

## บทที่ 2

### ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา แนวทฤษฎี แนวความคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในครั้งนี้ เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลเบื้องต้นของการวิจัย เพื่อใช้ในการสังเคราะห์หสิ่งๆที่เหมือนกันและแตกต่างกัน ทั้งในเรื่องตัวแปร จนถึงข้อค้นพบ นำมาสร้างเป็นกรอบความคิดทฤษฎีในการวิจัย โดยในการศึกษารั้้งนี้ได้เน้นในเรื่องพฤติกรรมของผู้ซื้อ กระบวนการในการตัดสินใจซื้อ ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้มากที่สุด รายละเอียดมีดังนี้

#### แนวความคิด “ความต้องการที่อยู่อาศัยของมนุษย์

Maslow เป็นนักสังคมศาสตร์ ที่สร้างแนวความคิดที่ว่าความต้องการของมนุษย์นั้นมีหลายระดับ เริ่มตั้งแต่ ความต้องการเบื้องต้นแห่งชีวิตจนสูงขึ้น ไปถึง ความต้องการที่สูง ไม่มีตัวตน และ ไม่มี การสัมผัสได้ โดยเสนอแนะปิรามิด ของความต้องการ คือ คนทุกคนในสังคมจะผลักดันตัวเอง จากความต้องการพื้นฐานด้านร่างกาย ซึ่งเป็นเรื่องของ“ปัจจัย 4” แห่งชีวิต และมี“ที่อยู่อาศัย”เป็นส่วนหนึ่งของความต้องการเบื้องต้นให้สูงขึ้นทุกขณะ ไปสู่ความพอใจที่ได้รับความสำเร็จในที่สุด<sup>1</sup>

นักเศรษฐศาสตร์ ให้ความหมายของที่อยู่อาศัย ว่าเป็น“สินค้า”ซื้อ ได้ขาย ได้ มี “ราคา”เป็นตัว เชื่อม และสินค้านี้ เป็นสินค้าพิเศษที่ทำหน้าที่ถึง 2 อย่างพร้อมกัน คือ

1. เป็นสินค้า อุปโภคบริโภค(CONSUMER PRODUCT) ใช้แล้วก็หมดไปเสื่อมไป
2. เป็นสินค้า ลงทุน(INVESTMENT PRODUCT หรือ CAPITAL GOODS)คือซื้อแล้วได้มูลค่าสูงขึ้น กำไรมากขึ้น เช่น ซื้อที่ดิน ซื้อที่อยู่อาศัย เมื่อขายจะได้ราคามากขึ้น<sup>2</sup>

ซึ่งตรงกับแนวความคิดของ Wallance F. Smith ให้ความหมายว่า เป็นสินค้าลงทุนถาวร ซึ่งจะต่างกับสินค้าอุปโภคทั่วไปที่ใช้แล้วหมดไป มีระยะเวลาที่สั้น บ้านจะมีสถานที่ถาวร มีอายุยาวนานบางทีหลายชั่วอายุคนทีเดียว<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>มานท พงศทัต, “แนวนโยบายที่อยู่อาศัยแห่งชาติ”, เอกสารวิจัยส่วนบุคคล เสนอที่วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร ปี 2538-2539. (พิมพ์คิด).

<sup>2</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้า 9

<sup>3</sup> Wallance F. Smith “The Social and Economic Element”, los angles : University of California Press, 1971

มานพ พงศทัต ได้อธิบายว่า ผู้มีรายได้อาจแบ่งเป็น 2 ประการ คือ

1. ความต้องการที่เป็นจริง ( Housing Need ) ซึ่งเป็นความต้องการที่ขาดไม่ได้
2. ความต้องการฉาบฉวย ( Housing Want ) ซึ่งเป็นความต้องการที่แม้จะไม่ได้มา ซึ่งที่อยู่อาศัยใหม่ ก็สามารถอยู่อย่างเหมาะสมตามอัตรภาพได้

ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมของการซื้อที่อยู่อาศัยจึงสลับซับซ้อนกว่าสินค้าธรรมดาประเภทอื่นๆ

### การศึกษาพฤติกรรมผู้ซื้อ

ความหมายของพฤติกรรมผู้ซื้อในด้านต่างๆ ได้มีผู้ศึกษาและให้ความหมายแตกต่างกันคือ

1. ครูวแมน<sup>4</sup> นักจิตวิทยาแห่งสหรัฐอเมริกาได้ให้ความหมายของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า “เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมของมนุษย์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคสินค้า ลักษณะการใช้ และการยอมรับในสินค้าบริการนั้น ซึ่งความหมายนี้กว้างขวางพอที่จะทำให้ นักสังคมวิทยา นักมนุษยวิทยา และนักพฤติกรรมศาสตร์ ที่สนใจในการศึกษาด้านการค้าและการอุตสาหกรรมสามารถยอมรับได้

2. เมททิวส์<sup>5</sup> และคนอื่นๆ ได้ให้ความหมายการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคว่า “การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค อาจหมายถึงกระบวนการที่บุคคล หรือกลุ่มคนของบุคคลจะทำการตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้าและบริการอะไรหรือไม่ ถ้าซื้อจะซื้อที่ไหน เมื่อไหร่ ตลอดจนจะมีวิธีการซื้อและใช้สินค้าและบริการนั้นอย่างไรจากกระบวนการตลาดขององค์การธุรกิจ

3. เองเกิล<sup>6</sup> และคนอื่นๆ ก็ได้ให้ความหมายว่า “เป็นการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเกี่ยวข้องกับตรงกับการจัดหาให้ได้มา และการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ซึ่งได้รวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีอยู่ก่อนแล้ว และที่มีส่วนร่วมในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

### กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค<sup>7</sup> (The consumer purchase decision process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ โดยทั่วไปประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ

<sup>4</sup> Herbert E. Krugman. "International Encyclopedia of Social Sciences," (U.S.A.: Crowell Collier and Macmillan, Inc., 1986. P. 350

<sup>5</sup> John B. Mathews, Jr., et. al. "Marketing and Introductory Analysis", New York : McGraw-Hill Book Company.

<sup>6</sup> Engel, Jame F. , Kollat, David T. , and Backwell, Roger D. , "Consumer Behavior", New York: Holt Rinehart and Winston. Inc. , 1968

<sup>7</sup> ศิริวรรณ เสรีรัตน์. "การบริหารการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด" สำนักพิมพ์ พัฒนาศึกษา , 2537 หน้า 67.

