

พฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพการณศึกษา : แกรับเชิณรายการอายุ
น้อยร้อยล้าน



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเคหพัฒนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการพัฒนาที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์ ภาควิชาเคหการ
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2562
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

HOUSING SELECTION BEHAVIOUR OF SUCCESSFUL PROFESSIONALS A CASE STUDY OF
YOUNG SELF MADE MILLIONAIRE



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Housing Development in Housing and Real Estate

Development

Department of Housing

FACULTY OF ARCHITECTURE

Chulalongkorn University

Academic Year 2019

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรมทางเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จใน อาชีพกรณีศึกษา : แกรับเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้าน
โดย	น.ส.มณีนคร อัทธวงศ์ไพศาล
สาขาวิชา	การพัฒนาที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	รองศาสตราจารย์ไตรรัตน์ จารุทัศน์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเคหะพัฒนาศาสตรมหาบัณฑิต

.....	คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ (รองศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นรัชฎ์ กาญจนะจฤดี)
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
.....	ประธานกรรมการ (รองศาสตราจารย์มานพ พงศทัต)
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก (รองศาสตราจารย์ไตรรัตน์ จารุทัศน์)
.....	กรรมการ (ศาสตราจารย์จามรี จุลกะรัตน์)
.....	กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย (อาจารย์ ดร.นนท์ สหายา)
.....	กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย (ดร.วิชัย วิรัตกพันธ์)

6173339625 : MAJOR HOUSING AND REAL ESTATE DEVELOPMENT

KEYWORD: Young Self Made Millionaire, Housing selection, Successful professionals

Maneesorn Atthavongpisarn : HOUSING SELECTION BEHAVIOUR OF SUCCESSFUL PROFESSIONALS A CASE STUDY OF YOUNG SELF MADE MILLIONAIRE . Advisor: Assoc. Prof. TRIRAT JARUTACH

Recently, Thai consumers have been very cautious with their spending due to reductions in earnings amid a continuing economic slowdown. Meanwhile the high-end housing market has been growing incongruently with the economy. Currently, buyers can select from among the widest range of housing alternatives available in the market. This research, therefore, aims to study the behavior of successful professionals represented by the guests from a TV show, *The Young Self Made Millionaire*, in selecting their residences.

Guests on the show, *The Young Self Made Millionaire*, are required to meet three criteria: owning a business, yearly business income in excess of THB 100 Million, and being not over 45 years of age. This research study aims to analyze the behavioral tendencies with regard to the selection of a residence, along with studying the economic and social aspects of the residence choice of those successful professionals. As a result, the study will identify the characteristics of a residence demanded by Generation X and Y successful professionals. The research study will be done by one-on-one structural interviews and descriptive analysis.

The result shows that the most important factors that affect residence selection are income, members of the household, domiciliary, and generation. Further, the most preferred type of residence is a single detached house in the same suburban area as the owner's, limiting the housing selection based on location and travel time. These successful professionals also need residential facilities such as security systems, CCTV, plantings and parking areas. Further, the study indicates that successful professionals will purchase property for investment or future expansion for their company in addition to their personal residences.

Field of Study: Housing and Real Estate Student's Signature

Development

Academic Year: 2019 Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลหลายท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูล เพื่อประสานงานต่อไป หรือการให้คำแนะนำแนวทางของงานวิจัย ต้องขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือในการจัดทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้

ขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษา รศ.ไตรรัตน์ จารุทัศน์ สำหรับความรู้ คำชี้แนะ ในการจัดทำวิทยานิพนธ์ให้สำเร็จอย่างสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพที่สละเวลาอันมีคุณค่าของท่านมาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ดิฉันและท่านอื่น ๆ ที่ได้อ่านวิทยานิพนธ์เล่มนี้

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่านที่ให้คำชี้แนะในการทำเล่มวิทยานิพนธ์เล่มนี้ให้สมบูรณ์

สุดท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อคุณแม่ และบุคคลในครอบครัวที่คอยเป็นกำลังใจให้โอกาสในการศึกษา และช่วยลงพื้นที่ในการเก็บข้อมูล ช่วยถ่ายภาพ ตลอดจนเพื่อน ๆ ที่คอยให้กำลังใจ ทั้งนี้วิทยานิพนธ์เล่มนี้จะไม่สามารถทำได้หากไม่มีทุกท่านคะ รักและเคารพ

มณิศร อัจฉรวงศ์ไพศาล



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ.....	1
1.2 คำถามในงานวิจัย	7
1.3 วัตถุประสงค์	7
1.4 ขอบเขตงานวิจัย	7
1.5 นิยามคำศัพท์เฉพาะ.....	8
1.6 วิธีการดำเนินงานวิจัย.....	9
1.7 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	10
1.8 แผนการดำเนินงานวิจัย	11
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการที่อยู่อาศัย	14
2.2 แนวคิดการเลือกที่อยู่อาศัย.....	16
2.2.1 หลักเกณฑ์ในการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูง	19
2.3 แนวคิดการเลือกทำเลที่ตั้ง	19
2.4 แนวคิดการย้ายที่อยู่อาศัย.....	24

2.5 แนวความคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัยและที่ทำงาน.....	27
2.6 แนวคิดและทฤษฎีความสำเร็จในอาชีพ	29
2.6.1 แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในอาชีพ.....	29
2.6.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จในอาชีพ	30
2.7 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	31
2.8 แนวคิดเกี่ยวกับประชากรและการแบ่งช่วงอายุ	35
2.9 เอกสารและวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง.....	35
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย	39
3.1 กรอบการศึกษาการวิจัย.....	40
3.2 กระบวนการดำเนินการวิจัย.....	41
3.3 การศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	42
3.4 กลุ่มเป้าหมาย และการศึกษากลุ่มเป้าหมาย	42
3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	45
3.5.1 ประเภทเครื่องมือ	45
3.5.2 ขั้นตอนการจัดทำเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	45
3.6 การศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
3.7 ข้อจำกัดในการวิจัย.....	46
บทที่ 4 รายละเอียดรายการอายุน้อยร้อยล้าน และแขกรับเชิญ.....	47
4.1 ข้อมูลทั่วไปของรายการอายุน้อยร้อยล้าน	47
4.2 ข้อมูลบริษัทผู้จัดทำรายการ	48
4.2.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท	48
4.2.2 จุดเริ่มต้นในการทำธุรกิจ	48
4.2.3 ภาพรวมรายได้ของแต่ละหน่วยธุรกิจ.....	49
4.2.4 วิธีคิดในการสร้างรายการ ‘อายุน้อยร้อยล้าน’	49

4.3 เนื้อหาของรายการอายุน้อยร้อยล้าน	49
4.3.1 การคัดเลือกแขกรับเชิญ	51
4.4 แขกรับเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้าน และการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง	52
บทที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	53
5.1 <u>วัตถุประสงค์ที่ 1</u> ศึกษาปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมในการวางแผนด้านที่อยู่อาศัย ของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ	53
5.1.1 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย	53
5.1.1.1 ปัจจัยด้านรายได้	55
5.1.2 ปัจจัยด้านสังคมที่ส่งผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย	55
5.1.2.1 ปัจจัยด้านสมาชิกครัวเรือน	56
5.1.2.2 ปัจจัยด้านภูมิลำเนา	57
5.1.2.3 ปัจจัยด้านอายุ	61
5.2 <u>วัตถุประสงค์ที่ 2</u> วิเคราะห์พฤติกรรมและแนวโน้มการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบ ความสำเร็จในอาชีพ	63
5.2.1 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย(กรรมสิทธิ์ของตนเอง)	63
5.2.1.1 ประเภทธุรกิจ	63
5.2.1.2 เพศ	68
5.2.1.3 ช่วงอายุ	72
5.3 <u>วัตถุประสงค์ที่ 3</u> เพื่อเสนอแนะลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X และ Y	83
5.3.1 ลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จ Generation X	83
5.3.2 ลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จ Generation Y	87
5.4 สรุปผลการศึกษา	95
5.4.1 ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และสังคม ในการวางแผนด้านที่อยู่อาศัยของผู้ประสบ ความสำเร็จในอาชีพ	95

5.4.1.1	ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ	95
5.4.1.2	ปัจจัยด้านสังคม	95
5.4.2	พฤติกรรมและแนวโน้มการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ	96
5.4.3	รูปแบบที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X และ Y	97
5.4.3.1	Generation X	97
5.4.3.2	Generation Y	97
บทที่ 6	การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	99
6.1	อภิปรายผลงานวิจัยด้านเศรษฐกิจ และสังคม ของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ	99
6.2	อภิปรายผลงานวิจัยด้านพฤติกรรมทางเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ ..	101
6.3	อภิปรายผลงานวิจัยลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X และ Generation Y	102
6.4	ข้อค้นพบในงานวิจัย	103
6.5	ข้อเสนอแนะในการประยุกต์ใช้	103
6.6	ข้อเสนอแนะในการทำงานวิจัยต่อไปในอนาคต	105
บรรณานุกรม	128
ประวัติผู้เขียน	131

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1-1 แสดงแผนการดำเนินงานวิจัย	11
ตารางที่ 2-1 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้จำแนกหมวดหมู่เพื่อความสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์.....	12
ตารางที่ 2-2 แสดงการจำแนกชั้นของวัยในชีวิตที่มีผลต่อการเลือกลักษณะที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	27
ตารางที่ 2-3 แสดงวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง	36
ตารางที่ 2-4 แสดงวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง	37
ตารางที่ 3-1 กรอบแนวคิดการวิจัย	40
ตารางที่ 3-2 แสดงกลุ่มตัวอย่างกรณีศึกษาแก่กรับเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้าน.....	42
ตารางที่ 3-3 สรุปเกณฑ์ผู้ประสบความสำเร็จ.....	43
ตารางที่ 5-1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์.....	53
ตารางที่ 5-2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจ/สังคม และการเลือกอยู่อาศัยของผู้ ประสบความสำเร็จในอาชีพการนักศึกษา	54
ตารางที่ 5-3 แสดงจำนวนสมาชิกครัวเรือนของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X และ Y	56
ตารางที่ 5-4 แสดงลักษณะที่อยู่อาศัยปัจจุบันของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X และ Y	56
ตารางที่ 5-5 แสดงการย้ายที่อยู่อาศัยในแต่ละช่วงอายุของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X.....	61
ตารางที่ 5-6 แสดงข้อเหมือนและข้อแตกต่างต่างของพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้ ประสบความสำเร็จในอาชีพตามประเภทธุรกิจ	67
ตารางที่ 5-7 แสดงข้อเหมือนและข้อแตกต่างต่างของพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้ ประสบความสำเร็จในอาชีพเพศหญิง และเพศชาย.....	72

ตารางที่ 5-8 แสดงข้อเหมือนและข้อแตกต่างต่างของพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X และ Generation Y 75

ตารางที่ 5-9 สรุปพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ตนเองของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพโดยแบ่งกลุ่มตาม ประเภทธุรกิจ เพศ และช่วงอายุ 76

ตารางที่ 5-10 เปรียบเทียบข้อมูลข้อมูลที่อยู่อาศัยระหว่างคนทั่วไปและผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ 77

ตารางที่ 5-11 แสดงช่วงเวลาในการเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปที่ทำงานของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ 78

ตารางที่ 5-12 แสดงช่วงที่ประสบความสำเร็จในอาชีพของกรณีศึกษาจำนวน 20 คนต่อการเลือกและการวางแผนที่อยู่อาศัย รวมถึงการได้มาซึ่งที่อยู่อาศัย 81

ตารางที่ 5-13 แสดงช่วงเวลาในการซื้อที่อยู่อาศัยกรรมสิทธิ์ของตนเอง 92

ตารางที่ 5-14 แสดงงบประมาณการซื้อที่อยู่อาศัยในอนาคตของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X และ Generation Y 93

ตารางที่ 6-1 สรุปปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกที่อยู่อาศัยของนักคิดและงานวิจัยที่ผ่านมา 100

ตารางที่ 6-2 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมในการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้ปานกลาง ผู้มีรายได้สูง และผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ 101

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1-1 แสดงอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยพ.ศ. 2556 - 2562 (ร้อยละ).....	1
ภาพที่ 1-2 แสดงแนวโน้มสัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP พ.ศ. 2562	2
ภาพที่ 1-3 แสดงการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยในประเทศไทยพ.ศ. 2558 - 2561	2
ภาพที่ 1-4 แสดงจำนวนประชากร และการคาดการณ์จำนวนประชากรในอนาคต.....	5
ภาพที่ 2-1 หลัก 6Ws 1H เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค, ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2543.....	32
ภาพที่ 3-1 แสดงกระบวนการดำเนินงานวิจัย.....	41
ภาพที่ 3-2 แสดงแผนผังการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	44
ภาพที่ 4-1 ภาพประกอบรายการอายุน้อยร้อยล้าน.....	47
ภาพที่ 4-2 ภาพโลโก้บริษัท มัชชรม กรุ๊ป จำกัด	48
ภาพที่ 4-3 ภาพประกอบช่วงเริ่มต้นรายการ	50
ภาพที่ 4-4 ภาพประกอบช่วงที่ 2 ของรายการ.....	51
ภาพที่ 4-5 ภาพประกอบช่วงที่ 3 ของรายการ.....	51
ภาพที่ 5-1 แสดงจำนวนข้อมูลสรุปจากแบบสัมภาษณ์ของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกรณีศึกษา จำนวน 20 คน	54
ภาพที่ 5-2 แสดงช่วงอายุและจำนวนในการย้ายที่อยู่อาศัย	57
ภาพที่ 5-3 แสดงการย้ายที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	58
ภาพที่ 5-4 แสดงการย้ายที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพที่มีภูมิลำเนาอยู่ในต่างจังหวัด	59
ภาพที่ 5-5 แสดงการย้ายที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพที่แบ่งตามพื้นที่ภูมิลำเนาเดิม และช่วงอายุ.....	60
ภาพที่ 5-6 แสดงอายุและการเปลี่ยนที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X. 62	

ภาพที่ 5-7 แสดงอายุและการเปลี่ยนที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y .	62
ภาพที่ 5-8 แสดงตัวอย่างการย้ายที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X จำนวน 2 คน.....	79
ภาพที่ 5-9 แสดงตัวอย่างการย้ายที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y จำนวน 2 คน.....	80
ภาพที่ 5-10 แสดงความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกรณีศึกษาจำนวน 20 คน.....	82
ภาพที่ 5-11 แสดงลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X ก่อนมีรายได้ 100	84
ภาพที่ 5-12 แสดงลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X หลังมีรายได้ 100 ล้าน	85
ภาพที่ 5-13 แสดงลักษณะที่อยู่อาศัยที่ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X ต้องการใน อนาคต	86
ภาพที่ 5-14 แสดงสาเหตุในการย้าย/เลือกที่อยู่อาศัยในแต่ละครั้งของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X.....	87
ภาพที่ 5-15 แสดงลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y ก่อนมีรายได้ 100 ล้าน	88
ภาพที่ 5-16 แสดงลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y หลังมีรายได้ 100 ล้าน	90
ภาพที่ 5-17 แสดงลักษณะที่อยู่อาศัยที่ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y ต้องการอยู่ อาศัยในอนาคต	91
ภาพที่ 5-18 แสดงสาเหตุในการย้าย/เลือกที่อยู่อาศัยในแต่ละครั้งของผู้ประสบความสำเร็จกรณีศึกษา Generation Y	91
ภาพที่ 5-19 แสดงจำนวนการย้ายที่อยู่อาศัย และลักษณะที่อยู่อาศัยแบ่งตาม Generation.....	94
ภาพที่ 6-1 แสดงภาพแอปพลิเคชันจำลองที่อยู่อาศัย	104
ภาพที่ 6-2 แสดงภาพแอปพลิเคชันเปรียบเทียบราคา คุณภาพ ระยะเวลาการใช้งาน และความ เหมาะสมในการใช้งานของวัสดุอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน กับตราสินค้าที่มีความแตกต่างกัน	105



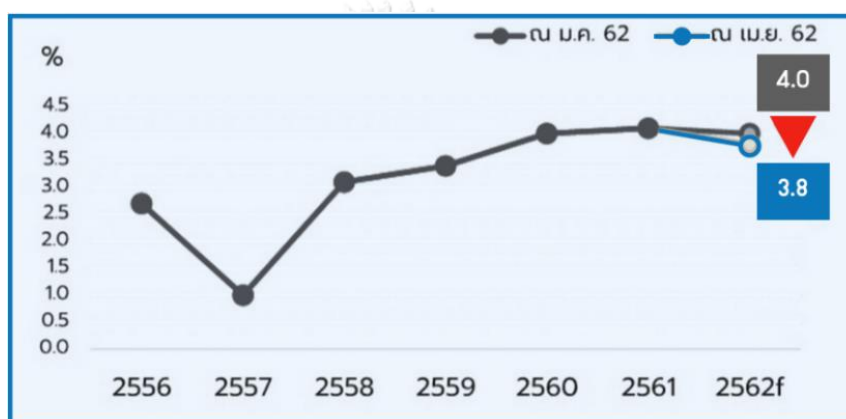
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

จากการที่เศรษฐกิจไทยเติบโตลดลง เนื่องจากต้องเผชิญกับข้อจำกัดจากโครงสร้างประชากรที่มีคนวัยทำงานลดลง คนสูงอายุเพิ่ม การจ้างงานเติบโตเฉลี่ยลดลง เศรษฐกิจไทยจะอ่อนแรงลงเรื่อย ๆ และเมื่อพิจารณาเศรษฐกิจไทยในปัจจุบัน จะเห็นได้ดังภาพต่อไปนี้

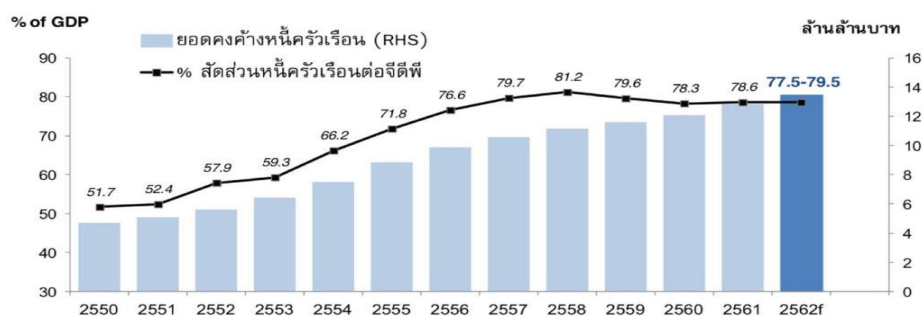


ภาพที่ 1-1 แสดงอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยพ.ศ. 2556 - 2562 (ร้อยละ)

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, กระทรวงการคลัง

จากภาพข้างต้นแสดงให้เห็นว่าอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันมีการชะลอตัว ซึ่งทางธนาคารแห่งชาติมองว่า GDP ของไทยในพ.ศ. 2562 จะขยายตัวลดลงจากร้อยละ 3.8 เป็น ร้อยละ 3.3¹ แสดงให้เห็นว่าเศรษฐกิจไทยเกิดความชะลอตัว โดยสาเหตุสำคัญมาจากการส่งออกสินค้า และภาคท่องเที่ยว ซึ่งทำให้คนไทยระมัดระวังในการใช้จ่ายสอย จากรายได้ที่ลดลงเนื่องจากของบางธุรกิจที่ได้รับผลกระทบโดยตรงทำให้หนี้ครัวเรือนเพิ่มสูงขึ้น

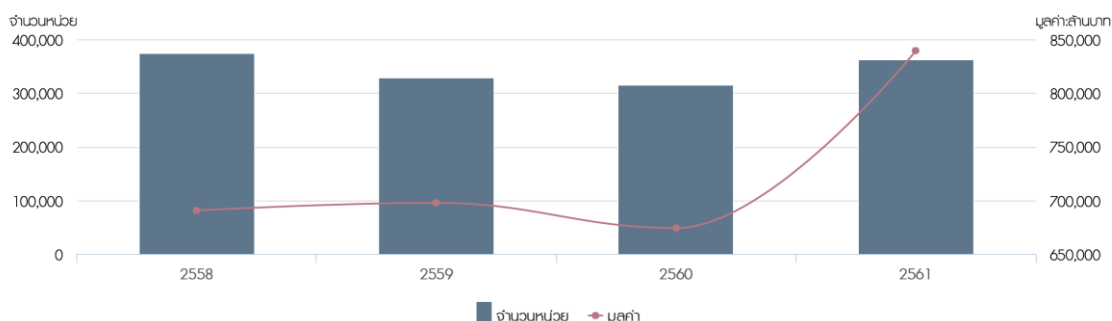
¹ ธนาคารแห่งประเทศไทย, รายงานนโยบายการเงิน. (ฉบับเดือนมีนาคม, 2562).



ภาพที่ 1-2 แสดงแนวโน้มสัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP พ.ศ. 2562

ที่มา : ธปท. และศูนย์วิจัยกสิกรไทย

ในช่วง 4 – 5 ปีที่ผ่านมายอดหนี้ครัวเรือนต่อ GDP ไม่สู้ดีนัก สาเหตุมาจากการเร่งตัวขึ้นของสินเชื่อรายย่อย หลายๆประเภท ทั้งสินเชื่อบ้าน สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ สินเชื่อบัตรเครดิต รวมถึงสินเชื่อส่วนบุคคล ทั้งนี้เนื่องจากการขยายตัวของเศรษฐกิจค่อนข้างช้าเมื่อเทียบกับหนี้ครัวเรือน โดยยอดคงค้างหนี้ครัวเรือนของไทยเติบโตขึ้นร้อยละ 6 สูงกว่าอัตราการเติบโตของมูลค่ากิจกรรมทางเศรษฐกิจของประเทศ(Nominal GDP) ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 5.6² โดยหนี้ครัวเรือนที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากความต้องการสิทธิความเป็นเจ้าของในทรัพย์สิน เช่น ซื้อบ้าน ซื้อรถ เป็นต้น



ภาพที่ 1-3 แสดงการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยในประเทศไทยพ.ศ. 2558 - 2561

ที่มา : ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2562

จากจำนวนการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยในประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นจนถึงปัจจุบัน และมูลค่าที่อยู่อาศัยที่สูงขึ้นดังภาพข้างต้น แสดงให้เห็นว่าที่อยู่อาศัยในประเทศไทยยังคงเป็นที่ต้องการ โดยในพ.ศ. 2559 – 2561 บ้านหรือที่มีระดับราคา 20 – 30 ล้านบาทขึ้นไป เปิดตัวทั้งหมด 1,115 ยูนิต และโครงการส่วนใหญ่ที่เปิดขายมียอดขายร้อยละ 50 – 60 หลังจากเปิดตัวได้ 1 ปีเท่านั้น ซึ่งถือเป็นยอดขายที่ค่อนข้างดี หรือในส่วนของการพัฒนาโครงการอาคาร

² Stock2morrow, ภาระหนี้ครัวเรือน ภัยร้ายเศรษฐกิจไทย [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://stock2morrow.com/discuss/room/1/topic/13151> [20 พฤษภาคม 2562]

ชุด เนื่องจากกลุ่มผู้ซื้ออาคารชุดระดับล่างได้รับผลกระทบจากปัญหาหนี้ครัวเรือนจนไม่สามารถขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินได้ ทำให้ผู้ประกอบการสนใจที่จะพัฒนาโครงการระดับปีบวกลงไปมากกว่า ในส่วนของที่อยู่อาศัยลักษณะอื่น ๆ ก็เช่นกัน สัดส่วนของโครงการระดับสูงจะขายดีกว่า แม้ว่าภาพรวมเศรษฐกิจในประเทศไทยยังอยู่ในสภาวะรอการฟื้นตัว แต่ตลาดบ้านหรูราคาสูงกลับมีทิศทางเติบโตสวนทาง ตลาดที่อยู่อาศัยระดับราคา 20 ล้านบาทขึ้นไปยังมีความต้องการเนื่องจากคนรุ่นใหม่ที่ประสบความสำเร็จซึ่งมีเพิ่มมากขึ้นและมีการสร้างครอบครัวใหม่³ หากพูดถึงที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน วิวัฒนาการของมนุษย์อย่างเทคโนโลยีที่ทันสมัยทำให้การสร้างที่อยู่อาศัยพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว ค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างมีราคาสูงตามภาวะสถานการณ์ปัจจุบัน วัสดุหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่ใช้ในการก่อสร้างก็มีการพัฒนาในรูปแบบต่าง ๆ ตามยุคสมัย การเลือกที่อยู่อาศัยและการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยจึงเป็นสิ่งสำคัญ นอกจากปัจจัยเรื่องบ้านจะเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญและจำเป็นของชีวิตแล้ว บ้านยังเป็นเครื่องชี้วัดคุณภาพของชีวิตฐานะทางสังคม และเศรษฐกิจของประชาชนอีกด้วย ด้วยเหตุนี้พฤติกรรมในการเลือกที่อยู่อาศัยซึ่งเป็นทรัพย์สินที่มีราคาสูงจึงต้องคำนึงถึงหลายปัจจัย ได้แก่ทำเลที่ตั้ง สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และราคา เป็นต้น ทั้งนี้ปัจจัยที่แยกตัวอย่างมาเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ประกอบการตัดสินใจให้เข้ากับพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล การมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นนั้นผู้บริโภคส่วนใหญ่จะใช้จ่ายไปกับการท่องเที่ยวเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือการปรับปรุงที่อยู่อาศัย⁴ โดยในการตัดสินใจซื้อบ้าน ผู้บริโภคมักต้องคำนึงถึงหลายปัจจัยตามที่ได้กล่าวมาข้างต้น ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดไม่พ้นปัจจัยด้านราคา⁵ โดยปัจจัยทางด้านราคามีความสัมพันธ์กับรายได้ของบุคคล แน่นนอนรายได้สูงย่อมมีทางเลือกในการซื้อที่อยู่อาศัยมาก จากข้อมูลข้างต้นความต้องการที่อยู่อาศัยบ้านในระดับราคาสูงยังมีมากสวนทางกับเศรษฐกิจ โดยกลุ่มคนที่มีรายได้สูงย่อมมีความสามารถในการจ่ายให้เต็มซึ่งที่อยู่อาศัยในระดับราคาสูง และกลุ่มผู้มีรายได้สูงกลุ่มหนึ่งที่น่าสนใจคือกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ หากพูดถึงผู้ประสบความสำเร็จ สิ่งที่จะนึกถึงมีมากมาย ซึ่งนิยามของความสำเร็จในชีวิตนั้นมีความหมายขึ้นอยู่กับการตีความของแต่ละบุคคล ไม่ว่าจะเป็นการประสบความสำเร็จจากด้านการเรียน ความสำเร็จด้านความรัก ความสำเร็จด้านการเงิน และประสบความสำเร็จด้านการทำงาน ซึ่งมาตรวัดความสำเร็จในชีวิตการทำงานเป็นตัวชี้วัดผลจากการทำงานอย่างเหน็ดเหนื่อยที่ทุ่มเททำไป โดยมาตรวัดความสำเร็จด้านการทำงานเปรียบเสมือนการวัดเส้นความคาดหวังในอนาคตที่บ่งชี้ถึงความสำเร็จของทุกคน ทุกคนต่างต้องวิ่งไปให้ถึงความสำเร็จนั้นอยู่ที่ว่าใครจะถึงเร็วหรือช้า และเส้นความคาดหวังอาจมีหลายเส้นทางที่วิ่ง เพราะนั่นหมายถึงความสำเร็จ โดยการทำงานที่มีหลายขั้น ซึ่งก็มีส่วนช่วยให้ตัวเราให้มีกำลังใจเดินไปสู่ความสำเร็จขั้นต่อไป มาตรวัดที่เป็นตัวชี้ถึงความสำเร็จนั้นมีหลายประการขึ้นอยู่กับการคาดหวังของแต่ละบุคคล หรือตามแต่ทัศนคติส่วนบุคคล แม้มาตรวัดความสำเร็จจะมีความแตกต่างกันตามแต่ละคน แต่สิ่งที่เหมือนกันคือความต้องการไปให้ถึงจุดที่ตั้งใจไว้ โดยมาตรวัดความสำเร็จในชีวิตการทำงาน⁶ มีดังนี้

³ โคชชัย สนิลแท้. แห่งเปิดบ้านหรูหนีตลาดล่าง. โฟกัสเคย์. (3 กรกฎาคม 2561).

⁴ กรุงเทพฯธุรกิจ, เเจาะลึกพฤติกรรม 'ผู้บริโภคยุค4.0'. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/760750/> วันที่สืบค้น 20 พฤษภาคม 2562

⁵ นางสาววิภา ธีระโสภณ. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี ธรรมศาสตร์, 2558.

⁶ Moneyhub, มาตรวัด ความสำเร็จในชีวิตการทำงาน มีอะไรบ้าง. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://moneyhub.in.th/article/successful-measurement/> [20 พฤษภาคม 2562]

1. การมีทรัพย์สินเงินทองตามคาดหวัง หากแหล่งที่มาของรายรับมาจากการทำงานเป็นหลัก การได้มาซึ่งทรัพย์สินที่จับต้องได้ เช่น บ้าน รถยนต์ เสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องใช้อิเล็กทรอนิกส์ ของฟุ่มเฟือยต่าง ๆ หรือสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้อย่างความสุขที่ได้จากการใช้เงินซื้อ เช่น การท่องเที่ยว การหาความบันเทิง การสละทรัพย์สินเพื่อช่วยเหลือผู้อื่น ก็ย่อมต้องใช้เงินที่หาได้จากการทำงานเพื่อใช้จ่ายให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการ ดังนั้นการมีทรัพย์สินเงินทองตามความคาดหวังจึงสามารถเป็นมาตรวัดความสำเร็จได้อย่างหนึ่ง เพราะความคาดหวังในเงินทองเป็นสิ่งหนึ่งที่ทุกคนทำงานยอมแลกความเหน็ดเหนื่อย สละเวลา พุ่มเทแรงกาย และสมอง เพื่อให้ได้มาซึ่งรายรับดังกล่าว โดยมาตรวัดระดับรายรับอาจกำหนดเป็นจำนวนเงิน จำนวนสินทรัพย์ที่ได้มา หรือสิ่งที่ต้องการอื่น ๆ

2. ตำแหน่งหน้าที่การงาน การทำงานสำหรับบางคนมีการเริ่มต้นด้วยตำแหน่งเล็ก ๆ ในบริษัท แต่บางคนมีการเริ่มต้นด้วยตำแหน่งระดับสูง อย่างไรก็ตามไม่ว่าจะเข้ามารับตำแหน่งใด ๆ เมื่อทำงานได้สักระยะเวลาหนึ่งด้วยความตั้งใจ มุ่งมั่นในการทำงาน และมีผลงานปรากฏ ย่อมทำให้บุคคลได้เลื่อนตำแหน่งหน้าที่การงาน ซึ่งถือว่าเป็นการไว้วางใจจากบริษัทที่มอบภาระความรับผิดชอบและสำคัญมากขึ้นให้แก่บุคคลนั้น ๆ จากตำแหน่งที่เพิ่มขึ้นอย่างเช่น ตำแหน่งหัวหน้างาน หัวหน้าแผนก ผู้ช่วยแผนก ผู้บริหารระดับสูง สามารถเป็นมาตรวัดความสำเร็จในชีวิตการทำงานได้ โดยใช้ตำแหน่งที่คาดหวังในการทำงานเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จ

3. การมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในสังคม เมื่อการทำงานเป็นอีกสังคมหนึ่งที่ต้องพบปะกับผู้คนมากมายหลายตา และงานบางประเภทมีความจำเป็นต้องเป็นที่รู้จัก ให้บุคคลอื่นนึกถึงจดจำได้ มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับจากผู้คนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลเพิ่มขึ้นในชีวิตการทำงาน เช่น อาชีพนักแสดง อาชีพนักร้อง อาชีพพิธีเซนต์อร์ผลิตภัณฑ์ หรือพริตตี้ ดังนั้นมาตรวัดความสำเร็จในชีวิตการทำงานอาจกำหนดการรับรู้ของบุคคลอื่นเป็นตัวบ่งชี้ถึงความสำเร็จได้เช่นกัน

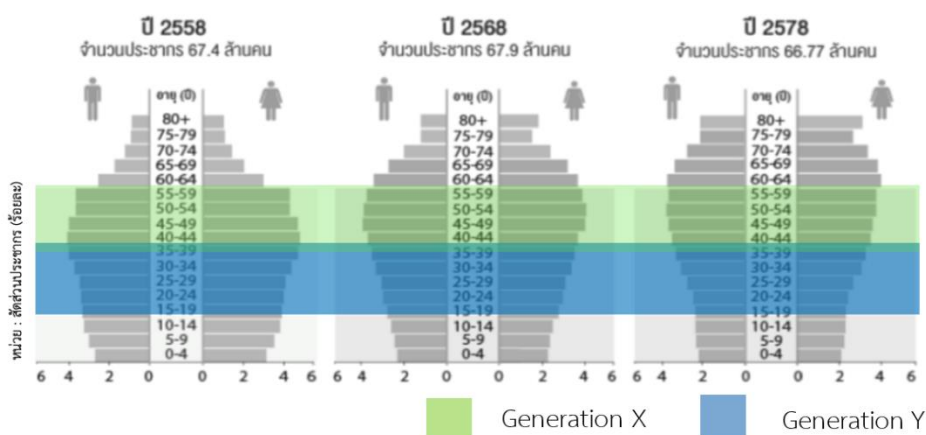
4. ความสุขจากการทำงาน ทุกคนที่ทำงานล้วนต้องการงานที่ทำให้ทุกช่วงเวลาขณะทำงานมีความสุข ไม่เครียด สนุก และมีแรงจูงใจทุกครั้งเมื่อเริ่มต้นการทำงาน แต่เมื่อต้องรับผิดชอบงานที่หนัก ยาก ไม่ชำนาญ หรืออาจไม่ชอบงานที่ทำอยู่ก็จะส่งผลให้ความสุขในการทำงานลดน้อยลง ซึ่งนั่นทำให้เกิดผลงานที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ดังนั้นการทำงานที่มีความสุขจึงเป็นสิ่งที่ทำหายสำหรับกลุ่มคนทำงานทั้งหลาย และสามารถเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญอันสามารถบ่งชี้ถึงความสำเร็จในชีวิตการทำงานได้ เพราะการทำสิ่งใด ๆ หากทำด้วยความรู้สึกที่ดี มีความสุขไปกับสิ่งที่ทำ ผลที่ได้รับก็ย่อมดีตามไปด้วย และนี่ย่อมถือได้ว่าได้ประสบความสำเร็จในชีวิตการทำงานขั้นหนึ่ง

จากที่กล่าวมาในส่วนของ การประสบความสำเร็จในชีวิตการทำงานนั้น มีรายการรายการหนึ่งชื่อรายการว่าอายุน้อยร้อยล้าน รายการนี้เป็นรายการที่น่าสนใจเนื่องจากแซกรับเชิญในรายการนี้เป็นกลุ่มที่ประสบความสำเร็จจากการทำธุรกิจของตนเอง โดยทางรายการใช้ปัจจัยด้านรายได้ ปัจจัยด้านตำแหน่งงาน และปัจจัยด้านอายุ มาเป็นเกณฑ์ในการวัดความสำเร็จซึ่งสอดคล้องกับมาตรวัดความสำเร็จในการทำงาน และทฤษฎีความสำเร็จในอาชีพของแกตติเกอร์และลาวูด⁷ ที่กล่าวว่า องค์ประกอบความสำเร็จในอาชีพสามารถพิจารณาได้จากองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ บทบาทการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การเงิน และความก้าวหน้าในการเลื่อนตำแหน่ง ซึ่งองค์ประกอบทางด้านการเงิน และความก้าวหน้าในการเลื่อนตำแหน่งเป็นองค์ประกอบภาพลักษณ์ที่สามารถระบุได้

⁷ Urs E. Gattiker, and Laurie Larwood. Subjective Career Success: A Study of Managers and Support Personnel. *Journal of business and psychology* 1.2 1, no. 2 (1986): 78 -94.

ชัดเจน รายการอายุน้อยร้อยล้านมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้ที่มีความฝันในการทำธุรกิจ ผ่านเรื่องราวของแขกรับเชิญในการ ถ่ายทอดประสบการณ์การทำธุรกิจตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งประสบความสำเร็จ ซึ่งแขกรับเชิญจากรายการอายุน้อยร้อยล้านล้วนแต่เป็นบุคคลที่มีตำแหน่งเป็นเจ้าของธุรกิจที่มีรายได้ของธุรกิจ 100 ล้านบาทต่อปีขึ้นไป และมีอายุไม่เกิน 45 ปี จากจำนวนการติดตามทางสื่อออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นทาง Instagram ที่มียอดติดตามมากกว่า 1 แสนคน ทาง Youtube ที่มียอดผู้ชมมากกว่า 1 ล้านการเข้าชม และทาง Facebook ที่มียอดติดตามเพจมากกว่า 1.6 ล้านคน แสดงให้เห็นว่ารายการนี้เป็นรายการที่มีความน่าเชื่อถือ จากจำนวนตอนทั้งหมดของรายการอายุน้อยร้อยล้านในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาที่ทางรายการได้ย้ายเข้ามาในช่อง Workpoint หมายเลข 23 ทางรายการได้มีจำนวนแขกรับเชิญที่มามีออกรายการทั้งหมดตอนละ 1 คน รวม 107 คน โดยจากจำนวนทั้งหมดนั้นมีตอนที่ไม่ว่าเกี่ยวข้องกับประสบความสำเร็จในอาชีพจำนวน 36 คน งานวิจัยเล่มนี้จึงมีจำนวนประชากรทั้งหมด 71 คน ซึ่งงานวิจัยเล่มนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยเล่มนี้จึงคิดจากร้อยละ 30 ของจำนวนประชากรทั้งหมด⁸ ผู้วิจัยจึงจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 20 คน ซึ่งจากการเก็บข้อมูลเบื้องต้นความแตกต่างด้านภูมิภานาส่งผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยอย่างมีนัยสำคัญ ผู้วิจัยจึงแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามขอบเขตได้พื้นที่เป็น กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล 5 จังหวัด ได้แก่ ปทุมธานี นนทบุรี นครปฐม สมุทรปราการ สมุทรสาคร และกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดนอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้น

นอกจากนี้กลุ่มแขกรับเชิญของรายการอายุน้อยร้อยล้านยังมีอายุไม่เกิน 45 ปี ซึ่งทำให้สามารถแบ่งตาม Generation ได้เป็น Generation X และ Generation Y ประกอบกับปัจจุบันประเทศไทยมีจำนวนประชากรอยู่ที่ 66,413,979 ล้านคน⁹ ซึ่งเมื่อพิจารณาการกระจายตัวของอายุสามารถนำมาสร้างพีระมิดประชากรเพื่อศึกษาโครงสร้างประชากรก็จะพบการกระจายตัวดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 1-4 แสดงจำนวนประชากร และการคาดการณ์จำนวนประชากรในอนาคต

ที่มา : พลเดช ปิ่นประทีป, 2561

⁸ บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น (กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น, 2535).

⁹ สำนักบริหารการทะเบียนกรมการปกครอง, จำนวนประชากรทั่วประเทศไทย.

ภาพข้างต้นแสดงโครงสร้างประชากรในพ.ศ. 2558 มีการกระจุกตัวมากที่สุดในช่วงอายุ 15 – 59 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่ตรงกับรุ่นประชากร 3 รุ่น คือ Generation X, Generation Y และ Generation Z และในพ.ศ. 2561 จำนวนประชากร Generation X ที่เกิดพ.ศ. 2508 – 2523 มีจำนวน 16,472,321 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 และ Generation Y ที่เกิดพ.ศ. 2524 – 2543 มีจำนวน 18,928,562 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 ซึ่งปัจจุบันประชากรในประเทศไทยมีการกระจุกตัวอยู่ที่ Generation X และ Y มาก ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษากลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพจากแฮกรับเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้านซึ่งแบ่งเป็น Generation X และ Generation Y

จากข้อมูลข้างต้นที่ได้กล่าวมาทั้งหมด เนื่องจากเศรษฐกิจไทยในช่วงที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันเกิดการชะลอตัว ส่งผลให้ประชาชนระมัดระวังในการใช้จ่ายใช้สอยเนื่องจากรายได้ที่ลดลง ซึ่งสาเหตุนี้ทำให้หนี้ครัวเรือนเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่ความต้องการที่อยู่อาศัยของประชากรไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยที่อยู่อาศัยที่ประชากรไทยต้องการนั้น สัดส่วนจะอยู่ที่โครงการระดับราคาสูง ด้วยเหตุนี้ตลาดที่อยู่อาศัยราคาสูงจึงมีการเติบโตสวนทางกับเศรษฐกิจ โดยปัจจุบันที่อยู่อาศัยมีหลากหลายรูปแบบ ซึ่งแต่ละรูปแบบก็มีลักษณะเฉพาะตัวที่เหมาะสมกับจำนวนครัวเรือน ฐานะ ฯลฯ โดยทั้งหมดทั้งหมดผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพเป็นกลุ่มที่มีโอกาสซื้อที่อยู่อาศัยในระดับราคาสูง และสามารถเลือกที่อยู่อาศัยได้ครบรูปแบบมากที่สุด จากความน่าเชื่อถือของรายการอายุน้อยร้อยล้านประกอบกับเกณฑ์วัดผู้ประสบความสำเร็จของรายการที่มีความสอดคล้องกับมาตรฐานความสำเร็จในการทำงาน และทฤษฎีความสำเร็จในอาชีพ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษากลุ่มผู้ประสบความสำเร็จจากแฮกรับเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้าน ซึ่งทางผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมในการเลือกที่อยู่อาศัยของคนกลุ่มนี้ เนื่องจากผู้ประสบความสำเร็จนั้นย่อมมีความพร้อมในหลาย ๆ ด้าน แต่หากพูดถึงปัจจัยพื้นฐานที่สุดในเรื่องที่อยู่อาศัยของคนกลุ่มนี้นั้น ผู้วิจัยต้องการทราบว่าคนกลุ่มนี้นอกจากมีการวางแผนทางการเงินที่ดีแล้ว มีการวางแผนเรื่องที่อยู่อาศัยที่ดีด้วยหรือไม่ แนวคิดในการเลือกที่หรือการเปลี่ยนที่อยู่อาศัยของคนกลุ่มนี้มีการเปลี่ยนแปลงตามศักยภาพของตนหรือไม่อย่างไร

จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมา พบว่า มีวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดจำนวน 4 เล่ม โดยมี 3 เล่ม ได้แก่ วิทยานิพนธ์ของ พิมรา เสนาพลสิทธิ์¹⁰, วิภา ธีระโสภณ¹¹ และศรัณย์พร อินทร์ใจเอื้อ¹² ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัย ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประเภทของกลุ่มประชากร โดยใช้การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านกายภาพ มาวัดความต้องการด้านต่าง ๆ ของประชากรแต่ละกลุ่ม โดยให้เป็นค่าคะแนนเพื่อตัดสินว่าปัจจัยด้านใดมีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อมากที่สุด ส่วนงานวิจัยอีก 1 เล่ม เป็นงานวิจัยของ พชร สุลักษณ์อนวัช¹³ ที่มุ่งเน้นศึกษาไปที่ความสำเร็จในอาชีพ โดยใช้ความภาคภูมิใจเป็นตัวแปรสื่อ มีเนื้อหาแตกต่างกับอีก 3 เล่ม

¹⁰ นางสาวพิมรา เสนาพลสิทธิ์. พฤติกรรมการอยู่อาศัยในอาคารชุดระดับราคาสูงของกลุ่มแม่เป็นบริเวณสุขุมวิท เขตวัฒนา วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2553.

¹¹ นายสุกิจ ดริยวงษ์. ความต้องการที่อยู่อาศัยของพนักงานย่นานฉนวนสาร วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

¹² นางสาวศรัณย์พร อินทร์ใจเอื้อ. ทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวของประชากรในแต่ละช่วงอายุในกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (นวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์) ธรรมศาสตร์, 2559.

¹³ นายพชร สุลักษณ์อนวัช. ความสำเร็จในอาชีพ เขานำอารมณ์ และความพึงพอใจในชีวิต โดยมีความภาคภูมิใจในตนเองเป็นตัวแปรสื่อของพนักงานระดับปฏิบัติการ กรณีศึกษา : บริษัทโทรคมนาคมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์กร) ธรรมศาสตร์, 2559.

ที่ได้กล่าวมา ในส่วนวิทยานิพนธ์ของข้าพเจ้านั้น ข้าพเจ้าต้องการศึกษาเรื่องพฤติกรรมทางเลือกที่อยู่อาศัย จากที่ได้กล่าวมาแล้ววิทยานิพนธ์ในเรื่องพฤติกรรมที่ผ่านมาจะมีความแตกต่างกับตามกลุ่มประชากร โดยจะศึกษากลุ่มประชากรตามปัจจัยด้านประเภทโครงการ พื้นที่ และช่วงอายุ(ของพิมรา เสนาพลสิทธิ์, วิณา ถิระโสภณ และศรัณย์พร อินทรใจเอื้อ) แต่ยังไม่มีการศึกษาจากปัจจัยด้านระดับรายได้ วิทยานิพนธ์ของข้าพเจ้าจึงสนใจพฤติกรรมทางเลือกที่อยู่อาศัยโดยเลือกกลุ่มประชากรตามระดับรายได้ นั่นก็คือกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ ซึ่งคล้ายคลึงกับวิทยานิพนธ์ของพรพร ลักษณะอนวัช ที่ศึกษาเรื่องความสำเร็จในอาชีพ แต่เกณฑ์ในการวัดความสำเร็จแตกต่างกัน โดยวิทยานิพนธ์ของข้าพเจ้าจะใช้เกณฑ์เรื่อง รายได้ ตำแหน่งงาน และอายุ ซึ่งจะสอดคล้องกับทฤษฎีความสำเร็จในอาชีพที่ได้กล่าวมาข้างต้น

สรุป จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 4 เล่มข้างต้น พบว่า วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมทางเลือกที่อยู่อาศัยยังคงเป็นประเด็นที่มีความน่าสนใจอยู่ เนื่องจากพฤติกรรมนั้นมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้น การศึกษาเรื่องพฤติกรรมจึงสำคัญที่ควรมีการทำข้อมูลให้ทันสมัย เพื่อให้เท่าทันยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ในส่วนของพฤติกรรมนั้นก็มีความแตกต่างกันตามกลุ่มประชากร โดยที่ผ่านมายังไม่มีวิทยานิพนธ์เล่มใดศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ ดังนั้นการศึกษานี้จึงสนใจพฤติกรรมทางเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ ว่ามีการเลือก และวางแผนที่อยู่อาศัยอย่างไร

1.2 คำถามในงานวิจัย

- 1.2.1 ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้มีการย้ายที่อยู่อาศัยจากสาเหตุใด และวางแผนเรื่องที่อยู่อาศัยอย่างไร
- 1.2.2 ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยเพื่ออะไร
- 1.2.3 ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้ต้องการที่อยู่อาศัยลักษณะใด และเพราะอะไร

1.3 วัตถุประสงค์

- 1.3.1 ศึกษาปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และสังคม ในการวางแผนด้านที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ
- 1.3.2 วิเคราะห์พฤติกรรมและแนวโน้มการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ
- 1.3.3 เพื่อเสนอแนะลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X และ Y

1.4 ขอบเขตงานวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา เนื้อหาที่จะทำการศึกษาในครั้งนี้ จะศึกษาใน 3 ประเด็นตามวัตถุประสงค์ คือ

1) การศึกษาปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคมในการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ โดยจะศึกษาจากปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัย ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ และด้านสังคมเท่านั้น การศึกษาลักษณะทางด้านสังคมของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ ไม่ว่าจะเป็น อายุ ตำแหน่งงาน ขนาดครัวเรือน ภูมิฐานะ ว่าส่งผลต่อความต้องการ หรือการเลือกที่อยู่อาศัยหรือไม่ การศึกษาลักษณะทางด้าน เศรษฐกิจของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ ไม่ว่าจะเป็น ปัจจัยด้านรายได้ หรือด้านอาชีพ ว่าส่งผลต่อความต้องการ หรือการเลือกที่อยู่อาศัยหรือไม่

2) การวิเคราะห์พฤติกรรมการอยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ เป็นการศึกษาการย้ายที่อยู่อาศัย สาเหตุ และความต้องการของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ

3) เพื่อเสนอแนะลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X และ Y เป็นการนำข้อมูลความต้องการที่อยู่อาศัยในอนาคตของทั้ง 2 ช่วงอายุ

1.4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

งานวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพในประเทศไทย โดยแบ่งตามขอบด้านพื้นที่คือ ผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล 5 จังหวัด ได้แก่ นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร นครปฐม และผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดนอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้น

1.4.3 ขอบเขตประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยครั้งนี้ได้ทำการกำหนดเกณฑ์ของผู้ประสบความสำเร็จจากรายการอายุไม่น้อยร้อยละ 100 ล้านบาทขึ้นไป นอกจากนี้จะแบ่งเกณฑ์ช่วงอายุไว้ 2 ช่วง ได้แก่ Generation X และ Generation Y โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง(Purposive sampling) ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากการตัดสินใจของผู้วิจัย ทั้งนี้ลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยกลุ่มประชากรมาจากจำนวนแซกรับเชิญในรายการอายุไม่น้อยร้อยละ 100 ล้านบาทขึ้นไปของแต่ละตอน(1 ตอนต่อ 1คน) ซึ่งผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากแซกรับเชิญของรายการในช่วง 2 ปี ที่ผ่านมา เนื่องด้วยต้องการข้อมูลที่เป็นปัจจุบันที่สุด ประจวบกับรายการอายุไม่น้อยร้อยละ 100 ล้านบาทขึ้นไปได้ย้ายเข้ามาในช่อง Workpoint หมายเลข 23 โดยทางรายการมีจำนวนตอนที่ออกอากาศและแซกรับเชิญทั้งหมด 107 คน จากจำนวนตอนทั้งหมดนั้น มีตอนที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้ประสบความสำเร็จจำนวน 36 คน งานวิจัยเล่มนี้จึงมีจำนวนประชากร 71 คน ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการใช้การเก็บข้อมูลเป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจึงมีกลุ่มตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 30 จากจำนวนประชากรทั้งหมด¹⁴ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 20 คน จากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 20 คนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ Generation X และ Generation Y โดย Generation X มีจำนวนประชากรทั้งหมด 23 คน จึงได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 5 คน และ Generation Y มีจำนวนประชากรทั้งหมด 48 คน จึงได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คน นอกจากนี้ยังแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามขอบเขตด้านพื้นที่ คือกลุ่มที่มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯ ปริมณฑล 5 จังหวัด ได้แก่ ปทุมธานี นนทบุรี นครปฐม สมุทรปราการ และสมุทรสาคร และกลุ่มที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดนอกเหนือจากพื้นที่ที่กล่าวมาข้างต้น

1.5 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

- **ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ** หมายถึง ผู้ที่เป็นเจ้าของธุรกิจที่มีรายได้จากการทำธุรกิจ 100 ล้านบาท/ปีขึ้นไป โดยมีอายุไม่เกิน 45 ปี¹⁵ ซึ่งคือเกณฑ์การเลือกแซกรับเชิญรายการอายุไม่น้อยร้อยละ 100 ล้านบาทขึ้นไป อาชีพค้าขายทั้งสิ้น
- **พฤติกรรม** หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มา และการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจ และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำ¹⁶

¹⁴ บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น.

¹⁵ ประภาภรณ์ เชี่ยวชาญ. สัมภาษณ์. 9 กรกฎาคม 2562. สัมภาษณ์ โดยผู้วิจัย, 9 กรกฎาคม 2562

¹⁶ ชลภาภา บุญมีพิพิธ. พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินค้าของเคหะของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินเขตบางแค วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2556.

