

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงวัยในเขตจังหวัดปทุมธานี

Factors Influencing the Decision to Purchase a Senior living Condominium

in Pathum Thani Province

อังศุมา ประยูรพงษ์

สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายในเขตจังหวัดปทุมธานี (2) เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆ (ด้านกายภาพ ที่ตั้ง เศรษฐกิจ สังคม และการบริการ) ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้สูงวัยในเขตจังหวัดปทุมธานี (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ (ด้านกายภาพ ที่ตั้ง เศรษฐกิจ สังคม และการบริการ) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้สูงวัยในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้วยวิธีการศึกษาเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่เป็นผู้สูงวัย (อายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป) บุตรหลานหรือสมาชิกในครอบครัว และบุคคลอื่นๆ ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานี และไม่ได้อาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานี แต่สนใจ และมีแผนที่จะซื้อคอนโดมิเนียมฯ หรือย้ายมาอยู่ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีในอนาคต รวมทั้งสิ้น 400 ราย ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกลุ่มบุตรหลานที่ทำหน้าที่เป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจ เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบ Stepwise

ผลการวิจัยพบว่า ความตั้งใจจะซื้อโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.72) และมีเพียง 2 ปัจจัย ที่มีอิทธิพลเชิงพยากรณ์ต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคมและจิตวิทยา ($\beta = 0.211$) และปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเงิน ($\beta = 0.171$) โดยปัจจัยด้านสังคมและจิตวิทยามีอิทธิพลสูงสุด ผลการวิจัยชี้ว่าการตัดสินใจซื้อในตลาดนี้ถูกขับเคลื่อน โดยการยอมรับและคำแนะนำจากบุตรหลาน และโอกาสในการมีส่วนร่วมทางสังคม ควบคู่ไปกับความโปร่งใสของค่าใช้จ่ายในระยะยาว ในขณะที่ปัจจัยด้านกายภาพและที่ตั้ง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยความสำคัญสูง ถูกตีความว่าเป็นปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene Factors) ที่ผู้บริโภคคาดหวังว่าโครงการจะต้องมีอยู่แล้ว ข้อเสนอแนะคือผู้ประกอบการควรเน้นกลยุทธ์การตลาดที่มุ่งเน้นการสร้างชุมชนทางสังคมและการจัดการความเสี่ยงทางการเงินในระยะยาว เมื่อพิจารณาในระดับตัวแปรย่อย พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงพยากรณ์สูงสุดสองอันดับแรกคือ ราคาขายเมื่อเทียบกับโครงการอื่น ($\beta = 0.291$) และการได้รับการยอมรับ/คำแนะนำจากครอบครัว ($\beta = 0.172$) และในภาพรวมตัวแปรดังกล่าวสามารถพยากรณ์ตัวแปรตาม คือการตัดสินใจซื้อได้ร้อยละ 34.2

ผลการวิจัยชี้ว่าการตัดสินใจซื้อถูกขับเคลื่อนโดยบรรทัดฐานทางสังคม และความคุ้มค่าทางการเงินในระยะยาว

คำสำคัญ: คอนโดมิเนียมผู้สูงอายุ, ปัจจัยการตัดสินใจซื้อ, สังคมผู้สูงอายุ, บรรทัดฐานทางสังคม, ปัจจัย, สุขอนามัย

Abstract

This research aimed (1) to examine demographic factors influencing the purchasing decision of condominium buyers in Pathum Thani Province; (2) to study various factors—physical and structural, locational and environmental, economic and financial, social and psychological, and service-related—that affect the purchasing decision of elderly consumers; and (3) to analyze the relationships among these factors and the decision to purchase senior condominiums in Pathum Thani. A quantitative research method was employed, using a structured questionnaire to collect data from 400 respondents, including elderly individuals (aged 60 and above), their children or family members, and other potential buyers residing in or planning to relocate to Pathum Thani in the future. Most respondents were adult children who served as key decision-makers in the family. Statistical tools included descriptive statistics and multiple regression analysis using the Stepwise method.

The findings revealed that the overall purchase intention was at the highest level (mean = 4.72). Only two factors significantly predicted purchasing decisions at a statistically significant level: social and psychological factors ($\beta = 0.211$) and economic and financial factors ($\beta = 0.171$), with the former being the most influential. The results indicate that purchasing decisions in this market are primarily driven by family acceptance and recommendations, as well as opportunities for social engagement and long-term financial transparency. Meanwhile, physical and locational factors, despite their high mean importance scores, were interpreted as Hygiene Factors that consumers expect as basic requirements rather than decision-driving elements.

At the sub-factor level, the two strongest predictors were price competitiveness compared with other projects ($\beta = 0.291$) and family approval or recommendations ($\beta = 0.172$). Together, these variables explained 34.2% of the variance in purchasing decisions. The findings suggest that the purchase of senior condominiums is predominantly influenced by subjective social norms and long-term financial value, emphasizing the importance of marketing strategies that foster community belonging and financial sustainability for elderly consumers.