- 1) การรับรู้ปัญหา
- 2) การค้นหาข้อมูล
- 3) การประเมินผลทางเลือก
- 4) การตัดสินใจซื้อ
- 5) การประเมินผลภายหลังการซื้อ

ดังรูปที่ 2. แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีรายละเอียดดังนี้



1. การรับรู้ปัญหา (Problem recognition) “เป็นขั้นตอนแรกซึ่งเกิดขึ้นเมื่อมีการรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างสถานภาพที่ด้อยและสถานภาพเดิมของบุคคล” ความแตกต่างนั้นอาจเกิดขึ้นสามารถแก้ปัญหาให้ได้

2. การค้นหาข้อมูล (The information search) เมื่อผู้บริโภคตระหนักว่าปัญหาที่เกิดขึ้นหรือรับรู้ถึงความต้องการที่เกิดขึ้นจากขั้นที่ 1 เขาจะค้นหาข้อมูลที่ทำเป็นเพื่อแก้ปัญหานั้น การค้นหาเบื้องต้นก็จะพยายามทบทวนความทรงจำจากเหตุการณ์ในอดีตและความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การค้นหาข้อมูลประกอบด้วย 2 วิธี คือ

1) การค้นหาข้อมูลจากภายใน (Internal search) ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับกระบวนการเห็น และการระลึกได้ของผู้บริโภคจากความเชื่อ ทักษะคิดและประสบการณ์ที่ผ่านมา ถ้าการค้นหาข้อมูลภายในไม่เพียงพอ ผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลจากภายนอกต่อไป

2) การค้นหาข้อมูลจากภายนอก ประกอบด้วย แหล่งบุคคล แหล่งการค้าและแหล่งชุมชน แหล่งบุคคล เช่น เพื่อน หรือสมาชิกในครอบครัว แหล่งการค้า เช่น การโฆษณา พนักงานขาย การจัดแสดงสินค้า ณ จุดซื้อ แหล่งชุมชน เช่น สื่อมวลชนอื่น ๆ การใช้สินค้า การสำรวจ หรือการทดสอบผลิตภัณฑ์ของสถาบันต่าง ๆ แหล่งข้อมูลเหล่านี้ถือว่าเป็นข้อมูลที่สำคัญที่นักการตลาดจะต้องสำรวจ

3. การประเมินผลทางเลือก (Alternatives evaluation) จากการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าในขั้นที่ 2 จะถูกนำมาพิจารณาทางเลือกที่มีศักยภาพ โดยพิจารณาถึงกลุ่มของคุณสมบัติซึ่งใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาสินค้าหรือถือว่าเป็นเกณฑ์ในการประเมินผลสินค้า (Evaluation) คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ (Criteria) ต่าง ๆ ประกอบด้วย คุณสมบัติที่สำคัญที่สุดของผลิตภัณฑ์ ต้นทุน ความชอบ ภาพพจน์ ความภาคภูมิใจและอื่น ๆ

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) หลังจากประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ แล้ว ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะทำการซื้อ หรือจะพัฒนาเป็นความตั้งใจซื้อ หรือทำการตัดสินใจซื้อ การตัดสินใจซื้อนี้จะเป็นการตอบสนอง (Response) ต่อสิ่งกระตุ้น (Stimulus) โดยประเมินผลคุณสมบัติสินค้าต่าง ๆ การตัดสินใจซื้อจะเกี่ยวข้องกับกระบวนการเรียนรู้ และการกำหนดทัศนคติของผู้บริโภค ความตั้งใจซื้อที่มีต่อสินค้าหนึ่งจะสมบูรณ์เมื่อได้ไปทำการซื้อจริง การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อ

5. ประเมินผลภายหลังการซื้อ (Postpurchase evaluation) กระบวนการตัดสินใจซื้อไม่ได้สิ้นสุดลงเมื่อผู้ซื้อได้ทำการซื้อสินค้า ข้อมูลจากการใช้สินค้าจะป้อนกลับ เพื่อการซื้อซ้ำในอนาคต ในการวิเคราะห์ถึงการเรียนรู้และทัศนคติ สิ่งซึ่งผู้บริโภคได้เรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และทัศนคติใช้สำหรับการตัดสินใจซื้อซ้ำในอนาคต ถ้าผลลัพธ์จากการใช้สินค้าเป็นที่พอใจ แต่ถ้าผลลัพธ์ไม่เป็นที่พอใจผู้ซื้อจะไม่ซื้อซ้ำ<sup>๕</sup>

<sup>๕</sup> ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ช่างแล้ว หน้า 67-85.

## กระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย

Wallace F. Smith<sup>9</sup> ได้กล่าวว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย จะประกอบด้วย การใช้ข้อมูลและการดำเนินการอย่างมีกระบวนการ ดังนี้

ขั้นที่ 1 เมื่อถึงเวลาพิจารณาเปลี่ยนที่อยู่อาศัย ในขั้นตอนนี้เกิดจากความจำเป็นที่ต้องการเปลี่ยนแปลงรสนิยม รายได้เพิ่มขึ้น ความคาดหวังใหม่ ๆ เกิดขึ้น ประกอบกับเงื่อนไขทางด้านการตลาด เอื้ออำนวยให้เกิดการคิดจะเปลี่ยนที่อยู่อาศัย หากคิดว่าไม่คิดจะเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัย ก็จะกลับไปเริ่มกระบวนการตัดสินใจใหม่อีกครั้ง แต่ถ้าหากคิดว่าจะเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัย ก็จะเข้าสู่กระบวนการขั้นที่ 2

ขั้นที่ 2 ตั้งเป้าหมาย ในการตั้งเป้าหมาย ผู้ซื้อจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ของตนเอง และพิจารณาประมาณของคนที่มียู่ พิจารณาที่ตั้ง ประเภทของบ้าน และลักษณะการครอบครอง จะเป็นเช่าหรือซื้อ โดยจะต้องพิจารณาข้อมูลดังกล่าวภายใต้ข้อจำกัดของตนเองที่จะสามารถรับได้หรือไม่ กล่าวคือ จะต้องทำการวางแผน โดยมีข้อจำกัด แล้วเข้าสู่กระบวนการขั้นที่ 3

ขั้นที่ 3 การคัดเลือกเบื้องต้น ในขั้นนี้จะต้องทำการศึกษาข้อมูล 2 ด้าน คือ ข้อมูลเกี่ยวกับราคาขาย และข้อมูลทางการตลาดที่มีการขายบ้าน ว่ามีเงื่อนไขทางการเงินอย่างไร เช่น เงินค่างวด เงินผ่อน ระยะเวลา และความเสถียร จากนั้นจึงทำการตรวจสอบข้อมูลภายใต้ทรัพยากรและงบประมาณของคนที่มียู่ หรือหากให้ข้อมูลมีความเป็นไปได้น้อย คือ ข้อมูลของตนเองทางการเงินกับข้อมูลทางการตลาด ไม่สอดคล้องกันก็จะกลับไปสู่กระบวนการเริ่มตัดสินใจใหม่ แต่ถ้าตรวจสอบข้อมูลแล้ว พบว่ามีความเป็นไปได้ก็จะเข้าสู่กระบวนการที่ 6

