

ความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing  
ของกลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเอง  
SENIOR CO-HOUSING NEEDS OF SELF-RELIANT  
ELDERLY

นางสาวนิศามณี ธราวุธ  
สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย  
ผู้รับผิดชอบบทความ

Nisamane Taravoot  
Business Administration Program in Finance and Banking,  
Ramkhamhaeng University  
Corresponding author

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์ (1) เพื่อศึกษาความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing ของกลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเอง (2) เพื่อศึกษาความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing ของกลุ่มผู้สูงอายุที่พึ่งพาตนเอง โดยจำแนกตามปัจจัยด้านประชากร แบ่งเป็น เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ กรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย ประเภทที่อยู่อาศัย และเงินออมเกษียณ (3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ที่มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing ของกลุ่มผู้สูงอายุที่พึ่งพาตนเอง มีการทดสอบสมมติฐานด้วย

เครื่องมือสถิติ โดยมีการทดสอบแบบ T-Test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ถ้าหากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ซึ่งใช้วิธีของ LSD และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเองที่มีเพศ ประเภทที่อยู่อาศัย และเงินออมเกษียณต่างกัน มีความต้องการที่อยู่อาศัยประเภท Senior Co -Housing ไม่ต่างกัน กลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเองที่มีสถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยต่างกัน มีความต้องการที่อยู่อาศัยประเภท Senior Co -Housing ต่างกัน

สำหรับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing ซึ่งด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการขาย ไม่มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing

**คำสำคัญ:** ความต้องการที่อยู่อาศัย ,ผู้สูงอายุ ,Co-Housing

## **ABSTRACT**

The purpose of this research is to (1) To study the needs of senior co-housing needs of self-reliant elderly. (2) To study the senior co-housing needs of self-reliant elderly, by population, divided into gender, education levels, career, income, housing rights, types of housing and retirement savings. (3) To study the marketing mix factors that affects the needs of senior co-housing in self-reliant elderly., The statistics used in the analysis were percentage, mean ,frequency and standard deviation by testing

the hypothesis by using t-test statistics, one-way variance statistics (One-way ANOVA), if differences are found by using LSD methods and using multiple regression statistics.

The hypothesis test found that self-reliant elderly group with different gender, types of housing and retirement savings, there is no difference in the need for senior co-housing. The elderly are self-reliant with different education levels, career, income and housing rights, there are different demand for senior co-housing.

For product and price market ingredients affect the need for senior co-housing, distribution channels and sales promotions. It does not affect the need for senior co-housing.

**คำสำคัญ:** Housing requirements , Elderly , Co-Housing

## **บทนำ**

โครงการบ้านพักอาศัยแบบ Co-Housing ประกอบไปด้วยโครงการบ้านเดียวกัน และโครงการ ซีเนียร์ โคโฮ ที่มวกเหล็ก อย่างไรก็ตาม ตลาดที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทยปัจจุบันเพียงอยู่ในระยะเริ่มต้น โดยเฉพาะตลาดที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing ผู้พัฒนาจำเป็นต้องทำความเข้าใจกลุ่มผู้สูงอายุทั้งในด้านทัศนคติและพฤติกรรม

ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุที่พึ่งพาตนเอง ซึ่งมีความแตกต่างจากบ้านพักสำหรับผู้สูงอายุแบบอื่น โดยการศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ

ความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุ เพื่อเป็นข้อมูลและแนวทางสำหรับผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้

### **วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

1. เพื่อศึกษาความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing ของกลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเอง ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing ของกลุ่มผู้สูงอายุที่พึ่งพาตนเอง โดยจำแนกตามปัจจัยด้านประชากร โดยแบ่งเป็น เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ทัศนคติที่อยู่อาศัย ประเภทที่อยู่อาศัย และเงินออมเกษียณ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด(Marketing Mix) ที่มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing ของกลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเอง

### **ขอบเขตงานวิจัย**

ขอบเขตการศึกษาความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing ของผู้สูงอายุพึ่งพาตนเอง โดยแบ่งเป็นปัจจัยด้านประชากร ประกอบด้วย เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ทัศนคติที่อยู่อาศัย ประเภทที่อยู่อาศัย และเงินออมเกษียณ และปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด(Marketing Mix)ที่มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing ของกลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเอง ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย กลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเองในกรุงเทพมหานคร

## ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

**ตัวแปรอิสระ** แบ่งเป็น 1. ปัจจัยประชากร ประกอบด้วย เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ กรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย ประเภทที่อยู่อาศัย และเงินออมเกษียณ

