

บทที่ 2

แนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการท้าวิจัย เรื่อง การเปรียบเทียบที่อยู่อาศัยในเขตเทศบาลเมืองประจวบคีรีขันธ์และหัวหิน ครั้งนี้ ได้อาศัยแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ มาประกอบการพิจารณา อาทิเช่น แนวความคิดเกี่ยวกับความต้องการและความพึงพอใจของมนุษย์ แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย เป็นต้น ซึ่งสามารถสรุปแนวความคิดและทฤษฎีดังนี้

2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

2.1.1 ความหมายของที่อยู่อาศัย

เมื่อกล่าวถึงที่อยู่อาศัยโดยทั่วไปมักเข้าใจถึงสถานที่ที่มนุษย์ใช้เป็นที่พักนอนหลับหรืออย่างน้อยที่สุดใช้เป็นที่พักพิงให้ความปลอดภัยพ้นจากภัยอันตรายต่าง ๆ อันได้แก่ ภัยธรรมชาติและภัยจากผู้คน สถานที่อยู่อาศัยจึงไม่ถูกจำกัดในเรื่องรวางขนาดและความสะดวกสบาย ประสงค์ เอี่ยมอนันต์(2535) อธิบายว่า ที่อยู่อาศัยไม่จำกัดประเภท รูป แบบ ขนาด วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างสถานที่ตั้ง สภาพแวดล้อม และความน่าอยู่อาศัย ตามความเข้าใจดังกล่าวคำว่า “ที่อยู่อาศัย” จึงมิได้จำกัดอยู่แต่เพียงที่อยู่อาศัยที่ดี มีคุณภาพ มีมาตรฐาน หรือมีความน่าอยู่ที่ดีเท่านั้น

2.1.2 บทบาทของที่อยู่อาศัย

การใช้ที่อยู่อาศัยของคนแต่ละกลุ่ม หรือของแต่ละคนนั้นไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้ต้องการที่อยู่อาศัย กลุ่มผู้มีรายได้น้อยอาจใช้ประโยชน์ที่อยู่อาศัยได้หลายด้าน คือใช้พื้นที่ดังกล่าวตั้งแต่เป็นที่นอนพักผ่อน ที่พบปะสมาคม ที่ทำงานบ้าน ที่ทำงานอุตสาหกรรม ในครัวเรือน และที่ประกอบอาชีพ เป็นต้น ดังนั้นที่อยู่อาศัยจึงถูกมองได้หลายแง่มุมทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการใช้งานของที่อยู่อาศัยนั้น ๆ ด้วย ที่อยู่อาศัยอาจมีบทบาทต่าง ๆ ดังนี้

- 1). เป็นที่อยู่อาศัย เป็นที่พักผ่อนและพักผ่อนเพื่อให้ได้รับความปลอดภัยและสะดวกสบาย

2). เป็นการลงทุน บางคนมองที่อยู่อาศัยในแง่ของการลงทุนจึงซื้อที่อยู่อาศัยไว้เพื่อเก็งกำไรด้วยการมีการขายต่อเปลี่ยนมือไป ผู้ที่มองที่อยู่อาศัยในแง่ของการลงทุนนั้นมักซื้อที่อยู่อาศัยมาตุ๋นไว้หรือให้เช่า หรือนำมาตกแต่งดัดแปลงแล้วขายราคาสูงขึ้นเมื่อมีคนต้องการ

3). เป็นผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ผู้มองที่อยู่อาศัยในแง่นี้มักเห็นที่อยู่อาศัยเป็นองค์ประกอบของวัสดุประเภทต่าง ๆ แล้วแยกแยะวัสดุต่าง ๆ ออกมาเป็นชิ้นส่วน เพื่อหาวิธีผลิตวัสดุต่าง ๆ ดังกล่าวหรือคิดวัสดุใหม่ ๆ ขึ้นมาใช้เพื่อให้เกิดความแข็งแรง คงทน สวยงาม และประหยัด

4). เป็นสินค้า ผู้มองที่อยู่เป็นสินค้าที่ลงทุนค้าขายได้มักเป็นผู้ประกอบการเกี่ยวกับการค้าที่อยู่อาศัย ได้แก่ พวกที่ปลูกบ้านสร้างอาคารชุดขายให้แก่ผู้ที่ต้องการที่อยู่อาศัย เป็นต้น

5). เป็นผลผลิตทางวิชาการ นักคิดและนักวิชาการอาจมองที่อยู่อาศัยว่า เป็นผลผลิตของนักคิดต่าง ๆ ทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และแบบชุมชนเมืองหรือนายช่างผังเมือง เป็นต้น

6). เป็นแหล่งงาน ในการก่อสร้างที่อยู่อาศัยจำนวนมากพร้อมกัน ข่อมใช้แรงงานมากทั้งผู้ที่มีประสบการณ์ด้านต่าง ๆ และผู้ที่ไม่มีความชำนาญ ดังนั้นจึงมีผู้มองว่าที่อยู่อาศัยในบริเวณดังกล่าวเป็นแหล่งทำงาน เนื่องจากต้องการแรงงานในการก่อสร้างและบำรุงรักษา

2.1.3 รูปแบบของที่อยู่อาศัย

ที่อยู่อาศัยตามที่ปรากฏอยู่โดยทั่วไปมีรูปแบบต่าง ๆ กัน มีทั้งที่ได้วางแผนจัดให้เป็นที่อยู่อาศัยที่ดี และที่มีได้มีการวางแผน ดังนั้นที่อยู่อาศัยจึงมีหลายรูปแบบ สำหรับชนิดที่มีการวางแผนอาจจำแนกเป็นรูปต่าง ๆ ได้ดังนี้

1). บ้านเดี่ยว เป็นที่อยู่อาศัยที่สร้างโดยเอกเทศ ไม่มีผนังเชื่อมติดกันกับใคร ตัวอาคารสามารถเปิดหน้าต่างได้รอบทุกด้าน มีความสบายในการอยู่อาศัยมากที่สุด

2). บ้านแฝดหรือบ้านคู่ เป็นที่อยู่อาศัยที่มีด้านหนึ่งติดกับหน่วยที่อยู่อาศัยข้างเคียงหรือกล่าวให้เข้าใจง่าย คือ นำบ้านเดี่ยวมาสร้างให้ผนังด้านหนึ่งติดกัน หรือจับเป็นคู่ ๆ จึงเรียกว่าบ้านแฝด ที่อยู่อาศัยแบบนี้ไม่สามารถเปิดหน้าต่างด้านที่ติดกับหน่วยที่อยู่อาศัยที่เป็นคู่อยู่ได้ จึงเปิดหน้าต่างได้ 3 ด้าน มีความสะดวกสบายน้อยลง

3). บ้านแถวหรือเรือนแถว เป็นที่อยู่อาศัยที่มีด้านข้าง 2 ด้านติดกับหน่วยที่อยู่อาศัยอื่น หรือเรียกว่าจับเอาบ้านเดี่ยวมาเรียงต่อกันให้ยาวเป็นพืดเป็นแถว ที่อยู่อาศัยแบบนี้จะเปิดหน้าต่างได้เพียง 2 ด้าน และเปิดไม่ได้ 2 ด้าน เนื่องจากติดกับหน่วยอาศัยอื่น จึงมีความสะดวกสบายน้อยกว่า 2 แบบแรก

4). อาคารชุด เรือนชุด ห้องชุด อพาร์ทเมนต์ หรือคอนโดมิเนียม เป็นที่อยู่อาศัยอีกประเภทหนึ่งซึ่งถือว่าเป็นที่อยู่อาศัยที่อาจจัดให้มีความสะดวกสบายก็ได้ แม้ว่าจะเป็นที่อยู่อาศัยประเภทที่มีการเฉลี่ยเอกลักษณ์ที่ดินร่วมกันก็ตาม ที่อยู่อาศัยประเภทนี้หากจัดโดยไม่ประหยัดเงินเกินไปสามารถทำเป็นที่อยู่อาศัยที่ดีได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเนื้อที่ของหน่วยที่อยู่อาศัย สถานที่ตั้ง และการจัดสาธารณูปโภค เป็นต้น

2.1.4 แนวทางการจัดสร้างที่อยู่อาศัย

การจัดการก่อสร้างที่อยู่อาศัยอาจทำได้หลายวิธีและหลายขั้นตอน และแม้แต่การยุติการก่อสร้างก็อาจทำได้หลายขั้นตอนเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเศรษฐกิจและความต้องการและความจำเป็นของผู้อยู่อาศัย บางรายต้องการที่อยู่อาศัยที่เสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ตั้งแต่เริ่มต้น เนื่องจากมีความจำเป็นเกิดขึ้นแล้วและมีเงินที่จะทำเช่นนั้นได้ บางรายต้องการเพียงบริเวณใช้งานโดยไม่ต้องเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ เพราะผู้อยู่อาศัยต้องการเนื้อที่ใช้งาน แต่ยังไม่มีความพร้อมที่จะสร้างให้เสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์สำหรับบางรายแม้แต่เนื้อที่ใช้งานที่มีความจำเป็นเกิดขึ้นแล้วก็ไม่สามารถที่จะหาเนื้อที่มาใช้งานได้ จึงต้องอยู่อย่างแออัดคับแคบ และก็ต้องทนอยู่อาศัยจนได้ บางรายมีเนื้อที่ใช้งานแต่ขาดความสะดวกสบายเนื่องจากสาธารณูปโภคทั้ง ๆ ที่มีกำลังเงินอย่างเพียงพอในการจัดหาสาธารณูปโภคภายในที่อยู่อาศัยได้ เพื่อให้แต่ละคนแสวงหาที่อยู่อาศัยให้เหมาะสมกับสภาพทางเศรษฐกิจและสังคม จึงทำให้มีชื่อเรียกที่อยู่อาศัยตามขั้นตอนการก่อสร้างต่าง ๆ ดังนี้

1). การจัดสร้างที่อยู่อาศัยที่เสร็จสมบูรณ์ ผู้อาศัยสามารถเข้าอยู่ได้ทันที บางรายเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกและสิ่งสวยงามให้อีกด้วย เช่น ตู้เย็น เตาแก๊ส เครื่องปรับอากาศ ผ้าม่าน และเครื่องเรือน เป็นต้น การจัดสร้างที่อยู่อาศัยประเภทนี้จึงเหมาะสำหรับผู้มีรายได้สูงที่ต้องการที่อยู่อาศัยที่

