



บทที่ 2

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐาน แนวทางการศึกษา ตลอดทั้งเป็นข้อมูลในการวิจัยอย่างเป็นระบบ ซึ่งสามารถรวบรวมได้ 5 ส่วนดังนี้

2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้อยู่อาศัยในเขตอุตสาหกรรม

- แนวความคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัยและที่ทำงาน
- เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสภาพความสัมพันธ์ของที่อยู่อาศัยและแหล่งงานตลอดจน

เมืองอุตสาหกรรมในต่างประเทศ

2.2 แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการที่อยู่อาศัย

- แนวความคิดความจำเป็น ความต้องการ และอุปสงค์
- แนวความคิดเกี่ยวกับความต้องการที่อยู่อาศัย
- แนวความคิดเกี่ยวกับการเลือกที่ตั้งที่อยู่อาศัย
- แนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นสาเหตุการย้ายที่อยู่อาศัย

2.3 แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย

- แนวความคิดของกระบวนการตัดสินใจซื้อ
- แนวความคิดการศึกษาพฤติกรรมผู้ซื้อหรือผู้บริโภค
- ปัจจัยในการกำหนดการตัดสินใจซื้อ
- ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของผู้ซื้อ
- กระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย

2.4 แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับผู้คนชั้นกลาง

- แนวความคิดเกี่ยวกับคนชั้นกลาง
- แนวความคิดเกี่ยวกับคนเมืองรุ่นใหม่
- บทความวิธีคิดของคนชั้นกลาง

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้อยู่อาศัยในเขตอุตสาหกรรม

2.1.1 แนวความคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัยและที่ทำงาน

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัยและที่ทำงาน พบว่ามีการเดินทางระหว่างที่อยู่อาศัยกับที่ทำงานประจำในปริมาณสูง ทำให้เกิดการใช้ที่ดินที่มีความแตกต่างกันออกไป การเดินทางจากกิจกรรมของประชากรตามความสัมพันธ์ของพื้นที่ มีความสม่ำเสมอต่างกันเป็นวันและเวลา เช่น ภายในเขตศูนย์กลางธุรกิจ(Central Business District) การเคลื่อนที่เกิดสูงสุดในเวลากลางวัน โดยเฉพาะในช่วงเวลา 06.00 น. ถึง 09.00 น. และ 17.00 น. ถึง 20.00 น. ส่วนในช่วงกลางคืนการเคลื่อนที่มีน้อยกว่า

การใช้ที่ดินแต่ละประเภทในฐานะที่เป็นตัวการให้เกิดการเคลื่อนที่ได้ มีดังนี้

1. เขตการค้า เขตการค้าก่อให้เกิดการเคลื่อนที่มากที่สุดทั้งรถยนต์และคน อัตราจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆตั้งแต่ตอนเช้า สูงสุดในตอนเที่ยง และหลังจากนี้อัตราจะลดลง บางเมืองในตอนค่ำจะมีการเดินทางเพิ่มมากขึ้น เพราะมีการเดินทางไปซื้อของในตอนค่ำ ตามศูนย์การค้ารอบๆชานเมือง

2. เขตอุตสาหกรรม มีส่วนทำให้เกิดการเดินทางน้อยกว่าเขตการค้า โดยในตอนเช้าพนักงานเดินทางไปทำงานจึงเกิดการเคลื่อนที่สูงสุด ส่วนรถยนต์ขนส่งเข้าออกเขตอุตสาหกรรมตอนกลางวันการเคลื่อนที่จะลดน้อยลง และจะเกิดการเคลื่อนที่มากขึ้นอีกครั้งในตอนบ่าย

3. เขตที่อยู่อาศัย การเดินทางจะผิดกันไปตามขนาดของเมือง และตามส่วนต่างๆของเมืองการเคลื่อนที่ส่วนมากจะไม่ปรากฏยอดสูงสุด ต่ำสุดในวันหนึ่งๆ

Lead และ Goodall (1966) กล่าวถึงความแตกต่างในการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยของผู้ที่มีรายได้น้อยกับผู้ที่มีรายได้สูงว่า ผู้ที่มีรายได้น้อยจะพยายามมีที่อยู่อาศัยใกล้ที่ทำงาน เพราะจะประหยัดค่าเดินทาง โดยอาจจะเสียค่าใช้จ่ายเฉพาะค่าบ้าน ส่วนผู้ที่มีรายได้สูง จะสามารถเลือกที่อยู่อาศัยได้หลายประเภทโดยไม่ต้องสนใจว่าที่อยู่อาศัยและที่ทำงานต้องมีความสัมพันธ์ต่อกัน เพราะผู้ที่มีรายได้สูงจะสามารถเดินทางได้รวดเร็ว โดยใช้เวลาเท่ากับผู้มีรายได้น้อยที่อยู่ใกล้แหล่งงาน

Wingo (1969) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัยและที่ทำงาน โดยให้ความสำคัญเรื่องการเดินทางไปทำงานมากที่สุด และสรุปผลการศึกษาได้ว่า เมื่อมีการย้ายที่อยู่อาศัยเข้าใกล้แหล่งงานมากขึ้น ราคาที่ดินของที่อยู่อาศัยก็จะยิ่งสูงขึ้นขณะที่ค่าใช้จ่ายในการเดินทางลดลง และพบว่ามีการโยกย้ายที่อยู่อาศัยเข้าใกล้แหล่งงานเรื่อยๆ จนกระทั่งพบทำเลที่ตั้งที่พอใจ ซึ่งเงินที่เกิดขึ้นจากประหยัดค่าใช้จ่ายจากการเดินทางที่ลดลงจะไปทดแทนในส่วนของราคาที่ดินของที่อยู่อาศัยที่เพิ่มขึ้น

2.1.2 เหตุการณ์สภาพความสัมพันธ์ของที่อยู่อาศัย และแหล่งงานตลอดจนเมืองอุตสาหกรรมในต่างประเทศ

พงศศิษฐ์ (2534:12-13) ในประเทศอังกฤษ เมือง Saltaire ได้มีการออกแบบเพื่อสร้างเมืองอุตสาหกรรมโดย เซอร์ไคตัส ซอล ได้ดำเนินการก่อสร้างในระหว่างปีค.ศ 1851-1871 เซอร์ไคตัส ซอล เป็นเจ้าของโรงงานขนสัตว์ จากเมืองแบรดฟอร์ด ประเทศอังกฤษ ในเมืองมีการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ อย่างชนิดที่ไม่เคยมีที่ไหนมาก่อน โรงงานที่พักได้ถูกสร้างขึ้นสำหรับคนงานสูงอายุเป็นหลักประกันว่าคนงานเมื่อเกษียณอายุแล้วจะมีที่อยู่อาศัยฟรี บ้านพักทั้งหมดจะให้เช่าในราคาที่เหมาะสมกับระบบเศรษฐกิจ คนงานจะจ่ายค่าเช่าขึ้นอยู่กับรายได้ของเขา การสำรวจข้อมูลทางด้านสังคมเป็นกระบวนการที่สำคัญในการวางผังเมือง ผลการศึกษาความต้องการด้านที่อยู่อาศัยของคนงานลูกจ้าง ได้นำมาใช้ในการจัดทำโครงการด้านที่อยู่อาศัยสำหรับเมืองนี้ นับเป็นครั้งแรกที่ได้มีการเตรียมการเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยสำหรับเมืองอุตสาหกรรมให้มีขนาดที่พอกับความต้องการของคนงานซึ่งมีขนาดครอบครัวต่างๆ ที่พักอาศัยแต่ละหน่วยได้มีการคำนึงถึงอย่างพิถีพิถันและสิ่งสำคัญที่สุด

ในสหรัฐอเมริกาปีค.ศ 1850 เมืองต่างๆมีความเจริญมากขึ้น โดยเมืองเหล่านั้นมีทั้งเมืองอุตสาหกรรม เมืองศูนย์กลางโรงงาน ซึ่งส่วนใหญ่จะประกอบด้วยเจ้าของผู้จัดการที่ร่ำรวยและคนงานที่ทำงานโรงงาน สภาพความเป็นอยู่และที่อยู่อาศัยสำหรับคนงานน่าสลดใจ แรงงานที่เหลือใช้เกิดจากการอพยพอย่างต่อเนื่อง ทำให้ค่าจ้างลดต่ำลงจนถึงระดับที่พอจะยังชีพอยู่ได้เท่านั้น เด็กคนงานหญิงต้องทำงานตามเกณฑ์ คือทำงาน 7 วันต่อสัปดาห์ วันละ 12 ชั่วโมง โรงงานต้องการกว่าเพียงเล็กน้อย ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เกิดการสร้างบ้านพักอาศัยหนาแน่นบริเวณรอบๆโรงงาน

ในประเทศอินเดียมีปัญหาเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยของคนงานและมีเพียงเอกชนเท่านั้น ที่จัดสร้างที่อยู่อาศัยแก่คนงาน ส่วนรัฐบาลจัดที่อยู่อาศัยแก่คนงานไม่มากนักมีเพียงเฉพาะธนาคารหรือบริษัทประกันชีวิตเท่านั้นที่มีความจำเป็นต้องสร้างที่อยู่อาศัยและนับว่าเป็นความรับผิดชอบส่วนหนึ่งเกี่ยวกับสวัสดิการโดยคนงานจะได้รับความช่วยเหลือทางการเงินจากนายจ้างให้นำไปสร้างที่อยู่อาศัย ซึ่งการพัฒนาที่อยู่อาศัยให้มีความสะดวกควบคู่ไปกับแหล่งงานและให้มีมาตรฐานสมบูรณ์แบบได้เริ่มมีในปีพ.ศ. 2514

ในประเทศญี่ปุ่น มีการก่อสร้างที่พักอาศัยเป็นหอพัก นับเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของที่อยู่อาศัยสำหรับคนงานโดยเฉพาะคนงานหญิงจำนวนมากหรือคนงานชายที่ยังไม่มีครอบครัวและได้มีการออกกฎหมายเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยของคนงาน กฎหมายนี้เริ่มใช้ในปี พ.ศ.2509 โดยให้ผลประโยชน์เกี่ยวกับที่อยู่อาศัยของคนงานในเมืองใหญ่ๆของญี่ปุ่น

2.2 แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการที่อยู่อาศัย

2.2.1 แนวความคิดความจำเป็น ความต้องการ และอุปสงค์

ก่อนเข้าสู่เรื่องแนวความคิดความต้องการที่อยู่อาศัยของมนุษย์นั้น เราต้องมีความเข้าใจในเรื่องของ ความจำเป็น ความต้องการ และอุปสงค์เป็นเบื้องต้นก่อน ซึ่งแนวคิดในเรื่องนี้ทางการตลาด จะเริ่มต้นด้วยข้อเท็จจริงเกี่ยวกับความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ (ฟิลิป คอตเลอร์, 2540:11-12) กล่าวคือมนุษย์ต้องการอาหาร อากาศ น้ำ เสื้อผ้าและที่อยู่อาศัยเพื่อความอยู่รอด นอกเหนือจากนี้มนุษย์ยังต้องการสันทนาการ การศึกษา และบริการอื่นๆตลอดจนความชอบในสินค้าและบริการหนึ่งหรือตราสินค้าใดสินค้าหนึ่งเป็นพิเศษ

ความจำเป็นของมนุษย์ (Human need) คือสภาวะความรู้สึกที่ทำให้หมดสิ้นไปด้วยการสนองความพึงพอใจพื้นฐานบางประการ มนุษย์ต้องการอาหาร เสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย ความปลอดภัย ความเป็นเจ้าของ การได้รับการยกย่องนับถือและอื่นๆ เพื่อความอยู่รอด ความจำเป็นที่ไม่ได้สร้างโดยสังคมหรือโดยนักการตลาดหากดำรงอยู่ในโครงสร้างทางชีววิทยาและเงื่อนไขของมนุษย์

ความต้องการ (Wants) คือความปรารถนาที่จะได้รับการตอบสนองความพึงพอใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ (Specific Satisfies) ที่ลึกมากกว่าความจำเป็น (Deeper needs) กล่าวคือ ความจำเป็นจะได้รับการตอบสนองแตกต่างกันไป ถึงแม้ว่าความจำเป็นของมนุษย์จะมีอยู่ไม่กี่ประเภท แต่ความต้องการก็มีได้มากมาย ความต้องการของมนุษย์จะค่อยๆถูกหล่อหลอมหรือเปลี่ยนแปลงโดยพลังและสถาบันทางสังคม เช่น โบสถ์ โรงเรียน ครอบครัว และองค์กรธุรกิจ

อุปสงค์ (Demands) คือความต้องการผลิตภัณฑ์ใดโดยเฉพาะ ซึ่งต้องมีอำนาจและความพอใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวด้วย ความต้องการกลายเป็นอุปสงค์เมื่อได้รับการสนับสนุน โดยอำนาจซื้อ หรือกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า อุปสงค์ (Demands) (สุกัญญา ไชยชาญ, 2528:11) หมายถึงความอยากได้ที่มีอำนาจซื้อสนับสนุน โดยที่มีอำนาจซื้อหมายถึงขีดความสามารถในการชำระราคา ผลิตภัณฑ์ ขีดความสามารถนี้จะมีระดับสูงหรือต่ำ ย่อมขึ้นกับสามสิ่งคือ รายได้ ความมั่นคง และเครดิตโดยที่

2.2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับความต้องการที่อยู่อาศัย

มานพ พงศทัต (2538-2539 : 9) ให้ความหมายเรื่องที่อยู่อาศัย ในด้าน เศรษฐศาสตร์มองว่าเป็นสินค้าซื้อขายได้ และมีราคาเป็นตัวเชื่อมโดยทำหน้าที่ 2 ประการพร้อมกันคือ

- เป็นสินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Product) ใช้แล้วหมดไปหรือใช้แล้วเสื่อมลงไป
- เป็นสินค้าลงทุน (Investment Product/Capital Good) ซื้อแล้วได้มูลค่าสูงขึ้น กำไรมากขึ้นเช่นเดียวกับการซื้อที่ดิน ที่อยู่อาศัย เมื่อขายจะได้ราคาสูงขึ้น

Wallance Smith (1971: 3-15) ให้ความหมายว่า เป็นสินค้าลงทุนถาวร ที่มีอายุยาวนานบางครั้งถึงหลายชั่วอายุคน โดยได้เสนอธรรมชาติของที่อยู่อาศัย นอกจากเป็นที่กำบังหรือตัวอาคารหรือบ้านแล้ว ยังครอบคลุมไปถึงลักษณะอื่นๆที่เกี่ยวข้องคือ

1. มีลักษณะความเป็นส่วนตัวแยกเฉพาะไปจากผู้อื่น (Privacy)
2. ทำเลที่ตั้ง(Location)จะต้องอยู่ในที่ใกล้ที่ทำงานและใช้ประกอบกิจกรรมอื่นๆ ในสังคมได้สะดวก
3. สภาพแวดล้อมดี (Environmental Amenities) ทั้งกายภาพและสังคมว่ามีความเหมาะสมกับครอบครัวที่จะอาศัยอยู่ได้มากน้อยเพียงไร
4. การลงทุน (Investment)เป็นทรัพย์สินที่ให้ความมั่นคง แก่ผู้เป็นเจ้าของทั้งทางด้านจิตใจและการเงิน

ดังนั้นที่อยู่อาศัยที่กล่าวข้างต้นมีด้วยกัน 2 ประการคือ

ประการที่ 1 ที่อยู่อาศัยเกี่ยวข้องกับชีวิตของทุกคนในหลายด้าน อาทิเป็นศูนย์กลางกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เป็นสัญลักษณ์ของความสำเร็จและการยอมรับในสังคม เป็นส่วนประกอบของชุมชนและการกระจายรายได้ ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อ

ประการที่ 2 ความต้องการในที่อยู่อาศัยหรือแนวทางแก้ปัญหาที่อยู่อาศัย ที่เป็นระบบ (System) ประกอบไปด้วยหลายๆ องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน และมีอิทธิพลต่อกัน อาทิ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางจิตวิทยา เป็นต้น

2.2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับการเลือกที่ตั้งที่อยู่อาศัย

นักทฤษฎีหลายท่านได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัยว่าจะต้องพิจารณาถึงปัจจัยดังต่อไปนี้

ปัจจัยการเดินทางไปยังแหล่งบริการต่างๆ

Wingo (1969: 152) ได้ให้ความสำคัญต่อการเดินทางมากที่สุด เนื่องจากได้ศึกษาพบว่ามีการเดินทางที่ไปยังที่อยู่อาศัยเข้าสู่แหล่งงานเป็นจำนวนมาก เพราะต้องการความสะดวก (Lean & Goodal, 1977 : 199-200) ที่มีความเห็นว่าการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยนั้นจะต้องมีความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงแหล่งบริการต่างๆ โดยเฉพาะใกล้แหล่งงานและใกล้สถาบันการศึกษา โดยควรจะมีที่ตั้งติดถนนสายสำคัญหรือสถานีรถไฟ ซึ่งจะมีความได้เปรียบในด้านทางเข้ามากกว่าที่ตั้งที่อยู่ห่างไกลความสะดวกพื้นฐานเหล่านี้ นอกจากนี้รายได้และสภาพของครอบครัวก็มีอิทธิพลต่อการเลือกทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัยด้วย