2. ปัจจัยส่วนผสมการตลาด ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย

**ตัวแปรตาม** ได้แก่ ความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing ของผู้สูงอายุพึ่งพาตนเอง

## นิยามคำศัพท์

ประชากรศาสตร์ หมายถึง ความแตกต่างกันของแต่ละบุคคล ใช้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภคและกำหนดตลาดเป้าหมายได้ ซึ่งประกอบไปด้วย อายุ เพศ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ และเงินออม

ผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีความเปลี่ยนแปลงของร่างกายและจิตใจที่มีความอ่อนแอลง แต่ในการศึกษาในครั้งนี้จะหมายรวมถึงผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป

การพึ่งพาตนเองของผู้สูงอายุ หมายถึง การที่ผู้สูงอายุสามารถดูแลตนเองได้ในด้านต่างๆ ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสังคม และด้านเศรษฐกิจ โดยไม่สร้างความเดือดร้อนให้กับบุคคลรอบข้าง

ความต้องการที่อยู่อาศัย หมายถึง ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อที่อยู่อาศัย โดยอาศัยปัจจัยด้านต่างๆ ในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย อาทิ เช่น ด้านประชากรก็มีผลกระทบต่อรายได้และอาชีพ ด้านส่วนผสมการตลาด มีผลต่อรูปแบบของที่อยู่อาศัย และทำเลที่ตั้ง และราคาขายของที่อยู่อาศัย

ความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุ หมายถึง การที่ผู้สูงอายุสามารถดูแลตนเองได้ในด้านต่างๆ ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสังคม และด้านเศรษฐกิจ โดยไม่สร้างความเดือดร้อนให้กับบุคคลรอบข้าง อีกทั้งทางด้านความต้องการพื้นที่ใช้สอย ด้านวิธีการ

ดำเนินชีวิต ด้านความต้องการความเป็นส่วนตัว ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านความปลอดภัยและด้านการออกแบบเพื่อเป็นที่พักสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ

ที่อยู่อาศัยแบบ Co-Housing หมายถึง ที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ตั้งใจมาอาศัยอยู่ร่วมกันสมาชิกในชุมชนมีสังคมมีความเข้มแข็ง ช่วยลดความเหงาและความโดดเดี่ยวลงได้ มีพื้นที่สวนขนาดใหญ่เป็นของตัวเอง ลดค่าใช้จ่าย เนื่องจากไม่จำเป็นต้องซื้อข้าวของเครื่องใช้จำพวกเครื่องอบผ้า เครื่องซักผ้า หรือเครื่องตัดหญ้าเอง และยังไม่ต้องจ่ายค่าซ่อมบำรุงรักษาคนเดียว และสังคมมีระเบียบแบบแผน ควบคุมได้ง่าย และมีความปลอดภัยสูง มีพื้นที่ขนาดใหญ่ไว้ใช้สังสรรค์ ประชุมงาน หรือพักผ่อน ซึ่งเหมาะกับการดำเนินชีวิตสำหรับผู้สูงอายุ

ส่วนผสมทางการตลาด 4P's (Marketing Mix) หมายถึง ส่วนผสมทางการตลาด ที่มีความสำคัญต่อความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการจัดจำหน่าย อธิบายได้ดังนี้

1.ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ มีการออกแบบ รูปลักษณะ ที่พักอาศัยที่แตกต่าง และมีเอกลักษณ์โดดเด่น มีพื้นที่ใช้สอยที่ขนาดใหญ่ไว้ใช้สังสรรค์ ประชุมงาน มีพื้นที่พักผ่อน รวมทั้งการมีความปลอดภัยสูง

2.ราคา (Price) คือราคาที่อยู่อาศัยถูกกว่าโครงการอื่นๆ และราคามีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ พร้อมทั้งยังมีการบริการจัดหาสินเชื่อเพื่อที่อยู่ให้กับผู้บริโภค

3.ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือ ทำเลที่ตั้งโครงการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน สถานพยาบาล สะดวกสบายในการเดินทาง และมีความปลอดภัย ไม่เสี่ยงอันตราย

4.การส่งเสริมการขาย (Promotion) คือ มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โครงการ มีรายการส่งเสริมการขาย ประกอบกับมีบริการให้คำปรึกษาและอธิบายรายละเอียดของโครงการให้เข้าใจได้เป็นอย่างดี

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.ทราบถึงความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing ของกลุ่มผู้สูงอายุที่พึ่งพาตนเองในอนาคต