Keywords: senior condominium, purchase decision factors, aging society, social norms, hygiene factors

บทนำ

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาประเทศไทยประสบกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรอย่างรวดเร็ว โดยสัดส่วนของผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ จากปัจจัยหลักคืออัตราการเกิดที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง และอายุขัยที่ยืนยาวขึ้น ซึ่งทำให้ประชากรกลุ่มวัยทำงานมีสัดส่วนน้อยลง ขณะที่สัดส่วนผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี เพิ่มขึ้นอย่างโดดเด่น (JIL, 2025). แนวโน้มดังกล่าวสะท้อนว่าประเทศไทยก้าวเข้าสู่ สังคมผู้สูงอายุ อย่างเต็มรูปแบบ และระบบนโยบาย สวัสดิการ และสาธารณสุขจึงต้องปรับตัวเพื่อรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของสังคม (Bangkok Post, 2024) จังหวัดปทุมธานีเป็นหนึ่งในพื้นที่ปริมณฑลที่มีศักยภาพสูงในการรองรับการขยายตัวของสังคมสูงวัย ด้วยทำเลที่ตั้งที่ใกล้กับกรุงเทพมหานคร การเดินทางสะดวก และมีโรงพยาบาล รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ทำให้มีโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่ออกแบบมาเพื่อผู้สูงวัยโดยเฉพาะเกิดขึ้นหลายแห่ง เช่น จินน์ เวลบีอิง เคาน์ตี้ (Jin Wellbeing County) ซึ่งเป็นโครงการขนาดใหญ่ที่สร้างความตื่นตัวให้กับตลาดอสังหาริมทรัพย์ในกลุ่มนี้เป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม แม้จะมีความต้องการเพิ่มขึ้น แต่การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงวัยนั้นเป็นเรื่องที่ซับซ้อน และแตกต่างจากการซื้อที่อยู่อาศัยทั่วไป เนื่องจากไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านราคาหรือทำเลเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิต สุขภาพกาย สุขภาพจิต และการดูแลอย่างครบวงจร ซึ่งประกอบด้วย 5 มิติสำคัญ ได้แก่ ด้านกายภาพและโครงสร้าง ด้านที่ตั้งและสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจ และการเงิน ด้านสังคมและจิตวิทยา และด้านการบริการและการดูแล การขาดความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงปัจจัยเหล่านี้ของผู้ประกอบการอาจนำไปสู่การพัฒนาโครงการที่ไม่ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลให้โครงการไม่ประสบความสำเร็จ และอาจทำให้ผู้สูงวัยไม่ได้รับที่อยู่อาศัยที่เหมาะสม

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายในเขตจังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยต่าง ๆ (ด้านกายภาพ ที่ตั้ง เศรษฐกิจ สังคม และการบริการ) กับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้สูงวัยในเขตจังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ (ด้านกายภาพ ที่ตั้ง เศรษฐกิจ สังคม และการบริการ) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้สูงวัยในเขตจังหวัดปทุมธานี

สมมติฐานของการศึกษา

1. ปัจจัยด้านกายภาพและโครงสร้าง มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงวัย
2. ปัจจัยด้านที่ตั้งและสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงวัย

3. ปัจจัยด้านสังคมและจิตวิทยา โดยเฉพาะการยอมรับจากคนในครอบครัวมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงวัย

4. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเงิน มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงวัย

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. การซื้อคอนโดมิเนียมจัดเป็น การตัดสินใจแบบมีส่วนร่วมสูง (High-Involvement Decision) ซึ่งใช้กรอบแนวคิด กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer Decision Process Model) ในการวิเคราะห์ ขั้นตอนที่สำคัญคือ การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคใช้เกณฑ์ต่าง ๆ (กายภาพ ที่ตั้ง สังคม เศรษฐกิจ) มาเปรียบเทียบ โดยผลการวิจัยจะชี้ว่าเกณฑ์ใดคือปัจจัยพื้นฐาน (Hygiene) และเกณฑ์ใดคือปัจจัยกระตุ้น (Motivators) ในขั้นตอนสุดท้ายของการตัดสินใจซื้อ

2. ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) ใช้เป็นฐานในการ จัดกลุ่มความต้องการ โดยปัจจัยด้านกายภาพ (Universal Design) และที่ตั้ง (ใกล้ รพ.) จัดอยู่ในขั้นความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) ในขณะที่ปัจจัยทางสังคมและจิตวิทยาจัดอยู่ในขั้น ความต้องการทางสังคม (Belongingness Needs)

3. ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) อธิบายว่า เจตนา (Intention) เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการซื้อ โดยประกอบด้วย ทักษะคติ (Attitude) ต่อคอนโดมิเนียม บรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norms) ซึ่งสะท้อนอิทธิพลของบุรุษหลานที่สนับสนุนการซื้อ (อรอนงค์ และคณะ, 2564) และการควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ (Perceived Behavioral Control) หรือความสามารถในการเข้าถึงทางการเงิน

