

## ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อบ้านของผู้สูงอายุที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร

### Factors Positively Affecting House Purchase Intention of the Elderly Living in Bangkok

สิรินทิพย์ เกลี่ขงพร้อม<sup>1\*</sup> และ เพ็ญจิรา คันธวงศ์<sup>2</sup>

Sirintip Kleangphrom<sup>1\*</sup> and Penjira Kanthawongs<sup>2</sup>

<sup>1</sup>นักศึกษา ปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

<sup>2</sup>อาจารย์ภาควิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

<sup>1</sup>Master of Business Administration Student, School of Business Administration, Bangkok University

<sup>2</sup>Faculty member of Business Computer Department, School of Business Administration, Bangkok University

\*Corresponding author, E-mail: sirintip.klea@bu.ac.th

#### บทคัดย่อ

การวิจัยจัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลเชิงบวกของปัจจัยด้านความรู้ทั่วไป ปัจจัยด้านการจัดการพื้นที่ว่าง ปัจจัยด้านการบริการเกี่ยวกับการก่อสร้างบ้าน ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการระงับภัย ปัจจัยด้านประตุน้ำต่างต่าง ๆ ปัจจัยด้านเกณฑ์เกี่ยวกับการสร้างบ้าน ปัจจัยด้านแง่มุมทางด้านชีวิต ปัจจัยด้านความกังวลเกี่ยวกับอายุที่มากขึ้น ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อบ้านของผู้สูงอายุที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ มีการเก็บกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถามจำนวน 300 ชุดในช่วงเดือน มกราคม 2560 มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 60-69 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท เกษียณจากการทำงานแล้ว อีกทั้ง บ้านของผู้สูงอายุควรมีราคาประมาณ 1,000,001-5,000,000 บาท ลักษณะที่อยู่อาศัยในปัจจุบันส่วนมากเป็นบ้านเดี่ยว ส่วนใหญ่มีวิธีการเลือกซื้อบ้านสำเร็จจากโครงการ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการคือร้านสะดวกซื้อ ครอบครัวยุคใหม่เป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อบ้าน และแหล่งข้อมูลที่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมากที่สุดคือโทรทัศน์ และพบว่า มีเพียงปัจจัยด้านเกณฑ์เกี่ยวกับการสร้างบ้าน มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์เท่ากับ 0.559 และปัจจัยด้านความกังวลเกี่ยวกับอายุที่มากขึ้น มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์เท่ากับ 0.329 ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อบ้านของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ถึงร้อยละ 60.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังนั้น นักการตลาดควรสร้างกลยุทธ์ที่จะทำให้ผู้สูงอายุซื้อบ้าน โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านเกณฑ์เกี่ยวกับการสร้างบ้านและด้านความกังวลเกี่ยวกับอายุที่มากขึ้น

คำสำคัญ: บ้านผู้สูงอายุ, ความตั้งใจซื้อ, ความกังวลเกี่ยวกับอายุที่มากขึ้น

## Abstract

The researchers attempted to study the positive influence of general knowledge, space management, building services, safety and security, windows and doors, criteria of housing, aspect of life, and aging anxiety affecting elderly people's purchase intention in Bangkok. The population of this research was elderly people living in Bangkok. A sample size of 300 questionnaire respondents in Bangkok was collected during January 2017. Most of the respondents were female at the age between 60 – 69 years old. Moreover, most of them were married and educated at an undergraduate level. Significantly, their incomes per month were lower than 20,000 baht. Most of them retired from work. Additionally, the price range of the elderly houses should be between 1,000,001 – 5,000,000 baht. Also, houses of the elderly should be for a single family, finished built from the sellers' projects, and close to convenient stores. Their family members had the most influence in making decisions to purchase the houses. Essentially, most of them indicated that television was the most important source of house purchasing information. The data were analyzed using Multiple Regression Analysis. Only criteria of housing ( $\beta=0.559$ ) and aging anxiety ( $\beta=0.329$ ) explained 60.8 percent of the positive influence towards housing purchase intention of elderly people living in Bangkok at the significant level of .01. Therefore, marketers should build strategies for elderly people to purchase houses by considering criteria of housing and aging anxiety.

*Keywords: Elderly housing, Purchase intention, Aging Anxiety*

## 1. บทนำ

ปัจจุบันจำนวนประชากรผู้สูงอายุมีเพิ่มมากขึ้น ในปี 2558 ประชากรไทยมีจำนวน 65.1 ล้านคน ในจำนวนนี้เป็นประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป 11 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 16 ของประชากรทั้งหมด ไทยจึงก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างเต็มตัว สาเหตุมาจากอัตราการเกิดที่ลดลง ส่งผลให้อัตราวัยแรงงานที่เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจลดลงตาม สวนทางกับจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีความทันสมัยในเรื่องของคุณภาพการรักษายาบาลที่ดีขึ้น ทั้งนี้รูปแบบที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุเปลี่ยนแปลงไปมาจาก เมื่อ 30 ปีก่อน คราวเรือนในประเทศไทย มีขนาดประมาณ 5 คนต่อครัวเรือน ขนาดครัวเรือนได้เล็กลงเหลือ 4 คน ในปี 2543 และในปี 2558 ครัวเรือนไทยมีขนาดเฉลี่ยเพียง 3 คน ส่งผลให้มีผู้สูงอายุอยู่เพียงลำพัง และอยู่ลำพังกับคู่สมรสมีแนวโน้มสูงขึ้น การให้ผู้สูงอายุอยู่เพียงลำพังมีโอกาสเกิดความเสี่ยงในเรื่องการเกิดอุบัติเหตุต่าง ๆ ได้มาก ที่พบบ่อยคือการล้มและจากการใช้เครื่องใช้ต่าง ๆ ส่วนปัญหาสุขภาพ เนื่องจากผู้สูงอายุแต่ละคนมีความเสื่อมถอยทางร่างกายที่แตกต่างกัน การยืน เดิน การทรงตัว และการลิ้นลิ้ม มีผลต่อพฤติกรรมและจิตใจของผู้สูงอายุ ดังนั้นการป้องกันและระวังไม่ให้เกิดอุบัติเหตุจึงเป็นสิ่งสำคัญกับผู้สูงอายุทุกคน ทางเลือกหนึ่งที่สามารถแก้ปัญหาได้คือการหาผู้ดูแลปรนนิบัติในกิจกรรมประจำวันของผู้สูงอายุ แต่ในปัจจุบันการหาผู้ดูแลปรนนิบัติในกิจกรรมประจำวันไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้สูงอายุที่มีมากขึ้น (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, 2559)