2.ทราบถึงส่วนผสมทางการตลาด(Marketing Mix)ที่มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing ของกลุ่มผู้สูงอายุที่พึ่งพาตนเองในอนาคต

## วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มประชากรตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถระบุจำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ จึงได้ใช้วิธีการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตารางหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1973) เพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จากค่าความคลาดเคลื่อน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยผลจากการเปิดตารางได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และดำเนินการวิจัย โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยประชากร ได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ กรรณสิทธิ์ที่อยู่อาศัย ประเภทที่อยู่อาศัย และเงินออมเกษียณ มีคำถาม 8 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing มีคำถาม 5 ข้อ ประเมินค่าความสำคัญ 5 ระดับ โดยเรียงลำดับจากระดับที่ 5 เห็นด้วยมากที่สุดไปจนถึงระดับที่ 1 เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการขาย มีค่าถ้ามรวม 12 ข้อ ประเมินค่าความคิดเห็น 5 ระดับ โดยเรียงลำดับจากระดับที่ 5 เห็นด้วยมากที่สุดไปจนถึงระดับที่ 1 เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิด

การแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ เพื่อใช้ในการตีความหมายของค่าเฉลี่ย ที่ใช้ในการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายความว่าเห็นด้วยมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายความว่าเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายความว่าเห็นด้วยปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.81 -2.60 หมายความว่าเห็นด้วยน้อย ค่าเฉลี่ย 1.00 -1.80 หมายความว่าเห็นด้วยน้อยที่สุด

### **การวิเคราะห์ข้อมูล**

ส่วนที่ 1 สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งจะใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละและค่าความถี่กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

1.2 ใช้ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าเฉลี่ย ในการอธิบายคุณลักษณะกับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing และ ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด

ส่วนที่ 2 สถิติอนุมาน ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

2.1 ความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing ของผู้สูงอายุพึ่งพาตนเอง จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test

2.2 ความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing ของผู้สูงอายุพึ่งพาตนเอง จำแนกตามสถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ กรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย ประเภทที่อยู่อาศัย และเงินออมเกษียณ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way



ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยการใช่วิธีของ LSD

2.3 ส่วนผสมทางการตลาด ที่มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing ของผู้สูงอายุพึ่งพาตนเอง จะใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

### ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่องความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing ของกลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเอง สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

#### 1. ผลการวิเคราะห์ความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior

Co-Housing ของกลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเอง ของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า มีความต้องการที่อยู่อาศัย เพราะความสะดวกสบาย ลดค่าใช้จ่ายจำพวกเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ ค่าซ่อมบำรุงรักษา และสมาชิกในชุมชนอาศัยอยู่ร่วมกันอย่างมีระเบียบแบบแผน

#### 2. ผลการเปรียบเทียบความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior

Co-Housing ของกลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเอง จำแนกตาม เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ กรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย ประเภทที่อยู่อาศัย และเงินออมเกษียณ สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

2.1 กลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเองที่มีเพศ ประเภทที่อยู่อาศัย และเงินออมเกษียณ ต่างกัน มีความต้องการที่อยู่อาศัยประเภท Senior Co -Housing ไม่ต่างกัน

2.2 กลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเองที่มีสถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย ต่างกัน มีความต้องการที่อยู่อาศัยประเภท Senior Co -Housing ต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ที่มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing ของกลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเอง สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing ของกลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเอง

3.2 ปัจจัยด้านช่องทางทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการขาย ไม่มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing ของกลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเอง

### สรุปและวิจารณ์ผล

1. ผลการศึกษาความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing ของกลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ผู้วิจัยเห็นว่ากลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเอง ส่วนใหญ่มีความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing เพื่อตอบสนองความต้องการ และการรับรู้ถึงปัญหา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุคี ศิริวงศ์พากร (2556) และ ภรณ์ธิดา จงพิพิธพร (2558) ได้ให้ความหมายของการพึ่งตนเองของผู้สูงอายุไว้ว่า การที่ผู้สูงอายุสามารถดูแลตนเองในด้านต่างๆ ซึ่งประกอบไป (1) ความต้องการทางด้านร่างกาย (2) ความต้องการจิตใจ (3) ความต้องการทางสังคม (4) ความต้องการทางด้านเศรษฐกิจ

2. ผลการศึกษาความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing ของกลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเอง จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์

