



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัยประเภทบ้านจัดสรร ระดับราคาปานกลาง ในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการทำวิจัย ดังนี้

1. แนวความคิดเรื่อง ชั้ันบันได ของการเพิ่มคุณภาพที่อยู่อาศัย
2. ทฤษฎี พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)
4. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ
5. แนวความคิดเกี่ยวกับอุปสงค์และอุปทานที่อยู่อาศัย
6. แนวความคิดเกี่ยวกับการเลือกที่พักอาศัย
7. แนวความคิดและทฤษฎี ในการเลือกที่อยู่อาศัย
8. แนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นสาเหตุของการย้ายที่อยู่อาศัย
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวความคิดเรื่อง ชั้ันบันได ของการเพิ่มคุณภาพที่อยู่อาศัย

แนวความคิด "Filtering Concept" หรือ "การกรอง" ซึ่งเป็นแนวความคิดที่ว่า เมื่อผู้คนจะเข้ามาอยู่ในเมือง หรือเมื่อมีการเพิ่มรายได้ และโอกาสมากขึ้นในสังคม ก็จะเริ่มกรองจากความยากขึ้นไปทีละขั้นสูงสุดแห่งของความละเอียดอ่อน คนจนก็จะเข้ามาอยู่ในที่อยู่ที่มีคุณภาพต่ำในเมือง และย้ายขึ้นไปสู่ที่อยู่ที่มีคุณภาพดียิ่งขึ้น และดียิ่งขึ้นไปจนตราบเท่าที่จะมีกำลังซื้อ และความต้องการเพิ่มคุณภาพชีวิตให้กับตัวเอง ในขณะเดียวกันที่อยู่อาศัยเดิมก็มีคนมาอยู่ทดแทนต่อๆ กันไปเป็นขั้นๆ ของการกรองเช่นนี้ไปเรื่อยๆ ทำให้ที่อยู่อาศัยต่างคุณภาพ และตอบสนองต่อการเลื่อนชั้น หรือกลั่นกรองเป็นขั้นๆ ตอบด้วย

แนวความคิด "Theshold Concept" หรือ "ชั้ันบันได" จะแสดงถึงการเลื่อนชั้นของคุณภาพที่อยู่อาศัยของคนระดับต่างๆ ไม่จำเป็นจะต้องเข้าผ่านขั้นกรอง ของผู้มีรายได้น้อยที่เข้ามาอยู่ในเมืองใหญ่ หรือเมืองอุตสาหกรรมของประเทศตะวันตก แต่อย่างไรก็ตามแนวความคิดด้าน Fiter หรือ Theshold (ชั้ันบันได) ก็น่าจะเป็นการแสดงออกอีกลักษณะหนึ่งของการเปลี่ยนแปลง และการพัฒนา และนวัตกรรม (Innovation) ของความต้องการที่อยู่อาศัย และการเพิ่มคุณภาพ

ชีวิตของมนุษย์แต่ละสังคม ซึ่งนอกจากจะเพิ่มคุณภาพแล้วยังเพิ่มจำนวนที่อยู่อาศัยให้ตัวเอง ที่เมื่อมีกำลังซื้อมากขึ้นได้ด้วยเป็นขั้นบันได

2. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

1. กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ¹²

1.1 การตระหนักถึงปัญหา

1.2 การแสวงหาข้อมูล

1.3 การประเมินทางเลือก

1.4 การซื้อ

1.5 การประเมินหลังการซื้อ

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

2.1 ปัจจัยส่วนบุคคล คือ สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละบุคคล ได้แก่

2.1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือลักษณะของบุคคล เช่น อายุ เพศ เชื้อชาติ รายได้ วงจรชีวิตของครอบครัว อาชีพ ซึ่งจะช่วยชี้ถึงบุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจของครอบครัว โดยอาจมีผลกระทบต่อกิจกรรมในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจ เช่น ในขั้นการแสวงหาข้อมูล อายุและรายได้ของผู้บริโภคอาจมีผลกระทบต่อบรรยากาศและประเภทของแหล่งข้อมูลที่ใช้ และเวลาที่ใช้ในการหาข้อมูล

2.1.2 รูปแบบการดำรงชีวิต คือรูปแบบของความเป็นอยู่ของบุคคลซึ่งแสดงออกมาในรูปกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็น ซึ่งรวมถึงวิถีทางที่บุคคลใช้เวลา การมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นและรูปแบบทั่วไปของชีวิตและความเป็นอยู่

2.1.3 ปัจจัยสถานการณ์ คืออิทธิพลที่เป็นผลมาจากสถานการณ์ แวดล้อม เวลา และสถานการณ์ที่ซึ่งมีผลกระทบต่อกิจกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยแบ่งออกได้เป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

2.1.3.1 สิ่งแวดล้อมกายภาพ หมายถึง ท่าเลที่ตั้ง บรรยากาศ และปัจจัยอื่น ๆ ในสิ่งแวดล้อมทางกายภาพซึ่งกระบวนการตัดสินใจเกิดขึ้น

2.1.3.2 สิ่งแวดล้อมทางสังคม ประกอบด้วยลักษณะและการปฏิสัมพันธ์ของลูกค้านอื่น ๆ ซึ่งอยู่ด้วยเมื่อเกิดการตัดสินใจ ได้แก่ เพื่อน ญาติ พนักงานขาย และลูกค้าอื่น ๆ

¹² ศิริวรรณ เสรีรัตน์, พฤติกรรมผู้บริโภค, หน้า 199

ผู้ซื้ออาจรู้สึกถูกกดดันที่จะต้องปฏิบัติในลักษณะใดลักษณะหนึ่งเนื่องจากองค์ประกอบของกลุ่มบุคคลที่อยู่ในสถานที่ที่การตัดสินใจเกิดขึ้น เช่น ในภัตตาคาร ร้านค้า หรือที่เล่นกีฬา

2.1.3.3 เวลา มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจในหลายทาง เช่น เวลาที่จำเป็นต้องใช้ในการเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และในการซื้อผลิตภัณฑ์

2.1.3.4 ความหมายของงาน เกี่ยวกับคำถามการซื้อผลิตภัณฑ์จะทำให้บรรลุถึงสิ่งใด

2.1.3.5 สถานะก่อนหน้า ได้แก่ อารมณ์ในขณะนั้น หรือภาวะในขณะนั้นมีผลกระทบต่อความสามารถของบุคคลและความปรารถนา

2.1.4 ปัจจัยด้านจิตวิทยา เป็นสิ่งกำหนดพฤติกรรมทั่วไปของผู้บริโภคและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในฐานะผู้บริโภค ประกอบด้วย

2.1.4.1 การรับรู้ คือ วิธีทางที่บุคคลรวบรวมและบันทึกข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคกำลังสนใจ จากนั้นจะแปลความหมายของข้อมูลข่าวสารนั้นตามความเชื่อ ค่านิยมของผู้บริโภค และทำการจดจำข้อมูลต่าง ๆ

2.1.4.2 แรงจูงใจ คือ พลังผลักดันภายในที่ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายหรือความพึงพอใจของแต่ละบุคคล

2.1.4.3 การเรียนรู้ คือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือความรู้ ความเข้าใจอันเป็นผลจากประสบการณ์ที่ผู้บริโภคมี ซึ่งประสบการณ์จะเป็นตัวบอกผู้บริโภคว่าควรซื้อสินค้าชนิดนั้นหรือไม่

2.1.4.4 ทศนคติ คือผลรวมความเชื่อและการประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคล ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

2.1.4.5 บุคลิกภาพ หมายถึง สิ่งที่มีอยู่เป็นพื้นฐานของบุคคลและรูปแบบที่มีความแตกต่างของความคิด อารมณ์ และพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งเป็นลักษณะการตอบสนองของบุคคลต่อสถานการณ์ในชีวิตของเขา ดังนั้นการที่บุคคลมีบุคลิกภาพต่างกันจึงทำให้การตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคต่างกันออกไป

2.1.4.6 แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง หมายถึง การรับรู้และการประเมินค่าที่บุคคลมีต่อตนเอง การประเมินของบุคคลอื่นในสวนเกี่ยวข้องด้วย โดยบุคคลจะซื้อผลิตภัณฑ์และบริการที่สะท้อนตัวตนของผู้บริโภค

2.1.5 ปัจจัยด้านสังคม คือแรงผลักดันที่บุคคลอื่นมีต่อพฤติกรรมที่ซื้อของบุคคล
บุคคลหนึ่ง สามารถแบ่งได้ 4 กลุ่ม คือ

2.1.5.1 บทบาทและครอบครัว

2.1.5.2 กลุ่มอ้างอิงและผู้นำความคิด

2.1.5.3 ชั้นทางสังคม

2.1.5.4 วัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

การศึกษาและวิเคราะห์ถึงความต้องการของตลาดก่อนตัดสินใจเป็นเรื่องสำคัญและ
จำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อจะได้ปรับส่วนประสมทางการตลาดซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา การจัด
จำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดให้สอดคล้องและเหมาะสมกับความต้องการของกลุ่ม
เป้าหมาย อันจะทำให้การวางแผนทางการตลาดเป็นไปอย่างถูกต้องเหมาะสม และบรรลุ
เป้าหมายทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์
(Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

4. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ¹³ William W. Reeder ได้รวบรวมทฤษฎีทางสังคมวิทยาเพื่อ
มาอธิบายพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ ซึ่งเขาเห็นว่า โดยทั่วไปแล้วรูปแบบ (Model) ทางด้าน
จิตวิทยาสังคมที่เกี่ยวกับการตัดสินใจของกระทำพฤติกรรมของมนุษย์นั้น นักสังคมวิทยา มักจะ
มองในแง่ของสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (Social-Economic Status) ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัย
ภายนอกจะมีผลต่อการตัดสินใจจึงได้อธิบายเหตุผลในการกระทำสิ่งใดของมนุษย์ว่า เกิดจาก
ปัจจัยดังต่อไปนี้