ปัจจัยด้านฐานะทางสังคมเศรษฐกิจและครอบครัว

Lean & Goodal (1977: 199-200) ได้กล่าวถึงการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยว่า ผู้มีรายได้แตกต่างกัน จะมีความแตกต่างกันในการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยอีกด้วย โดยผู้มีรายได้ต่ำจะพยายามมีที่อยู่อาศัยให้ใกล้กับแหล่งงาน (โดยเฉพาะการมีที่ทำงานในเขตอุตสาหกรรม) เพราะจะประหยัดค่าเดินทาง โดยอาจเสียค่าใช้จ่ายเฉพาะค่าเช่าบ้าน ส่วนผู้มีรายได้สูงจะสามารถเลือกที่อยู่อาศัยได้หลายประเภท โดยไม่ต้องสนใจว่าที่อยู่อาศัยกับที่ทำงานจะต้องมีความสัมพันธ์ต่อกัน เพราะผู้มีรายได้สูงจะสามารถเดินทางได้อย่างรวดเร็ว โดยจะใช้เวลาเท่ากับผู้มีรายได้น้อยที่อยู่ใกล้แหล่งงาน

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม

Siegel (1977: 156) ได้กล่าวถึงหลักเกณฑ์ในการเลือกที่อยู่อาศัยว่ามีปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. ความสะดวกในการเข้าถึง (Accessibility)
2. คุณภาพของสิ่งแวดล้อม เช่น ลักษณะทางสังคมของชุมชน สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ บริการสาธารณะสำหรับชุมชน ความพึงพอใจที่ได้รับจากที่ตั้งนั้น เป็นต้น
3. ลักษณะที่ดินที่ใช้ในการปลูกบ้านและทำเลที่ตั้ง

Berry and Horton (1970: 45) เสนอปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดการเลือกที่อยู่อาศัย 3 ประการ คือ

1. ราคาหรือค่าเช่าที่พักอาศัย
2. ชนิดของที่พักอาศัย
3. ที่ตั้งของที่พักอาศัย ซึ่งรวมถึงสภาพแวดล้อมชุมชนและที่ตั้งของแหล่งงาน

ปัจจัยด้านการบริการสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ

Goodal (1977: 151-161) กล่าวว่าบริการสาธารณูปโภคและสาธารณูปการในเมืองที่ไม่เท่าเทียมกันจะมีผลต่อการเลือกที่ตั้งที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูง และการบริการสาธารณะพื้นฐานต่างๆนี้ จะเป็นตัวทำให้เกิดการพัฒนาพื้นที่ โดยเฉพาะย่านชานเมือง

Cleire (1976: 59-62) มีความเห็นสนับสนุนว่าการเลือกทำเลที่ตั้งที่อยู่อาศัยที่ดีควรมีแหล่งสาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่อำนวยความสะดวกแก่ชุมชนนอกเหนือจากมีสภาพแวดล้อมที่ดีและสะดวกในการเดินทางแล้ว

2.2.4 แนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นสาเหตุการย้ายที่อยู่อาศัย

การย้ายที่อยู่อาศัย เป็นกระบวนการที่มีความสำคัญ เนื่องจากการย้ายที่อยู่อาศัย จะส่งผลกระทบต่อชีวิตประจำวัน สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้ย้าย โดยเฉพาะการก่อให้เกิดภาระค่าใช้จ่ายจำนวนมากทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงความหมายของการย้ายหรือไม่ถูกย้ายที่อยู่อาศัยไว้ เช่น

Speara, Goldstein และ Frey (1977: 79-80) เห็นว่าการย้ายถิ่นเป็นผลจากกระบวนการตัดสินใจที่พิจารณากันอย่างต่อเนื่อง (Ongoing decision making process) โดยแบ่งกระบวนการนี้ออกเป็น 3 ขั้นตอน

1. ความต้องการย้ายถิ่นที่อยู่ (desire to consider moving) เป็นผลจากความไม่พอใจต่อสถานการณ์ต่างๆ ในที่อยู่เดิม เช่น ลักษณะที่อยู่อาศัย งานที่ทำ เพื่อนบ้าน ตลอดจนสภาพแวดล้อมอื่นๆ และความไม่พอใจต่อสิ่งต่างๆเหล่านี้ เกินขีดระดับที่แต่ละคนจะทนได้ จึงมีความต้องการพิจารณาย้ายถิ่น

2. การเลือกทำเลที่อยู่ใหม่ (Selection of an alternative location) เมื่อเกิดความไม่พอใจในที่อยู่อาศัยเดิม โดยทั่วไปผู้ที่ต้องการย้ายที่อยู่มักจะพิจารณาถึงที่อยู่ใหม่ บางคนอาจจะเลือกพิจารณาถึงที่อยู่ใหม่มากกว่า 1 แห่ง โดยประเมินถึงผลประโยชน์ต่างๆในท้องที่ให้ผลประโยชน์มากที่สุด ซึ่งเป็นการประเมินแบบอัตวิสัย (Subjective) ที่อาจแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความรู้และการรับรู้ข่าวสารในท้องที่ใหม่ของแต่ละบุคคล

3. การตัดสินใจย้ายที่อยู่เดิม (decision to move or to stay) ผู้ย้ายถิ่นจะประเมินผลประโยชน์ทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินเปรียบเทียบระหว่างท้องที่ใหม่และท้องที่เดิม ประกอบกับมีความคาดหวังในผลประโยชน์ด้านต่างๆที่จะได้รับในท้องที่ใหม่และสามารถเสียค่าใช้จ่ายในการเคลื่อนย้ายได้ บุคคลนั้นมักตัดสินใจอยู่ในท้องที่เดิมต่อไป หรือเลือกพิจารณาเลือกทำเลที่อยู่ใหม่

2.3 แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย

2.3.1 แนวความคิดของกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Decision Making)

นักวิชาการมากมายศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในฐานะที่เป็นกระบวนการตัดสินใจ

John Dewey พบว่ากระบวนการชนิดนี้ เป็นกระบวนการแบบแก้ไขปัญหา (Problem Solving) นักวิชาการท่านอื่นพบว่ามียุปัจจัยหลายประการ กระทบต่อผลขั้นสุดท้ายรวมทั้งการจูงใจที่เกิดจากภายในตัวบุคคลและอิทธิพลต่างๆ จากแหล่งภายนอก เช่น แรงผลักดันทางสังคมกับกิจกรรมทางตลาด

การตัดสินใจเป็นกระบวนการในการเลือกระหว่างทางเลือกต่างๆ ซึ่งภายในกระบวนการทางเลือกต่างๆ นั้นก็มีสิ่งที่เข้าเกี่ยวข้องกับบางประการ เช่น เทคนิควิธีลดจำนวนทางเลือกลงให้เหลือเพียงทางเลือกเดียว อาจจะต้องมีข้อมูลข่าวสารจากสิ่งแวดล้อมในสถานการณ์นั้นสำหรับการตัดสินใจ การสร้าง พัฒนา วิเคราะห์แนวทางต่างๆ ที่น่าจะนำไปปฏิบัติได้ จากขั้นตอนดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าธรรมชาติที่สำคัญของการตัดสินใจ เป็นกระบวนการในอันที่จะเลือกทางเลือกทางใดทางเลือกหนึ่งออกมาสำหรับใช้ในการปฏิบัติ ดังนั้นหลักของการตัดสินใจไม่ใช่ จะมีขั้นตอนต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้องอยู่หลายขั้นตอนคือ

1) การเล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) เป็นการรับรู้หรือนึกเห็นภาพความแตกต่างอย่างมากระหว่างสภาพที่ปรารถนา (Desired State of Affairs) ในสิ่งต่างๆ กับสถานที่แท้จริง (Actual State of Affairs) ที่ผู้บริโภคมีอยู่หรือสามารถหามาได้จนทำให้เกิดการเข้าให้กระบวนการตัดสินใจตื่นตัวขึ้นมา ในที่นี้สภาพที่ปรารถนาเปรียบได้กับ ตัวปัญหา (Problems) และสภาพหรือสถานการณ์ที่เป็นจริง ก็เปรียบได้กับตัวแก้ปัญหา (Solutions) นั่นเอง

2) การเสาะแสวงหาข่าวสาร (Search for Information) เป็นการเสาะแสวงหาข่าวสารที่ตนเก็บรักษาไว้ในความทรงจำ หรือข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจจากสิ่งแวดล้อม (การเสาะแสวงหาจากแหล่งภายนอก)

3) การประเมินค่าทางเลือกก่อนการซื้อ (Pre-purchase Alternative Evaluation) เป็นการประเมินทางเลือกในแง่ของผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับและทำให้การเลือกได้ทางเลือกที่ตนชอบ

4) การซื้อ (Purchase) เป็นการได้ตัวแก้ปัญหาหรือสินค้า ที่เรานิยมชมชอบ หรือสิ่งที่เราทดแทนที่เรายอมรับได้