2). การจัดสร้างที่อยู่อาศัยที่เสร็จไม่สมบูรณ์หรือสร้างเสร็จบางส่วน และเหลือบางส่วนไว้ให้ต่อเติมได้ บางรายให้ต่อเติมส่วนที่ไม่เป็นโครงสร้าง เช่น กันชนัง แบ่งห้อง เพิ่มวัสดุปูพื้น วัสดุเพดาน เพื่อความงาม เป็นต้น บางรายสร้างไว้ให้น้อยมากและให้ผู้อาศัยต่อเติมเองได้เมื่อมีฐานะดีขึ้นและมีความต้องการเนื้อที่เพิ่มขึ้น

2.2 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้บริโภคในด้านที่อยู่อาศัย

2.2.1 ความต้องการและความพึงพอใจของมนุษย์

โดยพื้นฐานของมนุษย์ทั่วไปความต้องการและความพึงพอใจมีความแตกต่างกันและเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา โดยจะขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมซึ่งเป็นตัวโน้มน้าว และสิ่งเร้าใจ (stimuli) Shelley (1975 : 253-254) ได้อธิบายว่ามนุษย์มีความรู้สึกเกิดขึ้นได้เนื่องจากผลกระทบของสิ่งแวดล้อม มี 2 ประการ คือ มีความรู้สึกทางบวก และมีความรู้สึกในทางลบ เมื่อใดที่มีความรู้สึกในทางบวกความทุกข์ก็เกิดขึ้น ซึ่งเป็นความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน เรียกว่า “ระบบความพอใจ” เมื่อระบบความพอใจที่มนุษย์มีความรู้สึกในด้านบวกมากกว่าด้านลบ มนุษย์จะมีความรู้สึกเป็นความสุข

ความรู้สึกในทางบวกหรือลบเกิดขึ้น เมื่อมีสภาพแวดล้อมซึ่งเป็นทรัพยากรที่เป็นสิ่งเร้าใจ มากระทบทำให้เกิดความพึงพอใจขึ้นได้ดังกล่าว ทรัพยากรเหล่านี้ซึ่งมีอยู่แล้วตามธรรมชาติ จึงสามารถ นำมาออกแบบอย่างเหมาะสม ให้มนุษย์เกิดความพึงพอใจสูงสุดในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ได้

ในเรื่องความต้องการของมนุษย์นั้น มีความแตกต่างกันมาก อีกทั้งยังมีโอกาสเปลี่ยนแปลง ไปเรื่อย ๆ ตามเวลาและสภาพสิ่งแวดล้อม เช่น บางคนอยากต้องการการทำงานเพื่อความมั่นคงในชีวิต เพื่อ สังคมเพื่อนฝูงเพื่อนร่วมงาน แต่บางคนกลับต้องการการทำงานที่มีคุณค่าสมกับความรู้ที่เรียนมามากกว่าเงิน เดือน หรือค่าตอบแทนเพียงอย่างเดียว และความต้องการเหล่านี้จะมีการปรับเปลี่ยนไปเรื่อย ๆ ตามปัจจัย ต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกที่พัฒนาเปลี่ยนแปลง

ในลักษณะเช่นเดียวกันความต้องการที่อยู่อาศัยของมนุษย์มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและ รูปแบบไปตามสภาพแวดล้อมและระบบเศรษฐกิจ ตลอดจนความต้องการของผู้เป็นเจ้าของที่มีบทบาท และฐานะทางสังคมเปลี่ยนแปลงสูงขึ้น จะเห็นได้ชัดว่าระยะแรกความต้องการบ้านเป็นที่อยู่อาศัยเพื่อการ อยู่รอดและดำรงชีวิตต่อมาเมื่อมีความสามารถและมีเทคโนโลยีสูงขึ้น ความต้องการได้เปลี่ยนแปลงเป็น ความต้องการเพื่อแสดงออกถึงฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อสนองความต้องการในเรื่องความ สะดวกสบายของการอยู่อาศัย

Abram Maslow (1954, 80-106) ผู้ก่อตั้งทฤษฎีความต้องการเป็นคนแรก ได้กล่าวถึง ความต้องการในลักษณะต่าง ๆ ของมนุษย์ 6 ชนิด คือ

1. ความต้องการด้านปัจจัยสี่ เพื่อการอยู่รอดและการดำรงชีพหรือความต้องการ ทางร่างกาย
2. ความต้องการทางด้านความมั่นคง
3. ความต้องการทางสังคม
4. ความต้องการด้านฐานะหรือความเด่น
5. ความต้องการเป็นอิสระควบคุมหรือรับผิดชอบตนเอง และมีความเป็นตัวของตัวเอง
6. ความต้องการเกี่ยวกับความสามารถ ความสำเร็จ และความพึงพอใจใน ตามความนึกคิดของตน

ความต้องการ 4 ชนิดแรกนั้นเป็นความความต้องการที่ตอบสนองได้จากปัจจัย หรือสิ่ง ต่าง ๆ ที่มาจากภายนอก (Extrinsic) สำหรับความต้องการ 2 ข้อหลังเป็นความต้องการเกี่ยวกับความพึง พพอใจตามความนึกคิดของตนเอง (self realization) ความสามารถและการมีอิสระเป็นตัวของตัวเองนั้น

จะทำได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น แต่จะตอบสนองได้ก็โดยความนึกคิดของแต่ละบุคคลที่มีขึ้นภายในจิตใจของเขาเองเป็นสำคัญ

นอกจากนี้ Maslow ได้อธิบายอีกว่า ความต้องการต่าง ๆ จะมีการจัดเรียงลำดับจากต่ำไปหาสูง โดยเชื่อว่าความต้องการต่าง ๆ จะมีการจัดระเบียบเป็นเสมือนขั้นบันไดที่มีการเรียงเป็นขั้น ๆ ดังนั้นความต้องการทางด้านความสำเร็จตามความนึกคิด จะมีขึ้นมาได้ก็ต่อเมื่อความต้องการด้านการอยู่รอดทางด้านความมั่นคง และอื่น ๆ ได้รับการตอบสนองแล้ว และเมื่อใดที่ความต้องการในลำดับที่ต่ำกว่ายังไม่ได้มีการตอบสนอง ความต้องการลำดับต้นๆ ก็จะมีความสำคัญขึ้นมา และความต้องการอื่น ๆ ที่อยู่สูงขึ้นไปก็จะลดความสำคัญไปโดยปริยาย

ธงชัย สันติวงษ์ (2533) ได้อธิบายเพิ่มเติมในส่วนทฤษฎีของ Maslow ไว้ว่า คนทุกคนมีความต้องการด้านความสำเร็จตามความนึกคิดหรือความต้องการด้านการเติบโต ซึ่งเป็นความต้องการที่ดูจะไม่มีทางตอบสนองได้อย่างเพียงพอ เมื่อใครก็ตามได้รับความพอใจด้านความสำเร็จตามความนึกคิดแล้ว จะยังมีความต้องการด้านนี้มากขึ้น ซึ่งในประเด็นนี้แสดงออกได้อย่างชัดเจนในเรื่องของรูปแบบตลอดจนทำเลที่ตั้งของที่อยู่ของมนุษย์ที่เปลี่ยนแปลงตามสิ่งเร้าภายใน และภายนอกที่กระทบตัวบุคคล ด้วยเหตุนี้เองความต้องการทางด้านความสำเร็จตามความนึกคิดจึงไม่เหมือนกับความต้องการชนิดอื่น ๆ โดยมีความสำคัญอย่างต่อเนื่องโดยไม่ขาดตอน และไม่สิ้นสุด ซึ่งชี้ให้เห็นถึงว่าปัญหาที่อยู่อาศัยของมนุษย์สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่นกัน

ดังนั้นภาพรวมพฤติกรรมของมนุษย์จะเป็นไปโดยมีข้อสมมติฐาน 3 ประการที่สัมพันธ์กันอยู่คือ

1. พฤติกรรมจะเกิดขึ้น ได้ก็โดยที่ต้องมีสาเหตุมาทำให้เกิด (Behavior is caused)
2. พฤติกรรมจะเกิดขึ้น ได้ก็โดยที่ต้องมีแรงกระตุ้นสิ่งใดสิ่งหนึ่งมากระตุ้นทำให้เกิด (Behavior is motivated)
3. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นจะเป็นไปโดยมีจุดมุ่งหมายเสมอ (Behavior goal)

สมมติฐานทั้ง 3 ประการนี้สัมพันธ์กันเป็นกระบวนการของพฤติกรรมที่จะมีอยู่เหมือนกันของมนุษย์ทุกคนโดยไม่จำกัดด้วยหรือวัฒนธรรมใด

อุทัย หิรัญโต (25 :) ได้ให้ความหมายการจูงใจ(Motivation) ไว้ว่า คือการกระทำทุกวิถีทางที่จะให้บุคลากรหรือผู้ปฏิบัติงานเกิดพฤติกรรมในทางที่ต้องการ การจูงใจเปรียบเสมือนแรงขับภายใน (Internal drive) ที่จะทำให้บุคคลเกิดพฤติกรรมการทำงานในทางที่ถูกต้องและเป็นไปตามที่

ต้องการคาดหวังไว้ ดังนั้นพื้นฐานที่สำคัญของการรู้จักคือการสร้างให้เกิดความต้องการ (Needs) ขึ้นก่อน เมื่อคนเกิดความต้องการแล้วก็จะเกิดแรงขับ (Drives) หรือความอยากที่จะกระทำขึ้นจนผลสุดท้ายก็จะเกิดการกระทำหรือพฤติกรรม (behavior) ตามเป้าหมายที่ต้องการ ดังแผนภูมิ



2.2.2 ความต้องการของผู้บริโภคทางด้านที่อยู่อาศัย

มานพ พงศทัต (2527 : 2-13) ได้แนะนำเกี่ยวกับความต้องการที่อยู่อาศัยว่ามีหลายประเภท นักเศรษฐศาสตร์ได้พยายามแบ่งออกเป็น 2 พวกใหญ่ ๆ คือ