1. เป้าหมายหรือจุดประสงค์ ความมุ่งหมายเพื่อให้บรรลุผลนั้น ผู้กระทำจะต้องมีการ
กำหนดเป้าประสงค์ไว้ก่อนล่วงหน้า และพยายามที่จะกระทำทุกวิถีทางเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์
นั้น

2. ความเชื่อ เกิดจากความคิด ความรู้ในเรื่องนั้นที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการ
เลือกการกระทำทางสังคม

¹³ อุไร มั่นหมั่น, "ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 : ศึกษากรณีจังหวัดนครปฐม,"
(วิทยานิพนธ์ คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2539), หน้า 32

3. ค่านิยม คือ สิ่งที่บุคคลยึดถือเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจ และกำหนดการกระทำของตนเอง ค่านิยมนั้นเป็นลักษณะความเชื่ออย่างหนึ่งแต่มีลักษณะถาวร โดยเชื่อว่าวิธีปฏิบัติบางอย่างเป็นสิ่งที่ดีเองหรือสังคมเห็นดี เห็นชอบ สมควรที่จะยึดถือปฏิบัติมากกว่าวิธีปฏิบัติอย่างอื่น

4. นิสัยและธรรมเนียม คือ แบบอย่างพฤติกรรมที่สังคมกำหนดไว้ แล้วสืบต่อกันมาด้วยประเพณี

5. การคาดหวัง คือ ทำที่ของบุคคลอื่นที่มีต่อพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตัว โดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนต้องการ

6. ข้อผูกพัน คือ สิ่งที่ผู้กระทำเชื่อว่าเขาผูกพันที่จะต้องกระทำให้สอดคล้อง กับสถานการณ์นั้น ๆ ข้อผูกพันจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการกระทำทางสังคม

7. การบังคับ คือ ตัวที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้กระทำการตัดสินใจได้เร็วขึ้น

8. โอกาสเป็นความคิดของผู้กระทำที่เชื่อว่าสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ช่วยให้มีโอกาสเลือกกระทำ

9. ความสามารถ การที่ผู้กระทำรู้ถึงความสามารถของตัวเอง ซึ่งก่อให้เกิดผลสำเร็จในเรื่องนั้น ๆ ได้ การตระหนักถึงความสามารถนี้จะนำไปสู่การตัดสินใจและการกระทำทางสังคม

10. การสนับสนุน คือ สิ่งที่ผู้กระทำรู้ว่าจะได้รับหรือคิดว่าจะได้รับจากคนอื่น ๆ

การจะพิจารณาสเหตุที่ทำให้ผู้ซื้อเกิดการตัดสินใจซื้อได้มุ่งประเด็นในการศึกษาพฤติกรรมของผู้ซื้อ ว่าปัจจัยใดบ้างที่เป็นผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งในที่นี้จะสามารถสรุปปัจจัยได้ 4 ด้าน¹⁴ คือ

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture Factors) วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ทำให้คนคิดต่างกัน จึงทำให้มีผลต่อแบบแผนในการบริโภคที่ต่างกัน เช่น วัฒนธรรมการอยู่อาศัยแบบบ้าน วัฒนธรรมการสร้างชุมชน วัฒนธรรมการซื้อ และการใช้ในที่ต่างๆ ย่อมแตกต่างกัน

2. ปัจจัยทางด้านชนชั้นทางสังคม (Social Class) ในสังคมต่างๆ จะต้องมีระดับของชนชั้นเสมอ แต่ในที่นี้จะหมายถึง ชนชั้นในด้านการตลาด ซึ่งจะถูกกำหนดด้วยตัวแปรทางด้านสังคม เศรษฐกิจ เช่น อาชีพ รายได้ การศึกษา เป็นต้น

¹⁴ ธงชัย สันติวงษ์, พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด, พิมพ์ครั้งที่ 11 (กรุงเทพฯ : ประชุมช่าง, 2549), หน้า 29

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

1. กลุ่มชั้นสูงส่วนบน (Upper-Upper Class) เป็นกลุ่มของผู้มีชั้นสูงในวงศ์ตระกูลที่มีชื่อเสียง ร่ำรวย และมีฐานะมั่นคง ปกติจะมีบ้านหลายหลัง เช่น มีบ้านพักตากอากาศ

2. กลุ่มชั้นสูงส่วนล่าง (Lower-Upper Class) เป็นกลุ่มที่มีรายได้มาก ๆ เช่น คนในอาชีพต่าง ๆ มีเงินเดือนสูง ๆ มักจะเป็นเจ้าของบริษัทใหญ่ ๆ หรือบริษัทในเครือเป็นกลุ่ม ๆ มักจะทำมาหาได้ด้วยความสามารถของตนเองมากกว่าที่จะได้รับมรดก การตัดสินใจซื้อเพื่อการบริโภคของกลุ่มนี้มักจะเป็นไปอย่างฟุ่มเฟือย ชอบซื้อของใหม่แปลก ๆ และราคาแพง ๆ เช่น ซื้อบ้านหลังใหญ่ ๆ ราคาแพง ๆ

2.1 กลุ่มชั้นกลางส่วนบน (Upper Middle Class) คนในกลุ่มนี้มักจะพิจารณาจากอาชีพ (Career) ของเขา และรายได้สูง ซึ่งมักจะเป็นหลักหมื่น เช่น นักธุรกิจ หรือผู้ประกอบการอาชีพ ที่มีรายได้มาก ๆ ในกลุ่มนี้การศึกษาจะเป็นค่านิยมที่สำคัญมาก คือ ได้รับการศึกษาสูง เป็นพวกที่มีปริญญา กลุ่มนี้จะถือว่าเป็นตลาดที่สำหรับสินค้าหลาย ๆ ประเภท และการซื้อจะเป็นไปโดยมีเหตุผล และรอบคอบ

2.2 กลุ่มชั้นกลางส่วนล่าง (Lower-Middle Class) กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีอาชีพชั้นกลางที่ใช้แรงงานน้อย และอยากจะมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง ถึงแม้จะเล็กก็ตาม แต่พยายามตกแต่งให้ดีเท่าที่จะทำได้ ชอบซื้อของดีราคาถูก มักจะซื้อสินค้าสำเร็จมากกว่าสั่งทำ

2.3 กลุ่มชั้นต่ำส่วนบน (Upper-Lower Class) เป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่เป็นพวกที่ทำมาหากินวันต่อวัน มักจะอาศัยอยู่ตามบ้านเช่า หรือบ้านของตนเองแต่มีขนาดเล็กมาก หรืออยู่แฟลต เป็นพวกใช้แรงงานตามสมควร เช่น พวกใช้แรงงานตามสมควร เช่น พวกช่างทำงานรับจ้าง และมีความต้องการมั่นคงอย่างมาก

2.4 กลุ่มชั้นต่ำส่วนล่าง (Lower-Lower Class) เป็นกลุ่มที่เสียเปรียบในสังคมโดยมาก มักจะอาศัยอยู่ในสลัม มักจะด้อยโอกาสในการศึกษา หรือขาดความชำนาญในฝีมือและวิชาชีพ การตัดสินใจซื้อมักจะทำโดยไม่มีแผนในการซื้อ ชอบซื้อของเชื่อ ไม่พิจารณาถึงคุณภาพ

3. ปัจจัยทางสังคม และกลุ่มอ้างอิง ได้แก่ ตัวแปร ครอบครัว เป็นตัวแปรที่สร้างผลกระทบต่อ การบริโภคหรือการซื้อ เนื่องจากคนในครอบครัวจะมีบทบาทที่ต่าง ๆ กัน พบว่าจะไม่มีใครเพียงคนเดียวที่จะตัดสินใจซื้อได้ จะเห็นได้ว่าผู้ซื้อกับผู้ใช้ง้างครั้งเป็นคนละคนกัน และผู้จ่ายเงินก็จะเป็นอีกคนหนึ่ง หรือผู้มีอิทธิพลก็เป็นอีกคนหนึ่งก็ได้ นอกจากนี้ยังมีตัวแปรอีกตัวหนึ่ง ได้แก่ กลุ่มอ้างอิง ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอย่างมาก ได้แก่ เพื่อน หรือรวมถึงบุคคลอื่น ๆ ที่มีชื่อเสียงเป็นผู้แนะนำ ในปัจจุบันนี้ผู้แนะนำจะเป็นตัวแปรทางสังคมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างสำคัญต่อการเพิ่มยอดขายได้เป็นจำนวนมาก

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

5. แนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์และอุปทานที่อยู่อาศัย

1. อุปสงค์ที่อยู่อาศัย

สาเหตุของความขาดแคลนที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑลมาจากการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์เป็นส่วนใหญ่ โดยเกิดจากปัจจัยหลายประการไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงของจำนวนประชากร ขนาดประชากรต่อบ้านที่เล็กลง รายได้ ราคาวัสดุก่อสร้างที่อยู่อาศัย หรือมาตรการของรัฐบาล เช่น การเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยและภาษี เป็นต้น ในทางเศรษฐศาสตร์ ปัจจัยกำหนดความต้องการที่อยู่อาศัยนั้น มักจะได้รับอิทธิพลจาก ตัวแปรสำคัญ 2 ตัว คือราคาเปรียบเทียบ และรายได้ที่แท้จริง โดยจะแยกพิจารณากลุ่มผู้ซื้อเป็น 2 กลุ่ม คือ พฤติกรรมของกลุ่ม ผู้ซื้อที่อยู่อาศัย ระดับรายได้สูง ซึ่งพบว่า รายได้ไม่ค่อยได้เป็นตัวกำหนดเท่าไรนัก หากแต่เป็นคุณภาพของบ้าน รูปแบบ ตลอดจนความน่าเชื่อถือของโครงการที่อยู่อาศัยมากกว่า นั่นคือ ผู้ซื้อจะเลือกเฉพาะโครงการที่อยู่อาศัยที่ตนไว้วางใจ โดยดูจากผู้เป็นเจ้าของโครงการที่เคยทำมาในอดีต (Brand Loyalty) ขณะที่ราคามีความสำคัญต่อการตัดสินใจในลำดับรองลงมา