5) การบริโภคหรืออุปโภค (Consumption) เป็นอุปโภคบริโภคตราयीหือที่ซื้อมา

6) การประเมินทางเลือกหลังการซื้อ (Post-Purchase Alternative Evaluation) เป็นการประเมินระดับการอุปโภคบริโภคที่มีความพอใจแค่ไหน

7) การจัดการกับสิ่งเหลือใช้ (Divestment) เป็นการจัดการ (ขจัด) ผลิตภัณฑ์ที่มีได้บริโภคหรือเป็นเศษของไปแล้ว

บาร์นาร์ด (Barnard, 1938) เพิ่มเติมว่า จะต้องมีเทคนิควิธี ที่จะลดจำนวนทางเลือก การเลือกให้เหลือทางเลือกเดียว ซึ่งหมายถึงเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งขึ้นมานั่นเอง ซึ่งในกระบวนการเลือกนั้น

ไซมอน (Simon, 1960:83) ได้พบว่า ในกระบวนการเลือกนั้นยังมีขั้นตอนที่สำคัญหลายทางเลือก เช่น กิจกรรมทางด้านเซาร์ปัญญา (Intelligence Activity) กิจกรรมทางด้านการออกแบบ (Design Activity) และกิจกรรมทางด้านการคัดเลือก (Choice Activity) คือเลือกสิ่งที่นำไปปฏิบัติจริง

2.3.2 แนวความคิดการศึกษาพฤติกรรมผู้ซื้อหรือผู้บริโภค

ครูแมน (Krugman, 1968:350) ได้ให้ความหมายของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมของมนุษย์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคสินค้า ลักษณะการใช้งาน และการยอมรับในสินค้าบริการนั้น ซึ่งความหมายนี้กว้างขวางพอที่จะทำให้ นักสังคมวิทยา นักมนุษยวิทยา และนักพฤติกรรมศาสตร์ ที่สนใจในการศึกษาด้านการค้าและอุตสาหกรรมสามารถยอมรับได้

เอนเกล และคนอื่นๆ (Engel and others, 1968) ได้ให้ความหมายว่า “เป็นการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มา และการใช้ซึ่งสินค้าและบริการซึ่งได้รวมถึงการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนแล้ว และมีส่วนร่วมในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว”

อาจกล่าวได้ว่า ในการศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ในการที่จะตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าหรือบริการหรือไม่นั้น ล้วนเกี่ยวกับการบริโภคสินค้า หรือบริการ ลักษณะการใช้ การยอมรับในสินค้าหรือบริการนั้นๆ รวมถึงวิธีการซื้อ ตลอดจนการใช้สินค้าและบริการ นั้นๆ โดยอาศัยพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่ปฏิบัติต่อสภาพแวดล้อมภายนอกเป็นสำคัญ

ดังนั้น พฤติกรรมการบริโภค จึงหมายถึงการซื้อของผู้ซื้อเอาไปใช้บริโภคเอง ฉะนั้น การใช้คำว่า พฤติกรรมของผู้บริโภค นั้นมิใช่หมายถึงการบริโภค หากแต่หมายถึงการซื้อของผู้บริโภค โดยจะเน้นตัวผู้ซื้อเป็นสำคัญ ส่วนการซื้อ เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการตัดสินใจ นั่นเอง

2.3.3 ปัจจัยในการกำหนดการตัดสินใจซื้อ

การจะพิจารณาสาเหตุที่ทำให้ผู้ซื้อเกิดการตัดสินใจในการซื้อได้มุ่งประเด็นในการศึกษาพฤติกรรมของผู้ซื้อ ว่าปัจจัยใดบ้างที่เป็นผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งในที่นี้สามารถสรุปปัจจัยได้ 4 ด้าน คือ

1. ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม (Culture Factors) วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ทำให้คนคิดต่างกันจึงทำให้มีผลต่อแบบแผนในการบริโภคที่ต่างกัน เช่น วัฒนธรรมการอยู่อาศัยแบบบ้าน วัฒนธรรมการสร้างชุมชน วัฒนธรรมการซื้อและการใช้ในที่ต่างๆย่อมแตกต่างกัน

2. ปัจจัยทางด้านชนชั้นสังคม (Social Class) ในสังคมต่างๆจะต้องมีระดับของชนชั้นเสมอ แต่มนที่นี้จะหมายถึง ชนชั้นในด้านการตลาด ซึ่งจะถูกกำหนดด้วยตัวแปรทางด้านสังคม เศรษฐกิจ เช่น อาชีพ รายได้ การศึกษา เป็นต้น

ธงชัย สันติวงษ์ (2535: 201-214) แบ่งกลุ่มคนออกเป็น 6 กลุ่ม ดังนี้

2.1 กลุ่มชั้นสูงส่วนบน (Upper-Upper Class) เป็นกลุ่มของ ผู้มีชั้นสูงในวงศ์ตระกูลที่มีชื่อเสียง ร่ำรวย และมีฐานะมั่นคง ปกติจะมีบ้านหลายหลัง เช่น มีบ้านพักตากอากาศ ซึ่ง **ฟิลิป คอตเตอร์ (2540:219)** กล่าวเพิ่มเติมว่า คนกลุ่มนี้จะส่งลูกหลานไปยังโรงเรียนที่ดีที่สุด นอกจากนี้ยังเป็นตลาดสำคัญของอัญมณีโบราณ ที่อยู่อาศัย และธุรกิจการพักผ่อนหย่อนใจ พวกเขา มักจะซื้อและแต่งกายแบบอนุรักษ์นิยม และไม่ชอบการโอ้อวด คนกลุ่มนี้มีขนาดเล็กเพียง 1 % ของสังคมอเมริกัน จึงมีลักษณะของการเป็นกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลในเรื่องของการตัดสินใจด้านการบริโภค ซึ่งมักจะได้รับการลอกเลียนหรือทำตามโดยชนชั้นอื่นๆ

2.2 กลุ่มชั้นสูงส่วนกลาง (Low-Upper Class) เป็นกลุ่มที่มีรายได้มากมาย เช่น คนในอาชีพต่างๆ มีเงินเดือนสูงๆ มักจะเป็นเจ้าของบริษัทใหญ่ๆ หรือ บริษัทในเครือเป็นกลุ่มๆ มักจะ ทำมาหาได้ด้วยความสามารถของตนเองมากกว่าที่จะได้รับมรดก การตัดสินใจเพื่อการบริโภคของกลุ่มนี้มักจะเป็นไปอย่างฟุ่มเฟือย ชอบซื้อของใหม่แปลกๆและราคาแพง เช่น ซื้อบ้านหลังใหญ่ๆ ราคาแพงๆซึ่ง **ฟิลิป คอตเตอร์ (2540: 219)** กล่าวเพิ่มเติมว่า คนกลุ่มนี้มักจะมีมาจากชนชั้นกลางและมีแนวโน้มที่จะกระตือรือร้นในกิจกรรมทางสังคมและชุมชน พยายามที่จะซื้อสิ่งที่เป็นสัญลักษณ์ หรือ แสดงออกซึ่งสถานภาพแก่ตนเองหรือลูกหลานของตน เช่น ที่อยู่อาศัย เรือยอร์ต์ สระว่ายน้ำ และรถยนต์ที่มีราคาแพง ชนกลุ่มนี้รวมถึงเศรษฐีใหม่ ซึ่งมีรูปแบบการบริโภค ที่โดดเด่นสะดุดตาของพวกเขาดูถูกสร้างขึ้นด้วยเจตนาที่ต้องการสร้าง ความประทับใจให้กับ กลุ่มชนที่ต่ำกว่าตน เป้าหมายของคนกลุ่มนี้ คือ การได้ยอมรับจากชนชั้นสูงส่วนบน ซึ่งเป็นสถานะ ที่มีโอกาสจะได้รับในรุ่นลูกหลานมากกว่ารุ่นพวกเขา ซึ่งสังคมอเมริกันมีอยู่ร้อยละ 2

2.3 กลุ่มชั้นกลางส่วนบน (Upper Middle Class) คนในกลุ่มนี้มักจะพิจารณาจากอาชีพ (Career) ของเขา และรายได้สูง เช่น นักธุรกิจ หรือผู้ประกอบการอาชีพ ที่มีรายได้มาก ๆ ในกลุ่มนี้การศึกษาจะเป็นค่านิยมที่สำคัญมาก คือได้รับการศึกษาสูง เป็นพวกมีปริญญา กลุ่มนี้จะถือว่าเป็นตลาดที่ดีสำหรับสินค้าหลายประเภท และการซื้อของจะเป็นไปโดยมีเหตุผลและรอบคอบ ซึ่งฟิลิป คอตเตอร์ (2540: 219) กล่าวเพิ่มเติมว่า คนกลุ่มนี้ไม่ได้มีสถานภาพทางครอบครัว หรือมีฐานะความมั่นคงเป็นพิเศษ ถึงแม้ไม่ได้ร่ำรวยมากแต่ก็ต้องการชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี คนกลุ่มนี้จะซื้อสินค้าคุณภาพดี ราคาแพงเพื่อแสดงออกถึงสัญลักษณ์แห่งความสำเร็จ ซึ่งคนกลุ่มนี้มีอยู่ในสังคมอเมริกันร้อยละ 12