1). ความต้องการที่เป็นจริง (Housing Need) ที่อยู่อาศัยเป็นความต้องการด้านปัจจัย 4 ของมนุษย์ที่ขาดไม่ได้ เมื่อขนาดของครอบครัวที่ขยายขึ้น หรือที่มีอยู่เก่าไม่ได้มาตรฐานขั้นต่ำ (minimum Standard) ความต้องการด้านที่อยู่อาศัยจะเกิดขึ้นและเป็นพวกที่ต้องการที่อยู่อย่างจริงจัง

2). ความต้องการฉาบฉวย (Housing Want) ได้แก่ ความต้องการที่อยู่อาศัยของพวกที่มีที่อยู่อาศัยอยู่แล้ว แต่ยังคงต้องการจะเพิ่มมาตรฐานที่อยู่อาศัยของตัวเองให้สูงขึ้นไปอีก เช่นที่อยู่อาศัยจากที่รัฐบาลปลูก อาจต้องการย้ายไปซื้อบ้านจัดสรรที่มีบริเวณกว้างขึ้น กลุ่มคนรายได้ชั้นกลางที่อาศัยบ้านของพ่อแม่ ต้องการบ้านที่กว้างขึ้น สะดวกขึ้น หรือเศรษฐกิจที่อยู่อาศัยอยู่ในห้องแถวในตัวเมือง ทำการค้าขายมานานต้องการบ้านชั้นดีตามชานเมือง เป็นต้น อีกพวกหนึ่งได้แก่ความเป็นอยู่สูงกว่ามาตรฐานขั้นต่ำแล้วแต่ต้องการเพิ่มมาตรฐานให้ตัวเองหรือพวกที่เข้ามาในตลาดเพื่อการค้ากำไร ซึ่งเราเรียกพวกนี้ว่านักเก็งกำไร (speculator) พวกนี้จะเป็นพวกที่มีเครดิตพอสมควร มีที่อยู่อาศัยของตนเองอยู่แล้ว แต่เข้ามาซื้อเพื่อที่จะขายต่อในราคาที่สูง กลุ่มพวกนี้มีมากในตลาดที่อยู่อาศัย และมีอยู่เสมอซึ่งจะทำให้ไม่สามารถจะคาดคะเนความต้องการที่แท้จริงได้ และพวกนี้จะมีมากในขณะที่ตลาดที่อยู่อาศัยกำลังจะขยายตัวและกลุ่มพวกนี้มักจะเป็นกลุ่มที่ทำรายได้สูงสุดในบรรดาผู้ประกอบการด้านที่อยู่อาศัย แต่ในด้านความต้องการทั่วไปพวกนี้จะไปปิดบังความต้องการที่อยู่อย่างแท้จริง ทำให้ราคาที่อยู่อาศัยแพงขึ้น และบางแห่งปราศจากคนอยู่ เช่น ห้องแถวทั้งหลายที่มีคนซื้อแต่ปิดเงียบ หรือไม่กี่ตามหมู่บ้านต่าง ๆ ที่ขายหมดแล้วแต่ไม่มีคนอาศัยทำให้เกิดความเสียหายในด้านเศรษฐกิจต่อส่วนรวม

2.2.3 การตัดสินใจเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

“ การตัดสินใจ ” เป็นกระบวนการหรือเทคนิคในการลดจำนวนทางเลือกที่มีอยู่หลาย ๆ ทางให้เหลือเพียงทางเดียว (Barnard, 1938) สำหรับ Simon (1960) อธิบายว่าในกระบวนการเลือกหรือการตัดสินใจนั้นอาจผ่านขั้นตอนที่เป็นกิจกรรมที่สำคัญๆ เช่นกิจกรรมทางด้านเซาว์ปัญญา (Intelligence Activity) กิจกรรมทางด้านกรออกแบบ (Design Activity) และกิจกรรมทางด้านกรคัดเลือก (Choice Activity) เป็นต้น อย่างไรก็ตามมีผู้อธิบายว่า การตัดสินใจเป็นการเลือกสิ่งที่ดีและนำไปปฏิบัติจริง ดังนั้นการตัดสินใจไม่ได้สิ้นสุดที่การเลือกแต่ไปสิ้นสุดที่การปฏิบัติจริง (Newman, Summer, and Kirdy, 1972) ซึ่งสรุปได้ว่ากระบวนการตัดสินใจคือการตัดสินใจอย่างมีเหตุผล (Rationality) แต่ความมีเหตุผลอาจจะมองได้หลายกรณี ดังเช่นในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า มาร์ติโน (Martineau, 1958) ได้พบว่าคนในสังคมมีระดับต่างกันและใช้เหตุผลในการซื้อต่างกัน คนที่มีฐานะปานกลางจะใช้เหตุผลและคำนึงถึงอนาคตมากกว่าคนที่ฐานะต่ำกว่า ซึ่งมักคำนึงถึงแต่ปัจจุบันและอดีตเท่านั้น และพบว่ายังตัดสินใจซื้อในสิ่งที่แตกต่างกันด้วย เช่นในการเลือกซื้อสินค้าประเภททองถาวร คนที่มีฐานะต่ำกว่าจะซื้อสินค้าในทันทีที่ของเดิมใช้ไม่ได้ แต่คนฐานะปานกลางจะมีการวางแผนไว้ล่วงหน้า และมีกระบวนการซื้อต่างกัน และสำหรับการเลือกทำเลซื้อสินค้า ก็ยังพบว่าคนฐานะต่ำมักนิยมซื้อจากร้านในท้องถิ่นใกล้ที่อยู่อาศัย ในขณะที่คนมีรายได้ปานกลางและค่อนข้างสูง จะมีความมั่นใจในการซื้อและจะเสาะหาเปรียบเทียบจากหลาย ๆ ร้าน และจากที่ไกล ๆ

สำหรับการตัดสินใจในการเลือกซื้อของครอบครัวสามัญกรรรมามีอิทธิพลต่อการซื้อ จำแนกออกได้ 4 แบบ (Engel, Kollat & Blackwell, 1968 : 40) ดังนี้

- 1). สามีและกรรรมามีการตัดสินใจเท่า ๆ กัน
- 2). สามีเป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจแต่เพียงฝ่ายเดียว
- 3). กรรรมามีอำนาจการตัดสินใจแต่เพียงฝ่ายเดียว
- 4). สามีและกรรรมามีการตัดสินใจร่วมกัน

2.2.4 ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจเป็นขั้นตอนที่สำคัญในขบวนการซื้อ ต้องพยายามเข้าใจผู้บริโภคว่ามีขั้นตอนการปฏิบัติในการตัดสินใจในการซื้ออย่างไร แต่ละขั้นตอนจะให้ข้อคิดแก่นักการตลาดว่า นักการตลาดจะสามารถให้ความสะดวกหรือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคอย่างไร

นักการตลาดต้องรู้ถึงขบวนการซื้อของผู้บริโภคสำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัทโดยอาจจะพิจารณาจากพฤติกรรมของตัวเองหรืออาจจะสัมภาษณ์ตัวอย่าง ผู้ซื้อ โดยให้พยายามระลึกถึงเหตุการณ์ใน

ขณะที่ซื้อผลิตภัณฑ์ หรืออาจจะถามตัวอย่างผู้บริโภคให้คาดคะเนความคิดในการซื้อผลิตภัณฑ์ วิธีการเหล่านี้จะทำให้ทราบถึงขั้นตอนในขบวนการซื้อแล้วทำรายงานของผู้บริโภคออกมา

จากการสำรวจรายงานของผู้บริโภคจำนวนมากในขบวนการซื้อ พบว่าผู้บริโภคตามขบวนการ 5 ขั้นตอนคือ การกระตุ้นความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกละหลังการซื้อ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าขบวนการซื้อเริ่มต้นก่อนการซื้อจริง ๆ และมีผลกระทบละหลังการซื้อ ซึ่งพอสรุปขบวนการซื้อ ดังมีรายละเอียดในแต่ละขั้นตอน ดังนี้

1). การกระตุ้นความต้องการ (Need Arousal) หรือการรับรู้ปัญหาการที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการของคนซึ่งอาจเกิดเอง หรือเกิดจากสิ่งกระตุ้นความต้องการจากภายในบุคคล ได้แก่ ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ สิ่งเหล่านี้เมื่อเกิดขึ้นถึงระดับหนึ่งก็จะกลายเป็นสิ่งกระตุ้น บุคคลจะเรียนรู้ถึงวิธีที่จะจัดการกับสิ่งกระตุ้นจากประสบการณ์ในอดีต ทำให้เขารู้ว่าจะสนองสิ่งกระตุ้นอย่างไร

ในกรณีที่ความต้องการถูกกระตุ้นจากสิ่งกระตุ้นภายนอก เช่น เมื่อเดินผ่านร้านขายขนม และมองเห็นขนมทำให้เกิดความต้องการ ความพอใจรถยนต์คันใหม่ของเพื่อนบ้านหรือการพอใจผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งจากการโฆษณาโทรทัศน์ เป็นต้น สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ทำให้เกิดความต้องการขึ้น

งานที่สำคัญของนักการตลาดในขั้นกระตุ้นความต้องการมี 2 ประการ คือ

ประการแรก นักการตลาดต้องเข้าใจสิ่งกระตุ้นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค ตัวอย่างนักการตลาดต้องระลึกว่า รถยนต์สนองความต้องการด้านความสะดวกในการเดินทาง รถยนต์ยังสามารถให้ความพอใจในด้านสถานภาพในสังคมทำให้เกิดความตื่นเต้นจากของเขตที่รถยนต์สามารถสนองสิ่งกระตุ้นได้หลายอย่าง จะทำให้บุคคลเกิดความต้องการอยากเป็นเจ้าของรถยนต์อย่างแท้จริง

ประการที่สอง แนวความคิดการกระตุ้นความต้องการจะช่วยให้ นักการตลาดระลึกว่า ความต้องการสำหรับผลิตภัณฑ์ จะเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา นักการตลาดสามารถจัดเหตุการณ์ต่าง ๆ ด้านจังหวะเวลา เพื่อกระตุ้นความต้องการ

