวรรณ(2017) ที่พบว่าตนเองมีผลในการตัดสินใจเข้าพักอาศัยในชุมชนผู้สูงวัยมากที่สุด และช่วงอายุที่ผู้เข้าร่วมวิจัยสนใจเข้าพักในที่พักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุมากที่สุดคือ 75 ปีขึ้นไป

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการหรือนักการตลาด เพื่อพัฒนากลยุทธ์

จากการศึกษาพบว่าผู้ที่มีความสนใจในการเข้าพักอาศัยในชุมชนผู้สูงวัยจะอยู่ในกลุ่มของผู้ใหญ่ก่อนวัยเกษียณอายุหรือคนที่กำลังวางแผนการเกษียณอายุ ซึ่งผู้ที่สนใจจะเข้าพักอาศัยในที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัยจะให้ความสำคัญกับการรับรู้พฤติกรรมของตนเองมากที่สุด และถ้าคนใกล้ตัวที่มีอิทธิพลกับผู้สูงวัย เช่น คู่สมรสหรือบุตรของผู้ที่จะเข้าพักอาศัยให้ความสนใจโครงการด้วยจะ

ทำให้ผู้เข้าพักอาศัยมีความตั้งใจที่จะเข้าพักในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัยมากยิ่งขึ้น ดังนั้น โครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย(RetirementCommunity) ควรจะต้องเป็นโครงการที่สามารถให้การดูแลผู้ที่เข้าพักอาศัยในโครงการได้ไม่ว่าจะเป็นเกี่ยวกับการดูแลด้านสุขภาพ หรือการทำกิจกรรมต่างๆของผู้เข้าพักอาศัยและในด้านกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ผู้ประกอบการควรเน้นเรื่องระดับราคาที่เหมาะสมโดยมีหลากหลายระดับราคาให้เลือกตามลักษณะที่อยู่อาศัย เพื่อตอบโจทย์กลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางถึงกลุ่มผู้มีรายได้ค่อนข้างสูง บวกกับการทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย เช่น จัดทำราคาเป็นแพ็กเกจสำหรับคนที่ต้องการอยู่กับคู่สมรส หรือญาติ ,การจัดโปรโมชั่นพิเศษสำหรับคนที่มาลงทะเบียนรับชมโครงการหรือบ้านตัวอย่างโดยมีการจัดกิจกรรมกับทางผู้ที่สนใจโครงการรวมถึงคนในครองครัวให้มาร่วมในกิจกรรม เพื่อเป็นการเพิ่มการรับรู้ จัดทำโปรโมชั่นร่วมกับทางโรงพยาบาลหรือทางธนาคารสำหรับผู้วางแผนและเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณ รวมถึงการสื่อสารการตลาด มีสื่อในการประชาสัมพันธ์ในหลายช่องทางเพื่อเป็นการเพิ่มการรับรู้ของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นทางออนไลน์ หรือป้ายโฆษณา และรูปแบบโฆษณาควรมีความน่าสนใจและมีการให้ข้อมูลที่ครบถ้วน โดยเฉพาะการมีพนักงานประจำโครงการที่จะค่อยช่วยให้คำแนะนำผู้ที่สนใจ

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างในผู้มีอายุ 40-65 ปีผ่านทางช่องทางออนไลน์เพราะฉะนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพในการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกถึงพฤติกรรมและทัศนะคติที่มีผลต่อการเข้าพักอาศัยในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย (Retirement Community) เพื่อหาอินไซต์ของผู้บริโภค

บรรณานุกรม

กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2021), สถิติของผู้สูงอายุในประเทศไทยทั้ง 77 จังหวัด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563. สืบค้นจาก https://www.dop.go.th/th/know/side/1/1/1099, 8 ตุลาคม 2563

จุฑามณี สายยืด. (2020), ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตประเวช., วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2014), การวางแผนและการพัฒนาตลาดท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร., มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชยุต รัชตะวรรณ. (2017), ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลดูแลผู้สูงอายุเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ฐชาพร เรณางกูร. (2019), ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจ Home Health Care. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ธิดารัตน์ เสาร์เรือน. (2019), การวิเคราะห์แบบจำลองเชิงโครงสร้างของการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์ดูแลในกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer). วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ

ภรณ์ธิดา จงพิพิธพร. (2015), ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ราชา มหากันธา. (2017), รูปแบบจำลองธุรกิจบ้านพักหลังเกษียณในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล, มหาวิทยาลัยมหิดล

วัลย์พร วรพรพงษ. (2019), ผู้สูงวัยในถิ่น. วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูม

วิไลรัตน์ ชัยวิภาส. (2018), ธุรกิจศูนย์ดูแลผู้สูงอายุในไทย. วารสารธุรกิจธนาคารกสิกรไทย

สำนักงานสถิตแห่งชาติ. (2560), เปิดข้อมูลโครงสร้าง ‘ประชากรไทย’ จะเข้าสู่ ‘สังคมผู้สูงอายุ’ เต็มรูปแบบในปี 2564. สืบค้นจาก https://www.onlinenewstime.com/onlinenewstime-data/, 8 ตุลาคม 2563

อณุภา ตาปสนันทน์. (2020). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจอยู่บ้านพักคนชรา ของเจเนอเรชั่น เอ็กซ์ และ เจเนอเรชั่น วาย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง

บรรณานุกรม (ต่อ)

อรุณ ศิริจานุสรณ์. (2019), ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Aimee Desobry Prawitz, (1994), The Dimensionality of Factors Underlying Satisfaction With Continuing Care Retirement Communities., Louisiana State University and Agricultural & Mechanical College

DDproperty Consumer Sentiment Survey. (2019), รับมือสังคมผู้สูงวัย : ความท้าทายของคนวัยเกษียณอยากมีบ้าน. สืบค้นจาก https://www.ddproperty.com/, 8 ตุลาคม 2563

George Moschis, (2015), Marketing Retirement Communities to Older Consumers., Journal of Real Estate Practice and Education

Hui-Chun Huang, (2012), Factors Influencing Intention to Move into Senior Housing, Journal of Applied Gerontology 31(4) 488–509

Jing Zhou, (2015), A STUDY ON THE MECHANISM OF SENIOR HOUSING CUSTOMER VALUE PROPOSITION ON CUSTOMER PURCHASE INTENTION IN CHINA., Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management

John A. Krout, (2016), Reasons for Relocation to a Continuing Care Retirement Community., Journal of Applied Gerontology, Vol. 21 No. 2

John Spina, (2013), The relationship between place ties and moves to small regional retirement communities on the Canadian prairies., Geoforum 45 (2013) 230–239

Liat Ayalon, (2014), Perceptions of old age and aging in the continuing care retirement community., nternational Psychogeriatric Association 2014, 27:4, 611–620

Siew Imm Ng, (2019), Retirement village buying intention A case study on the Muslim and non-Muslim Malaysian elderly., Department of Management and Marketing, Universiti Putra Malaysia, Serdang, Malaysia

Tsai-Hsuan Tsai, (2020), The Influence of Brand Image on Brand Extension Evaluation: Design of the Living Intention Service Model and Brand Positioning of a Retirement Community., Sustainability 2020, 12, 7478

บรรณานุกรม (ต่อ)

Wong Ming Wong, (2021), COVID-19 Effect on Retired Lifestyle Intention: The Two-Order Confirmatory Factory Analysis in The Structural Equation Model., Linguistica Antverpiensia

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยและทัศนคติที่มีผลต่อการเข้าพักอาศัยในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย (Retirement Community) ในประเทศไทย

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา “ปัจจัยและทัศนคติที่มีผลต่อการเข้าพักอาศัยในโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย (Retirement Community) ในประเทศไทย” ซึ่งข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสอบถามจะถูกเก็บเป็นความลับอย่างเคร่งครัดและจะถูกนำมาใช้ประโยชน์ทางด้านวิชาการเท่านั้น คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามมา ณ ที่นี้

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ที่มีต่อพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมที่มีต่อพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ส่วนที่ 6 การประเมิณเกี่ยวกับความตั้งใจในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ

นิยามศัพท์เฉพาะ

ที่อยู่อาศัยในชุมชนผู้สูงอายุ (Retirement Community) ชุมชนผู้สูงอายุแบบนี้ เป็นชุมชนของผู้สูงอายุที่ยังมีสภาพร่างกายแข็งแรงอยู่ และยังสามารถทำกิจกรรมต่างๆได้ ลักษณะเด่น