2.4 กลุ่มชั้นกลางส่วนล่าง (Lower-Middle Class) กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีอาชีพชั้นกลางที่ใช้แรงงานน้อยและอยากจะมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง ถึงแม้จะเล็กก็ตาม แต่พยายามตกแต่งให้ดีเท่าที่จะทำได้ ชอบซื้อของดีราคาถูก มักจะซื้อสินค้าสำเร็จมากกว่าสั่งทำ ซึ่งฟิลิป คอตเตอร์ (2540: 219) กล่าวเพิ่มเติมว่า คนกลุ่มนี้นอกจากเป็นคนทำงานประเภทใช้แรงงานและนั่งโต๊ะแล้ว 12% ของคนกลุ่มนี้อาศัยในย่านที่ค่อนข้างดี และพยายาม ทำในสิ่งที่ถูกต้องเสมอ เช่น การซื้อผลิตภัณฑ์บางอย่างเพื่อให้ทันสมัยกับเพื่อนฝูง และอีก 25% ของชนชั้นกลางทั้งหมดเป็นเจ้าของรถยนต์นำเข้าจากต่างประเทศ ขณะที่ส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับสินค้าแฟชั่น และแสวงหาสินค้าที่ได้ชื่อว่าเป็นยี่ห้อดี ดัง กว่า และการมีความเป็นอยู่ที่ดีกว่า หมายถึง " การมีบ้านเรือนที่ดีขึ้นกว่าเดิม" ใน " ท่ามกลางเพื่อนบ้านที่ดีในย่านที่ดีกว่า" และ " มีโรงเรียนดีๆ" ชนชั้นกลางมีความเชื่อมั่นในการใช้จ่ายกับสิ่งที่ให้ประสบการณ์ที่ดีคุ้มค่าแก่ลูกหลานของตนและมีเป้าหมายที่จะส่งพวกเขาไปรับการศึกษาในระดับอุดมศึกษา ในสังคมอเมริกันจะมีคนกลุ่มนี้อยู่ 32 %

2.5 กลุ่มชั้นต่ำส่วนบน (Upper-Lower Class) เป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่เป็นพวกที่ทำมาหากินวันต่อวัน มักจะอาศัยอยู่ตามบ้านเช่า หรือบ้านของตนเองแต่มีขนาดเล็กมาก หรืออยู่แฟลต เป็นพวกใช้แรงงานตามสมควร เช่น พวกช่างทำงานรับจ้าง และมีความต้องการมั่นคงอย่างมาก ซึ่งฟิลิป คอตเตอร์ (2540: 219) กล่าวเพิ่มเติมว่า คนกลุ่มนี้เป็นผู้ที่ทำมาหาเลี้ยงตัวเองไม่ใช่อยู่ด้วยสวัสดิการของรัฐบาล แม้ว่ามาตรฐานการครองชีพของพวกเขาจะสูงกว่าระดับยากจนเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพการงานที่ไม่ต้องใช้ทักษะ ความชำนาญ และเป็นพวกมีรายได้ค่อนข้างต่ำ ชนชั้นต่ำระดับบนส่วนใหญ่มีความรู้ที่น้อย และถึงแม้จะมีฐานะค่อนข้างยากจนเมื่อพิจารณาในแง่ของรายได้ แต่พวกเขาก็เป็นกลุ่มที่ค่อนข้างมีวินัยในตัวเองและพยายามรักษาความเป็นอยู่ที่ดีในระดับหนึ่ง ซึ่งคนกลุ่มนี้ในสังคมอเมริกันมีอยู่ร้อยละ 9

2.6 กลุ่มชั้นต่ำส่วนล่าง (Lower-Lower Class) เป็นกลุ่มที่เสียเปรียบในสังคมโดยมากมักจะอาศัยอยู่ในสลัม มักจะด้อยโอกาสในการศึกษา หรือขาดความชำนาญในฝีมือและวิชาชีพ การตัดสินใจซื้อมักจะทำโดยไม่มีการวางแผนในการซื้อ ขอบซื้อของเชื้อ ไม่พิจารณาถึงคุณภาพซึ่ง **ฟิลิป คอตเตอร์** (2540:219) กล่าวเพิ่มเติมว่า คนกลุ่มนี้ดำรงชีพอยู่ได้ด้วยสวัสดิการของรัฐบาล มีความเป็นอยู่ยากจนและมักจะตกงาน หรือทำงานที่มีรายได้ต่ำที่สุดบางคนอาจแสวงหางานที่มั่นคงถาวรและพึงพิงความช่วยเหลือของรัฐบาล หรือหน่วยงานการกุศลเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม สมบัติ ที่อยู่อาศัยของเขามักจะสกปรก เก่าคร่ำคร่า และอยู่ในสภาพทรุดโทรมเต็มที่ ในสังคมอเมริกันมีคนกลุ่มนี้อยู่ร้อยละ 7

นอกจากนี้ **ฟิลิป คอตเตอร์** (2540:222) ได้แบ่งชนชั้นทางสังคม แตกต่างจาก ธงชัย สันติวงษ์ โดยเพิ่มชนชั้นแรงงาน อยู่ระหว่างชนชั้นกลางระดับล่าง และชนชั้นต่ำระดับบน โดยกล่าวว่า ชนชั้นแรงงานนี้ประกอบด้วยผู้ใช้แรงงาน และผู้ที่ดำเนินชีวิตแบบชนชั้นแรงงานทั่วไปไม่ว่าพวกเขาจะมีพื้นฐานรายได้ การศึกษา หรือการงานอย่างไร ชนชั้นแรงงานมักจะอาศัยความช่วยเหลือทางด้านเศรษฐกิจ อารมณ์ ความรู้สึก คำแนะนำ เกี่ยวกับโอกาสการทำงานคำแนะนำในเรื่องการใช้จ่าย และความช่วยเหลือในยามประสบปัญหา จากบรรดาญาติๆค่อนข้างมาก การพักผ่อนของชนชั้นแรงงาน หมายถึง "การหยุดพักอยู่ในเมือง" และ "การเดินทาง" หมายถึงการเดินทางไปยังทะเลสาบ หรือสถานที่พักผ่อนที่ใช้เวลาเดินทางไม่นานกว่าสองชั่วโมง ชนชั้นแรงงานจะรักษาหรือยึดมั่นในการแบ่งบทบาท และสถานะทางเพศที่ชัดเจน พวกเขานิยมรถยนต์ที่มีขนาดมาตรฐานและขนาดใหญ่กว่า แต่ไม่นิยมรถยนต์ขนาดกะทัดรัดทั้งที่ผลิตในต่างประเทศ โดยมีร้อยละ 38 ของสังคมอเมริกัน

แต่อย่างไรก็ตามในความเป็นจริง ไม่มีใครบริโภคหรือซื้อตามชั้นของตนเอง เพราะว่าคนส่วนใหญ่มักจะยกระดับการใช้สินค้าของตนเองเสมอ

3. ปัจจัยทางสังคมและกลุ่มอ้างอิง ได้แก่ ตัวแปรครอบครัว เป็นตัวแปรที่สร้างผลกระทบต่อการบริโภคหรือการซื้อ เนื่องจากคนในครอบครัวจะมีบทบาทที่ต่างกันไป พบว่าจะไม่มีใครเพียงคนเดียวที่จะตัดสินใจซื้อได้ จะเห็นได้ว่าผู้ซื้อและผู้ขายบางครั้งเป็นคนละคนกัน และผู้จ่ายเงินก็จะเป็นอีกคนหนึ่ง หรือผู้มีอิทธิพลก็เป็นอีกคนหนึ่งก้ำกั้ นอกจากนี้ยังมีตัวแปรอีกตัวหนึ่ง ได้แก่ กลุ่มอ้างอิง ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอย่างมาก ได้แก่ เพื่อน หรือรวมถึงบุคคลอื่นที่มีชื่อเสียงเป็นผู้แนะนำ ในปัจจุบันนี้ผู้แนะนำจะเป็นตัวแปรทางสังคมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างสำคัญต่อการเพิ่มยอดขายได้เป็นจำนวนมาก

เองเกิล โคเลท และแบรคเวล (Engel, kollat & Blackwell, 1968: 40) ได้อธิบายถึงอิทธิพลที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจว่า โครงสร้างบทบาทของครอบครัวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจข้อที่ 4 แบบ คือ