4. ทฤษฎีคุณภาพการบริการ (SERVQUAL Model) โมเดลนี้ใช้เพื่อประเมินคุณภาพของ ปัจจัยด้านการบริการและการดูแล ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของคอนโดมิเนียมผู้สูงวัย โดยแบ่งมิติคุณภาพออกเป็น 5 มิติหลัก (Tangibility, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy) มิติเหล่านี้มีความสัมพันธ์ โดยตรงกับความเชื่อมั่นและความคาดหวังในการดูแลในระยะยาวของผู้สูงวัย

5. ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ซเบิร์ก (Herzberg's Two-Factor Theory) ทฤษฎีนี้ถูกนำมาใช้เพื่อ อธิบายผลการวิจัย โดยแบ่งปัจจัยออกเป็น 2 กลุ่ม (1) ปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene Factors) ปัจจัยที่หากขาด ไปจะทำให้เกิดความไม่พอใจ แต่การมีอยู่ไม่ได้กระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อโดยตรง (เช่น ปัจจัยด้านกายภาพ และที่ตั้ง) (2) ปัจจัยจูงใจ (Motivator Factors) ปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความพึงพอใจและส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ (เช่น ปัจจัยด้านสังคม/จิตวิทยาและเศรษฐกิจ)

6. แนวคิดด้านการตลาดสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Marketing Mix/7Ps) ปัจจัยในการวิจัย สามารถจัดกลุ่มตามแนวคิด 7Ps เพื่อประโยชน์ในการวางแผนธุรกิจ Product คือกลุ่มปัจจัยด้านกายภาพและ โครงสร้าง Price คือกลุ่มปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเงิน Place คือกลุ่มปัจจัยด้านที่ตั้งและสิ่งแวดล้อม People/Process คือกลุ่มปัจจัยด้านการบริการและการดูแล และปัจจัยด้านสังคม/จิตวิทยา

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยของ อรอนงค์ และคณะ (2564) ซึ่งใช้ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) เป็นกรอบการศึกษา พบว่า บรรทัดฐานทางสังคม โดยเฉพาะแรงสนับสนุนจากบุตรหลานและครอบครัว มีอิทธิพลต่อเจตนาการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุสูงที่สุดอย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนว่าการตัดสินใจซื้อในบริบทสังคมไทย เป็นการตัดสินใจร่วมของครอบครัว ไม่ใช่ของผู้สูงอายุเพียงลำพัง ซึ่งยืนยันความสำคัญของปัจจัยด้านสังคมและจิตวิทยา ในการศึกษาครั้งนี้

กิตติศักดิ์ พรหมโสภา (2565) พบว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเงิน โดยเฉพาะความโปร่งใสของค่าใช้จ่ายรวม (ราคาขายและค่าบริการรายเดือน) มีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยแนวราบในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล อีกทั้ง ทำเลที่ตั้ง โดยเฉพาะความใกล้โรงพยาบาลและความสะดวกในการเดินทางของบุตรหลาน ยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญ

ลลิตา และคณะ (2565) ศึกษาการออกแบบที่อยู่อาศัยตามหลัก Universal Design สำหรับผู้สูงอายุ พบว่า ความปลอดภัยในการใช้งาน เป็นปัจจัยสำคัญสูงสุด เช่น พื้นผิวไม่ลื่นและราวจับในพื้นที่เสี่ยง อีกทั้ง ความยืดหยุ่นของพื้นที่ ที่ปรับได้ตามสภาพร่างกายในอนาคตยังมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยสะท้อนถึงความต้องการด้านความปลอดภัยและคุณภาพชีวิตระยะยาวของผู้สูงอายุ

นันทพร บุญยงค์ (2566) ศึกษาปัจจัยทำเลของโครงการอสังหาริมทรัพย์สำหรับผู้สูงวัยในเขตปริมณฑล พบว่า ความใกล้ชิดกับสถานพยาบาลและศูนย์การแพทย์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสูงสุด ผู้ซื้อให้ความสำคัญทั้งต่อการเข้าถึงบริการฉุกเฉินและการดูแลสุขภาพระยะยาว รวมถึง สิ่งแวดล้อมที่สงบและอากาศดี ซึ่งดึงดูดผู้สูงอายุที่ต้องการหลีกเลี่ยงความแออัดของเมืองใหญ่ สอดคล้องกับมิติ ที่ตั้งและสิ่งแวดล้อม ของงานวิจัยนี้

วรุฒม์ เจริญพร (2566) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของกิจกรรมทางสังคมและการสร้างชุมชนต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในโครงการอสังหาริมทรัพย์ พบว่าการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยของผู้สูงอายุไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านกายภาพเพียงอย่างเดียว แต่ยังให้ความสำคัญกับ คุณภาพของการบริการและกิจกรรมทางสังคม ที่โครงการจัดให้ด้วย ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ต้องการใช้ชีวิตในสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมให้เกิดการปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนบ้านและมีส่วนร่วมในกิจกรรมกลุ่มเพื่อ ลดความรู้สึกโดดเดี่ยว งานวิจัยชิ้นนี้เน้นย้ำว่า คุณภาพของบุคลากร และ ความน่าเชื่อถือของกระบวนการดูแล มีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความไว้วางใจ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักใน มิติที่ 5 การบริการและการดูแล และ มิติที่ 4 สังคมและจิตวิทยา