ขั้นที่ 6 กระบวนการเปรียบเทียบ ในกระบวนการเปรียบเทียบจะรวบรวมข้อมูลเพื่อกำหนดทางเลือกนั้น โดยทำการประเมินผล 2 ระดับในขั้นที่ 7 และขั้นที่ 8

ขั้นที่ 7 ประเมินผลที่ได้รับ ในขั้นตอนนี้จะต้องได้รับรู้ข้อมูลทางด้านตลาด เช่น ข้อมูลทางด้านกายภาพ ที่ตั้ง โครงการ ลักษณะของที่อยู่อาศัย สถานการณ์ที่อยู่อาศัย เพื่อรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาประเมินผล

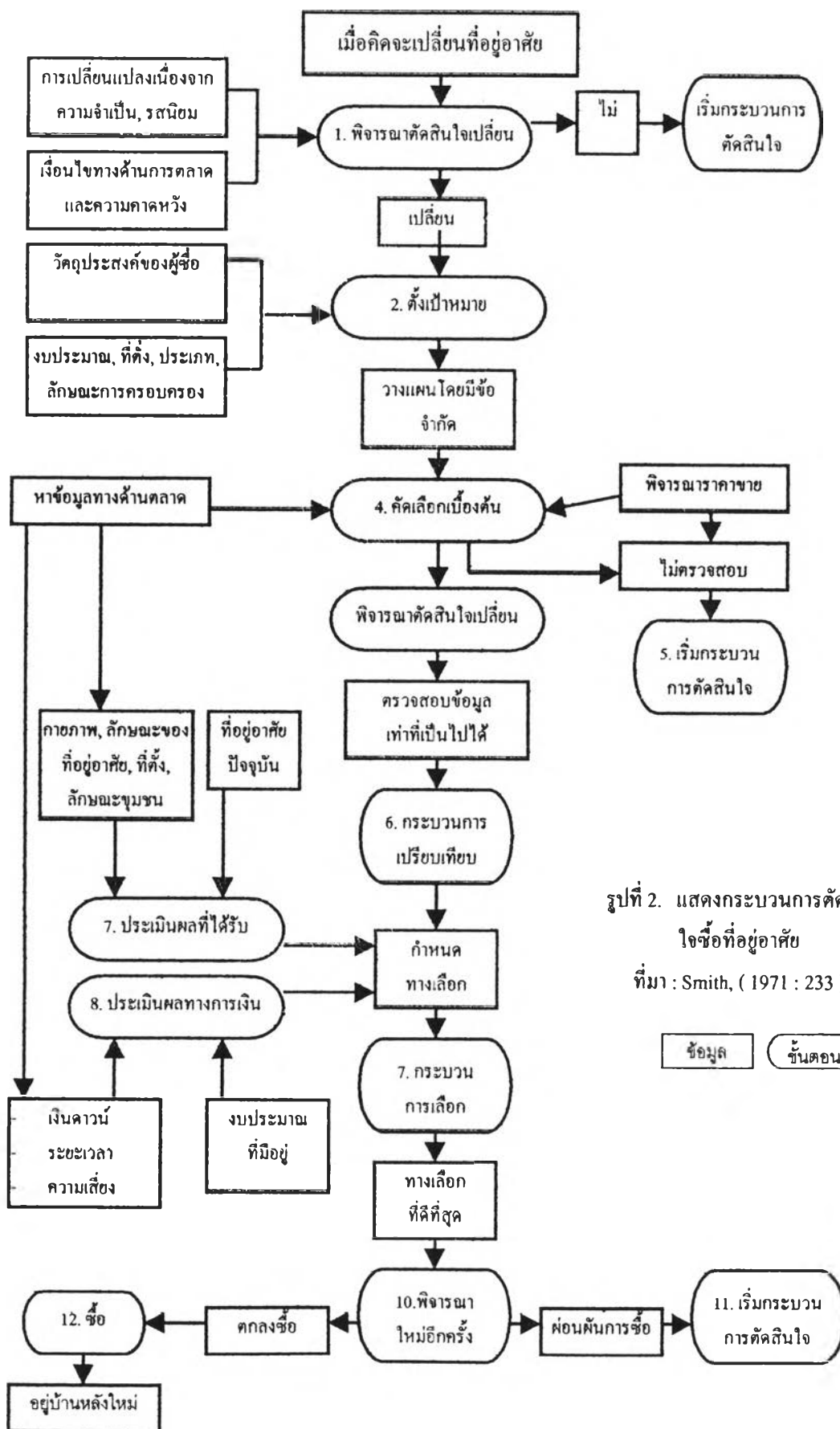
ขั้นที่ 8 ประเมินผลทางการเงิน ในขั้นตอนนี้จะต้องตรวจสอบข้อมูลทางการเงิน เช่น เงื่อนไขทางการเงิน เงินสด เงินค่างวด เงินผ่อนชำระ ระยะเวลา และความเสถียรที่จะเกิดขึ้นรวมทั้งงบประมาณของคนที่มียู่ เพื่อประเมินฐานะของตนเอง

ขั้นที่ 9 กระบวนการเลือก ในกระบวนการนี้จะหาทางเลือกที่ดีที่สุด

ขั้นที่ 10 พิจารณาใหม่เพื่อตัดสินใจซื้อ หรือไม่ซื้อ ถ้าผ่อนผันการซื้อก็จะเข้าสู่ขั้นที่ 11 คือ ไปเริ่มกระบวนการตัดสินใจใหม่ แต่ถ้าตกลงซื้อสามารถเข้าสู่ขั้นตอนที่ 12

<sup>9</sup> Wallace F. Smith. "Housing : The Social and Economic Elements", University of California Press. Berkeley and Los Angeles, California. 1971.