ผู้สูงอายุในปัจจุบันแม้ว่าจะไม่ได้ประกอบอาชีพแล้ว แต่กลุ่มผู้สูงอายุมีสุขภาพที่แข็งแรง มีกำลังซื้อและสนใจที่จะปรับปรุงตกแต่งบ้าน ซ่อมบ้านและที่พักรักษาเพื่อความสะดวกสบายและความปลอดภัยสำหรับตนเอง ซึ่ง

รายได้ส่วนใหญ่มาจากหลายทาง ไม่ว่าจะเป็นเงินเก็บสะสมมาจากการทำงานก่อนเข้าสู่วัยชรา หรือได้จากเงินปันผล ลักษณะต่าง ๆ เช่น เงินบำเหน็จบำนาญ เงินออม เงินจากการลงทุน จากหุ้น และอื่น ๆ อีกมากมาย หรือแม้แต่จาก ลูกหลานที่พื้นฐานครอบครัวแต่เดิมค่อนข้างมีฐานะอยู่แล้ว ซึ่งแหล่งรายได้ที่สำคัญหรือแหล่งรายได้หลักในการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุส่วนใหญ่ได้รับจากบุตร ร้อยละ 36.7 รายได้จากการทำงานของผู้สูงอายุเอง ร้อยละ 33.9 เบี้ยยังชีพจากทางราชการ ร้อยละ 14.8 เงินบำเหน็จบำนาญ ร้อยละ 4.9 คู่สมรส ร้อยละ 4.3 และดอกเบี้ยเงินออมที่ผู้สูงอายุได้เก็บออม เงินออมจากการขายทรัพย์สินที่มีอยู่ ร้อยละ 3.9 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557)

บ้านจึงเป็นที่อยู่อาศัยพื้นฐานของมนุษย์ เป็นสถานที่ให้ความรัก ความอบอุ่น ความปลอดภัย เป็นศูนย์รวมของสมาชิกทุกคนในครอบครัวที่จะใช้ชีวิตร่วมกันอย่างมีความสุขและมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน บ้านจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับชีวิตทุกช่วงวัยตั้งแต่วัยเด็ก วัยรุ่น วัยผู้ใหญ่ จนกระทั่งวัยผู้สูงอายุ และเมื่อร่างกายและสุขภาพของผู้สูงอายุเสื่อมสภาพลงตามอายุที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นอุปสรรคในการดำรงชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุ ดังนั้นการเตรียมความพร้อมพื้นฐานด้านการอยู่อาศัยเป็นเรื่องสำคัญในสังคมผู้สูงอายุ ทั้งที่เป็นบ้านเรือน ครอบครัวยุคใหม่ ชุมชน บริเวรรอบ ๆ หรือใกล้เคียง และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกต่อการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุที่กำลังเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว แนวทางในการออกแบบสร้างบ้านและที่อยู่อาศัยให้ผู้สูงอายุเป็นการออกแบบให้ผู้สูงอายุสามารถอยู่อาศัยในบ้านด้วยตนเองได้ เน้นในเรื่องของความสะอาดสบาย ความปลอดภัยของผู้สูงอายุเป็นหลัก ทำให้ไม่จำเป็นต้องมีพยาบาลหรือผู้ดูแลอย่างใกล้ชิดตลอดเวลา ซึ่งเหมาะกับผู้สูงอายุที่สามารถใช้ชีวิต หรือทำกิจกรรมทั้งในบ้านและนอกบ้านได้ตามปกติแต่มีความเสี่ยงที่จะเกิดปัญหาทางด้านสุขภาพในอนาคต หากไม่ป้องกันและดำเนินชีวิตให้ถูกต้อง นอกจากนั้นการสร้างบ้านให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุไม่เพียงแต่เป็นการทำเพื่อผู้สูงอายุในบ้านแล้ว ยังเป็นการเตรียมพร้อมสำหรับเพื่อตัวเราเองในอนาคตด้วย

ดังนั้น งานวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุได้ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างหรือออกแบบบ้านของผู้สูงอายุในอนาคต เนื่องจากผู้สูงอายุมีอัตราที่เพิ่มมากขึ้น ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน การออกแบบปรับเปลี่ยนและการเลือกใช้ชีวิตต้องตอบสนองความต้องการต่าง ๆ ให้ผู้สูงอายุสามารถดำรงชีวิตอยู่ภายในบ้านได้อย่างปลอดภัยและมีความสุข โดยคำนึงถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อบ้านของผู้สูงอายุเป็นหลัก

## 2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อบ้านของผู้สูงอายุที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร

## 3. อุปกรณ์และวิธีการ / วิธีดำเนินการวิจัย

### 3.1 ขอบเขตการวิจัย

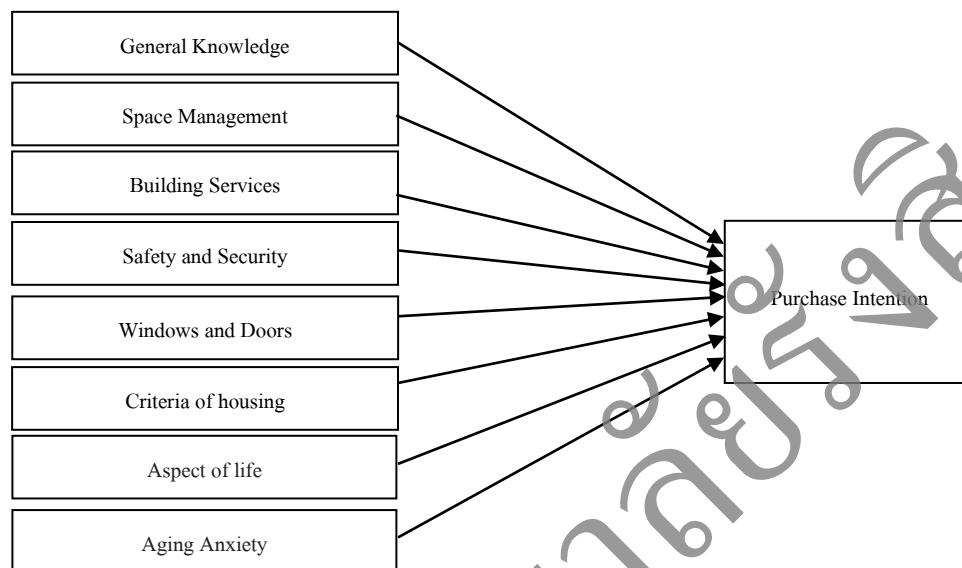
จากวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เพื่อสามารถนำงานวิจัยไปพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุในอนาคตได้

สำหรับปัจจัยด้านความรู้ทั่วไป (General Knowledge) Rahman, Asrarhaghighi, & Rahman พบว่า โดยทั่วไปความรู้ หมายถึง ข้อเท็จจริง ความรู้สึก หรือ ประสบการณ์ที่รับรู้โดยบุคคลหรือกลุ่มคน และนอกจากนี้ยังรวมไปถึง

การรับรู้ ความตระหนักรู้ หรือความคุ้นเคยจากการได้รับประสบการณ์หรือการเรียนรู้ และความรู้ หมายถึง ความเชี่ยวชาญและทักษะที่ได้รับมาจากบุคคลหรือกลุ่มคนที่ผ่านความเข้าใจในทางทฤษฎีหรือทางปฏิบัติในเรื่องนั้น ๆ ความรู้มีอิทธิพลต่อความสนใจและทัศนคติ ด้วยเหตุนี้ความรู้ที่เพิ่มขึ้นจึงมีอิทธิพลต่อความสนใจที่เพิ่มขึ้นด้วย ในที่นี้คือความรู้เกี่ยวกับที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุ เช่น ความรู้ความเข้าใจในการสร้างบ้านสำหรับผู้สูงอายุ รวมถึงการรู้จักเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์การออกแบบสำหรับทุกเพศทุกวัย และการเข้าใจป้ายสัญลักษณ์การออกแบบสำหรับผู้สูงอายุ เป็นต้น (Rahman, Asrarhaghighi, & Rahman, 2015) สำหรับปัจจัยด้านการจัดการพื้นที่ว่าง (Space Management) ปัจจัยด้านการบริการเกี่ยวกับการก่อสร้างบ้าน (Building Services) ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการระงับภัย (Safety and Security) และปัจจัยด้านประตูหน้าต่างต่าง ๆ (Windows and Doors) นั้น Leung, Yu, & Chow มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกภายใน (Indoor Facilities Management: FM) ของการสร้างบ้านสำหรับสาธารณะและการรักษาคุณภาพชีวิต (Quality of life) ของผู้สูงอายุ พบว่ามีการจัดการพื้นที่ว่าง (Space Management) และ ด้านความปลอดภัยและการระงับภัย (Safety and Security) อาจจะมีผลกระทบต่อสุขภาพร่างกายและความเป็นอิสระของผู้สูงอายุได้ ในขณะที่การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกภายใน เช่น ปัจจัยด้านประตูหน้าต่างต่าง ๆ มีผลเชิงบวกต่อสุขภาพจิตและความสัมพันธ์ทางสังคมของผู้สูงอายุได้ (Leung, Yu, & Chow, 2016) สำหรับปัจจัยด้านเกณฑ์เกี่ยวกับการสร้างบ้าน (Criteria of housing) นั้น Hui, Wong, Chung, & Lau มีการศึกษาสังคมผู้สูงอายุในฮ่องกงพบว่า รัฐบาลควรจะต้องมีบทบาทที่จะศึกษาชีวิตความเป็นอยู่และดูแลสังคมผู้สูงวัย โดยมีเกณฑ์เกี่ยวกับการสร้างบ้าน เช่น บ้านผู้สูงอายุควรตั้งอยู่ในพื้นที่ ๆ เดินทางได้สะดวก ระยะทางไปตลาด สถานพยาบาล หาดูยา สวนสาธารณะ ต้องเหมาะสม ตลอดจนการให้บริการเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมออกกำลังกาย อีกทั้งบ้านผู้สูงอายุควรสร้างจากวัสดุที่มีคุณภาพดี มีระบบการจัดการที่อยู่อาศัยส่วนกลางที่ดีและควรมีลิฟท์ (Hui, Wong, Chung, & Lau, 2014) เป็นต้น สำหรับปัจจัยด้านแง่มุมทางด้านชีวิต (Aspect of life) Wong ทำการศึกษาสังคมผู้สูงอายุในประเทศสิงคโปร์โดยมีการประเมิน คุณภาพชีวิต โดยดูความพึงพอใจต่อชีวิตของผู้สูงอายุ เช่น ผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับความร่ำรวย สุขภาพ ศาสนา หรือการให้บริการด้านอาหารที่เหมาะสม และพบว่าผู้สูงอายุในประเทศสิงคโปร์โดยรวมแล้วพึงพอใจกับคุณภาพชีวิตของพวกเขา แม้ว่าพวกเขาจะได้รับการดูแลเรื่องสุขภาพอย่างดี แต่พวกเขาก็ให้ความสำคัญความสัมพันธ์กับครอบครัว และความปลอดภัยสาธารณะมากกว่า แต่พวกเขายังไม่พึงพอใจกับศิลปะ วัฒนธรรม และเครื่องออกกำลังกายต่าง ๆ ในประเทศสิงคโปร์ (Wong, 2003) สำหรับ ปัจจัยด้านความกังวลเกี่ยวกับอายุที่มากขึ้น (Aging Anxiety) หมายถึง ทัศนคติเชิงลบที่จะอยู่กับความสูงวัย เช่น ผู้สูงอายุไม่ต้องการอายุมากขึ้นและต้องการจะใช้ชีวิตให้นานที่สุด หรือผู้สูงอายุมีความกังวลเกี่ยวกับความสามารถด้านความจำ หรือ มีความกังวลว่าจะปราศจากอิสระเมื่ออายุมากขึ้น ตลอดจนกังวลว่าจะดูแลตัวเองไม่ได้เมื่ออายุมากขึ้น (Hertzman & Zhong, 2016) ส่วนความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) หมายถึงความคาดหวังของผู้สูงอายุที่จะซื้อบ้าน เช่น ผู้สูงอายุมีการสอบถามเพื่อน ขอคำแนะนำจากญาติ หรือจากข้อมูลในโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ หรือ สอบถามจากสถาปนิกหรือผู้เชี่ยวชาญ ตลอดจน มีการวางแผนที่จะซื้อบ้านทันทีเมื่อได้ข้อมูลครบถ้วนหรือจะซื้อบ้านในอนาคตอันใกล้ (Bai, Yao, & Dou, 2015)