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และได้กำหนดขอบเขตวิจัยดังนี้

ขอบเขตของงานวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพรายได้ ใครเป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจหลักในการซื้อ) ปัจจัยด้านกายภาพและโครงสร้าง ปัจจัยด้านที่ตั้งและ

สิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเงิน ปัจจัยด้านสังคมและจิตวิทยา ปัจจัยด้านการบริการและการดูแล ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้สูงวัยในเขตจังหวัดปทุมธานี

2. ขอบเขตด้านประชากร คือ ผู้สูงวัย (อายุ 60 ปีขึ้นไป) บุตรหลานหรือสมาชิกในครอบครัว และบุคคลอื่น ๆ ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานี และไม่ได้อาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานี แต่สนใจ และมีแผนที่จะซื้อคอนโดมิเนียมหรือย้ายมาอยู่ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีในอนาคต

3. ขอบเขตกลุ่มตัวอย่าง คือจังหวัดปทุมธานี โดยจะเน้นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ที่มีโครงการคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงวัยอยู่จริง เช่น อำเภอลาดหลุมแก้วและบริเวณใกล้เคียง

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาการวิจัย ระยะเวลาการศึกษาวิจัยระหว่างเดือนกันยายน ถึง เดือนตุลาคม พ.ศ. 2568 และผลการวิจัย สะท้อนข้อมูล ณ ช่วงเวลาดังกล่าวเท่านั้น

การสร้างเครื่องมือการวิจัย

การสร้างเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมทั้งแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสร้างเป็นแบบสอบถามเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมวัตถุประสงค์ การวิจัยและตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย พร้อมทั้งการใช้ภาษาที่ถูกต้องและเหมาะสม หลังจากนั้นจะนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นวิชาการจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content Validity) และ ความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (IOC) โดยมีค่าคะแนนเกิน 0.50 และในภาพรวมของแบบสอบถามมีค่า IOC เท่ากับ 0.93 จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ผ่านการแก้ไขตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญและผ่านความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยแล้ว มาดำเนินการทดสอบ (Tryout) กับประชาชนที่มีลักษณะใกล้เคียงกับประชากรของงานวิจัยนี้แต่ไม่ใช่ประชากรกลุ่มเดียวกับที่นำมาศึกษา จำนวน 40 ชุด เพื่อทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือทั้งด้าน ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (IOC) และทดสอบความเชื่อมั่น กับกลุ่มตัวอย่าง 40 คน พบว่า แบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.89 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่น่าเชื่อถือ

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการจำนวน 400 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง (คิดเป็นร้อยละ 56.6) อายุต่ำกว่า 40 ปี (คิดเป็นร้อยละ 30.5) สถานภาพสมรส โสด (คิดเป็นร้อยละ 44.8) ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี (คิดเป็นร้อยละ 63.7) อาชีพธุรกิจส่วนตัว (คิดเป็นร้อยละ 35.5) รายได้ 20,001-40,000 (คิดเป็นร้อยละ 50.7) ผู้ตัดสินใจหลักหรือรับผิดชอบ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ได้แก่ การตัดสินใจสินร่วมกันในครอบครัว (คิดเป็นร้อยละ 32.8) ช่องทางที่ทำให้รู้จัก คอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงวัยในเขตจังหวัดปทุมธานีของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ได้แก่ สื่อออนไลน์ (คิดเป็นร้อยละ 30.7) ในภาพรวมพิจารณาว่าปัจจัยใดสำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับ

ผู้สูงวัยในเขตจังหวัดปทุมธานีของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ได้แก่ ปัจจัยด้านที่ตั้งและสิ่งแวดล้อม (คิดเป็นร้อยละ 32.5)