2.1 กลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเองที่มีเพศต่างกัน มีความต้องการที่อยู่อาศัยประเภท Senior Co -Housing ไม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด มนธิดา ศรีพยุงฉันท (2558) ที่ศึกษาเรื่อง ความต้องการด้านอาหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยแนวราบของกลุ่มผู้บริโภครุ่นเปรียบเทียบกับ Generation X กับ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัย

ด้านเพศที่แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยที่ไม่แตกต่างกัน และแนวความคิดของญาติานุช ตันซ้าย (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความต้องการที่อยู่อาศัยในวัยสูงอายุของผู้ที่ทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่าเพศไม่มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัย

2.2 กลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเองที่มีสถานภาพต่างกัน มีความต้องการที่อยู่อาศัยประเภท Senior Co -Housing ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ฉัตรฟ้า โชคสมเกษม (2558) พบว่าปัจจัยด้านสถานภาพ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียมที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับ กชกร ธรรมกิริติ(2562) กล่าวคือ สถานภาพ (Marital Status) ครอบครัวมีความสัมพันธ์กับหน่วยในการบริโภค

2.3 กลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเองที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความต้องการที่อยู่อาศัยประเภท Senior Co -Housing ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ ญาติานุช ตันซ้าย (2562) พบว่า กลุ่มตัวอย่างแต่ละระดับการศึกษามีสัดส่วนความต้องการที่อยู่อาศัยใกล้เคียงกัน เสาวลักษณ์ กิตติญาณปัญญา (2562) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้สูงอายุในอนาคต ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับการศึกษา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยผู้สูงวัยในอนาคต

2.4 กลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเองที่มีอาชีพต่างกัน มีความต้องการที่อยู่อาศัยประเภท Senior Co -Housing ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ มนธิดา ศรีพยุงฉันท (2558) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความต้องการด้านอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยแนวราบของกลุ่มผู้บริโภค เปรียบเทียบ Generation X กับ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พนักงานบริษัทเอกชน มีความต้องการที่อยู่อาศัยมากกว่ากลุ่มอื่นๆ และยังสอดคล้องกับแนวความคิดของ Kaewta Hunnala (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพิจารณาเลือกใช้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารทิสโก้ จำกัด (มหาชน) ที่อาชีพต่างกันมีผลต่อความการเลือกใช้สินเชื่อ

2.5 กลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเองที่มีรายได้ต่างกัน มีความต้องการที่อยู่อาศัยประเภท Senior Co -Housing ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Hanna and Wozniak (2001), Shiffman and Kanuk (2003) (อ้างถึงใน กชกร ธรรมกীরติ, 2562) และ ภูริณัฐ ธนวิบูลย์ชัย (2557) รายได้เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญในการจำแนกความแตกต่าง เพราะรายได้เป็นตัวบ่งบอกถึงความสามารถที่จะซื้อสินค้า

2.6 กลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเองที่มีกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย ต่างกัน มีความต้องการที่อยู่อาศัยประเภท Senior Co -Housing ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของฉัตรฟ้า โชคสมเกษม (2558) , ภูริณัฐ ธนวิบูลย์ชัย (2557) และ ชุตติมน ศิริศรชัย (2557) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียม พบว่าที่อยู่อาศัยปัจจุบันมีผลต่อการเลือกซื้อ คอนโด

2.7 กลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเองที่มีประเภทที่อยู่อาศัยต่างกัน มีความต้องการที่อยู่อาศัยประเภท Senior Co –Housing ไม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ขวัญใจ ช่างหล้า (2559) และ ภูริณัฐ ธนวิบูลย์ชัย (2557) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา มากกว่า 5 ล้านบาทของผู้บริโภคที่มีผู้สูงอายุในครอบครัว พบว่าประเภทที่อยู่อาศัยไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน

2.8 กลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเองที่มีเงินออมเกษียณ ต่างกัน มีความต้องการที่อยู่อาศัยประเภท Senior Co –Housing ไม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พีรวัฒน์ บรรจงเมือง และคณะ (2560) ได้กล่าวถึงปัจจัยความต้องการด้านรูปแบบที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้น้อย พบว่าผู้บริโภค พบว่ารายได้น้อยไม่มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัย

3. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ที่มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing ของกลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเอง แบ่งเป็น 4 ด้าน ดังนี้

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing ของกลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเอง สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิ

รวิวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ(2546), ธนพร จิตมานะ(2555)และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์,ธนภรณ์ เนื่องพลี(2561)พบว่าองค์ประกอบสำคัญของผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งสำคัญที่เสนอขายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