ขั้นที่ 12 สามารถย้ายเข้าไปอยู่อาศัยในบ้านหลังใหม่รูปที่ 2 กระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย



รูปที่ 2. แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย  
ที่มา : Smith, ( 1971 : 233 )

ข้อมูล    ขั้นตอน

## ปัจจัยในการกำหนดการตัดสินใจซื้อ

ทางการตลาด การจะพิจารณาสาเหตุที่ทำให้ผู้ซื้อเกิดการตัดสินใจในการซื้อได้มุ่งประเด็นในการศึกษาพฤติกรรมของผู้ซื้อ ว่าปัจจัยใดบ้างที่เป็นผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งในที่นี้สามารถสรุปปัจจัยได้ 4 ด้าน คือ

1. ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม (Culture Factors) วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ทำให้คนคิดต่างกัน จึงทำให้มีผลต่อแบบแผนในการบริโภคที่ต่างกัน เช่น วัฒนธรรมการอยู่อาศัย แบบบ้าน วัฒนธรรมการสร้างชุมชน วัฒนธรรมการซื้อและการใช้ในที่ต่าง ๆ ย่อมแตกต่างกัน
2. ปัจจัยทางด้านชนชั้นสังคม (Social Class) ในสังคมต่าง ๆ จะต้องมีระดับของชนชั้นเสมอ แต่ในที่นี้จะหมายถึง ชนชั้นในการตลาด ซึ่งจะถูกกำหนดด้วยตัวแปรทางด้านสังคม เศรษฐกิจ เช่น อาชีพ รายได้ การศึกษา เป็นต้น
3. ปัจจัยทางสังคมและกลุ่มอ้างอิง ได้แก่ ตัวแปรครอบครัว เป็นตัวแปรที่สร้างผลกระทบต่อบริโภคหรือการซื้อ เนื่องจากคนในครอบครัวจะมีบทบาทที่ต่าง ๆ กัน พบว่าจะไม่มีใครเพียงคนเดียวที่ตัดสินใจซื้อได้ จะเห็นได้ว่าผู้ซื้อกับผู้ขายบางครั้งเป็นคนละคนกัน และผู้จ้างเงินก็จะเป็นอีกคนหนึ่ง หรือผู้มีอิทธิพลก็เป็นอีกคนหนึ่งก็ได้ นอกจากนี้ยังมีตัวแปรอีกตัวหนึ่ง ได้แก่ กลุ่มอ้างอิง ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอย่างมาก ได้แก่ เพื่อน หรือรวมถึงบุคคลอื่น ๆ ที่มีชื่อเสียงเป็นผู้แนะนำ ในปัจจุบันนี้ผู้แนะนำจะเป็นตัวแปรที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างสำคัญต่อการเพิ่มยอดขายได้เป็นจำนวนมาก
4. ปัจจัยทางด้านบุคคล ได้แก่ ตัวแปรทางด้านอายุ และรูปแบบชีวิต ซึ่งเป็นตัวแปรที่จะใช้ในการพิจารณาในด้านความเหมาะสมสำหรับการใช้สินค้า เช่น การใช้สินค้าจะมีความเหมาะสมกับอายุ อาชีพอะไรบ้าง ซึ่งสามารถที่จะสร้างแบบแผนการบริโภค ส่วนรูปแบบชีวิตของคน (Life Style) นั้น นักการตลาดสมัยใหม่กำลังศึกษาและติดตามตัวแปรรูปแบบชีวิตของคนอย่างใกล้ชิด หากรูปแบบของชีวิตเปลี่ยนไปทำให้เกิดการบริโภคแบบใหม่เกิดขึ้นได้จาก 3 ตัวแปร คือ กิจกรรม (Activity) ความสนใจ (Interest) และความคิดอ่าน

## ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของผู้ซื้อ

1. ศึกษาแบบแผนค่าใช้จ่ายในเรื่องที่อยู่อาศัย เพื่อวิเคราะห์ดูว่าครัวเรือนในระดับรายได้ต่าง ๆ จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับการบริโภคที่อยู่อาศัยคิดเป็นสัดส่วนเท่าใดของรายได้ของครัวเรือนทั้งหมด จากการศึกษาของการเคหะแห่งชาติ (การเคหะแห่งชาติ, (กคช.), 2531) ใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา การคิดค่าใช้จ่ายสำหรับเรื่องที่อยู่อาศัยจะพบว่าอยู่ในช่วงร้อยละ 20-25 ของรายได้ครัวเรือน แต่สำหรับทางด้านเอกชนยังคิดว่าค่าใช้จ่ายที่สามารถจะจ่ายได้สำหรับที่อยู่อาศัย ยังอยู่ในช่วงร้อยละ 30-35 ของรายได้ครัวเรือน ในการวิเคราะห์แบบแผนค่าใช้จ่ายในเรื่องที่อยู่อาศัย ควรจะต้องพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วยคือ

1.1 การพิจารณารายได้ของครัวเรือน ควรจะทำการศึกษาว่า ณ ระดับรายได้ที่ต่างกันจะเสียค่าใช้จ่ายในเรื่องที่อยู่อาศัยเป็นอย่างไร มีความสัมพันธ์กับรายได้ได้อย่างไร

1.2 ขนาดของครัวเรือน ควรจะทำการศึกษาวิเคราะห์ว่า ขนาดของครัวเรือนนั้นมีความสัมพันธ์กับการใช้จ่ายในเรื่องที่อยู่อาศัยหรือไม่ อย่างไร การศึกษาได้พบว่าครัวเรือนขนาดเล็ก จะเสียค่าใช้จ่ายในเรื่องที่อยู่อาศัยมากกว่าครัวเรือนที่มีขนาดใหญ่ อาจจะเป็นไปได้หรือไม่ว่าครัวเรือนที่มีรายได้น้อยที่มีขนาดครัวเรือนใหญ่ จะเสียค่าใช้จ่ายในเรื่องที่อยู่อาศัยน้อยกว่า เป็นต้น

1.3 สถานภาพการครอบครองที่อยู่อาศัย เนื่องจากสถานภาพการครอบครองที่ดิน การเป็นเจ้าของ เป็นปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ซึ่งมีผลกระทบต่อแบบแผนการใช้จ่ายในเรื่องที่อยู่อาศัย

2. องค์ประกอบของการบริโภคที่อยู่อาศัย ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ว่า องค์ประกอบของที่อยู่อาศัย เช่น ประเภทของที่อยู่อาศัย องค์ประกอบของโครงการที่อยู่อาศัย เช่น การมีประปา ไฟฟ้า ถนน สาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ฯลฯ ว่ามีความสัมพันธ์กับรายได้ ขนาดของครัวเรือน และสถานภาพการครอบครองที่อยู่อาศัยที่จะช่วยให้ทราบถึงคุณภาพของที่อยู่อาศัยที่มีอยู่ในปัจจุบัน และได้มีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องคุณภาพของที่อยู่อาศัยอย่างไรบ้าง

3. การศึกษาขีดความสามารถในการจ่ายเรื่องที่อยู่อาศัยของครัวเรือน จากการศึกษาความพึงพอใจของครัวเรือนในการใช้จ่ายทางด้านที่อยู่อาศัยที่ใช้อยู่ในคลาสิกปัจจุบันนี้ โดยทั่วไปมักใช้สมมุติฐานที่ว่าครัวเรือนพอใจที่จะใช้จ่ายในเรื่องที่อยู่อาศัย เพียงร้อยละ 25 ของรายได้ครัวเรือนต่อเดือน แต่จากการสำรวจของการเคหะแห่งชาติ เรื่องราคาบ้าน เมื่อเดือนสิงหาคม 2533 พบว่าครัวเรือนที่ซื้อบ้านใหม่ ได้ใช้จ่ายเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยถึงร้อยละ 30 ของรายได้ของครัวเรือน โดยเฉพาะรายได้น้อยและรายได้ปานกลาง จะมีสัดส่วนของการใช้จ่ายในเรื่องที่อยู่อาศัย คิดเป็นสัดส่วนของรายได้สูงกว่าผู้มีรายได้สูง