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงวัยในเขตจังหวัดปทุมธานีโดยภาพรวม จะประกอบไปด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านกายภาพและโครงสร้าง ปัจจัยด้านที่ตั้งและสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเงิน ปัจจัยด้านสังคมและจิตวิทยา ปัจจัยด้านการบริการและการดูแล โดยใช้มาตราวัด Likert Scale 5 ระดับ (ความสำคัญ) ปรากฏผลการวิเคราะห์พบว่า ความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงวัยในเขตจังหวัดปทุมธานี มีความสำคัญตามมาตรฐานทุกปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด ภาพรวมทุกด้านมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{x} = 4.87$ $SD = 0.41$) โดยด้านที่ได้คะแนนสูงสุดคือด้านปัจจัยที่ตั้งและสิ่งแวดล้อม ($\bar{x} = 4.91$ $SD = 0.26$) เมื่อพิจารณารายละเอียดของแต่ละด้านพบว่า ปัจจัยด้านกายภาพและโครงสร้าง ข้อย่อย การออกแบบภายในคอนโดมิเนียม (เช่น พื้นเรียบ ไม่มีขั้นสูง) เหมาะสมต่อการเคลื่อนไหวของผู้สูงวัย อยู่ในระดับมากที่สุด มีระดับการให้ความสำคัญสูงสุด ระดับคะแนนมากที่สุด ($\bar{x} = 4.93$, $SD = 0.28$) ปัจจัยด้านที่ตั้งและสิ่งแวดล้อมข้อย่อย ที่ตั้งโครงการอยู่ใกล้โรงพยาบาล คลินิก หรือศูนย์ดูแลสุขภาพ มีระดับการให้ความสำคัญสูงสุด ระดับคะแนนมากที่สุด ($\bar{x} = 4.93$, $SD = 0.28$) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเงิน ข้อย่อยค่าใช้จ่ายส่วนกลางและค่าบำรุงรักษาในระยะยาว ไม่สูงเกินไป มีระดับการให้ความสำคัญสูงสุด ระดับคะแนนมากที่สุด ($\bar{x} = 4.90$ $SD = 0.35$) ปัจจัยด้านสังคมและจิตวิทยา ข้อย่อยชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้พัฒนาโครงการ มีระดับการให้ความสำคัญสูงสุด ระดับคะแนนมากที่สุด ($\bar{x} = 4.83$, $SD = 0.42$) ปัจจัยด้านการบริการและการดูแล ข้อย่อยการมีบริการดูแลสุขภาพหรือคลินิกในโครงการ มีระดับการให้ความสำคัญสูงสุด ระดับคะแนนมากที่สุด ($\bar{x} = 4.91$, $SD = 0.30$)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ผู้วิจัยทำการทดสอบสมมติฐาน 4 ข้อ ตามที่ได้กำหนดไว้ ทำโดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยของตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ต่อตัวแปรตาม (Dependent Variable) ซึ่งได้แก่การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงวัยในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยก่อนทำการวิเคราะห์ได้ตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) เพื่อให้แน่ใจว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่ซ้ำซ้อนกันเกินไป การตรวจสอบใช้ค่าทดสอบ Variance Inflation Factor (VIF) และ Tolerance โดยกำหนดเกณฑ์การยอมรับตามแนวทางของ Stevens (1992) คือ ค่า Tolerance ต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.1 ค่า VIF ต้องไม่เกิน 10 ผลการตรวจสอบพบว่าค่าของตัวแปรทุกตัวอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้แสดงให้เห็นว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity จึงสามารถนำตัวแปรทั้งหมดเข้าสู่การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้อย่างเหมาะสม

1. ตัวแปรในการทดสอบ การทดสอบสมมติฐานครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดให้

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงวัยในเขตจังหวัดปทุมธานี

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อ ตามสมมติฐานมี 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านกายภาพและโครงสร้าง (มีตัวแปรย่อย 4 ตัว) ปัจจัยด้านที่ตั้งและสิ่งแวดล้อม (มีตัวแปรย่อย 4 ตัว) ปัจจัยด้านสังคมและจิตวิทยา (มีตัวแปรย่อย 3 ตัว) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเงิน (มีตัวแปรย่อย 3 ตัว)

2. การทดสอบการเกิดความสัมพันธ์ระหว่างอิสระที่เป็นตัวแปรย่อยด้วยกันเอง (Multi-collinearity) โดยดูจากค่า VIF และ Tolerance

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ กับ การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงวัยในเขตจังหวัดปทุมธานี สถิติ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) โดยเลือกวิธีการคัดเลือกตัวแปรเข้าสมการแบบ Stepwise ซึ่งเป็นวิธีที่เลือกเฉพาะตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเท่านั้น เข้าสมการการวิเคราะห์ในภาพรวมของแต่ละปัจจัยได้แก่ (1) ปัจจัยด้านกายภาพและโครงสร้าง (2) ปัจจัยด้านที่ตั้งและสิ่งแวดล้อม (3) ปัจจัยด้านสังคมและจิตวิทยา (4) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเงินกับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงวัยในเขตจังหวัดปทุมธานี ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปผลได้ดังนี้ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงวัย พบว่าแบบจำลองที่ได้มีตัวแปรอิสระเข้าสมการจำนวน 2 ตัว ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคมและจิตวิทยา และ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเงิน โดยมีค่า $R = 0.342$, $R^2 = 0.117$, $F = 43.017$, $p < 0.001$ แสดงว่าแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจซื้อได้ร้อยละ 11.7 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ทั้งนี้ ปัจจัยด้านสังคมและจิตวิทยามีอิทธิพลสูงสุด ($\beta = 0.211$, $t = 3.617$, $p < 0.001$) รองลงมาคือปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเงิน ($\beta = 0.171$, $t = 2.931$, $p = 0.004$) ขณะที่ปัจจัยด้านกายภาพและโครงสร้างรวมถึงที่ตั้งและสิ่งแวดล้อม ไม่ผ่านการคัดเลือกเข้าสมการ แสดงว่าไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานที่ 3 และ 4 (ปัจจัยด้านสังคมและจิตวิทยา และปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเงิน) ไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 1 และ 2 (กายภาพและที่ตั้ง) ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านสังคมและจิตวิทยา ตัวแปรย่อยที่สามารถพยากรณ์ความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงวัย ได้แก่ โอกาสในการทำกิจกรรมทางสังคมกับเพื่อนวัยเดียวกัน และการได้รับความเห็นชอบหรือคำแนะนำจากคนในครอบครัว (เช่น บุตรหลาน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ < 0.001 ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเงิน ตัวแปรย่อยที่สามารถพยากรณ์ความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงวัย ได้แก่ ราคาขายคอนโดมิเนียมเมื่อเทียบกับโครงการอื่นในทำเลใกล้เคียง และค่าใช้จ่ายส่วนกลางและค่าบำรุงรักษาในระยะยาว ไม่สูงเกินไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ < 0.001 โดยสรุป ผลการวิจัยชี้ว่า

การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้สูงวัยในจังหวัดปทุมธานีได้มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญจากปัจจัยด้านสังคมและจิตวิทยา ซึ่งสะท้อนถึงความสำคัญของการยอมรับจากครอบครัวและความมั่นคงทางจิตใจ ร่วมกับ ความคุ้มค่าด้านเศรษฐกิจและค่าใช้จ่ายในระยะยาว มากกว่าปัจจัยทางกายภาพหรือทำเลที่ตั้งของโครงการ

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงวัยในเขตจังหวัดปทุมธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของกลุ่มผู้สูงวัย โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นประเด็นสำคัญที่สามารถอภิปรายได้ ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 56.6) ซึ่งสะท้อนแนวโน้มที่ผู้หญิงมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย โดยเฉพาะ โครงการสำหรับผู้สูงวัยที่เน้นความปลอดภัยและความสะดวกสบาย สอดคล้องกับ ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Theory) ที่ระบุว่าผู้หญิงมักเป็นผู้ตัดสินใจหลักในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ของครอบครัว ด้านอายุพบว่า กลุ่มอายุต่ำกว่า 40 ปีมีสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 30.5) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบุตรหลานที่วางแผนเตรียมที่อยู่อาศัยสำหรับอนาคต สะท้อนการมอง คอนโดมิเนียมผู้สูงวัย เป็นสินทรัพย์เพื่อการลงทุนระยะยาว มากกว่าการอยู่อาศัยทันที

2. พฤติกรรมการตัดสินใจและช่องทางรับรู้ข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า สื่อออนไลน์ (ร้อยละ 30.7) เป็นช่องทางหลักที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้จัก คอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงวัย รองลงมาคือ คำแนะนำจากครอบครัวและเพื่อน (ร้อยละ 25.6) สอดคล้องกับ ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจผู้บริโภค (Consumer Decision Process) ที่ชี้ว่ากลุ่มบุตรหลานวัยทำงานมักใช้สื่อดิจิทัลค้นหาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อสินค้ามูลค่าสูง ขณะเดียวกัน คำแนะนำจากครอบครัวสะท้อนอิทธิพลของบรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norms) ตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) ของ Ajzen (1991) และ สอดคล้องกับงานของ อรอนงค์ และคณะ (2564) ที่ระบุว่า การตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของคนไทยเป็นการตัดสินใจร่วมกันของครอบครัว แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านสังคมและจิตวิทยา เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงวัยในจังหวัดปทุมธานี

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงวัยในเขตจังหวัดปทุมธานี

ผลการวิเคราะห์พบว่า ทุกปัจจัยอยู่ในระดับ “มากที่สุด” โดยเฉพาะปัจจัย ด้านที่ตั้งและสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=4.91$) รองลงมาคือ ด้านการบริการและการดูแล และ ด้านกายภาพและโครงสร้าง ซึ่งสามารถอภิปรายได้ดังนี้

3.1 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ ทำเลใกล้โรงพยาบาล ระบบขนส่งสาธารณะ และสิ่งแวดล้อมที่สงบปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.93) สอดคล้องกับ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์

(Maslow's Hierarchy of Needs) ในชั้น ความปลอดภัย (Safety Needs) ที่ผู้สูงวัยต้องการเข้าถึงบริการทางการแพทย์อย่างสะดวก ผลนี้สอดคล้องกับ นันทพร บุญยงค์ (2566) ซึ่งพบว่าความใกล้ชิดกับสถานพยาบาลและสิ่งแวดล้อมที่มีคุณภาพเป็นปัจจัยหลักในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในปริมณฑล และยังสอดคล้องกับ กิตติศักดิ์ พรหมโสภ (2565) ที่ระบุว่าการมีระบบขนส่งสาธารณะช่วยอำนวยความสะดวกทั้งต่อผู้สูงวัยและบุตรหลานในการเดินทางมาเยี่ยม ซึ่งเชื่อมโยงกับ มิติทางสังคมและจิตวิทยา ของงานวิจัยนี้

3.2 ผู้สูงวัยให้ความสำคัญกับการมีเจ้าหน้าที่ดูแลตลอด 24 ชั่วโมง และ บริการดูแลสุขภาพภายในโครงการ (ค่าเฉลี่ย 4.91) สอดคล้องกับ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) ในชั้น ความปลอดภัย (Safety Needs) ที่มุ่งสร้างความมั่นคงทางสุขภาพ และการช่วยเหลือกันทั่วทั้งในภาวะฉุกเฉิน อีกทั้งยังสอดคล้องกับ ทฤษฎีคุณภาพการบริการ (SERVQUAL Model) ในมิติ ความเชื่อมั่น (Assurance) และ ความเชื่อถือได้ (Reliability) ผู้ซื้อคาดหวังความพร้อมของบุคลากรและระบบดูแลที่มีคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ วรุตม์ เจริญพร (2566) ที่ระบุว่า การตัดสินใจซื้อไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยกายภาพเท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับคุณภาพของการบริการและบุคลากรในโครงการ