- **ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ** หมายถึง การศึกษาปัจจัยภายในด้านเศรษฐกิจของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ อันได้แก่ รายได้
- **ปัจจัยด้านสังคม** หมายถึง การศึกษาปัจจัยภายในด้านสังคมของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ อันได้แก่ อายุ ตำแหน่ง ภูมิฐานะ และสมาชิกครัวเรือน

1.6 วิธีการดำเนินงานวิจัย

วิธีดำเนินงานวิจัยในการศึกษาพฤติกรรมกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ กรณีศึกษา แกร็บเชิงุรายการอายุน้อยร้อยล้าน โดยคำนึงถึงลักษณะที่อยู่อาศัยที่ต้องการ ปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัยหรือการย้ายที่อยู่อาศัย แบ่งเป็น 6 ขั้นตอน ดังนี้

1.6.1 ขั้นตอนการกำหนดวัตถุประสงค์และเก็บรวบรวมข้อมูล

- กำหนดวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิด
- ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากแนวคิดทฤษฎี วิทยานิพนธ์ งานวิจัย เอกสารวิชาการ(Documentary Research) ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- เก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร บทความ เว็บไซต์ และงานวิจัยทางด้านพฤติกรรมกรรมการเลือกที่อยู่อาศัย และงานวิจัยเกี่ยวกับกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ
- ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นกลุ่มตัวอย่างโดยศึกษาจากรายการอายุน้อยร้อยล้าน เช่น ชื่อ-นามสกุล อายุ ธุรกิจ รายได้ของธุรกิจ เป็นต้น

1.6.2 ขั้นตอนการจัดทำเครื่องมือในการวิจัย

- สร้างแบบสัมภาษณ์ โดยพิจารณาจากทฤษฎีความต้องการที่อยู่อาศัย ทฤษฎีการเลือกที่อยู่อาศัยเกณฑ์การเลือกที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูง และทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

1.6.3 ขั้นตอนการใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

เนื่องจากเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยดำเนินการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง(Structure-Interview) ที่เตรียมมาซึ่งเป็นคำถามที่นักวิจัยสร้างขึ้น และจัดลำดับไว้ กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ โดยเป็นกลุ่มที่เคยออกรายการอายุน้อยร้อยล้าน ซึ่งทางรายการมีเกณฑ์ในการเลือกแกร็บเชิงุดังนี้

- เจ้าของธุรกิจ
- ธุรกิจที่มีรายได้ปีละ 100 ล้านบาทขึ้นไป (แสดงใบกำกับภาษี)
- อายุไม่เกิน 45 ปี

1.6.4 การเก็บข้อมูล

ทั้งนี้ทางผู้วิจัยได้สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างจากรายการอายุน้อยร้อยล้าน โดยมีขั้นตอนการดำเนินการของสัมภาษณ์ดังนี้

ผู้วิจัยได้โทรเข้าบริษัทของกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพเพื่อขอติดต่อทางเลขานุการขอ
นัดสัมภาษณ์ และได้ทำการส่งจดหมายเพื่อดำเนินขั้นตอนตามกระบวนการ โดยมีเนื้อหาในการสัมภาษณ์
เกี่ยวกับลักษณะที่อยู่อาศัยในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต จำนวนครั้งในการย้ายที่อยู่อาศัย รวมถึงสาเหตุใน
การเลือกที่อยู่อาศัย ซึ่งจะสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ นอกจากนี้ยังมีการทำการ
ทดลองแบบสัมภาษณ์ (Pre-test) เป็นจำนวน 11 ชุด เมื่อได้ทำการทดลองแบบสัมภาษณ์แล้ว จึงนำแบบ
สัมภาษณ์มาปรับปรุงแก้ไขข้อความ และภาษาที่ใช้เพื่อให้เกิดความเข้าใจมากขึ้น ก่อนนำไปใช้จริงแล้ว
ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

1.6.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์สาเหตุและปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัย นอกจากนี้ยังศึกษาความต้องการเกี่ยวกับเรื่อง
ที่อยู่อาศัยทั้งอดีต ปัจจุบัน และอนาคต อีกทั้งยังเป็นกลุ่มออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ Generation X และ
Generation Y เพื่อเปรียบเทียบความต้องการของแต่ละ Generation

1.6.6 สรุปผลการวิจัย

วิเคราะห์พฤติกรรมผู้ประสบความสำเร็จ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย และเสนอแนะ
ลักษณะที่อยู่อาศัยในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต โดยแบ่งเป็น Generation X และ Generation Y

1.7 ประโยชน์ที่ได้รับ

- 1.7.1 ผู้ประกอบการทราบพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ เพื่อ
สามารถข้อมูลมาวิเคราะห์พฤติกรรมในการพัฒนาโครงการได้อย่างเหมาะสม
- 1.7.2 ผู้ประกอบการทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จใน
อาชีพ เพื่อสามารถวางแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาโครงการได้อย่างเหมาะสม
- 1.7.3 เพื่อใช้เป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจศึกษา นำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ต่อการต่อยอดการทำวิจัยในธุรกิจ
อสังหาริมทรัพย์ในอนาคตต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษา ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัย ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้จำแนกหมวดหมู่จากวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อให้เกิดการเรียบเรียงข้อมูล อย่างเป็นระบบ และสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยหัวข้อประกอบไปด้วยแนวคิด และทฤษฎีดังนี้

ตารางที่ 2-1 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้จำแนกหมวดหมู่เพื่อความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์	แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
1.ศึกษาปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคมในการวางแผนด้านที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ	<ul style="list-style-type: none"> • แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการที่อยู่อาศัย • แนวคิดการเลือกที่อยู่อาศัย • แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกทำเลที่ตั้ง • แนวคิดการย้ายที่อยู่อาศัย • แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัย และที่ทำงาน • แนวคิดและทฤษฎีความสำเร็จในอาชีพ • แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค • แนวคิดเกี่ยวกับประชากรและการแบ่งช่วงอายุ
2.วิเคราะห์พฤติกรรมและแนวโน้มการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ	
3.เพื่อเสนอแนะลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X และ Y	

จากตารางข้างต้น ในแต่หัวข้อแนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง แสดงซึ่งความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์การศึกษา ค้นคว้า โดยมีรายละเอียดข้อมูลดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการที่อยู่อาศัย

อธิบายความหมายเรื่องที่อยู่อาศัย เกณฑ์ในการเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ซึ่งมีด้วยกัน 6 ข้อ ได้แก่ ที่ตั้ง ราคา คุณภาพและสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ประกอบการ สถาบันการเงิน และระยะเวลา โดยแบ่งประเภทผู้ซื้อหรือผู้ต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์ไว้ 3 ประเภท ได้แก่ ซื้อเพื่ออยู่อาศัย ซื้อเพื่อการลงทุน และซื้อเพื่อเก็งกำไร

2.2 แนวคิดการเลือกที่อยู่อาศัย

นักคิดหลายท่านได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับการเลือกที่อยู่อาศัยโดยศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยด้านสังคม

2.3 แนวคิดการเลือกทำเลที่ตั้ง

กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำเลที่ตั้ง โดยมีนักคิดหลายท่านได้กล่าวถึงแนวความคิดการเลือกทำเลที่ตั้งไว้

2.4 แนวคิดการย้ายที่อยู่อาศัย

กระบวนการในการย้ายที่อยู่อาศัย สาเหตุหรือปัจจัยในการย้ายที่อยู่อาศัย โดยมีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึง สาเหตุและกระบวนการในการย้ายที่อยู่อาศัย ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกัน

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัยและที่ทำงาน

ทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย และที่ทำงานมีความสัมพันธ์กันเป็นอย่างมาก เนื่องจากต้องมีการเคลื่อนที่ไปมาระหว่างบ้าน และที่ทำงานเป็นประจำในปริมาณที่สูง ซึ่งได้มีนักวิชาการหลายท่านเห็นถึงความสำคัญของความสัมพันธ์ดังกล่าว

2.6 แนวคิดและทฤษฎีความสำเร็จในอาชีพ

อธิบายความหมายของแนวคิดความสำเร็จในอาชีพและมุมมองการเลือกอาชีพ ทั้งหมด 5 มุมมอง จากทฤษฎีของแกตตีเกอร์และลาร์วูด ได้เสนอองค์ประกอบความสำเร็จในอาชีพไว้ 4 ด้าน ได้แก่ บทบาทการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การเงิน และความก้าวหน้าในการเลื่อนตำแหน่ง

2.7 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

การให้ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค และโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ สิ่งแวดล้อม ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ และการตอบสนอง และแนวคิดการตัดสินใจของผู้บริโภค 5 ขั้นตอน

2.8 แนวคิดเกี่ยวกับประชากรและการแบ่งช่วงอายุ

การแบ่งประชากรในแต่ละช่วงอายุซึ่งของคนไทยมีอย่างน้อย 6 ช่วงอายุ ได้แก่ (1) G.I. Generation (2) Silent Generation (3) Generation Baby Boom (4) Generation X (5) Generation Y (6) Generation Z

จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้นที่ได้กล่าวมาโดยสังเขป ผู้วิจัยได้นำมาศึกษาในงานวิจัยหัวข้อเรื่อง พฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ กรณีศึกษา แกร็บเชิงุรายการอายุน้อยร้อยล้าน ซึ่งใช้แนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวมาอ้างอิงกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการที่อยู่อาศัย

ความหมายเรื่องที่อยู่อาศัย นักเศรษฐศาสตร์มองว่าเป็น “สินค้า” ซื้อได้ขายได้มี “ราคา” เป็นตัวเชื่อม และเป็นสินค้าพิเศษที่ทำหน้าที่ถึง 2 ประการ¹⁷ คือ

1. เป็นสินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Product) ใช้แล้วหมดไป หรือเสื่อมสภาพไป
2. เป็นสินค้าลงทุน (Investment Product) หรือ (Capital Goods) คือ สินค้าที่ซื้อแล้วจะมีมูลค่าสูงขึ้น สามารถทำกำไรมากขึ้น เช่น การซื้อที่ดิน หรือที่อยู่อาศัย เมื่อขายไป จะได้ราคาสูงขึ้นกว่าตอนซื้อมา โดยความต้องการที่อยู่อาศัยนั้นสามารถแบ่งได้ 2 แบบคือ

1. ความต้องการที่เป็นจริง (Housing Need) หมายถึง ความต้องการที่ขาดไม่ได้ ยังไม่พอใจจนกว่าจะได้รับสิ่ง ๆ นั้น
2. ความต้องการฉาบฉวย (Housing Want) เป็นความต้องการชั่วคราว ไม่มีก็อยู่ได้ เช่น ได้ที่อยู่อาศัยใหม่ มากี่ยัง สามารถอยู่ตามอัตภาพเดิม

ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมของการซื้อที่อยู่อาศัยจึงซับซ้อนกว่าการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป

ที่อยู่อาศัย (Housing) เป็นสิ่งที่มีลักษณะแตกต่างจากสิ่งอื่น ๆ เนื่องจากบ้านเป็นสิ่งที่ต้องปลูกลงบนพื้นที่ ไม่ใช่ได้ก็ทิ้งหนึ่ง ไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ ดังนั้นมูลค่าของบ้านอยู่อาศัยจะขึ้นอยู่กับตำแหน่งที่ตั้ง บ้านเป็นสินค้าที่มีความคงทนยาวนาน สามารถใช้ประโยชน์ได้ยาวนานกว่า 50 ปี หรือถึง 100 ปี หากมีการดูแลรักษา ซึ่งส่วนใหญ่บ้านจะถูกปลูกสร้างไว้บนพื้นที่กลางแจ้ง โดยปัจจัยต่าง ๆ เช่น อากาศ หรือปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ สามารถก่อให้เกิดเป็นอุปสรรคต่อกระบวนการผลิตได้ และบ้านเป็นสินค้าที่มีราคาสูงเมื่อเทียบกับรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนของประชากร ด้วยเหตุนี้ทำให้ประชาชนจำนวนมากมักจะพึ่งพาการกู้เงินจากสถาบันทางการเงินมาเพื่อซื้อบ้านและที่ดิน แล้วค่อยนำรายได้แต่ละเดือนส่วนหนึ่งมาผ่อนจ่ายเพื่อที่จะสามารถจ่ายค่าที่อยู่อาศัยด้วยจำนวนเงินก้อนเล็ก และเหลือไว้สำหรับค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

อุษณี ทอย (2542, pp.48-51) กล่าวว่า ความต้องการที่อยู่อาศัยนั้นเปรียบเสมือนกับความต้องการสินค้าประเภทอื่น ๆ คือ จะต้องมีส่วนประกอบสองประการเกิดขึ้น ได้แก่

1. เกิดความต้องการ หรือความจำเป็น (want/need) เป็นความต้องการที่ปรารถนาจะมีที่อยู่อาศัย เนื่องจากที่อยู่อาศัยเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่อย่างที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ อีกทั้งยังเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญต่อมนุษย์ คือ

¹⁷ มานพ พงศทัต, แนวนโยบายที่อยู่อาศัยแห่งชาติ. (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ2539).

- 1.1 มนุษย์ต้องการความปลอดภัย โดยใช้ที่อยู่อาศัยที่เป็นที่ป้องกันอันตรายต่าง ๆ ไม่ว่าจะจากสัตว์หรือคน
 - 1.2 มนุษย์ต้องการความสบาย โดยใช้ที่อยู่อาศัยเป็นที่ป้องกันแสงแดดและฝน ไม่ให้ถูกภัยธรรมชาติคุกคาม
 - 1.3 มนุษย์ต้องการใช้ที่อยู่อาศัยไว้เป็นที่เก็บทรัพย์สิน ของมีค่า สมบัติต่าง ๆ และเครื่องมือเครื่องใช้
 - 1.4 มนุษย์ต้องใช้ที่อยู่อาศัยไว้ใช้เป็นที่พักผ่อนกายยามเจ็บป่วย
 - 1.5 มนุษย์ต้องการมีที่อยู่อาศัยเพื่อทำให้เกิดความรู้สึกมั่นคงในชีวิต เพราะการมีบ้านเปรียบเสมือนกับการมีหลักประกันในชีวิตว่าจะไม่ต้องเร่ร่อน และยังเป็นแหล่งรวมความรัก ความอบอุ่นอีกด้วย
 - 1.6 มนุษย์ต้องการมีที่อยู่อาศัยเพื่อศักดิ์ศรี เนื่องจากการเป็นารแสดงฐานะทางสังคม ผู้เป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยจะเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจและรู้สึกเป็นที่ยอมรับของสังคม มีหน้ามีตา เป็นที่พึ่งของผู้อื่นได้ โดยไม่ต้องอาศัยผู้อื่น
 - 1.7 ที่อยู่อาศัยถือเป็นทรัพย์สินที่มีค่ามาก หาได้ยาก ดังนั้นผู้ที่มีบ้านมีที่อยู่อาศัย จึงถือว่าเขาประสบความสำเร็จในชีวิตด้านหนึ่ง
 - 1.8 มนุษย์ที่มีที่อยู่อาศัยจะมีความรู้สึกเป็นอิสระ เป็นตัวของตัวเอง ไม่ต้องคอยเกรงใจ จะทำกิจการใดในที่อยู่อาศัยอันก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง หรือครอบครัว ก็สามารถทำได้โดยอิสระ
- โดยปกติมนุษย์เมื่อเกิดมาจะอาศัยอยู่กับครอบครัว พ่อแม่ พี่น้อง ญาติ ตลอดจนผู้ปกครอง แต่เมื่อถึงเวลาหนึ่ง มนุษย์ก็จะต้องการที่อยู่อาศัยใหม่ เนื่องจากการสร้างครอบครัวใหม่ ซึ่งทำให้มีความต้องการที่จะย้ายออกมาจากบ้านเดิมเพื่อสร้างครอบครัวใหม่ และเมื่อเติบโตเป็นผู้ใหญ่เพียงพอมีอาชีพมั่นคงสามารถเลี้ยงดูตนเองได้ ก็จะมีความรู้สึกอยากมีบ้านเป็นของตนเอง
2. มีอำนาจซื้อ (purchasing power) หมายถึง ความต้องการที่อยู่อาศัยที่มนุษย์จะมีความสามารถในการจ่าย และเต็มใจจ่ายเพื่อซื้อบ้าน เมื่อถึงเวลามนุษย์ทุกคนจะมีความต้องการที่อยู่อาศัยแต่การที่จะสามารถซื้อที่อยู่อาศัยได้นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้
 - 2.1 รายได้ จะต้องมียาได้เพียงพอในการซื้อบ้าน หรือที่อยู่อาศัยได้
 - 2.2 ราคาบ้านหรือที่อยู่อาศัย ราคาที่ดิน ซึ่งราคาบ้านส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับราคาวัสดุก่อสร้าง
 - 2.3 ปัจจัยอื่น ๆ ที่เร่งหรือลดอำนาจการซื้อ ได้แก่ การกู้เงินจากแหล่งเงินทุน เช่น ธนาคารหรือเงินทุนหลักทรัพย์ เครดิตจากบริษัทที่ขายที่อยู่อาศัย หรือหมู่บ้านจัดสรร

จากแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค สามารถสรุปได้ว่า ที่อยู่อาศัยเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ และการได้มาซึ่งที่อยู่อาศัยนั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของมนุษย์ ซึ่งเมื่อมองภาพโดยรวมแล้วมนุษย์ยังมีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับทฤษฎีการจัดลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ โดยมีด้วยกัน 5 ลำดับขั้น ได้แก่ ความต้องการทางด้านร่างกาย ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการด้านความรักและความเป็นเจ้าของ ความต้องการการได้รับการนับถือการมีเกียรติยศและชื่อเสียง และความต้องการสมหวังในชีวิต ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค

เกณฑ์ในการเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์

มานพ พงศทัต¹⁸ กล่าวว่า สิ่งที่สำคัญที่สุดซึ่งไม่ว่าจะอยู่ในสภาวะใดจะต้องพิจารณา 3 ประการนี้เป็นหลัก ได้แก่

1. ที่ตั้ง จะต้องอยู่ไม่ไกลจากที่ทำงานของทั้งสามีและภรรยาหรือต้องเลือกให้ใกล้โรงเรียนลูก
2. ราคา จะต้องเหมาะสมกับตัวสินค้า ต้องเปรียบเทียบราคากับสินค้าชนิดใกล้เคียงกัน และต้องดูกำลังผ่อนดาวน์ต้องอย่าเกิน ร้อยละ 20 - 25 ของรายได้หลักแต่ละเดือน
3. คุณภาพและสิ่งอำนวยความสะดวก พิจารณามาตรฐานวัสดุที่ใช้ในงานก่อสร้าง และการพิจารณาพื้นที่ส่วนกลางว่ามีสิ่งอำนวยความสะดวกอะไรบ้าง เช่น สระว่ายน้ำ สนามเด็กเล่น ร้านค้า เป็นต้น หากแต่สามประการหลักที่ได้กล่าวมานั้น ในสภาวะการณ์ปัจจุบันคงจะยังไม่พอ ต้องพิจารณาเพิ่มอีก 3 ประการ ซึ่งถือว่าเป็นระดับรอง คือ
 4. ผู้ประกอบการเป็นใคร เป็นมืออาชีพที่ทำงานติดต่อยาวนานแค่ไหน ผลงานเป็นที่ยอมรับหรือไม่ มีความรับผิดชอบต่อสัญญาและมีสถานะมั่นคงเพียงใด
 5. สถาบันการเงินเป็นใคร ธนาคารหรือสถาบันที่สนับสนุนโครงการมีความน่าเชื่อถือมากแค่ไหน และใครเป็นผู้สนับสนุนให้กู้ในอัตราดอกเบี้ยที่เท่าใด
 6. สร้างเสร็จไปแล้วแค่ไหน โครงการที่จะซื้อมีใบอนุญาตจัดสรรก่อสร้างอาคารเรียบร้อยแล้วหรือไม่ ซึ่งเป็นที่แน่นอนว่าโครงการที่แล้วเสร็จหรือใกล้แล้วเสร็จย่อมได้เปรียบ เพราะค่อนข้างมั่นใจได้ว่าจะสามารถเข้าอยู่ได้โดยเร็ว ผู้ซื้อหรือผู้ต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์ สามารถแยกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. ซื้อเพื่ออยู่อาศัย (Real Buyer) คือผู้ซื้อที่ต้องการซื้อเพื่ออยู่อาศัยจริง เป็นผู้ซื้อบ้านหลังแรก
2. ซื้อเพื่อการลงทุน (Investor คือ Saving & Capital Gain) คือผู้ซื้อที่ซื้อไว้ลงทุน ยอมโอนกรรมสิทธิ์เป็นเจ้าของเอง เพื่อปล่อยเช่า หรือเก็บไว้ให้ลูกหลาน
3. ซื้อเพื่อเก็งกำไร (Speculators) คือผู้ซื้อที่ซื้อเพื่อเก็งกำไร ต้องการขายต่อ ไม่ต้องการโอนกรรมสิทธิ์ ต้องการถือครองไว้ในระยะเวลาสั้นๆ หรือซื้อไปจองเพื่อขายต่อ

2.2 แนวคิดการเลือกที่อยู่อาศัย

แนวความคิดในการเลือกที่อยู่อาศัยของมนุษย์นั้น จะให้ความสำคัญกับการเข้าถึง เช่น การเข้าถึงสาธารณูปโภค สาธารณูปการ นอกจากนี้สภาพแวดล้อมก็เป็นสิ่งสำคัญที่มนุษย์มักให้ความสนใจ โดยได้มีนักคิดให้ความหมายเกี่ยวกับการเลือกที่อยู่อาศัยไว้หลายท่าน ดังนี้

Park, Burgess และ Mc Kenzie นักคิดกลุ่มแรกๆ ที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่องการเลือกที่ตั้งเพื่อใช้สำหรับอยู่อาศัย โดยให้ความสำคัญกับที่อยู่อาศัยในเมือง จากการศึกษาของพวกเขาพบว่า การเลือกที่ตั้งสำหรับ

¹⁸ กลยุทธ์ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2541).

การอยู่อาศัยในเมืองมีความสัมพันธ์กับรายได้ของผู้อยู่อาศัย กล่าวคือ ผู้มีรายได้น้อยจะอาศัยอยู่ในเมืองใกล้แหล่งงาน ส่วนผู้มีรายได้สูงจะอาศัยบริเวณชานเมืองซึ่งมีราคาที่ดินถูก เนื่องจากผู้มีรายได้สูงต้องการที่อยู่อาศัยที่มีขนาดใหญ่ ใหม่ และมีพื้นที่

Hawtey กล่าวสนับสนุนว่า บริเวณใจกลางเมืองซึ่งที่ดินมีราคาแพงนั้นจะมีที่อยู่อาศัยราคาต่ำสภาพแวดล้อมไม่ดี เหมาะแก่การทำกิจกรรมอื่นมิใช่เพื่ออยู่อาศัยเนื่องจากเจ้าของที่ดินไม่เอาใจใส่บำรุงรักษาทำให้กลายเป็นที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้น้อย เช่น สลัมในเมืองกรุงเทพฯ ส่วนผู้มีรายได้สูงจะย้ายออกไปอยู่อาศัยบริเวณชานเมืองที่มีสภาพแวดล้อมที่ดีกว่า และอยู่ไม่ห่างจากศูนย์ธุรกิจกลางเมืองมากเกินไป

B.M. Moriaty กล่าวถึงปัจจัย 2 ประการ ในการเลือกบริเวณที่อยู่อาศัย¹⁹ ได้แก่

1. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ บุคคลให้ความสำคัญต่อความสามารถในการจ่ายเงินว่าเป็นปัจจัยอันดับแรกในการเลือกที่อยู่อาศัย ส่วนเรื่องระยะทางในการเดินทางเข้าไปยังแหล่งงาน และราคาที่ดินเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลตามมาภายหลัง โดยการตัดสินใจนั้นขึ้นอยู่กับประมาณที่มีอยู่และระดับรายได้ของผู้อยู่อาศัย ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นตัวกำหนดกระจายตัวของกลุ่มชนที่มีฐานะทางสังคมที่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยทางด้านสังคม จะเกี่ยวข้องกับความแตกต่างด้านคุณค่าความต้องการ และความพอใจส่วนตัว

Berry and Frank E. Horton บุคคลทั้งสองได้เสนอว่า ปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดการเลือกที่อยู่อาศัยมี 3 ปัจจัย²⁰ ได้แก่

1. ราคา หรือค่าเช่าที่พักอาศัย
2. ชนิดของที่พักอาศัย
3. ที่ตั้งของที่พักอาศัยซึ่งรวมถึงสภาพแวดล้อมของชุมชน และที่ตั้งของแหล่งงาน

ปัจจัยทั้ง 3 ประการ มีความสัมพันธ์ควบคู่ไปกับเหตุผลส่วนตัวในการเลือกที่พักอาศัยของแต่ละบุคคล เช่น จำนวนเงินที่บุคคลพอใจสำหรับค่าใช้จ่ายเรื่องที่อยู่อาศัยซึ่งขึ้นกับรายได้ โดยที่พักอาศัยที่ต้องการนั้นขึ้นอยู่กับสถานภาพสมรส และขนาดครอบครัว หรือวิถีทางการดำเนินชีวิต ซึ่งจะมีผลต่อชนิดของชุมชนที่ต้องการจะอยู่ และสถานที่ทำงาน รวมทั้งระยะทางจากบ้านไปยังแหล่งงานด้วย

Brain Goodall²¹ ได้เสนอปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย คือ รายได้ การเข้าถึงแหล่งงาน โดยผู้มีรายได้น้อยจะอาศัยใกล้กับแหล่งงานเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง นอกจากนี้ปัจจัยทางด้านสังคมก็มีส่วนเกี่ยวข้อง คือสภาพครอบครัว เชื้อชาติ และชนชั้น ซึ่งมีอิทธิพลในการเลือกที่อยู่อาศัยด้วย โดยเขาได้กล่าวถึงเกณฑ์ที่ผู้อยู่อาศัยจะใช้ในการพิจารณาในการเลือกที่อยู่อาศัยโดยมี 3 ประการ ดังนี้

1. ลักษณะของบ้าน ได้แก่ อายุการใช้งานของบ้าน ขนาดของบ้านที่เหมาะสมกับขนาดครอบครัว และคุณสมบัติของส่วนประกอบภายในบ้าน

¹⁹ B.M. Moriaty. *The American City*. 2nd vols. (An urban GeoGraphy, 1975).

²⁰ Brian Joe Lobley Berry, Frank E Horton, and Josephine Olu Abiodun. *Geographic Perspectives on Urban Systems: With Integrated Readings* (Prentice Hall, 1970).

²¹ Brain Goodall. *The Economic of Urban Areas*. Oxford : pressman Press (1972).

2. ลักษณะชุมชน ผู้อยู่อาศัยมักจะเลือกบริเวณในการอยู่อาศัยที่เหมาะสมกับสภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมของตนเอง

3. ความสัมพันธ์ของที่ตั้งนั้น ๆ กับพื้นที่โดยรอบ กล่าวคือ ความสะดวกสบายในการเดินทางไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ได้แก่ แหล่งงาน ย่านการค้า อุตสาหกรรม และการติดต่อสัมพันธ์กับกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย ได้แก่

3.1 รายได้ โดยรายได้ ความพึงพอใจ และการเลือกที่อยู่อาศัยจะมีความสัมพันธ์กัน เมื่อรายได้ของผู้อยู่อาศัยมากขึ้นเท่าใด โอกาสของการเลือกรูปแบบที่อยู่อาศัย ที่ตั้ง เพื่อให้ตรงกับความต้องการก็จะได้รับการตอบสนองมากขึ้นเท่านั้น

3.2 การเข้าถึงแหล่งงาน ปัจจัยนี้จะส่งผลต่อการกระจายตัวของประชากรมากกว่าปัจจัยอื่น ๆ บุคคลในครอบครัวจะพิจารณาระหว่างความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งงานของหัวหน้าครอบครัว และความเป็นไปได้หลาย ๆ ด้าน ที่ส่งผลต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทางจากบ้านไปยังสถานที่ทำงาน ความเหมาะสมอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นราคาที่ดิน ความต้องการต่าง ๆ ในการติดต่อกับเมืองและความพึงพอใจต่าง ๆ

3.3 สภาพครอบครัว การมีเด็กในครัวเรือนนั้นส่งผลต่อการใช้พื้นที่ของครอบครัว ยังมีเด็กมากเท่าใดยิ่งต้องการบริเวณพื้นที่เพิ่มขึ้นเท่านั้น นอกจากนี้บริเวณที่มีโรงเรียนที่มีมาตรฐานทางด้านการศึกษที่ตั้งอยู่ก็จะมีอิทธิพลต่อการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัย ในส่วนของครอบครัวที่ไม่มีเด็กนั้นจะชอบความสะดวกสบายในการเข้าถึงสังคมเมือง และพึงพอใจต่อการมีที่อยู่อาศัยขนาดเล็กกล่าวคือไม่ต้องการพื้นที่ใหญ่เกินความจำเป็นแต่ต้องอยู่ใจกลางเมือง

3.4 ปัจจัยอื่น ๆ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ การแบ่งแยกสีผิว เชื้อชาติ และชนชั้น ที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยเช่นกัน

Hirsch, Werner Z²² ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยว่าต้องพิจารณาปัจจัย ดังนี้

1. ความสะดวกสบายของการเข้าถึง
2. คุณภาพของสิ่งแวดล้อม เช่น ลักษณะด้านสังคมของชุมชน สภาพธรรมชาติ บริเวณสาธารณะชุมชน และความพึงพอใจที่ได้รับจากที่ตั้งนั้น
3. ลักษณะที่ดินที่ใช้ปลูกที่อยู่อาศัยรวมถึงทำเลที่ตั้ง

ผู้อยู่อาศัยที่มีเหตุผลจะเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยในที่ซึ่งจะได้รับประโยชน์สูงสุดจากลักษณะทั้ง 2 ประการนี้ ภายใต้เงื่อนไขด้านงบประมาณที่จะใช้จ่าย

1. สถานะทางสังคมของผู้อาศัย เช่น ระดับรายได้ บุคลิกส่วนบุคคล และกลุ่มสังคม
2. สภาพครอบครัว เช่น ครอบครัวที่ประกอบด้วยผู้สูงอายุเป็นส่วนใหญ่ ย่อมต้องการบ้านที่ตั้งอยู่ในบริเวณที่มีความเงียบสงบ

²² Werner Z. Hirsch. Urban Economics Analysis. New York: Mc Graw-hill (1975); Werner Zvi Hirsch. Urban Economic Analysis (New York; Montreal: McGraw-Hill, 1973).

K.J. Button²³ ได้เสนอองค์ประกอบที่สำคัญที่สำคัญ 2 ประการ ในการเลือกบริเวณที่อยู่อาศัย ได้แก่

1. รายได้ของครอบครัวเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจ คนมีรายได้สูงจะมีโอกาสเลือกที่อยู่อาศัยได้มากกว่า โดยพยายามเลือกบริเวณที่มีค่าเช่าที่ดินต่ำใกล้เส้นทางคมนาคมขนส่งและเข้าถึงได้สะดวก

2. คุณภาพสิ่งแวดล้อม นอกจากจะมีสิ่งแวดล้อมที่ดีแล้ว ความสัมพันธ์ของเพื่อนบ้านก็เป็นข้อสำคัญอีกประการหนึ่ง แต่ต้องมีรายได้ละรสนิยมในระดับเดียวกัน

William Alonso²⁴ กล่าวว่า การเลือกที่อยู่อาศัยในเมืองมีความสัมพันธ์อย่างยิ่งกับราคาที่ดิน และให้ความเห็นว่าทางเลือกที่ตั้งหรือบริเวณในการพักอาศัย โดยพิจารณาจากปัจจัยทั้ง 3 ประการ คือ

1. ราคาของที่พักอาศัยมีความสัมพันธ์กับรายได้ของผู้อาศัย และความสามารถในการจ่ายสำหรับที่พักอาศัยนั้น
2. รูปแบบของที่พักอาศัยที่เป็นที่พอใจของผู้อยู่อาศัย ทั้งนี้จะต้องสัมพันธ์กับขนาดครอบครัว และสถานภาพสมรส
3. ที่ตั้งที่พักอาศัย มีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม และระยะทางระหว่างที่พักอาศัยกับที่ทำงาน

2.2.1 หลักเกณฑ์ในการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูง

สำหรับแนวคิดการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ที่มีรายได้สูงนั้น มีข้อสรุปเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูง ดังนี้²⁵

- 1) อรรถประโยชน์ของประชากรรายได้สูงเกิดจากการที่ได้มีแหล่งที่พักอาศัยอยู่ใกล้ศูนย์กลางต้องการเสียเวลาในการเดินทางให้น้อยที่สุด ละมีขนาดพื้นที่พักอาศัยที่ใหญ่
- 2) ประชากรรายได้สูงมีเวลาเป็นข้อจำกัดในการเลือกแหล่งที่พักอาศัย โดยต้องการลดเวลาที่เสียไปโดยเปล่าประโยชน์ ซึ่งได้แก่เวลาในการเดินทางเพื่อเพิ่มเวลาที่จะต้องทำงานหรือพักผ่อน โดยประชากรรายได้สูงจะเลือกอยู่อยู่อาศัยอยู่ใกล้ศูนย์กลาง
- 3) เพื่อให้ได้อรรถประโยชน์ที่ต้องการ ประชากรรายได้สูงยินดีที่จะอยู่ในที่พักอาศัยที่มีขนาดเล็ก

2.3 แนวคิดการเลือกทำเลที่ตั้ง

มีนักคิดนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงแนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับเรื่องทำเลที่ตั้งในการอยู่อาศัยในเขตเมืองไว้ ดังนี้

²³ Kenneth John Button. *Urban Economics: Theory and Policy* (Springer, 1976).

²⁴ William J Location Alonso and land use. Toward a general theory of land rent. *Location and Land Use. Toward a General Theory of Land Rent.* (1964).

²⁵ ศุภฤกษ์ มัลลิกะมาลย์. *แนวโน้มการพัฒนาเคหะการในเขตกรุงเทพมหานคร(ด้านตะวันออกและตะวันออกเฉียงเหนือ)* จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524.

Kain, John F.²⁶ กล่าวว่า ปัจจัยด้านระยะทางไปยังแหล่งงานนั้นมีผลต่อที่ตั้งของที่อยู่อาศัย ซึ่งมีความสัมพันธ์กับรายได้ กล่าวคือ ระยะทางในการเดินทางไปทำงานจะเพิ่มขึ้นตามระดับรายได้ ผู้ที่มีรายได้สูงที่ทำงานในบริเวณศูนย์กลางเมือง มีแนวโน้มการเดินทางไปทำงานในระยะที่ไกลกว่า และจะอาศัยอยู่ในเขตชานเมือง ส่วนผู้มีรายได้ต่ำจะเดินทางไปทำงานในระยะทางที่ใกล้กว่า และอาศัยอยู่ในบริเวณแหล่งงานโดยไม่คำนึงว่าแหล่งงานจะอยู่ที่ใด

Berry, Brain Joe Lobley, Horton, Frank E.²⁷ ได้ศึกษาการเดินทางไปทำงานของประชากรในเมือง โดยศึกษาตำแหน่งของแหล่งงานกับตำแหน่งที่มีประชากรเดินทางไปยังแหล่งงานนั้น ๆ หรือตำแหน่งของที่อยู่อาศัย ซึ่งพบว่าในกรณีที่แหล่งงานอยู่บริเวณศูนย์กลางธุรกิจการค้าของเมืองจะมีประชากรเดินทางมาจากทุกแห่งของเมือง โดยรูปแบบของการจัดตัวของแหล่งที่มีประชากรวางเป็นแนวยาวไปตามถนนที่เป็นถนนหลักหรือทางด่วนต่าง ๆ ในกรณีที่แหล่งงานอยู่บริเวณขอบของศูนย์กลางธุรกิจของเมืองจะมีรูปแบบการเดินทางจากแหล่งที่มาคล้ายคลึงกันกับแหล่งงานของศูนย์กลางธุรกิจการค้า โดยมีรูปแบบของการเดินทางอย่างขอบเขตแรกแต่มีที่มากกระจายกระจายจากเขตทั่วไป และตัวกำหนดที่เข้ามามีบทบาทต่อรูปแบบการเดินทางทั้ง 3 ลักษณะประกอบด้วย

1. เส้นทางคมนาคมและระยะทาง ที่อยู่อาศัยที่อยู่ใกล้เส้นทางคมนาคมจะสามารถเดินทางได้โดยสะดวกรวดเร็ว ลดเวลาในการเดินทาง
2. อาชีพการงาน และรายได้ พบว่าประชากรที่มีรายได้ดี จะมีระยะทางในการเดินทางไปทำงานเป็นระยะทางที่ไกลกว่า และจะยึดที่อยู่อาศัยในเขตชานเมืองที่อยู่ใกล้แนวถนนหลักหรือทางด่วน ทำให้สามารถเดินทางเข้าถึงที่ทำงานได้สะดวกรวดเร็ว ส่วนผู้รายได้น้อยจะพยายามเลือกที่อยู่อาศัยใกล้ที่ทำงาน โดยพยายามใช้เวลาให้สั้นและเสียค่าขนส่งหรือเดินทางให้ถูกที่สุด และมักเดินทางโดยอาศัยบริการขนส่งสาธารณะ การเดินทางจะมีระยะสั้นกว่าผู้มีรายได้ดี
3. ลักษณะทางเชื้อชาติของประชากร ทำให้เกิดการรวมกลุ่มเชื้อชาติ และวัฒนธรรม ไปตั้งที่อยู่อาศัยเป็นกลุ่มก้อนในส่วนใดส่วนหนึ่งของเมือง ซึ่งทำให้ปริมาณการเดินทางไปทำงานในส่วนดังกล่าวของเมืองมีปริมาณสูง

1) การเดินทาง Wingo กล่าวว่า คนให้ความสำคัญต่อการเดินทางมากที่สุด²⁸ เนื่องจากได้ศึกษาพบว่ามีการย้ายที่อยู่อาศัยเข้าสู่แหล่งงานเป็นจำนวนมาก เพราะต้องการความสะดวก และลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง จนกระทั่งพบแหล่งทำเลที่ตั้งใหม่ซึ่งสอดคล้องกับ Goodall (1975) ที่มีความเห็นว่าการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยนั้นจะต้องมีความสะดวกในการเดินทาง เข้าถึงแหล่งบริการต่าง ๆ ได้ โดยเฉพาะแหล่งงาน และโรงเรียนของบุตรหลาน โดยควรจะมีที่ตั้งติดถนนสายสำคัญ หรือสถานีรถไฟ ซึ่งจะช่วยให้มีความได้เปรียบในด้านช่องทางมากกว่าสถานที่ที่ตั้งอยู่ห่างจากสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานเหล่านี้ ในขณะที่ Needham (1977) มีความเห็นว่า เหตุผลในการรวมตัวของย่านพัก

²⁶ John F Kain. *The Journey-to-Work as a Determinant of Residential Location* (paper presented at the Papers of the Regional Science Association, 1962).

²⁷ L Berry & E. Horton Brain J. Murphy, *the American City : An Urban Geography*.

²⁸ Lowdon Wingo. *Transportation and Urban Land* (Resources for the Future, 1961).

อาศัยันเกิดขึ้นจาก ปัจจัยด้านความสะดวกในการเข้าถึง (Accessibility) ทำให้ผู้ที่อยู่อาศัยมีความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน ติดต่อธุรกิจ จับจ่ายใช้สอย ซึ่งจะทำให้ย่านพักอาศัยจับตัวตามแนวเส้นทางการคมนาคม และกระจายตัวอยู่รอบ ๆ ศูนย์กลางธุรกิจ ร้านค้า ที่ทำงาน สถานศึกษา และปัจจัยด้านการประหยัดด้วยปัจจัยภายนอก (External Economics) ซึ่งมีผลดีทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายเรื่องการใช้บริการสาธารณูปโภคของเมืองได้

2) สิ่งแวดล้อม Siegel ได้ให้ความเห็นถึงการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยว่า ต้องพิจารณาถึงคุณภาพสิ่งแวดล้อม²⁹ เช่น ลักษณะด้านสังคมของชุมชน สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติการบริการสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ในขณะที่ Button เสนอว่าองค์ประกอบในการเลือกบริเวณที่พักอาศัยประการหนึ่งคือ นอกเหนือจากความจำเป็นที่ต้องมีสิ่งแวดล้อมที่ดีแล้ว ความสัมพันธ์เพื่อบ้านก็เป็นสิ่งสำคัญด้วยเช่นกัน³⁰ ในขณะที่ Claire (1975) เห็นว่าการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยนั้นนอกจากการมีสิ่งแวดล้อมที่ดีแล้ว ที่ตั้งนั้นควรจะปลอดภัยจากภัยธรรมชาติต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น อุทกภัย อัคคีภัย แผ่นดินไหว ภูเขาไฟระเบิด เป็นต้น

3) การบริการสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ Goodall กล่าวว่าบริการสาธารณูปโภคและสาธารณูปการในเมืองไม่เท่าเทียมกัน³¹ ซึ่งมีผลต่อการเลือกที่ตั้งที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูง และบริการสาธารณะพื้นฐานต่าง ๆ นี่จะเป็นตัวนำให้เกิดการพัฒนาพื้นที่โดยเฉพาะย่านชานเมือง โดย Chaire (1973) ได้ให้ความเห็นสนับสนุนว่า การเลือกทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัยที่ดีนั้นควรมีแหล่งสาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่อำนวยความสะดวกแก่ชุมชนนอกเหนือจากมีสภาพแวดล้อมที่ดีและสะดวกในการเดินทาง

Romanos, Michael C.³² พูดถึงแนวคิดที่เกี่ยวกับการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยว่า ในปัจจุบันนี้การเลือกที่ตั้งสำหรับที่อยู่อาศัยนั้น ผู้อยู่อาศัยมักคำนึงถึงความปลอดภัยของที่ตั้งกับศูนย์ธุรกิจการค้าและแหล่งงาน เพราะต้องการความสะดวกในการเดินทางไปทำงานหรือติดต่อธุรกิจ ดังนั้นที่อยู่อาศัยที่เป็นที่นิยมส่วนใหญ่จะอยู่ใกล้กับศูนย์กลางธุรกิจของเมืองเพื่อความสะดวก และเป็นการลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางและการติดต่อธุรกิจ ด้วยเหตุนี้การใช้ที่ดินเพื่อเป็นที่อยู่อาศัยจึงต้องสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับการใช้ที่ดินภายในเมืองและทิศทางการขยายตัวเมือง ตามศูนย์การค้า ถนนหนทาง แหล่งงาน ฯลฯ เพราะแหล่งที่ตั้งที่อยู่อาศัยเป็นสาเหตุสำคัญของการเกิดปัญหาการจราจรในเมืองอันเนื่องมาจากการเดินทางไปทำงาน ชื้อของ ทำธุรกิจส่วนตัว ทำธุรกรรมต่าง ๆ ฯลฯ ซึ่งกล่าวได้ว่ารูปแบบการใช้ที่ดินเพื่ออยู่อาศัยเป็นปัจจัยหลักที่กำหนดโครงสร้างความเป็นเมือง

พงศ์สิทธิ์ ชุมสาย ณ อยุธยา กล่าวว่า การเติบโตของกรุงเทพฯ เป็นไปตามลักษณะ “Con-Centric”³³ คือภายในเขตชั้นในเป็นศูนย์กลางของแหล่งงาน และกิจการด้านการบริการ เนื่องจากมีการพัฒนาสิ่งใหม่ (New Development) และการพัฒนาเปลี่ยนใหม่ (Redevelopment) แทนของเก่าที่หมดสภาพในขนาดที่ใหญ่ขึ้น

²⁹ Bernard J %J American Journal of Sociology Siegel. *Defensive Structuring and Environmental Stress*. 76, no. 1 (1970).

³⁰ Button. *Urban Economics: Theory and Policy*.

³¹ Goodall. *The Economic of Urban Areas*

³² MC Romanos, DC Health. *Residential Spatial Structure Lexington*. (1976).

³³ พงศ์สิทธิ์ ชุมสาย ณ อยุธยา. *ลักษณะการเติบโตของกรุงเทพมหานคร*. ข่าวสารกรมการผังเมือง ฉบับที่ 66/2540 (2540).

สำหรับธุรกิจของภาพเอกชน และบริการของรัฐ ส่วนบริเวณนอกเมือง (Urban Fringe) ซึ่งรวมพื้นที่ติดกรุงเทพฯ ใน 5 จังหวัดนั้นได้มีการพัฒนาที่อยู่อาศัยเพื่อรองรับการเพิ่มขึ้นของประชากร และการย้ายจากเขตชั้นในไปอยู่นอกเมืองสำหรับผู้มีรายได้ปานกลางถึงสูงเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ผู้อาศัยอยู่ตามเขตชั้นนอกของเมืองส่วนใหญ่จะเป็นพวก commuter คือกลุ่มที่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว และสำหรับผู้มีรายได้ต่ำก็จะเดินทางด้วยรถประจำทางเพื่อใช้ในการเดินทางมายังเขตชั้นในของเมือง ซึ่งก่อให้เกิดการจราจรที่ติดขัดและคับคั่งในการเข้ามาทำงาน จับจ่าย และมาใช้บริการสังคม

พลเอก กฤตยานวัช ได้สรุปเกี่ยวกับเรื่องที่ตั้งของที่อยู่อาศัยไว้ว่า ท่าเลที่ตั้งในเชิงความสามารถในการเข้าออกสู่ที่ทำงาน และระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการของเมืองที่สะดวกและรวดเร็วนั้นจะเป็นตัวกำหนดราคาบ้านที่สำคัญที่สุด³⁴ ในอนาคตทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัยที่สำคัญที่สุด ได้แก่ ท่าเลที่สามารถเดินทางเข้าออก (Accessibility) เข้าสู่แหล่งการใช้ชีวิตประจำวันได้อย่างรวดเร็ว สถานที่สำคัญนี้ ได้แก่ “WSS” คือ ที่ทำงาน (Work Place) โรงเรียน (School) และศูนย์การค้า (Shopping Center) แต่สำหรับคนโสดหรือครอบครัวที่ยังไม่มีบุตรจะเป็นการบริการที่สอดคล้องกับค่านิยมและวิถีชีวิตเฉพาะบุคคลที่แตกต่างกัน เช่น สถานที่ที่มีบริการเกี่ยวกับการพักผ่อน ผ่อนคลาย และสถานที่บันเทิง เป็นต้น

มานพ พงศทัต ได้กล่าวว่า ระบบขนส่งมวลชนเป็นสิ่งจำเป็นและต้องมีคุณภาพ และรูปแบบของ ‘Mid-rise และ High-density’ ของที่อยู่อาศัยอาจจะมีมากขึ้น³⁵ ซึ่งการพัฒนาเช่นนี้ยังไม่พบมากนักในเมืองไทย การพัฒนาและการจัดที่อยู่อาศัยในเมืองในอนาคตจะผสมผสานกันในรูปแบบของ

1. ในย่านศูนย์กลางธุรกิจ หรือ CBD (Central Business District) จะเป็น New York Style สำหรับผู้มีรายได้สูง และชุมชนแออัด
2. เขตชั้นกลางของเมือง มีความหนาแน่นมาก เป็นที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้ปานกลาง
3. เขตชั้นนอกของเมือง จะพบระบบ Estate เช่น บ้านในบริเวณเขาใหญ่ เช่น รอบสนามกอล์ฟและสำหรับผู้ที่มีรายได้น้อยจะอยู่บริเวณรอบ ๆ แหล่งงานตามเขตอุตสาหกรรม

จุดศูนย์กลางของเมืองมี 3 ลักษณะ ได้แก่

1. Commercial Area กลุ่มคนที่อาศัยในบริเวณนี้คือกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง ได้แก่ คนรุ่นใหม่ระดับบน หรือ กลุ่ม YUPPIES ของไทย
2. Industrial Area แหล่งงานด้านอุตสาหกรรม กลุ่มผู้มีรายได้ระดับล่างจะอาศัยอยู่บริเวณนี้ ซึ่งจะก่อให้เกิดชุมชนแออัดที่ย้ายเข้ามาเพื่อเกาะกลุ่มอยู่ในบริเวณนี้
3. Residential Area สามารถแบ่งได้เป็น
 - 3.1 Suburban หรือชานเมืองชั้นนอก ซึ่งมีคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดีที่สุดของเมือง ผู้มีรายได้สูง สถาปนครอบครัวที่มั่นคงจะอาศัยอยู่บริเวณนี้

³⁴ พลเอก กฤตยานวัช, วิสัยทัศน์ที่อยู่อาศัย ในกระแสโลกาภิวัตน์ ปี 2000. (เอกสารประกอบการศึกษา ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538).

³⁵ มานพ พงศทัต, ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์. (เอกสารประกอบโครงการอบรมทางวิชาการ: หลักสูตรกลยุทธ์การบริหารธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ยุคใหม่ รุ่นที่ 9, 2536).

3.2 Inner – city Residential คือกลุ่มคนรุ่นใหม่ชั้นกลางที่กำลังเกิดขึ้น นอกจากการเกาะกลุ่มในแหล่งอุตสาหกรรมแล้วก็ยังเกาะกลุ่มในแหล่งเสื่อมโทรมชั้นในของเมืองด้วย

มานพ พงศทัต (2527) ยังได้กล่าวถึงแนวความคิดเกี่ยวกับที่ตั้งของที่อยู่อาศัยในเมืองอีกว่า เรื่องที่ตั้งของที่อยู่อาศัยเป็นสิ่งสำคัญ ทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัยมักจะควบคู่ไปกับความสะดวกในการเดินทาง โดยที่คนจะต้องมีที่อยู่อาศัย และที่ทำงาน คือต้องมี Work Place และ Live Place และจะต้องมีการเดินทางเชื่อมต่อกันระหว่างพื้นที่ทั้ง 2 แห่งของเมืองที่มีการกระจายตัวในแนวราบ เช่น กรุงเทพมหานคร เท่ากับเป็นการแยกที่อยู่อาศัยออกไปสู่ชานเมือง และนอกเมืองออกไปไกลจากแหล่งทำงานที่อยู่ในเมือง ทำให้เกิดปัญหาของที่ตั้งระหว่างพื้นที่สำคัญ 2 แห่งนี้ โดยมีนักผังเมืองบางท่านได้กล่าวไว้ว่า “Live where you Work and Work where you live” นั่นคือเราควรอยู่ใกล้ หรือติดกับที่ทำงาน ที่ตั้งของทั้ง 2 แห่งนี้ ควรจะอยู่ติดกัน หรือใกล้กันมากที่สุดเท่าที่จะทำได้

ในสภาพปัจจุบันการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัย ผู้อยู่อาศัยมักจะคำนึงถึงความใกล้และสะดวกในการติดต่อกับแหล่งงาน และธุรกิจของเมือง เพื่อความสะดวกในการติดต่อ และการเดินทาง ทำให้คนส่วนหนึ่งที่มีความพร้อม หรือความสามารถทางการเงินเลือกจะพักอาศัยในย่านธุรกิจของเมือง โดยอาจจะเป็นบ้านหลังที่สอง และมีบ้านพักอาศัยช่วงเสาร์ - อาทิตย์ อีกหลังหนึ่งย่านชานเมือง เพื่อบรรยากาศและคุณภาพชีวิตที่ดีกว่า ด้วยเหตุนี้การใช้ที่ดินเพื่อพักอาศัยในเมืองจึงสัมพันธ์กันระหว่างการใช้ที่ดินเพื่อพักอาศัยกับที่ดินในเมืองที่มีจำนวนน้อยและราคาสูง ทำให้การใช้ที่ดินเพื่อพักอาศัยต้องคำนึงถึงความเหมาะสมกับราคาที่ดิน ซึ่งก่อให้เกิดรูปแบบของอาคารชุดพักอาศัยขึ้น

ดังนั้นที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้น้อยของเมืองแต่ละเมืองส่วนใหญ่จะมีลักษณะกระจายตัว และรูปแบบที่ตั้งจะสัมพันธ์กับบริเวณศูนย์กลางธุรกิจหลักของเมืองในรูปแบบที่แทรกอยู่ตามขอบเขตของศูนย์กลางธุรกิจ หรือใกล้เคียงกับย่านการค้าแต่ละแห่งของเมืองที่กระจุกกระจายอยู่ทั่วไป ตลอดจนจะแยกออกเป็นสวน ๆ ต่างหากจากที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูงที่มักจะอยู่ในบริเวณที่ราคาที่ดินถูกของเมือง และบริเวณที่อยู่ไกลจากเส้นทางคมนาคมที่สำคัญ ๆ ของเมือง แนวคิดเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัยนั้นควรมีปัจจัยต่าง ๆ ที่ต้องพิจารณาถึง ได้แก่

1. ปัจจัยทางคุณสมบัติของที่ตั้งหรือพื้นที่ หมายถึง การพิจารณาลักษณะทางกายภาพที่สำคัญ ๆ

1.1 ความสะดวกในการเข้าถึง (Accessibility) มีความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งงาน หรือเข้าไปรับบริการสาธารณูปโภคและสาธารณูปการได้ง่าย และยังหมายถึงระบบคมนาคมขนส่งมวลชนที่สะดวกในการไปสู่แหล่งงาน และสถานที่พักผ่อน หรือย่านการค้าได้โดยตรง เนื่องจากผู้มีรายได้น้อยขาดฐานะเศรษฐกิจที่จะมีพาหนะเป็นของตนเอง

1.2 ราคาที่ดิน สิ่งนี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย ผู้มีรายได้น้อยจะเลือกอาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีราคาที่ดินและราคาเช่าถูก

1.3 แหล่งงาน ย่านการค้า ผู้มีรายได้น้อยจะเลือกพักอาศัยไม่ห่างไกลจากแหล่งงาน และย่านการค้ามากนัก เป็นผลมาจากรากฐานทางเศรษฐกิจที่จะใช้จ่ายกับการเดินทางจำนวนมากได้ ต้องใช้

บริการสาธารณะซึ่งอาจทำให้ความสะดวกลดลง และเสียเวลาในการเดินทางมากจึงจำเป็นต้องเลือกอยู่ใกล้แหล่งงานเพื่อลดระยะเวลาในการเดินทาง

2. ปัจจัยจากตัวบุคคลผู้เลือกที่อยู่อาศัย

2.1 รายได้ของผู้อยู่อาศัยที่มีรายได้น้อยจะถูกจำกัดด้วยความสามารถในการจ่าย ทำให้ไม่อาจเลือกที่อยู่อาศัยซึ่งมีทำเลที่ตั้งที่ดีในราคาสูง แต่ต้องการที่อยู่อาศัยในราคาถูก (หรือค่าเช่าถูก) และเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางโดยจะพยายามอาศัยอยู่ใกล้แหล่งงาน

2.2 ความพอใจ (Preferences) และสถานะทางสังคม ผู้มีรายได้น้อยส่วนใหญ่จะเลือกอยู่อาศัยในสถานที่ที่มีสภาพแวดล้อมที่สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของตน

2.3 สภาพครอบครัว ความต้องการของคนในครอบครัวจะเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกที่อยู่อาศัย สภาพหรือช่วงชีวิตของคนส่วนใหญ่ในครอบครัวจะมีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย

2.4 แนวคิดการย้ายที่อยู่อาศัย

การเลือกที่อยู่อาศัยเป็นขั้นตอนหนึ่งในกระบวนการย้ายที่อยู่อาศัย และการเลือกที่อยู่อาศัยของแต่ละคนนั้น ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของบุคคลที่จะเลือกที่พำนัก โดยคำนึงถึงความเหมาะสมในด้านเศรษฐกิจ สังคม และกายภาพเป็นสำคัญ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการย้ายที่อยู่อาศัย โดยนักคิดหลายท่านได้สรุปความคิดเกี่ยวกับการย้ายที่อยู่อาศัยไว้ดังนี้

สเปียร์, โกลด์สไตน์ และเพรีย กล่าวว่าการที่จะทำการย้ายที่อยู่อาศัยในแต่ละครั้งนั้น จะต้องมีการตัดสินใจที่พิจารณาอย่างต่อเนื่อง³⁶ (Ongoing decision – making process) โดยสามารถแบ่งกระบวนการออกเป็น 3 ขั้นตอนได้ ดังนี้

1. ความต้องการที่จะย้ายถิ่นที่อยู่ (Desire to Consider Moving) เป็นผลมาจากความไม่พอใจต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ในที่อยู่เดิม เช่น ลักษณะที่อยู่อาศัย งานที่ทำ เพื่อนบ้าน ตลอดจนสภาพแวดล้อมอื่น ๆ และความไม่พอใจต่อสิ่งต่าง ๆ หากสิ่งเหล่านี้เกินระดับที่บุคคลจะทนได้ (Tolerance Level หรือ Threshold) บุคคลจึงมีความต้องการพิจารณาที่จะย้ายถิ่น

2. การเลือกทำเลที่อยู่ใหม่ (Selection of an Alternative Location) เมื่อเกิดความไม่พอใจในที่เดิม โดยทั่วไปผู้ที่ต้องการย้ายที่อยู่มักจะพิจารณาหาที่อยู่อาศัยใหม่ ซึ่งจะพิจารณาจากความพอใจ โดยประเมินถึงผลประโยชน์ต่าง ๆ ในพื้นที่ที่ให้ผลประโยชน์มากที่สุด อาจแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ความรู้และการรับรู้ข่าวสารในท้องที่ใหม่ของแต่ละบุคคล

3. การตัดสินใจย้ายที่อยู่เดิม (Decision to Move or to Stay) ผู้ย้ายถิ่นจะประเมินผลประโยชน์ทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินเปรียบเทียบระหว่างท้องที่ใหม่และท้องที่เดิม ประกอบกับมีการคาดหวังผลประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ที่จะได้รับในท้องที่ใหม่ และสามารถเสียค่าใช้จ่ายในการเคลื่อนย้ายได้ กรณีไม่สามารถเสียค่าใช้จ่ายในการเคลื่อนย้ายได้ บุคคลนั้นจะตัดสินใจอยู่ที่อยู่เดิม หรือพิจารณาเลือกทำเลที่อยู่ใหม่

³⁶ Alden Speare et al. *Residential Mobility*. (1975).