ของชุมชนคือ ที่พักอาศัยในชุมชนสร้างขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของคนในวัยสูงอายุให้อยู่ในโครงการเดียวกัน โดยทั่วไปจะรับผู้สูงอายุตั้งแต่อายุ 55 ปีขึ้นไป เช่น โครงการ The Forestias โดย MQDC โครงการ Jin Wellbeing County โดยธนบุรี เฮลท์แคร์ กรุ๊ป โครงการ Senior Complex

ส่วนที่ 1 **ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม**

คำชี้แจง โปรดเลือกคำตอบที่เหมาะสมกับท่านที่สุดหรือพิมพ์คำตอบลงในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริง (เลือกเพียงคำตอบเดียว)

1. เพศ
   - ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ
   - ☐ 40-50 ปี ☐ 51-60 ปี
   - ☐ 61 ปี ขึ้นไป
3. ถิ่นที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน
   - ☐ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล
   - ☐ ต่างจังหวัด
4. สถานภาพการสมรส
   - ☐ โสด ☐ สมรส
   - ☐ หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่
5. จำนวนบุตร
   - ☐ ไม่มีบุตร
   - ☐ มีบุตร
6. ลักษณะที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน
   - ☐ บ้านเดี่ยว ☐ ทาวน์เฮ้าส์
   - ☐ คอนโดมิเนียม ☐ อพาร์เมนท์
   - ☐ อื่นๆ ระบุ.....
7. กรรมสิทธิ์ในที่พักอาศัย
   - ☐ เจ้าของกรรมสิทธิ์ ☐ เช่าพักอาศัย
   - ☐ พักอาศัยอยู่กับลูก/ญาติหรือคนรู้จัก ☐ อื่นๆ ระบุ.....

8. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่า ปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี

☐ สูงกว่า ปริญญาตรี

9. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ ต่ำกว่า 20,000 บาท ☐ 20,001 - 40,000 บาท

☐ 40,001 - 60,000 บาท ☐ 60,001 - 80,000 บาท

☐ 80,001 - 100,000 บาท ☐ 100,001 บาทขึ้นไป

10. บุคคลใดมีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าพักอาศัยในที่พักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุ

คำชี้แจง ท่านสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก

☐ ตัวท่านเอง ☐ คู่สมรส

☐ บุตร ☐ ญาติพี่น้อง

☐ เพื่อน/เพื่อนบ้าน ☐ แพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการดูแลสุขภาพ

☐ อื่นๆ ระบุ.....

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย (√) ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ดังนี้

5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง เห็นด้วย

3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อโครงการบ้านพักหรือชุมชนที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ					
	1	2	3	4	5
1. การเข้าพักอาศัยในโครงการสำหรับผู้สูงอายุเป็นความคิดที่ดี					
2. ฉันชอบไอเดียของการจัดชุมชนสำหรับคนสูงวัย					

3. บ้านพักอาศัยหรือชุมชนที่อยู่ของผู้สูงอายุเป็นที่ที่น่ารื่นรมย์					
4. โครงการบ้านพักและชุมชนของผู้สูงวัยเป็นความคิดที่มีประโยชน์					
5. โครงการบ้านพักและชุมชนของผู้สูงวัยเป็นสิ่งที่คุ้มค่าน่าลงทุน					
6. โครงการบ้านพักและชุมชนของผู้สูงวัยเป็นสถานที่ที่น่าอยู่อาศัย					

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ที่มีต่อพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย (√) ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ดังนี้

5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง เห็นด้วย

3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อประเด็นต่อไปนี้					
	1	2	3	4	5
1. คนที่มีความสำคัญต่อท่านสนับสนุนการซื้อบ้านอยู่อาศัยในชุมชนผู้สูงวัยในช่วงวัยหลังเกษียณ					
2. คนที่มีอิทธิพลต่อชีวิตของท่านมีความเห็นสนับสนุนให้ท่านซื้อบ้านอยู่อาศัยในชุมชนผู้สูงวัย					
3. คนที่ท่านยอมรับในความคิดเห็นสนับสนุนแนวคิดการซื้อบ้านอยู่อาศัยในชุมชนผู้สูงวัย					

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมที่มีต่อการพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ

ชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย (√) ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ดังนี้