3.3 ด้านกายภาพและโครงสร้าง การออกแบบภายในอาคารที่เหมาะสมต่อการเคลื่อนไหวของผู้สูงวัย เช่น พื้นเรียบไม่มีขั้นต่างและมีราวจับ เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.93) สอดคล้องกับ ลลิตา และคณะ (2565) การให้ความสำคัญสูงสุดกับลักษณะทางกายภาพ เช่น พื้นผิวที่ไม่ลื่น และ การติดตั้งราวจับในพื้นที่เสี่ยง นั้น สอดคล้องอย่างชัดเจน กับงานวิจัยของ ลลิตา และคณะ (2565) ที่ประยุกต์ใช้หลักการ Universal Design การออกแบบลักษณะดังกล่าวมีจุดประสงค์หลักคือ การป้องกันอุบัติเหตุ (Accident Prevention) และช่วยให้ผู้สูงอายุใช้ชีวิตได้อย่างอิสระและปลอดภัยสูงสุด

3.4 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเงิน แม้อยู่ในระดับ “มากที่สุด” (ค่าเฉลี่ย 4.87) แต่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่น แสดงถึงการที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้ ผ่านจุดที่ราคาเป็นอุปสรรคหลัก และให้ความสำคัญกับ สุขภาพและความสัมพันธ์ทางสังคม มากกว่า สอดคล้องกับ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) ที่ชี้ว่าความต้องการระดับจากพื้นฐานสู่ความเป็นอยู่ที่ดี ในขณะที่เดียวกันยังสอดคล้องกับ กิตติศักดิ์ พรหมโสภ (2565) ที่ยืนยันว่า ปัจจัยด้านราคาและความโปร่งใสของค่าใช้จ่ายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในขั้นเปรียบเทียบ โดยผลการถดถอยพบว่า ราคาขายเมื่อเทียบกับโครงการอื่น มีอำนาจพยากรณ์สูงสุด ($\beta = 0.291$)

3.5 ด้านสังคมและจิตวิทยา ชื่อเสียงของผู้พัฒนาโครงการและความเห็นจากครอบครัวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ (ค่าเฉลี่ย 4.83) สอดคล้องกับ อรอนงค์ และคณะ (2564) การที่ผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่า ความเห็นจากครอบครัว มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ สอดคล้องอย่างชัดเจน กับงานวิจัยของ อรอนงค์ และคณะ (2564) ซึ่งใช้ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) โดยระบุว่า บรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norms) จากบุตรหลานและครอบครัวมีอิทธิพลต่อเจตนาการซื้อสูงสุด การค้นพบนี้ตอกย้ำว่า

การซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงวัยเป็น การตัดสินใจร่วม (Joint Decision Making) ซึ่งความสบายใจและการอนุมัติของสมาชิกในครอบครัว (โดยเฉพาะบุตรหลานที่เป็นผู้ตัดสินใจหลัก) เป็นตัวแปรที่มีน้ำหนักสูงในเชิงจิตวิทยา

4. การตัดสินใจจะซื้อคอนโดมิเนียม

ผลการวิจัยด้านความตั้งใจซื้อโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.72) แสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้ม พร้อมที่จะซื้อ หากคอนโดมิเนียมตรงตามความต้องการ ความสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรอนงค์ และคณะ (2564) และผลการวิเคราะห์ที่ ปัจจัยด้านสังคมและจิตวิทยามีอิทธิพลเชิงพยากรณ์สูงสุด บ่งชี้ว่า ความตั้งใจซื้อที่สูงนี้เกิดจากการที่ผู้ซื้อได้รับ การสนับสนุนและเห็นชอบจากครอบครัว (Subjective Norms) แล้ว ทำให้น่าสนใจที่จะดำเนินกระบวนการซื้อต่อไป

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัยที่พบว่า ปัจจัยด้านสังคมและจิตวิทยา และ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเงิน เป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลเชิงพยากรณ์สูงสุดต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงวัยในเขตจังหวัดปทุมธานี (โดยเฉพาะตัวแปรย่อย ได้แก่ การได้รับการยอมรับจากครอบครัว โอกาสทางสังคม ราคาที่แข่งขันได้ และค่าใช้จ่ายระยะยาวที่ไม่สูงเกินไป) ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและเชิงบริหารจัดการ

1.1 หน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมโยธาธิการและผังเมือง หรือกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ควรส่งเสริมการออกแบบและพัฒนา โครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัยให้ เป็นไปตามหลัก Universal Design เพื่อให้เอื้อต่อการดำรงชีวิตอย่างปลอดภัยและยั่งยืนของผู้สูงอายุ