- ก) สามีและภรรยามีการตัดสินใจเท่าๆกัน
- ข) สามีเป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจแต่เพียงฝ่ายเดียว
- ค) ภรรยามีอำนาจตัดสินใจแต่เพียงฝ่ายเดียว
- ง) สามีและภรรยามีการตัดสินใจร่วมกัน

4. ปัจจัยทางด้านบุคคล ได้แก่ ตัวแปรทางด้านอายุ และรูปแบบชีวิต ซึ่งเป็นตัวแปรที่จะใช้ในการพิจารณาในด้านความเหมาะสมสำหรับการใช้สินค้า เช่น การใช้สินค้าจะมีความเหมาะสมกับอายุ อาชีพอะไรบ้าง ซึ่งสามารถที่จะสร้างแบบแผนการบริโภค ส่วนรูปแบบชีวิตของคน (Life Style) นั้น นักการตลาดสมัยใหม่กำลังศึกษา และติดตามตัวแปรรูปแบบชีวิตของคนอย่างใกล้ชิด หากรูปแบบของชีวิตเปลี่ยนไปทำให้เกิดการบริโภคขึ้นได้จาก 3 ตัวแปร คือกิจกรรม (Activity) ความสนใจ (Interest) และความคิดอ่าน (Thought)

2.3.4 ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของผู้ซื้อ

2.3.4.1 เพื่อวิเคราะห์ดูว่าครัวเรือนในระดับรายได้ต่างๆจะเสียค่าใช้จ่าย สำหรับการบริโภคที่อยู่อาศัยคิดเป็นสัดส่วนเท่าใดของรายได้ของ ครัวเรือนทั้งหมด จากการศึกษาของการเคหะแห่งชาติ (การเคหะแห่งชาติ, (กคช.), 2531) ใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา การคิดค่าใช้จ่ายสำหรับเรื่องที่อยู่อาศัยจะพบว่าอยู่ในช่วงร้อยละ 20-25 ของรายได้ครัวเรือน แต่สำหรับทางด้านเอกชนยังคิดว่าค่าใช้จ่ายที่สามารถจะจ่ายได้สำหรับที่อยู่อาศัย ยังอยู่ในช่วงร้อยละ 30-35 ของรายได้ครัวเรือน ในการวิเคราะห์แบบแผนค่าใช้จ่าย ในเรื่องที่อยู่อาศัย ควรจะต้องพิจารณาปัจจัยต่างๆประกอบด้วยคือ

ก. การพิจารณารายได้ของครัวเรือน ควรจะทำการศึกษาว่า ณ ระดับรายได้ที่ต่างกันจะเสียค่าใช้จ่ายในเรื่องที่อยู่อาศัยเป็นอย่างไร มีความสัมพันธ์กับรายได้อย่างไร

ข. ขนาดของครัวเรือน ควรจะทำการศึกษาวิเคราะห์ว่า ขนาดของครัวเรือนนั้น มีความสัมพันธ์กับการใช้จ่ายในเรื่องที่อยู่อาศัยหรือไม่อย่างไร การศึกษาได้พบว่าครัวเรือนขนาดเล็ก จะเสียค่าใช้จ่ายในเรื่องที่อยู่อาศัยมากกว่าครัวเรือนที่มีขนาดใหญ่ อาจจะเป็นได้ว่าหรือไม่ว่าครัวเรือนที่มีรายได้น้อยที่มีขนาดครัวเรือนใหญ่ จะเสียค่าใช้จ่ายในเรื่องที่อยู่อาศัยน้อยกว่า เป็นต้น

ค. สถานภาพการครอบครองที่อยู่อาศัย เนื่องจากสถานภาพการครอบครองที่ดินการเป็นเจ้าของ เป็นปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ซึ่งมีผลกระทบต่อแบบแผนการใช้จ่ายในเรื่องที่อยู่อาศัย

2.3.4.2 องค์ประกอบของการบริโภคที่อยู่อาศัย

ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ว่าองค์ประกอบของที่อยู่อาศัย เช่น ประเภทของที่อยู่อาศัย องค์ประกอบของโครงสร้างที่อยู่อาศัย เช่น การมีประปา ไฟฟ้า ถนน สาธารณูปโภค และสาธารณูปการ ฯลฯ ว่ามีความสัมพันธ์กับรายได้ ขนาดของครัวเรือน และสถานภาพการครอบครองที่อยู่อาศัยที่จะช่วยให้ทราบถึงคุณภาพของที่อยู่อาศัยที่มีอยู่ในปัจจุบัน และได้มีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องคุณภาพของที่อยู่อาศัยอย่างไรบ้าง

2.3.4.3 การศึกษาขีดความสามารถในการจ่ายเรื่องที่อยู่อาศัยของครัวเรือน

จากการศึกษาความพึงพอใจของครัวเรือนในการใช้จ่ายทางด้านที่อยู่อาศัยที่ใช้ อยู่ โดยทั่วไปมักจะใช้สมมุติฐานที่ว่าครัวเรือนพอใจที่จะใช้จ่ายในเรื่องที่อยู่อาศัย เพียงร้อยละ 25 ของรายได้ครัวเรือนต่อเดือน แต่จากการสำรวจของการเคหะแห่งชาติ เรื่องราคาบ้าน เมื่อเดือนสิงหาคม 2533 พบว่าครัวเรือนที่ซื้อบ้านใหม่ ได้ใช้จ่าย เกี่ยวกับที่อยู่อาศัยถึงร้อยละ 30 ของรายได้ครัวเรือน โดยเฉพาะรายได้น้อย และรายได้ปานกลาง จะมีสัดส่วนของการใช้จ่ายในเรื่องที่อยู่อาศัยคิดเป็นสัดส่วนของรายได้สูงกว่าผู้มีรายได้สูง

- ก. ความพึงพอใจในการจ่ายเรื่องที่อยู่อาศัย ร้อยละ 30-35
- ข. เงินชำระล่วงหน้า ร้อยละ 20-30
- ค. ระยะเวลาในการผ่อนชำระ 10-25 ปี
- ง. อัตราดอกเบี้ย 12-15% ต่อปี

2.3.5 กระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย

ทางด้านเศรษฐศาสตร์ ได้อธิบายความสำคัญของการตัดสินใจซื้อ ที่จะนำไปสู่การเพิ่มรายได้ หรือการเพิ่มความพอใจของผู้ซื้อ ภายใต้งานเลือกที่ดีที่สุด

สมิท (Smith, 1971 : 233) ได้อธิบายกระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย ในฐานะของผู้บริโภค ผู้ประกอบการและผู้ให้กู้ยืมเงิน ตลอดจนเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ว่ามีกระบวนการขั้นตอนที่สำคัญในการนำไปสู่การตัดสินใจ โดยชี้ให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างระบบข้อมูลสารสนเทศ (Information) ที่ได้รับกับตัวผู้ซื้อ ต้องการเปลี่ยนรสนิยม ทศนคติ และความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากความต้องการที่อยู่อาศัย รายได้ การใช้เหตุผล และความสนใจของผู้ซื้อที่มีพฤติกรรม

ตัดสินใจที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ภายใต้ทรัพยากรและงบประมาณของผู้ซื้อ โดยมีระยะเวลาเป็นข้อจำกัด กระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย เกิดขึ้นในกรณี que คิดจะเปลี่ยนที่อยู่อาศัยหรือเมื่อถึงเวลาที่จะเปลี่ยนที่อยู่อาศัย ควรจะมีการพิจารณาตามลำดับความสำคัญของเหตุการณ์ที่น่าจะเกิดขึ้นจริงตามสถานการณ์ต่างๆไป ซึ่ง สมิต ได้กล่าวว่ากระบวนการตัดสินใจจะประกอบด้วย การใช้ข้อมูลและการตัดสินใจจะประกอบด้วย การใช้ข้อมูลและการดำเนินการอย่างมีกระบวนการ ดังนี้

ขั้นที่ 1 เมื่อถึงเวลาพิจารณาเปลี่ยนที่อยู่อาศัย ในขั้นตอนนี้เกิดจากความจำเป็นที่ต้องการเปลี่ยนแปลงรสนิยม รายได้เพิ่มขึ้น ความคาดหวังใหม่ๆเกิดขึ้น ประกอบกับเงื่อนไข ทางด้านการตลาด เอื้ออำนวยให้เกิดการคิดจะเปลี่ยนที่อยู่อาศัย หากคิดว่าจะไม่คิดจะเปลี่ยนแปลง ที่อยู่อาศัย ก็จะกลับไปเริ่มกระบวนการตัดสินใจใหม่อีกครั้ง แต่ถ้าหากคิดว่าจะเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัย ก็จะเข้าสู่กระบวนการขั้นที่ 2