ถ้ากำหนดให้ปัจจัยด้านคุณภาพที่อยู่อาศัยไม่มีการเปลี่ยนแปลงแล้ว ราคาจะมีบทบาทต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมากขึ้น เมื่อเป็นลักษณะนี้ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่อยู่อาศัยต่อราคา ควรจะสูงกว่าค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ เพราะนั้นการเปลี่ยนแปลงราคาที่อยู่อาศัยจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการจำหน่ายหรือความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูงมากกว่าการเปลี่ยนแปลงรายได้ ในทางตรงกันข้ามตัวกำหนดรายได้จะมีอิทธิพลสูงกว่าราคา ปัจจัยด้านรายได้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในกลุ่มผู้มีรายได้น้อย มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ค่อนข้างสูง ความสัมพันธ์ที่อาจผิดไปจากทฤษฎีอุปสงค์นั้นอาจเกิดจากปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ราคาเป็นตัวกำหนดความต้องการ โดยส่วนหนึ่งมาจากการเก็งกำไร และการคาดการณ์ในราคา ของผู้ซื้อ แต่อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ระหว่างราคา กับความต้องการที่อยู่อาศัยในทางเศรษฐศาสตร์ของกลุ่มมีรายได้น้อย จะไม่มีทางเกิดขึ้น นั้นแสดงว่าปัจจัยกำหนดความต้องการ

ระหว่างราคา และรายได้ในกลุ่มผู้มีรายได้ต่ำนั้น ปัจจัยประการหลังมีอิทธิพลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยมากกว่า

โดยปัจจัยกำหนดความต้องการที่อยู่อาศัยนอกเหนือจากราคาและรายได้ ดังกล่าวข้างต้น ประกอบด้วย

1. สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ทุกครัวเรือนปรารถนาเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย แต่มีงบประมาณจำกัด ขณะที่ที่อยู่อาศัยเป็นสินค้าราคาสูง ปัญหาการเงินจึงเป็นเงื่อนไขหลักในการซื้อที่อยู่อาศัย เพราะฉะนั้นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยกระตุ้นการขยายตัวของอุตสาหกรรมที่อยู่อาศัย คือ การอุดหนุนทางการเงินจากสถาบันการเงินในด้านการให้กู้เพื่อซื้อที่อยู่อาศัย ซึ่งจะเป็นแรงจูงใจให้แก่ผู้ซื้อให้เข้ามาสู่ตลาดที่อยู่อาศัยด้วยวิธีการซื้อแบบเงินผ่อนรายเดือน เพราะฉะนั้นความสามารถหาได้ของสินเชื่อจะกระทบความต้องการที่อยู่อาศัย

2. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อซื้อที่อยู่อาศัย การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยจะกระทบต่ออำนาจซื้อของประชากรในภาวะเศรษฐกิจมีสภาพคล่องทางการเงินสูง อัตราดอกเบี้ยจะต่ำ¹⁵ หรือถ้าสถาบันการเงินเพิ่มระยะเวลาผ่อนชำระเงินกู้ เพื่อที่อยู่อาศัยให้ยาวนานขึ้น ก็จะทำให้ภาระในการซื้อบ้านต่ำลง ส่งผลให้ความต้องการที่อยู่อาศัยแท้จริงสูงขึ้น ในทางตรงกันข้ามเมื่อเศรษฐกิจประสบกับวิกฤตการณ์ทางการเงิน อัตราดอกเบี้ยสูงขึ้น หรือการลดระยะเวลาผ่อนชำระให้สั้นลง ก็จะทำให้ความต้องการที่อยู่อาศัยลดลง เนื่องตากลผู้ซื้อจะชะลอการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยออกไปก่อน โดยกำหนดให้เงื่อนไขปัจจัยอื่นคงที่

3. นโยบายรัฐบาล ความเฟื่องฟูหรือความซบเซาของตลาดที่อยู่อาศัยมักจะขึ้นอยู่กับนโยบายของรัฐเป็นสำคัญ เช่นเดียวกับตลาดสินค้าอื่น ๆ จึงต้องนับนโยบายของรัฐเป็นปัจจัยกำหนดความต้องการที่อยู่อาศัยด้วย ดังนี้

3.1 วิธีการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล ผู้ประกอบการทุกรายต้องเสียภาษีดังกล่าวในอัตราที่เท่ากัน จากกำไรในการดำเนินงานจัดเก็บภาษีสูงจะทำให้ต้นทุนการก่อสร้างที่อยู่อาศัยสูงขึ้นจากปกติ และทำให้ผู้ประกอบการต้องหาหนทางลดต้นทุนที่เกิดขึ้นด้วยการผลักภาระภาษีไปยังผู้ซื้อในรูปแบบของการตั้งราคาสินค้า จะมีผลทำให้มูลค่าการจำหน่ายที่อยู่อาศัยลดลง

3.2 การอนุญาตให้สามารถนำรายจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการเคหะมาเป็นค่าใช้จ่ายในการคิดคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ซึ่งเป็นการเพิ่มกำลังซื้อให้แก่ผู้ซื้อที่อยู่อาศัย

3.3 การจัดสรรวงเงิน ของธนาคารแห่งประเทศไทยให้มีอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยทั่วไป เพื่อสนับสนุนตลาดที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย

¹⁵ สุรีย์ รักชวิทย์, "ตลาดที่อยู่อาศัย กรณีศึกษาอุปสงค์ที่อยู่อาศัยในเขต กทม. และปริมณฑล," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536).

3.4 การส่งเสริมการลงทุนในกิจการปลูกสร้างที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย โดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน โดยที่หากได้รับการส่งเสริมการลงทุน ผู้ประกอบการจะได้รับการลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล ทำให้ต้นทุนการก่อสร้างที่อยู่อาศัยลดลง อันเป็นการสนับสนุนให้ผู้มีรายได้น้อยสามารถซื้อบ้านได้

โดยทั่วไปแล้ว ธุรกิจสังหาริมทรัพย์ ซึ่งที่อยู่อาศัยก็อยู่ในธุรกิจนี้มักถูกมองว่าเป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูง ทั้งนี้เพราะทั้งอุปสงค์และอุปทานของการก่อสร้างนั้นต้องพึ่งเงินกู้จากสถาบันการเงินค่อนข้างสูง จึงทำให้ค่อนข้างจะอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยสูงมาก นอกจากนี้ธนาคารแห่งประเทศไทย มักจะใช้มาตรการสินเชื่อเฉพาะด้าน ในการแก้ไขปัญหาความไร้เสถียรภาพทางเศรษฐกิจ และมักจะจัดให้ธุรกิจทางด้านนี้ร่วมอยู่ในกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดผลผลิตนั้น ก็ยังทำให้ธุรกิจได้รับผลกระทบจากการดำเนินนโยบายการเงินแบบรัดตัวมากกว่าธุรกิจอื่น ๆ

การเปลี่ยนแปลงด้านประชากรที่สำคัญ ได้แก่ จำนวนประชากร โครงสร้างอายุ สถานภาพการสมรส และจำนวนสมาชิกต่อบ้าน เป็นต้น จำนวนประชากรในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลจะเกิดจาก 2 ทาง คือการเพิ่มขึ้นโดยธรรมชาติ และการอพยพย้ายถิ่นของแรงงานเข้าสู่เมือง ซึ่งจำนวนประชากรในประเภทหลังกับโครงสร้างอายุของประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป และมีครอบครัวแล้ว น่าจะเป็นปัจจัยกำหนดความต้องการที่อยู่อาศัยที่สำคัญ ผลการศึกษาความต้องการที่อยู่อาศัยของประเทศไทยในระยะที่ผ่านมา ส่วนใหญ่มักใช้จำนวนประชากรเป็นตัวแทนการศึกษา โดยใช้จำนวนสมาชิกต่อบ้านมาเป็นฐานสำหรับการคำนวณหาความต้องการที่อยู่อาศัย โดยเราสามารถเขียนสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการที่อยู่อาศัย และขนาดสมาชิกบ้าน ได้ ดังนี้

1. ความต้องการที่อยู่อาศัย = (จำนวนประชากร X อัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรต่อปี)/จำนวนสมาชิกต่อบ้าน

2. การย้ายถิ่น จำนวนประชากรและรายได้มีบทบาทอย่างมากต่อความต้องการที่อยู่อาศัย แต่การอพยพของประชากรจากพื้นที่ชนบทเข้าสู่เมือง ก็เป็นปัจจัยที่กระทบต่อความต้องการที่อยู่อาศัยด้วย การย้ายถิ่นมีแรงกดดันขึ้นพื้นฐานจากปัญหาด้านเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากปัจจัยด้านการจ้างงาน

3. รสนิยมและทำเลที่ตั้ง การตัดสินใจของผู้ซื้อจะพิจารณาว่าราคาสมเหตุสมผลกับความสะดวกสบายและเงื่อนไขของบ้านที่มีราคาสูงขึ้น อันเนื่องจากคุณภาพของบ้านสูงกว่ามาตรฐาน จึงทำให้ต้นทุนสูงขึ้นหรือไม่ ตลอดจนพื้นที่ใช้สอยของบ้านก็ถือเป็นปัจจัยอันหนึ่งของรสนิยมของครัวเรือน ทำเลที่ตั้งก็มีผลกระทบต่อ ความต้องการที่อยู่อาศัย ในลักษณะที่โครงการที่

อยู่อาศัยที่ตั้งอยู่ในชุมชนรอบ ๆ เมืองใหญ่นั้น เหมาะสำหรับใช้เป็นที่อยู่อาศัยเนื่องจากมีความหนาแน่นน้อยกว่า มลภาวะอากาศ และเสียงเป็นพิษต่ำกว่า จึงดึงดูดครัวเรือนที่ต้องการพักอาศัยในสถานที่ที่มีความสงบ ร่มรื่น แต่ในปัจจุบันปัญหาการจราจรได้เข้ามามีบทบาทต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย เนื่องจากต้องเสียเวลามากเพื่อจะเดินทางเข้ามาในเขตเมืองชั้นใน รสนิยมจึงอาจเปลี่ยนแปลงจากการทำงานที่หนึ่ง และที่อยู่ แต่ละแห่งกันมาเป็นที่เดียวกันหรืออยู่ใกล้กันมากขึ้น เพื่อประหยัดเวลาการเดินทางอันเนื่องมาจากปัญหาการจราจรที่ทวีความรุนแรงขึ้นทุกที