ดังนั้น สมมติฐานของงานวิจัย คือ ปัจจัยด้านความรู้ทั่วไป (General Knowledge) ปัจจัยด้านการจัดการพื้นที่ว่าง (Space Management) ปัจจัยด้านการบริการเกี่ยวกับการก่อสร้างบ้าน (Building Services) ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการระงับภัย (Safety and Security) ปัจจัยด้านประตูหน้าต่างต่าง ๆ (Windows and Doors) ปัจจัยด้านเกณฑ์เกี่ยวกับ

การสร้างบ้าน (Criteria of housing) ปัจจัยด้านแง่มุมทางด้านชีวิต (Aspect of life) ปัจจัยด้านความกังวลเกี่ยวกับอายุที่มากขึ้น (Aging Anxiety) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อบ้าน (Purchase Intention) ของผู้สูงอายุที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร ดังกรอบแนวคิดงานวิจัยตามรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

### 3.2 วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey method) และใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลประชากร กลุ่มประชากรคือ ผู้สูงอายุทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุตั้งแต่หรือเท่ากับ 60 ปีขึ้นไป ที่ทำกิจกรรมภายในสวนสาธารณะในพื้นที่เขตปทุมวัน เขตบางรัก และเขตสาทร กรุงเทพมหานคร เนื่องจากล่าสุดในเดือนกุมภาพันธ์ ปี 2559 ตัวเลขผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปในพื้นที่กรุงเทพฯ มีประมาณ 800,000 คน และยังคงมีอัตราเพิ่มขึ้นในแต่ปี ทำให้ประเทศไทยย่างก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (แพรวพรรณ สุริวงส์, 2559) และถึงแม้กรุงเทพมหานครจะมีจำนวนผู้สูงอายุต่ำสุดเมื่อเทียบกับภาคอื่น ๆ แต่ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครมีกำลังซื้อสูง เนื่องจากผู้สูงอายุเคยเป็นบุคลากรวัยทำงานที่มีประสบการณ์ชีวิตสูง และมีเงินเก็บสะสมมาก (ผู้จัดการออนไลน์, 2554) โดยเฉพาะในบริเวณพื้นที่เขตปทุมวัน เขตบางรัก และเขตสาทร ที่มีจำนวนสวนสาธารณะมากถึง 198 แห่ง (สำนักงานสวนสาธารณะสำนักสิ่งแวดล้อม, 2553) สวนสาธารณะถือเป็นสถานที่จุดหมายเพื่อที่จะไปพบปะพูดคุยกับเพื่อนใหม่ ๆ ของกลุ่มผู้สูงอายุ และมีกิจกรรมทำร่วมกัน เนื่องจากผู้สูงอายุมีเวลาว่าง และต้องการความรักความเอาใจใส่เช่นเดียวกับเด็กเล็ก ๆ (ภควดี ศรีอ่อน, 2555)

มีการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล โดยให้ผู้เชี่ยวชาญคือผู้เชี่ยวชาญธุรกิจบ้านและผลิตภัณฑ์วัสดุก่อสร้าง บริษัท SCG Experience จำนวน 2 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านงานวิจัยจำนวน 1 ท่านตรวจสอบ

ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC : Index of item objective congruence) และมีการปรับปรุงข้อคำถามบางข้อตามที่ผู้เชี่ยวชาญแนะนำ เพื่อให้ผลรวมแต่ละข้อคำถามเกิน 0.5 ทุกข้อ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านความตั้งใจซื้อบ้านของผู้สูงอายุที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านความรู้ทั่วไป ปัจจัยด้านการจัดการพื้นที่ว่าง ปัจจัยด้านการบริการเกี่ยวกับการก่อสร้างบ้าน ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการระวังภัย ปัจจัยด้านประตูหน้าต่างต่าง ๆ ปัจจัยด้านเกณฑ์เกี่ยวกับการสร้างบ้าน ปัจจัยด้านแง่มุมทางด้านชีวิต ปัจจัยด้านความกังวลเกี่ยวกับอายุที่มากขึ้น และปัจจัยด้านความตั้งใจซื้อ แบบสอบถามมีลักษณะเป็นปลายปิด (Close-ended Response Question) มีจำนวนทั้งสิ้น 54 ข้อ ประกอบไปด้วย