5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง เห็นด้วย

3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อประเด็นต่อไปนี้					
	1	2	3	4	5
1. ท่านมั่นใจว่าสามารถจะซื้อบ้านในโครงการบ้านพักหรือชุมชนผู้สูงวัยได้ แม้ว่าราคาบ้านหรือค่าใช้จ่ายจะค่อนข้างสูง					
2. ท่านคิดว่าท่านอยากจะไปพักอาศัยในโครงการบ้านพักหรือชุมชนผู้สูงวัย แม้ว่าจะมีคนแนะนำให้ท่านอยู่อาศัยในบ้านพักทั่วไป					
3. การซื้อบ้านในชุมชนผู้สูงวัยเป็นเรื่องที่ท่านสามารถทำได้แน่นอน ถ้าต้องการ					
4. ท่านคิดว่าเมื่อถึงช่วงหลังเกษียณ ท่านอยากจะไปอยู่ในชุมชนผู้สูงวัยที่ให้การดูแลท่านได้					
5. ท่านมีความรู้และความพร้อมในเรื่องบ้านพักหรือชุมชนผู้สูงวัย					

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย (√) ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ดังนี้

5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง เห็นด้วย

3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

	1	2	3	4	5
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1. โครงการมีชื่อเสียง และมีตราสินค้าที่เป็นที่รู้จัก					
2. รูปแบบที่พักอาศัยมีความสวยงาม					
3. รูปแบบที่พักอาศัยมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นครบตามความต้องการ					
4. พื้นที่ส่วนกลางมีความกว้างขวาง					
5. ภายในโครงการมีการบริการทางการแพทย์					
6. ภายในโครงการมีระบบรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวดระบุวันหมดอายุชัดเจน					
ปัจจัยด้านราคา (Price)					
1. ราคามีความเหมาะสมกับรูปแบบของที่พัก					
2. มีหลากหลายระดับราคาให้เลือก					
3. ราคามีความเหมาะสมกับที่ดิน					
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)					
1. มีบ้านตัวอย่างที่เหมือนจริงให้รับชม					
2. สถานที่ตั้งโครงการไม่ไกลจากที่อยู่อาศัยเดิม					
3. สถานที่ตั้งโครงการไม่ไกลจากบ้านคนในครอบครัว เช่น บุตรหลายหรือญาติ					
4. สถานที่ตั้งโครงการเดินทางสะดวกและใกล้ระบบขนส่งสาธารณะ					
5. มีเว็บไซต์แสดงรายละเอียดโครงการอย่างครบถ้วน					
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
1. รูปแบบการโฆษณามีความน่าสนใจ					
2. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหลากหลายช่องทาง					
3. มีพนักงานที่คอยให้คำแนะนำและให้บริการ					

ส่วนที่ 6 การประเมินเกี่ยวกับความตั้งใจในการเข้าพักอาศัยในบ้านพักอาศัยหรือชุมชนที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ

ชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย (√) ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ดังนี้

5 หมายถึง ตั้งใจเข้าพักอาศัยมากที่สุด

4 หมายถึง ตั้งใจเข้าพักอาศัยด้วยมาก

3 หมายถึง ตั้งใจเข้าพักอาศัยปานกลาง

2 หมายถึง ตั้งใจเข้าพักอาศัยด้วยน้อย

1 หมายถึง ไม่ตั้งใจเข้าพักอาศัย

ปัจจัยในหัวข้อต่อไปนี้มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าพักอาศัยในที่พักอาศัยหรือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุ					
	1	2	3	4	5
1. ท่านรู้สึกสนใจในโครงการบ้านพักชุมชนที่อยู่อาศัยผู้สูงวัย					
2. ความน่าจะเป็นที่ท่านจะซื้อห้องชุดในหมู่บ้านชุมชนผู้สูงวัยสูงมาก					
3. ท่านตั้งใจจะซื้อยูนิตในหมู่บ้านผู้สูงอายุในอนาคตอันใกล้หลังเกษียณ					
4. ท่านอยากให้ผู้อื่นเช่น คู่สมรส หรือญาติสนิท มาอยู่ในชุมชนผู้สูงวัยด้วย					

ช่วงวัยประมาณเท่าใด ที่ท่านมีความสนใจที่จะเข้าพักในบ้านพักหรือชุมชนที่พักอาศัยสำหรับวัยเกษียณ

☐ 55-65 ปี ☐ 66-75 ปี

☐ 75 ปีขึ้นไป