4. สภาพทางสังคมและการเมือง ผลกระทบของความเจริญจากตะวันตกได้เข้ามา มีบทบาทสำคัญต่อสังคมไทย เนื่องจากวัฒนธรรมของประเทศตะวันตกนั้น คู่สมรสใหม่มีแนวโน้มแยกออกไปอยู่เอง เนื่องจากเป็นค่านิยมของสังคม ทำให้มีความต้องการที่อยู่อาศัยมากขึ้น รวมทั้งความไม่แน่นอนของสถานการณ์การเมืองของประเทศเพื่อนบ้าน และความไม่มีเสถียรภาพของรัฐบาลไทย ก็ส่งผลกระทบต่อความต้องการที่อยู่อาศัย เพราะประชาชนจะชะลอการตัดสินใจที่จะนำเงินมาลงทุนระยะยาว เช่น การซื้อที่อยู่อาศัย เป็นต้น

2. อุปทานที่อยู่อาศัย

ภาวะการผลิตที่อยู่อาศัยในจังหวัดสมุทรปราการ แบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้¹⁶

สภาพการผลิตโดยทั่วไป การจัดสรรที่ดินในจังหวัดสมุทรปราการมีแนวโน้มดีขึ้นตั้งแต่ปี 2544 เป็นผลจากการส่งเสริมการมีที่อยู่อาศัยของประชาชนในปี 2544 ทำให้มีโครงการจัดสรรทั้งเก่าและใหม่เปิดขายกันมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับสถาบันการเงินทั้งหลายต่างแข่งขันกันปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัยกันมากขึ้น และภาวะอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อที่อยู่อาศัยอยู่ในระดับต่ำ จึงเป็นการกระตุ้นอุปทานในตลาดที่อยู่อาศัยให้เพิ่มมากขึ้น จะเห็นได้จากตารางที่ 1.1 พบว่าในช่วงปี 2543-2548 ส่วนใหญ่มีการจัดสรรที่ดินในเขตอำเภอเมือง อำเภอพระสมุทรเจดีย์ และอำเภอบางพลี ต่อมาในปี 2549 เริ่มในอำเภอบางเสาธงและอำเภอพระสมุทรเจดีย์มีปริมาณการจัดสรรที่ดินเพิ่มขึ้นหลายเท่าตัวจากปี 2548

¹⁶ วราภรณ์ ชื่นชมพุกฤษ, "ตลาดที่อยู่อาศัย กรณีศึกษาปัจจัยกำหนดอุปสงค์ที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล." (ภาคนิพนธ์คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2547).

ตารางที่ 2.1 แสดงการจัดสรรที่ดินในจังหวัดสมุทรปราการ แยกตามตั้งแต่ปี 2541-2550

ข้อมูล	ปี จำนวนแปลงจัดสรรที่ดิน										สัดส่วน	
	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	ผลรวม	%
บ้านแถว	-	398	571	4,469	751	5,673	2,181	5,345	3,607	3,139	26,134	23.66
บ้านเดี่ยว	124	-	638	1,724	1,291	1,100	1,941	2,220	3,864	1,539	14,441	13.07
ที่ดิน	294	9	1,465	2,324	2,098	356	2,871	648	135	153	10,353	9.37
บ้านแฝด	-	-	-	-	38	932	126	464	683	777	3,020	2.73
อาคารพาณิชย์	-	-	108	174	87	177	30	183	340	50	1,149	1.04
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	1	-	-	-	138	139	0.13
รวมทั้งจังหวัด	836	814	5,564	17,382	8,530	16,478	14,298	17,720	17,258	11,592	110,472	100.00

ที่มา : สำนักงานที่ดินจังหวัดสมุทรปราการ

การตั้งราคาที่อยู่อาศัย จากการสำรวจโครงสร้างที่อยู่อาศัยของการก่อสร้างที่อยู่อาศัยทำให้รู้ถึงการตั้งราคา ซึ่ง พบว่ามีลักษณะการตั้งราคาบวกกำไรขั้นต่ำเข้าไปในต้นทุนรวมของการก่อสร้างที่อยู่อาศัย หรือเรียกกันทั่วไปในทางเศรษฐศาสตร์ว่า full cost pricing เช่นเดียวกับการศึกษาของ รศ.ดร.ศักดิ์ชัย กล่าวคือ ผู้ประกอบการจะตั้งราคาที่อยู่อาศัยโดยบวกกับอัตรากำไรขั้นต่ำที่ต้องการรวมเข้าไปในต้นทุนก่อสร้าง กรณีประเทศไทยอัตรากำไรจะอยู่ระหว่างร้อยละ 20.3 ของต้นทุนรวม ตามประเภทและระดับราคาที่อยู่อาศัย ขณะที่ในต่างประเทศจะบวกอัตรากำไร (mark up) เพียงร้อยละ 4.5-5.0 เท่านั้น สาเหตุที่บวกกำไรต่ำก็เพราะรัฐบาลของประเทศต่าง ๆ ส่วนใหญ่มักจะเข้ามาดูแลราคาที่อยู่อาศัยไม่ให้มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก จึงทำให้อัตรากำไรที่ผู้ประกอบการจะบวกเพิ่มจากต้นทุนรวมอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า ในขณะที่ประเทศไทยแม้รัฐบาลจะมีนโยบายสนับสนุนให้ประชาชนสามารถซื้อบ้านเป็นของตนเองให้มากขึ้นก็ตาม แต่แนวทางการช่วยเหลือของรัฐบาลส่วนใหญ่มุ่งเน้นการควบคุมราคาวัสดุก่อสร้าง เพื่อจะได้ไม่ทำให้ต้นทุนก่อสร้างสูงจนเกินไป ขณะที่กลับปล่อยให้ราคาที่อยู่อาศัยเปลี่ยนแปลงได้อย่างเสรี เมื่อเป็นเช่นนี้ผู้ประกอบการจึงสามารถกำหนดอัตรากำไรที่ต้องการได้ในระดับที่สูงกว่าต่างประเทศได้

นอกจากนี้การตั้งราคาในลักษณะดังกล่าว สะท้อนให้เห็นถึงเป้าหมายในการดำเนินงานของผู้ประกอบการในลักษณะไม่ได้มุ่งแสวงหากำไรสูงสุด เพราะการตั้งราคาดังกล่าวไม่ได้กระทำ ณ จุดที่ต้นทุนส่วนเพิ่ม เท่ากับรายรับส่วนเพิ่ม แต่มีเป้าหมายการแสวงหารายรับจากการขายสูงสุด มากกว่านั่นเอง เหตุที่เป็นเช่นนั้นเพราะในการก่อสร้างที่อยู่อาศัยระดับราคาต่าง ๆ นั้น ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับความเสี่ยงมากมายไม่ว่าจะเกิดจากการเปลี่ยนแปลงราคาที่ดิน ปัญหาการขาดแคลนวัสดุก่อสร้าง เช่น เหล็กเส้น ปูนซีเมนต์ และแรงงาน ทำให้เกิดความผันผวนของราคาวัสดุ และอัตรากำไรแรงงาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลให้ต้นทุนก่อสร้างสูงขึ้นทั้งสิ้น

6. แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกที่พักอาศัย

จากการศึกษาแนวคิดต่าง ๆ พบว่ามีแนวคิดหลาย ๆ แนวคิดจะพิจารณาเกี่ยวกับด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ด้านทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย

Alonso William (1966)¹⁷ กล่าวถึงการเลือกบริเวณที่พักอาศัยว่า ควรพิจารณา ปัจจัยเกี่ยวกับที่ตั้งของที่พักอาศัย ซึ่งมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม และใกล้ทำงาน การเลือกบริเวณที่อยู่อาศัยในเมืองมีความสัมพันธ์กับราคาที่ดิน นอกจากนั้นราคาที่ดินยังผันแปรกับค่าขนส่ง กล่าวคือ หากระยะทางไกล ถึงแม้ราคาที่ดินจะถูกลงก็ตามแต่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางสูงขึ้น โดยผู้มีรายได้สูงย่อมมีโอกาสเลือกอยู่นอกเมือง ขณะที่ผู้มีรายได้ต่ำต้องอาศัยอย่างแออัดอยู่ในเมือง สรุปว่า การเลือกพิจารณาในเรื่องนี้ควรพิจารณาปัจจัย 3 ประการ คือ

ราคาที่พักอาศัยที่สัมพันธ์กับรายได้ และความสามารถในการจ่าย

รูปแบบของที่อยู่อาศัยที่ก่อให้เกิดความพอใจจะสัมพันธ์กับขนาดของ

ครอบครัว และสถานภาพสมรสอีกด้วย

1.3 ที่ตั้งของที่อยู่อาศัยจะสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม และระยะห่างจากที่ทำงาน

2. ด้านที่อยู่อาศัยและที่ทำงาน

เบอร์รี่ กับ ฮอร์ตตัน (Berry & Horton, 1970)¹⁸ ได้ศึกษาการเดินทางไปทำงานของประชากรในเมือง โดยพยายามศึกษาถึงตำแหน่งของแหล่งงาน กับตำแหน่งที่มีประชากรเดินทางออกมาถึงแหล่งงานนั้นๆ หรือตำแหน่งของที่อยู่อาศัย ดังนี้ ในกรณีที่แหล่งงานในบริเวณศูนย์กลางธุรกิจ การค้าของเมือง จะมีประชากรเดินทางมาจากทุกแห่งของเมือง โดยรูปแบบของการจัดตัวของแหล่งที่มีของประชากรวางตัวเป็นแนวยาวไปตามถนนที่เป็นถนนสายหลัก หรือทางส่วนต่างๆ แต่ในกรณีที่แหล่งงานอยู่ในบริเวณขอบของศูนย์กลางธุรกิจการค้าของเมือง จะมีรูปแบบของการเดินทางจากแหล่งที่มาคล้ายคลึงกับแหล่งงานของศูนย์กลางธุรกิจการค้า โดยมีรูปแบบวางตัวเป็นแนวยาวไปตามถนนเช่นเดียวกัน ส่วนแหล่งงานในเขตชานเมือง จะไม่มีรูปแบบของการเดินทางอย่างของเขตรถ แต่มีที่ทำการกระจุกกระจายเขตทั่วไป

ปัจจัยที่กำหนดรูปแบบของการเดินทางมี 3 ลักษณะ ดังนี้ คือ

¹⁷ Alonso, William, Location and Land Use: Toward a General Theory of Land Rent (Honolulu: East-West Center Press, 1966).