1. ความพึงพอใจในการจ่ายเรื่องที่อยู่อาศัย ร้อยละ 30-35
2. เงินชำระล่วงหน้า ร้อยละ 20-30
3. ระยะเวลาในการผ่อนชำระ 10-25 ปี
4. อัตราดอกเบี้ย 12-15 % ต่อปี

ทฤษฎีพื้นฐาน ทางเศรษฐศาสตร์เมือง Kain<sup>10</sup> ได้กล่าวว่า การตัดสินใจของครอบครัว เรื่องที่อยู่อาศัย ที่ตั้งที่อยู่อาศัย และการใช้ที่อยู่อาศัยนั้นขึ้นอยู่กับพื้นฐานของอัตราประโยชน์สูงสุดของที่อยู่อาศัย นั้นที่คำนวณจากรายได้สูงสุดที่แท้จริงของครอบครัวนั้นๆ

<sup>10</sup> Kain, J.F. "Housing Market and Social Discrimination : A Micro-economic Analysis" New York : Columbiq University Press, 1975. P. 9-10



ความพอใจในที่อยู่อาศัยนั้น Becker<sup>11</sup> ได้อธิบายว่าผู้อยู่อาศัยมีความพอใจที่อยู่ในปัจจุบันได้แม้จะไม่ตรงกับบ้านในอุดมคติ ผู้อยู่อาศัยจะประเมินที่อยู่อาศัยด้วยปัจจัย 3 ประการ คือ

1. ภาพพจน์บ้านในอุดมคติ
2. เงื่อนไขตามสภาพการณ์
3. กลไกการแก้ไขปัญหาในตัวบุคคล

#### แนวความคิดเกี่ยวกับการย้ายที่อยู่อาศัย

การย้ายที่อยู่อาศัยของประชากรย่อมมีผลกระทบต่อชีวิตประจำวันและบริเวณที่อยู่อาศัยทั้งที่เก่าและที่ใหม่ เขตที่อยู่อาศัยจึงไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ จะต้องเปลี่ยนไปตามการเวลา ทางด้านกายภาพ สังคม ประชากร ความหนาแน่น และอื่น ๆ อีกมาก ฉัตรชัย พงศ์ประยูร<sup>12</sup> อธิบายถึงสาเหตุของการย้ายที่อยู่อาศัยว่า มีปัจจัยที่เป็นมูลเหตุให้ย้ายที่อยู่อาศัยได้แก่

1. ความจำเป็นต้องย้ายออกจากที่เก่าด้วยเหตุผลหลายประการ เช่น ถูกไล่ที่ ถูกไล่ออก ตลอดจนไม่สามารถเสียดำเช่าได้
2. เกิดความจำเป็นในการปรับฐานะทางสังคม เช่น แต่งงาน ตก หรือหย่าร้าง เกิดขึ้นในครอบครัว หรือเกิดเปลี่ยนงานใหม่ หรือรายได้ของครอบครัวเปลี่ยนไป
3. ความต้องการในเรื่องที่อยู่อาศัยเปลี่ยนไป อันอาจเนื่องจากสภาพแวดล้อมบางอย่างภายในบ้านเปลี่ยนไป เช่น ขนาดของครอบครัวใหญ่ขึ้น
4. เกิดจากแรงดึงดูดจากบ้านที่อยู่อาศัยอันเกิดขึ้นในแถบชานเมืองเป็นตัวดึงดูด

สำหรับสาเหตุต่าง ๆ ใน 2 ข้อแรก เป็นการย้ายที่ถูกบังคับ (Forced Moves) ส่วนสองประการหลังเป็นการย้ายแบบสมัครใจ (Voluntary Moves) เมื่อพิจารณามูลเหตุข้างต้นนั้นจัดว่าเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการย้ายที่อยู่อาศัย ซึ่งประกอบด้วยแรงกระตุ้นที่ไม่พึงปรารถนา และแรงกระตุ้นอันพึงปรารถนา

1. แรงกระตุ้นที่ไม่พึงปรารถนา ได้แก่

- 1) ขนาดของที่อยู่อาศัย คือไม่พอใจที่อยู่อาศัยเก่า ซึ่งอาจเกิดได้ทั้งในวัยเริ่มต้นครอบครัว และวัยชรา วัยเริ่มต้นครอบครัว สมาชิกเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ส่วนวัยชราสมาชิกลดน้อยลง จึงต้องปรับขนาดของบ้านให้พอดีกับความต้องการ

<sup>11</sup> Becker, F.D. "Design for Living the Residents View of Multi-Family Housing : New york : Cornell University , 1974 .

<sup>12</sup> ฉัตรชัย พงศ์ประยูร. "ภูมิศาสตร์เมือง" กรุงเทพมหานคร. สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2531 หน้า 97-101

2) ราคาบ้าน โดยเฉพาะค่าเช่าบ้านถ้าราคาเช่าแพงขึ้นเรื่อย ๆ ก็อาจมีการย้ายที่อยู่ใหม่ ในรายที่มีฐานะดีก็อาจจะย้ายไปอยู่ในที่อยู่อาศัยที่มีราคาสูงขึ้นก็ได้

3) สภาพตัวบ้านและละแวกที่อยู่อาศัย ถ้าสภาพบ้านและสภาพแวดล้อมไม่ดี ผู้อยู่อาศัยก็ คงอยากจะหาที่อยู่ใหม่หากเป็นไปได้

4) ความสะดวกในการเข้าถึง ในเรื่องการเดินทางไปทำงาน ทำธุรกิจ ตลอดจนรับบริการ ต่าง ๆ เป็นมูลเหตุสำคัญที่ทำให้คนย้ายที่อยู่ใหม่

#### 1. แรงกระตุ้นอันพึงปรารถนา ได้แก่

1) ความหวังในเรื่องกินดีอยู่ดี ซึ่งเกิดจากความสะดวกสบายทางวัตถุของสังคมสมัยใหม่ ในแง่ทำเลที่ตั้งที่อยู่อาศัยซึ่งสนองความต้องการดังกล่าวได้ดี คือ คอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนท์ที่ตั้งอยู่ใน เมืองใกล้กับความสะดวกทุกอย่าง ซึ่งอาจถูกใจคนโสดหรือคู่แต่งงานที่อยู่ในวัยหนุ่มสาวที่ยังไม่มีบุตร