2). การค้นหาข้อมูล (Information Search) ถ้าความต้องการถูกกระตุ้นมากพอและสิ่งที่สามารถสนองความต้องการอยู่ใกล้กับบริโภค ผู้บริโภคจะดำเนินการเพื่อให้เกิดความพอใจทันที แต่ในบางครั้งความต้องการที่เกิดขึ้น ไม่สามารถสนองความต้องการได้ทันที ความต้องการจะถูกจดจำไว้ เพื่อหาการสนองความต้องการในภายหลัง เมื่อความต้องการที่ถูกกระตุ้นได้สะสมไว้มากจะทำให้เกิดการปฏิบัติในภาวะอย่างหนึ่ง คือความตั้งใจให้ได้รับการตอบสนองความต้องการที่ถูกกระตุ้น

ปริมาณข้อมูลที่ค้นหาขึ้นกับว่าบุคคลเผชิญกับการแก้ปัญหามากหรือน้อย ข้อมูลที่ผู้บริโภคต้องการ เป็นข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

หลักการตลาดให้ความสนใจเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลซึ่งผู้บริโภคแสวงหาและอิทธิพลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเลือกแหล่งข้อมูลของผู้บริโภค ประกอบด้วย 4 กลุ่ม คือ

1. แหล่งบุคคล (Personal Sources) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนรู้จัก ฯลฯ
2. แหล่งการค้า (Commercial Sources) ได้แก่ สื่อการโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนการค้า การบรรจุหีบห่อ การแสดงสินค้า ฯลฯ
3. แหล่งสาธารณะ (Public Sources) ได้แก่ สื่อมวลชน องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ฯลฯ
4. แหล่งทดลอง (Experimental Sources) ได้แก่ หน่วยงานที่สำรวจคุณภาพผลิตภัณฑ์ หรือหน่วยวิจัยภาวะตลาดของผลิตภัณฑ์

อิทธิพลของแหล่งข้อมูล จะแตกต่างกันตามชนิดของผลิตภัณฑ์และลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค โดยทั่วไปผู้บริโภคได้รับข้อมูลต่าง ๆ จากแหล่งการค้า ซึ่งนักการตลาดควบคุมการให้ข้อมูลได้แต่ละแบบจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน การพิจารณาความสำคัญของแต่ละแหล่งข้อมูลโดยสัมภาษณ์ผู้บริโภคว่าผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์ได้อย่างไร และแหล่งข้อมูลอะไรที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค

3). การประเมินผล (Evaluation Behavior) เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลมาแล้วจากขั้นที่สอง ผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจและประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ นักการตลาดจำเป็นต้องรู้ถึงวิธีการต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินผลทางเลือก ขบวนการประเมินผลไม่ใช่สิ่งที่ย่างและไม่ใช่ขบวนการเดียวกับผู้บริโภคทุกคน และไม่ใช้เป็นผู้ซื้อคนเดียวคนหนึ่งในทุกสถานการณ์การซื้อ

แนวความคิดพื้นฐานที่ช่วยเหลือในขบวนการประเมินผลพฤติกรรมผู้บริโภคมีหลายประการคือ ประการแรก คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ (Production Attributes) กรณีที่ผู้บริโภคพิจารณาผลิตภัณฑ์ว่ามีคุณสมบัติอะไรบ้าง ผลิตภัณฑ์อย่างใดอย่างหนึ่งจะมีคุณสมบัติกลุ่มหนึ่ง คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ในความรู้สึกของผู้ซื้อ สำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะแตกต่างกัน

คุณสมบัติต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์นอกจากทำให้เกิดความสนใจโดยทั่วไป ๆ ไปแล้วผู้บริโภคจะมีความแตกต่างกัน ตามสิ่งที่เขาสนใจ นักการตลาดจึงแบ่งตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ออกเป็น ส่วน ๆ ตามคุณสมบัติที่สร้างความสนใจขั้นต้นให้แก่ผู้ซื้อได้แตกต่างกัน

ประการที่สอง ผู้บริโภคจะให้น้ำหนักความสำคัญสำหรับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน นักการตลาดต้องพยายามค้นหาถึงลำดับความสำคัญ สำหรับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

ประการที่สาม ผู้บริโภคมีการพัฒนาความเชื่อเกี่ยวกับตรา เนื่องจากความเชื่อถือของผู้บริโภคขึ้นกับประสบการณ์เฉพาะอย่างของผู้บริโภค และความเชื่อถือเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จะเปลี่ยนแปลงได้เสมอ

ประการที่สี่ ผู้บริโภคมีทัศนคติในการเลือกตราโดยผ่านขบวนการประเมินผลขั้นต้น ด้วยการกำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่เขาสนใจ แล้วเปรียบเทียบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ตราต่าง ๆ

4). การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง หลังจากมีการประเมินผลจากข้อ 3 โดยการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุด

5). พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Postpurchase-Behavior) เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจ หลังจากมีการซื้อผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ความรู้สึกนี้ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และความคาดหวังของผู้บริโภค ถ้าผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติเป็นไปตามที่เขาคาดหวัง เขาจะพอใจและมีการซื้อซ้ำ ถ้าผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติต่ำกว่าที่เขาคาดหวัง เขาจะไม่พอใจ และไม่ซื้ออีก

2.3 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งที่อยู่อาศัย

2.3.1 การเลือกทำเลที่ตั้งที่อยู่อาศัย

แนวความคิดในการเลือกทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย จะขึ้นอยู่กับความพึงพอใจในรูปแบบที่อยู่อาศัย ทำเลที่ตั้ง ความสะดวกในการเข้าถึง สภาพแวดล้อมที่ดี ความสามารถในการเลือกที่อยู่อาศัยในระดับภาคต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยอีก เช่น ระยะเวลาในการเดินทางของกลุ่มของเพื่อนบ้านที่อยู่อาศัยอยู่ใกล้เคียง เป็นต้น นักทฤษฎีหลายท่านศึกษาเกี่ยวกับการเลือกทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัยในหลายด้าน โดยสามารถจัดกลุ่มได้ใน 3 ลักษณะ คือ

1). พิจารณาถึงทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัยโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เนื่องจากในปัจจุบันได้เกิดสภาวะแวดล้อมเป็นพิษจากผลของอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นปัญหาต่อการอยู่อาศัยภายในเมือง ดังนั้นจึงเกิดแนวความคิดในการเลือกทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัยแห่งใหม่ให้มีสภาพแวดล้อมที่ดีและเหมาะสมต่อการอยู่อาศัย

D.T. Herbert (Carter 1975 : 265) ได้เสนอความคิดเกี่ยวกับการเลือกบริเวณที่พักอาศัยว่า ควรพิจารณาปัจจัยทั้งทางด้านสภาพแวดล้อมและระยะทางระหว่างที่พักอาศัยและที่ทำงาน

William H. Claire (1973 : 59-62) ได้อธิบายถึงการเลือกทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัยว่า ที่อยู่อาศัยนั้นควรมีสภาพแวดล้อมที่ดี ปลอดภัยจากภัยธรรมชาติและมีความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงระหว่าง บ้าน แหล่งงาน และแหล่งเศรษฐกิจ ในปัจจุบันสนามกอล์ฟนับเป็นแหล่งที่มีสภาพแวดล้อมแบบโล่งแจ้ง และ

ผู้คนนิยมออกกำลังกายและเล่นกอล์ฟมากขึ้น และคนจึงนิยมเลือกทำเลที่อยู่อาศัยบริเวณที่มีหรืออยู่ใกล้สนามกอล์ฟ แต่ก็จะมีขีดจำกัดเฉพาะผู้ที่มีรายได้สูง

2). พิจารณาทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย โดยคำนึงถึงการเดินทาง ไปยังแหล่งบริการต่าง ๆ โดยเฉพาะแหล่งงาน ซึ่งการเดินทางเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นเป็นประจำ ทฤษฎีที่ได้ให้ความสำคัญของการทำเลที่ตั้งที่อยู่ในลักษณะดังกล่าวนี้ สรุปได้ดังนี้

Lowdow Wingo, Jr.(1961) ให้ความสำคัญกับการเดินทางไปทำงานมากที่สุด และได้ให้ข้อสรุปว่า การย้ายที่อยู่อาศัยเข้าใกล้แหล่งงานมากขึ้น ราคาที่ดินก็จะยิ่งสูงขึ้น ขณะที่ค่าเดินทางลดลง แต่ครัวเรือนจะยังคงย้ายที่อยู่เข้าใกล้แหล่งงานเรื่อย ๆ จนกระทั่งพบทำเลที่ตั้งซึ่งเงินที่ประหยัดได้จากการเดินทางที่ลดลงเท่ากับขนาดที่ดินที่ลดลง

Brian Goodall (Harold Carter 1975 : 265) ได้กล่าวถึงแนวความคิดในการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยว่า ที่ตั้งต้องมีความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงแหล่งบริการต่าง ๆ โดยเฉพาะแหล่งงาน และยังมีผลกระทบของแหล่งงานก็จะยังมีการกระจายตัวของที่อยู่อาศัย นอกจากนี้รายได้และสภาพครอบครัวก็มีอิทธิพลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย โดยเฉพาะครอบครัวที่มีเด็กก็จะยังต้องการที่อยู่อาศัยซึ่งมีโรงเรียนตั้งอยู่ไม่ไกลนัก โดยมีหลักเกณฑ์ในการเลือกที่อยู่อาศัยจะพิจารณาคุณสมบัติของที่อยู่อาศัย 3 ประการ คือ

1) ลักษณะของบ้าน ได้แก่ ความเก่าใหม่ของบ้าน ขนาดของบ้านที่เหมาะสมกับขนาดของครอบครัว และคุณสมบัติของส่วนประกอบภายในบ้าน

2) ลักษณะของชุมชน ผู้อยู่อาศัยมักจะเลือกบริเวณที่อยู่อาศัยที่มีสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมเหมือนกับตนเอง

3) ความสัมพันธ์ของที่ตั้งนั้น ๆ กับพื้นที่โดยรอบ ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งงาน ย่านการค้า อุตสาหกรรม และการติดต่อสัมพันธ์กับกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