ปัจจัยด้านความรู้ทั่วไป	จำนวน 5 ข้อ
ปัจจัยด้านการจัดการพื้นที่ว่าง	จำนวน 5 ข้อ
ปัจจัยด้านการบริการเกี่ยวกับการก่อสร้างบ้าน	จำนวน 9 ข้อ
ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการระวังภัย	จำนวน 4 ข้อ
ปัจจัยด้านประตูหน้าต่างต่าง ๆ	จำนวน 6 ข้อ
ปัจจัยด้านเกณฑ์เกี่ยวกับการสร้างบ้าน	จำนวน 10 ข้อ
ปัจจัยด้านแง่มุมทางด้านชีวิต	จำนวน 5 ข้อ
ปัจจัยด้านความกังวลเกี่ยวกับอายุที่มากขึ้น	จำนวน 4 ข้อ
ปัจจัยด้านความตั้งใจซื้อ	จำนวน 6 ข้อ

จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูล Pilot test จำนวน 40 ชุด โดยใช้หลักการคำนวณของ Cohen (1977) โดยใช้โปรแกรม G\* Power เวอร์ชัน 3.1.9.2 เพราะเป็นโปรแกรมที่สร้างสูตรของ Cohen (1977) และผ่านการตรวจสอบและรับรองคุณภาพโดยนักวิจัยหลายคน (Faul, Erdfelder, Lang, & Buchner, 2007; 2009; นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2555) ในการคำนวณกำหนดค่าความผิดพลาด (1-β) เท่ากับ 0.85 ค่าอัลฟา (α) เท่ากับ 0.15 จำนวนตัวแปรทำนายเท่ากับ 8 ค่าขนาดของอิทธิพล (Effect Size) เท่ากับ 0.04775922 (ซึ่งคำนวณได้จากค่า Partial R<sup>2</sup> เท่ากับ 0.04558225) ผลที่ได้คือขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ต้องเก็บสำหรับงานวิจัยครั้งนี้อย่างน้อยคือ จำนวน 261 ตัวอย่าง ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้เก็บด้วยแบบสอบถามจำนวน 300 ชุด ในช่วงเดือน มกราคม 2560 เพื่อความเหมาะสมและแม่นยำขึ้น ผู้วิจัยได้นำผลลัพธ์การตอบแบบสอบถาม 300 ชุด มาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นและความสอดคล้องกันในแต่ละตัวแปร ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ผลดังนี้ คำถามปัจจัยด้านความรู้ทั่วไป (General Knowledge) เท่ากับ 0.760 คำถามปัจจัยด้านการจัดการพื้นที่ว่าง (Space Management) เท่ากับ 0.738 คำถามปัจจัยด้านการบริการเกี่ยวกับการก่อสร้างบ้าน (Building Services) เท่ากับ 0.673 คำถามปัจจัยด้านความปลอดภัยและการระวังภัย (Safety and Security) เท่ากับ 0.875 คำถามปัจจัยด้านประตูหน้าต่างต่าง ๆ (Windows and Doors) เท่ากับ 0.910 คำถามปัจจัยด้านเกณฑ์เกี่ยวกับการสร้างบ้าน (Criteria of housing) เท่ากับ 0.890 คำถามปัจจัยด้านแง่มุมทางด้านชีวิต (Aspect of life) เท่ากับ 0.750 คำถามปัจจัยด้านความกังวลเกี่ยวกับอายุที่มากขึ้น (Aging

Anxiety) เท่ากับ 0.893 และค่าถดถอยด้านความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) เท่ากับ 0.933 ซึ่งถือว่ามีค่าความเชื่อมั่นสูง เนื่องจากมีค่าใกล้เคียง 1 และไม่ต่ำกว่า 0.65 (Nunnally, 1978) จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณ

#### 4. ผลการวิจัย

ผลงานวิจัยคือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 60-69 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษาดำรงระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท เกษียณจากการทำงานแล้ว บ้านของผู้สูงอายุควรมีราคาประมาณ 1,000,001-5,000,000 บาท ลักษณะที่อยู่อาศัยส่วนมากเป็นบ้านเดี่ยว มีวิธีการเลือกซื้อบ้านสำเร็จจากโครงการ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการคือร้านสะดวกซื้อ ครอบคลุมเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อบ้าน และแหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับบ้านมากที่สุดคือโทรทัศน์

ผลการศึกษาและวิเคราะห์ตามสมมติฐาน พบว่ายอมรับสมมติฐาน เพียงปัจจัยด้านเกณฑ์เกี่ยวกับการสร้างบ้าน (Criteria of housing) ( $\beta = 0.559$ ) และปัจจัยด้านความกังวลเกี่ยวกับอายุที่มากขึ้น (Aging Anxiety) ( $\beta = 0.329$ ) ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อบ้าน (Purchase Intention) ของผู้สูงอายุที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสามารถอธิบายอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อบ้านของผู้สูงอายุที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 60.8 และอีกร้อยละ 39.2 เกิดจากอิทธิพลตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาศึกษาและมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่  $\pm 0.353$  ปัจจัยด้านความรู้ทั่วไป (General Knowledge) ปัจจัยด้านการจัดการพื้นที่ว่าง (Space Management) ปัจจัยด้านการบริการเกี่ยวกับการก่อสร้างบ้าน (Building Services) ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการระวังภัย (Safety and Security) ปัจจัยด้านประตูหน้าต่างต่าง ๆ (Windows and Doors) และปัจจัยด้านแง่มุมทางด้านชีวิต (Aspect of life) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อบ้าน (Purchase Intention) ของผู้สูงอายุที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตารางที่ 1 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ไม่เกิน 10 หากเกินแสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง หรือไม่เกิด Multicollinearity (O'brien, 2007) ซึ่งผู้วิจัยสามารถสร้างสมการการถดถอยได้ ดังนี้  $Y$  (Purchase Intention) =  $-0.701 + 0.559$  (Criteria of housing) +  $0.329$  (Aging Anxiety)