2) ความหวังเกี่ยวกับครอบครัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการเติบโตของเด็ก ๆ ตัวบ้าน สนามหญ้า เป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้ครอบครัวชั้นกลางขึ้นไปอาศัยในย่านเดียวกัน

สรุปแนวความคิดเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัยจากนักคิดและนักทฤษฎีทั้งหลายนั้น ต่างมีความคิดเกี่ยวกับการเลือกที่ตั้งที่อยู่อาศัยว่าควรมีปัจจัยต่าง ๆ ที่ควรพิจารณาถึงคือ

- สภาพสิ่งแวดล้อมที่ดีต่อการอยู่อาศัย
- สะดวกในการเดินทางเข้าถึงที่อยู่อาศัย และสะดวกในการเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยัง แหล่งบริการต่าง ๆ โดยเฉพาะที่ทำงาน
- อยู่ในบริเวณที่มีสาธารณูปโภคและสาธารณูปการดี
- สภาพทางสังคมวัฒนธรรมของผู้อยู่อาศัยดั้งเดิมในบริเวณดังกล่าว จะเป็นแรงดึงดูด สำคัญ ให้กลุ่มผู้อยู่อาศัยใหม่เดินทางเข้าอยู่อาศัยในบริเวณนั้นด้วย

ซึ่งปัจจัยดังกล่าวล้วนแล้วแต่มีความสำคัญในการเลือกที่ตั้งที่อยู่อาศัยที่เหมาะสม แต่ใน สภาพความเป็นจริงในการเลือกที่ตั้งที่อยู่อาศัยของมนุษย์ก็อาจมีเงื่อนไขอื่น ๆ ในการเลือกที่ตั้งที่อยู่ อาศัยอีกด้วย อาทิเช่น

1) รายได้ของผู้อยู่อาศัย ผู้อยู่อาศัยที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความต้องการที่อยู่อาศัยที่ เหมาะสมกับรายได้ของเขาเอง

ในผู้มีรายได้สูง จะมีความสามารถในการเลือกทำเลที่ตั้งที่อยู่อาศัยที่ดีตามที่ ต้องการ ได้ โดยเฉพาะสามารถเลือกทำเลที่อยู่อาศัยที่ดีได้ตามปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัยได้สรุปไว้ นั้น

แต่ในผู้มีรายได้น้อย จะถูกจำกัดด้วยความสามารถในการซื้อ จากสถานะที่รายได้น้อย ทำให้ไม่อาจเลือกที่อยู่อาศัยซึ่งมีทำเลที่ตั้งที่ดีในราคาสูง ซึ่งมีบริการทุกด้านครบถ้วน แต่จะต้องการที่อยู่

อาศัยราคาถูก (หรือค่าเช่าถูก) และเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง จะพยายามอยู่ชิดกับแหล่งการค้า หรือ อุตสาหกรรมของเมืองอย่างหนาแน่น

2) การเข้าถึงแหล่งงาน อาจจะมีอิทธิพลต่อการกระจายตัวของประชากรมากกว่าปัจจัยอื่น ๆ ครอบครัวจะต้องพิจารณาระหว่างความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งงานของหัวหน้าครอบครัวกับความเป็นไปได้หลาย ๆ ด้านที่เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางจากบ้านไปที่ทำงานราคาที่ดินที่เหมาะสม ความต้องการด้านอื่น ๆ ในการติดต่อกับเมืองและสิ่งพอใจต่าง ๆ

3) ระยะเวลาในช่วงชีวิตแต่ละช่วง มีผลต่อการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัย ผู้เลือกที่อยู่อาศัยในวัยต่าง ๆ กัน จะมีความต้องการที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันกล่าวคือ

วัยหนุ่มสาว ซึ่งเป็นวัยศึกษาเล่าเรียนหรือเริ่มทำงาน วัยนี้จะมีอิทธิพลในการเลือกที่อยู่อาศัยให้เหมาะสมกับความต้องการทางด้านการศึกษาและที่ทำงาน

วัยแต่งงานมีครอบครัว ต้องการที่ตั้งของที่อยู่อาศัยและรูปแบบให้สัมพันธ์กับสภาพครอบครัว

วัยที่มีบุตร ต้องการที่อยู่อาศัยที่มีพื้นที่มากขึ้นและให้เหมาะกับรายได้

วัยสูงอายุ อาจต้องการที่อยู่อาศัยที่สงบเงียบ กว้างขวางในเขตชานเมือง

4) วิธีการดำเนินชีวิต มีบทบาทต่อการเลือกหาที่อยู่อาศัย ให้มีภาวะแวดล้อมทางสังคมของชุมชนนั้น ๆ ในทิศทางที่สอดคล้องกับวิถีทางดำเนินชีวิตของคน ได้ดี อาทิเช่น ครอบครัวมุสลิม เมื่อจะย้ายที่อยู่ใหม่หรือเลือกที่อยู่อาศัยสำหรับครอบครัวใหม่ ก็พยายามเลือกที่อยู่อาศัยแห่งใหม่ให้อยู่ในละแวกชุมชนมุสลิมด้วยกัน

ด้วยเงื่อนไขต่าง ๆ ดังกล่าว ทำให้การเลือกที่ตั้งของผู้อยู่อาศัยในสภาพจริงแตกต่างกันไปตามสภาพ และฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้อยู่อาศัย โดยเฉพาะของผู้ตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของครอบครัวเป็นสำคัญ

มณีนีศรี พันธุลาภ มีความคิดว่า ที่อยู่อาศัย ถือว่าเป็นสินทรัพย์ชนิดหนึ่งตามทฤษฎีการเลือกสินทรัพย์<sup>13</sup> ฉะนั้น ความต้องการที่จะซื้อบ้านและลงทุนในบ้านเพื่อเป็นสินทรัพย์ หรือไม่ขึ้นอยู่กับผลตอบแทนที่ได้รับจากการถือสินทรัพย์ชนิดอื่น ๆ นอกเหนือจากบ้านเพราะบุคคลจะจัดเก็บผลตอบแทนจากสินทรัพย์ต่างๆ หากสินทรัพย์ชนิดอื่นมีอัตราผลตอบแทนสูงกว่า ความต้องการถือบ้านก็จะน้อยลง ความต้องการถือบ้านหรือลงทุนในบ้านจะมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนของบ้าน ซึ่งผล

<sup>13</sup> มณีนีศรี พันธุลาภ. เศรษฐศาสตร์มหภาควิเคราะห์ : ทฤษฎีและนโยบาย, คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย . 2529 . หน้า 183-185

ตอบแทนของบ้านจะมาน้อยเพียงไรขึ้นอยู่กับค่าเช่าที่ได้รับ ค่าเสื่อมของบ้าน และค่าเพิ่มของทุนในกรณีที่บ้านนั้นอยู่อาศัยเองเราจะตัดรายการค่าเช่าออกไป ผลตอบแทนที่ได้รับจากบ้านก็คือ ผลได้ทั้งหมดของบ้านหารด้วยราคาบ้าน