John. F. Kain (Carter 1975) กล่าวถึงปัจจัยด้านระยะทางไปยังแหล่งงานที่มีผลต่อที่ตั้งของที่อยู่อาศัย ว่ามีความสัมพันธ์กับระดับรายได้ กล่าวคือ ระยะทางในการเดินทางไปทำงานจะเพิ่มขึ้นตามระดับรายได้ ผู้มีรายได้สูงที่ทำงานอยู่ในบริเวณศูนย์กลางเมืองมีแนวโน้มในการเดินทางไปทำงาน ในระยะทางที่ไกลกว่าและจะอยู่อาศัยในเขตชานเมือง ส่วนผู้มีรายได้ต่ำจะเดินทางในระยะทางที่ใกล้กว่าและอาศัยอยู่ในบริเวณแหล่งงานโดยไม่คำนึงว่าแหล่งงานจะอยู่ที่ใด

นอกจากนี้ นักทฤษฎีบางท่านได้พิจารณาถึงความสัมพันธ์ของระยะห่างระหว่างที่ตั้งของที่อยู่อาศัยกับที่ทำงาน และฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว โดยให้ความเห็นว่าเพื่อให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง กลุ่มผู้มีรายได้ต่ำจะพยายามเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยให้ใกล้กับแหล่งงานมากกว่ากลุ่มผู้มีรายได้สูง โดยนักทฤษฎีที่ได้ให้แนวคิดดังกล่าวนี้มี อาทิ เช่น

Richard F. Muth (1969 : 11) ได้กล่าวถึงความแตกต่างในการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูง และรายได้น้อยกว่า ประชากรที่มีรายได้สูงจะมีแหล่งที่พักอาศัยในเขตชานเมือง เพราะพอใจที่จะอยู่ในบริเวณที่มีความหนาแน่นต่ำ เนื่องจากต้องการบ้านในบริเวณที่ไม่แออัด แต่ประชากรที่มีรายได้น้อยจะอยู่ใกล้ศูนย์กลางของเมืองเพื่อให้สะดวกในการเดินทางไปทำงานและกิจการอื่น ๆ

W. Lean และ Brian Goodall (1974 : 169-172) ได้กล่าวถึงการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยว่าผู้มีรายได้นั้นแตกต่างกัน จะมีความแตกต่างกันในการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยอีกด้วย โดยผู้มีรายได้น้อยจะพยายามมีที่อยู่อาศัยใกล้กับที่ทำงาน (โดยเฉพาะการที่มีที่ทำงานในเขตอุตสาหกรรม) เพราะจะประหยัดค่าเดินทาง โดยอาจเสียค่าใช้จ่ายเฉพาะค่าเช่าบ้าน ส่วนผู้มีรายได้สูงจะสามารถเลือกที่อยู่อาศัยได้หลายประเภท โดยไม่ต้องสนใจว่าที่อยู่อาศัยกับที่ทำงานต้องมีความสัมพันธ์ต่อกัน เพราะผู้มีรายได้สูงจะสามารถเดินทางได้รวดเร็วโดยจะใช้เวลาเท่ากับผู้มีรายได้น้อยที่อยู่ใกล้แหล่งงาน

Jay Siegel (Hirsch, 1973 : 56-57) ได้กล่าวถึงหลักเกณฑ์ในการเลือกที่อยู่อาศัยว่ามีปัจจัยที่สำคัญอยู่ 3 ประการ คือ

- 1) ความสะดวกในการเข้าถึง (Accessibility)
- 2) คุณภาพสิ่งแวดล้อม เช่น ลักษณะทางสังคมของชุมชน สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ บริการสาธารณะสำหรับชุมชน ความพึงพอใจที่ได้รับจากที่ตั้งนั้น เป็นต้น
- 3) ลักษณะที่ดินที่ใช้ในการปลูกบ้านและทำเลที่ตั้ง

3). ทิวทัศน์ทำเลที่ตั้งที่อยู่อาศัยโดยคำนึงถึงการบริการสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ นักทฤษฎีที่ได้ให้ความสำคัญของการบริการสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ มีอาทิ เช่น

Brian Goodall (1972 : 150-161) กล่าวถึงอิทธิพลของการบริการสาธารณูปโภคและสาธารณูปการภายในเมืองที่ไม่เท่าเทียมกัน จะมีผลต่อการเลือกที่ตั้งที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูง และบริการสาธารณะต่าง ๆ จะเป็นตัวชี้มาให้เกิดการพัฒนาพื้นที่ได้โดยเฉพาะบริเวณชานเมือง

Barrie Needham (1977 : 101-106) กล่าวว่ากรณีที่มีปะทะสัมพันธ์ของกิจกรรมต่าง ๆ จะเป็นเหตุให้เกิดการรวมกลุ่มกันของบรรดากิจกรรมต่าง ๆ ขึ้นได้ โดยเฉพาะในด้านของที่อยู่อาศัยจะเกิดการรวมกลุ่มกันของที่อยู่อาศัยด้วย 2 สาเหตุ

- 1). ความสะดวกในการเข้าถึง (Accessibility) เพราะผู้อยู่อาศัยต้องการการเดินทางอย่างสะดวกมายังที่ทำงาน ร้านค้า สถานศึกษา ซึ่งสถานที่ดังกล่าวนี้เป็นสถานที่ที่มีการรวมกลุ่มกัน ดังนั้นที่อยู่อาศัยจึงมีแนวโน้มที่จะตั้งรอบ ๆ กับกลุ่มของสถานที่เหล่านี้ด้วยเช่นกัน

2) การประหยัดจากภายนอก (External Economy) การรวมกลุ่มกันของที่อยู่อาศัยดังกล่าว จะช่วยให้เกิดความประหยัดจากการใช้สาธารณูปโภคและสาธารณูปการต่าง ๆ รวมกัน เช่น ถนน สถานศึกษา สถานรักษาพยาบาล และบริการทางสังคมอื่น ๆ อีกด้วย

ในสภาพปัจจุบัน ในเมืองใหญ่ต่าง ๆ ที่มีการเพิ่มขึ้นของประชากรภายในเมืองและมีความแออัดคับคั่งของกิจกรรมต่าง ๆ ภายในเมืองทำให้การบริการทั้งด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการภายในเมืองไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้อยู่อาศัยภายในเมืองโดยรอบ ซึ่งทำให้บรรดาที่อยู่อาศัยและกิจกรรมบริการต่าง ๆ กระจายออกจากเมืองไปตามเส้นทางสาธารณูปโภคเหล่านั้น อันเป็นการพัฒนาพื้นที่ที่ยังมิได้ใช้ประโยชน์ และขยายขอบเขตของเมืองออกไปมากยิ่งขึ้น

สรุปแนวความคิดเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัยจากนักคิดและนักทฤษฎีทั้งหลายนั้น ต่างมีความคิดเกี่ยวกับการเลือกที่ตั้งที่อยู่อาศัยว่าควรมีปัจจัยต่าง ๆ ที่ควรพิจารณาถึงคือ

- สภาพสิ่งแวดล้อมที่ดีต่อการอยู่อาศัย
- สะดวกในการเดินทางเข้าถึงที่อยู่อาศัย และสะดวกในการเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังแหล่งบริการต่าง ๆ โดยเฉพาะที่ทำงาน
- อยู่ในบริเวณที่มีสาธารณูปโภคและสาธารณูปการดี
- สภาพทางสังคมวัฒนธรรมของผู้อยู่อาศัยทั้งเดิมในบริเวณดังกล่าว จะเป็นแรงดึงดูดสำคัญ ให้กลุ่มผู้อยู่อาศัยใหม่เดินทางเข้าอยู่อาศัยในบริเวณนั้นด้วย

ซึ่งปัจจัยดังกล่าวล้วนแล้วแต่มีความสำคัญในการเลือกที่ตั้งที่อยู่อาศัยที่เหมาะสม แต่ในสภาพความเป็นจริงในการเลือกที่ตั้งที่อยู่อาศัยของมนุษย์ก็อาจมีเงื่อนไขอื่น ๆ ในการเลือกที่ตั้งที่อยู่อาศัยอีกด้วย อาทิ เช่น

1) รายได้ของผู้อยู่อาศัย ผู้อยู่อาศัยที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความต้องการที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมกับรายได้ของเขาเอง

ในผู้มีรายได้สูง จะมีความสามารถในการเลือกทำเลที่ตั้งที่อยู่อาศัยที่ดีตามที่ตนต้องการได้ โดยเฉพาะสามารถเลือกทำเลที่อยู่อาศัยที่ดีได้ตามปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัยได้สรุปไว้แล้ว

แต่ในผู้มีรายได้น้อย จะถูกจำกัดด้วยความสามารถในการซื้อ จากสภาวะที่รายได้น้อย ทำให้ไม่อาจเลือกที่อยู่อาศัยซึ่งทำเลที่ตั้งที่ดีในราคาสูง ซึ่งมีบริการทุกด้านครบด้วย แต่จะต้องการที่อยู่อาศัยราคาถูก (หรือค่าเช่าถูก) และเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง จะพยายามอยู่ชิดกับแหล่งการค้า หรืออุตสาหกรรมของเมืองอย่างหนาแน่น

2) การเข้าถึงแหล่งงาน อาจจะมีอิทธิพลต่อการกระจายตัวของประชากรมากกว่าปัจจัยอื่น ๆ ครอบครัวจะต้องพิจารณาระหว่างความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งงานของหัวหน้าครอบครัว

กับความเป็นได้หลาย ๆ ด้านที่เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางจากบ้านไปที่ทำงานราคาที่ดินที่เหมาะสม
ความต้องการด้านอื่น ๆ ในการติดต่อกับเมืองและสิ่งพอใจต่าง ๆ

3) ระยะเวลาในช่วงชีวิตแต่ละช่วง มีผลต่อการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยผู้เลือกที่อยู่
อาศัยในวัยต่าง ๆ กันจะมีความต้องการที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันกล่าวคือ

วัยหนุ่มสาว ซึ่งเป็นวัยศึกษาเล่าเรียนหรือเริ่มทำงาน วัยนี้จะมีอิสระในการเลือกที่
อยู่อาศัยให้เหมาะสมกับความต้องการทางด้านการศึกษาและที่ทำงาน