ตารางที่ 1: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple regression analysis) ของปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ

Dependent Variable: Purchase Intentions,  $r = 0.780$ ,  $R^2 = 0.608$ , Constant(a) =  $-0.701$

Independent Variables	$\beta$	Std. Error	T	Sig	Tolerance	VIF
(Constant)		0.353	-1.986	0.048		
General Knowledge	0.107	0.051	2.565	0.011	0.780	1.283
Space Management	0.039	0.071	0.715	0.475	0.442	2.261
Building Services	-0.049	0.070	-1.021	0.308	0.592	1.688
Safety and Security	-0.003	0.092	-0.046	0.963	0.434	2.305
Windows and Doors	-0.181	0.101	-3.423	0.001	0.479	2.087
The criteria of housing	0.559**	0.099	8.820	0.000**	0.335	2.982

Dependent Variable: Purchase Intentions,  $r = 0.780$ ,  $R^2 = 0.608$ , Constant(a) = -0.701

Aspect of life	0.022	0.093	0.456	0.649	0.563	1.775
Aging Anxiety	0.329**	0.051	6.763	0.000**	0.569	1.759

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรต้น สามารถพยากรณ์ความตั้งใจซื้อบ้านของผู้สูงอายุที่อาศัยในกรุงเทพมหานครได้ และชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยด้านเกณฑ์เกี่ยวกับการสร้างบ้าน (Criteria of housing) (Sig = 0.000) และปัจจัยด้านความกังวลเกี่ยวกับอายุที่มากขึ้น (Aging Anxiety) (Sig = 0.000) มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่า ปัจจัยดังกล่าวสามารถพยากรณ์ความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) ได้อย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตามแม้ว่าผลลัพธ์ทางสถิติแสดงว่า ปัจจัยด้านประตูหน้าต่างต่าง ๆ (Windows and Doors) (Sig = 0.001) ที่ระดับนัยสำคัญที่ .01 แต่ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ -0.181 ซึ่งถือว่าเป็นตัวแปรกด (Suppressor Variables) หมายถึงตัวแปรทดสอบที่เข้ามาลดหรือระงับความสัมพันธ์ที่มีอยู่เดิมระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามให้น้อยลงหรือหมดลงไป ดังนั้น ปัจจัยด้านประตูหน้าต่างต่าง ๆ (Windows and Doors) และตัวแปรตามคือความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อกัน (Pedhazur, 1997 และเทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์, 2553)

ในขณะที่ปัจจัยด้านความรู้ทั่วไป (General Knowledge) (Sig = 0.011) ปัจจัยด้านการจัดการพื้นที่ว่าง (Space Management) (Sig = 0.475) ปัจจัยด้านการบริการเกี่ยวกับการก่อสร้างบ้าน (Building Services) (Sig = 0.308) ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการระงับภัย (Safety and Security) (Sig = 0.963) ปัจจัยด้านแง่มุมทางด้านชีวิต (Aspect of life) (Sig = 0.093) ทั้ง 5 ตัวแปรนี้ไม่มีระดับนัยสำคัญ แสดงว่าปัจจัยดังกล่าว ไม่สามารถพยากรณ์ความตั้งใจซื้อบ้านของผู้สูงอายุที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร ได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยตัวแปรต้นที่มีอำนาจพยากรณ์ดีที่สุด คือ ปัจจัยด้านเกณฑ์เกี่ยวกับการสร้างบ้าน โดยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์ เท่ากับ 0.559 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความกังวลเกี่ยวกับอายุที่มากขึ้น โดยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์ เท่ากับ 0.329 ส่วนปัจจัยด้านประตูหน้าต่างต่าง ๆ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์ เท่ากับ -0.181 จึงไม่นำมาอธิบายผลความสัมพันธ์ เนื่องจากสมมติฐานงานวิจัยนี้พิจารณาแค่ตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อเท่านั้น แสดงว่าปัจจัยดังกล่าว ไม่สามารถพยากรณ์ความตั้งใจซื้อบ้านของผู้สูงอายุได้อย่างมีนัยสำคัญ

## 5. การอภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อบ้านของผู้สูงอายุที่อาศัยในกรุงเทพมหานครพบว่า สมมติฐานการวิจัยคือ มีเพียงปัจจัยด้านเกณฑ์เกี่ยวกับการสร้างบ้าน และปัจจัยด้านความกังวลเกี่ยวกับอายุที่มากขึ้น มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์เท่ากับ 0.559 และ 0.329 ตามลำดับ ที่มีอิทธิพลเชิงบวกถึงร้อยละ 60.8 ต่อความตั้งใจซื้อบ้านของผู้สูงอายุที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ส่วนปัจจัยด้านประตูหน้าต่างต่าง ๆ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์ เท่ากับ -0.181 ถือว่าเป็นตัวแปรกด (Suppressor Variables) หมายถึงตัวแปรทดสอบที่เข้ามาลดหรือระงับความสัมพันธ์ที่มีอยู่เดิมระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามให้น้อยลงหรือหมดลง



ไป ดังนั้น ปัจจัยด้านประตูหน้าต่างต่าง ๆ (Windows and Doors) และตัวแปรตามคือ ความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) จึงไม่มีความสัมพันธ์ต่อกัน (Pedhazur, 1997 และเทศศักดิ์ บุญรัตน์, 2553)