สุชาดา กิระกุล และคณะ ได้ศึกษาพฤติกรรมกรรมการออมของครัวเรือนตามแนวการศึกษาของ U.Tan Wat 1972 ซึ่งสรุปได้ว่า พฤติกรรมการออมถูกกำหนดจากปัจจัยสามกลุ่มคือ ปัจจัยที่กำหนดความสามารถ(รายได้) ปัจจัยที่กำหนดสิ่งจูงใจ (อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก) และปัจจัยที่กำหนดโอกาสในการออม (จำนวนสาขาธนาคารพาณิชย์) โดยอาศัยข้อมูลอนุกรมเวลา ตั้งแต่ปี พ.ศ.2510-2523 จากผลการศึกษาปรากฏว่า ปัจจัยกำหนดความสามารถ และสิ่งจูงใจ คือรายได้ อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และการคาดคะเนเกี่ยวกับเงินเพื่อบริการสำคัญทางสถิติกับการออมภาคครัวเรือน และมีความสัมพันธ์กันในทางบวก โดยเฉพาะรายได้เป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญกับการออมมากที่สุด

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รวงทอง ฉายะพงศ์ , ศรีวงศ์ สุมิตร และสาลิณี วรรณขจร เรื่อง การศึกษาค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารและบริโภคนิสัยของประชากรในกรุงเทพมหานคร. มิถุนายน 2528.

ได้ทำการสำรวจโดยจำกัดเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครชั้นใน ซึ่งประกอบด้วยประชากรใน 13 เขต ได้แก่ เขตพระนคร คลองสาน บางกอกน้อย ปทุมวัน ป้อมปราบ สัมพันธวงศ์ บางรัก พญาไท ห้วยขวาง บางกอกใหญ่ ธนบุรี ขานนาวา และดุสิต

โดยเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากครัวเรือนตัวอย่างจำนวน 2,000 ครัวเรือน

ข้อมูลที่รวบรวมได้จะนำมาวิเคราะห์เพื่อให้ได้คำตอบว่าครัวเรือนระดับรายได้ต่างๆ นั้น มีการใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภค และการใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทต่างๆ แตกต่างกันอย่างไรร

พบว่า ค่าใช้จ่ายด้านอาหารมีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 59.9 รองลงมาเป็นค่าใช้จ่ายด้านที่อยู่อาศัย ร้อยละ 12.5

เมื่อเปรียบเทียบกับการศึกษาของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พ.ศ. 2518-19 พบว่าสัดส่วนของค่าใช้จ่ายหมวดต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก ยกเว้นหมวดที่อยู่อาศัย ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเป็นตัวเลขเงินใน 2 ช่วงไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ค่าใช้จ่ายรวมในปี 2527 เพิ่มจากปี 2518-19 เกือบเท่าตัว จากค่าใช้จ่ายในหมวดต่างๆนี้ เมื่อนำมาจัดกลุ่มพบว่าค่าใช้จ่ายหมวดอาหาร การศึกษา และหมวดอื่นๆ มีสัดส่วนต่อค่าใช้จ่ายรวมเพิ่มขึ้น ในขณะที่ค่าใช้จ่ายหมวดต่างๆ ที่เหลือมีสัดส่วนลดลง และค่าใช้จ่ายรวมของครัวเรือนในปี พ.ศ. 2527 มีค่าสูงกว่า พ.ศ. 2518-19 ร้อยละ 96

ตารางที่ 3.1 เปรียบเทียบสัดส่วนค่าใช้จ่ายต่อเดือนของครอบครัว จำแนกตามหมวดค่าใช้จ่าย

รายการค่าใช้จ่าย	2518-19 <sup>14</sup>		2527 <sup>15</sup>		อัตราเปลี่ยนแปลง เฉลี่ยต่อปี
	จำนวนเงิน	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ	
1. อาหาร	1,548	44.4	4,094	59.9	16.4
2. เครื่องนุ่งห่ม	273	7.8	318	4.6	1.6
3. ที่อยู่อาศัย	826	23.7	857	12.5	0.4
4. ค่ารักษาพยาบาล	118	3.4	135	2.0	1.4
5. การเดินทาง	364	10.5	526	7.7	4.4
6. บันทึง	117	3.4	191	2.8	6.3
7. ศึกษา	112	3.2	374	5.5	23.4
8. อื่นๆ เบ็ดเตล็ด	124	3.6	344	5.0	17.7
รวม	3,482	100.00	6,839	100.00	9.6

เดชะ บุญยะชัย เรื่อง "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรระดับราคาปานกลางของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร" <sup>16</sup> ได้ทำการศึกษาการตัดสินใจซื้อในช่วงที่สภาวะเศรษฐกิจเป็นปกติ วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรระดับราคาปานกลางของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรม การซื้อบ้านจัดสรรระดับราคาปานกลางของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการศึกษา

1. โดยใช้การสัมภาษณ์ทั้งหมด 350 ตัวอย่าง โดยสำรวจบ้านจัดสรรที่สร้างขึ้นในเขตกรุงเทพมหานคร ตั้งแต่อดีตถึงกรกฎาคม 2538 โดยใช้การสำรวจภาพถ่ายทางอากาศของศูนย์วิชาการที่อยู่อาศัย การเคหะแห่งชาติ จำนวน 88,965 หลัง
2. ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเป็นขั้นๆ (Multistage) ตาม โควต้า โดยการแบ่งเขตของทางกรุงเทพมหานครเทียบกับจำนวนบ้านจัดสรรในเขตนั้นๆ

<sup>14</sup> สำนักงานสถิติแห่งชาติ

<sup>15</sup> รวงทอง ฉายะพงศ์, ศรีวงศ์ สุมิตร และ ตาธินี วรบัณฑิต " การศึกษาค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารและบริโภคนิสัยของประชากรกรุงเทพมหานคร" มิถุนายน 2528

<sup>16</sup> เดชะ บุญยะชัย "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรระดับราคาปานกลางของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร" ปรินญาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2530

3. โดยใช้พนักงานในการสัมภาษณ์และสำรวจในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2529- มกราคม 2530 ซึ่งจากการศึกษาพบว่า

ปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อบ้านคือ

1. ปัจจัยเกี่ยวกับทำเลที่ตั้ง
  - 1.1 ทำเลที่ตั้งที่น้ำไม่ท่วม
  - 1.2 ทำเลใกล้ที่ทำงาน
2. พิจารณาปัจจัยเกี่ยวกับตัวบ้านและการก่อสร้าง
  - 2.1 คุณภาพและฝีมือในการก่อสร้าง
  - 2.2 พื้นที่หรือขนาดตัวบ้าน
3. ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน
  - 3.1 ราคาขาย
  - 3.2 อัตราดอกเบี้ยผ่อนชำระ
4. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