วัยแต่งงานมีครอบครัว ต้องการที่ตั้งของที่อยู่อาศัย และรูปแบบให้สัมพันธ์กับ
สภาพครอบครัว

วัยที่มีบุตร ต้องการที่อยู่อาศัยที่มีพื้นที่มากขึ้นและให้เหมาะสมกับรายได้
วัยสูงอายุ อาจต้องการที่อยู่อาศัยที่สงบเงียบ กว้างขวางในเขตชานเมือง

4) วิธีการดำเนินชีวิต มีบทบาทต่อการเลือกหาที่อยู่อาศัย ให้มีภาวะแวดล้อมทาง
สังคมของชุมชนนั้น ๆ ในทิศทางที่สอดคล้องกับวิถีทางดำเนินชีวิตของตนได้ดี อาทิเช่น ครอบครัว
มุสลิม เมื่อจะย้ายที่อยู่ใหม่ให้อยู่ในละแวกชุมชนมุสลิมด้วยกัน

ด้วยเงื่อนไขต่าง ๆ ดังกล่าวทำให้การเลือกที่ตั้งของผู้อยู่อาศัยในสภาพจริงแตกต่างกัน
ไปตามสภาพ และฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้อยู่อาศัย โดยเฉพาะของผู้ตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย
ของครอบครัวเป็นสำคัญ

2.3.2 แนวความคิดเกี่ยวกับการย้ายที่อยู่อาศัย

การย้ายที่อยู่อาศัยของประชากรย่อมมีผลกระทบต่อกิจวัตรประจำวันและบริเวณที่อยู่อาศัย
ทั้งที่เก่าและที่ใหม่ เขตที่อยู่อาศัยจึงไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ จะต้องเปลี่ยนไปตามกาลเวลา ทางด้านกายภาพ
สังคม ประชากร ความหนาแน่น และอื่น ๆ อีกมาก “ฉัตรชัย พงศ์ประยูร” (2527 : 97-101) อธิบาย
ถึง สาเหตุของการย้ายที่อยู่อาศัยว่า มีปัจจัยที่เป็นมูลเหตุให้ย้ายที่อยู่อาศัย ได้แก่

1. ความจำเป็นต้องย้ายออกที่เก่าด้วยเหตุผลหลายประการ เช่น ถูกไล่ที่ ถูกไล่ออก
ตลอดจนไม่สามารถเสียดำเช่าได้
2. เกิดความจำเป็นในการปรับฐานะทางสังคม เช่น แต่งงาน ดाय หรือหย่าร้างเกิดขึ้น
ในครอบครัว หรือเกิดเปลี่ยนงานใหม่ หรือรายได้ของครอบครัวเปลี่ยนไป
3. ความต้องการในเรื่องที่อยู่อาศัยเปลี่ยนไป อันอาจเนื่องจากสภาพแวดล้อมบางอย่าง
ภายในบ้านเปลี่ยนไป เช่น ขนาดของครอบครัวใหญ่ขึ้น
4. เกิดจากแรงดึงดูดจากบ้านที่อยู่อาศัยอันเกิดขึ้นในแถบชานเมืองเป็นตัวดึงดูด

สำหรับสาเหตุต่าง ๆ ใน 2 ข้อแรก เป็นการย้ายที่ถูกบังคับ (Forced Moves) ส่วนสองประการหลังเป็นการย้ายแบบสมัครใจ (Voluntary Moves) เมื่อพิจารณาเหตุผลข้างต้น ดังนั้นจัดว่าเป็นแรงกระตุ้นอันพึงปรารถนา

1. แรงกระตุ้นที่ไม่พึงพิจารณา ได้แก่

1) ขนาดของที่อยู่อาศัย คือไม่พอใจที่อยู่อาศัยเก่า ซึ่งอาจเกิดได้ทั้งในวัยเริ่มต้นครอบครัวและวัยชรา วัยเริ่มต้นครอบครัวสมาชิกเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ส่วนวัยชราสมาชิกลดน้อยลง จึงต้องปรับขนาดของบ้านให้พอดีกับความต้องการ

2) ราคาบ้าน โดยเฉพาะค่าเช่าบ้านถ้าราคาเช่าแพงขึ้นเรื่อย ๆ ก็อาจมีการย้ายที่อยู่ใหม่ ในรายที่มีฐานะดีก็อาจจะย้ายไปอยู่ในที่อยู่อาศัยที่มีราคาสูงขึ้นได้

3) สภาพตัวบ้าน และละแวกที่อยู่อาศัย ถ้าสภาพบ้านและสภาพแวดล้อมไม่ดีผู้อยู่อาศัยก็คงอยากจะทำที่อยู่ใหม่หากเป็นไปได้

4) ความสะดวกในการเข้าถึง ในเรื่องการเดินทางไปทำงาน ทำธุรกิจ ตลอดจนรับบริการต่าง ๆ เป็นมูลเหตุสำคัญที่ทำให้คนย้ายที่อยู่ใหม่

2. แรงกระตุ้นอันพึงปรารถนา ได้แก่

1) ความหวังในเรื่องอยู่ดีกินดี ซึ่งเกิดจากความสะดวกสบายทางวัตถุของสังคมสมัยใหม่ ในแง่ทำเลที่ตั้งที่อยู่อาศัยซึ่งสนองความต้องการดังกล่าวได้ดี คือ คอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนต์ที่ตั้งอยู่ในเมืองใกล้กับความสะดวกทุกอย่าง ซึ่งอาจถูกใจคนโสดหรือคู่แต่งงานที่อยู่ในวัยหนุ่มสาวที่ยังไม่มีบุตร

2) ความหวังเกี่ยวกับครอบครัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการเติบโตของเด็ก ๆ ตัวบ้าน สนามหญ้า เป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้ครอบครัวชั้นกลางขึ้นไปอาศัยในย่านเดียวกัน

2.4 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยด้านอื่น ๆ

2.4.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจด้านทำเลที่อยู่อาศัย

ในการศึกษาของนักวิจัยหลายท่านพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยมีปัจจัยสำคัญหลายประการ เช่น ทำเลที่ตั้ง เส้นทางการคมนาคม และราคาขาย จากการศึกษาการเลือกทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัยคือ มีเส้นทางการคมนาคมสะดวกและราคาถูก อีกทั้งต้องการให้มีสาธารณูปการที่จำเป็นอยู่ใกล้เคียง และมีรัศมีไม่เกิน 2 กิโลเมตร แต่ต่อมาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรราคาปานกลางของผู้บริโภค ปัจจัยสำคัญลำดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งที่อยู่ไม่มีน้ำท่วมถึงและอยู่ใกล้แหล่งงานมากกว่าการคำนึงถึงราคา โดยการศึกษาในวิทยานิพนธ์ของ เฉระ บุญยชัย (2530) ได้พบว่าปัจจัยหลักที่

มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งได้จัดลำดับสำคัญดังนี้ คือ ทำเลที่ตั้งตัวบ้าน และการก่อสร้าง ราคาและเงื่อนไข การเงิน สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ชื่อเสียงและความเชี่ยวชาญของเจ้าของโครงการ บริการพิเศษของหมู่บ้าน และการส่งเสริมการขาย และนอกจากนี้ในการเลือกที่จะเช่าอยู่ในที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดก็ยังปัจจัยสำคัญลำดับแรก คือทำเลที่ตั้งเช่นเดียวกับการเลือกตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร จากการศึกษาของ ธนอม อังคะวัฒนา(2533) พบว่าปัจจัยสำคัญที่ผู้มีรายได้สูงคิดจะย้ายเข้ามาอยู่ในอาคารชุด จะพิจารณาปัจจัยแรกคือทำเลที่ตั้ง ราคาของห้องชุด แหล่งอุปโภคบริโภคที่จำเป็น ระยะเวลาในการเดินทางระยะทางไปยังที่ทำงาน สิ่งอำนวยความสะดวกของอาคารชุด รูปแบบของอาคารชุด ทีมงานผู้ลงทุนสร้างอาคารชุด ประเภท ของอาคารชุด ทีมงานสถาปนิกและวิศวกรรวม ตลอดจนสถาบันการเงินที่สนับสนุน

นั่นคือ ทำเลที่ตั้งที่อยู่อาศัยเป็นปัจจัยหลักในการพิจารณาซื้อที่อยู่อาศัยทั้งของผู้มีรายได้ปานกลางและรายได้สูง

2.4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อความพอใจและไม่พอใจเกี่ยวกับทำเลที่อยู่อาศัย

ความเข้าใจโดยทั่วไปจะคิดว่าถ้าที่อยู่อาศัยในปัจจุบันไม่ตรงกับบ้านในอุดมคติแล้วจะทำให้เกิดความไม่แน่ใจคุณลทธิข (2525) ไปอ้างถึงผลจากการศึกษาของเบคเคอร์ชี้ว่า มนุษย์มีเหตุผลหลายอย่างเป็นพื้นฐานในการตัดสินใจเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยการที่บุคคลจะประเมินที่อยู่อาศัยในปัจจุบันของตนจะคำนึงถึงปัจจัยอื่น ๆ เช่น ลักษณะครอบครัวของตน ตลอดจนข้อจำกัดอื่น ๆ เช่น ราคากับรายได้อาจครอบครัวยุคหนึ่งบ้านในอุดมคติจึงเป็นเพียงเป้าหมายเรื่องที่อยู่อาศัย และที่อยู่อาศัยปัจจุบันเป็นบันไดที่จะก้าวไปสู่เป้าหมายนั้น ดังนั้นในเงื่อนไขตามสภาพการณ์และกลไกแก้ปัญหาในตัวบุคคล ในขณะที่หนึ่งอาจทำให้ผู้อยู่อาศัยเกิดความพอใจต่อที่อยู่อาศัยในขณะนั้นได้ แม้ที่อยู่อาศัยจะไม่ตรงกับบ้านในอุดมคติ และเมื่อเงื่อนไขตามสภาพการณ์และปัจจัยอื่น ๆ แปรเปลี่ยนไป ก็อาจทำให้ผู้อยู่อาศัยเปลี่ยนแปลงจากความพอใจเป็นไม่พอใจในที่อยู่อาศัยอันเดียวกันนั้นในเวลาต่อมา