¹⁸ Berry, J. L. Brain & Horton, Frank, Geographic Perspective on Urban System (New Jersey: Prentice Hall, 1970).

2.1 เส้นทางคมนาคม และระยะทาง ที่อยู่อาศัยที่อยู่ใกล้เส้นทางคมนาคม จะสามารถเดินทางได้โดยสะดวกรวดเร็ว และลดระยะเวลาในการเดินทาง

2.2 อาชีพ การงาน และรายได้ พบว่าประชากรที่มีรายได้ดีจะมีระยะทางในการเดินทางไปทำงานเป็นระยะทางที่ไกลกว่า และจะยึดที่อยู่อาศัยในเขตชานเมืองที่อยู่ใกล้แนวถนนหลักหรือทางด่วน ทำให้สามารถเดินทางถึงที่ทำงานได้สะดวกรวดเร็ว ส่วนผู้มีรายได้น้อยจะพยายามเลือกที่อยู่อาศัยใกล้ที่ทำงาน โดยพยายามใช้เวลาให้สั้น และเสียค่าขนส่งหรือค่าเดินทางให้ถูกที่สุด และมักเดินทางโดยอาศัยบริการขนส่งสาธารณะ การเดินทางจะมีระยะทางสั้นมากกว่าผู้มีรายได้ดี

2.3 ลักษณะเชื้อชาติของประชากร ทำให้เกิดการรวมกลุ่มทางเชื้อชาติ และวัฒนธรรมไปตั้งที่อยู่อาศัยเป็นกลุ่มก้อนในบางส่วนของเมือง ทำให้ปริมาณการแนวทางไปทำงานในส่วนดังกล่าวของเมืองมีปริมาณสูง

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าแนวความคิดเกี่ยวกับการเลือกที่อยู่อาศัยนั้น จะให้ความสำคัญต่อการเข้าถึงแหล่งงาน สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการอยู่อาศัย การรับบริการจากสาธารณูปโภค และสาธารณูปการ โดยการเลือกทำเลที่ตั้งที่อยู่อาศัยจะขึ้นอยู่กับความพึงพอใจในรูปแบบที่อยู่อาศัย ทำเลที่ตั้ง ความสะดวกในการเข้าถึง สภาพแวดล้อมที่ดี เป็นต้น

3. ด้านสิ่งแวดล้อม

Ray M. Northam (1975 : 257)¹⁹ กล่าวถึง เส้นทางคมนาคมที่ขยายออกไปยังชานเมือง ช่วยเปิดพื้นที่ใหม่ สำหรับการพัฒนาเป็นบริเวณพักอาศัย และเพื่อประหยัดเวลาในการเดินทางไปยังศูนย์กลางเมือง พื้นที่ที่อยู่ติดสองข้างทางขนส่งที่สำคัญ จึงเป็นบริเวณที่ได้รับการพัฒนาก่อนเป็นอันดับแรก และเป็นบริเวณที่มีผู้อพยพไปอาศัยหนาแน่นที่สุด

K.J.Button (1970: 46-47)²⁰ เสนอองค์ประกอบในการเลือกบริเวณที่พักอาศัยว่า องค์ประกอบหนึ่ง คือ ขึ้นอยู่กับคุณภาพของสิ่งแวดล้อม ซึ่งนอกจากจำเป็นต้องมีสิ่งแวดล้อมที่ดีแล้ว ความรู้สึกสนิทสนมกับเพื่อนบ้านก็เป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งด้วย

Barrie Needham (1977: 103)²¹ ให้เหตุผลในการรวมตัวของบริเวณที่พักอาศัยว่า เนื่องจากความสะดวกในการเข้าถึง(Accessibility) ผู้อยู่อาศัยต้องการเดินทางไปทำงาน ไปศึกษา จับจ่ายซื้อของ และติดต่อธุรกิจ ผู้อยู่อาศัยจึงพอใจที่จะจับกลุ่มอยู่ 2 บริเวณข้างทางเส้นทาง

¹⁹ Ray M. Northam, *Urban geography* (New York : Wiley, 1979).

²⁰ K.J.button, *Urban economics* (London : Mac Millan Press, 1960).

²¹ Barrie Needham, *How cities works : An Introduction* (Oxford : A. Wheaton & Co., 1977).

คมนาคม และกระจายอยู่รอบ ๆ ศูนย์กลางธุรกิจ ร้านค้า สถานที่ทำงาน และสถานที่ศึกษานั้นๆ และการประหยัดจากภายนอก(External Economies) การจับกลุ่มของอาคารที่พักอาศัย จะทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย ในเรื่องการใช้บริการสาธารณูปโภคในเมือง

7. แนวคิดและทฤษฎี ในการเลือกที่อยู่อาศัย

1. การเลือกเช่า หรือซื้อบ้าน นั้นต้องใช้งบจ่ายในการตัดสินใจหลายด้านผู้บริโภคจะเปรียบเทียบข้อดีข้อเสีย ระหว่างการเช่าอยู่ และการซื้อที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง เพื่อให้ได้ที่อยู่อาศัยที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ โดยมีเงื่อนไขของแต่ละบุคคลแตกต่างกันออกไป

1.1 การเช่า นั้นสามารถแบ่งลักษณะที่สำคัญในการตัดสินใจในการเลือกเช่าอยู่ ได้ทั้งหมด 6 ข้อด้วยกัน²² คือ

1.1.1 การโยกย้ายเป็นข้อได้เปรียบของการเช่าอยู่อย่างหนึ่งคือ ง่ายต่อการโยกย้ายที่อยู่อาศัยในอนาคต เนื่องจากสามารถย้ายออกเมื่อไรก็ได้ไม่ต้องกังวลเรื่องทรัพย์สิน หรือ ทางด้านการเงิน หรือ อาจเลือกทำการ เช่าซื้อ แทนการเช่าแบบปกติ เพื่อเพิ่มความมั่นคงด้านที่อยู่อาศัย และค่าใช้จ่ายด้านที่อยู่อาศัย

1.1.2 ชุมชนที่อยู่อาศัย การเลือกเช่าอยู่ในที่อยู่อาศัยประเภท อาคารอาศัยรวม อย่างเช่น หอพัก ก็จะทำให้ได้อยู่ร่วมกับคนจำนวนมากทำให้เกิดชุมชนขนาดย่อมภายในที่อยู่อาศัยได้

1.1.3 การเลือกเช่าที่อยู่อาศัยทำให้ประหยัดต้นทุนด้านที่อยู่อาศัย ทั้งจากเงินคาวน เงินโอน เพื่อนำไปใช้ในด้านอื่นๆ แทนได้ หรือสามารถนำไปลงทุนเพื่อผลตอบแทนด้านอื่น

1.1.4 การเช่าอยู่ทำให้ผู้เช่ามีภาระในค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาที่อยู่อาศัยลดลง รวมถึงการประหยัดเวลาในการดูแลรักษาที่อยู่อาศัยด้วยเช่นกัน

1.1.5 เรื่องความปลอดภัย จากการเช่าอยู่นั้นส่วนใหญ่จะเป็นที่อยู่อาศัยรวมประเภทหอพัก ซึ่งส่วนใหญ่จะมีระบบรักษาความปลอดภัยต่างที่ทางเจ้าของอาคารจัดไว้ดูแลความเรียบร้อยภายในอาคารซึ่งจะทำให้ผู้ที่เช่าอยู่รู้สึกปลอดภัยยิ่งขึ้น

²² Richard J. Stillman, *Guide to personal finance : a lifetime program of money management* (Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall Inc., 1975), pp.136-138.

1.1.6 การเลือกที่อยู่อาศัยประเภทเช่าอยู่นั้น ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่บริเวณที่ใกล้แหล่งงานทำให้เราสามารถเลือกที่จะเช่าอยู่ในที่อยู่อาศัยที่ใกล้กับสถานที่ทำงานของตนเองได้ ทำให้ได้รับความสะดวกในการเดินทาง ซึ่งทำให้สามารถที่จะประหยัดทั้งเวลา และค่าเดินทางได้

1.2 การซื้อ นั้นสามารถแบ่งลักษณะที่สำคัญในการตัดสินใจในการเลือกซื้อ ได้ทั้งหมด 4 ข้อด้วยกัน คือ

1.2.1 ความเป็นอิสระส่วนตัว เนื่องจากได้เป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย ทำให้มีอิสระในการทำกิจกรรมของตนเอง หรือการจัดการเรื่องที่อยู่อาศัยของตนเองโดยไม่ต้องอยู่ในกฎเกณฑ์หรือกฎระเบียบ ของที่อยู่อาศัยรวม

1.2.2 ความภูมิใจ การได้เป็นเจ้าของบ้านของตนเองนั้นเป็นเหมือนปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ และทำให้รู้สึกมีความมั่นคงในที่อยู่อาศัย

1.2.3 การลงทุน บ้านนั้นถือว่าเป็นทรัพย์สินอย่างหนึ่ง ซึ่งการซื้อบ้านจึงเหมือนการลงทุนในทรัพย์สินอย่างหนึ่งซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่าของตัวเองได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่อยู่อาศัยย่านใจกลางเมือง