ฉวีวรรณ เคนไพบูลย์<sup>17</sup> เรื่อง "ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้ปานกลาง" เป็นอีกงานวิจัยหนึ่งที่ได้ทำการศึกษาไว้โดยมี

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้ปานกลาง โดยแยกลักษณะสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อที่จะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่มีความแตกต่างกันอย่างไร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้ปาน

ขอบเขตของการศึกษา

1. ทำการศึกษาเฉพาะในเขตชั้นกลางของกรุงเทพมหานคร ที่มีจำนวนที่อยู่อาศัยเพิ่มมากที่สุดในรอบ 5 ปี
2. เป็นกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลาง ที่มีรายได้ครัวเรือน 20,000-50,000 บาท และอยู่ในโครงการที่อยู่อาศัยระดับราคา 1 - 2 ล้านบาท
3. ใช้จำนวนตัวอย่าง 321 ตัวอย่างโดยทำการสำรวจในช่วง 10 มกราคม – 28 กุมภาพันธ์ 2536 ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ซื้อส่วนใหญ่ได้ซื้อบ้านในปี 2531

---

<sup>17</sup> ฉวีวรรณ เคนไพบูลย์ "ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้ปานกลาง" วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาสังคมวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2536

จากการศึกษาพบว่า ความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้น้อยปานกลาง มิได้เกิดจากความขาดแคลนที่อยู่อาศัย แต่เกิดจากความต้องการมืออยู่อาศัยใหม่ เป็นของตนเอง

ปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อบ้านคือ

1. พิจารณาความสามารถในการจ่าย
2. ต้องการออมในรูปแบบสหกรณ์มากกว่าการออมเป็นเงินสด
3. พิจารณาทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน

ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกซื้อที่อยู่อาศัยครั้งต่อไป เรียงลำดับความสำคัญมากไปหาน้อย

1. เกี่ยวกับทำเลที่ตั้งจะพิจารณาในบริเวณใกล้ที่ทำงานและใกล้ถนนใหญ่
2. ด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ
  - 2.1 ขนาดถนน ซอยกว้าง
  - 2.2 มีน้ำประปา
3. รูปแบบและการก่อสร้าง

จากวรรณกรรมและแนวความคิดต่างๆ ทำให้พอสรุปแนวทางในการศึกษาปัจจัยการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยระดับราคาปานกลางในสถานะเศรษฐกิจตกต่ำ ได้ดังนี้

1. คนทุกคนในสังคมจะผลักดันตัวเองจากความต้องการพื้นฐานด้านร่างกาย ซึ่งเป็นเรื่องของ”ปัจจัย 4” แห่งชีวิต ”ที่อยู่อาศัย”เป็นความต้องการเบื้องต้นให้สูงขึ้นไปสู่ความพอใจที่ได้รับความสำเร็จ
2. เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมของมนุษย์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคสินค้า ลักษณะการใช้และการยอมรับในสินค้าบริการนั้น
3. “การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค อาจจะหมายถึงกระบวนการที่บุคคล หรือกลุ่มคนของบุคคลจะทำการตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้าและบริการอะไรหรือไม่ ถ้าซื้อจะซื้อที่ไหน เมื่อไหร่ ตลอดจนจะมีวิธีการซื้อและการใช้สินค้าและบริการนั้นอย่างไรจากกระบวนการตลาดขององค์การธุรกิจ”
4. ความหมายของที่อยู่อาศัย ว่าเป็น”สินค้า”ซื้อได้ขายได้ มี “ราคา”เป็นตัวเชื่อม และสินค้าชนิดนี้เป็นสินค้าพิเศษที่ทำหน้าที่ถึง 2 อย่างพร้อมกัน คือ
  - เป็นสินค้า อุปโภคบริโภค(CONSUMER PRODUCT) ใช้แล้วก็หมดไปเสื่อมไป
  - เป็นสินค้า ลงทุน(INVESTMENT PRODUCT หรือCAPITAL GOODS)คือซื้อแล้วได้มูลค่าสูงขึ้น กำไรมากขึ้น เช่น ซื้อที่ดิน ซื้อที่อยู่อาศัย เมื่อขายจะได้ราคามากขึ้น
5. เป็นสินค้านานาชนิด ซึ่งจะต่างกับสินค้าอุปโภคทั่วไปที่ใช้แล้วหมดไป มีระยะเวลาที่สั้นบ้านจะมีสถานที่ถาวร มีอายุยาวนานบางทีหลายชั่วอายุคนทีเดียว

6. ปัจจัยในการกำหนดการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย

- 6.1 ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม
- 6.2 ปัจจัยทางด้านชนชั้นทางสังคม
- 6.3 ปัจจัยทางสังคมและกลุ่มอ้างอิง
- 6.4 ปัจจัยทางด้านบุคคล

7. ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของผู้ซื้อ

7.1 แผนค่าใช้จ่ายในเรื่องที่อยู่อาศัย โดยเกณฑ์ในการพิจารณา อยู่ในช่วงร้อยละ 30-35 ของรายได้ครัวเรือนโดยมีรายละเอียด

- 7.2 ขนาดครอบครัว ที่แตกต่างกันมีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อเดือนต่อครอบครัว
- 7.3 สถานภาพการครอบครองที่อยู่อาศัย

8. องค์ประกอบของการบริโภคที่อยู่อาศัย

9. ความสามารถในการจ่ายเรื่องที่อยู่อาศัย โดยมีสัดส่วนดังนี้

- 9.1 ความพึงพอใจในการจ่ายเรื่องที่อยู่อาศัย ร้อยละ 30-35
- 9.2 เงินชำระล่วงหน้า ร้อยละ 20-30
- 9.3 ระยะเวลาในการผ่อนชำระ 10-25 ปี
- 9.4 อัตราดอกเบี้ย 12-15 % ต่อปี

10. แนวความคิดในการย้ายที่อยู่อาศัย อธิบายได้ว่าเป็นการย้ายโดยแรงกระตุ้นให้เกิดการย้ายที่อยู่อาศัย โดย แรงกระตุ้นที่ไม่พึงปรารถนา และแรงกระตุ้นอันพึงปรารถนา

11. แนวความคิดเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัยที่ควรพิจารณามี

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

12. แนวความคิดในการเลือกที่อยู่อาศัยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง

- รายได้ของผู้อยู่อาศัย ความต้องการจะแตกต่างกัน
- การเข้าถึงแหล่งงาน
- ช่วงชีวิตแต่ละช่วง
- วิธีการดำเนินชีวิต