เบคเคอร์ยังได้อธิบายอีกว่า ผู้อยู่อาศัยจะประเมินที่อยู่อาศัยภายใต้ปัจจัย 3 ประการ คือ (1) ภาพพจน์บ้านในอุดมคติ (2) เงื่อนไขตามสภาพการณ์ (3) กลไกการแก้ปัญหาในตัวบุคคล โดยปัจจัยทั้งสามเกิดขึ้นได้โดยได้รับอิทธิพลจากประวัติการอยู่อาศัยในอดีต ทั้งในส่วนที่ไม่ใช่กายภาพ เช่น สภาพสังคมเศรษฐกิจของครอบครัวราคาของที่อยู่อาศัย และส่วนที่เป็นกายภาพ เช่น กายภาพของหน่วยพักอาศัย ที่ตั้งและกายภาพของชุมชนที่ล้อมรอบ

จากการศึกษาของ เบคค์ โรเบิร์ต และทีสเดล (Beck, Robert and Teasdale, 1974 : 299) ได้สนับสนุนแนวทฤษฎีของนิวมานและเบคเคอร์ ตามที่เบคค์กล่าวว่า ช่วงในวงจรชีวิตครอบครัว

(Stage of Family Life Cycle) มีอิทธิพลต่อความพอใจในที่อยู่อาศัย เช่น ครอบครัวอยู่ในช่วงที่มีเด็กเล็กย่อมมีความพอใจสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่แตกต่างจากครอบครัวที่อยู่ในช่วงวัยชรา จากการศึกษาของเบคค์ เรื่องความพอใจของครอบครัวต่อที่อยู่อาศัยแบบหลายครอบครัวยังสนับสนุนว่าบ้านตามอุดมคติประวัติการอาศัยในอดีตและวงจรชีวิตที่มีการเคลื่อนไหวอยู่เสมอมีผลต่อความพอใจของผู้อยู่อาศัย

2.4.3 แนวความคิดเกี่ยวกับตลาดที่อยู่อาศัย

ตามปกติเมืองขนาดใหญ่ส่วนมากมักประสบปัญหาการขาดแคลนที่อยู่อาศัยซึ่ง “การขาดแคลน” ที่ว่านี้ตามทัศนะของนักเศรษฐศาสตร์หมายความว่า อุปทานของสินค้านั้น ๆ มีน้อยกว่าอุปสงค์ในเมืองเราพูดถึง อุปสงค์ต่อที่อยู่อาศัย (Demand for Housing) ของบุคคลหนึ่ง ย่อมเป็นที่เข้าใจบุคคลนั้นจะต้องมีพลังทางการเงินที่จะซื้อที่อยู่อาศัยของตนได้และเต็มใจที่จะซื้อด้วย การขาดแคลนในลักษณะนี้ในทางเศรษฐศาสตร์จึงไม่ถือเป็นเรื่องรุนแรงเพราะเราถือว่าการขาดแคลนเช่นนี้ย่อมปรับตัวของมันเองได้โดยอัตโนมัติและรัฐบาลย่อมไม่จำเป็นต้องรับภาระแต่อย่างใด การตอบสนองอุปสงค์ในท้องตลาดจัดทำโดยองค์การเอกชน และโดยทั่วไปองค์กรเอกชนตอบสนองอุปสงค์ของกลุ่มบุคคลที่มีรายได้สูงและรายได้ปานกลางเท่านั้น แต่สำหรับกลุ่มบุคคลที่มีรายได้ต่ำธุรกิจของเอกชนมักจะละไป ทั้งนี้เป็นเหตุผลในด้านการลงทุนนั่นเอง การขาดแคลนที่อยู่อาศัยของกลุ่มบุคคลที่มีรายได้ต่ำไม่ใช่การขาดแคลนในลักษณะที่ว่าอุปสงค์ต่อที่อยู่อาศัยมีมากเกินไป แต่เป็นการขาดแคลนที่เกิดจากความจำเป็นที่จะต้องมีที่อยู่อาศัย (Housing needs) ของบุคคลกลุ่มหนึ่ง ซึ่งสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของเขาย่อมช่วยให้คนกลุ่มนี้เกิดอุปสงค์ต่อที่อยู่อาศัยได้ คนกลุ่มนี้แหละที่รัฐบาลจะต้องเข้าไปมีส่วนรับผิดชอบ

นักเศรษฐศาสตร์ถือว่าที่อยู่อาศัยเป็นสินค้าบริโภคคงทนอย่างหนึ่ง (Consumer Durable) กล่าวคือ ผู้ที่อยู่อาศัยจะเกิดความพอใจจากการมีบ้าน เหมือนหนึ่งได้บริโภคสินค้าอย่างอื่นเช่นกัน สำหรับตลาดเสรี ราคาอุปทาน ซึ่งตลาดที่อยู่อาศัยก็มีลักษณะแบบเดียวกัน ดังนั้นการพิจารณาลักษณะตลาดที่อยู่อาศัยจึงควรศึกษาทั้งอุปทานและอุปสงค์ที่อยู่อาศัย

1). อุปทานที่อยู่อาศัย ที่อยู่อาศัยมิได้เป็นสินค้าที่เหมือนกันทุกประการ (Non-homogeneous Product) เนื่องจากประการแรก บ้านมีหลายแบบหลายประเภท เช่น บ้านไม้ บ้านตึก แฟลต ฯลฯ ประการที่สอง ที่อยู่อาศัยขึ้นอยู่กับประเภทที่ผู้อาศัย เช่น เป็นเจ้าของบ้านเอง เป็นผู้เช่าหรือเช่าซื้อ เป็นต้น ประการที่สาม ที่อยู่อาศัยแตกต่างกันไป ตามแหล่งที่ตั้ง เช่น บ้านในเขตศูนย์กลางธุรกิจการค้าหรือเขตนอกเมือง ประการที่สี่ บ้านพักมีความแตกต่างกันตามขนาดหรือห้องพัก เช่น บ้านห้องนอนเดี่ยว บ้านสองห้องนอน ฯลฯ ประการที่ห้า ที่อยู่อาศัยอาจแตกต่างกันตามอายุของบ้าน นอกจากนี้เรายังแบ่งออกเป็นที่อยู่อาศัยของเอกชนหรือของรัฐ

เมื่ออุปทานที่อยู่อาศัยมีหลายแบบดังกล่าวข้างต้นย่อมแสดงว่าตลาดที่อยู่อาศัยมิได้มีเพียงตลาดเดียว (Single Market) หากตลาดที่อยู่อาศัยแต่ละแบบมีความเกี่ยวพันกัน เช่น ถ้าราคาบ้านแบบหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป ย่อมมีผลกระทบต่อราคาของบ้านอีกแบบหนึ่ง

2). อุปสงค์ต่อที่อยู่อาศัย การใช้จ่ายเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยนับว่าเป็นค่าใช้จ่ายก้อนใหญ่ เมื่อเทียบกับสัดส่วนกับรายได้ของแต่ละครอบครัว อย่างไรก็ตาม คนเรามีความประสงค์ที่จะมีที่อยู่อาศัยของตนเองแทบทั้งสิ้น แม้ว่าที่อยู่อาศัยจะมีราคาสูงมากเพียงใดก็ตาม และถ้ายังการซื้อบ้านสามารถทำได้โดยสะดวก เช่น มีระบบการผ่อนส่ง หรือ ระบบเช่าซื้อแล้ว ยิ่งทำให้ความต้องการต่อที่อยู่อาศัยยิ่งเพิ่มมากขึ้น

สิ่งที่ต้องยอมรับกันก็คือการลงทุนเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยมักมีการเก็งกำไร อุปสงค์ต่อที่อยู่อาศัยจะเพิ่มสูงขึ้นถ้าหากมีการเก็งกำไรในบ้านและที่ดินมากขึ้น ผลก็คือทำให้อุปสงค์ต่อที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น

ผลที่เกิดจากอุปสงค์ต่อที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น

ถ้าตลาดอยู่ในลักษณะแข่งขัน การที่อุปสงค์ต่อที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น และทำให้ผลทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ดังต่อไปนี้

1). ระยะสั้น ราคาที่อยู่อาศัยในเมืองสูงขึ้น ครอบครัวที่เคยอยู่บ้านใหญ่อาจจะต้องย้ายไปอยู่บ้านเล็ก เจ้าของบ้านที่ไม่เคยคิดจะให้ใครมาอาศัยอยู่ด้วยอาจจะต้องเปลี่ยนความตั้งใจ ค่าเช่าบ้านที่สูงขึ้นนั้นเป็นเครื่องดึงดูดใจโดยทั่วไป ถ้าคิดอุปทานในแง่พื้นที่แล้วคงจะเปลี่ยนแปลงไม่มากเพียงแต่ว่า จำนวนที่อยู่อาศัยจะเพิ่มขึ้นบ้าง และแต่ละครอบครัวได้เนื้อที่เพื่ออยู่อาศัยน้อยลง

2). ระยะยาว การที่ตลาดอยู่ในภาวะที่แข่งขันกัน ทำให้เกิดการลงทุนในด้านการก่อสร้างที่อยู่อาศัย ทั้งนี้เป็นเพราะกำไรจากการประกอบธุรกิจด้านนี้สูงขึ้นเป็นเครื่องล่อใจ

2.4.4 ทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์

1). องค์ประกอบ

องค์ประกอบของอุปสงค์ต่อที่อยู่อาศัย

อุปสงค์ต่อที่อยู่อาศัยก็เช่นเดียวกับอุปสงค์และบริเวณอื่นๆคือต้องมีองค์ประกอบสองประการเกิดขึ้นดังนี้

1. มีความต้องการเกิดขึ้น
2. ต้องมีอำนาจซื้อ

เมื่อมีองค์ประกอบสองประการเช่นนี้ จึงเกิดมีอุปสงค์ขึ้นได้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2). ความต้องการที่อยู่อาศัยเกิดขึ้น