1.2.4 ความเป็นหลักแหล่ง การซื้อบ้านเป็นของตนเองนั้นจะทำให้ผู้อยู่มีที่อยู่อาศัยเป็นหลักแหล่งแน่นอน ทำให้สามารถสร้างความสัมพันธ์กับบ้านข้างเคียง หรือการติดต่อต่างๆ โดยเฉพาะการติดต่อกับหน่วยงานราชการ หรือการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนที่ใกล้กับที่อยู่อาศัยก็จะง่ายขึ้นเนื่องจากไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนที่อยู่อาศัยบ่อยครั้ง

2. ต้นทุนการเช่าเทียบกับการซื้อบ้าน

การเป็นเจ้าของบ้านหรือการเช่าบ้านนั้นวิธีไหนเป็นวิธีที่สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายด้านที่อยู่อาศัยได้มากกว่ากันนั้นสามารถศึกษาได้จากการพิจารณาด้านการเงินส่วนบุคคลของคนอเมริกา²³ คือ คนอเมริกามีค่าใช้จ่ายด้านที่อยู่อาศัยอยู่ประมาณร้อยละ 20 – 25 ของรายได้ของครัวเรือน โดยมีประมาณร้อยละ 63 ของคนอเมริกาที่เป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยและมีมูลค่าทรัพย์สินโดยเฉลี่ย 7,300 เหรียญสหรัฐ ซึ่งถือเป็นการลงทุนที่มีมูลค่ามากสำหรับคนที่เป็นเจ้าของบ้าน การวิเคราะห์ว่าควรเลือกซื้อหรือเช่าบ้านนั้นจึงต้องคำนึงถึงหลายปัจจัยด้วยกันซึ่งสามารถสรุปได้ว่า

ปัจจัยที่เป็นตัวตัดสินใจว่าซื้อหรือเช่าบ้านนั้นคือ ระยะเวลาในการอยู่อาศัย ข้อสรุปนี้ได้รับการสนับสนุนจากรายงานการศึกษาของ Maisel²⁴ ซึ่งได้แสดงถึงจำนวนของผู้เช่าที่มากกว่าผู้ซื้อเมื่อ

²³ John P. Shelton, *The cost of renting versus owning a home* (JP Shelton: Land Economics, 1968), p.59.

²⁴ Sherman J. Maisel, *Rates of ownership, mobility, and purchase (USA : Eassys in Urban Land Economics, 1966)*, pp.88 – 89.

พูดถึงในกลุ่มคนที่มีการโยกย้ายที่อยู่อาศัยเมื่อไม่นานมานี้ (Recent Movers) จึงทำให้ระยะเวลาเป็นปัจจัยสำคัญในการอธิบายการเป็นเจ้าของเทียบกับการเป็นผู้เช่าคือถ้า ระยะเวลาการอยู่อาศัยนั้นมากกว่า 4 ปี การเลือกเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยก็จะประหยัดกว่า

3. การย้ายที่อยู่อาศัยกับการครอบครองที่อยู่อาศัย

จากเรื่องค่าใช้จ่ายและต้นทุนในการเช่าเทียบกับการเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยนั้นมีอิทธิพลต่อการย้ายที่อยู่อาศัยในอนาคตเช่นกัน คือ ผู้ที่เป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยนั้น จะมีการโยกย้ายที่อยู่อาศัยน้อย เมื่อเทียบกับผู้ที่เช่าอาศัยอยู่ เนื่องจากมีต้นทุนในการย้ายที่อยู่อาศัยสูงกว่า ดังนั้นจึงสามารถคาดคะเนการย้ายที่อยู่อาศัยได้จากการเลือกการครอบครองที่อยู่อาศัยในปัจจุบันได้ว่า เมื่อครอบครัวเลือกการเช่าอยู่จึงมีแนวโน้มว่าจะมีการย้ายที่อยู่อาศัยในอนาคต กลับกันครอบครัวที่เลือกที่จะเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยก็จะมีแนวโน้มว่าจะไม่มีย้ายที่อยู่อาศัยในอนาคต

อย่างไรก็ตามยังมีอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการโยกย้ายหรือครอบครองที่อยู่อาศัย นั่นคือ อายุของหัวหน้าครอบครัวของแต่ละครอบครัว ซึ่งอาจแสดงถึงความมั่นคงและความมั่งคั่งของครอบครัว ซึ่งอาจมองในเรื่องของความมั่นคงในหน้าที่การงานได้เช่นกัน โดยถ้ายังมีความมั่นคงในงานเพิ่มมากขึ้นก็จะมีแนวโน้มการย้ายที่อยู่อาศัยลดน้อยลง

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยเรื่องความสัมพันธ์ของคนในครอบครัวกับคนในละแวกบ้านก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการย้ายที่อยู่อาศัยเช่นกัน ซึ่งยิ่งความผูกพันของครอบครัวต่อผู้คนในละแวกบ้านมีมากเท่าไรก็จะมีผลทำให้แนวโน้มการย้ายที่อยู่อาศัยลดน้อยลง

4. การเปลี่ยนสถานะจากการเช่ามาเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย

จากชุดงานศึกษาเกี่ยวกับการย้ายที่อยู่อาศัยของนักวิจัยต่างในช่วง 25 ปี สามารถสร้างแบบจำลองของการเปลี่ยนสถานะจากการเช่ามาสู่การเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยของคนในสหรัฐฯช่วงหลังสงคราม โดยตัวแบบจำลองนี้เริ่มด้วยความคิดด้านวงจรชีวิต ประกอบด้วยสถานะต่างๆ คือ ช่วงก่อนมีลูก ช่วงหลังมีลูก และช่วงที่ลูกโตเป็นผู้ใหญ่ ซึ่งจะควบคุมไปกับวงจรที่อยู่อาศัย ซึ่งเริ่มจากการเช่าอยู่ในห้องเช่าขนาดเล็ก ย้ายไปสู่ห้องเช่าที่ขนาดใหญ่ขึ้น แล้วย้ายสู่บ้านที่เป็นเจ้าของ และสุดท้ายย้ายไปอยู่บ้านที่ขนาดใหญ่ขึ้น²⁵

จึงเชื่อว่าการเพิ่มขึ้นของขนาดของครอบครัว โดยเฉพาะการมีลูกนั้นเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งที่มีอิทธิพลให้ครอบครัวเกิดการเปลี่ยนแปลงสถานะจากการเช่ามาสู่การเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย เนื่องจากการมีลูกนั้นทำให้ต้องการพื้นที่ใช้สอยในที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น แต่อย่างไรก็ตามก็ยังมิ

²⁵ Clark, W.A.V. and Orsaka, J.L., Life cycle and housing Adjustment as explanation of residential mobility (Ht. Kendig : Urban Studies, 1984), pp 52 - 55.

ปัจจัยอื่น ๆ ที่ต้องนำมาเกี่ยวข้องด้วยโดยเฉพาะอย่างยิ่งคือเรื่องรายได้ของครัวเรือน ซึ่งจะส่งผลต่อกำลังในการจ่ายค่าที่อยู่อาศัยที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน

5. การประเมินกำลังซื้อบ้าน

การซื้อบ้านเป็นการวางรากฐานที่มั่นคงให้กับครอบครัว เป็นการลงทุนที่ดีมากทางหนึ่ง หลักในการพิจารณาว่าคนเราควรมีเงินสักเท่าไรจึงเหมาะสมที่จะหาซื้อบ้านโดยไม่มีปัญหาทางด้านการเงินเกิดขึ้นนั้น มีแนวทางดังนี้

5.1 มูลค่าบ้านที่ซื้อ ไม่ควรเกินสองเท่าของรายได้ทั้งสิ้นของครอบครัวต่อปี เช่น ถ้ารายได้ทั้งสิ้นของครอบครัวปีละ 250,000 บาท ก็ควรซื้อบ้านในราคาอย่างสูงไม่ควรเกิน 500,000 บาท

5.2 ค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นของการมีบ้าน (Total Housing Cost) จะต้องไม่เกินหนึ่งในสี่ของรายได้ที่ได้รับในแต่ละเดือน (Gross Income) โดยพิจารณาถึงอัตราส่วนความสามารถในการจัดหาที่อยู่อาศัยหรือที่เรียกว่า Affordability ratio ซึ่งเป็นการวัดความสามารถของบุคคลที่กู้เงินเพื่อซื้อบ้านว่าสามารถจะรับภาระค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการมีบ้านของเขาได้มากน้อยเพียงไร โดยอัตราส่วนที่เหมาะสม คือ ค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นเกี่ยวกับบ้านไม่ควรเกิน 25-30% ของรายได้ขั้นต้นของบุคคลหรือครอบครัวนั้น หรือครอบครัวนั้น หรือประมาณ $\frac{1}{4}$ ²⁶ ค่าใช้จ่ายของการมีบ้านประกอบด้วยค่าใช้จ่ายหลายรายการ เช่น ค่าผ่อนบ้าน ค่าภาษีบ้าน (ถ้ามี) ค่าเบี้ยประกันภัย ค่าน้ำค่าไฟ เป็นต้น ตัวอย่างเช่น รายได้ทั้งสิ้นของครอบครัวเดือนละ 20,000 บาท ถ้าจะให้อยู่อย่างสบายโดยไม่มีปัญหา ค่าใช้จ่ายในการมีบ้านควรตกไม่เกินเดือนละ 5,000 บาทเท่านั้น อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นดังกล่าวก็ยังขึ้นอยู่กับจำนวนเงินดาวน์ และอัตราดอกเบี้ยเงินผ่อนด้วย ถ้าเราสามารถจ่ายเงินดาวน์สูง การผ่อนชำระค่าบ้านก็ต่ำ แต่ถ้าวงเงินดาวน์น้อยค่าผ่อนชำระก็สูง ถ้าต้องการจ่ายดอกเบี้ยไม่สูงนักและถ้าเป็นไปได้ก็ควรจ่ายเงินดาวน์ให้สูงไว้ซึ่งจะช่วยให้อัตราค่าจ่ายต่อมาของการมีบ้านลดน้อยลงได้ ความสามารถในการซื้อที่อยู่อาศัยของประชาชน อาจพิจารณาได้จาก อัตราส่วนระดับราคาที่อยู่อาศัยต่อรายได้ประชากร (House Price to Income Ratio) และอัตราส่วนมูลค่าการผ่อนชำระเงินงวดเงินกู้ที่อยู่อาศัยต่อปีต่อรายได้ของผู้ซื้อบ้าน

5.3 อัตราส่วนของการผ่อนชำระเงินงวดต่อรายได้ของผู้ซื้อบ้าน²⁷ เป็นการเปรียบเทียบอัตราผ่อนชำระเงินงวดของผู้ซื้อบ้านต่อปี กับรายได้เฉลี่ยของผู้กู้ อัตราส่วนนี้จะเป็นเครื่องมื่อที่

²⁶ สุขใจ น้ามุด, กลยุทธ์การบริหารการเงินบุคคล (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537), หน้า 116.