ซึ่งผลงานวิจัยนี้ตรงกับงานวิจัยของ Hui, Wong, Chung, & Lau ที่ว่า รัฐบาลควรจะต้องมีบทบาทที่จะศึกษาชีวิตความเป็นอยู่และดูแลสังคมผู้สูงอายุ โดยมีเกณฑ์เกี่ยวกับการสร้างบ้าน เช่น บ้านผู้สูงอายุควรตั้งอยู่ในพื้นที่ ๆ เดินทางได้สะดวก ระยะทางไปตลาด สถานพยาบาล หาญาติ สวนสาธารณะ ต้องเหมาะสม ตลอดจนการให้บริการเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมออกกำลังกาย อีกทั้งบ้านผู้สูงอายุควรสร้างจากวัสดุที่มีคุณภาพดี มีระบบการจัดการที่อยู่อาศัย ส่วนกลางที่ดีและควรมีลิฟท์ (Hui, Wong, Chung, & Lau, 2014) และตรงกับงานวิจัยของ Hertzman & Zhong ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านความกังวลเกี่ยวกับอายุที่มากขึ้น (Aging Anxiety) หมายถึงทัศนคติเชิงลบที่จะอยู่กับความสูงวัย เช่น ผู้สูงอายุไม่ต้องการอายุมากขึ้นและต้องการจะใช้ชีวิตให้นานที่สุด หรือผู้สูงอายุมีความกังวลเกี่ยวกับความสามารถด้านความจำ หรือ มีความกังวลว่าจะปราศจากอิสระเมื่ออายุมากขึ้น ตลอดจนกังวลว่าจะดูแลตัวเองไม่ได้เมื่ออายุมากขึ้น (Hertzman & Zhong, 2016) และตรงกับงานวิจัยของ Bai, Yao, & Dou ที่ว่า ผู้สูงอายุมีความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) พวกเขาจะมีการสอบถามเพื่อน ขอคำแนะนำจากญาติ หรือจากข้อมูลในโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ หรือ สอบถามจากสถาปนิกหรือผู้เชี่ยวชาญตลอดจน มีวางแผนที่จะซื้อบ้านทันทีเมื่อได้ข้อมูลครบถ้วนหรือจะซื้อบ้านในอนาคตอันใกล้ (Bai, Yao, & Dou, 2015)

ดังนั้น ผู้ประกอบการหรือนักการตลาดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ควรให้ความสำคัญกับการเน้นกลยุทธ์ทางการตลาดด้านปัจจัยเกณฑ์เกี่ยวกับการสร้างบ้าน (Criteria of housing) โดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับการสร้างบ้านในทำเลที่ดี ระยะทางใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก สร้างจากวัสดุที่มีคุณภาพดี มีระบบการจัดการที่อยู่อาศัย ส่วนกลางที่ดีและควรมีลิฟท์ เพื่อความสะดวกสบายไม่เพียงแต่ผู้สูงอายุ ยังรวมถึงผู้ที่อาศัยในบ้านนั้น ๆ ด้วย และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความวิตกกังวลเกี่ยวกับอายุที่มากขึ้น (Aging Anxiety) เนื่องจากผู้สูงอายุส่วนมากเกิดความกังวล ดังนั้นควรให้ความสำคัญกับความมั่นคงในชีวิต ความเป็นอิสระภายในที่อยู่อาศัย อุปกรณ์หรือสัญลักษณ์ช่วยเหลือด้านความทรงจำ และความปลอดภัยภายในบ้าน ที่จะทำให้ผู้สูงอายุสามารถดูแลตนเองเบื้องต้นได้ เพื่อให้บุคคลกลุ่มเป้าหมายได้ตระหนักถึงความสำคัญที่แท้จริงของความตั้งใจซื้อบ้านของผู้สูงอายุ

## 6. บทสรุป

การวิจัยจัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลเชิงบวกของปัจจัยด้านความรู้ทั่วไป การจัดการพื้นที่ว่าง การบริการเกี่ยวกับการก่อสร้างบ้าน ด้านความปลอดภัยและการระงับภัย ด้านประตูหน้าต่างต่าง ๆ เกณฑ์เกี่ยวกับการสร้างบ้าน ด้านแง่มุมทางด้านชีวิต ด้านความกังวลเกี่ยวกับอายุที่มากขึ้น ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อบ้านของผู้สูงอายุที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร ประชากรคือผู้สูงอายุที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร มีการเก็บกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถามจำนวน 300 ชุดในช่วงเดือน มกราคม 2560 มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 60-69 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท เกษียณจากการทำงานแล้ว บ้านของผู้สูงอายุควรมีราคาประมาณ 1,000,001-5,000,000 บาท ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านเดี่ยว มีวิธีการเลือกซื้อบ้านสำเร็จจากโครงการ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการคือร้านสะดวกซื้อ ครอบครัวยังเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อบ้าน และแหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับบ้าน

มากที่สุดคือโทรทัศน์ ผลการศึกษาและวิเคราะห์ตามสมมติฐานมีเพียงปัจจัยด้านเกณฑ์เกี่ยวกับการสร้างบ้าน มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์เท่ากับ 0.559 และปัจจัยด้านความกังวลเกี่ยวกับอายุที่มากขึ้น มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์เท่ากับ 0.329 ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อบ้านของผู้สูงอายุที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร ถึงร้อยละ 60.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังนั้น นักการตลาดควรสร้างกลยุทธ์ที่จะทำให้ผู้สูงอายุซื้อบ้าน โดยพิจารณาจากปัจจัยเกณฑ์เกี่ยวกับการสร้างบ้านและด้านความกังวลเกี่ยวกับอายุที่มากขึ้น