ขั้นที่ 2 ตั้งเป้าหมาย ในการตั้งเป้าหมาย ผู้ซื้อจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ของตนเอง และพิจารณางบประมาณของตนเองที่มีอยู่ พิจารณาที่ตั้ง ประเภทของบ้าน และลักษณะการครอบครองจะเป็นเช่าหรือซื้อ โดยจะต้องพิจารณาข้อมูลดังกล่าวภายใต้ข้อจำกัดของตนเองที่จะสามารถรับได้หรือไม่ กล่าวคือจะต้องทำการวางแผนโดยมีข้อจำกัดแล้วเข้าสู่กระบวนการขั้นที่ 3

ขั้นที่ 3 การคัดเลือกเบื้องต้น ในขั้นนี้จะต้องทำการศึกษาข้อมูล 2 ด้าน คือ ข้อมูลเกี่ยวกับราคาขาย และข้อมูลทางด้านการตลาดที่มีการขายบ้าน ว่ามีเงื่อนไขทางการเงินอย่างไร เช่น ดาวน์ เงินผ่อน ระยะเวลา และความเสี่ยง

ขั้นที่ 4 ทำการตรวจสอบข้อมูลภายใต้ทรัพยากรและงบประมาณของตนเองที่มีอยู่ หรือหากให้ข้อมูลมีความเป็นไปได้น้อย คือข้อมูลของตนเองทางด้านการเงินกับข้อมูลทางการตลาด มาสอดคล้องกันก็จะกลับไปสู่ ขั้นที่ 5

ขั้นที่ 5 กระบวนการเริ่มตัดสินใจใหม่ แต่หากตรวจสอบข้อมูลแล้ว พบว่ามีความเป็นไปได้ก็จะเข้าสู่กระบวนการในขั้นที่ 6

ขั้นที่ 6 กระบวนการเปรียบเทียบ ในกระบวนการเปรียบเทียบจะรวบรวมข้อมูลเพื่อกำหนดทางเลือกนั้นโดยทำการประเมินผล 2 ระดับในขั้นที่ 7 และขั้นที่ 8

ขั้นที่ 7 ประเมินผลที่ได้รับ ในขั้นตอนนี้ จะต้องได้รับรู้ข้อมูลทางด้านตลาด เช่น ข้อมูลทางด้านกายภาพ ที่ตั้งโครงการ ลักษณะของที่อยู่อาศัย สถานการณ์ที่อยู่อาศัย เพื่อรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาประเมินผล

ขั้นที่ 8 ประเมินผลทางการเงิน ในขั้นตอนนี้จะต้องตรวจสอบข้อมูลทางการเงิน การเงิน เช่น เงื่อนไขทางการเงิน เงินสด เงินคาวนั เงินผ่อนชำระ ระยะเวลา และความเสี่ยง ที่จะเกิดขึ้น รวมทั้งงบประมาณของตนเองที่มีอยู่ เพื่อประเมินฐานะของตนเอง

ขั้นที่ 9 กระบวนการเลือก ในกระบวนการนี้จะหาทางเลือกที่ดีที่สุด

ขั้นที่ 10 พิจารณาใหม่เพื่อตัดสินใจซื้อ หรือไม่ซื้อ ถ้าผ่อนผันการซื้อก็จะเข้าสู่ขั้นที่ 11

ขั้นที่ 11 คือ ไปเริ่มกระบวนการตัดสินใจใหม่ แต่ถ้าตกลงซื้อสามารถเข้าสู่ขั้นตอนที่ 12

ขั้นที่ 12 คือ สามารถย้ายเข้าไปอยู่อาศัยในบ้านหลังใหม่

2.4 แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับคนชั้นกลาง

2.4.1 แนวความคิดที่เกี่ยวกับคนชั้นกลาง

ในช่วง 30 ปีที่ผ่านมาโดยเฉพาะในช่วง 5-6 ปีที่ผ่านมาสภาพเศรษฐกิจของประเทศที่อาจจะกล่าวได้ว่าเป็นปัจจัยหลักที่กระตุ้นให้ชนชั้นกลางเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยอาจพิจารณาจากโครงสร้างการมีงานทำเป็นหลัก จากข้อมูล เรามีแรงงานอยู่ประมาณ 29 ล้านคน อยู่ในภาคเกษตร 18 ล้านคน ที่เหลืออยู่ในภาคอุตสาหกรรมและบริการรวมกัน 11 ล้านคน ในจำนวนนี้ 3.2 ล้านคนอยู่ในภาคอุตสาหกรรมประมาณ 1 ล้านคน อยู่ในภาคก่อสร้าง ค่าขายประมาณ 3.5 ล้านคน การขนส่ง 0.75 ล้านคน การบริการ(หมายถึง การเงินการธนาคาร ราชการ ธุรกิจประกันภัย ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และอื่นๆ)รวม 3.2 ล้านคน โดยสรุปอาจกล่าวได้ว่า ในอนาคตข้างหน้า อัตราการมีงานทำของคนไทยในภาคนอกเกษตร ซึ่งในปัจจุบันมีประมาณร้อยละ 35 จะสูงขึ้นกว่าครึ่งหนึ่ง อย่างไรก็ตามการที่เรามีการขยายตัวในภาคนอกเกษตร มีการจ้างงานเพิ่มขึ้น เป็นสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 35 ซึ่งมีได้หมายความว่าทุกคนในภาคนอกเกษตรเป็นคนชั้นกลาง ถ้าจะพิจารณาจากมุมมองของทรัพยากรมนุษย์เราน่าจะต้องพิจารณาจากหลายๆ ปัจจัยซึ่งได้แก่

- โครงสร้างของประชากร อายุ 1-15 ปีลดลง อายุ 20-40 ปี เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว
- ประการสุดท้ายในการมองจากมุมมองของทรัพยากรมนุษย์ น่าจะดูได้จาก

รายได้เฉลี่ยในปัจจุบันข้อมูลในเรื่องกลุ่มรายได้ยังไม่ชัดเจน แต่เป็นที่ทราบกันว่าในช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจขยายตัวมาก เช่นใน 5-6 ปีที่ผ่านมา แรงงานที่เป็น Knowledge Worker ได้รับรายได้เพิ่มสูงมาก และการมีรายได้สูงทำให้เกิดส่วนเกินที่สามารถนำมาใช้เพื่อความสะดวกสบายของชีวิตและอาจจะทำให้คนเหล่านี้ได้มีเวลาแสวงหาความรู้ และความเข้าใจในสภาพของสังคมเศรษฐกิจไม่ใช่เฉพาะในประเทศไทย แต่เป็นสังคมที่เราเรียกว่า "นานาชาติ"

ปัจจัยอื่นๆ ที่เราอาจเรียกได้ว่าเป็นปัจจัยเสริมประเด็นทางทรัพยากรมนุษย์ และเศรษฐกิจที่น่าจะนำมาวิเคราะห์ ได้แก่ ปัจจัยทางการดำรงชีวิต (Life Style) ซึ่งอาจจะเรียกได้ว่าเกิดคนชั้นกลางขึ้นแล้วเช่น

ระบบ Fast Food ซึ่งในปัจจุบัน กลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับเมืองไทย ที่น่าสนใจคือระบบ Fast Food เคยเข้ามาในเมืองไทยครั้งหนึ่งเมื่อ 20 กว่าปีที่แล้ว และไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าในช่วงนั้น คนชั้นกลางยังไม่พัฒนาเท่าที่ควร

ปัจจัยอีกด้านหนึ่งที่สำคัญคือ ข่าวสารสนเทศ ,Internet, การเพิ่มขึ้นของระบบเคเบิลทีวี ระบบดาวเทียมที่มีอีกมากมาย ปัจจัยทางด้านข่าวสารมีความหมายมาก เพราะแสดงว่าคนมีรายได้สูงนั้นความต้องการของอื่นๆก็มีความหลากหลายเพิ่มขึ้นยินดีจ่ายเงินเพื่อความรู้และข่าวสารมากขึ้น

ปัจจัยสุดท้ายที่ดูได้ คือ การขยายตัวของตลาดหลักทรัพย์ แต่ถ้าจะมองจากปัจจัยที่กล่าวมาทั้งหมด เราต้องยอมรับว่ายังไม่ครบเพราะ "คนชั้นกลาง" อาจจะมองได้จากเรื่องของจิตวิทยา เช่นโครงสร้างของสังคม และที่สำคัญที่สุดก็คือ เรื่องของความรู้สึกของคนเหล่านั้นว่าเขาอยู่ตรงไหน ในญี่ปุ่นให้ทำแบบสอบถาม ว่าเป็นคนอยู่ตรงไหนของสังคมร้อยละ 90 จะบอกว่าอยู่ "ชั้นกลาง" ในประเทศของเรายังไม่มีการทำเช่นนั้น

อย่างไรก็ตาม ถึงจะดูจากข้อมูลหลักๆ เรื่องคนชั้นกลาง เรายังไม่สามารถจะวิเคราะห์อย่างชัดเจนได้ว่าผลกระทบจะเป็นอย่างไร จะขอเริ่มก่อนในส่วนที่เป็นปัญหา