²⁷ "แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการและกำลังซื้อที่อยู่อาศัย (Housing Demand)" วารสารธนาคารอาคารสงเคราะห์ 7, 27 (ตุลาคม-ธันวาคม 2544), หน้า 25.

ชี้ให้เห็นถึงความสามารถในการชำระหนี้ที่อยู่อาศัยของประชาชนโดยทั่วไป ซึ่งหากผู้ซื้อบ้านกู้เงินในจำนวนเท่ากัน ระดับรายได้เท่ากัน ในสถานการณ์ดอกเบี้ยที่ต่ำ ผู้ซื้อบ้านจะสามารถผ่อนชำระเงินงวดได้ดีกว่าในสถานการณ์ดอกเบี้ยสูง ดังนั้นระดับอัตราส่วนการผ่อนชำระเงินงวดต่อรายได้ประชากรที่ต่ำจะบ่งบอกถึงระดับความสามารถของประชาชนในการซื้อหาที่อยู่อาศัยที่ดี

5.4 อัตราส่วนราคาที่อยู่อาศัยต่อรายได้ของประชากร (House Price / Income Ratio = HPE) อัตราส่วนของระดับราคาที่อยู่อาศัยต่อรายได้ประชากร เป็นเครื่องชี้ที่สำคัญประการหนึ่ง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าราคาที่อยู่อาศัยในตลาดมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลงหรือไม่อย่างไรและยังสามารถเป็นเครื่องชี้วัดความสามารถของประชากรในการจัดซื้อที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองด้วย หากอัตราส่วนดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำแสดงให้เห็นว่าประชาชนโดยทั่วไปมีความสามารถในการจัดซื้อที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองสูง และหากช่วงใดราคาปรับตัวสูงมากเกินไป จนทำให้อัตราส่วน HPE สูงเกินไปแล้ว ก็จะทำให้บ้านขายยากและต้องปรับลดราคาลงมา

5.5 ความสามารถในการซื้อหาที่อยู่อาศัย หรือกำลังซื้อที่อยู่อาศัย (Purchasing Power) จะขึ้นอยู่กับรายได้ของประชาชนโดยตรง อย่างไรก็ตาม กำลังซื้อ มิได้หมายความว่า ผู้ซื้อจะต้องมีเงินสดที่จะซื้อตามราคาที่เสนอขาย แต่หมายถึงการที่ผู้ซื้อมี "เงินออม" หรือเงินเก็บสะสมจำนวนหนึ่งประมาณ 20-30% ของราคาซื้อขาย และ "สามารถจะกู้ยืมเงิน" จากสถาบันการเงินประมาณ 70-80% หรือบางแห่งอาจให้กู้ได้ถึง 100% นอกจากนั้นผู้ซื้อจะต้องมี "รายได้ต่อเดือน" จำนวนมากเพียงพอในการ "ผ่อนชำระหนี้เงินกู้ในแต่ละเดือน" ตลอดระยะเวลาที่กู้ยืมประมาณ 20-30 ปีด้วย

6. ค่าใช้จ่ายด้านที่อยู่อาศัยทั้งในการซื้อบ้านและผ่อนบ้าน¹⁸

ในการซื้อบ้าน นอกจากผู้ซื้อจะต้องมีเงินออมสะสมประมาณร้อยละ 20 ของราคาแล้ว ผู้กู้เงินจะต้องมีการชำระค่าใช้จ่ายต่อเดือน (เช่น ค่าผ่อนชำระเงินกู้ ค่าดูแลชุมชนหรือค่าใช้จ่ายดูแลทรัพย์สินกลาง ค่าน้ำ ค่าไฟ เป็นต้น) ซึ่งรวมกันแล้วอาจสูงกว่าค่าเช่า ดังนั้นผู้ที่ซื้อบ้านต้องทบทวนว่าสามารถจะซื้อบ้าน และมีเงินเหลือจากการจ่ายค่าเงินงวด และค่าใช้จ่ายจำเป็นอื่น ๆ หรือไม่ก่อนตัดสินใจซื้อบ้าน

¹⁸ "เตรียมความพร้อมเพื่อการมีบ้านหลังแรกเป็นของตนเอง" วารสารธนาคารอาคารสงเคราะห์ (กรกฎาคม-กันยายน 2544), หน้า

8. แนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นสาเหตุของการย้ายที่อยู่อาศัย

การย้ายที่อยู่อาศัยมีผลกระทบต่อกิจวัตรประจำวัน และบริเวณที่อยู่อาศัยทั้งเก่า และใหม่ เขตที่อยู่อาศัย จึงไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ จะต้องเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาทางด้านกายภาพ ถนนหนทาง สังคม ประชากร ความหนาแน่น และอื่น ๆ อีกมาก

ฉัตรชัย พงศ์ประยูร (2527 : 97-100)²⁹ ได้กล่าวว่า การย้ายที่อยู่อาศัยประกอบด้วย การตัดสินใจที่จะค้นหาทางเลือกที่อยู่ใหม่ การตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยจะขึ้นอยู่กับค่านิยม วิถีชีวิต สภาพบ้านที่ต้องการ หรือละแวกที่ต้องการอาศัย ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ส่วนการเลือกบ้านหลังใหญ่ หรือเล็ก จำนวนห้อง ราคา อาจจะมีสาเหตุต่อไปนี้ คือ

1. สาเหตุของการย้ายที่อยู่อาศัย

การย้ายที่อยู่อาศัยประกอบด้วย การตัดสินใจหาที่อยู่ใหม่ และการค้นหาเลือกที่อยู่ใหม่ การตัดสินใจเลือกที่อยู่อาจขึ้นกับค่านิยมของเราเอง หรือเกี่ยวกับวิถีชีวิต สภาพบ้านที่ต้องการ หรือละแวกที่ต้องการอาศัย แม้ว่า ค่านิยมเหล่านี้จะเป็นเรื่องวัดยาก คือ เป็นเรื่องของแต่ละคน แต่ก็มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของแต่ละคนนอกจากนี้อาจเกี่ยวกับตัวบ้านที่จะค้นหาจะใหญ่เล็กเพียงใด มีกี่ห้อง และราคาเป็นอย่างไร เป็นต้น การเลือกที่อยู่อาศัยใหม่มีมูลเหตุมาจาก

1.1 ความจำเป็นต้องย้ายออกจากที่เก่าด้วยเหตุผลนานาประการ เช่น ถูกไล่ที่ ลูกไล่ ออก ตลอดจนไม่สามารถเสียดำเช่าได้

1.2 เกิดความจำเป็นในการปรับฐานะทางสังคม เช่น แต่งงาน ดาย หรือหย่าร้าง เกิดขึ้นในครอบครัว หรือเกิดเปลี่ยนงานใหม่ หรือรายได้ของครอบครัวเปลี่ยนไป

1.3 ความต้องการในเรื่องที่อยู่อาศัยเปลี่ยนไป อันอาจเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมบางอย่างภายในบ้านเปลี่ยนไป เช่น ขนาดของครอบครัวใหญ่ขึ้น

1.4 เกิดจากแรงดึงดูดของการย้ายที่อยู่อาศัยอันเกิดขึ้นในแถบชานเมืองเป็นตัวดึงดูด

2. แรงกระตุ้นอันช่วยให้เกิดการย้ายที่อยู่อาศัย

ประกอบด้วย แรงกระตุ้นที่ไม่พึงปรารถนา และแรงกระตุ้นอันพึงปรารถนา

2.1 แรงกระตุ้นที่ไม่พึงปรารถนา ประกอบด้วย

ขนาดของที่อยู่อาศัย แรงกระตุ้นที่สำคัญ อันทำให้คนเราต้องย้ายที่อยู่ใหม่ คือ ความไม่พอใจที่อยู่อาศัยเก่า โดยวัยเริ่มต้นครอบครัว สมาชิกจะเพิ่มขึ้น ส่วนวัยชราสมาชิกจะลดลง ซึ่งจะต้องปรับขนาดของบ้านให้พอดีกับสมาชิกครอบครัว

²⁹ ฉัตรชัย พงศ์ประยูร, การวิเคราะห์บทบาทหน้าที่ของเมือง ในประเทศไทย (กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529).