Rossi P.H. ได้ศึกษาเกี่ยวกับการย้ายถิ่นทางด้านจิตวิทยาสังคม³⁷ พบว่ามีสาเหตุต่าง ๆ ที่ผลักดันให้ครอบครัวเปลี่ยนที่อยู่อาศัย ได้แก่ สภาพของที่อยู่อาศัย ความหนาแน่นของจำนวนผู้อยู่อาศัยในครอบครัว หรือแม้แต่ปัญหาที่ผู้ให้เช่าในกรณีที่เป็นบ้านเช่า และสภาพของชุมชนที่อาศัยอยู่ ซึ่งข้อสรุปทางด้านจิตวิทยาสังคมนับว่าเป็นสิ่งสำคัญมากเพราะสามารถจำแนกชนิดสาเหตุอันเป็นตัวกระตุ้น ทำให้เกิดความคิดที่จะย้ายที่อยู่อาศัยได้

Kain กล่าวถึงปัจจัยด้านระยะทางไปยังแหล่งงานที่มีผลต่อที่ตั้งของที่อยู่อาศัยว่า มีความสัมพันธ์กับระดับรายได้³⁸ กล่าวคือระยะทางในการเดินทางไปทำงานจะเพิ่มขึ้นตามระดับรายได้ ผู้มีรายได้สูงที่ทำงานอยู่บริเวณศูนย์กลางเมือง จะมีแนวโน้มในการเดินทางไปทำงานในระยะทางที่ไกลกว่าและจะอาศัยในเขตชานเมือง ส่วนผู้มีรายได้ต่ำจะเดินทางไปทำงานในระยะทางที่ใกล้กว่าและอาศัยบริเวณแหล่งงาน โดยไม่คำนึงว่าแหล่งงานจะอยู่ที่ใด เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

ฉัตรชัย พงศ์ประยูร (2527) ได้อธิบายถึงสาเหตุของการย้ายที่อยู่อาศัยไว้ว่า การที่ย้ายที่อยู่อาศัยคือการตัดสินใจหาที่อยู่ใหม่ และการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยใหม่ ซึ่งอาจขึ้นอยู่กับความพึงพอใจส่วนบุคคล หรือเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต การประกอบอาชีพ สภาพที่อยู่อาศัยที่ต้องการ หรือพื้นที่ที่ต้องการอยู่อาศัย แม้ว่าสิ่งเหล่านี้จะชี้ชัดยากเนื่องจากขึ้นอยู่กับความต้องการและความพึงพอใจส่วนบุคคล แต่สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของแต่ละคน นอกจากนี้ยังเกี่ยวกับลักษณะหรือรูปแบบที่อยู่อาศัยที่ต้องการหาว่าเล็กหรือใหญ่ ขนาดเท่าใด จำนวนที่ห้อง ราคาเท่าใด เป็นต้น ซึ่งการเลือกที่อยู่อาศัยนั้นมีมูลเหตุมาจากปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. ความจำเป็นในการย้ายออกจากที่อยู่อาศัยเดิม ด้วยเหตุผลต่าง ๆ เช่น ถูกไล่ที่ ถูกไล่ออกจากงาน ไม่สามารถเสียดค่าเช่า ฯลฯ
2. ความจำเป็นในการปรับฐานะทางสังคม เช่น การแต่งงาน การตาย การหย่าร้าง การเปลี่ยนงาน หรือรายได้ของครอบครัวที่เปลี่ยนแปลง
3. ความต้องการในเรื่องที่อยู่อาศัยเปลี่ยนไป อาจเกิดจากสภาพแวดล้อมบางอย่างภายในบ้านเปลี่ยนแปลงไป เช่น ขนาดครอบครัวใหญ่ขึ้น
4. เกิดแรงดึงดูดย่านที่อยู่อาศัย อันเกิดขึ้นในแถบชานเมือง

โดยสาเหตุต่าง ๆ ใน 2 ข้อแรก อาจเรียกได้ว่าเป็นการย้ายที่อยู่แบบถูกบังคับ (Forced Moves) ส่วน 2 ประการหลังเป็นการย้ายแบบสมัครใจ (Voluntary Moves) ดังนั้นแรงกระตุ้นสามารถช่วยให้เกิดการย้ายที่อยู่อาศัยได้ ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ประการหลัก ได้แก่

1. แรงกระตุ้นที่ไม่พึงปรารถนา
 - 1.1 ขนาดของที่อยู่อาศัย หากเกิดความไม่พอใจในที่อยู่อาศัยเดิม ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ทั้งในวัยเริ่มต้นครอบครัว และวันชรา วัยเริ่มต้นครอบครัวจะมีสมาชิกเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ส่วนวันชราจะมีสมาชิกลดน้อยลง จึงต้องปรับขนาดของบ้านให้พอดีกับความต้องการ
 - 1.2 ราคาบ้าน เช่น ค่าเช่าบ้านที่จะมีราคาสูงขึ้นตามอัตราเงิน ซึ่งก่อให้เกิดการย้ายที่อยู่อาศัย หากฐานะดีขึ้นก็อาจจะมีการย้ายที่อยู่อาศัยใหม่เช่นกัน

³⁷ Peter Henry Rossi. *Why Families Move: A Study in the Social Psychology of Urban Residential Mobility*. (Free Press, 1955).

³⁸ John F Kain and John M Quigley. *Introduction to "Housing Markets and Racial Discrimination: A Microeconomic Analysis"*. (NBER, 1975).

1.3 สภาพตัวบ้านและละแวกที่อยู่อาศัย หากสภาพบ้าน และสภาพแวดล้อมไม่ดี เช่น ปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม หรือความสะอาด ก็อาจทำให้ผู้อยู่อาศัยเกิดความต้องการหาที่อยู่ใหม่

1.4 ความสะดวกในการเข้าถึง เช่น การเดินทางไปทำงาน ทำธุรกิจ ตลอดจนการรับบริการต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้ก็เป็นเหตุสำคัญที่ทำให้คนต้องการที่อยู่อาศัยใหม่

1.5 ลักษณะสภาพแวดล้อม กล่าวคือองค์ประกอบทางสังคมของพื้นที่บริเวณที่อยู่อาศัย หากเปลี่ยนแปลงไปในทางลบ เช่น สภาพสาธารณสุขไม่อยู่ในสภาพที่เสื่อมโทรม ขาดการบำรุงรักษา เป็นต้น ก็จะทำให้ผู้อยู่อาศัยเกิดการย้ายที่อยู่อาศัย

2. แรงกระตุ้นอันพึงปรารถนา

2.1 ความหวังในเรื่องการอยู่ดีกินดี ซึ่งวัดจากความสะดวกสบายทางวัตถุของสังคมสมัยใหม่ ในแง่ทำเลที่ตั้งที่อยู่อาศัย ซึ่งสนองความต้องการดังกล่าวได้ดี คือ คอนโดมิเนียม หรืออพาร์ทเมนท์ ที่ตั้งอยู่ในเมืองใกล้กับความสะดวกทุกอย่างซึ่งอาจถูกใจคนโสด หรือคู่แต่งงานที่อยู่ในวัยหนุ่มสาว และยังมีบุตร

2.2 ความหวังเกี่ยวกับครอบครัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการเติบโตของเด็ก ๆ ตัวบ้าน สนามหญ้า สิ่งเหล่านี้ต่างก็เป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้ครอบครัวชั้นกลางไปอาศัยอยู่ที่ย่านเดียวกัน

2.3 ความคาดหวังชื่อเสียงทางสังคม ส่วนมากเกิดจากวิถีชีวิตในอาชีพที่ประกอบ และชุมชนที่อาศัยอยู่ เช่น การมีที่อยู่อาศัยตามชานเมือง เพราะเป็นละแวกของชุมชนชั้นกลางขึ้นไป

2.4 ความคาดหวังเกี่ยวกับชุมชน จัดเป็นวิถีชีวิตซึ่งอาจประสบความสำเร็จหากมีการพบปะติดต่อกับผู้ที่มีฐานะทางสังคมเหมือนกัน เช่น กลุ่มที่มีวิถีชีวิต หรืออาชีพคล้ายกันจะอยู่ในละแวกเดียวกัน

แรงกระตุ้นจากภายนอกนั้นแม้จะเป็นแรงดึงดูดให้มีการย้ายที่อยู่อาศัยได้ แต่ในบางครั้งคนเราก็ไม่อาจย้ายที่อยู่อาศัยได้ เพราะยังมีแรงต้านทานการย้ายที่อยู่อาศัยเกิดขึ้น โดยแรงต้านทานดังกล่าวจำแนกได้ ดังนี้

1. ลักษณะการถือครอง ความเป็นเจ้าของ ผู้เป็นเจ้าของบ้านมักจะไม่คิดที่จะย้ายที่อยู่อาศัยบ่อยเหมือนผู้ที่เช่าบ้านอยู่

2. ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ ซึ่งทำให้เกิดความเคยชินกับที่อยู่อาศัยเดิม ไม่ต้องการที่จะปรับตัวเข้ากับที่อยู่อาศัยใหม่

3. พลังทางสังคม เช่น การอยู่ใกล้เพื่อนฝูง และญาติ อาจเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนเราต้องย้ายที่อยู่อาศัยเพื่ออยู่ใกล้บุคคลเหล่านี้

Short J.R. ได้จำแนกชั้นของวัยในชีวิตซึ่งมีผลกับการเลือกที่อยู่อาศัยที่ต้องการตามช่วงที่บุคคลนั้น ๆ มีความรับผิดชอบ ตัดสินใจเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยของตน ไว้ดังต่อไปนี้³⁹

³⁹ John R Short. *Housing in Britain: The Post-War Experience*, vol. 783 (Taylor & Francis, 1982).

ตารางที่ 2-2 แสดงการจำแนกชั้นของวัยในชีวิตที่มีผลต่อการเลือกลักษณะที่อยู่อาศัยที่ต้องการ

ชั้นของวัยในชีวิต	ลักษณะที่อยู่อาศัยที่เลือก
1. ก่อนมีบุตร (Pre-child Stage)	ห้องชุด ห้องเช่าราคาถูกลง อยู่เขตชั้นในของเมือง
2. เริ่มมีบุตร (Child-bearing)	บ้าน เช่น บ้านเดี่ยวอยู่ใกล้โซนที่มีห้องชุดให้เช่า
3. เลี้ยงดูบุตร (Child-rearing)	บ้านตนเอง ค่อนข้างใหม่อยู่แถบชานเมือง
4. ปลุกฝังบุตร (Child-launching)	เช่นเดียวกับชั้น 3 แต่ย้ายไปที่ที่มีสภาพแวดล้อมดีกว่า
5. บุตรแยกออกจากบ้าน (Post-child)	บ้านพักของตนเองที่ถาวรมั่นคง
6. ชีวิตบั้นปลาย (Later-Life)	ห้องชุด บ้านพักคนชรา หรืออยู่กับลูกหลาน

2.5 แนวความคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัยและที่ทำงาน

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัยและที่ทำงาน พบว่าการเดินทางระหว่างที่อยู่อาศัยไปกลับที่ทำงานเป็นประจำในปริมาณสูง ทำให้เกิดการใช้ที่ดินที่มีความแตกต่างกันออกไป การเดินทางจากกิจกรรมของประชากรตามความสัมพันธ์ของพื้นที่ มีความไม่สม่ำเสมอต่างกันเป็นวันและเวลา เช่น ภายในเขตศูนย์กลางธุรกิจ (Central Business District) การเคลื่อนที่ที่เกิดขึ้นสูงสุดในเวลากลางวัน โดยเฉพาะในช่วงชั่วโมงเร่งด่วน เวลา 06.00 น. ถึง 09.00 น. และ 17.00 น. ถึง 20.00 น. ส่วนในช่วงเวลากลางคืนมีการเคลื่อนที่น้อยกว่า

การใช้ที่ดินแต่ละประเภทในฐานะที่เป็นตัวการให้เกิดการเคลื่อนที่ได้ มีดังนี้

1. เขตการค้า เขตการค้าก่อให้เกิดการเคลื่อนที่มากที่สุดทั้งยานพาหนะและคน อัตราจะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ตั้งแต่ตอนเช้า สูงสุดในตอนเที่ยง และหลังจากนี้อัตราจะลดลง บางเมืองในตอนค่ำจะมีการเดินทางเพิ่มมากขึ้น เพราะมีการเดินทางไปซื้อของในตอนค่ำ ตามศูนย์การค้ารอบ ๆ ชานเมือง

2. เขตอุตสาหกรรม มีส่วนทำให้เกิดการเดินทางน้อยกว่าเขตการค้า โดยในตอนเช้าพนักงานเดินทางไปทำงานจึงเกิดการเคลื่อนที่สูงสุด ส่วนยานพาหนะขนส่งเข้าออกเขตอุตสาหกรรมตอนกลางวันการเคลื่อนที่ก็จะลดน้อยลง และจะเกิดการเคลื่อนที่มากอีกครั้งในตอนบ่าย

3. เขตที่อยู่อาศัย การเดินทางจะผัดกันไปตามขนาดของเมือง และตามส่วนต่าง ๆ ของเมือง การเคลื่อนที่ส่วนมากจะไม่ปรากฏยอดสูงสุดต่ำสุดในแต่ละวัน

ทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย และที่ทำงานมีความสัมพันธ์กันเป็นอย่างมาก เนื่องจากต้องมีการเคลื่อนที่ไปมาระหว่างบ้านและที่ทำงานเป็นประจำในปริมาณที่สูง ซึ่งได้มีนักวิชาการหลายท่านเห็นถึงความสำคัญของความสัมพันธ์ดังกล่าว จึงทำการศึกษาและกล่าวไว้ ดังนี้

Lean และ Goodall กล่าวถึงความแตกต่างในการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้น้อยกับผู้มีรายได้สูง⁴⁰ ว่า ผู้มีรายได้น้อยจะพยายามมีที่อยู่อาศัยใกล้ที่ทำงาน เพราะจะประหยัดค่าเดินทาง โดยอาจเสียค่าใช้จ่ายเฉพาะค่าบ้าน ส่วนผู้มีรายได้สูงจะสามารถเลือกที่อยู่อาศัยได้หลายประเภทโดยไม่ต้องสนใจว่าที่อยู่

⁴⁰ William Lean and Brian Goodall. *Aspects of Land Economics*. (1966).

อาศัย และสถานที่ทำงานต้องอยู่บริเวณเดียวกัน เพราะผู้มีรายได้สูงจะสามารถเดินทางได้รวดเร็ว โดยใช้เวลาเท่ากับผู้มีรายได้น้อยที่อยู่ใกล้แหล่งงาน

Wingo ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัยกับที่ทำงาน โดยให้ความสำคัญเรื่องการเดินทางทำงานมากที่สุด⁴¹ และสรุปได้ว่า เมื่อมีการย้ายที่อยู่อาศัยเข้าใกล้แหล่งงานมากขึ้น ราคาที่ดินของที่อยู่อาศัยนั้นจะยังมีราคาสูงขึ้น ขณะที่ค่าใช้จ่ายในการเดินทางลดลง และพบว่ายังมีความต้องการของครัวเรือนที่ย้ายเข้าอาศัยบริเวณใกล้แหล่งงาน ซึ่งเงินที่เกิดจากการประหยัดค่าใช้จ่ายจากการเดินทางที่ลดลงจะไปทดแทนในส่วนของราคาที่ดินของที่อยู่อาศัยที่เพิ่มขึ้น

John F Kain (1932) กล่าวถึงปัจจัยด้านระยะทางไปยังแหล่งงาน ในการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยว่ามีความสัมพันธ์กับระดับรายได้ กล่าวคือ ระยะทางในการเดินทางไปทำงานจะเพิ่มขึ้นตามระดับรายได้ ผู้มีรายได้สูงที่ทำงานอยู่บริเวณศูนย์กลางเมืองมีแนวโน้มในการเดินทางไปทำงานในระยะทางที่ไกลกว่า และจะอยู่อาศัยบริเวณชานเมือง ในขณะที่ผู้มีรายได้น้อยจะเดินทางไปทำงานในระยะทางที่ใกล้กว่า และอาศัยอยู่บริเวณแหล่งงานโดยไม่คำนึงว่าแหล่งงานจะอยู่ที่ใด

Mehta (1976) ได้ศึกษาปัญหาที่อยู่อาศัยของพนักงานในกิจการโรงงานอุตสาหกรรม บริษัท และสำนักงานต่าง ๆ ในประเทศอินเดีย พบว่า การจัดสร้างที่อยู่อาศัยควบคู่ไปกับแหล่งงาน จะช่วยให้เกิดประโยชน์ต่อเจ้าของกิจการ ในกรณีพนักงานจะสามารถเข้าทำงานนอกเวลาปกติได้โดยสะดวก และเกิดประโยชน์แก่พนักงานที่จะลดค่าใช้จ่าย และเวลาในการเดินทาง อีกทั้งยังเป็นการเสริมสร้างรายได้พิเศษจากการทำงานพิเศษนอกเวลาแก่ครอบครัวอีกด้วย

Horton (1970) ได้ศึกษาการเดินทางไปทำงานของประชากรในเมือง โดยพยายามศึกษาถึงตำแหน่งของแหล่งงานกับตำแหน่งของประชากรที่เดินทางมายังแหล่งงานนั้น ๆ ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่กำหนดรูปแบบของการเดินทางว่ามี 3 ลักษณะ คือ

1.เส้นทางคมนาคม และระยะทางที่อยู่อาศัยที่อยู่ใกล้เส้นทางคมนาคม จะสามารถเดินทางได้สะดวก รวดเร็ว และลดระยะเวลาในการเดินทางลง

2.อาชีพ การงาน และรายได้ พบว่าประชากรที่มีรายได้ดีจะมีระยะทางในการเดินทางไปที่ทำงานไกลกว่าผู้มีรายได้น้อย และจะยึดที่อยู่อาศัยในเขตชานเมืองที่อยู่ใกล้ถนนหรือทางด่วน ทำให้สามารถเดินทางได้สะดวก ส่วนผู้มีรายได้น้อยจะเลือกที่อยู่อาศัยที่ใกล้ที่ทำงาน โดยจะพยายามลดเวลา และค่าใช้จ่ายในการเดินทางให้เหลือน้อยที่สุด โดยจะเดินทางกับบริการขนส่งสาธารณะ

3.ลักษณะทางเชื้อชาติของประชากร ทำให้เกิดการรวมกลุ่มทางเชื้อชาติและวัฒนธรรม โดยมักจะไปตั้งที่อยู่อาศัยเป็นกลุ่มก้อนในบางส่วนของเมือง ทำให้ปริมาณการเดินทางไปทำงานในย่านนั้นของเมืองมีปริมาณสูงตามไปด้วย

สอิ่ง จ่อมแดงธรรม (2537) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเดินทางก่อนเข้าอยู่และหลังเข้าอยู่อาศัย คอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครเขตชั้นใน และเขตชั้นกลาง พบว่า ระยะทางระหว่างที่อยู่อาศัยและที่ทำงาน

⁴¹ Lowdon Wingo. *Latin American Urbanization: Plan or Process?* (1969).

เป็นปัจจัยที่มีผลสำคัญที่สุดต่อระยะทางการเดินทางในปัจจุบัน อีกทั้งรูปแบบในการเดินทางก็ยังเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระยะทางการเดินทาง นอกจากนี้รายได้ยังเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทางปัจจุบัน

2.6 แนวคิดและทฤษฎีความสำเร็จในอาชีพ

2.6.1 แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในอาชีพ

แนวคิดของไอลส์เมบีและโรเบิร์ตสัน (Iles, Mabey & Robertson, 1990) ไอลส์เมบีและโรเบิร์ตสัน (Iles, Mabey & Robertson, 1990) อ้างถึงทอมสันและมาเบย์ (Thomson and Mabey, 1994, pp. 160) ว่าได้ศึกษาเกี่ยวกับความสำเร็จในอาชีพ พบว่าองค์ประกอบที่มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพ ได้แก่ ตัวแปรด้านบุคคล ลักษณะหัวหน้างาน และอายุงาน ซึ่งตัวแปรเหล่านี้ส่งผลต่อความผูกพันในอาชีพ และความผูกพันในอาชีพได้ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในอาชีพ

แนวคิดของเพลูเชต (Peluchette, 1993) ให้ความเห็นว่า บุคคลมีความต้องการที่ไม่สิ้นสุด หากสมปรารถนาตามความต้องการใด ๆ แล้วก็จะมีความต้องการอื่นที่มีมากกว่าตามเข้ามาเป็นลำดับขั้น เป็นเช่นนั้นไปเรื่อย ๆ ส่วนความต้องการความสำเร็จในอาชีพก็เช่นเดียวกันเนื่องจากเป็นความต้องการที่เกี่ยวข้องกับจิตใจ และคุณภาพชีวิตของบุคคล

แนวคิดของจัตจ์ และคณะ (Judge et al., 1995) จัตจ์ และคณะได้นำเสนอรูปแบบความสำเร็จในอาชีพทางการบริหาร (Model of executive career success) ซึ่งได้พัฒนามาจากผลการวิจัยแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก โดยได้แบ่งความสำเร็จในอาชีพออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ความสำเร็จในอาชีพเชิงรูปธรรม และความสำเร็จในอาชีพเชิงนามธรรม

แนวคิดของเมลามาต (Melamed, 1995) เมลามัดได้นำเสนอแนวคิดเรื่องความแตกต่างทางเพศที่มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพโดยทำการศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรที่มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพ ได้แก่ คุณลักษณะแบบทุนมนุษย์ทางเลือกในอาชีพ และโครงสร้างด้านโอกาสในความก้าวหน้า ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพระหว่างเพศชายและเพศหญิง

แนวคิดของเฮลรีเจล และคณะ (Hellriegel et al., 2001) เฮลรีเจลและคณะให้ความเห็นว่าบุคคลที่จะประสบความสำเร็จในอาชีพนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในการทำงานเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับโอกาสของทางเลือกในอาชีพด้วย เฮลรีเจล และคณะ ได้ให้มุมมองเกี่ยวกับการเลือกวิชาชีพ และประสบการณ์ของบุคคลไว้ มุมมองดังนี้

1. ตำแหน่งอาชีพการงานที่ทำ สิ่งนี้ไม่ใช่สิ่งที่บ่งบอกถึงความสำเร็จหรือล้มเหลวในการอาชีพ หากแต่สิ่งนี้บ่งบอกถึงความสำเร็จ หรือความล้มเหลวในการทำงานที่ดีที่สุดคือ ตัวของบุคคลนั่นเอง

2. ความสำเร็จหรือความล้มเหลวในอาชีพนั้น สิ่งนี้มีความเกี่ยวข้องกับโมโนคติเป้าหมายและความสามารถของบุคคล

3.บุคคลควรจะศึกษาลักษณะของอาชีพและสิ่งที่ทำทั้งเชิงรูปธรรม(Objective) และเชิงนามธรรม (Subjective)

4.การพัฒนาตนเอง ซึ่งมีผลต่อการบรรลุสู่เป้าหมายในอาชีพ โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายด้าน เช่น สภาพทางการเงินครอบครัว บุคลิกลักษณะของบุคคล ตลอดจนลักษณะของงานนั้น ๆ

5.วัฒนธรรมองค์การ เป็นปัจจัยที่มีผลต่ออาชีพ สถานภาพทางสังคม และการศึกษา ถือเป็นพื้นฐานที่สำคัญของความก้าวหน้าในอาชีพ

2.6.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จในอาชีพ

อธิบายความหมายของแนวคิดความสำเร็จในอาชีพ และมุมมองการเลือกอาชีพ ทั้งหมด 5 มุมมอง จากทฤษฎีของวอลตันให้ความเห็นของการประสบความสำเร็จในการทำงานไว้ 4 ด้าน ได้แก่ การพัฒนาความสามารถ การนำความรู้มาใช้ การเติบโตในตำแหน่งงาน และรายได้ที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ทฤษฎีของแกตติเกอร์และลาร์วูด⁴² ได้เสนอองค์ประกอบความสำเร็จในอาชีพไว้ 4 ด้านเช่นกัน ได้แก่ บทบาทการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การเงิน และความก้าวหน้าในการเลื่อนตำแหน่ง

ทฤษฎีของแกตติเกอร์และลาร์วูด (Gattiker & Larwood, 1986)

แกตติเกอร์ และลาร์วูด ได้เสนอองค์ประกอบของความสำเร็จในอาชีพว่า สามารถพิจารณาได้จากองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่

1.ด้านบทบาทการทำงาน (Job Success) เป็นการรับรู้ภายในจากการรวบรวมพฤติกรรมที่ปฏิบัติงานสำเร็จ หรือบรรลุวัตถุประสงค์ในการทำงาน ซึ่งมาจากแนวคิดการรับรู้ในอาชีพของตนเอง (Occupational Self-concept) โดยพบว่ามีการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพจากบทบาทการทำงานของตนเอง เช่น รับรู้ถึงความสำคัญของงาน มีความชำนาญในงาน ได้รับความไว้วางใจจากผู้บริหารระดับสูง ได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน มีอำนาจในการตัดสินใจในงานที่ทำ มีความสามารถในการบริหารงาน ทำงานด้วยใจรัก และรับผิดชอบในหน้าที่

2.ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Success) เป็นการรับรู้ภายในจิตใจของตนเองว่าตนเป็นที่ยอมรับของเพื่อนร่วมงาน ได้รับความชื่นชมจากเพื่อนร่วมงานอย่างจริงใจ ผู้บริหารระดับสูงให้ความไว้วางใจในการปฏิบัติงานโดยมอบหมายหน้าที่สำคัญให้รับผิดชอบ ผู้ใต้บังคับบัญชาให้ความเคารพ เต็มใจช่วยเหลืออย่างจริงใจ และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี

3.ด้านการเงิน (Financial Success) เป็นการรับรู้จากภายนอกที่ได้รับผลประโยชน์ หรือค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับผลงานเมื่อเทียบกับความรู้ความสามารถ และประสิทธิภาพในการทำงานกับเพื่อนร่วมงาน หรือผู้บริหารระดับเดียวกัน โดยค่าตอบแทนอยู่ในระดับที่พึงพอใจเป็นไปตามที่คาดหวังไว้

4.ด้านความก้าวหน้าในการเลื่อนตำแหน่ง (Hierarchical Success) เป็นการรับรู้ภายนอกที่เกี่ยวกับความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ซึ่งเกิดจากการสะสมอายุงานและการทำงานในตำแหน่งนั้น ๆ ตามที่องค์กรเป็นผู้

⁴² Gattiker. Subjective Career Success: A Study of Managers and Support Personnel.

กำหนด โดยใช้ความรู้ความสามารถและทักษะที่มีจนประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน และเป็นที่ยอมรับจึงจะได้รับการสนับสนุนส่งเสริมให้เลื่อนตำแหน่งหน้าที่ที่สูงขึ้น

ทฤษฎีของวอลตัน (Walton, 1973)

วอลตันให้ความเห็นว่าพนักงานทุกคนต่างมีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จในการทำงานของตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านพัฒนา และขยายขอบเขตความสามารถในการทำงานของตนเองให้สูงขึ้น ไม่ใช่การปฏิบัติงานอยู่ในตำแหน่งงานเดิมตลอดไป
2. ด้านการนำความรู้มาใช้ โดยเมื่อพนักงานได้รับการพัฒนาความรู้ความสามารถ และทักษะใหม่ ๆ แล้วต่างต้องการที่จะนำความรู้เหล่านั้นมาใช้งานให้เกิดประโยชน์ และเพิ่มพูนทักษะของตน
3. ด้านการเติบโตในตำแหน่งหน้าที่สูงขึ้น เพื่อแสดงถึงการพัฒนาให้เป็นที่ยอมรับของเพื่อนร่วมงาน ครอบครัว และบุคคลอื่นในสังคม
4. ด้านรายได้ที่เพิ่มขึ้นและมั่นคงที่มีเหมาะสมกับตำแหน่งงาน และภาระหน้าที่ที่รับผิดชอบ

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเรื่องความสำเร็จในอาชีพผู้วิจัยเลือกใช้ทฤษฎีของแกตติเกอร์และลาร์วูด (Gattiker & Larwood, 1986) ในการศึกษาเรื่องความสำเร็จในอาชีพของพนักงานเนื่องจากเป็นทฤษฎีที่มีการวัดอย่างครอบคลุมคือ เป็นทั้งรูปธรรม และนามธรรมในการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพของพนักงาน อีกทั้งยังเป็นทฤษฎีที่สอดคล้องกับบริบทที่ใช้ในการศึกษาวิจัยนี้

จากการศึกษาแนวคิด และทฤษฎีเรื่องความสำเร็จในอาชีพ ผู้วิจัยเลือกใช้ทฤษฎีของแกตติเกอร์และลาร์วูดในการศึกษาเรื่องความสำเร็จในอาชีพ เนื่องจากเป็นทฤษฎีที่มีการวัดอย่างครอบคลุม คือ เป็นทั้งรูปธรรม และนามธรรมในการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพของพนักงาน อีกทั้งยังเป็นทฤษฎีที่สอดคล้องกับบริบทที่ใช้ในการศึกษาวิจัยนี้

2.7 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค


ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

Jame F. Engle, Roger D. Blackwell and Paul W. Miniard (1990 PP. 3) อ้างอิงในศุภร เสรีรัตน์ (2550, PP.5) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ว่า การกระทำต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาซึ่งการบริโภคและการใช้จ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าวด้วย

Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk (1991, PP. 5) อ้างถึงในรัฐวัชร พัฒนจิระรุจน์ (2017) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ว่า พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกในการแสวงหาการซื้อ การใช้ การประเมิน และการใช้จ่ายใช้สอย หรือการซื้อสินค้าและบริการมาตอบสนองความต้องการของตนนั้นเป็นการทำให้ความต้องการได้รับการตอบสนองหรือความพึงพอใจ ซึ่งเป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่

มีอยู่ ทั้งเงิน เวลา และกำลัง เพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ อันประกอบด้วย ซื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ซื้อเมื่อไร อย่างไร ที่ไหน และ บ่อยแค่ไหน

Kotler และ Armstrong (2016, PP. 166-177) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า ผู้บริโภคมีหลากหลายประเภท ซึ่งมีความต้องการแตกต่างกันไปตามความหลากหลาย ดังนั้นจึงต้องมีการทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อช่วยให้เข้าใจผู้บริโภคและสามารถตอบสนองความต้องการนั้น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยส่วนใหญ่แล้วบริษัทขนาดใหญ่จะมีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อให้สามารถวางกลยุทธ์เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัทต่อไปได้ การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การตลาด เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมเหล่านั้นได้อย่างเหมาะสมที่สุด หลักการในการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค คือ หลัก 6Ws และ 1H โดยสามารถพิจารณาหลักต่าง ๆ เกี่ยวกับตลาด เพื่อให้ได้คำตอบที่ต้องการทราบตามหลัก 7Os



Who	: ใครคือตลาดเป้าหมาย	→	กลุ่มเป้าหมาย
What	: ทำไมจึงซื้อ	→	ความต้องการ
Why	: ทำไมจึงซื้อ	→	เหตุผล
Who	: ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ	→	กลุ่มอิทธิพล
When	: ซื้อเมื่อใด	→	โอกาสการซื้อ
Where	: ซื้อที่ไหน	→	แหล่งซื้อ
How	: ซื้ออย่างไร	→	วิธีการซื้อ

ภาพที่ 2-1 หลัก 6Ws 1H เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค, ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2543

(1) ใครคือตลาดเป้าหมาย (who is in target market?) เพื่อทราบลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (occupant) ที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์ รวมถึงพฤติกรรมในการซื้อ และการใช้ของกลุ่มเป้าหมาย

(2) ตลาดซื้ออะไร (who does the market buy?) เพื่อทราบลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์เขาไปทำ อะไร เพื่อทราบถึงความต้องการที่แท้จริงที่ลูกค้าต้องการจากผลิตภัณฑ์หรือองค์การ (objects)

(3) ทำไมจึงซื้อ (why does the market buy?) เพื่อทราบถึงเหตุผลที่แท้จริง (objectives) ในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

(4) ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ (who participates in the buying?) การศึกษาถึงผู้มีส่วนร่วม เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการจัดทำโปรแกรมทางการโฆษณาในการช่วยกระตุ้นการตัดสินใจ ซึ่งต้องพิจารณาว่าจะใช้กลุ่มอ้างอิงใดในการเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้ (organizations)

(5) ซื้อเมื่อใด (when does the market buy?) เพื่อทราบถึงโอกาสในการซื้อของลูกค้า (occasion) เพื่อเตรียมรับมือในการผลิตให้เพียงพอ และเตรียมแผนส่งเสริมการตลาดในช่วงเวลาที่เหมาะสม

(6) ซื้อที่ไหน (where does the market buy?) คิดถึงแหล่งที่ลูกค้านิยม เพื่อการบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมกับลูกค้าในแต่ละกลุ่ม (outlets)

(7) ซื่ออย่างไร (how does the market buy?) เพื่อทราบถึงวิธีการซื้อของลูกค้า (operation) มีขั้นตอนการซื้อเป็นอย่างไร เพื่อการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมายให้มากที่สุด

จากความหมายที่กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำต่าง ๆ ของบุคคลที่ผู้บริโภคแสดงออกมาในการการค้นหา ซื่อ ใช้ ประเมินผล ไม่ว่าจะเป็ผลิิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อได้มาซึ่งตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจของตนเองภายใต้กระบวนการตัดสินใจที่มีมาก่อน

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

เป็นระบบที่เกิดขึ้นจากสิ่งเร้า หรือสิ่งกระตุ้น (stimulus) ให้เกิดความต้องการ (need) ในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลทำให้เกิดการตอบสนอง (buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (buyer's purchase decision)

(1) สิ่งแวดล้อม (environment) ทั้งภายในและภายนอก นักการตลาดจะสนใจเน้นการสร้างสิ่งกระตุ้นทางการตลาดซึ่งควบคุมได้ และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ที่ควบคุมไม่ได้

(2) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (buyer's black box) เปรียบเสมือนกล่องดำ (black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ ต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ อิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

(3) การตอบสนอง (buyer's response) การตอบสนอง หรือการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อหรือผู้บริโภค จะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

(1) ปัจจัยทางวัฒนธรรมเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่สุดในการกำหนดความต้องการ และพฤติกรรมของมนุษย์ เช่น การศึกษา ความเชื่อ รวมไปถึงพฤติกรรมส่วนใหญ่ที่ได้รับการยอมรับภายในสังคมใดสังคมหนึ่ง โดยเฉพาะลักษณะชั้นทางสังคม ประกอบด้วย 6 ระดับ⁴³

ชั้นที่ 1 Upper-Upper Class ประกอบด้วยผู้ที่มีชื่อเสียงเก่าแก่เกิดมาบนกองเงินกองทอง

ชั้นที่ 2 Lower -Upper Class เป็นชั้นของคนรวยหน้าใหม่ บุคคลเหล่านี้เป็นผู้ยิ่งใหญ่ในวงการบริหาร เป็นผู้ที่มีรายได้สูงสุดในจำนวนชั้นทั้งหมด จัดอยู่ในระดับมหาเศรษฐี

ชั้นที่ 3 Upper-Middle Class ประกอบด้วยชายหญิงที่ประสบความสำเร็จในวิชาอื่น ๆ สมาชิกชั้นนี้ส่วนมากจบปริญญาจากมหาวิทยาลัย กลุ่มนี้เรียกมักถูกเรียกว่าเป็นสมองของสังคม

ชั้นที่ 4 Lower-Middle Class เป็นพวกที่เรียกว่าคนโดยเฉลี่ย ประกอบด้วยพวกที่ไม่ใช่ฝ่ายบริหาร เจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก พวกทำงานนั่งโต๊ะระดับต่ำ

⁴³ นางสาวศรินพร อินทร์ใจเอื้อ. ทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวของประชากรในแต่ละช่วงอายุในกรุงเทพมหานคร.

ชั้นที่ 5 Upper-Lower Class เป็นพวกจนแต่ซื้อสัตย์ ได้แก่ ขนชั้นทำงานเป็นชั้นที่ใหญ่ที่สุดในชั้นทางสังคม

ชั้นที่ 6 Lower-Lower Class ประกอบด้วยคนงานที่ไม่มี ความชำนาญ กลุ่มชาวนาที่ไม่มีที่ดินเป็นของตนเอง ชนกลุ่มน้อย

(2) ปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อ ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

1.กลุ่มอ้างอิง หมายถึงกลุ่มใด ๆ ที่มีการเกี่ยวข้องกัน ระหว่างคนในกลุ่ม แบ่งเป็น 2 กลุ่ม

- ปฐมภูมิ ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท มักมีข้อจำกัดในเรื่องอาชีพ ระดับชั้น
- ทติยภูมิ เป็นกลุ่มทางสังคมที่มีความสัมพันธ์แบบตัวต่อตัว แต่ไม่บ่อย

2.ครอบครัวเป็นสถาบันที่ทำการซื้อเพื่อการบริโภคที่สำคัญที่สุดนักรตลาดจะพิจารณาครอบครัวมากกว่าพิจารณาเป็นรายบุคคล

3.บทบาททางสถานะ บุคคลที่จะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิงทำให้บุคคลมีบทบาทและสถานภาพที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

(3) ปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจของผู้ซื้อมักได้รับอิทธิพลจากคุณสมบัติส่วนบุคคลต่าง ๆ เช่น อายุ อาชีพ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิต วัฏจักรชีวิตครอบครัว

(4) ปัจจัยทางจิตวิทยา การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยา ซึ่งปัจจัยในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ และใช้สินค้า ปัจจัยทางจิตวิทยาประกอบด้วย การรับรู้ ความเชื่อและเจตคติ บุคลิกภาพ และแนวความคิดของตนเอง

กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

ชั้นที่ 1 การรับรู้ถึงปัญหา และกระบวนการ ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการของตนเอง

ชั้นที่ 2 การค้นหาข้อมูลในขั้นนี้ผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจในขั้นแรก จะค้นหาข้อมูลจากแหล่งภายในก่อน เพื่อนำมาใช้ในการประเมินทางเลือก หากยังได้ข้อมูลไม่เพียงพอก็ต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งภายนอก

ชั้นที่ 3 การประเมินผลทางเลือก ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้รับรวบรวมไว้มาจัดเป็นหมวดหมู่ และวิเคราะห์ข้อดีข้อเสีย ทั้งในลักษณะการเปรียบเทียบ หาทางเลือก และความคุ้มค่ามากที่สุด

ชั้นที่ 4 การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด หลังการประเมินผู้ประเมินจะทราบข้อดี ข้อเสีย หลังจากนั้นบุคคลจะต้องตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด ในการแก้ไขปัญหาผู้ใช้ประสบการณ์ในอดีตเป็นเกณฑ์ ทั้งประสบการณ์ของตนเองและผู้อื่น

ชั้นที่ 5 การประเมินผลหลังการซื้อ เป็นขั้นสุดท้ายจากการซื้อ ผู้บริโภคจะนำผลิตภัณฑ์ที่ซื้อนั้นมาใช้ และในขณะเดียวกันก็จะทำการประเมินผลิตภัณฑ์นั้นไปด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่ากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นกระบวนการต่อเนื่องไม่ได้หยุดตรงที่การซื้อ

2.8 แนวคิดเกี่ยวกับประชากรและการแบ่งช่วงอายุ

Kotler และ Armstrong ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจุบันในสังคมไทยมีคนอย่างน้อย 6 ช่วงวัย⁴⁴ ดังนี้

1. G.I. GENERATION คือ ประชากรที่เกิดพ.ศ. 2444 – 2467 (เทียบ ค.ศ. 1901 – 1924) ยุคก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นยุคในการฟื้นฟู และพัฒนาเศรษฐกิจประชากร ในยุคสมัยนี้จะมีความเป็นทางการสูง
2. SILENT GENERATION คือ ประชากรที่เกิดพ.ศ. 2468 – 2485 (เทียบ ค.ศ. 1925 – 1942) มีลักษณะยึดมั่นในขนบธรรมเนียม ประเพณี เน้นค่านิยมไทย
3. GENERATION B (Baby boomer) หรือ เจนบี คือประชากรที่เกิดในช่วงพ.ศ. 2486 – 2503 (เทียบ ค.ศ. 1943 – 1960) มีลักษณะอนุรักษ์นิยมถึงสมัยใหม่ มีความอดทนอุสาหะ มีมานะ พยายาม และความภักดีต่อองค์กร
4. GENERATION X หรือ เจนเอกซ์ คือ ประชากรที่เกิดในช่วงพ.ศ. 2504 – 2524 (เทียบ ค.ศ. 1961 – 1981) เอ็กซ์ (X) มาจาก เครื่องหมาย “กากบาท” ซึ่งสะท้อนว่าพ่อแม่ยุคนี้มีลูกน้อย เนื่องจากทั้งพ่อ และแม่ ออกไปทำงานทั้งสองคน ลักษณะที่โดดเด่นของคนรุ่นนี้คือมีความมั่นใจในตนเองสูง ชอบทำงานแบบ Work smart, not harder จึงทำให้พวกเขาชอบการเปลี่ยนแปลง ไม่อยู่นิ่ง ชอบพัฒนางาน แต่มีชีวิตที่สมดุลระหว่างงานกับชีวิต (Work-life balance) และเชื่อในเรื่องการทำงานหนักเพื่อการหาเงิน และนำเงินที่ได้ไปใช้การพักผ่อน
5. GENERATION Y (The millennial) หรือ เจนวาย คือ ผู้ที่เกิดในยุคที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต มีการระบุปีเกิดของคนรุ่นนี้หลากหลายมาก แต่นักวิชาการส่วนใหญ่ระบุว่า เกิดระหว่างพ.ศ. 2525 – 2546 (เทียบ ค.ศ. 1982 – 2003) เป็นคนที่ชอบเทคโนโลยี ชอบความเร็ว ทันทีทันใด มีลักษณะการใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการ ไม่ขึ้นชอบความเป็นทางการ มองโลกในแง่ดี มองทุกอย่างแบบสดใส และโลกสวย
6. GENERATION Z หรือ เจนแซด หรือ Silent Generation อยู่ในช่วงตั้งแต่พ.ศ. 2547 ขึ้นไป (เทียบ ค.ศ. 2004) เป็นช่วงวัยที่ความสามารถหลากหลายทางสังคมมีมาก ทั้งเรื่องเพศวิถี (Gender) ที่มีความแตกต่าง และให้การยอมรับเพศทางเลือกมากขึ้น มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ (Ethnography) มีความหลากหลายทางเทคโนโลยี ทุกด้าน เช่น การแพทย์วิศวกรรมวิทยาศาสตร์ รวมทั้งเทคโนโลยี การสื่อสาร โทรคมนาคม ที่เป็น Fully digitalization

2.9 เอกสารและวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับเรื่องที่อยู่อาศัย พบว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นเรื่องที่ควรให้ความสำคัญ เนื่องจากส่งผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัย อีกทั้งพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นมีการเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา ซึ่งข้อมูลที่น่ามาใช้จำเป็นต้องปรับให้เท่าทันตามยุคสมัย หากพูดถึงเรื่องพฤติกรรมทางเลือกที่อยู่อาศัยนั้นสามารถจำแนกได้ตามประเภทของกลุ่มประชากร ซึ่งพบว่าวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดจำนวน 4 เล่ม โดยมี 3

⁴⁴ Philip Kotler and Gary Armstrong, *Principles of Marketing (16th Global Edition)*. (Harlow: Pearson, 2013).

เล่ม ได้แก่ วิทยานิพนธ์ของพิมรา เสนาพลสิทธิ์⁴⁵, วิณา ธีระโสภณ⁴⁶ และศรัณย์พร อินทริใจเอื้อ⁴⁷ ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัย ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประเภทของกลุ่มประชากร ส่วนงานวิจัยอีก 1 เล่ม เป็นงานวิจัยของ พพร สุกข์ณวัฒน์⁴⁸ ที่มุ่งเน้นศึกษาไปที่ความสำเร็จในอาชีพ โดยใช้ความภาคภูมิใจเป็นตัวแปรสื่อ มีเนื้อหาแตกต่างกับอีก 3 เล่มที่ได้กล่าวมา

ตารางที่ 2-3 แสดงวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง

ชื่อผู้จัดทำ	สุกิจ ตรีวนพงศ์	พิมรา เสนาพลสิทธิ์
ปี	2539	2553
ชื่อเรื่อง	ความต้องการที่อยู่อาศัยของคนทำงานย่านสาทร	พฤติกรรมการอยู่อาศัยในอาคารชุดระดับราคาสูงของกลุ่มวัยปีบริเวณสุขุมวิท เขตวัฒนา
กลุ่มตัวอย่าง	ผู้ที่ทำงานในอาคารสำนักงานที่ตั้งอยู่ย่านสาทรที่มีพื้นที่ตั้งแต่ 2,000 ตารางเมตรขึ้นไป และเป็นอาคารที่สร้างเสร็จ และเปิดใช้งานจนถึงพ.ศ. 2539	ผู้ที่อาศัยในโครงการอาคารชุดพักอาศัยระดับราคาสูง บริเวณสุขุมวิทจำนวน 4 โครงการ อายุ 25 - 45 ปี
วัตถุประสงค์	เพื่อศึกษาสภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ ลักษณะการอยู่อาศัย ปัญหาการอยู่อาศัย และเสนอแนวทางในการพัฒนาที่อยู่อาศัยให้สอดคล้องกับความต้องการของคนทำงานย่านสาทร	เพื่อศึกษาลักษณะทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และพฤติกรรมของกลุ่มวัยปีที่อยู่อาศัยในอาคารชุดระดับราคาสูงย่านสุขุมวิท
ผลการวิจัย	ปัญหาที่อยู่อาศัยในปัจจุบันคือไกลจากที่ทำงานหรือโรงเรียนของลูก สภาพถนนไม่ดี น้ำท่วม หากมีที่อยู่อาศัยใหม่ คนทำงานย่านสาทรจะเลือกทำเลเป็นกรุงเทพฯตอนบน โดยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีมีความต้องการบ้านหลังใหม่เป็นบ้านหลังที่ 2 โดยบ้านหลังแรกอาศัยอยู่กับครอบครัว แล้วต้องการบ้านหลังใหม่ที่เป็นบ้านหลังที่ 2 ซึ่งอยู่ในทำเลเดิม โดยคนทำงานย่านสาทรมีความต้องการบ้านเดี่ยว ในที่อยู่อาศัยต้องมีการรักษาความ	กลุ่มวัยปีที่อยู่อาศัยในอาคารชุดระดับสูงนั้นมักเป็นครอบครัวขนาดเล็ก ชอบเลี้ยงสัตว์ สาเหตุในการซื้ออาคารชุดระดับราคาสูงเพราะต้องการอยู่อาศัยและลงทุนไปพร้อมกัน โดยมากจะมีที่อยู่อาศัยในครอบครอง 2 หลัง การซื้อห้องชุดของกลุ่มนี้นิยมซื้อโดยเงินสดจากการออม โดยสถานที่ตั้งใกล้รถไฟฟ้าไม่ได้เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจซื้อ เนื่องจากนิยมใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทาง นิยมใช้สิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการเนื่องจากมีการเก็บค่าส่วนกลางสูง

⁴⁵ นางสาวพิมรา เสนาพลสิทธิ์. พฤติกรรมการอยู่อาศัยในอาคารชุดระดับราคาสูงของกลุ่มวัยปีบริเวณสุขุมวิท เขตวัฒนา.

⁴⁶ นายสุกิจ ตรีวนพงศ์. ความต้องการที่อยู่อาศัยของคนทำงานย่านถนนสาทร.

⁴⁷ นางสาวศรัณย์พร อินทริใจเอื้อ. ทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวของประชากรในแต่ละช่วงอายุในกรุงเทพมหานคร.

⁴⁸ นายพพร สุกข์ณวัฒน์. ความสำเร็จในอาชีพ เชนอาร์ม และความพึงพอใจในชีวิต โดยมีความภาคภูมิใจในตนเองเป็นตัวแปรสื่อของพนักงานระดับปฏิบัติการ ภาควิชา : บริษัทโทรคมนาคมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร.