สำหรับข้อเสนอแนะนักวิชาการควรพิจารณาศึกษางานวิจัยในอนาคต ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาวิจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อบ้านของผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่อื่น ๆ เนื่องจากตลาดอสังหาริมทรัพย์สำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย ยังเป็นตลาดที่น่าสนใจและคาดว่าจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นและเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความครอบคลุมในพื้นที่อื่น ๆ ในประเทศ

2. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรนำปัจจัยอื่น ๆ มาพิจารณาด้วย เช่น ปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับผู้สูงอายุ ความคาดหวัง ทัศนคติ การรับรู้ การตัดสินใจซื้อ ตราสินค้า ฯลฯ เพื่อศึกษาถึงโอกาสและแนวโน้มทางการตลาดของผู้สูงอายุที่มีความจงรักภักดีหรือเกิดความพึงพอใจในที่อยู่อาศัยมากขึ้น

3. ควรเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มวัยทำงาน เพราะผู้สูงอายุส่วนมากมีความคิดเห็น认为自己ไม่ต้องการที่จะซื้อบ้านแล้ว เนื่องจากรายได้น้อยลงและชีวิตที่เหลืออยู่ก็สั้นลงด้วย ซึ่งกลุ่มวัยทำงานเป็นกลุ่มคนที่มีรายได้และเริ่มให้ความสนใจกับที่อยู่อาศัยที่สร้างความสะดวกสบายให้กับพ่อแม่ที่มีอายุมากขึ้น รวมไปถึงตนเองในอนาคตด้วย

## 7. กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเฉพาะบุคคลนี้สำเร็จลงเป็นได้อย่างดีด้วยความอนุเคราะห์จาก ดร. เพ็ญจิรา คันชวงศ์ ในการชี้แนะให้คำปรึกษาและแก้ไขฉบับร่างเป็นอย่างดีผู้จัดทำจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

## 8. เอกสารอ้างอิง

เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์. (2553). *ตัวแปร (Variables)*. สืบค้นจาก

<http://www.drmanage.com/index.php?lay=show&ac=article&id=538633731>.

นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2555). การกำหนดขนาดตัวอย่างและสถิติวิเคราะห์ใหม่ๆ ที่น่าสนใจ. กรุงเทพฯ: สภาวิจัยแห่งชาติ  
ผู้จัดการออนไลน์. (2554). การตลาดวัย 50 ยุคใหม่ โอกาสทองสินค้าไลฟ์สไตล์. สืบค้นจาก

<http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=954000008840>.

แพรวพรรณ สุริวงค์. (2559). กทม.เผย2ปี ผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น. สืบค้นจาก <http://www.thaihealth.or.th/Content/30870-กทม.เผย2ปี%20ผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น%20.html>.

ภควดี ศรีอ่อน. (2555). พฤติกรรมการใช้สวนสาธารณะและสภาพแวดล้อมทางภูมิทัศน์ กรณีศึกษา สวนรมณีนาถ.

สืบค้นจาก[http://www.thapra.lib.su.ac.th/objects/thesis/fulltext/thapra/Packawadee\\_Srion/fulltext.pdf](http://www.thapra.lib.su.ac.th/objects/thesis/fulltext/thapra/Packawadee_Srion/fulltext.pdf).

มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2559). สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ.2558. สืบค้นจาก

<http://thaitgri.org/?p=37841>

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). การสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ.2557. สืบค้นจาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/elderlyworkFullReport57-1.pdf>.
- สำนักงานสวนสาธารณะสำนักสิ่งแวดล้อม. (2553). ข้อมูลสวนสาธารณะกรุงเทพมหานคร. สืบค้นจาก [http://minpininteraction.com/bkk\\_static/zone22.asp](http://minpininteraction.com/bkk_static/zone22.asp).
- Bai, Y., Yao, Z., & Dou, Y.-F. (2015). Effect of social commerce factors on user purchase behavior: An empirical investigation from renren.com. *International Journal of Information Management*, 35(5), 538-550. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.04.011>
- Cohen, J. (1977). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (revised ed.): New York: Academic Press.
- Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A.-G. (2009). Statistical power analyses using G\*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior Research*
- Hertzman, J., & Zhong, Y. (2016). A model of hospitality students' attitude toward and willingness to work with older adults. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(4), 681-699. doi: [doi:10.1108/IJCHM-09-2014-0428](https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2014-0428)
- Hui, E. C. M., Wong, F. K. W., Chung, K. W., & Lau, K. Y. (2014). Housing affordability, preferences and expectations of elderly with government intervention. *Habitat International*, 43, 11-21. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.habitatint.2014.01.010>
- Leung, M.-y., Yu, J., & Chow, H. (2016). Impact of indoor facilities management on the quality of life of the elderly in public housing. *Facilities*, 34(9/10), 564-579. doi: [doi:10.1108/F-06-2015-0044](https://doi.org/10.1108/F-06-2015-0044)
- Nunnally, C. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
- O'Brien, R. M. (2007). A caution regarding rules of thumb for variance inflation factors. *Quality & Quantity*, 41(5), 673-690.
- Pedhazur, E.J. (1997). *Multiple regression in behavioral research: Explanation and prediction*. Stamford, CT: Thomson Learning.
- Rahman, A. A., Asrarhaghghi, E., & Rahman, S. A. (2015). Consumers and Halal cosmetic products: knowledge, religiosity, attitude and intention. *Journal of Islamic Marketing*, 6(1), 148-163. doi: [doi:10.1108/JIMA-09-2013-0068](https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2013-0068)
- Wong, G. K. M. (2003). Quality of life of the elderly in Singapore's multi-racial society. *International Journal of Social Economics*, 30(3), 302-319. doi: [10.1108/03068290310460170](https://doi.org/10.1108/03068290310460170)