3.2 ด้านราคา มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing ของกลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่า ราคา (Price) หมายถึงมูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ตรงกับแนวคิดของ ชาญศักดิ์ ตะโพวิญญู (2557) ได้ให้ความหมาย ราคา เป็นจำนวนเงินซึ่งแสดงเป็นมูลค่าที่ผู้บริโภคยอมจ่ายเงินเพื่อแลกกับที่อยู่อาศัย สินค้า หรือบริการ

3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing ของกลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ชาญศักดิ์ ตะโพวิญญู (2557)ได้ให้ความหมายด้านการจัดจำหน่ายไว้ว่า ท่าเลที่ตั้ง สถานที่ให้บริการจะมีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันไปตามลักษณะเฉพาะของธุรกิจบริการแต่ละประเภท

3.4 ด้านการส่งเสริมการขาย ไม่มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing ของกลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ นพคุณ เสียงประสิทธิ์ (2559)และแนวคิดของ ชาญศักดิ์ ตะโพวิญญู(2557)ได้ให้ความหมายด้านการส่งเสริมการขายไว้ว่าเป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจ ให้เกิดความต้องการ

### **ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป**

1. ควรมีการศึกษาประชากรกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อื่นๆเพิ่มเติม หรือศึกษาเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างในแต่ละพื้นที่ หรือเปลี่ยนแปลงขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็นระดับภาค หรือประเทศ เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่หลากหลาย

2. ควรมีการศึกษาตัวแปรปัจจัยอื่นๆเพิ่มเติม ที่อาจจะส่งผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยแบบ Senior Co-Housing ของกลุ่มผู้สูงอายุพึ่งพาตนเอง เช่น ปัจจัยแรงจูงใจที่ต้องการที่พักอาศัย แบบ Senior Co-Housing และปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อ ที่พักอาศัยแบบ Senior Co-Housing เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่แตกต่างกัน

### กิตติกรรมประกาศคุณ

งานวิจัยเล่มนี้สำเร็จสมบูรณ์ด้วยดี เพราะได้รับการชี้แนะและช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งได้ให้คำแนะนำและตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ พร้อมทั้งยังแนะแนวทางที่เป็นประโยชน์สูงสุดสำหรับงานวิจัยเล่มนี้ ตั้งแต่เริ่มต้นจนสำเร็จเรียบร้อย

นอกจากนี้ขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษา และมหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่เป็นแหล่งให้ความรู้ต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาใช้ในงานวิจัยเล่มนี้ ขอขอบพระคุณผู้สูงอายุ ที่ได้เสียสละเวลามาทอบแบบสอบถาม รวมถึงให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ ส่งผลให้วิจัยเล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยเล่มนี้จะเป็นประโยชน์และคุณค่าทางวิชาการไม่มากนักน้อย หากงานวิจัยเล่มนี้มีข้อผิดพลาดและข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

### เอกสารอ้างอิง

กชกร ธรรมกীরติ.( 2562).แนวทางการพัฒนาโครงการและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยแนวสูงและแนวราบในพื้นที่รอยต่อเมืองกรุงเทพมหานครและปริมณฑล,บทความวิชาการ ภาควิชาเคหกรรม การ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์,จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.  
กรณีกา วาระวิชะนี. (2560). ความรู้ทางการเงินและความอยู่ดีมีสุข

ทางการเงินพนักงานในสถาบันการเงิน กรณีศึกษาจากพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์. การค้นคว้าอิสระ. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

กานดา เลือจจำศีล .(2555). ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรการเข้าใช้บริการร้าน. กาแฟสด อเมซอนของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี. การค้นคว้าอิสระคณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

กิตติพงศ์ จารุเวชยาศรม.(2561). การศึกษาความต้องการบ้านสำเร็จรูปขนาดเล็กสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ขวัญใจ ช่างหล้า.(2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา มากกว่า 5 ล้านบาทของผู้บริโภคที่มีผู้สูงอายุในครอบครัว ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

งามจิต อินทวงศ์.(2556). ความต้องการสวัสดิการของพนักงานมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตบางพระ จังหวัดชลบุรี. การค้นคว้าอิสระรัฐ ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.

จักรกฤษณ์ นาคประเสริฐ.(2556). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านไอศกรีมพรีเมียมในศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ชาญศักดิ์ ตะโพวิญญู.(2557). ความต้องการที่อยู่อาศัยของกลุ่มประชากรในเขตจังหวัดนครราชสีมา. การค้นคว้าอิสระวิศวกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.