ชื่อผู้จัดทำ	สุกิจ ตรีวันพงศ์	พิมรา เสนาพลสิทธิ์
ปี	2539	2553
	ปลอดภัยที่ดี เพื่อเป็นหลักประกันความเป็นอยู่ที่ปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน	ความต้องการพื้นที่ในท้องชุกมีความสอดคล้องต่อความต้องการในการอยู่อาศัย

ตารางที่ 2-4 แสดงวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง

ชื่อผู้จัดทำ	ศรัณย์พร อินทร์ใจเอื้อ	พชร สุลักษณ์อนวัช
ปี	2559	2559
ชื่อเรื่อง	ทัศนคติ และพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวของประชากรในแต่ละช่วงอายุในกรุงเทพมหานคร	ความสำเร็จในอาชีพ เชาว์อารมณ์ และความพึงพอใจในชีวิต โดยมีความภาคภูมิใจในตนเองเป็นตัวแปรสื่อของพนักงานระดับปฏิบัติการกรณีศึกษา : บริษัทโทรคมนาคมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร
กลุ่มตัวอย่าง	ประชากรกรุงเทพฯในช่วง 3 อายุ คือ Baby boomer, Generation X และ Generation Y ที่มีข้อมูลอยู่ในทะเบียนของกรมการปกครอง พ.ศ. 2558	พนักงานระดับปฏิบัติการบริษัทโทรคมนาคมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ช่วงวัย 21 – 40 ปี
วัตถุประสงค์	ศึกษาทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวของประชากรในแต่ละช่วงอายุ และวิเคราะห์แนวทางการตลาดของที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวที่เหมาะสมกับประชากรในแต่ละช่วงอายุ	เพื่อศึกษาระดับความสำเร็จในอาชีพ ระดับเชาวน์อารมณ์ ระดับความภาคภูมิใจในตนเอง และระดับความพึงพอใจในชีวิตของพนักงานระดับปฏิบัติการบริษัทโทรคมนาคมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร
ผลการวิจัย	กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 Generation ให้ความสนใจที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว 2 ชั้นที่สุด โดยสนใจขนาดที่ดิน 71 – 110 ตารางวา ซึ่งระดับราคาควรอยู่ที่ 5.1 – 9 ล้านบาท ใช้วิธีผ่อนชำระในการซื้อที่อยู่อาศัย โดยให้ความสนใจกับทำเลด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือของกรุงเทพฯ มากที่สุด ซึ่งต้องการให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ใกล้ เช่น ห้างสรรพสินค้า หรือตลาด และสาเหตุในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยคือ สถานที่เดิมอยู่ไกลจากสถานที่ทำงาน/สถานศึกษาบุตร	พนักงานระดับปฏิบัติการของบริษัทโทรคมนาคมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครมีความสำเร็จในอาชีพโดยรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่าด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลอยู่ในระดับสูง รองลงมาคือ บทบาทการทำงาน ส่วนเรื่องความก้าวหน้าในการเลื่อนตำแหน่งและด้านการเงินอยู่ในระดับปานกลาง

ดังนี้

2.9.1 จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมา พบว่ามีวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งความสอดคล้อง

1.1 วิทยานิพนธ์ที่ทำการศึกษาพฤติกรรมในการเลือกที่อยู่อาศัย จำนวน 2 เล่ม คือ พฤติกรรมการอยู่อาศัยในอาคารชุดระดับราคาสูงของกลุ่มวัยปีบริบูรณ์สุโขทัย เขตวัฒนา ที่ศึกษาลักษณะทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม พฤติกรรม และปัญหาในการอยู่อาศัยของกลุ่มผู้มีรายได้สูงในคอนโดมิเนียม ดังนั้น การศึกษาวิทยานิพนธ์เล่มนี้มีข้อแตกต่างคือ การศึกษาการวางแผนเรื่องที่อยู่อาศัย รูปแบบที่อยู่อาศัยที่ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพต้องการ ช่วงเวลาการย้ายที่อยู่อาศัย สาเหตุของการย้ายที่อยู่อาศัย ตามแนวคิด Filtering in housing และวิทยานิพนธ์เรื่อง ความต้องการที่อยู่อาศัยของคนทำงานย่านสาทร ศึกษาเกี่ยวกับสภาพทางสังคม เศรษฐกิจ ลักษณะที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน และปัญหาการอยู่อาศัย เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาที่อยู่อาศัยให้สอดคล้องกับความต้องการของคนทำงานย่านสาทร ดังนั้น การศึกษาวิทยานิพนธ์เล่มนี้มีข้อแตกต่างคือ ศึกษาลักษณะที่อยู่อาศัยตั้งแต่อดีต ปัจจุบัน ไปจนถึงความต้องการในอนาคต เพื่อเสนอแนะรูปแบบที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ

1.2 วิทยานิพนธ์ที่ทำการศึกษากลุ่มคนแต่ละ Generation จำนวน 1 เล่ม คือ ทศนคติและพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวของประชากรในแต่ละช่วงอายุในกรุงเทพมหานคร ที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวของแต่ละช่วงอายุ ซึ่งแบ่งเป็น 3 Generation ได้แก่ baby boomer, Generation X และ Generation Y ดังนั้น การศึกษาวิทยานิพนธ์เล่มนี้มีข้อแตกต่างคือ ศึกษาพฤติกรรมการเลือกรูปแบบที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ โดยศึกษาเฉพาะ Generation X และ Y

1.3 วิทยานิพนธ์ที่ทำการศึกษากลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ จำนวน 1 เล่ม คือ ความสำเร็จในอาชีพ เขavnอารมณ์ และความพึงพอใจในชีวิต โดยมีความภาคภูมิใจในตนเองเป็นตัวแปรสื่อของพนักงานระดับปฏิบัติการ กรณีศึกษา : บริษัทโทรคมนาคมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ที่ศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ ความสัมพันธ์ระหว่างความสำเร็จในอาชีพ เขavnอารมณ์ ความภาคภูมิใจในตนเอง และความพึงพอใจในชีวิตในการชีวิต ดังนั้น การศึกษาวิทยานิพนธ์เล่มนี้มีข้อแตกต่างคือ ศึกษาผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพโดยใช้ รายได้ ตำแหน่ง รางวัล เป็นตัวชี้วัด

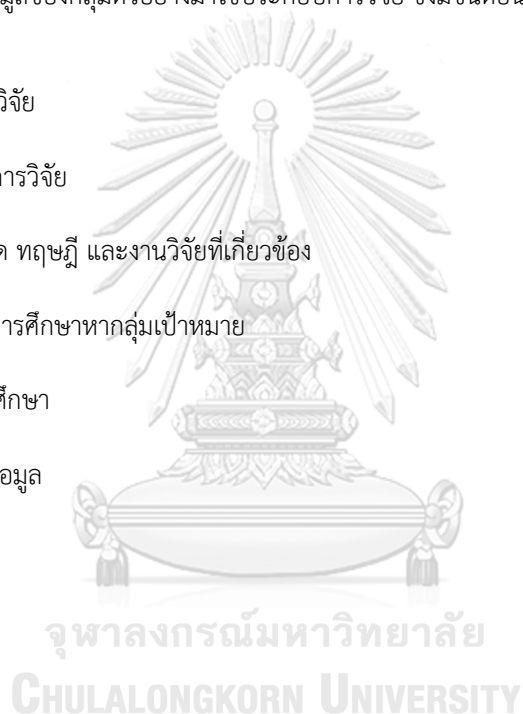
สรุป จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 4 เล่มข้างต้น พบว่า วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัย ยังคงเป็นประเด็นที่มีความน่าสนใจ ซึ่งพฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยจะแตกต่างกันตามกลุ่มประชากร โดยยังไม่มีใครศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ ซึ่งกลุ่ม ๆ นี้เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อที่อยู่อาศัย และสามารถซื้อที่อยู่อาศัยได้ครบทุกรูปแบบขึ้นอยู่กับความต้องการ ดังนั้นการศึกษาวินิพนธ์เล่มนี้จึงสนใจพฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ ว่ากลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้มีการวางแผนที่อยู่อาศัยอย่างไร

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาพฤติกรรมทางเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ กรณีศึกษา แกรับเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้าน ตั้งแต่ช่วง พ.ศ. 2561 – 2562 โดยการศึกษาเน้นศึกษาปัจจัยทางด้าน เศรษฐกิจ และสังคมที่ส่งผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ เพื่อทราบพฤติกรรมของ คนกลุ่มนี้ ซึ่งเป็นกลุ่มที่น่าสนใจ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) มีกระบวนการศึกษา โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล รวมทั้งนำข้อมูล ทุติยภูมิจากการศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างมาใช้ประกอบการวิจัย ซึ่งมีขั้นตอนและวิธีการวิจัยดังนี้

- 3.1 กรอบการศึกษาและวิจัย
- 3.2 กระบวนการดำเนินการวิจัย
- 3.3 การศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 3.4 กลุ่มเป้าหมาย และการศึกษาหากกลุ่มเป้าหมาย
- 3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.6 การศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.7 ข้อจำกัดในการวิจัย

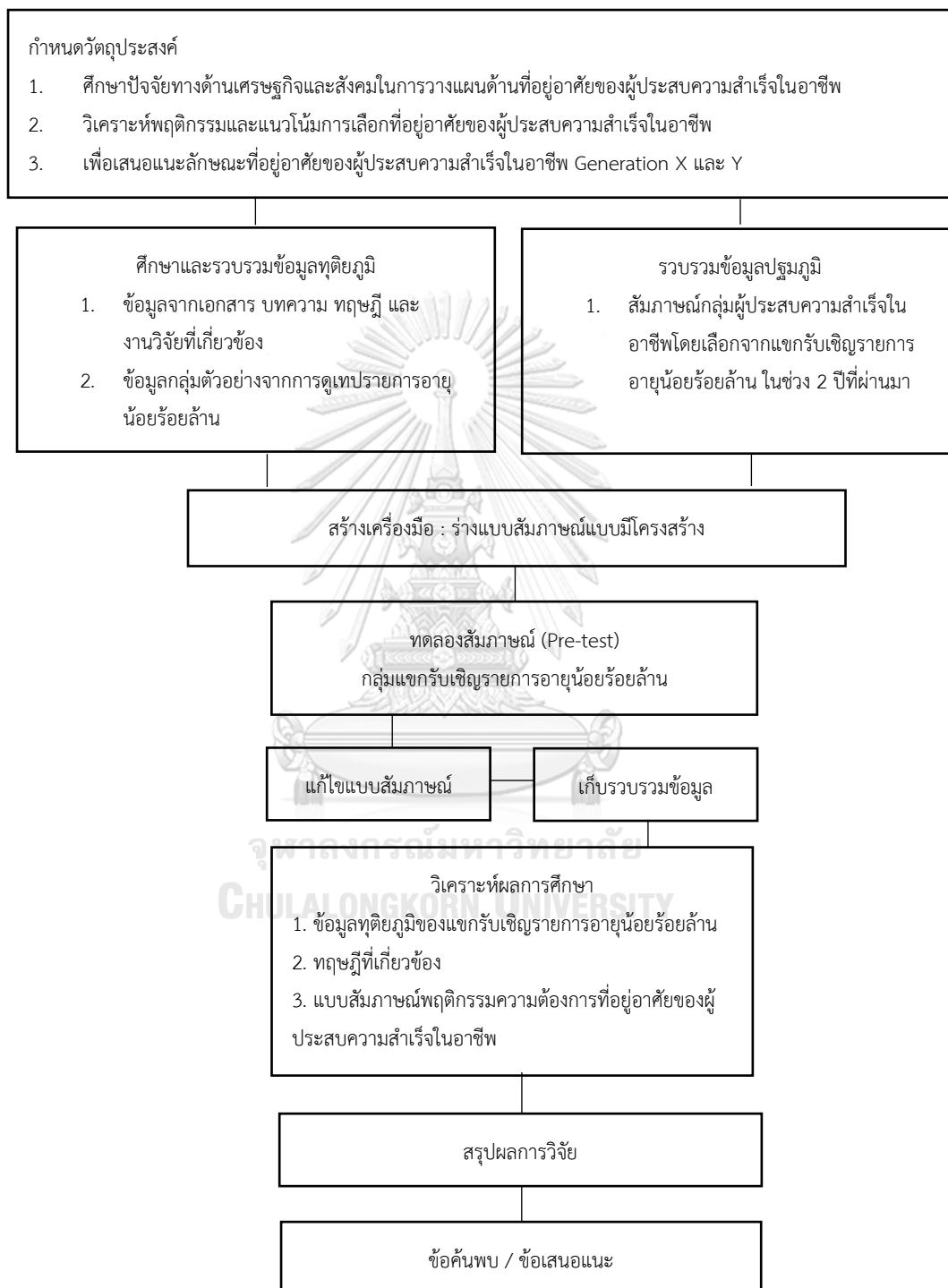


3.1 กรอบการศึกษาการวิจัย

ตารางที่ 3-1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วัตถุประสงค์	ตัวแปรในการศึกษา		ประชากร/ กลุ่มตัวอย่าง	เครื่องมือ
	ปัจจัย	ตัวแปร		
1. ศึกษาปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคมในการวางแผนด้านที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ	ด้านสังคม	<ul style="list-style-type: none"> • อายุ • ตำแหน่ง • ภูมิลำเนา • สมาชิกในครัวเรือน 	ผู้ประสบ ความสำเร็จใน อาชีพ (แยกับเชิญ รายการอายุน้อย ร้อยละ) จำนวน 20 คน แบ่งเป็น Generation X จำนวน 5 คน และ Generation Y จำนวน 15 คน และแบ่งตาม ขอบเขตด้านพื้นที่ คือกรุงเทพฯ ปริมณฑล 5 จังหวัด ได้แก่ ปทุมธานี นนทบุรี สมุทรปราการ สมุทรสาคร นครปฐม และ ต่างจังหวัด	<p>1.Secondary data อายุ, ตำแหน่งและ รายได้</p> <p>2.แบบสัมภาษณ์แบบ มี โครงสร้าง สมาชิกที่อาศัยอยู่ด้วย กัน ในครัวเรือน, ความต้องการที่อยู่ อาศัย ในอนาคต, จำนวนครั้งในการย้าย ที่อยู่อาศัย,ลักษณะที่ อยู่อาศัยในอดีต และปัจจุบัน</p>
	ด้านเศรษฐกิจ	<ul style="list-style-type: none"> • รายได้ 		
2. วิเคราะห์พฤติกรรมและแนวโน้มการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ	ด้านการวางแผนที่อยู่อาศัย	<ul style="list-style-type: none"> • การตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย • จำนวนครั้งในการย้ายที่อยู่อาศัย • ช่วงเวลาในการย้ายที่อยู่อาศัย • สาเหตุการย้ายที่อยู่อาศัย • ความต้องการที่อยู่อาศัย 		
3. เพื่อเสนอแนะลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X และ Y	ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย	<ul style="list-style-type: none"> • ลักษณะที่อยู่ อาศัยในอดีต ปัจจุบัน และความต้องการในอนาคต 		

3.2 กระบวนการดำเนินการวิจัย



ภาพที่ 3-1 แสดงกระบวนการดำเนินงานวิจัย

3.3 การศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษา ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องพฤติกรรมความต้องการที่อยู่อาศัยผู้วิจัยได้แยกประเด็นในการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยทำการจำแนกตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเล่มนี้ เพื่อเป็นการจัดระเบียบการเรียบเรียงข้อมูล และสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ดังมีหัวข้อต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษาปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคมในการวางแผนด้านที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ

โดยมีทฤษฎีดังนี้

1. แนวคิดการเลือกที่อยู่อาศัย

2. แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการที่อยู่อาศัย

วัตถุประสงค์ที่ 2 วิเคราะห์พฤติกรรม และแนวโน้มการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ โดยมีทฤษฎีดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
2. แนวคิดการย้ายที่อยู่อาศัย
3. แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัย และที่ทำงาน
4. แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกทำเลที่ตั้ง

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อเสนอแนะลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X และ Y โดยมีทฤษฎีดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับประชากร และการแบ่งช่วงอายุ

3.4 กลุ่มเป้าหมาย และการศึกษากลุ่มเป้าหมายมหาวิทยาลัย

3.5.1 กลุ่มตัวอย่าง

จากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จำนวนทั้งหมด 20 ชุด โดยแบ่งเป็น Generation X และ Y ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3-2 แสดงกลุ่มตัวอย่างกรณีศึกษาเข้ารับเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้าน

พื้นที่	Generation X	Generation Y
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	3	7
ต่างจังหวัด	2	8
รวม	5	15

3.5.2 การศึกษากลุ่มตัวอย่าง

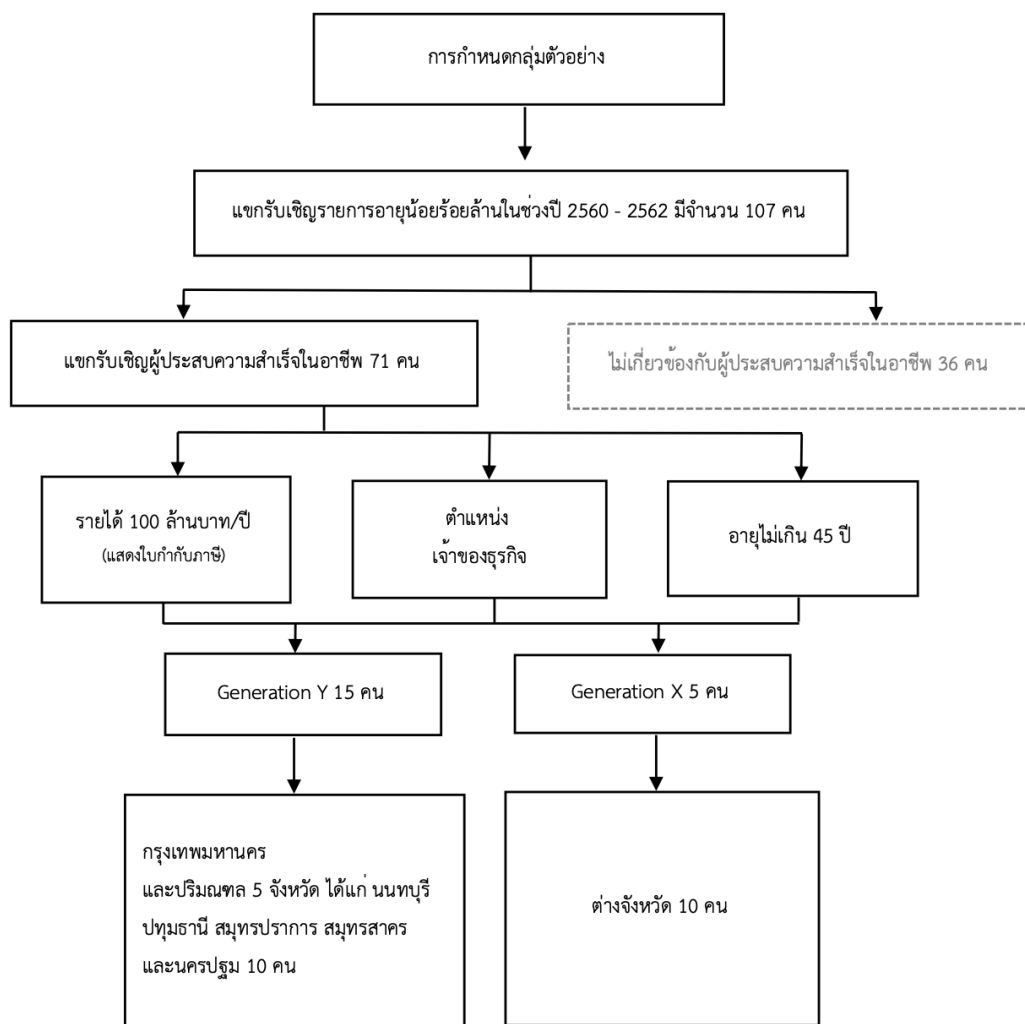
งานวิจัยครั้งนี้ได้ทำการกำหนดเกณฑ์ของผู้ประสบความสำเร็จจากรายการอายุน้อยร้อยล้าน ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีรายได้จากกิจการ 100 ล้านบาท/ปีขึ้นไป นอกจากนี้จะแบ่งเกณฑ์ช่วงอายุไว้ 2 ช่วง ได้แก่

Generation X และ Generation Y โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง(Purposive sampling) ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากการตัดสินใจของผู้วิจัย ทั้งนี้ลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยกลุ่มประชากรมาจากจำนวนแฮกรับเชิญในรายการอายุน้อยร้อยล้านของแต่ละตอน(1ตอนต่อ1คน) ซึ่งผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากแฮกรับเชิญของรายการในช่วง 2 ปี ที่ผ่านมา เนื่องด้วยต้องการข้อมูลที่เป็นปัจจุบันที่สุด ประจวบกับรายการอายุน้อยร้อยล้านได้ย้ายเข้ามาในช่อง Workpoint หมายเลข 23 โดยทางรายการมีจำนวนตอนที่ออกอากาศและแฮกรับเชิญทั้งหมด 107 คน จากจำนวนตอนทั้งหมดนั้น มีตอนที่ไม่มีเกี่ยวข้องกับผู้ประสบความสำเร็จจำนวน 36 คน งานวิจัยเล่มนี้จึงมีจำนวนประชากร 71 คน ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การเก็บข้อมูลเป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจึงมีกลุ่มตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 30 จากจำนวนประชากรทั้งหมด⁴⁹ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 20 คน ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 20 คนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ Generation X (อายุ 39 – 45 ปี) และ Generation Y (อายุ 28 – 38 ปี) โดย Generation X มีจำนวนประชากรทั้งหมด 23 คน จึงได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 5 คน และ Generation Y มีจำนวนประชากรทั้งหมด 48 คน จึงได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คน นอกจากนี้ยังแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามขอบเขตด้านพื้นที่ คือกลุ่มที่มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯ ปริมาณ 5 จังหวัด ได้แก่ ปทุมธานี นนทบุรี นครปฐม สมุทรปราการ และสมุทรสาคร และกลุ่มที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดนอกเหนือจากพื้นที่ที่กล่าวมาข้างต้น

ตารางที่ 3-3 สรุปเกณฑ์ผู้ประสบความสำเร็จ

เกณฑ์ผู้ประสบความสำเร็จ	คำอธิบาย
1. เจ้าของธุรกิจ	ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพที่เป็นเจ้าของธุรกิจที่มามีรายการอายุน้อยร้อยล้าน โดยมีเรื่องราวชีวิตที่น่าสนใจ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ผู้ที่สร้างธุรกิจมาด้วยตนเอง และผู้ที่ธุรกิจครอบครัวเกิดวิกฤต โดยตนเองเป็นผู้สร้างธุรกิจเดิมให้กลับมาประสบความสำเร็จอีกครั้ง
2. รายได้ปีละ 100 ล้านบาทขึ้นไป	เป็นการแสดงใบกำกับภาษีของรายได้ธุรกิจ โดยตรวจสอบเพียงข้อมูลปีล่าสุดก่อนมาออกรายการนี้เท่านั้น ซึ่งรายได้ปีละ 100 ล้านบาทที่ว่านี้เป็นการแสดงรายการเงินเข้า
3. อายุไม่เกิน 45 ปี	ทางรายการกำหนดช่วงอายุผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพไม่เกิน 45 ปี เพื่อให้เข้ากับรูปแบบรายการอายุน้อยร้อยล้าน

⁴⁹ บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น.



ภาพที่ 3-2 แสดงแผนผังการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.5.3 วิธีการสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกจากแขกรับเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้านในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา จำนวน 20 คน

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยการแบ่งกลุ่มตามช่วงอายุได้แก่ Generation X จำนวน 5 คน และ Generation Y จำนวน 15 คน

ขั้นตอนที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ซึ่งทำการเก็บข้อมูลให้ครบตามกำหนดโดยทำการติดต่อกลุ่มประชากรทั้งหมด และเก็บข้อมูลจากผู้ที่ตอบรับให้สามารถเข้าเก็บข้อมูลได้จนครบจำนวน 20 คน

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.5.1 ประเภทเครื่องมือ

แบบสัมภาษณ์ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยกำหนดจุดมุ่งหมายล่วงหน้า โดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ซึ่งประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 3 ส่วนดังนี้

1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ชื่อ นามสกุล อาชีพ รายได้ โดยที่ได้กล่าวมาผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบทฤษฎีจากเทปรายการอายุน้อยร้อยล้าน และนำมาใส่ข้อมูลเอง นอกจากนี้ยังมีข้อมูลเรื่อง อายุ ภูมิลำเนา สถานที่ทำงาน จำนวนประชากรในครัวเรือน ซึ่งแสดงถึงลักษณะด้านเศรษฐกิจ และสังคมของกลุ่มตัวอย่าง

2) ข้อมูลเรื่องที่อยู่อาศัย จะเป็นการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการอยู่อาศัย เช่น ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือก หรือการย้ายที่อยู่อาศัย ขนาดพื้นที่ของที่อยู่อาศัย ช่วงอายุในการเปลี่ยน หรือย้ายที่อยู่อาศัย รูปแบบที่อยู่อาศัยในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต

3) ความคิดเห็นและความต้องการต่อที่อยู่อาศัย ซึ่งแสดงต่อความต้องการ หรือต่อเติมที่อยู่อาศัยในอนาคต โครงการที่สนใจ และงบประมาณในการซื้อที่อยู่อาศัยเมื่อประสบความสำเร็จแล้ว

3.5.2 ขั้นตอนการจัดทำเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1) กำหนดตัวแปรในประเด็นหลัก โดยใช้วิธีการศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2) พิจารณา และความตรงด้านเนื้อหา (Content validity) โดยนำโครงสร้างของแบบสัมภาษณ์ที่ประกอบด้วยประเด็นหลัก และตัวแปรแต่ละประเด็นดังกล่าวไปปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาความถูกต้อง ตรงประเด็นกับข้อมูลที่ต้องการได้รับ โดยเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

3) สร้างคำถามในแบบสัมภาษณ์เพื่อจัดพิมพ์

4) นำแบบสัมภาษณ์ไปตรวจสอบด้านความตรงเชิงเนื้อหาเพื่อให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณา ซึ่งต้องมีการแก้ไขปรับปรุงข้อคำถามบางข้อ

5) เมื่อทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง (Pretest) ที่เป็นแขกรับเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้านที่ได้รับเลือกให้เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 11 ชุด แล้วนำกลับมาปรับปรุงอีกครั้ง

6) ปรับปรุงแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อใช้สัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างแขกรับเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้านที่ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจให้ครบ 20 คน

3.6 การศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างมาวิเคราะห์โดยใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบการพิจารณาในการวิเคราะห์ เพื่อสามารถทราบพฤติกรรมของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพในการเลือกที่อยู่อาศัย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนา เพื่อนำเสนอการวางแผนที่อยู่อาศัยของผู้

ประสบความสำเร็จในอาชีพ และรูปแบบความต้องการที่อยู่อาศัย เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการที่ต้องการเข้าถึงคนกลุ่มนี้

3.7 ข้อจำกัดในการวิจัย

3.8.1 ข้อจำกัดเรื่องเวลา เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จที่เป็นเจ้าของธุรกิจที่มีรายได้สูง ทำให้มีเวลาในการให้สัมภาษณ์ค่อนข้างจำกัด ต้องใช้เวลาในการนัดหมาย

3.8.2 ข้อจำกัดในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จบางท่านอยู่ต่างจังหวัด ทำให้มีข้อจำกัดเรื่องสถานที่ในการนัดพบ

3.8.3 เนื่องจากกลุ่มประชากร Generation X มีสัดส่วนน้อยกว่า Generation Y จึงไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างทั้งสอง Generation ที่จำนวนเท่ากันได้ ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่าง Generation X และ Generation Y ตามสัดส่วนจำนวนประชากรที่ได้อธิบายไว้ในวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างข้างต้น



บทที่ 4

รายละเอียดรายการอายุน้อยร้อยล้าน และแขกรับเชิญ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ กรณีศึกษา แขก
รับเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้าน มีรายละเอียดของรายการ และแขกรับเชิญ ดังนี้

- ข้อมูลทั่วไปของรายการอายุน้อยร้อยล้าน
- ข้อมูลบริษัทผู้จัดทำรายการ
- เนื้อหาของรายการอายุน้อยร้อยล้าน
- แขกรับเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้าน และการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

4.1 ข้อมูลทั่วไปของรายการอายุน้อยร้อยล้าน

รายการอายุน้อยร้อยล้านเป็นรายการโทรทัศน์ภายใต้การจัดการของ บริษัท มัชฌิม กรู๊ป จำกัด ซึ่งทาง
รายการจะรวบรวมเรื่องราวที่น่าสนใจของผู้ประสบความสำเร็จในการบริหารธุรกิจจนสร้างรายได้ 100 ล้านบาท/ปี
ขึ้นไป มาพูดคุยเล่าถึงประสบการณ์ในการทำงาน โดยรายการอายุน้อยร้อยล้านมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ชื่อรายการ : อายุน้อย ร้อยล้าน

เทปแรกของรายการ : 23 เมษายน พ.ศ. 2560 ช่องเวิร์คพอยท์ หมายเลข 23 (เดิมอยู่ช่องโมเดิร์นไนน์ทีวี)

วันเวลาที่ออกอากาศ : ทุกวันอาทิตย์ เวลา 9.00 – 10.00 น.

เรทติ้ง : ทุกเพศทุกวัย

ผลิตโดย : บริษัท มัชฌิม กรู๊ป จำกัด

ดำเนินรายการโดย : ก้อง อรรถรัตน์ นิตินพ และยิบโซ รมิตา มหาพฤกษ์พงษ์

รายละเอียดของรายการ : ทางรายการมีสโลแกนว่า ใคร ๆ ก็ฝันที่จะมีธุรกิจเป็นของตัวเอง แต่มีเพียงไม่กี่
คนที่สามารถแปลงความฝันนั้นให้กลายเป็นธุรกิจเงินล้าน รายการอายุน้อยร้อยล้านได้รวบรวมเรื่องราวที่
น่าสนใจของคนหนุ่มสาวผู้ประสบความสำเร็จในการบริหารธุรกิจจนสร้างรายได้เป็นกอบเป็นกำด้วย
จุดเริ่มต้นและต้นทุนชีวิตที่แตกต่างกัน คุณเองก็อาจเป็นหนึ่งในนั้นได้สักวัน หากคุณตามหาความฝันของ
คุณเจอ เราขอยื่นเคียงข้างทุกความสำเร็จของคุณที่กำลังจะเกิดขึ้นในไม่ช้า ด้วยความปรารถนาดีจาก
ทีมงานอายุน้อยร้อยล้าน



ภาพที่ 4-1 ภาพประกอบรายการอายุน้อยร้อยล้าน

4.2 ข้อมูลบริษัทผู้จัดทำรายการ

4.2.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

ชื่อ : บริษัท มัชรูม กรุ๊ป จำกัด

จำนวนพนักงาน : 50 -100 คน

ประเภทบริษัท : โฆษณา / สื่อ

ที่ตั้งบริษัท : กรุงเทพฯ

เว็บไซต์ : www.mushroomtv.co.th

ก่อตั้งเมื่อปี : 2004



ภาพที่ 4-2 ภาพโลโก้บริษัท มัชรูม กรุ๊ป จำกัด

บริษัท มัชรูม กรุ๊ป จำกัด (เดิม บริษัท มัชรูม เทเลวิชั่น จำกัด) เป็นบริษัทในเครือบริษัท บางกอก โพสต์ จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2004 บริษัทก่อตั้งขึ้นโดยมีเป้าหมายเพื่อเป็นผู้นำธุรกิจคอนเทนต์ และผู้จัดการฝ่ายผลิตหรือโปรดักชันเซอร์วิส ที่มีผลงานโดดเด่นทั้งในด้านการผลิตรายการโทรทัศน์ ผลิตภาพยนตร์โฆษณา, วิดีโอคอนเทนต์, ไลน์, ไลน์, ไลน์ นอกจากนี้ยังผลิตดิจิทัลแพลตฟอร์ม และเป็นที่ปรึกษา, วางแผนด้านการตลาด, โฆษณา รวมทั้งจัดสัมมนาเวิร์คช็อป และลงพื้นที่เพื่อสร้างสังคมใหม่ โดยรายการอายุน้อยร้อยล้าน เป็นเพียงหนึ่งในรายการที่ผลิตโดยบริษัท มัชรูม กรุ๊ป จำกัด ที่ตอนนี้มีถึง 8 หน่วยธุรกิจ ได้แก่ (1) โปรดักชันเฮาส์ ผลิตรายการทีวี ละคร เรียลิตี้ (2) ผลิตหนังโฆษณา ปีหนึ่งประมาณ 80-100 ชิ้น (3) ทำมีเดีย วางแผนงานให้กับบริษัทเองรวมถึงลูกค้า (4) จัดสัมมนาใหญ่ๆ ปีละ 2 ครั้ง (5) Marketing Solution วางแผนโฆษณาอย่างครบวงจรให้เหล่า SME (6) ทำสตูดิโอให้เช่า (7) ขายลิขสิทธิ์รายการ ไปยังประเทศ กัมพูชา, ลาว, พม่า, เวียดนาม และ (8) Mushroom Superclass คอร์สออนไลน์จากผู้เชี่ยวชาญหลากหลายศาสตร์ ที่ทาง Mushroom เองเชื่อว่าจะเป็นธุรกิจหลักได้ในอนาคต

4.2.2 จุดเริ่มต้นในการทำธุรกิจ

ในวัย 25 ปี คุณก้อง อรรถธรัตน์ นิตินพ เจ้าของบริษัท มัชรูมกรุ๊ป จำกัด มีความฝันว่าอยากทำรายการแบบที่ตัวเองชอบ เพราะได้มีโอกาสทำงานเป็นพิธีกร แต่ตอนนั้นไม่ได้ตั้งใจฝึกฝนตัวเองให้เป็นพิธีกรที่ดีพอ ไม่ได้ตั้งใจทอสคริปต์ จนในที่สุด 6 เดือนผู้ว่าจ้างก็เลิกจ้างไป หลังจากนั้นคุณก้องได้ไปที่ต่าง ๆ ได้สัมภาษณ์คน เลย์เฟิร์รอว่าการจ้างงานในครั้งใหม่ ทว่าไม่มี เลย์ตัดสินใจทำรายการของตนเอง จุดเปลี่ยนแรกคือ คุณอ่า อัมรินทร์ (พี่ชาย) ได้รายการจากช่อง 9 จึงทำให้คุณก้องตัดสินใจตั้งบริษัทร่วมกับพี่ชาย โดยเป็นเบื้องหลัง ส่วนพี่ชายดูเบื้องหน้า ทำงานอยู่ 3-4 ปี จนมีจุดเปลี่ยนอีกครั้งตอนที่ UBC Inside อายากมีโลคัลโปรดักชันของตัวเอง เลย์ทำรายการไปเสนอเขาชื่อ ‘แซ่บ same same’ ซึ่งหมายถึงคนเราชอบเปรียบเทียบ เลย์เอาคนที่เก่งที่สุดในแต่ละวงการมาเปรียบเทียบกันแล้วจัดอันดับไปเลย เช่น ถ้ามีร้านหมูกระทะ ก็ต้องมี 3 เจ้ามาเปรียบเทียบกันว่าต่างยังไง ซึ่งทาง UBC สนใจ ทำให้คุณก้องมีรายได้จากการทำรายการตอนหนึ่ง 55,000 บาท เดือนหนึ่งได้ 220,000 บาท จากการทำรายการทีวีหนึ่งรายการ โดยตนเองทำหน้าที่ทุกอย่างพร้อมกับทีมงานอีก 3 ชีวิต ตั้งแต่แต่งหน้า ขับรถ ดูคิวตัด ไปจนถึงการเช่ากล้อง ในตอนนั้นยังคุณก้องไม่มีอะไรเป็นของตัวเองเลย

4.2.3 ภาพรวมรายได้ของแต่ละหน่วยธุรกิจ

บริษัท มัชฌิม กรุ๊ป จำกัด เติบโตมาจากโปรดักชันเฮาส์ ซึ่งปีนี้รายได้อยู่ที่ 100 ล้าน อีกทั้งในปี 2560 ได้ผลิตหนังโฆษณาไป 81 เรื่อง รายได้ประมาณ 60 ล้าน และมีเดียมีรายได้ 40 ล้าน นอกจากนี้รายได้จากการจัดงานสัมมนาอีก 70 ล้าน ขยายลิขสิทธิ์ต่างประเทศ และ Superclass อยู่ในช่วงเติบโต ซึ่งในปี 2560 รายได้รวมอยู่ที่ประมาณ 270 ล้านบาท⁵⁰

4.2.4 วิธีคิดในการสร้างรายการ ‘อายุน้อยร้อยล้าน’

จุดเริ่มต้นมาจากคุณก้องเป็นคนทำธุรกิจ โดยคิดว่าการทำธุรกิจเหมือนเป็นการเดินทางขึ้นภูเขาอันหนาวเหน็บ ยิ่งเดินยิ่งหนาว ยิ่งเดินยิ่งหนาว จึงเกิดไอเดียที่ว่าหากมีคนถ่ายทอดเรื่องราวเหล่านั้นให้ฟังได้คงดี ประกอบกับเวลาดูรายการทีวี จะเจอรายการมากมายที่ทำให้นักแสดงหรือนักร้องเป็นไอดอลของคนรุ่นใหม่ แต่คุณก้องคิดว่านักธุรกิจเองก็สามารถเป็นได้ เลยตั้งใจทำรายการชูให้นักธุรกิจเป็นไอดอลของคนที่ยากทำธุรกิจ ไอดอลจะสำคัญในวันที่เราเหงา ท้อแท้ การมีคนกลุ่มนี้จะทำให้เรามีแรงบันดาลใจให้เดินตาม

4.2.5 สิ่งที่ได้รับจากรายการอายุน้อยร้อยล้าน

การทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งต้องทำให้สนุก และต้องชอบในสิ่งที่ทำ ไม่งั้นจะไม่สามารถอยู่กับมันทุกกระบวนการได้ ความลับของคนเป็นพิธีกรคือ คุณต้องเรียนรู้และสามารถที่จะลืมนั่นได้ ทุกอย่างต้องใหม่สดเสมอ จะเปรียบเทียบกับสิ่งหนึ่งดีกว่าอีกสิ่งไม่ได้ ต้องหาคนที่ดีที่สุดของผู้ให้สัมภาษณ์ การที่เลือกเขามาแล้ว คุณต้องศรัทธาเขา และสามารถดึงสิ่งที่เขินอายให้ได้ นี่คือน้ำทิพย์ของพิธีกรและคนทำคอนเทนต์

4.3 เนื้อหาของรายการอายุน้อยร้อยล้าน

รายการอายุน้อยร้อยล้าน เป็นรายการที่สร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้ที่มีความฝันในการทำธุรกิจ ผ่านเรื่องราวของแขกรับเชิญในการถ่ายทอดประสบการณ์ในการทำธุรกิจ ตั้งแต่เริ่มต้นจนประสบความสำเร็จ โดยรายการจะแบ่งเนื้อหารายการออกเป็น 3 ช่วง ดังนี้

- 1) ความสำเร็จของธุรกิจ (เพื่อโชว์ความสามารถของแขกรับเชิญ)
- 2) จุดเริ่มต้นในการทำธุรกิจ และจุดก้าวกระโดดสู่ร้อยล้าน
- 3) อุปสรรคและการแก้ไขปัญหาในการดำเนินธุรกิจ

ในช่วงที่ 1 พูดถึงความสำเร็จของแขกรับเชิญ โดยทางรายการจะพูดคุยถึงข้อมูลส่วนตัว และข้อมูลทั่วไปเพื่อเป็นการเกริ่นนำ หรือทำความรู้จักกับแขกรับเชิญก่อน โดยใช้รายได้ของธุรกิจที่แขกรับเชิญมาออกรายการสร้างความน่าสนใจตั้งแต่ตอนเริ่มต้นรายการ โดยเนื้อหาในช่วงแรกจะมีข้อมูลดังต่อไปนี้

- ชื่อ - นามสกุล
- อายุเท่าไร
- ปัจจุบันทำธุรกิจเกี่ยวกับอะไร

⁵⁰ The secret sauce. อายุน้อยร้อยล้าน รายการทีวีที่กลายเป็นแบรนด์ แล้วต่อยอดให้ฐานแฟนได้อีกหลายธุรกิจ [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <https://thestandard.co/podcast/thesecondsauce15/> [24 กรกฎาคม 2562]

- Concept ของธุรกิจของตนคืออะไร
- ทำธุรกิจนี้มาแล้วกี่ปี
- รายได้ปีล่าสุด (รายรับ)
- จำนวนยอดขายของสินค้าแต่ละเดือน/ปี
- ความโดดเด่นของธุรกิจที่ทำให้เป็นธุรกิจร้อยล้าน
- สินค้าแบ่งเป็นกี่ประเภท
- สินค้าที่ขายดีมากที่สุด 3 อันดับแรกคืออะไร และขายไปจำนวนเท่าไรต่อปี
 - 1) "ชื่อเมนู" ราคาจานละ.....บาท
ยอดขาย.....จาน/ปี รายได้.....บาท/ปี
 - 2) "ชื่อเมนู" ราคาจานละ.....บาท
ยอดขาย.....จาน/ปี รายได้.....บาท/ปี
 - 3) "ชื่อเมนู" ราคาจานละ.....บาท
ยอดขาย.....จาน/ปี รายได้.....บาท/ปี
- สินค้าที่ขายดีมากที่สุด 3 อันดับแรก มีจุดเด่น หรือรายละเอียดสินค้าอย่างไร
- มีช่องทางการขายทางใดบ้าง / มีกี่สาขา
- กลุ่มลูกค้าคือใคร(แบ่งเป็นในประเทศและต่างประเทศ)
- ส่งออกต่างประเทศหรือไม่
- สัดส่วนรายได้จากในประเทศและต่างประเทศ



ภาพที่ 4-3 ภาพประกอบช่วงเริ่มต้นรายการ

ในช่วงที่ 2 เป็นการเล่าเรื่องราวจุดเริ่มต้นในการทำธุรกิจ และจุดก้าวกระโดดสู่ร้อยล้าน ว่ามีที่มาที่ไปของธุรกิจเป็นอย่างไร ประสบความสำเร็จจากอะไร โดยมีเนื้อหาคำถาม ดังนี้

- ประวัติชีวิตตั้งแต่วัยเด็ก (เป็นคนจังหวัดอะไร / ลักษณะนิสัย / ครอบครัวยังทำงานอะไร / ฐานะทางครอบครัวเป็นอย่างไร)
- ชีวิตวัยเด็กมีความฝันอย่างไร
- ชีวิตวัยเรียนเป็นอย่างไร (เช่นเป็นเด็กขยัน เด็กเกเร ชอบเรียนอะไร)
- จบการศึกษาจากที่ไหน คณะอะไร ทำไมจึงเลือกเรียนด้านนั้น (เช่น มีความชอบเรียนเพื่อมาต่อ ยอดธุรกิจให้ครอบครัว หรือเรียนเพราะพ่อแม่อยากให้เรียน)

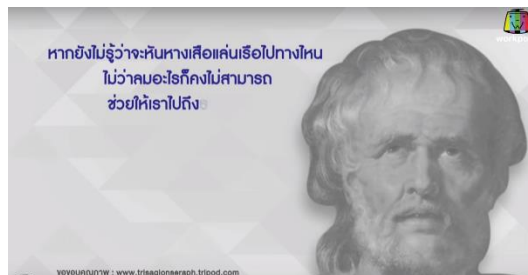
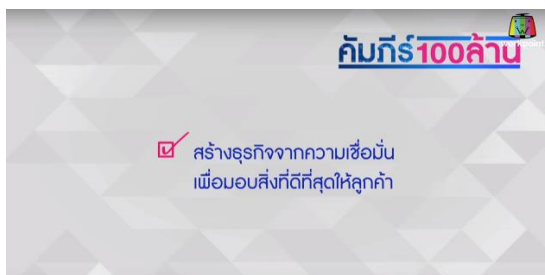
- หลังเรียนจบเริ่มทำงานอะไรรายได้เป็นอย่างไร
- ช่วงเริ่มต้นในการเริ่มทำธุรกิจนี้เกิดขึ้นตอนอายุเท่าไร
- ช่วงเริ่มต้นในการเริ่มทำธุรกิจนี้เกิดขึ้น ได้อย่างไร (เล่ารายละเอียดช่วงเริ่มต้นธุรกิจ)
- ใช้ระยะเวลาในการลองผิดลองถูกนานขนาดไหน/ปรับปรุงต่อยอดพัฒนาอะไรจากสิ่งเดิมที่มีอยู่
- พอได้สินค้ามาแล้วไปจำหน่ายที่ไหนเป็นที่แรก จำหน่ายอย่างไร ผลตอบรับเป็นอย่างไร
- ในช่วงเริ่มต้นมีอุปสรรคหรือไม่ อย่างไร
- ความท้าทาย และความยากลำบากในการทำธุรกิจ
- วิธีการสร้างความสำเร็จในการทำธุรกิจจนก้าวกระโดดมาจนถึงปัจจุบัน
- จุดก้าวกระโดดสู่ธุรกิจ100ล้านคืออะไร/เกิดขึ้นตอนไหน/อายุเท่าไร
- หลักสำคัญในการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จคืออะไร



ภาพที่ 4-4 ภาพประกอบช่วงที่ 2 ของรายการ

ในช่วงที่ 3 เป็นการพูดถึงอุปสรรค และการแก้ไขปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ว่าเจออุปสรรคใดบ้าง มีวิธีการจัดการปัญหาอย่างไร ใครเป็นผู้สนับสนุนในความสำเร็จครั้งนี้ ซึ่งจะมีคำถามดังนี้

- เหตุการณ์ที่เป็นอุปสรรคครั้งสำคัญในการทำธุรกิจคือตอนไหน เรื่องอะไร
- วิธีการก้าวข้ามอุปสรรคในผ่านเหตุการณ์ และอุปสรรคในการทำงาน
- เป้าหมายในอนาคต
- ให้กำลังใจผู้ชมที่อยากประสบความสำเร็จ



ภาพที่ 4-5 ภาพประกอบช่วงที่ 3 ของรายการ

4.3.1 การคัดเลือกแขกรับเชิญ

แขกรับเชิญที่มาออกรายการอายุน้อยร้อยล้านนั้นจะต้องได้รับการคัดเลือกจากทางรายการ เพื่อให้ตรงกับรูปแบบของรายการ ซึ่งจะมีเกณฑ์ด้วยกันทั้งหมด 3 เกณฑ์ ดังนี้

- 1) เป็นเจ้าของธุรกิจ
- 2) ธุรกิจมีรายได้ต่อปี 100 ล้านบาทขึ้นไป (แสดงใบกำกับภาษี)
- 3) อายุไม่เกิน 45 ปี

นอกจากนี้ แกร็บเชิญที่มามีรายการยังต้องมีเรื่องราวชีวิตที่น่าสนใจ เช่น การสร้างธุรกิจมาด้วยตนเอง การพลิกธุรกิจจากรุ่นก่อนให้กลับมามีชื่อเสียงอีกครั้ง เป็นต้น

4.4 แกร็บเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้าน และการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ที่รายการอายุน้อยร้อยล้านได้ย้ายเข้าสู่ช่อง Workpoint ทางรายการมีจำนวนการออกอากาศทั้งหมด 107 ตอน ซึ่งมีจำนวนตอนที่เกี่ยวข้องกับผู้ที่ประสบความสำเร็จ 36 ตอน โดยใน 36 ตอนนี้จะ เป็นเรื่องราวในส่วนของเทปพิเศษบ้าง ผู้ที่ประสบความสำเร็จที่สร้างชื่อเสียงจากอาชีพของตนบ้าง หรือพาเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ บ้าง ซึ่งทั้งหมดนี้ไม่ตรงตามเกณฑ์ที่จะนำมาใช้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง จึงเหลือตอนที่เกี่ยวกับผู้ประสบความสำเร็จที่ตรงตามเกณฑ์ของรายการและวิทยานิพนธ์เล่มนี้อยู่ 71 ตอน ซึ่งเกณฑ์ที่ว่านี้คือ

- 1) ผู้ที่เป็นเจ้าของธุรกิจ
- 2) ธุรกิจที่สร้างรายได้ 100 ล้านบาท/ปีขึ้นไป โดยการแสดงใบกำกับภาษี
- 3) อายุไม่เกิน 45 ปี

ซึ่งในแต่ละตอนจะมีแกร็บเชิญที่เป็นผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ 1 คน ทำให้ได้กลุ่มประชากรมาทั้งหมด 71 คน และยังสามารถแบ่งกลุ่มประชากรตามช่วงอายุได้เป็น Generation X ช่วงปี 2504 – 2524 จำนวน 23 คน และ Generation Y ช่วงปี 2525 – 2546 จำนวน 48 คน ทั้งนี้งานวิจัยเล่มนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะคิดเป็นร้อยละ 30 ของจำนวนประชากร โดยผู้วิจัยจำทำการศึกษาทุกกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 20 คน

กลุ่มแกร็บเชิญที่มามีรายการอายุน้อยร้อยล้านนั้นล้วนแต่เป็นผู้ที่ทำธุรกิจจนประสบความสำเร็จสร้างรายได้มหาศาล ซึ่งหลังจากทดลองสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่าปัจจัยด้านอาชีพมิได้มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย ทว่ามีผลต่อเรื่องไลฟ์สไตล์ ในขณะที่ตัวผู้วิจัยพบว่าปัจจัยเรื่องภูมิลำเนาไม่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยทำให้สามารถแบ่งกลุ่มประชากรได้ตามภูมิลำเนา คือ กรุงเทพฯและปริมณฑล ได้แก่ ปทุมธานี นนทบุรี นครปฐม สมุทรปราการ และสมุทรสาคร และต่างจังหวัดนอกเหนือจากที่กล่าวมา

บทที่ 5

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง กรณีศึกษา แกรับเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้าน โดยใช้การพรรณนาเชิงวิเคราะห์ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิดการเลือกที่อยู่อาศัย สามารถจำแนกผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ ดังนี้

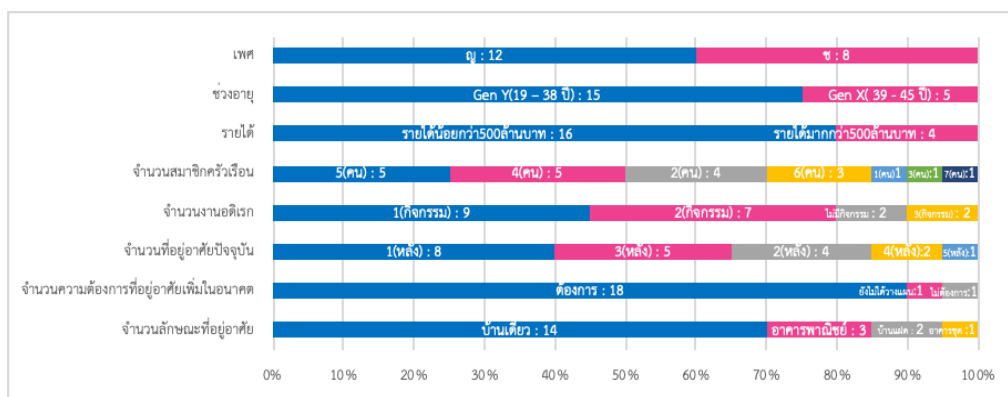
ตารางที่ 5-1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
<ul style="list-style-type: none"> ● ศึกษาปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และสังคม ในการวางแผนด้านที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ ● วิเคราะห์พฤติกรรมและแนวโน้มการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ ● เพื่อเสนอแนะลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X และ Y 	<ul style="list-style-type: none"> ● วิเคราะห์ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และสังคม ที่ส่งผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย ● การวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ ● สรุปการวิเคราะห์ลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X และ Y

5.1 วัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษาปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมในการวางแผนด้านที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ

5.1.1 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย

โดยนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ รายได้ จำนวนสมาชิกครัวเรือน จำนวนงานอดิเรก จำนวนที่อยู่อาศัยปัจจุบัน จำนวนความต้องการที่อยู่อาศัยในอนาคต และจำนวนลักษณะที่อยู่อาศัย ดังนี้



ภาพที่ 5-1 แสดงจำนวนข้อมูลสรุปจากแบบสัมภาษณ์ของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพการณศึกษา จำนวน 20 คน

จากข้างต้นแสดงให้เห็นจำนวนตามหัวข้อย่อยต่าง ๆ ของกรณีศึกษา ได้แก่ เพศหญิงมีจำนวนมากกว่าเพศชาย โดยมีช่วงอายุ Generation Y (19 – 38 ปี) มากที่สุด จำนวน 15 คน และมีจำนวน 4 คน ที่มีรายได้มากกว่า 500 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 4-5 คน และมีงานอดิเรก 1-2 กิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นการอ่านหนังสือ หรือท่องเที่ยว โดยปัจจุบันมีจำนวนที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองจำนวน 1 หลัง และยังมีความต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มในอนาคต ซึ่งลักษณะที่อยู่อาศัยที่ต้องการมากที่สุดคือ บ้านเดี่ยว ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ระบบรักษาความปลอดภัย กล้องวงจรปิด พื้นที่สำหรับปลูกต้นไม้ และพื้นที่จอดรถ เป็นต้น

ตารางที่ 5-2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจ/สังคม และการเลือกอยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพการณศึกษา

ผู้ประสบความสำเร็จ	รายได้ (ล้านบาท)	จำนวนสมาชิกครัวเรือน	ขนาดพื้นที่ใช้สอย (ตร.ม.)	รูปแบบที่อยู่อาศัย	ภูมิลำเนา
คนที่ 1	130	2	350	บ้านเดี่ยว	กทม./ปริมณฑล
คนที่ 2	>500	5	672	บ้านเดี่ยว	กทม./ปริมณฑล
คนที่ 3	120	4	140	บ้านแฝด	กทม./ปริมณฑล
คนที่ 4	100	5	192	อาคารพาณิชย์	ต่างจังหวัด
คนที่ 5	140	2	240	บ้านเดี่ยว	ต่างจังหวัด
คนที่ 6	130	5	200	บ้านเดี่ยว	กทม./ปริมณฑล
คนที่ 7	109	6	196	บ้านเดี่ยว	กทม./ปริมณฑล
คนที่ 8	100	5	150	บ้านแฝด	กทม./ปริมณฑล
คนที่ 9	>500	2	55	อาคารชุด	กทม./ปริมณฑล
คนที่ 10	100	6	450	อาคารพาณิชย์	กทม./ปริมณฑล
คนที่ 11	>500	5	500	บ้านเดี่ยว	กทม./ปริมณฑล
คนที่ 12	130	7	960	อาคารพาณิชย์	กทม./ปริมณฑล

ผู้ประสบ ความสำเร็จ	รายได้ (ล้านบาท)	จำนวน สมาชิก ครัวเรือน	ขนาดพื้นที่ใช้ สอย (ตร.ม.)	รูปแบบที่อยู่ อาศัย	ภูมิลำเนา
คนที่ 13	>500	2	200	บ้านเดี่ยว	ต่างจังหวัด
คนที่ 14	180	6	180	บ้านเดี่ยว	ต่างจังหวัด
คนที่ 15	240	4	1300	บ้านเดี่ยว	ต่างจังหวัด
คนที่ 16	120	1	60	บ้านเดี่ยว	ต่างจังหวัด
คนที่ 17	150	4	320	บ้านเดี่ยว	ต่างจังหวัด
คนที่ 18	100	4	160	บ้านเดี่ยว	ต่างจังหวัด
คนที่ 19	100	3	224	บ้านเดี่ยว	ต่างจังหวัด
คนที่ 20	150	4	300	บ้านเดี่ยว	ต่างจังหวัด