- การศึกษาซึ่งอาจจะกล่าวได้ว่าผู้ที่ทำงานในภาคคนนอกเกษตร ซึ่งมีความรู้ตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไปโดยเฉลี่ย น่าจะพูดได้ว่าเป็นบุคคลที่เรากล่าวได้ว่าเป็นคนชั้นกลาง เนื่องจากการมีความรู้สูง ทำให้บุคคลเหล่านั้นมีงานทำที่ดี และมีความสามารถที่เราเรียกว่ามีความสามารถที่ใช้ "ปัญญา"ในการทำงานและการดำรงชีวิต ซึ่งถ้านับบุคคลที่จบปริญญาตรีขึ้นไป ก็อาจจะกล่าวได้ว่ามีจำนวนถึงประมาณ 4 ล้านคน อาจจะกล่าวได้ว่าเท่ากับ 10 % ของแรงงานทั้งหมด

2.4.2 แนวความคิดเกี่ยวกับคนเมืองรุ่นใหม่

กลุ่มคนรุ่นใหม่มีกำลังซื้อสูง ซื้อคอนโดราคาแพงอยู่ในเมือง ซื้อรถยนต์ “ยี่ห้อไทย” ไม่กินเหล้า แต่ดื่ม “โค้กและเป๊ปซี่” เข้าฝับและดินไก่เทศ, ออกกำลังกาย ศูนย์ออกกำลังกายและอยู่ในเมืองใหญ่

ถ้าเฝ้าสังเกตคนรุ่นใหม่ของไทย เราจะพบว่ายี่ห้อชั้นนำของไทยจะมีคุณลักษณะเรียกว่า 8C คือ

1. C – COKE
2. C – CREDIT จะแสดงออกด้วยเครดิตการ์ด บางคนมีมากกว่า 1 ใบ
3. C – CAR คนรุ่นใหม่เมื่อมีเงินก็ต้องซื้อรถยนต์ แม้ในอนาคตจะไม่ได้ใช้รถ แต่ก็ซื้อไว้ใช้ในวันเสาร์-อาทิตย์
4. C – COMPUTER คนรุ่นใหม่จะมีคอมพิวเตอร์และมีชีวิตอยู่กับการใช้คอมพิวเตอร์ การใช้ INTERNET การค้นหาข้อมูลต่างๆ
5. C – COMMUNICATION มือถือ เป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตการทำงานและเชื่อมโยงติดต่อกับคอมพิวเตอร์ด้วย
6. C – CONDO คนรุ่นใหม่ในเมืองคงจะไม่สามารถจะอยู่ในระดับดินได้ เพราะที่ดินในเมืองมีราคาแพง บ้านของคนรุ่นใหม่ในเมืองก็คือคอนโดเท่านั้น
7. C- CLUB ชีวิตสังคมของคนรุ่นใหม่ก็ต้องการสังสรรค์ร่วมกันนอกเวลาทำงาน การเป็นสมาชิกในศูนย์สุขภาพหรือสมาชิกสปอร์ตคลับ สมาชิกกอล์ฟ สมาชิกทางสังคมต่างๆ จะเป็นสิ่งจำเป็น เป็นจุดรวมกิจกรรมทางสังคมของเมือง
8. C – CONDOMS โรคภัยที่คุกคามน่ากลัวที่สุด คุณมีชัยได้รณรงค์ไว้มากมาย และทั้งโลกก็เป็นแล้วก็คือ โรคเอดส์ การป้องกันที่ถูกต้องที่สุดสำหรับคนรุ่นใหม่ก็คือ การรู้จักคุมกำเนิด แม้กระทั่งลูกเล็กเด็กแดงก็รู้จักกันหมด

ลักษณะ “C” 8 อย่างนี้ จะพบในคนรุ่นใหม่ในเมืองใหญ่ ที่มีการศึกษาและมีรายได้ค่อนข้างสูง กลุ่มคนเหล่านี้กำลังจะเติบโตเป็นคนรุ่นใหม่อยู่ในระดับผู้บริหารชั้นสูงขึ้นไป พฤติกรรมของคนนี้ส่วนมากจะหล่อหลอมมาจากในชีวิตมหาวิทยาลัย และสืบเนื่องออกมาสู่วัยทำงาน จึงเป็นกลุ่มของสังคมที่น่าสนใจว่าจะมีบทบาทผู้นำในส่วนเอกชน ราชการหรือการเมือง มากน้อยแค่ไหนในอนาคตของไทย

2.4.3 บทควมวืธีคิดของคนชั้นกลาง

จะอยู่ระหว่างคนชั้นกลางระดับล่างกับนายทุน คือ ชีวิตเลยจุดปากกัดตีนถีบมาแล้ว กินอิมมูนหลัก มีเงินติดเคเบิลทีวี ติดอินเทอร์เน็ต ซื้อคอมให้ลูกใช้ ซื้อมือถือ มีความมั่งคั่งในระดับที่ใช้จ่ายเพื่อความสุขได้ เช่นดูหนังทุกอาทิตย์ กินไออิชิ แต่ก็ยังไม่รวยถึงขนาดนายทุน

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

¹ธิดารัตน์ ใจเที่ยง (2551) ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยการในการเลือกที่อยู่อาศัยประเภทบ้านจัดสรร ระดับราคาปานกลางในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ ปัญหาที่พบที่อยู่อาศัย เรื่องการคมนาคมไม่สะดวกเรื่องไกลจากสาธารณูปโภค/สาธารณูปการ บ้านต้องมีความสัมพันธ์กับรายได้ของผู้ที่ต้องการบ้าน ปัญหาส่วนใหญ่เป็นปัญหาน้ำท่วมในโครงการถนนไม่ตีแคบเป็นปัญหาที่มีความสัมพันธ์ต่อการต้องการที่อยู่อาศัยใหม่ปัจจัยหลักคือด้านราคาปัจจัยย่อยในเรื่องต่างๆ 1. มีสภาพแวดล้อมที่ดี 2. ต้องการมาตรฐานความปลอดภัย 3. ความมั่นคงของรายได้

²นันทนา วาณิชยพงศ์ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัยกับแหล่งงาน: กรณีศึกษาผู้ที่ซื้อที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดปทุมธานี

³อลงกรณ์ จันทร์เกษม (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรม: กรณีศึกษา โรงงานขนาดใหญ่ในเขตส่งเสริมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดปทุมธานี โดยศึกษา ประเภทบ้านที่พักอาศัยในนิคมอุตสาหกรรม ปัญหาที่พบเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยในนิคมอุตสาหกรรม ด้าน สภาพแวดล้อม ความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน พื้นที่ใช้สอย ปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรม

¹ธิดารัตน์ ใจเที่ยง " ปัจจัยการในการเลือกที่อยู่อาศัยประเภทบ้านจัดสรร ระดับราคาปานกลางในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ,"(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2551),บทคัดย่อ

²นันทนา วาณิชยพงศ์ " ความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัยกับแหล่งงาน : กรณีศึกษาผู้ที่ซื้อที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดปทุมธานี ," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2547),บทคัดย่อ

³อลงกรณ์ จันทร์เกษม " ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของผู้ที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรม: กรณีศึกษาโรงงานขนาดใหญ่ในแหล่งส่งเสริมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดปทุมธานี ." (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2547),บทคัดย่อ

⁴ทศณี นิลมงคล (2546) ศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้ที่ซื้อที่อยู่อาศัย: กรณีศึกษาโครงการบ้านสถาพร 3 และบ้านพฤกษา 12 โดยศึกษาลำดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อความสัมพันธ์ระหว่างสภาพเศรษฐกิจสังคมกับระดับราคาและรูปแบบของที่อยู่อาศัย

⁵จักรภพ กาบทอง (2539) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางในการจัดหาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรม กรณีศึกษา นิคมอุตสาหกรรมนวนคร อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี พบว่าปัญหาที่อยู่อาศัยของแรงงาน คือ ปัญหาการถ่ายเทอากาศภายในห้อง ขนาดห้องพักจะมีเพียง 12 ตารางเมตร ส่วนห้องน้ำก็เล็กมาก 1.5 ตารางเมตร คับแคบมาก ปัญหาทางสังคม จะมีปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนที่พักอาศัยอยู่ ได้แก่ ปัญหามีโจรผู้ร้ายและลักขโมย รองลงมา การทะเลาะวิวาทชกต่อยทำร้ายร่างกายซึ่งกันและกัน มีการมั่วสุมเล่นการพนัน มีการมั่วสุมเสพยาเสพติดต่างๆ

⁴ทศณี นิลมงคล, "ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้ที่ซื้อที่อยู่อาศัย: กรณีศึกษาโครงการบ้านสถาพร 3 และบ้านพฤกษา 12," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546), บทคัดย่อ.

⁵จักรภพ กาบทอง " การจัดหาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรม ," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539), บทคัดย่อ