ทำไมคนจึงต้องการที่อยู่อาศัย เป็นคำถามที่ควรพิจารณาเพื่อจะได้เข้าใจถึงอุปสงค์ของที่อยู่อาศัย เหตุผลก็คือ เนื่องจากที่อยู่อาศัยเป็นปัจจัยหนึ่งในปัจจัยสี่อย่างที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ชาติอันได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค ปัจจัยดังกล่าวทั้งสี่นี้เป็นองค์ประกอบพื้นฐานสำคัญที่มนุษย์จะขาดเสียไม่ได้ เหตุผลสำคัญคือที่อยู่อาศัยถือเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของมนุษย์ แบ่งได้เป็น 2 ทางคือ เหตุผลทางกายภาพและเหตุผลทางจิตวิทยา

1). เหตุผลทางกายภาพ (Physical Reasons)

การที่คนต้องการที่อยู่อาศัยเนื่องจาก

1. คนต้องการความปลอดภัย จึงใช้ที่อยู่อาศัยเป็นที่ป้องกันอันตรายต่าง ๆ ได้แก่ อันตรายจากสัตว์และคนร้าย
2. คนต้องการความสบาย จึงใช้ที่อยู่อาศัยเป็นที่คุ้มแดด คุ้มฝนทำให้ร่างกายสบาย ไม่ถูกคุกคามจากธรรมชาติ
3. เป็นที่เก็บทรัพย์สินสมบัติ เครื่องมือเครื่องใช้ ได้แก่ เครื่องประดับต่าง ๆ เติง ตู้ โต๊ะ เครื่องครัว และอื่น ๆ อันก่อให้เกิดความสะดวกสบายในการดำรงชีวิต

2). เหตุผลทางจิตวิทยา (Psychological Reasons)

นอกจากคนจะต้องการที่อยู่อาศัยเนื่องจากเหตุผลทางกายภาพแล้วทางด้านจิตใจก็มีเหตุผลที่ทำให้คนมีความต้องการที่อยู่อาศัย เหตุผลทางด้านจิตวิทยา ได้แก่

1. มีที่อยู่อาศัยทำให้เกิดความรู้สึกมั่นคงในชีวิต เพราะการมีบ้านเท่ากับมีหลักประกันชีวิตว่าจะไม่ต้องเร่ร่อน และยังก่อให้เกิดอารมณ์อันละเอียดอ่อนในการเป็นแหล่งรวมความรัก ความอบอุ่น คุ้นเคย อันนำทฤษฎีของทฤษฎีของทฤษฎี
2. การมีที่อยู่อาศัยถือว่าเป็นศักดิ์ศรี ผู้เป็นเจ้าของเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจ เป็นที่ยอมรับของสังคม มีหน้ามีตา เป็นที่อาศัยของผู้อื่นได้ และไม่ต้องอาศัยผู้อื่น
3. ที่อยู่อาศัยถือเป็นสินทรัพย์ที่มีค่ามาก หาได้ยาก ดังนั้นผู้ที่มีบ้านมีที่อยู่อาศัยจึงถือว่าเขาประสบความสำเร็จในชีวิตด้านหนึ่ง
4. ผู้ที่มีที่อยู่อาศัยจะมีความรู้สึกเป็นอิสระ เป็นตัวของตัวเอง ไม่ต้องคอยเกรงใจผู้ที่เราอาศัยเขาอยู่ จะทำกิจการใดในที่อยู่อาศัยอันก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตัวเองต่อครอบครัวก็สามารถทำได้โดยอิสระ

5. ผู้ที่มีที่อยู่อาศัยจะเกิดความรู้สึกเป็นอาพาจักร อันแสดงถึงความยิ่งใหญ่และการมีสิทธิเสรีภาพอย่างเต็มเปี่ยมเหนืออาพาบริเวณที่ถือครองอยู่ มีบริวารคือคนในครอบครัวและผู้ที่มาอาศัยอยู่ด้วย สมาชิกทั้งหลายในครอบครัว เกิดความรู้สึกเป็นอาพาจักรด้วยโดยมีตนเองเป็นส่วนหนึ่งของอาพาจักร

เมื่อไรคนจึงต้องการที่อยู่อาศัย เป็นอีกคำถามหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์ที่อยู่อาศัย โดยปกติคนเราเมื่อเกิดมาอาศัยอยู่กับ พ่อ แม่ ญาติ พี่น้อง ตลอดจนผู้ปกครอง แต่เมื่อถึงเวลาหนึ่งจะต้องการที่อยู่อาศัยใหม่เนื่องจาก

1. มีครอบครัว มีความต้องการแยกบ้านเพื่อสร้างครอบครัวใหม่ ยกเว้นกรณีต้องการอยู่กับพ่อแม่ และพ่อแม่ต้องการให้ลูกซึ่งแต่งงานมีครอบครัวอยู่กับพ่อแม่ต่อไป
2. เมื่อไรเป็นผู้ใหญ่เพียงพอ มีอาชีพเป็นหลักฐานสามารถเลี้ยงตัวเองได้ เมื่อรู้สึกว่าสมควรมีบ้านมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง
3. เมื่อไม่สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้ในครอบครัวเดิมหรือที่อยู่อาศัยเดิม

3). ต้องมีอำนาจซื้อที่อยู่อาศัย

คนเราต้องการที่อยู่อาศัยเมื่อถึงเวลา แต่จะสามารถซื้อหาที่อยู่อาศัยได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับ

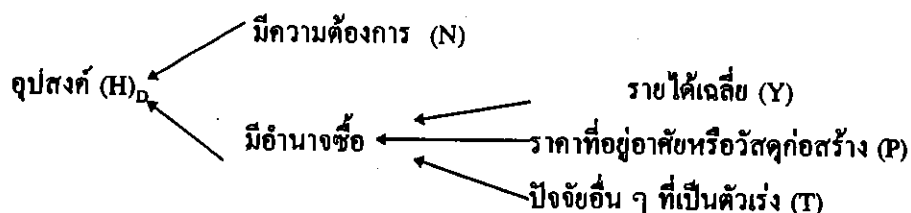
1. รายได้ ซึ่งจะต้องมีเพียงพอที่จะจัดหาซื้อบ้านหรือที่อยู่อาศัยได้ หากมองในแง่มหภาค (Macro) นั่นคือ รายได้เฉลี่ยของประชาชนนั่นเอง
2. ราคาบ้านหรือที่อยู่อาศัย ราคที่ดิน ซึ่งราคาบ้านส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับราคาวัสดุก่อสร้างนั่นเอง

3. ปัจจัยอื่น ๆ ที่ช่วยเร่งหรือลดอำนาจซื้อ ได้แก่

- เครดิตจากแหล่งเงินทุน เช่น ธนาคาร, เครดิตฟองซิเอร์
- เครดิตจากบริษัทที่ค้าที่อยู่อาศัย หรือหมู่บ้านจัดสรร
- ความนิยมการมีบ้าน
- เวลา

4). อุปสงค์ที่อยู่อาศัยในแง่เศรษฐศาสตร์เชิงปริมาณ

แผนผังอุปสงค์ที่อยู่อาศัย



จากแผนผังข้างบนนี้ ตัวกำหนดอุปสงค์ที่อยู่อาศัยมี 2 ตัว คือ

1. มีความต้องการ จากที่กล่าวข้างต้นก็คือ จำนวนประชากร (N) นั่นเอง
2. มีอำนาจซื้อ จากที่กล่าวข้างต้นก็คือ
 - รายได้โดยเฉลี่ย (Y)
 - ราคาที่อยู่อาศัยหรือราคาวัสดุก่อสร้าง (P)
 - ปัจจัยอื่น ๆ ที่เป็นตัวเร่ง เช่น เครดิตจากสถาบันการเงิน, ธรรมเนียม, ระยะเวลา

ฯลฯ (T)

ซึ่งจะได้ฟังก์ชันอุปสงค์ที่อยู่อาศัย ดังนี้

$$Q_H = f(N, P, Y, T)$$

นั่นคือ อุปสงค์ที่อยู่อาศัยจะขึ้นอยู่กับ จำนวนประชากร, ราคาวัสดุก่อสร้าง, รายได้เฉลี่ย และปัจจัยอื่น ๆ ที่เป็นตัวเร่งให้เกิดความต้องการที่อยู่อาศัย ดังนั้นอุปสงค์ที่อยู่อาศัยของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ขึ้นอยู่กับจำนวนประชากรในกรุงเทพมหานคร, ราคาวัสดุก่อสร้าง, รายได้โดยเฉลี่ย และปัจจัยอื่น ๆ ที่เป็นตัวเร่ง

ลักษณะของอุปสงค์ที่อยู่อาศัย ขึ้นอยู่กับ

1. ปริมาณ เช่น มีความต้องการที่อยู่อาศัยมากน้อยแค่ไหนอย่างไร
2. ชนิด เช่น มีความต้องการที่อยู่อาศัยแบบไหน บ้านเดี่ยว, บ้านแฝด, บ้านชั้นเดียว, บ้าน 2 ชั้น, ทาวน์เฮาส์, อาคารชุดพักอาศัย ขึ้นกับรสนิยม, การคมนาคม ฯลฯ
3. ขนาด เช่นมีความต้องการที่อยู่อาศัยขนาดใหญ่, ขนาดกลาง, ขนาดเล็ก, เช่น ถ้าคนต้องการที่อยู่อาศัยขนาดใหญ่อุปสงค์ (Demand) จะน้อยเพราะคนไม่มีอำนาจซื้อ ถ้าต้องการขนาดเล็ก ก็จะมีที่อยู่อาศัยเกิดขึ้นมากมาย

ในการศึกษาและวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาถึงชนิดและขนาดอุปสงค์ ทั้งนี้จะเอื้อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคให้ได้รรถประโยชน์ (utility) สูงสุด ในทำนองเดียวกันทางด้านที่อยู่อาศัย ผู้บริโภคจะต้องเลือกที่อยู่อาศัยที่มีขนาดใหญ่ ใช้วัสดุที่ดี สวยงาม เพื่อก่อให้เกิดรรถประโยชน์สูงสุด ซึ่งเรื่องรรถประโยชน์เป็นเรื่องที่วัดได้ยากเปรียบเทียบได้ยาก ระหว่างคนหนึ่งกับอีกคนหนึ่ง