จากตารางข้างต้นปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคมนั้นส่งผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย ซึ่งจากพฤติกรรมกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยนั้น พบว่าปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย ได้แก่ รายได้

5.1.1.1 ปัจจัยด้านรายได้ กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพมีความเห็นตรงกันว่า การมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นนำมาซึ่งความต้องการที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้น สภาพแวดล้อมดีขึ้น ปลอดภัยมากขึ้น หากแต่ขนาดใหญ่ขึ้นหรือไม่เพิ่มขึ้นอยู่กับปัจจัยสมาชิกในครัวเรือนมากกว่า ซึ่งเมื่อคนเราประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่เคยตั้งไว้แล้วนั้น สิ่งต่อไปที่มองหาคือที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง เมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น นอกจากที่อยู่อาศัยที่ตนมีไว้พักอาศัยแล้ว การมองที่อยู่อาศัยหลังต่อ ๆ ไปก็จะตามมา จากข้อมูลทั้งหมด กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพมักจะซื้อที่ดินไว้ก่อน แล้วจึงตัดสินใจต่อไปว่าจะจัดการที่ดินตรงนี้อย่างไรให้เหมาะสมที่สุด เพราะฉะนั้นบ้านหลังต่อ ๆ มาจะเป็นการสร้างบ้านบนที่ดินของตนเองมากกว่าซื้อจากโครงการบ้านจัดสรร เนื่องจากส่วนใหญ่มีความต้องการมีที่พักอาศัยอยู่ในบริเวณเดียวกับที่ทำงานของตนเอง โดยไม่ต้องการเสียเวลาในการเดินทาง และสามารถทุ่มเทกับงานของตนได้เต็มที่ การสร้างบ้านบนที่ดินของตนเองจึงได้รับความนิยมมากกว่าโครงการบ้านจัดสรร โดยที่อยู่อาศัยจะทำการสร้างใหม่โดยไม่ขายที่อยู่อาศัยเก่า แต่จะเก็บไว้เพื่อปล่อยเช่าต่อ หรือใช้ประโยชน์ตามเห็นสมควร จะเห็นได้ว่ารายได้มีความสัมพันธ์กับการเลือกที่อยู่อาศัย เมื่อรายได้มากขึ้น โอกาสของการเลือกรูปแบบที่อยู่อาศัย ทำเล เพื่อให้ตรงกับความพึงพอใจก็จะได้รับการตอบสนองมากขึ้น

5.1.2 ปัจจัยด้านสังคมที่ส่งผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย

จากตารางที่ 5-2 แสดงข้อมูลทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่างโดยจะเห็นว่าปัจจัยทางด้านสังคมนั้นส่งผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย ไม่ว่าจะเป็น ภูมิลำเนา และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน นอกจากนี้ปัจจัยด้านอายุก็เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อพฤติกรรมกรรมการเปลี่ยนที่อยู่อาศัยเช่นกัน

5.1.2.1 ปัจจัยด้านสมาชิกครัวเรือน สาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัยหลังจากประสบความสำเร็จในอาชีพนั้น นอกจากเรื่องรายได้แล้วปัจจัยของจำนวนสมาชิกครัวเรือนยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย ซึ่งปัจจัยสมาชิกภายในครัวเรือนนั้นจะเป็นตัวกำหนดขนาด และรูปแบบที่อยู่อาศัย ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5-3 แสดงจำนวนสมาชิกครัวเรือนของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X และ Y

จำนวนสมาชิกครัวเรือน	ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X		ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 3 คน	2	40	4	26.67
4 – 6 คน	3	60	10	66.66
7 คนขึ้นไป	0	0	1	6.67
รวม	5	100	15	100

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่าผู้ประสบความสำเร็จ Generation X ส่วนใหญ่มีสมาชิกครัวเรือนอยู่ที่ 4 – 6 คน และรองลงมามีคือ 1 – 3 คน และผู้ประสบความสำเร็จ Generation Y ส่วนใหญ่จะอยู่เป็นครอบครัวขนาดปานกลางถึงใหญ่คือมีสมาชิกครัวเรือนจำนวน 4 – 6 คน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X และ Y มีการเลือกที่อยู่อาศัยตามปัจจัยสมาชิกครัวเรือนดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5-4 แสดงลักษณะที่อยู่อาศัยปัจจุบันของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X และ Y

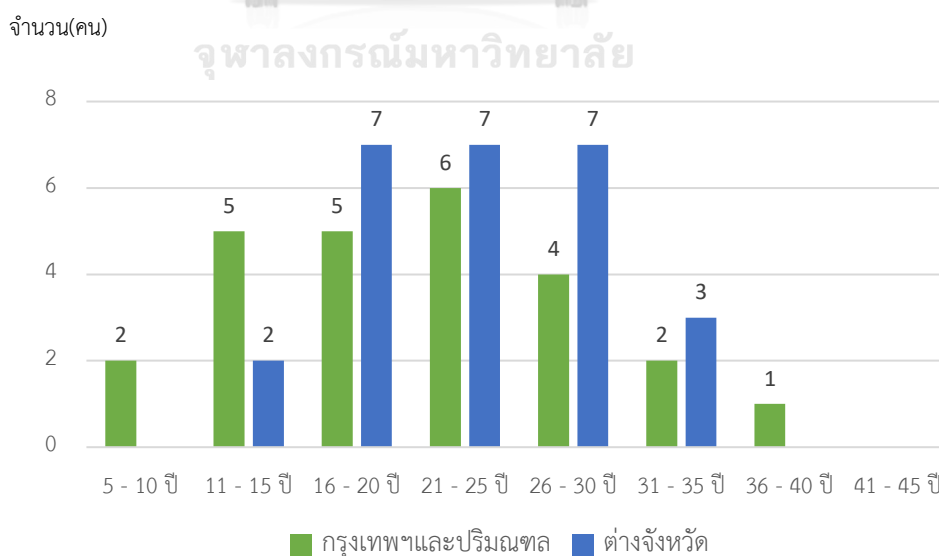
ลักษณะที่อยู่อาศัยปัจจุบัน	ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X		ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บ้านเดี่ยว	2	40	12	80.00
อาคารชุด	1	20	2	13.33
อาคารพาณิชย์	0	0	1	6.67
ทาวน์เฮ้าส์	2	40	0	0
รวม	5	100	15	100

จากตารางที่ข้างต้นจะเห็นว่า ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X มีที่อยู่อาศัยในลักษณะบ้านเดี่ยว และทาวน์เฮ้าส์ ซึ่งสอดคล้องกับจำนวนสมาชิกครัวเรือน โดยกลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกครัวเรือน 4 – 6 คน จะมีที่อยู่อาศัยในลักษณะบ้านเดี่ยว เนื่องจากต้องการที่อยู่อาศัยที่มีพื้นที่สำหรับบุคคลในครอบครัว และกลุ่มที่มีสมาชิกครัวเรือนจำนวน 1 – 3 คน จะมีที่อยู่อาศัยในลักษณะทาวน์เฮ้าส์ ซึ่งนอกจากจะสอดคล้องกับจำนวนสมาชิกครัวเรือนแล้ว กลุ่ม ๆ นี้มีความต้องการที่อยู่อาศัยในตัวเมือง ที่อยู่ในทำเลที่ดี เดินทางสะดวก โดยที่อยู่อาศัยลักษณะนี้ในพื้นที่ตัวเมืองสามารถตอบสนองปัจจัยด้านราคาของ

ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X กลุ่มนี้ได้ และผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y ที่มีครอบครัวขนาดปานกลางถึงใหญ่จะนิยมที่อยู่อาศัยลักษณะบ้านเดี่ยว เนื่องจากต้องการลักษณะที่อยู่อาศัยที่มีบริเวณ และพื้นที่ใช้สอย ทั้งนี้นอกจากสมาชิกครัวเรือนจะเป็นสาเหตุในการเลือกรูปแบบที่อยู่อาศัยแล้วยังมีปัจจัยอื่น ๆ ประกอบด้วย เช่น ธุรกิจที่ตนทำ เป็นต้น

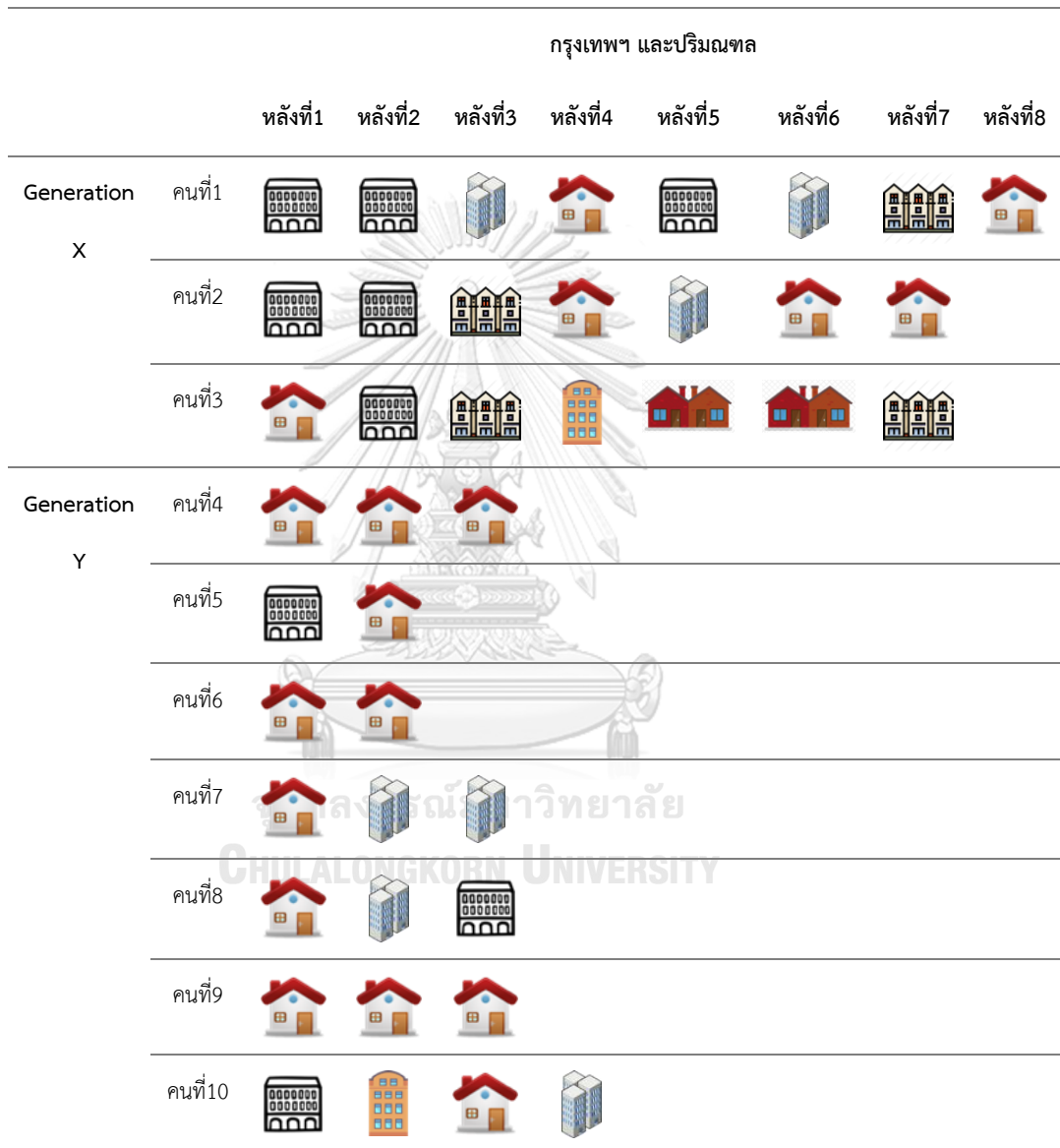
จากผลทั้งหมดแสดงให้เห็นว่าผู้ประสบความสำเร็จให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านสังคม มากกว่าปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากสาเหตุในการย้ายที่อยู่อาศัยและเลือกที่อยู่อาศัยใหม่นั้นผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพจะให้ความสำคัญกับครอบครัวมากที่สุด โดยมีความเป็นส่วนตัว และความปลอดภัย เป็นลำดับถัดมา แต่ปัจจัยด้านเศรษฐกิจก็มีผลเกี่ยวเนื่อง หากไม่มีรายได้ที่ดีขึ้นสิ่งจูงใจในการซื้อที่อยู่อาศัย ไม่ว่าจะหลังแรก หลังที่ 2 หรือหลังถัดไปก็จะยังไม่เกิด

5.2.2.2 ปัจจัยด้านภูมิลำเนา จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 20 คน สามารถแบ่งตามภูมิลำเนาได้ดังนี้ ผู้ที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่กรุงเทพฯ และปริมณฑล อันได้แก่ จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดปทุมธานี จังหวัดนนทบุรี และจังหวัดนครปฐม มีจำนวน 10 คน และผู้ที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ต่างจังหวัด นอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้น จำนวน 10 คน จากข้อมูลทั้งหมดแสดงว่ากลุ่มผู้ที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ต่างจังหวัดจะมีการย้ายที่อยู่อาศัยบ่อยกว่ากลุ่มผู้ที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีสาเหตุมาจากการย้ายที่อยู่อาศัยตามสถานที่เรียน ซึ่งผู้ที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ต่างจังหวัดนั้นจะมีการย้ายที่อยู่อาศัยตามสถานที่ศึกษา ไม่ว่าจะเป็นในระดับชั้นอุดมศึกษา หรือปริญญาบัณฑิต เนื่องจากสถานที่การศึกษาในแต่ละจังหวัดมีไม่มากหากเปรียบเทียบกับในกรุงเทพฯและปริมณฑลจึงทำให้มีการย้ายเข้า และย้ายออกบ่อยกว่า จะเห็นได้จากช่วงเวลาในการย้ายที่อยู่อาศัยของกลุ่ม ๆ นี้ ซึ่งค่อนข้างถี่ในช่วงอายุ 16 – 30 ปี ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 5-2 แสดงช่วงอายุและจำนวนในการย้ายที่อยู่อาศัย

จากภาพข้างต้นจะเห็นได้ว่าผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดจะย้ายที่อยู่อาศัยในช่วงวัยใกล้ๆ กัน คือ วัยเรียน ในขณะที่ผู้ที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่กรุงเทพฯ และปริมณฑลช่วงอายุในการย้ายที่อยู่อาศัยจะแตกต่างกันเนื่องจากสาเหตุในการย้ายที่อยู่อาศัยไม่ได้มาจากการเปลี่ยนสถานที่เรียนเพียงอย่างเดียว หากแต่มีสาเหตุอื่นร่วมด้วย เช่น สภาพแวดล้อม การทำธุรกิจของครอบครัว เป็นต้น ซึ่งปัจจัยด้านภูมิลำเนานี้ส่งผลต่อพฤติกรรมการย้ายที่อยู่อาศัยดังภาพต่อไปนี้



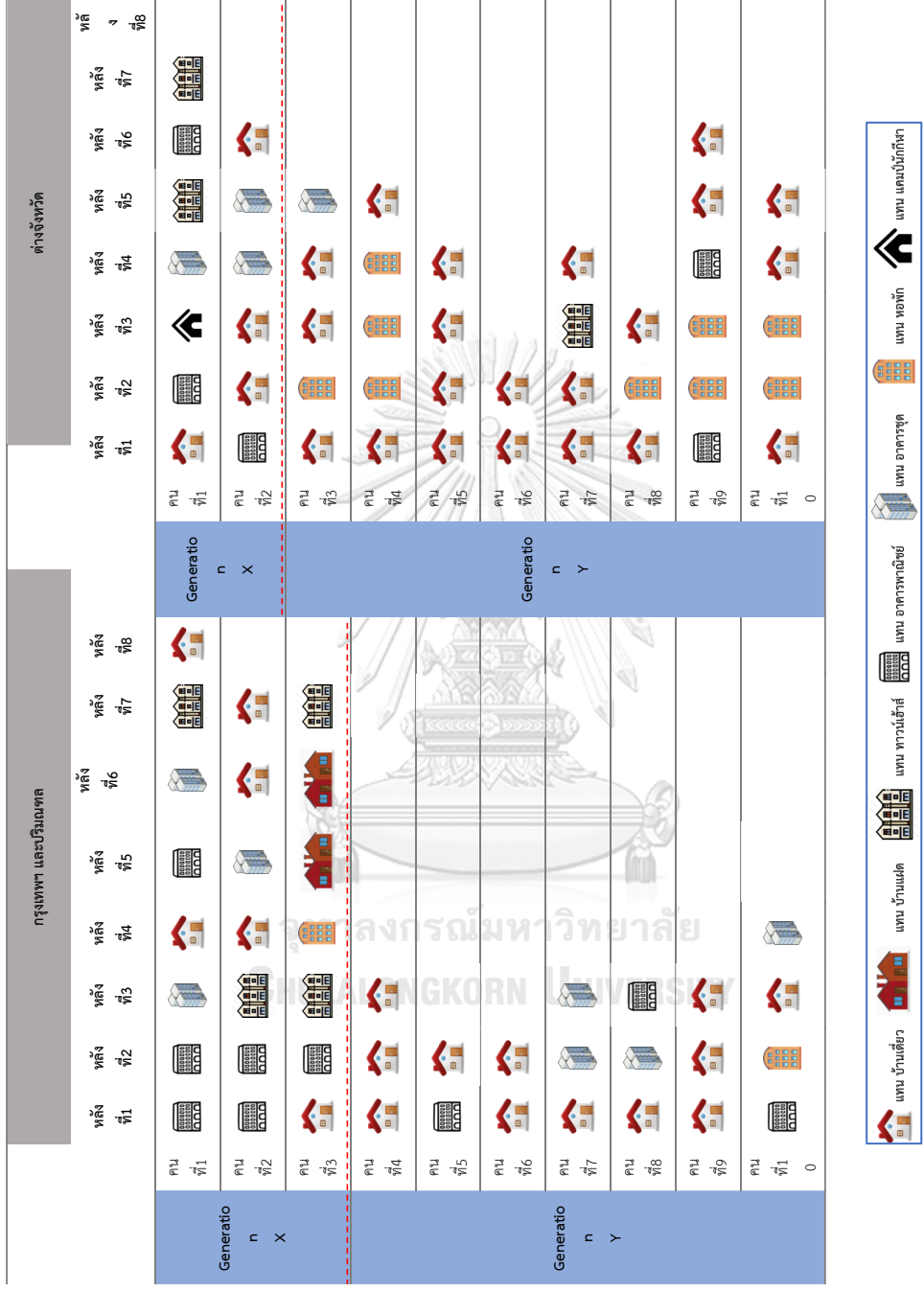
ภาพที่ 5-3 แสดงการย้ายที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล

จากภาพข้างต้นจะเห็นว่าการย้ายที่อยู่อาศัยของผู้ที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ในแต่ละช่วงอายุจะมีพฤติกรรมแตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยช่วงอายุ Generation X จะมีการย้ายที่อยู่อาศัยน้อยกว่า Generation Y ส่วนพฤติกรรมการย้ายที่อยู่อาศัยของผู้ที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ต่างจังหวัด แสดงดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 5-4 แสดงการย้ายที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพที่มีภูมิลำเนาอยู่ในต่างจังหวัด

จากภาพข้างต้นจะเห็นได้ว่าการย้ายที่อยู่อาศัยของผู้ที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ต่างจังหวัดในแต่ละช่วงอายุจะมีพฤติกรรมไม่แตกต่างกันเท่าใดนัก เมื่อเทียบกับพฤติกรรม Generation X และ Y ของผู้ที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่กรุงเทพฯและปริมณฑล



ภาพที่ 5-5 แสดงการย้ายที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพที่แบ่งตามพื้นที่ภูมิภาคนาเดิมและช่วงอายุ

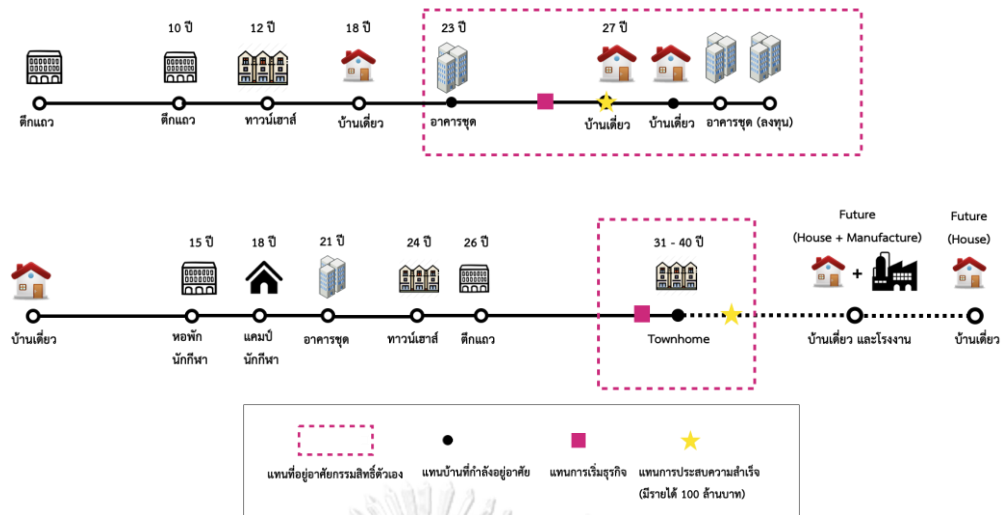
จากข้อมูลทั้งหมดของการย้ายที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพที่มีภูมิลำเนาต่างกัน นั้น แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมมีความแตกต่างกัน ซึ่งเมื่อดูพฤติกรรมของผู้ที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่กรุงเทพฯ และปริมณฑลของ Generation X และ Y แล้วจะเห็นว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ Generation X และ Y ของผู้ที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ต่างจังหวัดพฤติกรรมการเปลี่ยนที่อยู่อาศัยไม่แตกต่างกัน มาก

5.1.2.3 ปัจจัยด้านอายุ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 20 คน สามารถแบ่งตามกลุ่มอายุได้เป็น Generation X ได้แก่ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 39 - 45 ปี และ Generation Y ได้แก่ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 19 - 38 ปี ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างนั้นจะได้กลุ่มตัวอย่างเป็น ร้อยละ 30 ของกลุ่มประชากรทั้งหมด จากกลุ่มประชากรทั้งหมด 71 คน สามารถแบ่งเป็น Generation X จำนวน 23 คน และ Generation Y จำนวน 48 คน โดยผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 20 คน ดังนั้นจะได้กลุ่มตัวอย่าง Generation X 5 คน และ Generation Y 15 คน จากข้อมูลทั้งหมด Generation X และ Y มีการย้ายที่อยู่อาศัยที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญดังต่อไปนี้

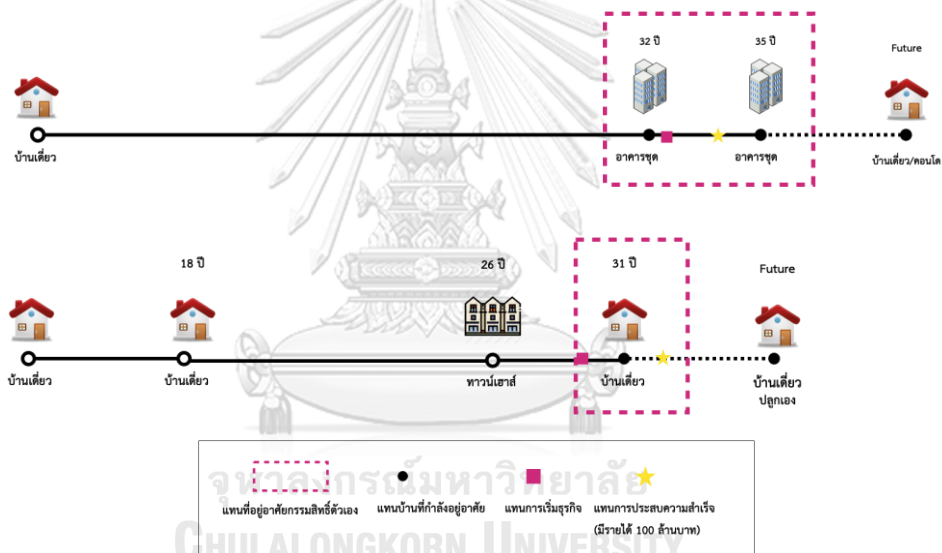
ตารางที่ 5-5 แสดงการย้ายที่อยู่อาศัยในแต่ละช่วงอายุของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X

จำนวนการย้าย ที่อยู่อาศัย	ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X		ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 - 2 ครั้ง	0	0	8	53.33
3 - 4 ครั้ง	1	20	6	40.00
5 ครั้งขึ้นไป	4	80	1	6.67
รวม	5	100	15	100

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่าผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X ส่วนใหญ่มีการย้ายที่อยู่อาศัยมากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป ในขณะที่ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y ส่วนใหญ่มีการย้ายที่อยู่อาศัย 1 - 2 ครั้ง โดยช่วงอายุมีผลต่อการย้ายที่อยู่อาศัยดังที่กล่าวไปข้างต้น ซึ่งสาเหตุในการย้ายแต่ละครั้งมากจากการทำธุรกิจของครอบครัว, สถานภาพ ณ ขณะนั้น และสภาพแวดล้อม นอกจากนี้ในแต่ละช่วงอายุยังมีลักษณะที่อยู่อาศัยที่ต่างกัน



ภาพที่ 5-6 แสดงอายุและการเปลี่ยนที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X



ภาพที่ 5-7 แสดงอายุและการเปลี่ยนที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y

จากภาพข้างต้นจะเห็นว่าผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพทั้ง 2 Generation จะเริ่มมีที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองช่วงวัย 20 ปี ถึงวัย 30 ปี โดยเมื่อประสบความสำเร็จ หรือเริ่มทำธุรกิจแล้วมีรายได้มากขึ้น ผู้ประสบความสำเร็จจะสามารถเลือกที่อยู่อาศัยได้ตามที่ตนต้องการ โดย Generation X มีการเลือกหรือต้องการลักษณะที่อยู่อาศัยตามความพึงพอใจของตน คือ บ้านเดี่ยว เพราะมีประสบการณ์ในการอยู่อาศัยมาหลายลักษณะ ในขณะที่ Generation Y จะต้องการที่อยู่อาศัยตามลักษณะเดิมที่ตนเคยอยู่ตั้งแต่เกิด คือ บ้านเดี่ยวเช่นกัน

5.2 วัตถุประสงค์ที่ 2 วิเคราะห์พฤติกรรมและแนวโน้มการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ

5.2.1 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย(กรรมสิทธิ์ของตนเอง)

จากกลุ่มตัวอย่างกรณีศึกษาจำนวน 20 คน ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัย โดยแบ่งกลุ่มเพื่อศึกษาความสอดคล้อง ดังต่อไปนี้

1. ประเภทธุรกิจ
2. เพศ
3. ช่วงอายุ

5.2.1.1 ประเภทธุรกิจ

- ธุรกิจเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 12 คน
- ธุรกิจเกี่ยวกับเสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า จำนวน 3 คน
- ธุรกิจเกี่ยวกับของใช้ภายในบ้าน จำนวน 5 คน

โดยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพโดยแบ่งตามประเภทธุรกิจ มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม

ขั้นที่ 1 การรับรู้ปัญหา ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มจะเริ่มมีการซื้อที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองเนื่องจากสาเหตุดังนี้

- สร้างครอบครัวใหม่
- ต้องการที่อยู่อาศัยที่ใกล้สถานที่ทำงาน
- อยากมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง
- อยากมีอิสระ มีพื้นที่พักผ่อน
- สภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยเดิมไม่ดี
- หมดสัญญาอยู่กับที่อยู่อาศัยเดิม

จากเหตุผลทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพที่ประกอบธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มนี้จะมีการรับรู้ของปัญหาจากการสร้างครอบครัวใหม่มากที่สุด รองลงมาคือ ต้องการที่อยู่อาศัยที่ใกล้สถานที่ทำงาน และเหตุผลอื่น ๆ คือ ต้องการมีที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์เป็นของตนเอง ต้องการมีอิสระ มีพื้นที่พักผ่อน ที่อยู่อาศัยเดิมสภาพแวดล้อมไม่ดีหรือหมดสัญญาอยู่กับที่อยู่อาศัยเดิม

ขั้นที่ 2 การแสวงหาข้อมูล ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มจะมีการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องที่อยู่อาศัยโดยการปรึกษากับครอบครัว หรือหาข้อมูลเองจากอินเทอร์เน็ต

ขั้นที่ 3 การประเมินผลทางเลือก โดยผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มจะมีลักษณะที่อยู่อาศัยในใจก่อนตัดสินใจซื้อดังนี้

- บ้านเดี่ยวจัดสรร
- บ้านเดี่ยวปลูกเอง
- อาคารชุด
- อาคารพาณิชย์
- ทาวน์เฮ้าส์

ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพประเภทธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มจะมีการประเมินลักษณะที่อยู่อาศัยที่ตนเองต้องการ โดยเปรียบเทียบกับที่อยู่อาศัยเดิม เช่น หากที่อยู่อาศัยเดิมมิใช่บ้านโครงการ ในการซื้อที่อยู่อาศัยที่กรรมสิทธิ์ของตนเองหลังแรกก็จะมีการประเมินทางเลือกบ้านเดี่ยวจัดสรรเข้ามาเป็นตัวเลือกในการตัดสินใจ เป็นต้น หรือจะมีการประเมินจากวัตถุประสงค์ในการทำงาน เช่น เลือกที่อยู่อาศัยเพื่อประกอบธุรกิจไปด้วย หรือเลือกที่อยู่อาศัยเพื่ออยู่อาศัยอย่างเดียว ทั้งนี้ตามที่ได้กล่าวมาในขั้นที่ 1 และ 2 กลุ่มๆ นี้จะมีการกลับไปพูดคุย หรือปรึกษากับผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ หรือสาเหตุของปัญหา นั่นก็คือครอบครัว

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจซื้อ ขั้นตอนนี้ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มจะตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยตามวัตถุประสงค์ในการทำงาน ซึ่งลักษณะที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองหลังแรกของผู้ที่ประกอบธุรกิจประเภทนี้ได้แก่ บ้านเดี่ยวแบบปลูกเอง บ้านเดี่ยวแบบโครงการ และอาคารชุด โดยผู้ที่เลือกบ้านเดี่ยวแบบปลูกเองให้เหตุผลว่าต้องการที่อยู่อาศัยที่มีความเป็นส่วนตัว มีอิสระ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีภูมิลำเนา หรือต้องการที่อยู่อาศัยในต่างจังหวัด ในขณะที่ผู้ที่เลือกบ้านเดี่ยวจัดสรรให้เหตุผลว่ามีความต้องการเรื่องความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมที่ดี ซึ่งมองว่าบ้านเดี่ยวแบบโครงการน่าจะตอบสนองความต้องการในส่วนนี้มากที่สุด และผู้ที่เลือกอาคารชุดเนื่องจากธุรกิจที่ตนทำส่วนใหญ่จะมีสาขาตามตัวเมือง ดังนั้นปัจจัยสำคัญคือเรื่องการเดินทาง จึงมีความต้องการที่อยู่อาศัยที่ตอบสนองความต้องการในส่วนนี้มากที่สุด ถึงแม้ความต้องการที่แท้จริงคือต้องการบ้านเดี่ยวในตัวเมือง แต่ด้วยปัจจัยด้านพื้นที่และราคาที่เป็นข้อจำกัด ดังนั้นอาคารชุดที่อยู่ในตัวเมืองจึงเป็นลักษณะที่ดีที่สุดและเหมาะสมกับความต้องการของตนเองมากที่สุด

ขั้นที่ 5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ หลังจากซื้อที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองหลังแรก เมื่อมีความต้องการที่อยู่อาศัยหลังใหม่ หรือจะย้ายออกจากที่อยู่อาศัยเดิมที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพที่ประกอบธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มจะได้มีการขายที่อยู่อาศัยของตน แต่จะมีบ้างที่ทำการปล่อยเช่าต่อ หรือใช้ประโยชน์อื่น ๆ ตามที่ตนเห็นสมควร

ประสบความสำเร็จในอาชีพที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับเสื้อผ้า รองเท้า และกระเป๋า

ขั้นที่ 1 การรับรู้ปัญหา ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพที่ประกอบธุรกิจเสื้อผ้า รองเท้า และกระเป๋าจะเริ่มมีการซื้อที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองเนื่องจากสาเหตุหลักคือ มีการสร้างครอบครัวใหม่ เมื่อมีการสร้างครอบครัวใหม่จึงมีความต้องการที่อยู่อาศัยใหม่ที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง

ขั้นที่ 2 การแสวงหาข้อมูล ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพที่ประกอบธุรกิจเสื้อผ้า รองเท้า และกระเป๋าจะมีการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องที่อยู่อาศัยจากการศึกษาหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต บ้าง จากการพบเจอป้ายติดประกาศขายที่ดินบริเวณเส้นทางประจำที่ตนเองต้องเดินทางไปยังสถานที่ทำงานบ้าง และที่สำคัญที่สุดคือความคิดเห็นของครอบครัว

ขั้นที่ 3 การประเมินผลทางเลือก โดยผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพที่ประกอบธุรกิจเสื้อผ้า รองเท้า และกระเป๋าจะมีลักษณะที่อยู่อาศัยที่ศึกษาไว้ก่อนก่อนตัดสินใจซื้อ ได้แก่

- บ้านเดี่ยวจัดสรร
- บ้านเดี่ยวปลูกเอง
- อาคารพาณิชย์
- ทาวน์เฮ้าส์

เนื่องจากผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพเกี่ยวกับธุรกิจนี้มาจากกลุ่มที่สร้างธุรกิจของตนเองขึ้นมา ชีวิตผ่านอุปสรรคมากมาย ดังนั้นที่อยู่อาศัยที่เป็นตัวเลือกจึงเป็นที่อยู่อาศัยที่จะตอบวัตถุประสงค์ 2 ข้อ คือ จะซื้อแยกเพื่ออยู่อาศัยกับครอบครัว หรือซื้อเพื่อประกอบธุรกิจของตนไปด้วย เนื่องจากช่วงเวลาในการซื้อที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ตนเองของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้นั้นยังเป็นช่วงวัยที่เริ่มธุรกิจได้ไม่นาน ดังนั้นตัวเลือกในการประเมินจึงมีเพื่อวัตถุประสงค์ 2 ข้อดังที่ได้กล่าวมา

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจซื้อ จากธุรกิจประเภทเสื้อผ้า รองเท้า และกระเป๋า ในช่วงเริ่มทำธุรกิจ ส่วนใหญ่จะมีคลังสินค้าไว้เก็บสินค้า เนื่องจากเบื้องต้นเป็นธุรกิจประเภทนี้มาจากการซื้อมาและขายไป ดังนั้นที่อยู่อาศัยหลังแรกที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนที่ตอบสนองความต้องการมากที่สุดคือ บ้านเดี่ยวจัดสรร เนื่องจากมองว่าในอนาคตจะมีการพัฒนาธุรกิจไปในระดับอุตสาหกรรม ดังนั้นจึง

ซื้อที่อยู่อาศัยชั่วคราวที่ตอบสนองเรื่องความปลอดภัย และใกล้สถานที่ทำงาน นั่นก็คือบ้านเดี่ยวจัดสรร และผู้ที่เลือกลักษณะที่อยู่อาศัยแบบทาวน์เฮ้าส์ เนื่องจากมีการซื้อที่อยู่อาศัยในช่วงทำธุรกิจที่ยังมีความต้องการพื้นที่ไว้สำหรับขายของ ดังนั้นการตัดสินใจเลือกลักษณะแบบทาวน์เฮ้าส์จึงสมเหตุสมผลมากที่สุด ณ ความต้องการในขณะนั้น

ขั้นที่ 5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ หลังจากซื้อที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองครั้งแรก เมื่อมีความต้องการที่อยู่อาศัยหลังใหม่ หรือจะย้ายออกจากที่อยู่อาศัยเดิมที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพที่ประกอบธุรกิจเสื้อผ้า รองเท้า และกระเป๋า จะมีได้มีการขายที่อยู่อาศัยของตน แต่จะเก็บที่อยู่อาศัยเดิมไว้สำหรับเป็นหน้าร้านของธุรกิจที่ตนทำต่อไป ปล่อยเช่าต่อ หรือใช้ประโยชน์ตามตนเองเห็นสมควร

ประสบความสำเร็จในอาชีพที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับของใช้ภายในบ้าน

ขั้นที่ 1 การรับรู้ปัญหา ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับของใช้ภายในบ้าน จะเริ่มมีการซื้อที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองเนื่องจากสาเหตุดังนี้

- ประกอบธุรกิจ ต้องการอยู่ใกล้ที่ทำงาน
- สภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยเดิมไม่ดี
- อยากมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง

จากเหตุผลทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับของใช้ภายในบ้านนี้ส่วนใหญ่จะเป็นธุรกิจระดับอุตสาหกรรม ดังนั้นจะมีการรับรู้ของปัญหาในเรื่องที่อยู่อาศัย และสถานที่ทำงาน คือไม่ต้องการเสียเวลาในการเดินทาง และเหตุผลอื่น ๆ คือสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยเดิมไม่ดี และอยากมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง

ขั้นที่ 2 การแสวงหาข้อมูล ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับของใช้ภายในบ้านจะมีการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องที่อยู่อาศัยจากการศึกษาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต พูดคุยกับคนในครอบครัว ถามคำแนะนำจากเพื่อนที่อาศัยในโครงการที่อยู่อาศัยของบริษัท ผู้จัดทำเดียวกับที่ตนกำลังสนใจ

ขั้นที่ 3 การประเมินผลทางเลือก โดยผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับของใช้ภายในบ้านจะมีลักษณะที่อยู่อาศัยที่ศึกษาไว้ก่อนก่อนตัดสินใจซื้อ ได้แก่

- บ้านเดี่ยวจัดสรร
- บ้านเดี่ยวปลูกเอง
- อาคารชุด

ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพประเภทธุรกิจเกี่ยวกับของใช้ภายในบ้านจะมีการประเมินลักษณะที่อยู่อาศัยที่ตนเองต้องการ ซึ่งส่วนใหญ่มีความต้องการที่อยู่อาศัยในลักษณะบ้านเดี่ยว แต่จะเลือกระหว่างการปลูกเองกับซื้อผ่านโครงการ และสำหรับในกรณีที่ยังไม่ได้มีการซื้อที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง เนื่องจากหลังทำการย้ายที่อยู่อาศัยจากสาเหตุเกี่ยวกับสถานที่ศึกษา มีการย้ายกลับไปอยู่ในที่อยู่อาศัยเดิมกับครอบครัว ก็จะมีการประเมินที่อยู่อาศัยในลักษณะอาคารชุด

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจซื้อ กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับของใช้ภายในบ้านจะเลือกที่อยู่อาศัยหลังแรกที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนในลักษณะบ้านเดี่ยวจัดสรร เนื่องจากผู้ที่ประกอบอาชีพเหล่านี้อยู่ในขนาดธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีโรงงานอยู่บริเวณชานเมือง ดังนั้นบ้านเดี่ยวแบบจัดสรรจึงตอบสนองความต้องการด้านที่อยู่อาศัยใกล้สถานที่ทำงาน และเรื่องความปลอดภัย ทั้งนี้ลักษณะที่อยู่อาศัยนี้เป็นเพียงที่อยู่อาศัยในกรรมสิทธิ์หลังแรกของผู้ประสบความสำเร็จกลุ่มนี้เท่านั้น นอกจากนี้กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในประเภทธุรกิจนี้ส่วนใหญ่จะมีที่อยู่อาศัยมากกว่า 1 หลัง ซึ่งจะมีการซื้อที่อยู่อาศัยในลักษณะอาคารชุดเพื่อใช้ประโยชน์ต่าง ๆ เช่น ให้ลูกอาศัยอยู่ชั่วคราวเพื่อความสะดวกในการเดินทางไปโรงเรียน หรือซื้อเพื่อลงทุน/เก็งกำไร เป็นต้น

ขั้นที่ 5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ เมื่อมีการย้ายออกจากที่อยู่อาศัยเดิมที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองผู้ประสบความสำเร็จกลุ่มนี้จะมีการขายที่อยู่อาศัยเดิมออกบ้าง หากที่อยู่อาศัยเป็นลักษณะบ้านจัดสรร ทว่าที่อยู่อาศัยในรูปแบบอาคารชุดจะทำการปล่อยเช่าต่อ เนื่องจากในการวางแผนไว้แล้วว่าที่อยู่อาศัยหลักต้องการลักษณะบ้านเดี่ยว แต่อาคารชุด หรือทาวน์เฮ้าส์ที่มีการซื้อเพิ่มเข้ามาในกรรมสิทธิ์ของตนเองนั้น เพื่อการอยู่อาศัยชั่วคราว หรือใช้ประโยชน์ในระยะเวลายาวนาน

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปข้อเหมือนและข้อแตกต่างต่างของพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพตามประเภทธุรกิจได้ดังตารางต่อไปนี้ ตารางที่ 5-6 แสดงข้อเหมือนและข้อแตกต่างต่างของพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพตามประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย	
	ข้อเหมือนของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพในประเภทธุรกิจเดียวกัน	ข้อแตกต่างของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพในประเภทธุรกิจเดียวกัน
อาหารและเครื่องดื่ม	สาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัย : <ul style="list-style-type: none"> • แต่งงาน • ต้องการที่อยู่อาศัยใกล้ที่ทำงาน 	สาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัย : <ul style="list-style-type: none"> • หมดสัญญากับที่อยู่อาศัยเดิม

ประเภทธุรกิจ	พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย	
	ข้อเหมือนของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพในประเภทธุรกิจเดียวกัน	ข้อแตกต่างของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพในประเภทธุรกิจเดียวกัน
	<p>การตัดสินใจ :</p> <ul style="list-style-type: none"> บ้านเดี่ยวแบบปลูกเอง/บ้านเดี่ยวจัดสรร 	<p>การตัดสินใจ</p> <ul style="list-style-type: none"> อาคารพาณิชย์ เนื่องจากต้องการมีหน้าร้านไว้โชว์สินค้า อาคารชุด เนื่องจากประกอบธุรกิจร้านอาหารที่มีสาขาบริเวณตัวเมือง จึงต้องการที่อยู่อาศัยที่สะดวกในการเดินทาง บ้านแฝด เนื่องจากมีการสร้างครอบครัวใหม่แต่ไม่ต้องการห่างไกลญาติผู้ใหญ่ เช่น พ่อ และแม่ เป็นต้น
เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า	<p>สาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัย :</p> <ul style="list-style-type: none"> สร้างครอบครัวใหม่ <p>การตัดสินใจ :</p> <ul style="list-style-type: none"> บ้านเดี่ยวปลูกเอง/บ้านเดี่ยวจัดสรร 	<p>สาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัย :</p> <ul style="list-style-type: none"> ไม่มี <p>การตัดสินใจ :</p> <ul style="list-style-type: none"> ทาวน์เฮ้าส์ เนื่องจากต้องการมีหน้าร้านไว้โชว์สินค้า
	ของใช้ภายในบ้าน	<p>สาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัย :</p> <ul style="list-style-type: none"> ทำธุรกิจ <p>การตัดสินใจ :</p> <ul style="list-style-type: none"> บ้านเดี่ยวปลูกเอง/บ้านเดี่ยวจัดสรร อาคารชุดสำหรับลงทุน/เก็งกำไร
สรุป		<p>สาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัย :</p> <ul style="list-style-type: none"> สร้างครอบครัวใหม่ และทำธุรกิจ <p>การตัดสินใจ :</p> <ul style="list-style-type: none"> บ้านเดี่ยวปลูกเอง/บ้านเดี่ยวจัดสรร

5.2.1.2 เพศ

- เพศหญิง จำนวน 12 คน
- เพศชาย จำนวน 8 คน

โดยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพโดยแบ่งตามประกอบธุรกิจ มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพที่เพศหญิง

ขั้นที่ 1 การรับรู้ปัญหา ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพเพศหญิงจะเริ่มมีการซื้อที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองเนื่องจากสาเหตุดังนี้

- แต่งงาน
- ประกอบธุรกิจ
- ความฝัน ต้องการมีบ้านเป็นของตนเอง
- สภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยเดิมไม่ดี
- บุคคลในครอบครัวเสียชีวิต

ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพเพศหญิงจะมีสาเหตุของการย้ายที่อยู่อาศัยดังรายละเอียดข้างต้น ซึ่งการรับรู้ของปัญหาในความต้องการที่อยู่อาศัยที่มีมากที่สุดคือการแต่งงานมีครอบครัวใหม่ และรองลงมาคือการทำธุรกิจ

ขั้นที่ 2 การแสวงหาข้อมูล เมื่อมีความต้องการที่อยู่อาศัยแล้ว ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพเพศหญิงจะเริ่มแสวงหาข้อมูลจากบุคคลใกล้ชิดตัวอันดับแรก เช่น คนในครอบครัว เพื่อน เป็นต้น โดยส่วนใหญ่จะมีทางเลือกไว้ในใจแล้วไปสำรวจสถานที่จริง

ขั้นที่ 3 การประเมินผลทางเลือก โดยผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพเพศหญิงจะมีลักษณะที่อยู่อาศัยที่ศึกษาไว้ก่อนก่อนตัดสินใจซื้อ ได้แก่

- บ้านเดี่ยวจัดสรร
- บ้านเดี่ยวปลูกเอง
- อาคารชุด
- อาคารพาณิชย์
- ทาวน์เฮ้าส์

ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพเพศหญิงจะมีการประเมินลักษณะที่อยู่อาศัยตามสาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัยใหม่ได้แก่ การแต่งงานมีครอบครัวใหม่ การทำธุรกิจ หรือตอบสนองความฝันของตนเอง เป็นต้น ซึ่งในการประเมินทางเลือก ผู้ประสบความสำเร็จเพศหญิงที่เลือกที่อยู่อาศัยจากสาเหตุการแต่งงานหรือมีครอบครัวใหม่นั้น ผู้ที่เป็นสามีและบุคคลในครอบครัวใหม่จะเป็นผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจ ส่วนผู้ที่มีสาเหตุจากการทำธุรกิจจะใช้เวลาชอบ และ

ความเห็นของตนเองเป็นหลัก โดยมีการปรึกษากับครอบครัวบ้างแต่ผู้ตัดสินใจหลักคือตนเองเพียงผู้เดียว

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจซื้อ กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพเทศหญิงจะเลือกที่อยู่อาศัยหลังแรกที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนในลักษณะบ้านเดี่ยวปลูกเองหรือบ้านเดี่ยวจัดสรร โดยสาเหตุของการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในกรรมสิทธิ์ของตนเองหลักแรกที่มาจากการแต่งงานหรือมีครอบครัวใหม่ ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อบ้านเดี่ยวจัดสรร เนื่องจากชอบการออกแบบ และไม่ต้องเสียเวลาในการสร้างที่อยู่อาศัยใหม่เอง แต่ทั้งนี้ความต้องการในอนาคตกลับเป็นการสร้างบ้านเดี่ยวที่ปลูกเอง เนื่องจากต้องการเลือกวัสดุอุปกรณ์หรือตกแต่งที่อยู่อาศัย ออกแบบตำแหน่งของโซนพื้นที่ต่าง ๆ ด้วยตนเอง ไม่เร่งในการมีที่อยู่อาศัยเหมือนหลังแรกเนื่องจากการเลือกที่อยู่อาศัยในอนาคตหรือการย้ายออกจากที่อยู่อาศัยเดิมจะมีสาเหตุหลักมาจากความต้องการส่วนตัว ซึ่งในส่วนนี้ไม่ได้มีเวลาเป็นข้อจำกัด นอกจากนี้ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพเทศหญิงที่เลือกที่อยู่อาศัยด้วยสาเหตุจากการทำธุรกิจจะเลือกในลักษณะอาคารชุดมากกว่า เนื่องจากการเดินทางที่สะดวก และพักอาศัยเพียงลำพัง ทั้งนี้ที่ได้กล่าวมาเป็นเพียงการเลือกที่อยู่อาศัยในกรรมสิทธิ์ของตนหลังแรกเท่านั้น

ขั้นที่ 5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ เมื่อมีการย้ายออกจากที่อยู่อาศัยเดิมที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองผู้ประสบความสำเร็จกลุ่มนี้จะมีการขายที่อยู่อาศัยเดิมออกบ้าง เนื่องจากมิได้ใช้ประโยชน์กับที่อยู่อาศัยแบบจัดสรร ในขณะที่ที่อยู่อาศัยในลักษณะอาคารชุดจะไม่มีการขายออก แต่จะเป็นการปล่อยเช่าพื้นที่ต่อเพียงเท่านั้น

ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพที่เพศชาย

ขั้นที่ 1 การรับรู้ปัญหา ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพเพศชายจะเริ่มมีการซื้อที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองเนื่องจากสาเหตุดังนี้

- ประกอบธุรกิจ
- แต่งงาน
- อายามีพื้นที่ที่เป็นอิสระ พื้นที่พักผ่อน
- ความสะดวกในการเดินทาง

ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพเพศชายจะมีสาเหตุของการย้ายที่อยู่อาศัยดังรายละเอียดข้างต้น ซึ่งการรับรู้ของปัญหาในความต้องการที่อยู่อาศัยที่มีมากที่สุดคือการทำธุรกิจ และรองลงมาคือแต่งงานมีครอบครัวใหม่

ขั้นที่ 2 การแสวงหาข้อมูล ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพเพศชายจะเริ่มแสวงหาข้อมูลโดยการดูพื้นที่ด้วยตนเองจากการผ่านพื้นที่ที่ติดประกาศขาย หรือเห็นป้ายโครงการเปิดการขายโดยพื้นที่อยู่ของโครงการอยู่ในพื้นที่ที่ตนสนใจมาก่อนแล้ว จากนั้นจึงปรึกษาคณะในครอบครัว

ขั้นที่ 3 การประเมินผลทางเลือก โดยผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพเพศชายจะมีลักษณะที่อยู่อาศัยที่ศึกษาไว้ก่อนก่อนตัดสินใจซื้อ ได้แก่

- บ้านเดี่ยวจัดสรร
- บ้านเดี่ยวปลูกเอง
- อาคารชุด
- อาคารพาณิชย์
- ทาวน์เฮ้าส์

ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพเพศชายจะมีการประเมินลักษณะที่อยู่อาศัยตามสาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัยใหม่ได้แก่ การทำธุรกิจ และการสร้างครอบครัว ซึ่งในการประเมินทางเลือก ผู้ประสบความสำเร็จเพศชายที่เลือกที่อยู่อาศัยจากหลายสาเหตุหลายประการไม่ว่าจะเป็น ความใกล้ไกลของสถานที่ทำงาน พื้นที่ตั้งของโครงการ ความสะดวกในการเดินทาง และความเห็นครอบครัว

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจซื้อ การตัดสินใจของกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพเพศชายจะตัดสินใจที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนหลังแรกส่วนใหญ่ในลักษณะบ้านเดี่ยว ทั้งนี้ด้วยสาเหตุหลักคือการทำธุรกิจ ดังนั้นผู้ที่ประกอบธุรกิจในระดับอุตสาหกรรม คือมีโรงงานอยู่ชานเมืองมักจะเลือกที่อยู่อาศัยในลักษณะบ้านเดี่ยว ในขณะที่ผู้ที่เลือกที่อยู่อาศัยลักษณะทาวน์เฮ้าส์ หรืออาคารชุด มีสาเหตุมาจากต้องการมีพื้นที่อยู่อาศัยในเมือง เพื่อตอบสนองความสะดวกในการเดินทางของการทำธุรกิจของตนเอง และสะดวกในการเดินทางไปยังโรงเรียนของบุตรด้วย

ขั้นที่ 5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ สำหรับผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพเพศชายส่วนใหญ่จะไม่มีการขายกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยเดิมของตนเอง แต่จะเก็บไว้เป็นทรัพย์สิน ลงทุน/เก็งกำไร หรือทำเป็นหน้าร้านของธุรกิจตนเอง

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปข้อเหมือนและข้อแตกต่างต่างของพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพของเพศหญิง และเพศชาย ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5-7 แสดงข้อเหมือนและข้อแตกต่างของพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพเพศหญิง และเพศชาย

เพศ	พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย	
	ข้อเหมือนของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพแบ่งตามเพศ	ข้อแตกต่างของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพแบ่งตามเพศ
หญิง	สาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัย : <ul style="list-style-type: none"> • แต่งงาน • ประกอบธุรกิจ 	สาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัย : <ul style="list-style-type: none"> • สภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยเดิมไม่ดี • บุคคลในครอบครัวเสียชีวิต
	การตัดสินใจ : <ul style="list-style-type: none"> • บ้านเดี่ยวปลูกเอง/บ้านเดี่ยวจัดสรร • อาคารชุด 	การตัดสินใจ : <ul style="list-style-type: none"> • อาคารพาณิชย์
ชาย	สาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัย : <ul style="list-style-type: none"> • ประกอบธุรกิจ • แต่งงาน • ความสะดวกในการเดินทาง 	สาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัย : <ul style="list-style-type: none"> • อยากรีไอสระ มีพื้นที่พักผ่อน
	การตัดสินใจ : <ul style="list-style-type: none"> • บ้านเดี่ยวปลูกเอง/บ้านเดี่ยวจัดสรร • ทาวน์เฮ้าส์ 	การตัดสินใจ : <ul style="list-style-type: none"> • อาคารชุด
สรุป	สาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัย : <ul style="list-style-type: none"> • แต่งงาน • ประกอบธุรกิจ 	สาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัย : <ul style="list-style-type: none"> • สภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยเดิมไม่ดี • บุคคลในครอบครัวเสียชีวิต • อยากรีไอสระ มีพื้นที่พักผ่อน
	การตัดสินใจ : <ul style="list-style-type: none"> • บ้านเดี่ยวปลูกเอง/บ้านเดี่ยวจัดสรร 	การตัดสินใจ : <ul style="list-style-type: none"> • อาคารพาณิชย์ • อาคารชุด