1.2 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรกำหนดผังเมืองหรือพื้นที่รองรับที่อยู่อาศัยผู้สูงวัย ให้ใกล้กับโรงพยาบาล สถานบริการสาธารณสุข และพื้นที่สีเขียว เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีในระยะยาว

1.3 ผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ควรให้ความสำคัญกับการเลือก ทำเลที่ตั้ง โครงการที่ใกล้ชุมชนและระบบขนส่งมวลชน การออกแบบโครงสร้างภายในห้องให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุ เช่น พื้นราบเรียบ ราวจับในห้องน้ำ และระบบสัญญาณฉุกเฉิน จัดให้มีบริการดูแลสุขภาพเบื้องต้นภายในโครงการ เช่น พยาบาลประจำและบริการรถรับ-ส่งโรงพยาบาล

1.4 ควรมีการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์มากขึ้น เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลจากช่องทางนี้ การใช้ Digital Marketing ที่เน้นความอบอุ่น ปลอดภัย และเป็นมิตรกับผู้สูงวัย จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจซื้อ

2. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

2.1 ควรมีการพัฒนาหลักสูตรอบรมหรือการเผยแพร่ความรู้ให้กับนักออกแบบ สถาปนิก และผู้พัฒนาโครงการเกี่ยวกับ การออกแบบที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัย (Elderly Housing Design) เพื่อสร้างความเข้าใจในความต้องการเฉพาะทางของกลุ่มนี้

2.2 ควรสนับสนุนงานวิจัยที่เน้นการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีอัจฉริยะ (Smart Living) เพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิต เช่น ระบบเซนเซอร์ตรวจจับการล้ม หรือระบบควบคุมแสงสว่างอัตโนมัติภายในห้อง

2.3 ควรมีการบูรณาการงานวิจัยระหว่างสาขา เช่น การตลาด สถาปัตยกรรม วิศวกรรม และ สังคมศาสตร์ เพื่อสร้างความเข้าใจรอบด้านเกี่ยวกับความต้องการของผู้สูงอายุในบริบทของสังคมไทย

3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาครั้งนี้ยังมีข้อจำกัดบางประการ จึงขอเสนอแนะแนวทางสำหรับการวิจัยในอนาคตดังนี้

3.1 ควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมพื้นที่อื่น ๆ เช่น กรุงเทพมหานคร ปริมณฑล หรือหัวเมืองใหญ่ เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างด้านพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้สูงอายุในแต่ละภูมิภาค

3.2 ควรศึกษาเชิงลึก (Qualitative Research) เพื่อให้เข้าใจแรงจูงใจ ความรู้สึก หรือความต้องการที่แท้จริงของผู้สูงอายุในการเลือกที่อยู่อาศัย

3.3 ควรเพิ่มตัวแปรด้าน เทคโนโลยีดิจิทัลและสุขภาพจิต เข้ามาในการวิเคราะห์ เนื่องจากเทคโนโลยีสมาร์ทโฮมและกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพมีบทบาทเพิ่มขึ้นในชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุยุคใหม่

3.4 ควรมีการติดตามผลในลักษณะ วิจัยแบบตามช่วงเวลา (Longitudinal Study) เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการตัดสินใจในระยะยาว

3.5 ควรนำโมเดลทางสถิติอื่น ๆ เช่น โครงสร้างสมการเชิงสาเหตุ (SEM) หรือ Model Fit Analysis มาช่วยทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ให้ละเอียดและแม่นยำยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กิตติศักดิ์ พรหมโสภา. (2565). ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยแนวราบในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารบริหารธุรกิจและนวัตกรรม, 12(3), 101–115.

นันทพร บุญยงค์. (2566). ปัจจัยทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการอสังหาริมทรัพย์สำหรับผู้สูงอายุในเขตปริมณฑล. วารสารการจัดการเมืองและสิ่งแวดล้อม, 8(2), 57–70.

ลลิตา และคณะ. (2565). การออกแบบที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุด้วยหลักการ Universal Design. วารสารสถาปัตยกรรมและสิ่งแวดล้อม, 14(1), 45–60.

วรุฒม์ เจริญพร. (2566). อิทธิพลของกิจกรรมทางสังคมและการสร้างชุมชนต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในโครงการอสังหาริมทรัพย์. วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ประยุกต์, 9(1), 33–49.

อรอนงค์ และคณะ. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุ โดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน. วารสารวิจัยพฤติกรรมศาสตร์, 30(2), 75–92.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)

Bangkok Post. (2024, February 18). Thailand enters full-scale ageing society. Retrieved from <https://www.bangkokpost.com/>

Department of Older Persons, Ministry of Social Development and Human Security. (2024). Thailand's ageing society: Policy and development strategies. Bangkok: MSDHS Press.

Herzberg, F. (1966). *Work and the nature of man*. Cleveland: World Publishing Company.

JIL (Japan Institute of Lifelong Learning). (2025). *Thailand demographic transition and the future of senior living*. Tokyo: JIL Publication.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396. <https://doi.org/10.1037/h0054346>

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

Stevens, J. P. (1992). *Applied multivariate statistics for the social sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.