5.2.1.3 ช่วงอายุ

- Generation X จำนวน 5 คน
- Generation Y จำนวน 15 คน

ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X

ขั้นที่ 1 การรับรู้ปัญหา ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X จะเริ่มมีการซื้อที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองเนื่องจากสาเหตุดังนี้

- ประกอบธุรกิจ
- แต่งงาน

- ความสะดวกในการเดินทาง

ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X มีสาเหตุของการย้ายที่อยู่อาศัยดังรายละเอียดข้างต้น ซึ่งการรับรู้ของปัญหาในความต้องการที่อยู่อาศัยที่มีมากที่สุดคือแต่งงานมีครอบครัวใหม่ และรองลงมาคือ การทำธุรกิจ

ขั้นที่ 2 การแสวงหาข้อมูล ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X จะเริ่มแสวงหาข้อมูลโดยการเลือกดูพื้นที่ ค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมจากเพื่อนที่ทำธุรกิจประเภทนี้ และเข้าไปดูสถานที่จริง โดยมีคนในครอบครัวช่วยหาข้อมูลมาพูดคุยกัน

ขั้นที่ 3 การประเมินผลทางเลือก โดยผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X จะมีลักษณะที่อยู่อาศัยที่ศึกษาไว้ก่อนก่อนตัดสินใจซื้อ ได้แก่

- บ้านเดี่ยวจัดสรร
- บ้านเดี่ยวปลูกเอง
- อาคารชุด
- อาคารพาณิชย์
- ทาวน์เฮ้าส์

ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X จะมีการประเมินลักษณะที่อยู่อาศัยตามสาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัยใหม่ได้แก่ การทำธุรกิจ และการสร้างครอบครัว ซึ่งผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X มีประสบการณ์การย้ายที่อยู่อาศัยมาบ่อยครั้ง จึงนำลักษณะที่อยู่อาศัยที่เคยอยู่มาประเมินร่วมกับความต้องการในการซื้อที่อยู่อาศัยใหม่กรรมสิทธิ์ตนเอง

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจซื้อ การตัดสินใจของกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X จะตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยจากประสบการณ์และความต้องการที่จะมีที่อยู่อาศัย ดังนั้นผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X ส่วนใหญ่จะเลือกที่อยู่อาศัยลักษณะทาวน์เฮ้าส์ในกรณีที่อยู่อาศัยหลังแรกที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง ถึงแม้สาเหตุหลักจะเป็นการสร้างครอบครัวใหม่ แต่ประกอบกับสมาชิกครัวเรือนในครอบครัวที่มีบุตร ดังนั้นความสะดวกในการเดินทางของบุตรก็เป็นปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัยด้วย

ขั้นที่ 5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X จะไม่มีการขายที่อยู่อาศัยเดิมที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง เนื่องจากทำเล และลักษณะที่อยู่อาศัยที่สามารถทำประโยชน์ได้ต่อเช่นการปล่อยเช่า หรือเปิดเป็นหน้าร้านแสดงสินค้า เป็นต้น

ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y

ขั้นที่ 1 การรับรู้ปัญหา ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y จะเริ่มมีการซื้อที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองเนื่องจากสาเหตุดังนี้

- สร้างครอบครัว
- ประกอบธุรกิจ
- ความสะดวกในการเดินทาง
- บุคคลในครอบครัวเสียชีวิต
- ต้องการมีที่อยู่อาศัยกรรมสิทธิ์ตนเอง
- มีอิสระ ไว้สำหรับพักผ่อน
- ต้องการพื้นที่บริเวณนั้น และช่วงเวลาเหมาะสม

ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y มีสาเหตุของการย้ายที่อยู่อาศัยดังรายละเอียดข้างต้น ซึ่งการรับรู้ของปัญหาในความต้องการที่อยู่อาศัยที่มีมากที่สุดคือสร้างครอบครัวใหม่ และรองลงมาคือ การประกอบธุรกิจ และสาเหตุอื่น ๆ ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง บุคคลในครอบครัวเสียชีวิต ต้องการมีที่อยู่อาศัยกรรมสิทธิ์ตนเอง มีอิสระ ไว้สำหรับพักผ่อน และต้องการพื้นที่บริเวณนั้น และช่วงเวลาเหมาะสม

ขั้นที่ 2 การแสวงหาข้อมูล ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y จะเริ่มแสวงหาข้อมูลโดยการปรึกษากับคนในครอบครัว และเลือกดูพื้นที่ในบริเวณที่ตนต้องการ โดยเลือกพื้นที่ใกล้สถานที่ทำงานหรือบริเวณเดียวกัน

ขั้นที่ 3 การประเมินผลทางเลือก โดยผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y จะมีลักษณะที่อยู่อาศัยที่ศึกษาไว้ก่อนก่อนตัดสินใจซื้อ ได้แก่

- บ้านเดี่ยวจัดสรร
- บ้านเดี่ยวปลูกเอง
- อาคารชุด
- อาคารพาณิชย์

ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y จะมีการประเมินลักษณะที่อยู่อาศัยตามสาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัยใหม่ได้แก่ การสร้างครอบครัว และการทำธุรกิจ

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจซื้อ กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y ส่วนใหญ่จะเลือกที่อยู่อาศัยในลักษณะบ้านเดี่ยว เนื่องจากกลุ่มๆนี้ไม่ได้มีการย้ายที่อยู่อาศัยบ่อยครั้ง นอกจาก

เหตุผลจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมแล้ว อีกสาเหตุที่นำมาพร้อมใช้ประเมินประกอบการตัดสินใจก็คือ ความคุ้นเคยในลักษณะที่อยู่อาศัยที่ตนเคยอยู่ก็เป็นสิ่งหนึ่งที่เข้ามามีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย ทว่าหากมีสาเหตุการเลือกที่อยู่อาศัยที่มาจากปัจจัยด้านการประกอบธุรกิจเป็นหลัก ก็จะเลือกลักษณะอาคารชุด และอาคารพาณิชย์

ขั้นที่ 5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y จะมีการขายที่อยู่อาศัยเดิมที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองในบางส่วน เนื่องจากไม่ได้ใช้ประโยชน์ในที่อยู่อาศัยเดิม และมีการย้ายทำเลที่อยู่อาศัยใหม่ที่มีได้อยู่ในทำเลเดิม แต่หากเป็นที่อยู่อาศัยในลักษณะอาคารพาณิชย์ อาคารชุดจะไม่ได้มีการขายกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปข้อเหมือนและข้อแตกต่างต่างของพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพของ Generation X และ Generation Y ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5-8 แสดงข้อเหมือนและข้อแตกต่างต่างของพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X และ Generation Y

ช่วงอายุ	พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย	
	ข้อเหมือนของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพแบ่งตามช่วงอายุ	ข้อแตกต่างของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพแบ่งตามช่วงอายุ
Generation X	สาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัย : <ul style="list-style-type: none"> ประกอบธุรกิจ แต่งงาน 	สาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัย : <ul style="list-style-type: none"> ความสะดวกในการเดินทาง
	การตัดสินใจ : <ul style="list-style-type: none"> ทาวน์เฮ้าส์ อาคารชุด 	การตัดสินใจ : <ul style="list-style-type: none"> บ้านเดี่ยว
Generation Y	สาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัย : <ul style="list-style-type: none"> แต่งงาน ประกอบธุรกิจ ความสะดวกในการเดินทาง 	สาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัย : <ul style="list-style-type: none"> บุคคลในครอบครัวเสียชีวิต มีอิสระ ไว้สำหรับพักผ่อน ต้องการพื้นที่บริเวณนั้น และช่วงเวลาเหมาะสม
	การตัดสินใจ : <ul style="list-style-type: none"> บ้านเดี่ยวปลูกเอง/บ้านเดี่ยวจัดสรร อาคารชุด 	การตัดสินใจ : <ul style="list-style-type: none"> อาคารพาณิชย์
สรุป	สาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัย : <ul style="list-style-type: none"> ประกอบธุรกิจ แต่งงาน การตัดสินใจ :	สาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัย : <ul style="list-style-type: none"> ความสะดวกในการเดินทาง บุคคลในครอบครัวเสียชีวิต มีอิสระ ไว้สำหรับพักผ่อน

ช่วงอายุ	พฤติกรรมการณ์ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย	
	ข้อเหมือนของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพแบ่งตามช่วงอายุ	ข้อแตกต่างของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพแบ่งตามช่วงอายุ
	<ul style="list-style-type: none"> อาคารชุด 	<ul style="list-style-type: none"> ต้องการพื้นที่บริเวณนั้น และช่วงเวลาเหมาะสม การตัดสินใจ : <ul style="list-style-type: none"> อาคารพาณิชย์

จากตารางที่ 5-6,5-7 และ5-8 ที่แบ่งกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพเพื่อศึกษาพฤติกรรมจึงสามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5-9 สรุปพฤติกรรมการณ์ตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ตนเองของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพโดยแบ่งกลุ่มตาม ประเภทธุรกิจ เพศ และช่วงอายุ

กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ	พฤติกรรมการณ์ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย	
	ข้อเหมือนของผู้ประสบความสำเร็จ	ข้อแตกต่างของผู้ประสบความสำเร็จ
ประเภทธุรกิจ	สาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัย : <ul style="list-style-type: none"> แต่งงาน ทำธุรกิจ การตัดสินใจ : <ul style="list-style-type: none"> บ้านเดี่ยวปลูกเอง/บ้านเดี่ยวจัดสรร 	สาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัย : <ul style="list-style-type: none"> หมดสัญญากับที่อยู่อาศัยเดิม การตัดสินใจ : <ul style="list-style-type: none"> อาคารพาณิชย์ อาคารชุด บ้านแฝด ทาวน์เฮ้าส์
เพศ	สาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัย : <ul style="list-style-type: none"> แต่งงาน ประกอบธุรกิจ การตัดสินใจ : <ul style="list-style-type: none"> บ้านเดี่ยวปลูกเอง/บ้านเดี่ยวจัดสรร 	สาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัย : <ul style="list-style-type: none"> สภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยเดิมไม่ดี บุคคลในครอบครัวเสียชีวิต อยากมีอิสระ มีพื้นที่พักผ่อน การตัดสินใจ : <ul style="list-style-type: none"> อาคารพาณิชย์ อาคารชุด
ช่วงอายุ	สาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัย : <ul style="list-style-type: none"> ประกอบธุรกิจ แต่งงาน การตัดสินใจ : <ul style="list-style-type: none"> อาคารชุด 	สาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัย : <ul style="list-style-type: none"> ความสะดวกในการเดินทาง บุคคลในครอบครัวเสียชีวิต มีอิสระ ไว้สำหรับพักผ่อน ต้องการพื้นที่บริเวณนั้น และช่วงเวลาเหมาะสม การตัดสินใจ : <ul style="list-style-type: none"> อาคารพาณิชย์
สรุป	สาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัย :	สาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัย :

กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ	พฤติกรรมการณ์ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย	
	ข้อเหมือนของผู้ประสบความสำเร็จ	ข้อแตกต่างของผู้ประสบความสำเร็จ
	<ul style="list-style-type: none"> ประกอบธุรกิจ แต่งงาน การตัดสินใจ : <ul style="list-style-type: none"> บ้านเดี่ยวปลูกเอง/บ้านเดี่ยวจัดสรร 	<ul style="list-style-type: none"> หมดสัญญากับที่อยู่อาศัยเดิม ความสะดวกในการเดินทาง ต้องการพื้นที่บริเวณนั้น และช่วงเวลาเหมาะสม การตัดสินใจ : <ul style="list-style-type: none"> อาคารพาณิชย์ อาคารชุด บ้านแฝด ทาวน์เฮ้าส์

จากการแบ่งกลุ่มเพื่อศึกษาพฤติกรรมการณ์ตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยตามประเภทธุรกิจ เพศ และช่วงอายุ ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกรณีศึกษากลุ่มนี้ต่างมีสาเหตุในการเลือกที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองหลังแรกจากปัจจัยด้านครอบครัว และการประกอบธุรกิจ ซึ่งผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกรณีศึกษากลุ่มนี้จะเลือกที่อยู่อาศัยในลักษณะบ้านเดี่ยว โดยที่อยู่อาศัยกรรมสิทธิ์ตนเองหลังแรกนั้นส่วนใหญ่จะเลือกเป็นบ้านเดี่ยวจัดสรรมากกว่า เนื่องจากมองว่าตอบสนองเรื่องความปลอดภัย และยังมี การซื้อที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดเพื่อลงทุน/เก็งกำไร และประกอบธุรกิจ นอกจากนี้ได้มีการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยเพิ่มด้วยสาเหตุตามปัจจัยภายในทางเศรษฐกิจ และสังคม ได้แก่ รายได้ สมาชิกครัวเรือน ภูมิฐานะ และช่วงอายุ โดยลักษณะที่อยู่อาศัยยังคงต้องการบ้านเดี่ยวแต่ในรูปแบบการปลูก หรือสร้างเอง

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างคนทั่วไปและผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพตามปัจจัยต่างๆ เกี่ยวกับที่อยู่อาศัย สามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5-10 เปรียบเทียบข้อมูลข้อมูลที่อยู่อาศัยระหว่างคนทั่วไปและผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ

ที่อยู่อาศัย	คนทั่วไป	ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ
1. สาเหตุในการซื้อที่อยู่อาศัย	สถานที่ศึกษาของบุตร ต้องการบ้านที่อยู่ให้สถานที่ทำงาน	แต่งงาน ประกอบธุรกิจ
2. ข้อจำกัดในการซื้อที่อยู่อาศัย	รายได้	เวลา และทำเล
3. ความสามารถในการซื้อที่อยู่อาศัย	ร้อยละ 40 ของเงินเดือน	ร้อยละ 10 – 15 ของรายได้บริษัท
4. ลักษณะที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	บ้านเดี่ยว	บ้านเดี่ยวปลูกเอง
5. สิ่งอำนวยความสะดวก	ระบบรักษาความปลอดภัย ที่ออกกำลังกาย	ระบบรักษาความปลอดภัย พื้นที่จอดรถ พื้นที่สวน

จากตารางข้างต้นจะเห็นความแตกต่างเรื่องที่อยู่อาศัยระหว่างคนทั่วไปและผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพไม่ว่าจะเป็นสาเหตุในการซื้อที่อยู่อาศัย ซึ่งคนทั่วไปจะมีการย้ายที่อยู่อาศัย หรือซื้อที่อยู่อาศัยใหม่ เนื่องจากต้องการให้บ้านอยู่ใกล้สถานศึกษาของบุตรและสถานที่ทำงาน⁵¹ ⁵² โดยมีรายได้เป็นข้อจำกัดในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ทั้งนี้คนทั่วไปจะสามารถซื้อที่อยู่อาศัยได้ร้อยละ 40 ของรายได้ตนเอง และต้องการที่อยู่อาศัยลักษณะบ้านเดี่ยวมากที่สุด โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการเหมือนกับผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพคือให้ความสำคัญกับเรื่องระบบความปลอดภัยมากที่สุด⁵³ ในขณะที่ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพมีการซื้อที่อยู่อาศัยใหม่เนื่องจากมีการแต่งงานสร้างครอบครัวใหม่ หรือการประกอบธุรกิจ ซึ่งมีข้อจำกัดในการซื้อที่อยู่อาศัยคือเรื่องเวลา หมายถึงกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพไม่ต้องการเสียเวลาในการเดินทางไปยังสถานที่ทำงาน ดังนั้นจึงมีความต้องการให้ที่อยู่อาศัยของตนที่อยู่ภายในบริเวณเดียวกับสถานที่ทำงาน อีกทั้งธุรกิจที่ทำยังเป็นธุรกิจในระดับอุตสาหกรรม ดังนั้นหากอยากมีบ้านอยู่ในพื้นที่เดียวกับสถานที่ทำงานจึงมีข้อจำกัดในเรื่องทำเลที่ต้องอยู่บริเวณชานเมือง โดยผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพส่วนใหญ่จะซื้อที่อยู่อาศัยในราคาร้อยละ 10 – 15 ของรายได้บริษัท ทั้งนี้ลักษณะที่อยู่อาศัยที่ต้องการคือบ้านเดี่ยวปลูกเองเนื่องจากตอบสนองความต้องการในเรื่องของมีพื้นที่อยู่อาศัยบริเวณเดียวกับสถานที่ทำงาน

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกรณีศึกษาจำนวน 20 คน มีความต้องการที่อยู่อาศัยบริเวณเดียวกับสถานที่ทำงานซึ่งแสดงได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5-11 แสดงช่วงเวลาในการเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปที่ทำงานของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ

ช่วงเวลา (นาที)	ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ
0 - 10	11	55
11 - 20	2	10
21 - 30	5	25
31 - 40	2	10
รวม	20	100

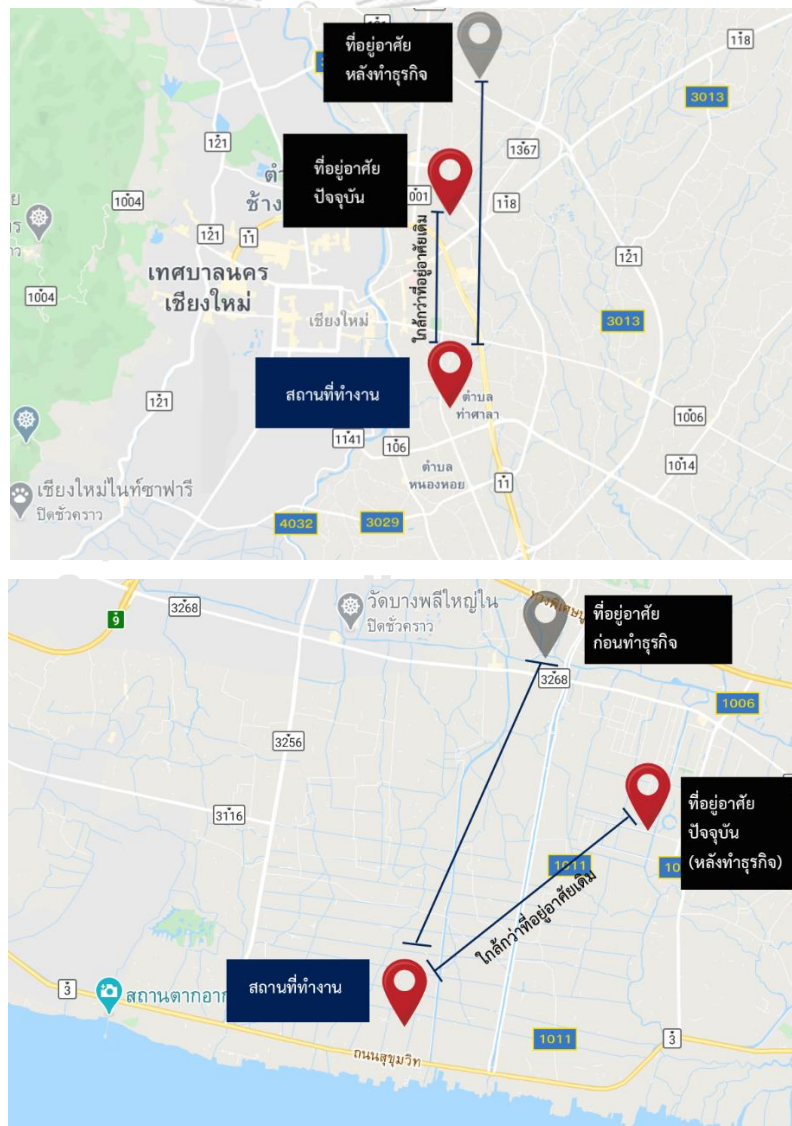
จากข้อมูลที่ได้มาแสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกรณีศึกษากลุ่มนี้จะใช้เวลาการเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังแหล่งงาน เฉลี่ย 17 นาที โดยผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้จะมีที่อยู่อาศัยที่ใกล้สถานที่ทำงานเพื่อต้องการใช้เวลาในการเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังสถานที่ทำงานให้น้อย

⁵¹ นางสาวศรินทร์พร อินทร์ใจเอื้อ. ทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวของประชากรในแต่ละช่วงอายุในกรุงเทพมหานคร.

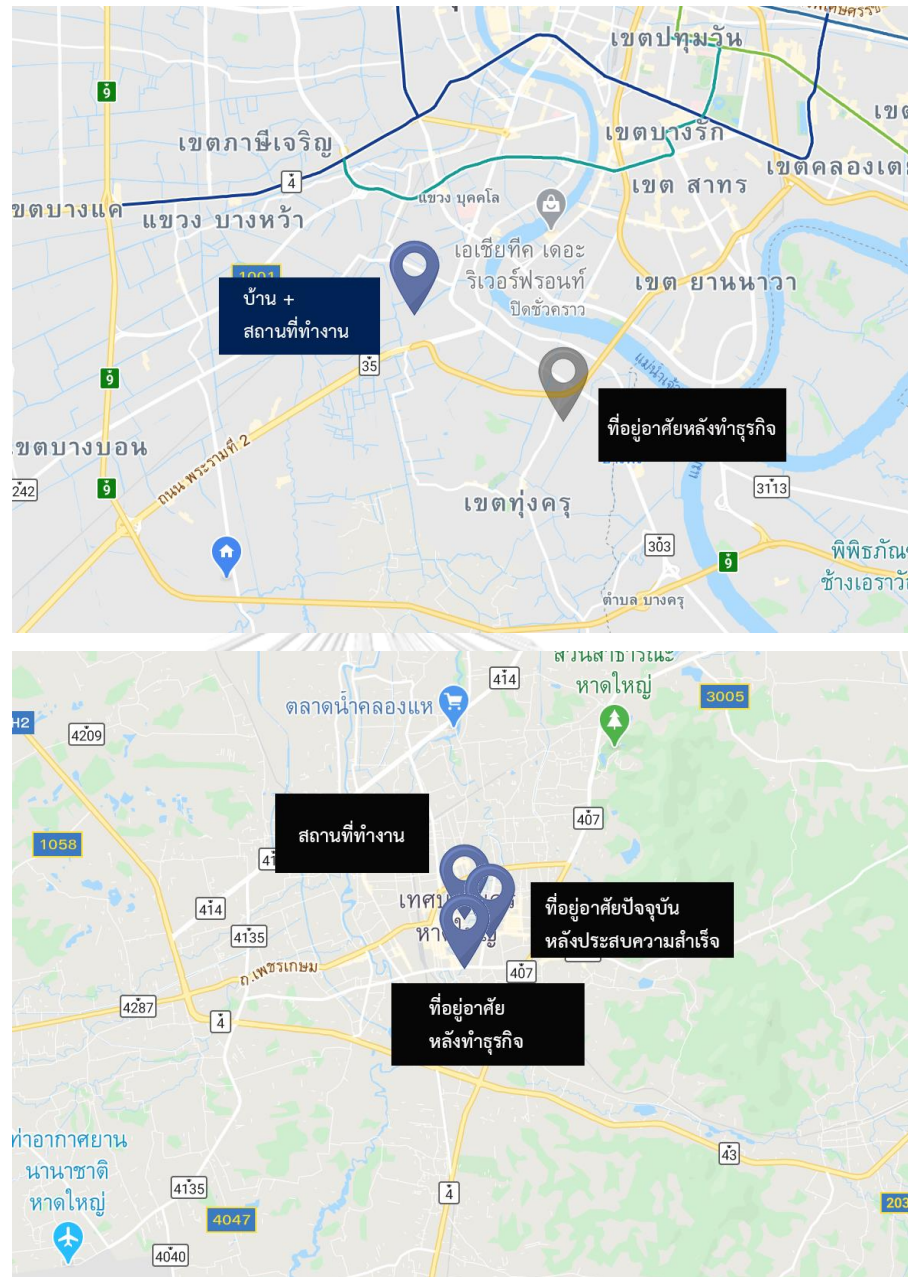
⁵² นายสุกิจ ตรีวัฒนพงศ์. ความต้องการที่อยู่อาศัยของคนทำงานย่านถนนสาทร.

⁵³ ภิญญเดช มาเจริญ. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2555.

ที่สุด นอกจากนี้บางส่วนยังมีเวลาในการเดินทางไปยังสถานที่ทำงานเพียง 0 นาที เนื่องจากสถานที่ทำงาน และที่พักอาศัยอยู่ในพื้นที่เดียวกันจึงไม่มีเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ซึ่งกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เพิ่งมีการย้ายที่อยู่อาศัยไปเข้าไปยังสถานที่ทำงานตามความต้องการของตนเอง และบางส่วนมีเวลาในการเดินทางไปยังสถานที่ทำงานมากกว่า 30 นาที ซึ่งเวลาในการเดินทางที่สูงนี้แสดงให้เห็นว่ากลุ่มนี้มีอยู่อาศัยที่ค่อนข้างไกลจากสถานที่ทำงาน แต่กลุ่ม ๆ นี้ได้มีการวางแผนจะซื้อที่อยู่อาศัยในอนาคตในพื้นที่เดียวกับสถานที่ทำงาน ทว่าสถานที่งานที่ว่่านั้นมีได้อยู่ในตัวเมือง เนื่องจากธุรกิจที่มีรายได้ 100 ล้านบาทปีนั้นถือว่าเป็นธุรกิจระดับอุตสาหกรรม ดังนั้นสถานที่ทำงานของกลุ่ม ๆ นี้จะอยู่บริเวณชานเมือง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความต้องการด้านที่อยู่อาศัยของคนกลุ่มนี้ต้องการที่อยู่อาศัยที่อยู่บริเวณชานเมือง สงบ และสิ่งที่ไม่ได้เสียคือเรื่องความปลอดภัย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มาก นอกจากนี้ที่อยู่อาศัยใกล้บริเวณแหล่งงานแล้ว กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จยังมีที่อยู่อาศัยอื่นอีกด้วย



ภาพที่ 5-8 แสดงตัวอย่างการย้ายที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X จำนวน 2 คน



ภาพที่ 5-9 แสดงตัวอย่างการย้ายที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y จำนวน 2 คน

จากภาพข้างต้นจะเห็นว่าหลังประสบความสำเร็จในอาชีพไม่ว่าจะเป็น Generation X หรือ Generation Y ผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯและปริมณฑล หรือต่างจังหวัด จะมีการย้ายที่อยู่อาศัย หรือซื้อที่อยู่อาศัยบริเวณสถานที่ทำงาน จากภาพจะเห็นว่าผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพบางคนมิได้ย้ายที่อยู่อาศัยออกจากพื้นที่เดิม เนื่องจากมีสถานที่ทำงานอยู่บริเวณที่พักอาศัยอยู่แล้ว แต่จะเป็นการเปลี่ยนแปลงลักษณะที่อยู่อาศัย หรือเพิ่มขนาดที่อยู่อาศัยให้ใหญ่ขึ้นมีบริเวณมากขึ้น ซึ่งหมายความว่า การประสบความสำเร็จในอาชีพนั้นเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการความต้องการที่อยู่อาศัย ทว่านอกจากเรื่องรายได้แล้วยังต้องอาศัยปัจจัยอื่น ๆ ด้วยไม่ว่าจะเป็นปัจจัยภายในทางด้านเศรษฐกิจ หรือสังคม อย่งไรก็ดีเมื่อได้

พิจารณาถึงเรื่องการย้ายที่อยู่อาศัยนั้นจะพบว่า กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพจะมีการย้ายที่อยู่อาศัยในขนาดใหญ่ขึ้น โดยผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพจะมีความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองเพิ่มเติมหลังจากที่ตนรู้สึกว่าจะประสบความสำเร็จในอาชีพแล้ว และกลุ่ม ๆ นี้มีความต้องการที่อยู่อาศัยบริเวณแหล่งงานของตน เนื่องจากตนเป็นเจ้าของธุรกิจ โดยเมื่อมีการย้ายที่อยู่อาศัยใหม่ และที่อยู่อาศัยหลังเดิมจะยังคงเก็บไว้เป็นกรรมสิทธิ์ของตน ไม่ได้ขายออกไป

ตารางที่ 5-12 แสดงช่วงที่ประสบความสำเร็จในอาชีพของกรณีศึกษาจำนวน 20 คนต่อการเลือกและการวางแผนที่อยู่อาศัย รวมถึงการได้มาซึ่งที่อยู่อาศัย

ช่วงของช่วงในการประสบความสำเร็จอาชีพ	ลักษณะที่อยู่อาศัยที่เลือก และการวางแผนที่อยู่อาศัย	การได้มาซึ่งที่อยู่อาศัย
1. ช่วงก่อนประสบความสำเร็จ	ห้องชุด ห้องเช่าราคาไม่สูง อยู่ในเมือง	เช่า
2. ช่วงประสบความสำเร็จ	บ้านตนเอง เช่น บ้านเดี่ยวอยู่ใกล้ที่ทำงาน	ผ่อนซื้อ
3. ช่วงหลังประสบความสำเร็จ	บ้านตนเอง (ขนาดใหญ่ขึ้น/ซื้อที่อยู่อาศัยกรรมสิทธิ์ตนเองเพิ่มเติม)	ผ่อนซื้อ หรือซื้อเงินสด เมื่อที่อยู่อาศัยต่ำกว่า 3 ล้านบาท
4. ช่วงเกษียณ	ปลูกบ้านเองที่ภูมิลำเนาเดิม ในพื้นที่ที่มีความสงบ	

จากตารางข้างต้น แสดงให้เห็นว่าช่วงก่อนประสบความสำเร็จ, ช่วงประสบความสำเร็จ และช่วงหลังประสบความสำเร็จในธุรกิจนั้น ๆ กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพจะมีการเปลี่ยนหรือย้ายที่อยู่อาศัย ซึ่งหมายความว่า การประสบความสำเร็จในอาชีพนั้นเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการความต้องการที่อยู่อาศัย โดยกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกรณีศึกษากลุ่มนี้จะมีการย้ายที่อยู่อาศัยในขนาดใหญ่ขึ้นตามลำดับ นอกจากนี้ก็ยังมีความต้องการที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองเพิ่มเติมด้วย โดยที่อยู่อาศัยในช่วงก่อนประสบความสำเร็จจะเป็นการเช่าอยู่อาศัย เนื่องจากมีการย้ายที่อยู่อาศัยตามสถานศึกษา และมีการเริ่มผ่อนซื้อเมื่อเริ่มทำธุรกิจ มีรายได้มากขึ้น ซึ่งอยู่ในช่วงประสบความสำเร็จ ทั้งนี้หลังจากประสบความสำเร็จกลุ่ม ๆ นี้มักจะมีการใช้เงินสดซื้อที่อยู่อาศัยหากที่อยู่อาศัยนั้นราคาไม่เกิน 3 ล้านบาท และยังคงผ่อนซื้อที่อยู่อาศัยที่ตนเองอาศัยเนื่องจากราคาที่อยู่อาศัยค่อนข้างสูง ซึ่งในการซื้อจะต้องมีเงินสำรองร้อยละ 50 ของราคาบ้าน โดยผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้จะได้รับข้อเสนอที่ดีจากทางสถาบันการเงินจึงทำให้มีการผ่อนซื้อมากกว่าใช้เงินสดเพื่อทำให้การใช้เงินของตนเกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งนี้ในช่วงหลังประสบความสำเร็จที่ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้มีความต้องการที่อยู่อาศัยเพื่อเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองเพิ่มเติมจะมีได้ซื้อที่อยู่อาศัยพร้อมกันทีเดียวในหลาย ๆ หลัง แต่จะเป็นการซื้อทีละหลัง ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความต้องการซึ่งที่ดินหรือทำเล หรือข้อเสนอจากสถาบันการเงิน เป็นต้น จากที่กล่าวมาข้อมูลทั้งหมดแสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพนั้นมีที่อยู่อาศัยมากกว่า 1 หลัง ซึ่งสาเหตุนั้นมีด้วยกัน 2 ประการ คือ

1) ซื้อเพื่อเก็งกำไร และซื้อเพื่อลงทุน เมื่อผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพซื้อบ้านหลังจากประสบความสำเร็จเพื่ออยู่อาศัยแล้วนั้น ผู้ประสบความสำเร็จจะยังมีความต้องการที่อยู่อาศัย โดยที่อยู่อาศัยใน

หลังที่ 2 และหลังถัด ๆ ไปจะเป็นการซื้อเพื่อเก็งกำไร หรือลงทุน ซึ่งในการซื้อที่อยู่อาศัยเพิ่มนั้นสาเหตุมาจากการมีรายได้ที่ดีขึ้น โดยส่วนใหญ่จะชอบลงทุนมากกว่าเนื่องจากได้มีกรรมสิทธิ์เป็นของตนเอง อีกทั้งยังสามารถใช้สอยได้ตามความต้องการ ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพมีการซื้ออสังหาริมทรัพย์สำหรับลงทุน คิดเป็นร้อยละ 30 ซึ่งส่วนใหญ่จะซื้อในบริเวณต่างถิ่น เนื่องจากสามารถใช้เป็นที่พักผ่อนของตนได้ด้วย อีกทั้งยังสามารถใช้เป็นที่พักอาศัยชั่วคราวเมื่อต้องไปทำงานต่างถิ่น โดยจะเลือกทำเลบริเวณใกล้สถานที่ทำงานของตนในต่างถิ่น โดยมีรูปแบบเป็นอาคารชุดบ้าง ทาวน์เฮ้าส์บ้าง ทั้งนี้ผู้ประสบความสำเร็จจะเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในลักษณะอาคารชุดหากภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ในขณะที่ผู้มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดนอกเหนือจากที่กล่าวมาจะเลือกซื้อเป็นลักษณะทาวน์เฮ้าส์ เนื่องจากมีความคุ้นเคยกับที่อยู่อาศัยลักษณะนี้ อีกทั้งในต่างจังหวัดบางจังหวัดอาคารชุดยังมีไม่มากนัก ซึ่งหากซื้อเพื่อการลงทุนก็มักจะซื้อลักษณะที่อยู่อาศัยที่คนบริเวณนั้นนิยม

2) **ซื้อเพื่อค้าขาย** เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพที่สร้างรายได้มหาศาลจากการทำธุรกิจของตนเอง ซึ่งกลุ่ม ๆ นี้จะให้ความสำคัญกับธุรกิจของตนมาก ดังนั้นไม่ใช่เรื่องแปลกหากผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้จะซื้อที่อยู่อาศัยเพื่อการค้าขาย เช่น การใช้เป็นหน้าร้านโชว์สินค้า หรือเปิดสาขา เป็นต้น โดยผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้จะซื้อที่อยู่อาศัยเพื่อสำหรับค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 30 ส่วนใหญ่ลักษณะที่อยู่อาศัยที่ซื้อเพื่อค้าขายจะเป็นอาคารพาณิชย์ หรือทาวน์เฮ้าส์ โดยมีชั้นล่างเป็นหน้าร้านส่วนชั้นบนเป็นที่อยู่อาศัย ซึ่งวัตถุประสงค์นี้จะเป็นการอยู่เพียงช่วงระยะเวลาหนึ่ง เนื่องจากผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพมองว่าในอนาคตมีความต้องการย้ายออกมาเพื่ออยู่อาศัยกับครอบครัวในลักษณะที่อยู่อาศัยที่มีบริเวณมากขึ้น โดยไม่ได้ย้ายออกจากพื้นที่เดิม แต่จะเป็นการสร้างที่อยู่อาศัยใหม่ในพื้นที่เก่า



ภาพที่ 5-10 แสดงความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกรณีศึกษาจำนวน 20 คน

จากภาพข้างต้นสรุปได้ว่าในการซื้อที่อยู่อาศัยนั้น ที่อยู่อาศัยหลักแรกที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองจะมีวัตถุประสงค์การใช้คือการอาศัยหรือพักผ่อน ซึ่งผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้จะนิยมลักษณะบ้านเดี่ยวมากที่สุด ทว่าหากมีการซื้อที่อยู่อาศัยเพิ่มเติมเพื่อการเก็งกำไร หรือการลงทุนนั้นจะนิยมลักษณะอาคารชุด และจะนิยมอาคารพาณิชย์หากซื้อเพื่อทำการค้าขาย จะเห็นได้ว่าผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพมีการวางแผนที่ดีเรื่องที่อยู่อาศัย ซึ่งหลังจากประสบความสำเร็จแล้วผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพจะไม่ได้ย้ายที่อยู่อาศัยบ่อยนักเมื่อเทียบกับช่วงก่อนประสบความสำเร็จ เนื่องจากที่อยู่อาศัยหลังจากนี้เป็นที่อยู่

อาศัยที่มีการวางแผนก่อนที่จะซื้อ ไม่ใช่เพียงความต้องการขั้นพื้นฐานเพื่ออยู่อาศัยเท่านั้น แต่เป็นความต้องการที่อยู่อาศัยเพื่อความมั่นคง สามารถลงหลักปักฐานได้ และมองว่าเป็นที่อยู่อาศัยหลักให้แก่ตนเอง และครอบครัว หากไม่มีปัจจัยใด ๆ มากกระทบให้เกิดการย้ายที่อยู่อาศัยใหม่ ถึงแม้ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้จะยังอายุไม่มาก หรือเรียกได้ว่าประสบความสำเร็จเร็ว

จากข้อมูลทั้งหมด กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพภคณศึกษาจะมีการซื้อที่อยู่อาศัยกรรมสิทธิ์ตนเองในช่วงหลังทำธุรกิจที่เริ่มประสบความสำเร็จ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้อยู่อาศัย โดยมีการตัดสินใจซื้อจากปัจจัยด้านครอบครัว และการทำธุรกิจ ซึ่งลักษณะที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองหลักแรกที่ต้องการคือบ้านเดี่ยวแบบจัดสรร ทั้งนี้ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้จะเริ่มซื้อที่อยู่อาศัยเพิ่มทีละหลังในช่วงประสบความสำเร็จแล้ว โดยจะมีการซื้อที่อยู่อาศัยไว้เพื่อลงทุน/เก็งกำไร ในลักษณะอาคารชุดหรือทาวน์เฮ้าส์ และซื้อเพื่อค้าขาย เช่น เปิดเป็นหน้าร้านโชวสินค้า หรือเปิดเป็นสาขาของธุรกิจที่ตนทำ ในรูปแบบอาคารพาณิชย์ ทั้งนี้ช่วงหลังประสบความสำเร็จจะมีการซื้อที่อยู่อาศัยเพื่อการอยู่อาศัยอีกครั้ง แต่เป็นการขยายพื้นที่ใช้สอย และย้ายที่อยู่ไปในบริเวณเดียวกับสถานที่ทำงาน โดยลักษณะที่อยู่อาศัยที่ต้องการในครั้งนี้คือบ้านเดี่ยวแบบปลูกเอง ทั้งนี้ที่อยู่อาศัยหลังปัจจุบันของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้มีพื้นที่ใช้สอยที่ขนาดที่ใกล้เคียงกัน เฉลี่ย 200 ตารางเมตร โดยกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้ต้องการมีพื้นที่บริเวณด้านนอกเพื่อเป็นที่เก็บยานพาหนะ ปลูกต้นไม้ ทำกิจกรรมต่าง ๆ ฯลฯ นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าหากผู้ประสบความสำเร็จที่มีรายได้ 500 ล้านบาท/ปีขึ้นไป จะมีขนาดที่อยู่อาศัยของพื้นที่ใช้สอยมากกว่า 500 ตารางเมตร ซึ่งการมีที่อยู่อาศัยขนาดใหญ่นี้สาเหตุมาจากปัจจัยเสริมคือการซื้อเพื่อแสดงสถานะทางสังคม






























5.3 วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อเสนอแนะลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X และ


Y








ลักษณะที่อยู่อาศัยที่ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพนิยม คือ บ้านเดี่ยว ซึ่งจากข้อมูลทั้งหมดจะเห็นว่าผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตต้องการที่อยู่อาศัยอยู่ในบริเวณเดียวกับสถานที่ทำงาน เพื่อที่จะเสียเวลาในการเดินทางให้น้อยที่สุด หรือไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทาง แต่มีได้้อยู่ภายในตัวเมือง เนื่องจากสถานที่ทำงานในระดับธุรกิจอุตสาหกรรมที่นั้นจะอยู่ตามบริเวณชานเมือง

5.3.1 ลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จ Generation X

ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X นั้นมีการย้ายที่อยู่อาศัยบ่อยครั้ง ซึ่งแต่ละครั้งจะมีลักษณะที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และสังคมไม่ว่าจะเป็นรายได้ ขนาดครอบครัว ภูมิฐานะ และช่วงอายุ โดยกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ Generation X มีลักษณะที่อยู่อาศัย ดังภาพต่อไปนี้


ผู้ประสบ ความสำเร็จ อาชีพ	ลักษณะที่อยู่อาศัยก่อนประสบความสำเร็จ (Generation X)						
	หลังที่ 1	หลังที่ 2	หลังที่ 3	หลังที่ 4	หลังที่ 5	หลังที่ 6	หลังที่ 7
บุคคลที่ 1							
บุคคลที่ 2							
บุคคลที่ 3							
บุคคลที่ 4							
บุคคลที่ 5							



 แทน บ้านเดี่ยว
 แทน บ้านแฝด
 แทน ทาวน์เฮาส์
 แทน อาคารพาณิชย์
 แทน อาคารชุด
 แทน หอพัก
 แทน แคมป์นักศึกษา

ภาพที่ 5-11 แสดงลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X ก่อนมีรายได้ 100 ล้านบาท

จากภาพข้างต้นจะเห็นว่าลักษณะที่อยู่อาศัยก่อนประสบความสำเร็จส่วนใหญ่ใน Generation X จะนิยมที่อยู่อาศัยในลักษณะทาวน์เฮาส์ เนื่องจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ และสังคมที่ได้กล่าวมาข้างต้น โดยกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้จะเคยอยู่ที่อยู่อาศัยมากันหลายลักษณะ และเมื่อประสบความสำเร็จจนมีรายได้ 100 ล้านบาท/ปีแล้วนั้น จะมีลักษณะที่อยู่อาศัยที่ต้องการ ดังภาพต่อไปนี้


ผู้ประสบ ความสำเร็จใน อาชีพ	ลักษณะที่อยู่อาศัยหลังประสบความสำเร็จ (Generation X)	
	หลังที่ 1	หลังที่ 2
บุคคลที่ 1		-


ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ	ลักษณะที่อยู่อาศัยหลังประสบความสำเร็จ (Generation X)	
	หลังที่ 1	หลังที่ 2
บุคคลที่ 2		
บุคคลที่ 3	-	-
บุคคลที่ 4	-	-
บุคคลที่ 5	-	-

 แทน บ้านเดี่ยว
 แทน บ้านแฝด
 แทน ทาวน์เฮาส์
 แทน อาคารพาณิชย์
 แทน อาคารชุด
 แทน หอพัก
 แทน คอนโดมิเนียม

ภาพที่ 5-12 แสดงลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X หลังมีรายได้ 100 ล้านบาท

จากภาพข้างต้นจะเห็นว่าผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพคนที่ 1 และ 2 ซื้อที่อยู่อาศัยในลักษณะบ้านเดี่ยว ในขณะที่คนที่ 3 และ 4 ไม่ได้ซื้อที่อยู่อาศัยหลังจากมีรายได้ 100 ล้านบาท/ปี เนื่องจากเพิ่งซื้อที่อยู่อาศัยได้ไม่นาน โดยลักษณะที่อยู่อาศัยปัจจุบันคือ ทาวน์เฮาส์ ซึ่งในอนาคตมีการวางแผนจะซื้อที่อยู่อาศัยเพิ่มเติม ดังจะแสดงในภาพที่ 25 ในขณะที่คนที่ 5 พึงพอใจกับลักษณะที่อยู่อาศัยปัจจุบันอยู่แล้ว นั่นคือ บ้านเดี่ยว ดังนั้น ลักษณะที่อยู่อาศัยที่กลุ่ม ๆ นี้ต้องการคือ บ้านเดี่ยว เนื่องจากต้องการที่อยู่อาศัยที่มีพื้นที่ มีบริเวณในการทำกิจกรรมต่าง ๆ กับครอบครัว อีกทั้งยังมีความต้องการปลูกที่อยู่อาศัยบริเวณเดียวกับสถานที่ทำงาน ซึ่งลักษณะที่อยู่อาศัยบ้านเดี่ยวเหมาะสมที่สุดสำหรับกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X

ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ	ลักษณะที่อยู่อาศัยที่ต้องการในอนาคต (Generation X)
บุคคลที่ 1	
บุคคลที่ 2	-

ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ	ลักษณะที่อยู่อาศัยที่ต้องการในอนาคต (Generation X)
บุคคลที่ 3	
บุคคลที่ 4	
บุคคลที่ 5	



ภาพที่ 5-13 แสดงลักษณะที่อยู่อาศัยที่ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X ต้องการในอนาคต

จากภาพข้างต้นผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพคนที่ 1,2 และ 5 มีความพึงพอใจกับลักษณะที่อยู่อาศัยเดิมอยู่แล้วจึงไม่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยเพิ่ม หากจะเพิ่มเติมก็คือการซ่อมแซมต่อเติมที่อยู่อาศัยบ้างตามกาลเวลา ในขณะที่คนที่ 3 และ 4 มีการวางแผนว่าในอนาคตต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในลักษณะบ้านเดี่ยวซึ่งให้เหตุผลเดียวกับผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพท่านอื่น ๆ คือต้องการบ้านที่มีพื้นที่ มีบริเวณในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ภายในครอบครัวอีกทั้งยังต้องการที่อยู่อาศัยที่อยู่บริเวณเดียวกับสถานที่ทำงาน ดังนั้นลักษณะที่อยู่อาศัยบ้านเดี่ยวจึงเหมาะสมที่สุด

สรุปการเลือกที่อยู่อาศัยในแต่ละช่วงของ Generation X

จากข้อมูลข้างต้นที่กล่าวว่า กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X ทัศนศึกษากลุ่มนี้ จะมีการย้ายที่อยู่อาศัยเฉลี่ย 6 ครั้ง ซึ่งในแต่ละครั้งมีช่วงเวลา สาเหตุในการย้าย และการเลือกที่อยู่อาศัยดังนี้

ลำดับ	รูปแบบที่อยู่อาศัย	ช่วงอายุ	สาเหตุในการย้าย/เลือกที่อยู่อาศัย
1		0 - 10 ปี	ที่อยู่อาศัยหลังแรก โดยอาศัยร่วมกับครอบครัว ซึ่งส่วนใหญ่ครอบครัวประกอบธุรกิจค้าขาย
2		11 - 17 ปี	มีการย้ายที่อยู่อาศัยตามสถานศึกษา แต่ยังคงต้องการที่อยู่อาศัยที่สามารถประกอบธุรกิจได้
3		18 - 23 ปี	ย้ายออกมาอยู่คนเดียวบริเวณสถานศึกษา

ลำดับ	รูปแบบที่อยู่อาศัย	ช่วงอายุ	สาเหตุในการย้าย/เลือกที่อยู่อาศัย
4		24 - 27 ปี	ย้ายกลับมาอยู่ใกล้ครอบครัว เริ่มทำธุรกิจ
5		28 ปีขึ้นไป	ช่วงประสบความสำเร็จ เลือกลักษณะที่อยู่อาศัยตามที่ต้องการ
6	 or 		ซื้อที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองเพิ่ม เพื่อลงทุน เก็งกำไร หรือค้าขาย

















































ภาพที่ 5-14 แสดงสาเหตุในการย้าย/เลือกที่อยู่อาศัยในแต่ละครั้งของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X

จากภาพข้างต้นเป็นการแสดงตัวอย่างช่วงอายุ และสาเหตุในการย้าย/เลือกที่อยู่อาศัย ซึ่งจากข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง Generation X ทั้ง 5 คน จะมีลักษณะที่อยู่อาศัย ช่วงอายุ และสาเหตุในการย้ายคล้ายกัน โดยในช่วงแรกจนถึงช่วงอายุประมาณ 10 ปี ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้จะอยู่อาศัยกับครอบครัว ซึ่งประกอบธุรกิจค้าขายและครอบครัวมีได้มีรายได้สูงตั้งแต่แรก ต่อมาในช่วงอายุประมาณ 11 – 23 ปี จะมีการย้ายที่อยู่อาศัยตามสถานที่เรียน ซึ่งในช่วงแรกจะอาศัยอยู่กับครอบครัว และช่วงที่เริ่มเข้ามาหลายจะมีการย้ายออกมาอยู่คนเดียว โดยลักษณะที่อยู่อาศัยก็มีการเปลี่ยนแปลงตามสภาพปัจจัย ณ ขณะนั้น เมื่อเรียนจบจึงย้ายกลับมาอยู่กับครอบครัว และเริ่มทำงาน หรือประกอบธุรกิจ ซึ่งส่วนใหญ่จะเริ่มประสบความสำเร็จจนมีรายได้ 100 ล้านบาท เมื่ออายุ 28 ปีขึ้นไป นำมาสู่การซื้อที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง โดยเลือกลักษณะที่อยู่อาศัยจากความต้องการหลัก เช่น ปัจจัยด้านครอบครัว รูปแบบการใช้งาน เป็นต้น ซึ่งเมื่อหลังจากประสบความสำเร็จประมาณ 1 – 2 ปี จะเริ่มมีการซื้อที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองเพิ่มขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการลงทุน/เก็งกำไร หรือเปิดเป็นสาขาเพื่อไว้สำหรับค้าขาย และต่อยอดในธุรกิจของตนเอง

5.3.2 ลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จ Generation Y





ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y มีการย้ายที่อยู่อาศัยตามปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และสังคมไม่ว่าจะเป็นรายได้ ขนาดครอบครัว ภูมิภานา และช่วงอายุ ซึ่งลักษณะที่อยู่อาศัยในแต่ละหลังของผู้ประสบความสำเร็จ Generation Y แสดงดังภาพต่อไปนี้

ผู้ประสบ ความสำเร็จ ในอาชีพ	ลักษณะที่อยู่อาศัยก่อนประสบความสำเร็จ (Generation Y)				
	หลังที่ 1	หลังที่ 2	หลังที่ 3	หลังที่ 4	หลังที่ 5
บุคคลที่ 1					
บุคคลที่ 2					
บุคคลที่ 3					
บุคคลที่ 4					
บุคคลที่ 5					
บุคคลที่ 6					
บุคคลที่ 7					
บุคคลที่ 8					
บุคคลที่ 9					
บุคคลที่ 10					
บุคคลที่ 11					
บุคคลที่ 12					
บุคคลที่ 13					
บุคคลที่ 14					
บุคคลที่ 15					

 แทน บ้านเดี่ยว
  แทน บ้านแฝด
  แทน ทาวน์เฮ้าส์
  แทน อาคารพาณิชย์
  แทน อาคารชุด
  แทน หอพัก
  แทน แคมป์กิ้งมา

ภาพที่ 5-15 แสดงลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y ก่อนมีรายได้ 100 ล้าน

จากภาพข้างต้นจะเห็นว่าลักษณะที่อยู่อาศัยที่ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y ชอบอยู่ส่วนใหญ่ นั่น คือ บ้านเดี่ยว โดยการย้ายที่อยู่อาศัยนั้นจะไม่บ่อยเท่า Generation X ซึ่งการย้ายที่อยู่อาศัยก่อนประสบความสำเร็จนั้นสาเหตุมาจากการย้ายตามสถานที่ศึกษา ณ ช่วงเวลานั้น ๆ และธุรกิจของครอบครัว โดยกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้จะเคยเปลี่ยนที่อยู่มาหลายลักษณะที่อยู่อาศัย และเมื่อประสบความสำเร็จจนมีรายได้ 100 ล้านบาท/ปีแล้วนั้น จะมีลักษณะที่อยู่อาศัยที่ต้องการ ดังภาพต่อไปนี้

ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ	ลักษณะที่อยู่อาศัยหลังประสบความสำเร็จ (Generation Y)
บุคคลที่ 1	-
บุคคลที่ 2	-
บุคคลที่ 3	
บุคคลที่ 4	
บุคคลที่ 5	
บุคคลที่ 6	-
บุคคลที่ 7	-
บุคคลที่ 8	
บุคคลที่ 9	-
บุคคลที่ 10	-
บุคคลที่ 11	-
บุคคลที่ 12	-
บุคคลที่ 13	-
บุคคลที่ 14	-

ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ
ลักษณะที่อยู่อาศัยหลังประสบความสำเร็จ (Generation Y)

บุคคลที่ 15



ภาพที่ 5-16 แสดงลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y หลังมีรายได้ 100 ล้าน

จากภาพข้างต้นจะเห็นว่าหลังผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y มีรายได้ 100 ล้านบาทนั้น ส่วนใหญ่ยังไม่มีการซื้อที่อยู่อาศัย หรือย้ายที่อยู่อาศัยใหม่ทันที สาเหตุมาจากเมื่อกิจการเริ่มมีรายได้ที่ดีขึ้น กลุ่ม ๆ นี้ ได้มีการย้ายที่อยู่อาศัยมาก่อนหน้านั้นไม่นาน จึงไม่ได้มีการย้ายเพิ่มเติม แต่มีการวางแผนเรื่องที่อยู่อาศัยในอนาคต ดังภาพต่อไปนี้

ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ
ลักษณะที่อยู่อาศัยที่ต้องการในอนาคต (Generation Y)

บุคคลที่ 1



บุคคลที่ 2



บุคคลที่ 3

-

บุคคลที่ 4



บุคคลที่ 5



บุคคลที่ 6



บุคคลที่ 7



บุคคลที่ 8



บุคคลที่ 9



บุคคลที่ 10



บุคคลที่ 11



ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ	ลักษณะที่อยู่อาศัยที่ต้องการในอนาคต (Generation Y)
บุคคลที่ 12	
บุคคลที่ 13	
บุคคลที่ 14	
บุคคลที่ 15	-







ภาพที่ 5-17 แสดงลักษณะที่อยู่อาศัยที่ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y ต้องการอยู่อาศัยในอนาคต

จากภาพข้างต้นจะเห็นว่าผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y มีความต้องการที่อยู่อาศัยในอนาคตในลักษณะบ้านเดี่ยว เนื่องจากต้องการมีพื้นที่และบริเวณในการทำกิจกรรมต่าง ๆ กับครอบครัว ประกอบกับสมาชิกครอบครัวที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต และต้องการที่อยู่อาศัยบริเวณเดียวกับสถานที่ทำงาน ซึ่งลักษณะที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมที่สุดคือบ้านเดี่ยว โดยมีบางส่วนที่เพิ่งทำการซื้อที่อยู่อาศัยในช่วง 1 – 2 ปีที่ผ่านมา ไม่ได้มีแผนที่จะซื้อที่อยู่อาศัยเพิ่มในอนาคตเพื่ออยู่อาศัย หากแต่มีแผนจะซื้อที่อยู่อาศัยเพิ่มเพื่อการลงทุน และเก็งกำไร ในพื้นที่ต่างถิ่นหรือซื้อเพื่อแวะไปตรวจงานตามสาขาธุรกิจของตน

สรุปการเลือกที่อยู่อาศัยในแต่ละช่วงของ Generation Y

จากข้อมูลข้างต้นที่กล่าวว่า กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y กรณีศึกษากลุ่มนี้ จะมีการย้ายที่อยู่อาศัยเฉลี่ย 3 ครั้ง ซึ่งในแต่ละครั้งมีช่วงเวลา สาเหตุในการย้าย และการเลือกที่อยู่อาศัยดังนี้

ลำดับ	รูปแบบที่อยู่อาศัย	ช่วงอายุ	สาเหตุในการย้าย/เลือกที่อยู่อาศัย
1		0 – 17 ปี	ที่อยู่อาศัยหลังแรก โดยอาศัยร่วมกับครอบครัว
2	 or 	18 – 25 ปี	มีการย้ายที่อยู่อาศัยตามสถานศึกษา โดยกลุ่มภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดจะเลือกหอพัก ในขณะที่กลุ่มภูมิลำเนากรุงเทพ และปริมณฑลจะไม่ค่อยย้ายออกโดยจะอาศัยอยู่บ้านเดิมกับครอบครัว
3		26 ปีขึ้นไป	ที่อยู่อาศัยกรรมสิทธิ์ตนเอง



ภาพที่ 5-18 แสดงสาเหตุในการย้าย/เลือกที่อยู่อาศัยในแต่ละครั้งของผู้ประสบความสำเร็จกรณีศึกษา Generation Y

จากภาพข้างต้นเป็นการแสดงตัวอย่างช่วงอายุ และสาเหตุในการย้าย/เลือกที่อยู่อาศัย ซึ่งจากข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง Generation Y ทั้ง 15 คน จะมีลักษณะที่อยู่อาศัย ช่วงอายุ และสาเหตุในการย้ายคล้ายกัน โดยในช่วงแรกจนถึงอายุประมาณ 17 ปี ผู้ประสบความสำเร็จจรรยาวิชา Generation Y ไม่ได้มีการย้ายที่อยู่อาศัยโดยจะอยู่อาศัยกับครอบครัวในลักษณะที่อยู่อาศัยบ้านเดี่ยว และจะเริ่มย้ายที่อยู่อาศัยเมื่อช่วงเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีศึกษา ซึ่งกลุ่มที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดส่วนใหญ่จะเลือกที่อยู่อาศัยลักษณะหอพัก เนื่องจากทำเล และราคาที่ตอบสนองความต้องการได้ ในขณะที่กลุ่มภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯ และปริมณฑลจะไม่ค่อยย้ายออก แต่จะอยู่อาศัยที่บ้านเดิมกับครอบครัว เนื่องจากสามารถเดินทางจากบ้านไปยังสถานศึกษาได้ และจะซื้อที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ตนเองเมื่อเริ่มทำธุรกิจได้ประมาณ 2 ปี หรือช่วงประสบความสำเร็จในอาชีพ โดยมีความต้องการที่อยู่อาศัยในลักษณะบ้านเดี่ยว และเมื่อทำการดูการย้ายที่อยู่อาศัยของ Generation X ตอนอายุเท่าช่วง Generation Y ก็พบว่า Generation Y ปัจจุบันมีการย้ายที่อยู่อาศัยน้อยกว่า ซึ่งส่วนใหญ่เพิ่งมีการซื้อที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองหลังแรกและยังมีความต้องการที่อยู่อาศัยเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เพิ่มเติมในอนาคต ดังนั้น Generation Y ปัจจุบันจึงมีความต้องการที่อยู่อาศัยในอนาคตมากกว่า Generation X

สรุปได้ว่า Generation X และ Y จะมีความแตกต่างกันด้านลักษณะที่อยู่อาศัย โดยก่อนประสบความสำเร็จ Generation X จะนิยมลักษณะที่อยู่อาศัยคือ ทาวน์เฮาส์ ในขณะที่ Generation Y จะนิยมลักษณะที่อยู่อาศัยคือ บ้านเดี่ยว ทั้งนี้ลักษณะที่อยู่อาศัยที่ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพทั้ง 2 Generation ต้องการในอนาคตหรือหลังประสบความสำเร็จในอาชีพแล้วคือ บ้านเดี่ยว เนื่องจากต้องการที่อยู่อาศัยที่มีบริเวณ สามารถมีพื้นที่ไว้เก็บยานพาหนะ หรือทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้ โดยผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพจะซื้อที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองในช่วงเริ่มประกอบธุรกิจ และมีการซื้อที่อยู่อาศัยเพิ่มทีละหลังดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5-13 แสดงช่วงเวลาในการซื้อที่อยู่อาศัยกรรมสิทธิ์ของตนเอง

ผู้ประสบ ความสำเร็จใน อาชีพ	การซื้อที่อยู่อาศัยกรรมสิทธิ์ตนเอง					
	หลังประกอบธุรกิจ		ก่อนประสบความสำเร็จ		หลังประสบความสำเร็จ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
Generation X	5	100	5	100	2	40
Generation Y	9	60	10	66.67	7	46.67

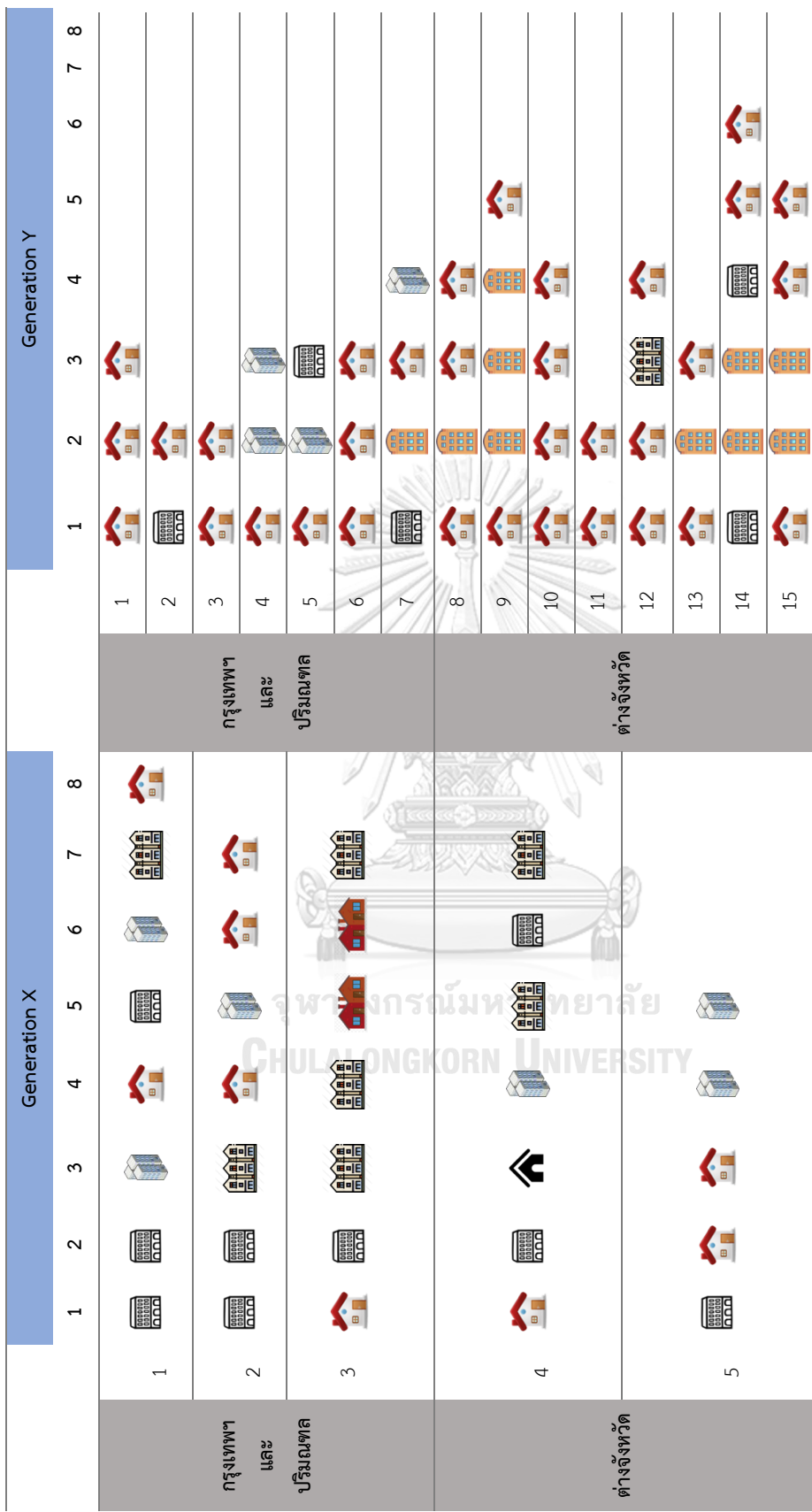
จากตารางข้างต้นจะเห็นว่าผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X ส่วนใหญ่จะซื้อที่อยู่อาศัยในช่วงที่มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการทำธุรกิจ อีกทั้งบางส่วนยังมีการซื้อที่อยู่อาศัยเพิ่มเติมในช่วงหลังประสบความสำเร็จ ในขณะที่ Generation Y จะมีการซื้อที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองในช่วงหลังประกอบธุรกิจ ก่อนประสบความสำเร็จ และหลังประสบความสำเร็จ ทั้งนี้แสดงให้เห็นว่าผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้เริ่มจะมีที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองควบคู่ไปกับช่วงที่สร้างธุรกิจ โดยมองว่าเมื่อมีรายได้ถึงจุดนี้ประกอบกับปัจจัยด้านครอบครัวก็พร้อมที่จะมีที่อยู่อาศัยโดยไม่ต้องรอให้มีรายได้สูงแล้วซื้อทีเดียว แต่จะเริ่มซื้อที่อยู่อาศัยเมื่อมีปัจจัยต่าง ๆ

มากกระตุ้น และจะมีการขยายที่อยู่อาศัย หรือซื้อเพิ่มที่อยู่อาศัยเมื่อตนเองมองว่ารายได้ของตนเพียงพอกับความ ต้องการที่อยู่อาศัยในราคาที่ตนกำหนด ซึ่งผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพทั้ง 2 Generation จะมีงบประมาณในการ ซื้อที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันดังต่อตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5-14 แสดงงบประมาณการซื้อที่อยู่อาศัยในอนาคตของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X และ Generation Y

ผู้ประสบความสำเร็จใน อาชีพ	งบประมาณในการซื้อที่อยู่อาศัยที่ ต้องการในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ
Generation X	ไม่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยเพิ่มเติม	3	60
	1 – 10 ล้านบาท	1	20
	11 – 20 ล้านบาท	1	20
	20 ล้านบาทขึ้นไป	0	0
Generation Y	ไม่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยเพิ่มเติม	2	13.33
	1 – 10 ล้านบาท	3	20
	11 – 20 ล้านบาท	4	26.67
	20 ล้านบาทขึ้นไป	6	40

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่าผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X และ Generation Y มี งบประมาณการซื้อที่อยู่อาศัยที่มีความแตกต่างกัน โดยผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X ส่วนใหญ่ไม่ ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยเพิ่มเติมเนื่องจากเพิ่งมีการซื้อที่อยู่อาศัยก่อนหน้านี้ไม่นาน แต่หากมีการซื้อที่อยู่อาศัยเพิ่มเติม จะมีการตั้งงบประมาณในการซื้อไม่เกิน 20 ล้านบาท ในขณะที่ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y ยังมึ ความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยอยู่ ซึ่งมีความต้องการที่อยู่อาศัยที่อยู่ในพื้นที่บริเวณเดียวกับสถานที่ทำงาน โดยส่วนใหญ่ ตั้งงบประมาณอยู่ที่ 20 ล้านบาทขึ้นไป จะเห็นได้ว่าผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y มีการตั้ง งบประมาณในการซื้อที่อยู่อาศัยมากกว่าผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X โดยผู้ประสบความสำเร็จใน อาชีพทั้ง 20 คน มีลักษณะที่อยู่อาศัยทั้งหมดตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ดังภาพต่อไปนี้



แทน บ้านเดี่ยว
 แทน บ้านแฝด
 แทน ทาวน์เฮ้าส์
 แทน อาคารพาณิชย์
 แทน อาคารชุด
 แทน คอนโด
 แทน บ้านพัก
 แทน แคมป์นักศึกษา

ภาพที่ 5-19 แสดงจำนวนการย้ายที่อยู่อาศัย และลักษณะที่อยู่อาศัยที่เปลี่ยนแปลงตาม Generation

5.4 สรุปผลการศึกษา

5.4.1 ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และสังคม ในการวางแผนด้านที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ

5.4.1.1 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

ปัจจัยด้านรายได้ การมีรายได้เพิ่มขึ้นนั้นเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพเกิดการย้ายที่อยู่อาศัย หรือมีความต้องการที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้น ใหม่ขึ้น มีสภาพแวดล้อม และสภาพสังคมที่ดีขึ้นกว่าเดิม เมื่อมีรายได้ที่ดีขึ้นนอกจากมองหาที่อยู่อาศัยใหม่แล้ว การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยก็จะตามมา โดยอาจจะมีการซื้อที่อยู่อาศัยมากกว่า 1 หลัง หากแต่มีได้ซื้อเพื่อการอยู่อาศัย แต่จะเป็นการลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์แล้วปล่อยเช่าต่อ หรือการซื้อเพื่อค้าขาย การเปิดสาขา เป็นต้น

5.4.1.2 ปัจจัยด้านสังคม

ปัจจัยด้านช่วงอายุ ผู้ประสบความสำเร็จ Generation X ในขณะที่ช่วงอายุเท่า Generation Y (หรือในขณะที่อยู่ในช่วงอายุ Generation Y) จะมีการย้ายที่อยู่อาศัยน้อยกว่ากลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y ปัจจุบัน ซึ่งเฉลี่ยได้ 6 ครั้ง ในขณะที่กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y ปัจจุบันมีการย้ายที่อยู่อาศัยเฉลี่ย 3 ครั้ง อีกทั้งรูปแบบที่อยู่อาศัยช่วงก่อนประสบความสำเร็จมีความแตกต่างกัน แต่ความต้องการที่อยู่อาศัยหลังประสบความสำเร็จเหมือนกันคือต้องการที่อยู่อาศัยรูปแบบบ้านเดี่ยว

ปัจจัยด้านภูมิลำเนา ผู้ที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ต่างจังหวัดจะมีการย้ายที่อยู่อาศัยน้อยกว่าผู้ที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่กรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยผู้ที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ต่างจังหวัดจะมีการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัย หรือย้ายที่อยู่อาศัยบ่อยในช่วงวัยเรียน และเมื่อดูพฤติกรรมของผู้ที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่กรุงเทพฯ และปริมณฑลของ Generation X และ Y แล้วจะเห็นว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ Generation X และ Y ของผู้ที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ต่างจังหวัด พฤติกรรมการเปลี่ยนที่อยู่อาศัยไม่แตกต่างกันมาก นอกจากนี้ความต้องการที่อยู่อาศัยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อลงทุน เก็งกำไร หรือค้าขาย ยังมีความแตกต่างกัน กล่าวคือผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดจะให้ความสนใจที่อยู่อาศัยในรูปแบบทาวน์เฮ้าส์ ในขณะที่ผู้ที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่กรุงเทพฯ และปริมณฑลจะให้ความสนใจกับที่อยู่อาศัยรูปแบบอาคารชุด

ปัจจัยด้านสมาชิกครัวเรือน ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยอีกหนึ่งปัจจัยคือสมาชิกครัวเรือน ซึ่งปัจจัยนี้จะเป็นตัวกำหนดขนาด และรูปแบบที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ โดยผู้ที่มีสมาชิกในครัวเรือนมากกว่า 2 คน จะนิยมที่อยู่อาศัยรูปแบบบ้านเดี่ยว เนื่องจากต้องการที่อยู่อาศัยที่มีบริเวณในการทำกิจกรรมต่าง ๆ หรือมีพื้นที่ไว้สำหรับเก็บยานพาหนะของตน

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยด้านสังคมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกขนาด, ลักษณะ และทำเลที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ โดยจำนวนสมาชิกครัวเรือน และรายได้จะเป็นตัวกำหนดขนาด และลักษณะที่อยู่อาศัย เมื่อมีรายได้มากขึ้น และจำนวนสมาชิกครัวเรือนเพิ่มขึ้น(2คนขึ้นไป) ลักษณะที่อยู่อาศัยที่ต้องการคือ บ้านเดี่ยว โดยจากข้อมูลข้างต้นพบว่าผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพให้ความสำคัญปัจจัยทางด้านสังคมมากกว่าปัจจัยด้านเศรษฐกิจ โดยปัจจัยแรกที่ทำให้ความสำคัญที่สุดคือครอบครัว คือจะมีการย้ายที่อยู่อาศัย หรือความต้องการที่อยู่อาศัยใหม่ต่อเมื่อสมาชิกในครอบครัวมีการเปลี่ยนแปลง หรือเปลี่ยนสถานที่ทำงาน

5.4.2 พฤติกรรมและแนวโน้มการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ

การตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยกรรมสิทธิ์ตนเองของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้มีสาเหตุมากจากการประกอบธุรกิจและการแต่งงานสร้างครอบครัวใหม่ โดยที่อยู่อาศัยหลังแรกจะต้องการในลักษณะบ้านเดี่ยวจัดสรร ซึ่งในเวลาต่อมาจะมีความต้องการที่อยู่อาศัยบริเวณเดียวกับสถานที่ทำงานบ้านเดี่ยวแบบปลูกเองจึงตอบสนองความต้องการมากกว่า ทั้งนี้ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ กรณีศึกษาเข้ารับเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้าน จะเลือกที่อยู่อาศัยที่มีพื้นที่เชื่อมโยงกัน กล่าวคือ ที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้ต้องเป็นที่อยู่อาศัยที่มีบริเวณ สามารถเดินเชื่อมโยงถึงกันระหว่างสถานที่ต่าง ๆ รวมถึงสถานที่ทำงานด้วย

ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกรณีศึกษากลุ่มนี้มีความต้องการที่อยู่อาศัย โดยมีวัตถุประสงค์แบ่งได้ 3 ข้อได้แก่ การซื้อที่อยู่อาศัยเพื่อการพักอาศัย การซื้อที่อยู่อาศัยเพื่อการลงทุน/เก็งกำไร การซื้อที่อยู่อาศัยเพื่อการขยายธุรกิจ หรือเปิดเป็นหน้าร้าน โดยช่วงก่อนประสบผลสำเร็จจากการทำธุรกิจนั้น กลุ่ม ๆ นี้มีการย้ายที่อยู่อาศัยตามสถานภาพ ณ ช่วงเวลานั้น ๆ เพื่อต้องการใช้เวลาในการเดินทางให้น้อยที่สุด และเมื่อมีรายได้มากขึ้น สถานภาพเปลี่ยนไป และปัจจัยทางสังคม และเศรษฐกิจที่เข้ามากระทบ ก็จะมีการย้ายที่อยู่อาศัยเพื่อตอบสนองความต้องการของตน โดยหลังจากประสบความสำเร็จแล้วกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพจะไม่ได้ย้ายที่อยู่อาศัยบ่อยเท่ากับช่วงก่อนประสบความสำเร็จเนื่องจากที่อยู่อาศัยหลังจากนี้เป็นที่อยู่อาศัยที่มีการวางแผนก่อนที่จะซื้อ ไม่ใช่เพียงต้องการที่อยู่อาศัยเท่านั้น แต่ต้องการที่อยู่อาศัยที่มั่นคง ลงหลักปักฐานได้ และมองว่าเป็นที่อยู่อาศัยหลักให้ตนเอง และครอบครัว หากไม่มีปัจจัยใด ๆ มากระทบให้เกิดการย้ายที่อยู่อาศัยใหม่ ถึงแม้ผู้ประสบความสำเร็จกลุ่มนี้จะยังอายุไม่มาก หรือเรียกได้ว่าประสบความสำเร็จเร็ว หากแต่ในอนาคตก็ไม่ได้มีแนวโน้มที่จะซื้อที่อยู่อาศัยเพื่ออยู่อาศัยเพิ่ม แต่จะเป็นปรับปรุงที่อยู่อาศัย เพิ่มพื้นที่ใช้สอย หรือระบบความปลอดภัยให้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้หากมีการซื้อที่อยู่อาศัยเพิ่มเติมจะเป็นการซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน นอกจากนี้ในการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพจะมีปัจจัยเรื่องเวลาและทำเลเป็นข้อจำกัด ในขณะที่ผู้มีรายได้ปานกลางมีปัจจัยเรื่องรายได้เป็นข้อจำกัด และผู้มีรายได้สูงมีปัจจัยเรื่องเวลาเป็นข้อจำกัด⁵⁴ โดยผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ

⁵⁴ ศุภฤกษ์ มัลลิกะมาลย์. แนวโน้มการพัฒนาเคหะการในเขตกรุงเทพมหานคร(ด้านตะวันออกและตะวันออกเฉียงเหนือ).

จะต้องการมีที่อยู่อาศัยในบริเวณเดียวกับสถานที่ทำงาน ซึ่งธุรกิจส่วนใหญ่คือธุรกิจระดับอุตสาหกรรม ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเลือกทำเลชานเมือง โดยให้ความสำคัญกับเรื่องความปลอดภัยสูง ต้องมีกล้องวงจรปิด อีกทั้งยังต้องการพื้นที่สำหรับปลูกต้นไม้ และพื้นที่จอดรถว่าผู้มียรายได้สูงจะต้องการที่อยู่อาศัยที่ใกล้ศูนย์กลางของเมือง โดยต้องมีพื้นที่สำหรับออกกำลังกาย พื้นที่เลี้ยงสัตว์ และพื้นที่จอดรถ ในขณะที่กลุ่มมียรายได้ปานกลางมีความต้องการที่พักอาศัยที่อยู่ใกล้ร้านค้า ร้านอาหาร หรือสวนสาธารณะ ที่มีการรักษาความปลอดภัยที่ดีและมีพื้นที่จอดรถเช่นกัน

5.4.3 รูปแบบที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X และ Y

5.4.3.1 Generation X ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X มีการย้ายที่อยู่อาศัยบ่อยครั้ง โดยแต่ละครั้งจะมีรูปแบบที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน ซึ่งมีสาเหตุมาจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยรูปแบบที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X ก่อนประสบความสำเร็จจะนิยมทาวน์เฮ้าส์เนื่องจากส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย รูปแบบที่อยู่อาศัยในรูปแบบทาวน์เฮ้าส์จึงตอบสนองความต้องการมากที่สุด และเมื่อประสบความสำเร็จจะเห็นได้ว่าผู้ประสบความสำเร็จเปลี่ยนรูปแบบที่อยู่อาศัยไปเป็นบ้านเดี่ยว เนื่องจากต้องการพื้นที่ใช้สอยเพิ่มเติม ไม่ว่าจะเป็นการใช้พื้นที่ในการจอดรถ หรือการทำกิจกรรมต่าง ๆ อีกทั้งยังมีความต้องการที่จะมีที่อยู่อาศัยในบริเวณเดียวกับสถานที่ทำงาน ซึ่งรูปแบบที่อยู่อาศัยบ้านเดี่ยวจะตอบสนองความต้องการของผู้ประสบความสำเร็จมากที่สุด จะเห็นได้ว่าผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพจะซื้อที่อยู่อาศัยก่อนหรือหลังประสบความสำเร็จประมาณ 2-3 ปี บ้างก็ซื้อก่อนเนื่องจากมองว่า ณ ตอนนั้นมีรายได้เยอะแล้ว และมีความสามารถเพียงพอที่จะซื้อที่อยู่อาศัย หรือมีปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการย้ายไปหาที่อยู่อาศัยใหม่ บ้างก็ซื้อหลังประสบความสำเร็จเนื่องจากต้องการที่อยู่อาศัยที่ปลูกเองต้องใช้ระยะเวลาในการวางแผน แต่มักจะซื้อที่ดินรอไว้ก่อน

5.4.3.2 Generation Y ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y จะมีการย้ายที่อยู่อาศัยไม่บ่อยเท่า Generation X โดยสาเหตุอาจเป็นเพราะช่วงอายุ แต่เมื่อทำการดูการย้ายที่อยู่อาศัยของ Generation X ตอนอายุเท่าช่วง Generation Y ก็พบว่า Generation Y ปัจจุบันมีการย้ายที่อยู่อาศัยน้อยกว่า ซึ่งส่วนใหญ่เพิ่งมีการซื้อที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองหลังแรกและยังมีความต้องการที่อยู่อาศัยเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เพิ่มเติมในอนาคต ดังนั้น Generation Y ปัจจุบันจึงมีความต้องการที่อยู่อาศัยในอนาคตมากกว่า Generation X ซึ่งรูปแบบที่อยู่อาศัยของกลุ่มนี้จะนิยมบ้านเดี่ยว เนื่องจากทั้งก่อนประสบความสำเร็จและหลังประสบความสำเร็จ รูปแบบที่อยู่อาศัยที่กลุ่ม ๆ นี้อยู่หรือซื้อใหม่ส่วนใหญ่จะเป็นบ้านเดี่ยว หรือแม้กระทั่งความต้องการที่อยู่อาศัยในอนาคตที่ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพได้มีการวางแผนที่จะซื้อหรือสร้างที่ก็ยังเป็นลักษณะบ้านเดี่ยว

ดังนั้นลักษณะที่อยู่อาศัยที่ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพทั้ง 2 Generation ต้องการคือ บ้านเดี่ยวที่ปลูกเอง และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ระบบรักษาความปลอดภัย กล้องวงจรปิด พื้นที่สำหรับปลูกต้นไม้ และพื้นที่จอดรถ เป็นต้น ซึ่งความต้องการที่กล่าวมาเป็นความต้องการที่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพในการอยู่

อาศัยจริง ในขณะที่ พิมรา เสนาพลสิทธิ์⁵⁵ กล่าวว่า กลุ่มผู้มีรายได้สูงหรือกลุ่มยับยั้งปีจะต้องการที่อยู่อาศัยที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สถานที่ออกกำลังกาย พื้นที่เลี้ยงสัตว์ และพื้นที่จอดรถ และ สุกิจ ตรียวนพงศ์⁵⁶ พบว่ากลุ่มคนวัยทำงานต้องการที่อยู่อาศัยที่อยู่ใกล้ร้านค้า ร้านอาหาร สนามเด็กเล่น หรือสวนสาธารณะ นอกจากการเลือกที่อยู่อาศัย ลักษณะบ้านเดี่ยวของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ ยังตอบสนองเหตุผลที่ว่าต้องการให้มีที่พักอาศัยในบริเวณเดียวกับสถานที่ทำงานมากที่สุด ทั้งนี้ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพจะซื้อที่อยู่อาศัยในนามของตนเอง และที่อยู่อาศัยที่ใช้ในการทำธุรกิจในนามของบริษัท ซึ่งผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพจะเลือกที่พักอาศัยบริเวณเดียวกับสถานที่ทำงานแต่อยู่ชานเมือง



⁵⁵ นางสาวพิมรา เสนาพลสิทธิ์. พฤติกรรมการอยู่อาศัยในอาคารชุดระดับราคาสูงของกลุ่มวัยเป็บริเวณสุขุมวิท เขตวัฒนา.

⁵⁶ นายสุกิจ ตรียวนพงศ์. ความต้องการที่อยู่อาศัยของคนทำงานย่านถนนสาทร.

บทที่ 6

การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากผลการลงพื้นที่เพื่อทำการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ ทัศนศึกษาแขกรับเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้าน จำนวน 20 คน แบ่งเป็น Generation X 5 คน และ Generation Y 15 คน นำมาซึ่งผลของการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- 6.1 อภิปรายผลงานวิจัยด้านเศรษฐกิจ และสังคม ของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ
- 6.2 อภิปรายผลงานวิจัยด้านพฤติกรรมกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ
- 6.3 อภิปรายผลงานวิจัยลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X และ Generation Y
- 6.4 ข้อค้นพบในงานวิจัย
- 6.5 ข้อเสนอแนะในการประยุกต์ใช้
- 6.6 ข้อเสนอแนะในการทำงานวิจัยต่อในอนาคต

6.1 อภิปรายผลงานวิจัยด้านเศรษฐกิจ และสังคม ของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ

1) ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกขนาด, ลักษณะ และทำเลที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ โดยจำนวนสมาชิกครัวเรือน และรายได้จะเป็นตัวกำหนดขนาด และลักษณะที่อยู่อาศัย เมื่อมีรายได้มากขึ้น และจำนวนสมาชิกครัวเรือนเพิ่มขึ้น(2คนขึ้นไป) ลักษณะที่อยู่อาศัยที่ต้องการคือ บ้านเดี่ยว

สอดคล้องกับ ฌอนอม อังคณะวัฒนา(2534) ที่กล่าวว่าผู้มีรายได้สูงมีความต้องการที่อยู่อาศัยลักษณะบ้านเดี่ยวมากที่สุด

2) ปัจจัยด้านภูมิลาเนาเป็นตัวกำหนดขนาดที่อยู่อาศัยด้วยเช่นกัน ซึ่งผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพที่มีภูมิลาเนา ได้แก่ กรุงเทพฯและปริมณฑลจะมีพื้นที่ใช้สอยของที่อยู่อาศัยคิดเป็นร้อยละ 75 ของขนาดที่ดินทั้งหมด และผู้ที่มีภูมิลาเนาต่างจังหวัดคิดเป็นร้อยละ 20 ของขนาดที่ดินทั้งหมด ซึ่งพื้นที่ใช้สอยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพทัศนศึกษาแขกรับเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้านส่วนใหญ่มีขนาดที่ไล่เลี่ยกันเฉลี่ย 200 ตารางเมตร ซึ่งกล่าวได้ว่าบ้านหรูไม่จำเป็นต้องใหญ่เสมอไป สิ่งที่คนกลุ่มนี้ซื้อคือความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัย

ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยจาก Coldwell Banker Global Luxury⁵⁷ ซึ่งมีการอ้างอิงถึงความต้องการของผู้มีรายได้สูงต่อที่อยู่อาศัยก่อนหน้านี้ว่า ผู้มีรายได้สูงจะเลือกซื้อบ้านหรูโดยดูว่าเพื่อนบ้านเป็นใคร โดยมีความต้องการซื้อบ้านหรูที่มีเพื่อนบ้านหรูๆ ร่วมอยู่เป็นเพื่อนบ้านในย่านเดียวกัน

⁵⁷ Coldwell Banker Global Luxury, The Report State of Luxury 2019. (2019).

ทั้งนี้ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้จะเริ่มมีที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองหลังแรกในช่วงวัย

27 - 32 ปี

ตารางที่ 6-1 สรุปปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกที่อยู่อาศัยของนักคิด และงานวิจัยที่ผ่านมา

	รายได้	ราคา/ค่าเช่าที่อยู่อาศัย	เวลาในการเดินทาง	คุณภาพสิ่งแวดล้อม	ทำเลที่ตั้ง	รูปแบบที่อยู่อาศัย	ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งงาน	ขนาดครอบครัว
Alonso (1964)	✓	✓		✓	✓	✓		
Berry & Horton (1970)		✓			✓	✓		
Gooden (1972)	✓						✓	✓
Evans (1973)		✓	✓					✓
Button (1976)	✓			✓				
Carter (1975)	✓							✓
Richardson (1978)	✓			✓	✓			
มานพ พงศทัต (1984)	✓			✓			✓	✓
ปราโมทย์ สรรเพชรสิริ (1993)		✓			✓			
มรกต อรรถวิวัฒน์ (1994)		✓			✓			
สุกิจ ดริยวนพงศ์ (1996)		✓			✓			
ชนินทร เนินสุวรรณ (1998)		✓		✓			✓	
ปริญญา วชิระนิเวศ (1998)		✓					✓	
ธเนศ ชุมทรัพย์ (2006)	✓						✓	
พิมรา เสนาพลสิทธิ์ (2010)					✓		✓	✓
ศรัณย์พร อินทร์ใจเอื้อ (2016)	✓	✓			✓			
มณีนคร อัครวงศ์ไพศาล (2020)	✓		✓			✓	✓	✓

6.2 อภิปรายผลงานวิจัยด้านพฤติกรรมกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ

1) พฤติกรรมในการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพมีปัจจัยเรื่องเวลาและทำเลเป็นข้อจำกัด โดยผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ กรณีศึกษาแขกรับเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้าน จะเลือกที่อยู่อาศัยที่มีพื้นที่เชื่อมโยงกัน กล่าวคือ ที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้ต้องเป็นที่อยู่อาศัยที่มีบริเวณ สามารถเดินเชื่อมโยงถึงกันระหว่างสถานที่ต่าง ๆ รวมถึงสถานที่ทำงานด้วย ซึ่งธุรกิจส่วนใหญ่ที่ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพทำคือธุรกิจระดับอุตสาหกรรม ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเลือกทำเลในเมือง ในขณะที่ผู้มีรายได้ปานกลางมีปัจจัยเรื่องรายได้เป็นข้อจำกัด และผู้มีรายได้สูงมีปัจจัยเรื่องเวลาเป็นข้อจำกัด ทว่าผู้มีรายได้สูงจะต้องการที่อยู่อาศัยที่ใกล้ศูนย์กลางของเมือง

ตารางที่ 6-2 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมในการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้ปานกลาง ผู้มีรายได้สูง และผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ

การเลือกที่อยู่อาศัย	ผู้มีรายได้ปานกลาง	ผู้มีรายได้สูง	ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ
1. ข้อจำกัด	รายได้	เวลา	เวลา + ทำเล
2. ทำเล	ใกล้ร้านค้า ร้านอาหาร หรือ สวนสาธารณะ	ใกล้ที่ทำงาน + อยู่ศูนย์กลางเมือง	อยู่ในพื้นที่เดียวกับสถานที่ทำงานบริเวณชานเมือง
3. สิ่งอำนวยความสะดวก	การรักษาความปลอดภัยที่จอดรถ	สถานที่ออกกำลังกาย พื้นที่เลี้ยงสัตว์ พื้นที่จอดรถ	ระบบรักษาความปลอดภัย กล่องวงจรปิด พื้นที่สำหรับปลูกต้นไม้ พื้นที่จอดรถ

ไม่สอดคล้องกับ Lean และ Goodall⁵⁸ ที่กล่าวว่า การเลือกที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้นั้นจะไม่สนใจว่าที่อยู่อาศัย และสถานที่ทำงานต้องอยู่บริเวณเดียวกัน เพราะผู้มีรายได้สูงจะสามารถเดินทางได้รวดเร็ว โดยใช้เวลาน่ากับผู้มีรายได้น้อยที่อยู่ใกล้แหล่งงาน

2) โดยหลังประสบความสำเร็จในอาชีพหรือเมื่อเริ่มมีรายได้มากขึ้น ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพเริ่มที่จะมีการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัยใหม่ที่ใหญ่ขึ้น มีสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น ซึ่งผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพจะมีการซื้อที่อยู่อาศัยใหม่ที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองในราคา ร้อยละ 10 - 15 ของรายได้บริษัท ณ ขณะนั้น และมีการซื้อที่ดิน หรือ อาคารเพื่อใช้เป็นสถานที่ทำงานควบคู่ไปด้วย โดยหลังจากซื้อที่อยู่อาศัยใหม่จะไม่มีการขายกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยเดิมของตนแต่จะเก็บเป็นทรัพย์สินส่วนตัว ในขณะที่มีมนุษย์เงินเดือนจะสามารถซื้อที่อยู่อาศัยได้ในราคาร้อยละ 40 ของรายได้ตนเอง

สอดคล้องกับคำกล่าวของ โรเบิร์ต คิโยซากิ⁵⁹ ที่กล่าวว่า คนรวยจะเพิ่มทรัพย์สิน ในขณะที่คนชั้นกลางเพิ่มหนี้สิน โดยเข้าใจว่าเป็นทรัพย์สิน

⁵⁸ Lean and Goodall. *Aspects of Land Economics*.

⁵⁹ โรเบิร์ต คิโยซากิ. *พ่อรวยสอนลูก (Rich Dad Poor Dad)* (ซีเอ็ดยูเคชั่น, บมจ., 2018).

3) ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกรณศึกษากลุ่มนี้มีที่อยู่อาศัยในช่วงก่อนประสบความสำเร็จในรูปแบบการเช่าที่อยู่อาศัย และเริ่มผ่อนซื้อเมื่ออยู่ในช่วงประสบความสำเร็จ ซึ่งหลังจากประสบความสำเร็จมักจะมีการใช้เงินสดซื้อที่อยู่อาศัยหากที่อยู่อาศัยนั้นราคาไม่เกิน 3 ล้านบาท และยังคงผ่อนซื้อที่อยู่อาศัยที่ตนอาศัยเนื่องจากราคาค่อนข้างสูง ซึ่งในการซื้อจะต้องมีเงินสำรองร้อยละ 50 ของราคาบ้าน โดยผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้จะได้รับข้อเสนอที่ดีจากทางสถาบันการเงินจึงทำให้มีการผ่อนซื้อมากกว่าใช้เงินสดเพื่อทำให้การใช้เงินของตนเกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งนี้ในช่วงหลังประสบความสำเร็จที่ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้มีความต้องการที่อยู่อาศัยเพื่อเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเพิ่มเติมจะมีได้ซื้อที่อยู่อาศัยพร้อมกันทีเดียวในหลาย ๆ หลัง แต่จะเป็นการซื้อทีละหลัง และในการที่ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพมีที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองมากกว่า 1 หลังนั้น เนื่องจากต้องการซื้อที่อยู่อาศัยไว้ทำการเก็งกำไร/ลงทุน หรือค้าขาย ซึ่งจะทำให้การซื้อที่อยู่อาศัยเพิ่มเติมในพื้นที่ต่างถิ่น จะเห็นได้ว่าผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพมีการวางแผนที่ดีเรื่องที่อยู่อาศัย

สอดคล้องกับแนวคิดความต้องการที่อยู่อาศัย⁶⁰ ที่กล่าวถึง เกณฑ์ในการเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ โดย การพิจารณาการเลือกที่อยู่อาศัยนั้นมีด้วยกันหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็น ทำเลที่ตั้ง ราคา คุณภาพ ฯลฯ และผู้ที่ต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์นั้น สามารถแยกได้เป็น 3 ประเภท คือ ผู้ที่ซื้อเพื่ออยู่อาศัย ผู้ที่ซื้อเพื่อการลงทุน และผู้ที่ซื้อเพื่อการเก็งกำไร

6.3 อภิปรายผลงานวิจัยลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X และ Generation Y

1) ลักษณะที่อยู่อาศัยที่ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพทั้ง 2 Generation ต้องการคือ บ้านเดี่ยวที่ปลูกเอง และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ระบบรักษาความปลอดภัย กล้องวงจรปิด พื้นที่สำหรับปลูกต้นไม้ และพื้นที่จอดรถ เป็นต้น โดยผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X มีการย้ายที่อยู่อาศัยบ่อยกว่า Generation Y และที่อยู่อาศัยปัจจุบันเป็นที่อยู่อาศัยที่ค่อนข้างมีความมั่นคงแล้ว ส่วนใหญ่จึงไม่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยเพิ่ม แต่จะเป็นความต้องการที่อยู่อาศัยเพื่อลงทุน/เก็งกำไรมากกว่า ในขณะที่ Generation Y ยังมีความต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มในอนาคต ทั้งเพื่ออยู่อาศัย ลงทุน/เก็งกำไร และเพื่อค้าขาย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความต้องการด้านที่อยู่อาศัยของ Generation Y ของกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกรณศึกษากลุ่มนี้ ณ ปัจจุบันมีมากกว่า Generation X และกลุ่ม ๆ นี้เป็นกลุ่มที่มีรายได้เพียงพอในการซื้อที่อยู่อาศัย ซึ่งถือได้ว่าเป็นคนรุ่นใหม่ที่มีกำลังซื้อและความต้องการที่อยู่อาศัย ทั้งนี้การเลือกที่อยู่อาศัยลักษณะบ้านเดี่ยวของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพนี้ยังตอบสนองเหตุผลที่ว่าต้องการให้มีที่พักอาศัยในบริเวณเดียวกับสถานที่ทำงานมากที่สุด

สอดคล้องกับแนวคิดหลักเกณฑ์ในการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูงที่กล่าวว่า อรรถประโยชน์ของประชากรรายได้สูงมีเวลาเป็นข้อจำกัดในการเลือกแหล่งที่พักอาศัย ประชากรกลุ่มนี้ต้องการจะลดเวลาที่เสียไปโดยเปล่าประโยชน์ซึ่งได้แก่ เวลาในการเดินทาง เพื่อเพิ่มเวลาในการทำงานหรือพักผ่อน

⁶⁰ มานพ พงศทัต. กลยุทธ์ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ยุคใหม่.

2) ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพจะซื้อที่อยู่อาศัยในนามของตนเอง และที่อยู่อาศัยที่ใช้ในการทำธุรกิจในนามของบริษัท ซึ่งผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพจะเลือกที่พักอาศัยบริเวณเดียวกับสถานที่ทำงานแต่อยู่ชานเมือง สอดคล้องกับ Park, Burgess และ Mc Kenzie⁶¹ ที่พบว่า การเลือกที่ตั้งสำหรับการอยู่อาศัยในเมืองมีความสัมพันธ์กับรายได้ของผู้อยู่อาศัย กล่าวคือ ผู้มีรายได้น้อยจะอาศัยอยู่ในเมืองใกล้แหล่งงาน ส่วนผู้มีรายได้สูงจะอาศัยบริเวณชานเมืองซึ่งมีราคาที่ดินถูก เนื่องจากผู้มีรายได้สูงต้องการที่อยู่อาศัยที่มีขนาดใหญ่ ใหม่ และมีพื้นที่

6.4 ข้อค้นพบในงานวิจัย

1) ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพมีการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยกรรมสิทธิ์ตนเองเนื่องจากการทำธุรกิจ หรือมีการสร้างครอบครัวใหม่ โดยผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้มีการวางแผนที่ดีเรื่องที่อยู่อาศัย มีการซื้อที่อยู่อาศัยเพื่อการพักอาศัยในลักษณะบ้านเดี่ยว ซึ่งให้ความสำคัญกับเรื่องระบบความปลอดภัย พื้นที่จอดรถ และพื้นที่สวน และซื้อที่อยู่อาศัยเพื่อการลงทุน/เก็งกำไร หรือค้าขาย ในลักษณะอาคารชุด ทาวน์เฮาส์ หรืออาคารพาณิชย์ ทั้งนี้จะเริ่มซื้อที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองหลังแรกในช่วงอายุ 27 – 32 ปี โดยเป็นช่วงหลังทำธุรกิจแล้วเริ่มมีรายได้มากขึ้น ทั้งนี้หลักประสบความสำเร็จจะเป็นการปรับปรุง ต่อเติมที่อยู่อาศัย แต่หากมีการซื้อที่อยู่อาศัยเพิ่มเติมจะเป็นการซื้อเพื่อการลงทุน/เก็งกำไร หรือค้าขาย

2) ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและทำเลในการเลือกที่อยู่อาศัย จึงมีความต้องการอยู่อาศัยในบริเวณเดียวกับสถานที่ทำงาน ทั้งนี้ได้มีการซื้อที่ดินไว้ก่อนแล้วจึงทำการสร้างที่อยู่อาศัย ควบคู่กับการสร้างสถานที่ทำงานในพื้นที่บริเวณเดียวกัน โดยมีการซื้อที่อยู่อาศัยกรรมสิทธิ์ตนเองในรูปแบบผ่อนซื้อ และต้องมีเงินสำรองร้อยละ 50 ของราคาที่อยู่อาศัย

3) ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y ประสบความสำเร็จเร็วกว่าผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X กล่าวคือใช้ระยะเวลาหลังจากทำธุรกิจจนประสบความสำเร็จในอาชีพน้อยกว่า โดยผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Y มีการตั้งงบประมาณในการซื้อที่อยู่อาศัยมากกว่าผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation X แสดงให้เห็นว่าช่วงอายุ และระยะเวลาในการประสบความสำเร็จส่งผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย

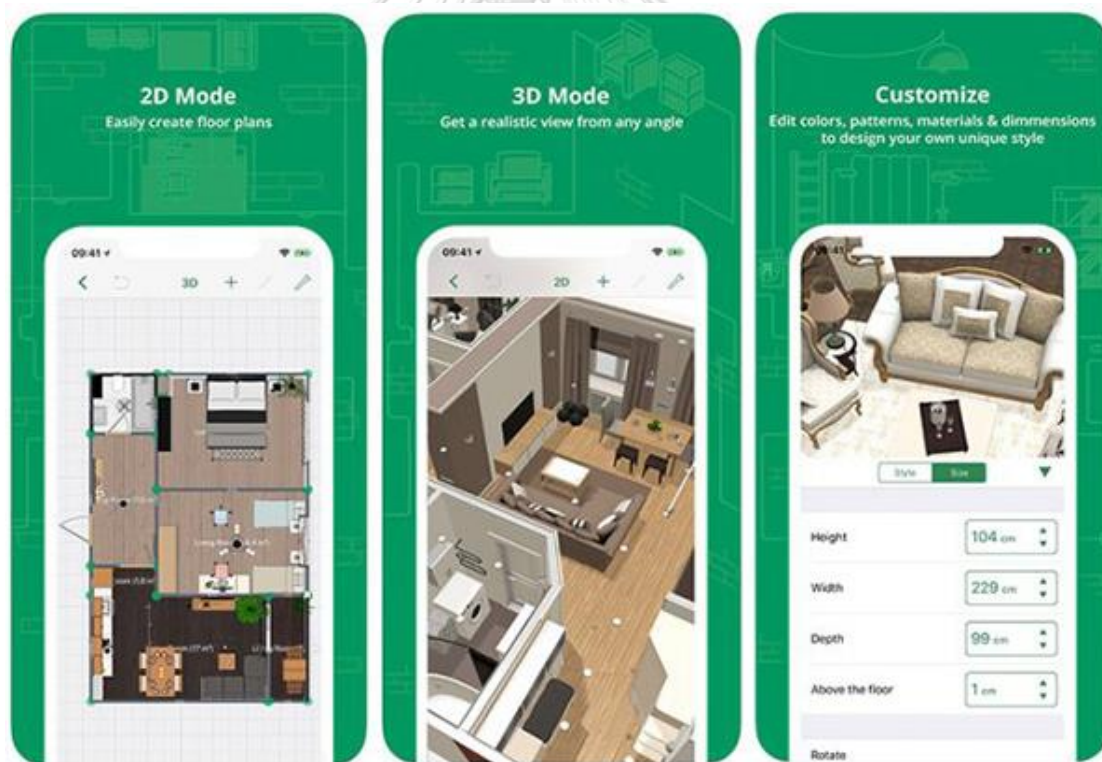
6.5 ข้อเสนอแนะในการประยุกต์ใช้

1) จากข้อค้นพบที่ว่ากลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพมีความต้องการที่อยู่อาศัยลักษณะบ้านเดี่ยวที่ปลูกเอง โดยมีความต้องการเรื่องระบบความปลอดภัยเป็นพิเศษ ดังนั้นผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับรับสร้างบ้านควรจะให้ความสำคัญกับเรื่องระบบความปลอดภัย โดยอาจจะร่วมมือกับบริษัทชั้นนำด้านระบบความปลอดภัยของที่อยู่อาศัยเพื่อเสริมความน่าเชื่อถือ และความมั่นใจให้แก่ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้

⁶¹ R. Park, Burgess, E. W., & McKenzie, R. D. The City: Suggestions for the Study of Human Nature in the Urban Environment. (1984).

2) จากพฤติกรรมการณ์ซื้อที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้จะมีการซื้อที่อยู่อาศัยโดยการผ่อนซื้อ หรือกู้เงินจากสถาบันการเงิน ดังนั้นหากสถาบันการเงินต้องการผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ สามารถเลือกทำสิทธิประโยชน์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้ เพื่อเป็นข้อได้เปรียบทางธุรกิจ

3) ด้วยรูปแบบชีวิตของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้มีเวลาค่อนข้างจำกัด โดยการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยมักจะมีการวางแผนไว้ก่อนล่วงหน้า ซึ่งผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้จะมีการซื้อที่ดินเตรียมไว้ก่อน จากนั้นจึงเลือกปลูกที่อยู่อาศัยด้วยตนเอง ทั้งนี้เพราะต้องการเลือกวัสดุอุปกรณ์ตกแต่งบ้านอย่างอิสระ ดังนั้นหากต้องการเข้าถึงผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ประกอบการควรจัดทำแอปพลิเคชันสำหรับจำลองที่อยู่อาศัยอย่างง่ายทั้งภายนอกและภายใน มีบริการขายวัสดุอุปกรณ์ในแอปพลิเคชัน ซึ่งวัสดุอุปกรณ์เหล่านี้สามารถเลือกยี่ห้อ มีราคาระบุ และสามารถนำอุปกรณ์เหล่านี้มาประกอบกับที่อยู่อาศัยจำลองในแอปพลิเคชันได้ นอกจากนี้สามารถจัดทำแอปพลิเคชันเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเปรียบเทียบราคา คุณภาพ ระยะเวลาการใช้งาน และความเหมาะสมในการใช้งานของวัสดุอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน กับตราสินค้าที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งจัดทำในรูปแบบแอปพลิเคชันเสริม เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้ หรือลูกค้าท่านอื่น ๆ ที่มีข้อจำกัดด้านเวลาเช่นเดียวกัน



ภาพที่ 6-1 แสดงภาพแอปพลิเคชันจำลองที่อยู่อาศัย

ที่มา : <https://www.thaiticketmajor.com/variety/lifestyle/8701/>



ภาพที่ 6-2 แสดงภาพแอปพลิเคชันเปรียบเทียบราคา คุณภาพ ระยะเวลาการใช้งาน และความเหมาะสมในการใช้งานของวัสดุอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน กับตราสินค้าที่มีความแตกต่างกัน

ที่มา : <https://www.onestockhome.com>

4) ผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรที่มีทำเลใกล้ทางด่วนควรให้ความสำคัญกับพฤติกรรมของคนกลุ่มนี้ เนื่องจากคนกลุ่มนี้ต้องการความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน ดังนั้นเรื่องทำเลก็เป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งควรมีที่จอดรถที่มีบริเวณ มีการจัดสรรพื้นที่เพื่อให้ที่อยู่อาศัยมีความเป็นส่วนตัว เน้นแสงสว่าง ธรรมชาติ โดยสามารถเพิ่มเติมบริการต่าง ๆ เข้าไป เช่น บริการจัดแต่งสวน บริการจัดแต่งห้องครัว เป็นต้น

6.6 ข้อเสนอแนะในการทำงานวิจัยต่อไปในอนาคต

- 1) ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยทางการเงินที่ส่งผลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้
- 2) ควรศึกษาความต้องการด้านที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มนี้ในเชิงสถาปัตยกรรม เช่น ขนาด รูปแบบ สิ่งอำนวยความสะดวก ฯลฯ
- 3) ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพกลุ่มอื่น ๆ เช่น ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ Generation Z หรือผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพธุรกิจประเภทอื่น ๆ เป็นต้น



แบบสัมภาษณ์ (ผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ)

พฤติกรรมกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ กรณีศึกษา แขกรับเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้าน

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการงานวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ กรณีศึกษา รายการอายุน้อยร้อยล้าน ของนิสิตปริญญาโท คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จัดทำเพื่อรวบรวมข้อมูลในการเปลี่ยนที่อยู่อาศัย ความเห็นเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยและข้อเสนอแนะเรื่องที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ เพื่อเป็นแนวทางการศึกษาการเลือกที่อยู่อาศัย จึงขอความร่วมมือจากท่านช่วยแสดงความคิดเห็นตามความเป็นจริง โดยข้อมูลที่รับจากท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ

*หมายเหตุข้อ 1 -3 ผู้สัมภาษณ์ใส่ข้อมูลเอง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ.....นามสกุล.....
2. อายุ.....ปี
3. ธุรกิจ.....ประเภท.....
4. จำนวนผู้ที่อาศัยร่วมกันในบ้าน.....คน
5. ท่านเริ่มธุรกิจนี้เมื่อพ.ศ. ธุรกิจของท่านมีรายได้ 100 ล้านบาท เมื่อ พ.ศ.
6. สถานที่ทำงานของท่านเป็นรูปแบบใด (โรงงาน/สำนักงานใหญ่)
.....
6.1 สถานที่ทำงานของท่านอยู่ที่ใด(รบกวนระบุเขตและจังหวัด)
.....
6.2 สถานที่ทำงานของท่านเริ่มใช้งานเมื่อพ.ศ.
.....
7. งานอดิเรก
.....
.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเรื่องที่อยู่อาศัย

1. ท่านเคยย้ายที่อยู่อาศัยหรือไม่ () เคย (*หากเคยทำต่อข้อ 1.1) () ไม่เคย (*หากไม่เคยทำต่อข้อ3)
 1.1 จำนวนกี่ครั้งครั้ง

2. ข้อมูลรูปแบบที่อยู่อาศัยในอดีต และปัจจุบัน (เช่น บ้านเช่า > คอนโด > บ้านเดี่ยว)

หลังที่ 1 ราคา บาท

ขนาดพื้นที่บ้าน ตร.ม. ขนาดที่ดิน ตร.ว

ทำเล (รบกวนระบุเขตและจังหวัด)

.....

สาเหตุในการย้าย

.....

สาเหตุในการเลือกลักษณะที่อยู่อาศัย

.....

หลังที่ 2 ราคา บาท

ขนาดพื้นที่บ้าน ตร.ม. ขนาดที่ดิน ตร.ว

ทำเล (รบกวนระบุเขตและจังหวัด)

.....

สาเหตุในการย้าย

.....

สาเหตุในการเลือกลักษณะที่อยู่อาศัย

.....

หลังที่ 3 ราคา บาท

ขนาดพื้นที่บ้าน ตร.ม. ขนาดที่ดิน ตร.ว

ทำเล (รบกวนระบุเขตและจังหวัด)

.....

สาเหตุในการย้าย

.....

สาเหตุในการเลือกลักษณะที่อยู่อาศัย

.....

หลังที่ 4 ราคา บาท

ขนาดพื้นที่บ้าน ตร.ม. ขนาดที่ดิน ตร.ว

ทำเล (รบกวนระบุเขตและจังหวัด)

.....

สาเหตุในการย้าย

.....

สาเหตุในการเลือกลักษณะที่อยู่อาศัย

.....

หลังที่ 5 ราคา บาท

ขนาดพื้นที่บ้าน ตร.ม. ขนาดที่ดิน ตร.ว

ทำเล (รบกวนระบุเขตและจังหวัด)

.....

สาเหตุในการย้าย

.....

สาเหตุในการเลือกลักษณะที่อยู่อาศัย

.....

หลังที่ 6 ราคา บาท

ขนาดพื้นที่บ้าน ตร.ม. ขนาดที่ดิน ตร.ว

ทำเล (รบกวนระบุเขตและจังหวัด)

.....



สาเหตุในการย้าย

.....

สาเหตุในการเลือกลักษณะที่อยู่อาศัย

.....

2.1 ช่วงอายุในการย้ายที่อยู่อาศัยในแต่ละครั้ง

ครั้งที่ 1 อายุ.....ปี ครั้งที่ 2 อายุ.....ปี ครั้งที่ 3 อายุ.....ปี ครั้งที่ 4 อายุ.....ปี

ครั้งที่ 5 อายุ.....ปี ครั้งที่ 6 อายุ.....ปี ครั้งที่ 7 อายุ.....ปี ครั้งที่ 8 อายุ.....ปี

3. ปัจจุบันท่านมีที่อยู่อาศัยจำนวนกี่หลัง.....หลัง ที่ใดบ้าง(รบกวนระบุเขตและจังหวัด)

.....

3.1 สาเหตุที่ท่านมีที่อยู่อาศัยมากกว่า 1 หลัง(หากมีบ้านหลังเดียวข้าม)

.....

4. ท่านใช้เวลาเท่าไรในการเดินทางจากบ้านถึงที่ทำงานนาที

5. ท่านเดินทางไปทำงานโดยใช้รถส่วนตัวหรือรถโดยสาร หากรถโดยสาร ประเภทใด.....

6. ในอนาคตท่านต้องการย้ายหรือต่อเติมที่อยู่อาศัยหรือไม่

() ต้องการ (*ต้องการย้ายทำข้อ 6.1/ ต้องการต่อเติมทำข้อ 6.2) () ไม่ต้องการ(จบแบบสัมภาษณ์)

6.1 สาเหตุต้องการย้าย และรูปแบบที่อยู่อาศัยที่ต้องการในอนาคต และระยะเวลาในการซื้อ(ภายในกี่ปี)

.....

.....

6.2 สาเหตุต้องการต่อเติม

.....

.....

7. งบประมาณในการซื้อที่อยู่อาศัยล้านบาท

8. โครงการที่อยู่อาศัยที่สนใจในอนาคต

.....
.....

9. ความเห็นของท่านที่มีต่อเรื่องที่อยู่อาศัย

.....
.....

.....
.....

.....
.....

.....
.....

.....
.....

.....
.....

.....
.....

.....
.....

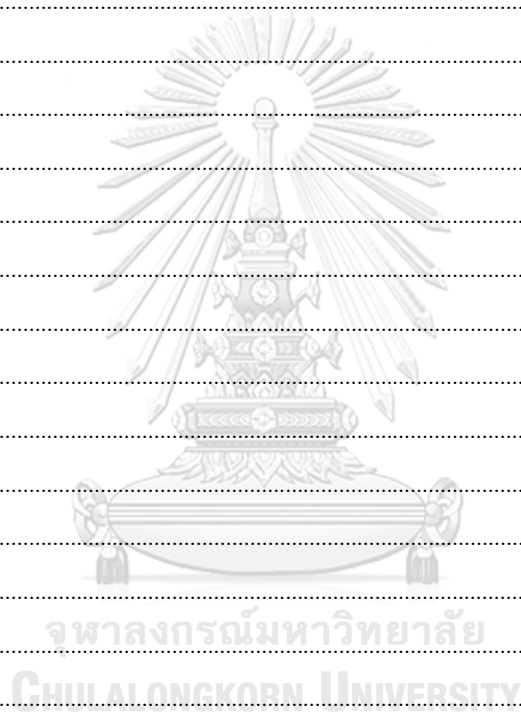
.....
.....

.....
.....

.....
.....

.....
.....

.....
.....





ภาคผนวก ข

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างแก่รับเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้านจำนวน 20 คน

ผู้ประสบความสำเร็จ ในอาชีพ	อายุ (ปี)	ประเภท ธุรกิจ	สมาชิก ครัวเรือน (คน)	ปีที่เริ่ม ธุรกิจ (พ.ศ.)	ปีที่มีรายได้ 100 ล้านบาท (พ.ศ.)	รูปแบบ สถานที่ ทำงาน	งานอดิเรก
บุคคลที่ 1	42	ผลิตภัณฑ์ สำหรับแม่ และเด็ก	2	2550	2560	สำนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> ออกกำลังกาย โยคะ
บุคคลที่ 2	40	ของใช้ ภายในบ้าน	5	2544	2548	โรงงาน และ สำนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> ออกกำลังกาย
บุคคลที่ 3	41	อาหารและ เครื่องดื่ม	4	2549	2560	โรงงาน และ สำนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> ท่องเที่ยว
บุคคลที่ 4	40	เสื้อผ้า	5	2555	2560	โรงงาน และ สำนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> ออกกำลังกาย
บุคคลที่ 5	41	อาหารและ เครื่องดื่ม	2	2543	2559	ร้าน	<ul style="list-style-type: none"> ท่องเที่ยว
บุคคลที่ 6	30	อาหารและ เครื่องดื่ม	5	2555	2560	โรงงาน และ สำนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> ดูหนัง
บุคคลที่ 7	30	เครื่องสำอาง	6	2557	2560	โรงงานและ สำนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> ออกกำลังกาย สวดมนต์
บุคคลที่ 8	28	เสื้อผ้า	5	2556	2558	ร้าน	<ul style="list-style-type: none"> ท่องเที่ยว
บุคคลที่ 9	38	อาหารและ เครื่องดื่ม	2	2557	2560	สำนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> อ่านหนังสือ ออกกำลังกาย
บุคคลที่ 10	38	อาหารและ เครื่องดื่ม	6	2549	2559	สำนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> อ่านหนังสือ ทำขนม

ผู้ประสบความสำเร็จ ในอาชีพ	อายุ (ปี)	ประเภท ธุรกิจ	สมาชิก ครัวเรือน (คน)	ปีที่เริ่ม ธุรกิจ (พ.ศ.)	ปีที่มีรายได้ 100 ล้าน บาท (พ.ศ.)	รูปแบบ สถานที่ ทำงาน	งานอดิเรก
บุคคลที่ 11	31	เฟอร์นิเจอร์	5	2553	2558	โรงงาน, คลังสินค้า และ สำนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> ● ท่องเที่ยว ● อ่านหนังสือ
บุคคลที่ 12	31	เครื่องใช้ ไฟฟ้า	7	2559	2561	โรงงานและ สำนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> ● ออกกำลังกาย ● อ่านหนังสือ ● เล่นเกมส์
บุคคลที่ 13	32	อาหารและ เครื่องดื่ม	2	2554	2559	สำนักงาน และร้าน	<ul style="list-style-type: none"> ● ท่องเที่ยว
บุคคลที่ 14	34	อาหารและ เครื่องดื่ม	6	2555	2559	โรงงานและ สำนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> ● ทำขนม
บุคคลที่ 15	28	อาหารและ เครื่องดื่ม	4	2560	2561	สำนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> ● อ่านหนังสือ
บุคคลที่ 16	37	อาหารและ เครื่องดื่ม	1	2556	2562	โรงงานและ สำนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> ● ซื้อขายที่ดิน ● ศึกษาพระ เครื่อง
บุคคลที่ 17	34	อาหารและ เครื่องดื่ม	4	2557	2560	สำนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> ● ออกกำลังกาย
บุคคลที่ 18	36	อาหารและ เครื่องดื่ม	4	2551	2557	โรงงาน	ไม่มี
บุคคลที่ 19	32	อาหารและ เครื่องดื่ม	3	2556	2560	สำนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> ● อ่านหนังสือ ● เขียนหนังสือ
บุคคลที่ 20	29	เสื้อผ้า	4	2558	2561	สำนักงาน และร้าน	<ul style="list-style-type: none"> ● อ่านหนังสือ ● เลี้ยงลูก



2. ข้อมูลด้านที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างเข้ารับเชิญรายการอายุน้อยร้อยละล้านจำนวน 20 คน

บุคคลที่ 1 มีการย้ายที่อยู่อาศัยทั้งหมดจำนวน 7 ครั้ง

- ลักษณะที่อยู่อาศัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน : อาคารพาณิชย์ > อาคารพาณิชย์ > อาคารชุด > บ้านเดี่ยว > อาคารพาณิชย์ > อาคารชุด > ทาวน์เฮ้าส์ > บ้านเดี่ยว
- สาเหตุในการย้ายที่อยู่อาศัยในแต่ละครั้ง :
 - ครั้งที่ 1 คุณพ่อคุณแม่ทำธุรกิจ
 - ครั้งที่ 2 ย้ายเพื่อใกล้สถานที่ทำงานของคุณพ่อ
 - ครั้งที่ 3 ทำธุรกิจส่วนตัว ย้ายไปบ้านพี่สาว
 - ครั้งที่ 4 ทำธุรกิจส่วนตัวแยกออกมา
 - ครั้งที่ 5 เลือกที่อยู่ที่ดีขึ้น สบายขึ้น
 - ครั้งที่ 6 ตอบสนองความฝัน ความต้องการของตนเอง
 - ครั้งที่ 7 ต้องการเพิ่มพื้นที่ใช้สอย
- อายุเมื่อมีการย้ายที่อยู่อาศัย :
 - ครั้งที่ 1 อายุ 22 ปี
 - ครั้งที่ 2 อายุ 25 ปี
 - ครั้งที่ 3 อายุ 29 ปี
 - ครั้งที่ 4 อายุ 30 ปี
 - ครั้งที่ 5 อายุ 34 ปี
 - ครั้งที่ 6 อายุ 36 ปี
 - ครั้งที่ 7 อายุ 41 ปี
- จำนวนที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : 3 หลัง
- ลักษณะที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : อาคารชุด ทาวน์เฮ้าส์ บ้านเดี่ยว
- ที่อยู่อาศัยในอนาคต : ไม่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยเพิ่มแต่อาจจะมีการต่อเติมที่อยู่อาศัยให้มีพื้นที่ให้ได้ใช้ประโยชน์สูงสุด
- งบประมาณในการซื้อ/ต่อเติมที่อยู่อาศัย : ยังไม่ได้วางแผน จะต่อเติมเรื่อย ๆ ไม่ได้ทำทีเดียว
- ความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องที่อยู่อาศัย : ปกติที่อยู่อาศัยที่ซื้อมาเป็นกรรมสิทธิ์ของตัวเองจะไม่ได้ขายออกแต่ถ้าไม่ได้ซื้ออยู่อาศัยก็จะปล่อยเช่า ส่วนที่อยู่อาศัยปัจจุบันก็ตอบสนองความต้องการของเราทุกอย่าง มีพื้นที่มีบริเวณไว้สำหรับจอดรถ หรือให้ลูกทำกิจกรรมต่าง ๆ พึงพอใจกับที่อยู่อาศัยปัจจุบันแล้วเพราะเลือกเอง

บุคคลที่ 2 มีการย้ายที่อยู่อาศัยทั้งหมดจำนวน 6 ครั้ง

- ลักษณะที่อยู่อาศัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน : อาคารพาณิชย์ > อาคารพาณิชย์ > ทาวน์เฮ้าส์ > บ้านเดี่ยว > อาคารชุด > บ้านเดี่ยว > บ้านเดี่ยว
- สาเหตุในการย้ายที่อยู่อาศัยในแต่ละครั้ง :
 - ครั้งที่ 1 ต้องการขยายที่อยู่อาศัย เพราะเปลี่ยนธุรกิจ
 - ครั้งที่ 2 ต้องการมีที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้นและประกอบธุรกิจได้
 - ครั้งที่ 3 ย้ายบ้านไปในพื้นที่เดียวกับที่ทำงานเพื่อประหยัดเวลาในการเดินทาง
 - ครั้งที่ 4 อยากใช้ชีวิตอยู่คนเดียว ต้องการอยู่ในเมือง
 - ครั้งที่ 5 ไม่ชอบอยู่บนตึก ชอบชีวิตแบบเก่า
 - ครั้งที่ 6 ขยายพื้นที่อยู่อาศัย
- อายุเมื่อมีการย้ายที่อยู่อาศัย :
 - ครั้งที่ 1 อายุ 10 ปี
 - ครั้งที่ 2 อายุ 12 ปี
 - ครั้งที่ 3 อายุ 18 ปี
 - ครั้งที่ 4 อายุ 23 ปี
 - ครั้งที่ 5 อายุ 27 ปี
 - ครั้งที่ 6 อายุ 28 ปี
- จำนวนที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : 5 หลัง
- ลักษณะที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : อาคารชุด บ้านเดี่ยว
- ที่อยู่อาศัยในอนาคต : ยังไม่ได้วางแผน
- งบประมาณในการซื้อ/ต่อเติมที่อยู่อาศัย : ยังไม่ได้วางแผน
- ความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องที่อยู่อาศัย : เมื่อก่อนซื้อที่อยู่อาศัยแบบโครงการจะดูที่ชื่อเสียงของผู้ประกอบการ เน้นแบรนด์ ความสะดวก สภาพแวดล้อม คุณภาพสินค้า แต่ปัจจุบันมองว่าสร้างเอกดีกว่า สามารถเลือกวัสดุที่ต้องการได้ในราคาที่ดี เลือกได้ว่าจะติดตั้งระบบความปลอดภัยไว้ตรงไหน แบบนี้ตอบโจทย์มากกว่า

บุคคลที่ 3 มีการย้ายที่อยู่อาศัยทั้งหมดจำนวน 6 ครั้ง

- ลักษณะที่อยู่อาศัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน : บ้านเดี่ยว > อาคารพาณิชย์ > ทาวน์เฮ้าส์ > ทาวน์เฮ้าส์ > บ้านแฝด > บ้านแฝด > ทาวน์เฮ้าส์
- สาเหตุในการย้ายที่อยู่อาศัยในแต่ละครั้ง :
 - ครั้งที่ 1 ที่อยู่อาศัยเก่าหมดสัญญา และเกี่ยวกับธุรกิจของครอบครัว
 - ครั้งที่ 2 ค่าขาย
 - ครั้งที่ 3 ซื้อเพิ่มเติมติดกับที่ดินเดิมเพราะต้องการขยายพื้นที่ เนื่องจากลูกเริ่มโต และมีรายได้มากขึ้น

ครั้งที่ 4 มีการเปิดเฟสใหม่ของโครงการที่ตนสนใจอยู่แล้ว

ครั้งที่ 5 ซ้อมเพิ่มเติมกับที่เดิม ขยายพื้นที่

ครั้งที่ 6 มีครอบครัวใหม่ ทำเลสะดวกใกล้โรงเรียนลูก

- อายุเมื่อมีการย้ายที่อยู่อาศัย :

ครั้งที่ 1 อายุ 6 ปี

ครั้งที่ 2 อายุ 7 ปี

ครั้งที่ 3 อายุ 9 ปี

ครั้งที่ 4 อายุ 12 ปี

ครั้งที่ 5 อายุ 16 ปี

ครั้งที่ 6 อายุ 30 ปี

- จำนวนที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : 1 หลัง
- ลักษณะที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : ทาวน์เฮ้าส์
- ที่อยู่อาศัยในอนาคต : ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยเพื่อขยายพื้นที่ใช้สอย โดยการสร้างเอง ไม่สนใจโครงการ
- งบประมาณในการซื้อ/ต่อเติมที่อยู่อาศัย : 10 – 12 ล้านบาท
- ความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องที่อยู่อาศัย : ต้องการที่อยู่อาศัยที่ใกล้ที่ทำงาน และใกล้โรงเรียนลูก มีพื้นที่มีบริเวณ เน้นเรื่องความปลอดภัย มีกล้องวงจรปิด

บุคคลที่ 4 มีการย้ายที่อยู่อาศัยทั้งหมดจำนวน 6 ครั้ง

- ลักษณะที่อยู่อาศัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน : บ้านเดี่ยว > อาคารพาณิชย์ > แคมป์นักกีฬา > อาคารชุด > ทาวน์เฮ้าส์ > อาคารพาณิชย์ > ทาวน์เฮ้าส์
- สาเหตุในการย้ายที่อยู่อาศัยในแต่ละครั้ง :
 - ครั้งที่ 1 เป็นนักกีฬาย้ายเข้าฝึกซ้อมไปอยู่ในหอพักนักกีฬา
 - ครั้งที่ 2 ย้ายโรงเรียน เข้าแคมป์นักกีฬา
 - ครั้งที่ 3 เข้ามหาลัย ย้ายตามสถานที่เรียน
 - ครั้งที่ 4 ทำงาน ย้ายไปอาศัยกับเจ้านาย
 - ครั้งที่ 5 มีแฟน
 - ครั้งที่ 6 ต้องการมีที่อยู่อาศัยเป็นของตัวเอง และสร้างครอบครัว
- อายุเมื่อมีการย้ายที่อยู่อาศัย :
 - ครั้งที่ 1 อายุ 15 ปี
 - ครั้งที่ 2 อายุ 18 ปี
 - ครั้งที่ 3 อายุ 21 ปี
 - ครั้งที่ 4 อายุ 24 ปี

ครั้งที่ 5 อายุ 26 ปี

ครั้งที่ 6 อายุ 31 ปี

- จำนวนที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : 1 หลัง
- ลักษณะที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : ทาวน์เฮ้าส์
- ที่อยู่อาศัยในอนาคต : ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยลักษณะบ้านเดี่ยวเนื่องจากระดับภาษีสังคมเยอะขึ้น ขนาดครอบครัวขยายขึ้นต้องการที่อยู่อาศัยที่มีพื้นที่
- งบประมาณในการซื้อ/ต่อเติมที่อยู่อาศัย : 8 – 11 ล้านบาท
- ความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องที่อยู่อาศัย : ตัวเองเป็นคนที่รู้คุณค่าของเม็ดเงินเพราะเติบโตจากศูนย์ ดังนั้นไม่ต้องการบ้านที่มีขนาดใหญ่ แต่อยากมีบ้านในพื้นที่เดียวกับสถานที่ทำงานเพื่อจะไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทาง เวลาจะเลือกบ้านจะเลือกจากสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น หากอยู่ตัวคนเดียวไม่ได้มองเรื่องบ้านเป็นหลัก แต่พอมีครอบครัว มีหน้าที่การงาน บ้านจึงเป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็นสำหรับตนเอง จึงเริ่มมีการวางแผนเรื่องที่อยู่อาศัย

บุคคลที่ 5 มีการย้ายที่อยู่อาศัยทั้งหมดจำนวน 4 ครั้ง

- ลักษณะที่อยู่อาศัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน : อาคารพาณิชย์ > บ้านเดี่ยว > บ้านเดี่ยว > อาคารชุด > อาคารชุด
- สาเหตุในการย้ายที่อยู่อาศัยในแต่ละครั้ง :
 - ครั้งที่ 1 สภาพแวดล้อมไม่ดี มีเสียงดัง
 - ครั้งที่ 2 แต่งงาน
 - ครั้งที่ 3 ลงทุนด้านที่อยู่อาศัย
 - ครั้งที่ 4 ลงทุนด้านที่อยู่อาศัย
- อายุเมื่อมีการย้ายที่อยู่อาศัย :
 - ครั้งที่ 1 อายุ 25 ปี
 - ครั้งที่ 2 อายุ 27 ปี
 - ครั้งที่ 3 อายุ 28 ปี
 - ครั้งที่ 4 อายุ 29 ปี
- จำนวนที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : 3 หลัง
- ลักษณะที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : อาคารชุด บ้านเดี่ยว
- ที่อยู่อาศัยในอนาคต : ไม่ต้องการซื้อที่อยู่เพื่ออาศัยเพิ่ม แต่อาจจะมีการซื้อเพื่อลงทุน หรือประกอบธุรกิจ
- งบประมาณในการซื้อ/ต่อเติมที่อยู่อาศัย : ยังไม่ได้วางแผน

- ความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องที่อยู่อาศัย : เรื่องที่อยู่อาศัยสำหรับตนสิ่งที่สำคัญที่สุดคือความปลอดภัย จะไม่ชอบอาศัยอยู่ในตัวเมือง แต่ก็ต้องไม่ไกลจนเกินไป ชอบบ้านที่มีพื้นที่มีบริเวณ ดูเรื่องสิ่งแวดล้อมโดยรวมด้วย

บุคคลที่ 6 มีการย้ายที่อยู่อาศัยทั้งหมดจำนวน 1 ครั้ง

- ลักษณะที่อยู่อาศัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน : บ้านเดี่ยว > บ้านเดี่ยว
- สาเหตุในการย้ายที่อยู่อาศัยในแต่ละครั้ง :
 - ครั้งที่ 1 คุณปู่เสียชีวิตที่บ้านเป็นครอบครัวเงินไม่ต้องการอยู่ในพื้นที่เดิม
 - อายุเมื่อมีการย้ายที่อยู่อาศัย :
 - ครั้งที่ 1 อายุ 16 ปี
- จำนวนที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : 1 หลัง
- ลักษณะที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : บ้านเดี่ยว
- ที่อยู่อาศัยในอนาคต : ภายใน 2 ปี จะซื้อที่อยู่อาศัย เนื่องจากมีสมาชิกในครอบครัวเพิ่มขึ้น โดยต้องการลักษณะบ้านเดี่ยว
- งบประมาณในการซื้อ/ต่อเติมที่อยู่อาศัย : ไม่เกิน 20 ล้าน
- ความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องที่อยู่อาศัย : ต้องการที่อยู่อาศัยใกล้ที่ทำงาน มีพื้นที่มีบริเวณสำหรับจอดรถ

บุคคลที่ 7 มีการย้ายที่อยู่อาศัยทั้งหมดจำนวน 1 ครั้ง

- ลักษณะที่อยู่อาศัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน : อาคารพาณิชย์ > บ้านเดี่ยว
- สาเหตุในการย้ายที่อยู่อาศัยในแต่ละครั้ง :
 - ครั้งที่ 1 เปิดโรงงานใหม่โดยมีที่พักอยู่ในบริเวณโรงงาน
 - อายุเมื่อมีการย้ายที่อยู่อาศัย :
 - ครั้งที่ 1 อายุ 15 ปี
- จำนวนที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : 1 หลัง
- ลักษณะที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : บ้านเดี่ยว
- ที่อยู่อาศัยในอนาคต : ต้องการต่อเติม ปรับปรุงที่อยู่อาศัยให้สวยงาม และขยายพื้นที่ใช้สอย
- งบประมาณในการซื้อ/ต่อเติมที่อยู่อาศัย : ยังไม่ได้วางแผน
- ความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องที่อยู่อาศัย : ต้องการที่อยู่อาศัยใกล้ที่ทำงาน มีพื้นที่มีบริเวณสำหรับจอดรถ

บุคคลที่ 8 มีการย้ายที่อยู่อาศัยทั้งหมดจำนวน 1 ครั้ง

- ลักษณะที่อยู่อาศัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน : บ้านเดี่ยว > บ้านเดี่ยว
- สาเหตุในการย้ายที่อยู่อาศัยในแต่ละครั้ง :

ครั้งที่ 1 แยกครอบครัว

อายุเมื่อมีการย้ายที่อยู่อาศัย :

ครั้งที่ 1 อายุ 25 ปี

- จำนวนที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : 3 หลัง
- ลักษณะที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : บ้านเดี่ยว
- ที่อยู่อาศัยในอนาคต : ไม่ต้องการ
- งบประมาณในการซื้อ/ต่อเติมที่อยู่อาศัย : ไม่มี
- ความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องที่อยู่อาศัย : บ้านเป็นความฝัน สิ่งที่สำคัญคือความปลอดภัย เวลาเลือกที่อยู่อาศัยจะดูที่ความปลอดภัยและสภาพแวดล้อม สังคม ซึ่งซื้อบ้านให้ญาติพี่น้องให้อยู่ในพื้นที่เดียวกัน และที่อยู่อาศัยจะเลือกใกล้ที่ทำงานเพื่อความสะดวกในการเดินทาง

บุคคลที่ 9 มีการย้ายที่อยู่อาศัยทั้งหมดจำนวน 2 ครั้ง

- ลักษณะที่อยู่อาศัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน : บ้านเดี่ยว > อาคารชุด > อาคารชุด
- สาเหตุในการย้ายที่อยู่อาศัยในแต่ละครั้ง :
 - ครั้งที่ 1 ต้องการความสะดวกในการเงินทาง คล่องตัว
 - ครั้งที่ 2 ขยายขนาดที่อยู่อาศัย

อายุเมื่อมีการย้ายที่อยู่อาศัย :

ครั้งที่ 1 อายุ 32 ปี

ครั้งที่ 2 อายุ 35 ปี
- จำนวนที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : 1 หลัง
- ลักษณะที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : อาคารชุด
- ที่อยู่อาศัยในอนาคต : ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยภายใน 2 - 3 ปีนี้
- งบประมาณในการซื้อ/ต่อเติมที่อยู่อาศัย : 30 - 40 ล้านบาท
- ความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องที่อยู่อาศัย : จริง ๆ อยากได้บ้านเดี่ยวในเมือง แต่สู้ราคาไม่ไหว ดังนั้นในงบประมาณที่จำกัดจึงมี 2 ทางเลือกคือ อาคารชุดที่มีขนาดใหญ่ในตัวเมือง หรือบ้านเดี่ยวติดเมือง หากซื้ออาคารชุดจะดูที่ความ Luxury ความปลอดภัย ทำเล แบรินด์ แต่หากซื้อเป็นบ้านจะไม่ซีเรียสมาก

บุคคลที่ 10 มีการย้ายที่อยู่อาศัยทั้งหมดจำนวน 2 ครั้ง

- ลักษณะที่อยู่อาศัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน : บ้านเดี่ยว > อาคารชุด > อาคารพาณิชย์
- สาเหตุในการย้ายที่อยู่อาศัยในแต่ละครั้ง :
 - ครั้งที่ 1 มีแฟน
 - ครั้งที่ 2 ทำธุรกิจ ทำเลเหมาะสม สภาพแวดล้อมดี

อายุเมื่อมีการย้ายที่อยู่อาศัย :

ครั้งที่ 1 อายุ 27 ปี

ครั้งที่ 2 อายุ 28 ปี

- จำนวนที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : 1 หลัง
- ลักษณะที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : อาคารพาณิชย์
- ที่อยู่อาศัยในอนาคต : ต้องการซื้อที่อยู่อาศัย และสร้างโรงงานในพื้นที่บ้าน
- งบประมาณในการซื้อ/ต่อเติมที่อยู่อาศัย : 45 ล้านบาท
- ความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องที่อยู่อาศัย : วางแผนไว้โดยต้องการปลูกบ้านในพื้นที่เดียวกับสถานที่ทำงาน ตอนนี้มีกรซื้อที่ดินไว้แล้ว ส่วนตัวต้องการปลูกบ้านเองเพราะไม่ชอบโครงการ เนื่องจากมีประสบการณ์ที่ไม่ค่อยดี แต่หากปลูกบ้านเองเราสามารถเลือกวัสดุที่ตรงกับความต้องการเราได้ ที่สำคัญคุณภาพต้องดี เพราะเลือกเอง โดยไม่ต้องการสร้างบ้านในเมือง เน้นที่ชานเมือง แต่ต้องมีความปลอดภัย มีบริเวณให้ปลูกต้นไม้ เพราะชอบต้นไม้เยอะ ๆ

บุคคลที่ 11 มีการย้ายที่อยู่อาศัยทั้งหมดจำนวน 2 ครั้ง

- ลักษณะที่อยู่อาศัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน : บ้านเดี่ยว > บ้านเดี่ยว > บ้านเดี่ยว
- สาเหตุในการย้ายที่อยู่อาศัยในแต่ละครั้ง :
ครั้งที่ 1 พ่อเสีย ไม่อยากอยู่ในพื้นที่เดิม
ครั้งที่ 2 ที่อยู่เดิมมีการสร้าง Highway ซึ่งฝุ่นเยอะมาก สภาพแวดล้อมแย่ง

อายุเมื่อมีการย้ายที่อยู่อาศัย :

ครั้งที่ 1 อายุ 11 ปี

ครั้งที่ 2 อายุ 21 ปี

- จำนวนที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : 5 หลัง
- ลักษณะที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : อาคารชุด บ้านเดี่ยว
- ที่อยู่อาศัยในอนาคต : ต้องการต่อเติมที่อยู่อาศัย คือขยายพื้นที่ใช้สอย
- งบประมาณในการซื้อ/ต่อเติมที่อยู่อาศัย : 100 ล้านบาท
- ความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องที่อยู่อาศัย : จะต่อเติมที่อยู่อาศัยและขยายพื้นที่ใช้สอยโดยจะซื้อบ้านข้าง ๆ ซึ่งปกติเวลาเลือกซื้อบ้านหากซื้อจะดูที่ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวเป็นหลัก หากซื้อโครงการบ้านจัดสรรจะเลือกแบรนด์ที่น่าเชื่อถือ ที่เน้นเรื่องความปลอดภัย ในการซื้อบ้านจะไม่ได้กู้ 100% แต่จะมีเงินสำรองจ่ายมากกว่า 50% ของราคาบ้านที่จะซื้อ โดยระยะเวลาในการผ่อนจะอยู่ที่ 5 ปี

บุคคลที่ 12 มีการย้ายที่อยู่อาศัยทั้งหมดจำนวน 2 ครั้ง

- ลักษณะที่อยู่อาศัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน : บ้านเดี่ยว > หอพัก > บ้านเดี่ยว

- สาเหตุในการย้ายที่อยู่อาศัยในแต่ละครั้ง :
 - ครั้งที่ 1 ย้ายตามสถานที่เรียน
 - ครั้งที่ 2 เรียนจบกลับมาอยู่ที่เดิม
 อายุเมื่อมีการย้ายที่อยู่อาศัย :
 - ครั้งที่ 1 อายุ 19 ปี
 - ครั้งที่ 2 อายุ 22 ปี
- จำนวนที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : 2 หลัง
- ลักษณะที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : อาคารชุด บ้านเดี่ยว
- ที่อยู่อาศัยในอนาคต : ต้องการต่อเติมที่อยู่อาศัย
- งบประมาณในการซื้อ/ต่อเติมที่อยู่อาศัย : ยังไม่ได้วางแผน
- ความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องที่อยู่อาศัย : มีข้อที่อยู่อาศัยนอกเหนือจากวัตถุประสงค์เพื่อการอยู่อาศัย ได้แก่ ซื้อเพื่อลงทุน และเพื่อทำธุรกิจ ซึ่งในการซื้อจะเลือกที่แบรนด์ และชื่อเสียงของผู้ประกอบการ เนื่องจากวีรวิติ และเพื่อนในวงการแนะนำ

บุคคลที่ 13 มีการย้ายที่อยู่อาศัยทั้งหมดจำนวน 3 ครั้ง

- ลักษณะที่อยู่อาศัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน : บ้านเดี่ยว > หอพัก > บ้านเดี่ยว > บ้านเดี่ยว
- สาเหตุในการย้ายที่อยู่อาศัยในแต่ละครั้ง :
 - ครั้งที่ 1 ย้ายตามสถานที่เรียน
 - ครั้งที่ 2 เรียนจบทำงาน เลือที่อยู่อาศัยใกล้ที่ทำงาน
 - ครั้งที่ 3 มีครอบครัว และย้ายเข้าพื้นที่เดียวกับที่ทำงาน
 อายุเมื่อมีการย้ายที่อยู่อาศัย :
 - ครั้งที่ 1 อายุ 18 ปี
 - ครั้งที่ 2 อายุ 22 ปี
 - ครั้งที่ 3 อายุ 27 ปี
- จำนวนที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : 2 หลัง
- ลักษณะที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : อาคารชุด บ้านเดี่ยว
- ที่อยู่อาศัยในอนาคต : ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยลักษณะบ้านเดี่ยว เนื่องจากต้องการพื้นที่สำหรับลูก
- งบประมาณในการซื้อ/ต่อเติมที่อยู่อาศัย : ยังไม่ได้วางแผน
- ความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องที่อยู่อาศัย : การเลือกที่อยู่อาศัยจะให้ความสำคัญกับคนในครอบครัวเป็นหลัก โดยต้องการที่อยู่อาศัยที่มีพื้นที่ มีบริเวณสำหรับลูก ๆ

บุคคลที่ 14 มีการย้ายที่อยู่อาศัยทั้งหมดจำนวน 4 ครั้ง

- ลักษณะที่อยู่อาศัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน : บ้านเดี่ยว > หอพัก > หอพัก > หอพัก > บ้านเดี่ยว
- สาเหตุในการย้ายที่อยู่อาศัยในแต่ละครั้ง :
 - ครั้งที่ 1 เรียนปริญญาตรี
 - ครั้งที่ 2 เรียนปริญญาโท
 - ครั้งที่ 3 ทำงาน
 - ครั้งที่ 4 มีบุตร ต้องการกลับบ้านเกิดเพื่อทำธุรกิจเอง
- อายุเมื่อมีการย้ายที่อยู่อาศัย :
 - ครั้งที่ 1 อายุ 18 ปี
 - ครั้งที่ 2 อายุ 23 ปี
 - ครั้งที่ 3 อายุ 24 ปี
 - ครั้งที่ 4 อายุ 26 ปี
- จำนวนที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : 1 หลัง
- ลักษณะที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : บ้านเดี่ยว
- ที่อยู่อาศัยในอนาคต : ต้องการที่อยู่อาศัยในลักษณะบ้านเดี่ยวภายใน 3 ปี
- งบประมาณในการซื้อ/ต่อเติมที่อยู่อาศัย : 34 ล้านบาท
- ความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องที่อยู่อาศัย : ต้องการมีที่อยู่อาศัยในพื้นที่เดียวกับโรงงาน จะให้ความสำคัญกับธุรกิจเป็นหลัก ต้องการบ้านที่ปลูกเองเพราะตอบสนองความต้องการได้ครบ

บุคคลที่ 15 มีการย้ายที่อยู่อาศัยทั้งหมดจำนวน 3 ครั้ง

- ลักษณะที่อยู่อาศัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน : ทาวน์เฮ้าส์ > บ้านเดี่ยว > บ้านเดี่ยว > บ้านเดี่ยว
- สาเหตุในการย้ายที่อยู่อาศัยในแต่ละครั้ง :
 - ครั้งที่ 1 ขยายพื้นที่ ลักษณะที่อยู่อาศัยเดิมมีพื้นที่ใช้สอยไม่เพียงพอ
 - ครั้งที่ 2 ทำงาน
 - ครั้งที่ 3 แต่งงาน แยกครอบครัว
- อายุเมื่อมีการย้ายที่อยู่อาศัย :
 - ครั้งที่ 1 อายุ 12 ปี
 - ครั้งที่ 2 อายุ 26 ปี
 - ครั้งที่ 3 อายุ 27 ปี
- จำนวนที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : 2 หลัง
- ลักษณะที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : บ้านเดี่ยว
- ที่อยู่อาศัยในอนาคต : ต้องการที่อยู่อาศัยในลักษณะบ้านเดี่ยว

- งบประมาณในการซื้อ/ต่อเติมที่อยู่อาศัย : 10 - 15 ล้านบาท
- ความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องที่อยู่อาศัย : ที่ต้องการที่อยู่อาศัยที่ปลูกเอง โดยอยู่บริเวณเดียวกับสถานที่ทำงาน มีสภาพแวดล้อมที่ดี มีพื้นที่และบริเวณภายในบ้านในการปลูกต้นไม้

บุคคลที่ 16 มีการย้ายที่อยู่อาศัยทั้งหมดจำนวน 1 ครั้ง

- ลักษณะที่อยู่อาศัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน : บ้านเดี่ยว > บ้านเดี่ยว
- สาเหตุในการย้ายที่อยู่อาศัยในแต่ละครั้ง :
 - ครั้งที่ 1 อยากรู้ความเป็นอิสระ
 - อายุเมื่อมีการย้ายที่อยู่อาศัย :
 - ครั้งที่ 1 อายุ 35 ปี
- จำนวนที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : 3 หลัง
- ลักษณะที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : บ้านเดี่ยว
- ที่อยู่อาศัยในอนาคต : ต้องการขยายบ้านเพื่อเพิ่มพื้นที่ใช้สอย
- งบประมาณในการซื้อ/ต่อเติมที่อยู่อาศัย : ไม่เกิน 2 ล้านบาท
- ความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องที่อยู่อาศัย : ที่อยู่อาศัยเป็นปัจจัยหนึ่ง เนื่องจากอยู่คนเดียวจึงไม่ต้องการพื้นที่เยอะ แต่ต้องการความเป็นส่วนตัวมาก

บุคคลที่ 17 มีการย้ายที่อยู่อาศัยทั้งหมดจำนวน 3 ครั้ง

- ลักษณะที่อยู่อาศัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน : บ้านเดี่ยว > บ้านเดี่ยว > ทาวน์เฮ้าส์ > บ้านเดี่ยว
- สาเหตุในการย้ายที่อยู่อาศัยในแต่ละครั้ง :
 - ครั้งที่ 1 เข้าเรียนระดับปริญญาตรี
 - ครั้งที่ 2 ทำงาน
 - ครั้งที่ 3 มีครอบครัว
- อายุเมื่อมีการย้ายที่อยู่อาศัย :
 - ครั้งที่ 1 อายุ 18 ปี
 - ครั้งที่ 2 อายุ 26 ปี
 - ครั้งที่ 3 อายุ 31 ปี
- จำนวนที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : 1 หลัง
- ลักษณะที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : บ้านเดี่ยว
- ที่อยู่อาศัยในอนาคต : ต้องการที่อยู่อาศัยในลักษณะบ้านเดี่ยวที่มีพื้นที่มากขึ้น ภายใน 10 ปี
- งบประมาณในการซื้อ/ต่อเติมที่อยู่อาศัย : 10 - 20 ล้านบาท

- ความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องที่อยู่อาศัย : ไม่ต้องการอยู่พื้นที่ในเมืองเนื่องจากต้องการสภาพแวดล้อมที่ดี สงบ และมีความเป็นส่วนตัว ต้องการที่อยู่อาศัยที่ปลูกเองมีพื้นที่สำหรับทำกิจกรรมสำหรับลูก

บุคคลที่ 18 มีการย้ายที่อยู่อาศัยทั้งหมดจำนวน 2 ครั้ง

- ลักษณะที่อยู่อาศัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน : บ้านเดี่ยว > หอพัก > บ้านเดี่ยว
- สาเหตุในการย้ายที่อยู่อาศัยในแต่ละครั้ง :
 - ครั้งที่ 1 เข้าเรียนระดับปริญญาตรี
 - ครั้งที่ 2 ย้ายกลับมาบ้านเดิม
- อายุเมื่อมีการย้ายที่อยู่อาศัย :
 - ครั้งที่ 1 อายุ 18 ปี
 - ครั้งที่ 2 อายุ 23 ปี
- จำนวนที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : 2 หลัง
- ลักษณะที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : บ้านเดี่ยว
- ที่อยู่อาศัยในอนาคต : ต้องการต่อเติมที่อยู่อาศัยเนื่องจากที่อยู่อาศัยเดิมค่อนข้างมีอายุแล้ว
- งบประมาณในการซื้อ/ต่อเติมที่อยู่อาศัย : 2 ล้านบาท
- ความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องที่อยู่อาศัย : ต้องการสร้างที่อยู่อาศัยให้ครอบครัว สร้าง Shop และโรงงานในพื้นที่บริเวณบ้าน

บุคคลที่ 19 มีการย้ายที่อยู่อาศัยทั้งหมดจำนวน 5 ครั้ง

- ลักษณะที่อยู่อาศัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน : อาคารพาณิชย์ > หอพัก > หอพัก > อาคารพาณิชย์ > บ้านเดี่ยว > บ้านเดี่ยว
- สาเหตุในการย้ายที่อยู่อาศัยในแต่ละครั้ง :
 - ครั้งที่ 1 เรียน
 - ครั้งที่ 2 ย้ายหอเพื่อให้ใกล้กับสถานที่เรียนมากขึ้น
 - ครั้งที่ 3 ทำงาน
 - ครั้งที่ 4 อยากมีบ้านเป็นของตัวเอง ชอบแบบบ้าน ชอบโครงการ
 - ครั้งที่ 5 บ้านเก่าไกลจากสถานที่ทำงาน ย้ายมาใกล้สถานที่ทำงานมากขึ้น
- อายุเมื่อมีการย้ายที่อยู่อาศัย :
 - ครั้งที่ 1 อายุ 16 ปี
 - ครั้งที่ 2 อายุ 20 ปี
 - ครั้งที่ 3 อายุ 21 ปี
 - ครั้งที่ 4 อายุ 27 ปี

ครั้งที่ 5 อายุ 29 ปี

- จำนวนที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : 3 หลัง
- ลักษณะที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : บ้านเดี่ยว อาคารชุด
- ที่อยู่อาศัยในอนาคต : ต้องการที่อยู่อาศัยในลักษณะบ้านสวน สงบ เรียบง่าย พื้นที่ประมาณ 5 ไร่
- งบประมาณในการซื้อ/ต่อเติมที่อยู่อาศัย : ไม่เกิน 20 ล้านบาท
- ความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องที่อยู่อาศัย : หากซื้อที่อยู่อาศัยเพื่ออยู่อาศัยก็จะดูที่ใกล้ที่ทำงานเป็นหลัก ทั้งนี้ต้องเป็นพื้นที่ที่มีความสงบ ปลอดภัยด้วย แต่ถ้าซื้อไว้เพื่อลงทุน หรือเก็งกำไรก็จะดูที่ทำเลเป็นหลัก

บุคคลที่ 20 มีการย้ายที่อยู่อาศัยทั้งหมดจำนวน 4 ครั้ง

- ลักษณะที่อยู่อาศัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน : บ้านเดี่ยว > หอพัก > หอพัก > บ้านเดี่ยว > บ้านเดี่ยว
- สาเหตุในการย้ายที่อยู่อาศัยในแต่ละครั้ง :
 - ครั้งที่ 1 เรียน เข้ามหาลัย
 - ครั้งที่ 2 แต่งงาน
 - ครั้งที่ 3 ทางธุรกิจ ธุรกิจเติบโต
 - ครั้งที่ 4 พื้นที่อยู่อาศัยเดิมไม่เหมาะสมกับครอบครัว
- อายุเมื่อมีการย้ายที่อยู่อาศัย :
 - ครั้งที่ 1 อายุ 19 ปี
 - ครั้งที่ 2 อายุ 21 ปี
 - ครั้งที่ 3 อายุ 24 ปี
 - ครั้งที่ 4 อายุ 29 ปี
- จำนวนที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : 1 หลัง
- ลักษณะที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง : บ้านเดี่ยว
- ที่อยู่อาศัยในอนาคต : ต้องการที่อยู่อาศัยในลักษณะบ้านเดี่ยว มีพื้นที่เยอะ ๆ ถ้าย้ายมาอยู่ที่กรุงเทพฯ ก็อาจจะซื้อเป็นลักษณะอาคารชุดเพื่อความสะดวกในการเดินทาง
- งบประมาณในการซื้อ/ต่อเติมที่อยู่อาศัย 5 - 10 ล้านบาทขึ้นไป
- ความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องที่อยู่อาศัย : เป็นคนมีความฝันตั้งแต่แรกว่าอยากมีบ้านที่มีพื้นที่เยอะๆ มีบริเวณ เนื่องจากสภาพแวดล้อมตอนเด็กไม่ค่อยดีจึงต้องการที่จะเติมเต็มความฝันนี้ แต่ไม่ต้องการซื้อบ้านจัดสรร เพราะรู้สึกว่ามีพื้นที่น้อย และราคาสูงกว่าเลือกซื้อเอง หากปลูกเองอยากได้อะไรเราก็สามารถเลือกได้ ควบคุมสิ่งที่ต้องการและต้องการได้ตามใจ

บรรณานุกรม

กรุงเทพธุรกิจ. เจาะลึกพฤติกรรม 'ผู้บริโภคยุค4.0'. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/760750/> [20 พฤษภาคม 2562]

โชคชัย สีนิลแท้. แห่งเปิดบ้านทรูหนีตลาดล่าง. โฟสทูเดย์, (3 กรกฎาคม 2561).

ชญาภา บุญมีพิพิธ. พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินเขตบางแค. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2556.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. รายงานนโยบายการเงิน. ฉบับเดือนมีนาคม, 2562.

นางสาวพิมรา เสนาพลสิทธิ์. พฤติกรรมการอยู่อาศัยในอาคารชุดระดับราคาสูงของกลุ่มวัยผู้ใหญ่ในเขตวัฒนา. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2553.

นางสาววีณา ธีระโสภณ. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.

วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี ธรรมศาสตร์, 2558.

นางสาวศรัณพร อินทร์ใจเอื้อ. ทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวของประชากรในแต่ละช่วงอายุใน

กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (นวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์) ธรรมศาสตร์, 2559.

นายเพชร สุลักษณ์อนวัช. ความสำเร็จในอาชีพ เชาว์อารมณ์ และความพึงพอใจในชีวิต โดยมีความภาคภูมิใจในตนเองเป็นตัวแปรสื่อของพนักงานระดับปฏิบัติการ กรณีศึกษา : บริษัทโทรคมนาคมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร.

วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์กร) ธรรมศาสตร์, 2559.

นายสุกิจ ตรีชวนพงศ์. ความต้องการที่อยู่อาศัยของคนทำงานย่านถนนสาทร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น, 2535.

ประภาภรณ์ เชี่ยวชาญ. สัมภาษณ์, 9 กรกฎาคม 2562.

พงศ์สิทธิ์ ชุมสาย ณ อยุธยา. ลักษณะการเติบโตของกรุงเทพมหานคร. ข่าวสารกรมการผังเมือง ฉบับที่ 66/2540 (2540): หน้า 11 - 17.

พัลลภ กฤตยานวัช. วิสัยทัศน์ที่อยู่อาศัย ในกระแสโลกาภิวัตน์สู่ปี 2000. เอกสารประกอบการศึกษา ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

ภัทรเดช มาเจริญ. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2555.

มานพ พงศทัต. แนวนโยบายที่อยู่อาศัยแห่งชาติ. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2539.

———. กลยุทธ์ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2541).

———. ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์. เอกสารประกอบโครงการอบรมทางวิชาการ: หลักสูตรกลยุทธ์การบริหารธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ยุคใหม่ รุ่นที่ 9, 2536.

- ศุภฤกษ์ มัลลิกะมาลย์. แนวโน้มการพัฒนาเคหะการในเขตกรุงเทพมหานคร(ด้านตะวันออกและตะวันออกเฉียงเหนือ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524.
- สำนักบริหารการทะเบียนกรมการปกครอง. จำนวนประชากรทั่วประเทศไทย.
- โรเบิร์ต คियोซากิ. พ่อรวยสอนลูก(Rich Dad Poor Dad). ซีเอ็ดดูเคชั่น, บมจ., 2018.
- Alonso, William J Location, and land use. Toward a general theory of land rent. Location and Land Use. Toward a General Theory of Land Rent. (1964).
- B.M. Moriaty. The American City. 2nd vols. An urban GeoGraphy, 1975.
- Berry, Brian Joe Lobley, Frank E Horton, and Josephine Olu Abiodun. Geographic Perspectives on Urban Systems: With Integrated Readings. Prentice Hall, 1970.
- Brain J., L Berry & E. Horton. Murphy, the American City : An Urban Geography.
- Button, Kenneth John. Urban Economics: Theory and Policy. Springer, 1976.
- Gattiker, Urs E., and Laurie Larwood. Subjective Career Success: A Study of Managers and Support Personnel. Journal of business and psychology 1.2 1, no. 2 (1986): 78-94.
- Goodall, Brain. The Economic of Urban Areas Oxford : pressman Press (1972).
- Hirsch, Werner Z. Urban Economics Analysis. New York: Mc Graw-hill (1975).
- Kain, John F. "The Journey-to-Work as a Determinant of Residential Location." Paper presented at the Papers of the Regional Science Association, 1962.
- Kain, John F, and John M Quigley. "Introduction to" Housing Markets and Racial Discrimination: A Microeconomic Analysis." 1-8: NBER, 1975.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. Principles of Marketing (16th Global Edition). Harlow: Pearson, 2013.
- Lean, William, and Brian Goodall. Aspects of Land Economics. (1966).
- Luxury, Coldwell Banker Global. The Report State of Luxury 2019. 2019.
- Moneyhub. มาตรวัด ความสำเร็จในชีวิตการทำงาน มีอะไรบ้าง.[ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://moneyhub.in.th/article/successful-measurement/> [20 พฤษภาคม 2562]
- Park, R., Burgess, E. W., & McKenzie, R. D. The City: Suggestions for the Study of Human Nature in the Urban Environment. (1984).
- Romanos, MC, DC Health. Residential Spatial Structure Lexington. (1976).
- Rossi, Peter Henry. Why Families Move: A Study in the Social Psychology of Urban Residential Mobility. Free Press, 1955.
- Short, John R. Housing in Britain: The Post-War Experience. Taylor & Francis, 1982.
- Siegel, Bernard J %J American Journal of Sociology. Defensive Structuring and Environmental Stress. 76, no. 1 (1970): 11-32.
- Speare, Alden, Sidney Goldstein, William H %J Migration Frey, and Metropolitan Change. Residential Mobility. (1975).

Stock2morrow. ภาระหนักคร่ำเรื้อน ภัยร้ายเศรษฐกิจไทย[ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<https://stock2morrow.com/discuss/room/1/topic/13151> [20 พฤษภาคม 2562]

The secret sauce. อายุน้อยร้อยล้าน รายการทีวีที่กลายเป็นแบรนด์ แล้วต่อยอดให้ฐานแฟนได้อีกหลายธุรกิจ.

[ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://thestandard.co/podcast/thesecondsauce15/> [24 กรกฎาคม 2562]

Wingo, Lowdon. Latin American Urbanization: Plan or Process? , 1969.

———. Transportation and Urban Land. Resources for the Future, 1961.



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	มณีศร อัทธวงศ์ไพศาล
วัน เดือน ปี เกิด	19 สิงหาคม 2536
สถานที่เกิด	ไทย
วุฒิการศึกษา	บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน
ที่อยู่ปัจจุบัน	1019 ถนนสะแกงาม แขวงสามด้า เขตบางขุนเทียน กทม.10150