2.1.1 ราคาบ้าน ราคาทรัพย์สิน คือ ตัวบ้านรวมทั้งที่ดิน เป็นสาเหตุให้เกิดการโยกย้ายที่อยู่อาศัย เช่น ถ้าฐานะดีขึ้นก็อาจย้ายไปอยู่ในที่อยู่อาศัย ที่มีราคาสูงขึ้นได้

2.1.2 สภาพตัวบ้าน และละแวกที่อยู่อาศัย สภาพทั่วไปของตัวบ้าน และละแวกที่อยู่อาศัย ซึ่งเกี่ยวกับการดูแลรักษาความสะอาด และปราศจากสิ่งรบกวน ถ้าหากสิ่งแวดล้อมไม่ดีก็อาจหาที่อยู่ใหม่ดีกว่า

2.1.3 ความสะดวกในการเข้าถึง ความสะดวกในเรื่องการเดินทางไปทำงาน ตลอดจนการรับบริการต่างๆ เป็นมูลเหตุที่สำคัญที่ทำให้คนย้ายที่อยู่ใหม่

2.1.4 ลักษณะสภาพแวดล้อมของละแวกที่อยู่โดยทั่วไป หมายถึง องค์ประกอบทางสังคมของการย้ายที่อยู่อาศัย ซึ่งเปลี่ยนไปในทางที่ดี เช่น อาจมีพวที่ย้ายเข้ามา มีสถานะทางสังคมแตกต่างกัน หรือสาธารณูปโภคสภาพไม่ดี ทำให้ผู้อยู่อาศัยที่อยู่ก่อนพิจารณาย้ายออกไป

2.2 แรงกระตุ้นอันพึงปรารถนา

ประกอบด้วยสาเหตุต่าง ๆ กันนั้น แรงดึงดูดจากเขตที่อยู่อาศัยอื่น ซึ่งมีวิถีชีวิตตามที่ต้องการ หรือไม่มีสภาพแวดล้อมเหมือนดังที่คาดหวัง สาเหตุในการดึงดูดอื่น ๆ อาจมี ดังนี้

2.2.1 ความหวังในเรื่องการอยู่ดีกินดี แรงด้านทานนี้เกิดจากความสะดวกสบายทางวัตถุของสังคมสมัยใหม่ ในแง่ทำเลที่ตั้งที่อยู่อาศัยซึ่งสนองความต้องการ ดังกล่าวได้ดี คือ อพาร์ทเมนต์อันตั้งอยู่ในเมืองใกล้กับความสะดวกทุกอย่าง ซึ่งอาจถูกใจคนโสด หรือคู่แต่งงาน ที่อยู่ในวัยหนุ่มสาว ไม่มีบุตร

2.2.2 ความหวังชื่อเสียงของสังคม ส่วนมากเกิดจากวิถีชีวิตในอาชีพที่ประกอบและชุมชนอยู่อาศัยอยู่ โดยทั่วไปในสังคมตะวันตก ก็คือ การมีเคหสถานอยู่ชานเมือง เพราะ เป็นละแวกของชุมชนชั้นกลางขึ้นไป บ้านราคาแพง และจะมีโฆษณาดึงดูดว่าจาก ผู้จัดสรรที่ดินว่าเป็นย่านของผู้อยู่อาศัยที่ฐานะดีเหมือน ๆ กัน

2.2.3 ความหวังเกี่ยวกับครอบครัว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สภาพแวดล้อมที่มีเหมาะสมต่อการเติบโตของเด็ก ๆ ตัวบ้าน สนามหญ้า และอุปกรณ์อื่น ๆ เป็นปัจจัยดึงดูดให้ครอบครัวของชนชั้นกลางขึ้นไป อาศัยอยู่ในย่านนี้

2.2.4 ความหวังเกี่ยวกับชุมชน เรื่องนี้จัดเป็นวิถีชีวิต ซึ่งประสบผลสำเร็จถ้ามีการพบปะติดต่อกับผู้ที่มีฐานะทางสังคมเหมือนกัน ในสังคมตะวันตกจะเห็นได้ชัดจากกลุ่มชนที่มีชีวิตคล้ายกันจะอยู่ในละแวกเดียวกัน เช่น กลุ่มข้าราชการบำนาญ

2.3 แรงด้านทานการย้ายที่อยู่อาศัย

แม้แรงกระตุ้นภายนอกจะเป็นแรงดึงดูด ให้มีการย้ายที่อยู่อาศัย และผนวกกับแรงผลักดันภายใน ทำให้คนเราคิดที่จะย้ายที่อยู่อาศัย ในบางครั้งคนเราก็ไม่คิดที่จะย้ายที่อยู่อาศัยได้ เพราะยังมีแรงต้านทานการย้ายที่อยู่อาศัยเกิดขึ้นได้เช่นกัน แรงต้านทานอาจจะรับความต้องการที่อยู่อาศัยใหม่เสียเลยก็ได้ คือ หุ่นในการย้ายที่อยู่ต้องใช้สูงมาก นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นอีก ดังนี้

2.3.1 ลักษณะการถือครอง ผู้เป็นเจ้าของบ้านไม่คิดจะย้ายบ่อยเหมือนผู้ที่เช่าอยู่ ถ้าไม่ต้องการถึงถึงรายได้ ผู้เช่าบ้านมีแนวโน้มย้ายที่อยู่ มากกว่าผู้ที่เป็นเจ้าของบ้านเอง

2.3.2 ระยะเวลาอาศัย การอาศัยอยู่ในที่หนึ่งนาน ๆ จะช่วยลดความเป็นไปได้ในการย้ายให้น้อยลง อาจมาจากความเคยชินกับที่อยู่เก่า ไม่อยากที่จะไปปรับตัวกับที่ใหม่

2.3.3 พลังของสังคม ครั้งหนึ่งเคยเข้าใจว่า การอยู่ใกล้ญาติ พี่น้อง เพื่อนฝูง เป็นปัจจัยหนึ่งในการย้ายที่อยู่อาศัย แต่ปัจจุบันความเชื่อดังกล่าวอยู่ในขั้นสงสัยเสียแล้ว ทั้งนี้ยกเว้นผู้สูงอายุ ต้องพิจารณาในเรื่องคุณภาพของการติดต่อซึ่งกันและกัน แทนที่จะมองเฉพาะระยะทาง ถ้าบุคคลผู้นั้นเห็นว่าเขามีบทบาทสำคัญทางสังคมที่จะย้ายที่อยู่ใหม่ อาจทำให้เขาตัดสินใจย้ายมากขึ้นก็ได้

2.4 วิถีชีวิต

จากสาเหตุต่าง ๆ อันเชื่อว่า ทำให้คนย้าย และคิดจะย้ายที่อยู่อาศัย และอุปสรรคในการย้าย โดยสามารถจำแนกชั้นของชีวิต เกี่ยวกับการเลือกที่อยู่อาศัย ดังนี้

ตารางที่ 2.2 แสดงวัยของชีวิต และลักษณะที่อยู่อาศัยที่ต้องการ

ชั้นของวัยของชีวิต	ลักษณะที่อยู่อาศัยที่ต้องการ
1. ก่อนมีบุตร	ห้องชุด ห้องเช่าราคา คอนโดในเมือง
2. เริ่มมีบุตร	บ้าน เช่น หลังเดี่ยวอยู่ใกล้โซนที่มีห้องชุดให้เช่า
3. เลี้ยงดูบุตร	บ้านของตนเอง คอนข้างใหม่อยู่แถบชานเมือง
4. ปลูกฝังบุตร	เช่นเดียวกับชั้น 3 แต่อาจย้ายไปอยู่ในละแวกที่มีสภาพแวดล้อมที่ดีกว่า
5. ชีวิตบั้นปลาย	ห้องชุด บ้านพักคนชรา หรืออยู่กับบุตรหลาน

9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุรพงศ์ อิศวานนท์ (2535) ศึกษาเรื่องรูปแบบการตั้งถิ่นฐานของผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรม อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยศึกษาสภาพสังคมของผู้ใช้แรงงานในแหล่งที่อยู่อาศัย ลักษณะทางกายภาพของอาคารบ้านเรือนที่อยู่อาศัยของผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรม สภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัยของผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมกับแหล่งงานที่ผู้ใช้แรงงานทำงานอยู่ ว่ามีความสัมพันธ์อย่างไร รวมทั้งศึกษาปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้แรงงาน พบว่าผู้ใช้แรงงานที่ทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มาจากชนบทจึงไม่มีที่อยู่อาศัยของตนเอง ต้องเช่าบ้านอาศัยอยู่ในลักษณะของ บ้านไม้ชั้นเดียว บ้านไม้สองชั้น บ้านไม้ยกพื้นสูง ห้องแถวไม้ ห้องแบ่งให้เช่า บ้านครึ่งตึกครึ่งไม้ และหอพักโรงงานอุตสาหกรรม โดยจ่ายค่าเช่าในช่วง 300-1,000 บาทต่อเดือน สภาพที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่มีสภาพพอใช้ ทางเดินในที่อยู่อาศัยมักเป็นสะพานไม้หรือทางคอนกรีต การบริการไฟฟ้ามีบริการได้ทั่วถึง ส่วนการบริการประปามีบริการในพื้นที่เทศบาลและสุขาภิบาล พื้นที่ที่อยู่ด้านนอกต้องซื้อน้ำประปา หรือใช้น้ำบาดาลหรือน้ำคลอง ผู้ใช้แรงงานจะเลือกที่อยู่อาศัยที่มีราคาถูก ที่อยู่ใกล้โรงงานมากกว่าที่จะพิจารณาถึงสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย ดังนั้น สภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยของผู้ใช้แรงงานจึงมีสภาพที่ค่อนข้างเสื่อมโทรม ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ ปัญหาน้ำท่วม และน้ำเน่าเหม็น ที่อยู่อาศัยของผู้ใช้แรงงานจะอยู่ห่างจากที่ทำงานภายในระยะรัศมี 1 กิโลเมตร เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำงาน การซื้ออาหารมักซื้ออาหารสำเร็จรูปจากร้านค้า หรือตลาดใกล้ที่อยู่อาศัย การรักษาพยาบาลมักไปรับบริการจากคลินิกที่อยู่ใกล้ที่อยู่อาศัย การพักผ่อนมักอยู่กับบ้านหรือทำงานพิเศษ ความสัมพันธ์กับเพื่อนบ้านมักเป็นการทำบุญ หรือการจัดงานเลี้ยง และปัญหาระหว่างเพื่อนบ้าน คือ การส่งเสียงรบกวนในเวลาค่ำคืน ความเป็นอยู่ของผู้ใช้แรงงานจึงมีสภาพที่ค่อนข้างเสื่อมโทรมทางจิตใจและการดำเนินชีวิต³⁰

ชวลิต สัยเจริญ (2540) ศึกษาแนวโน้มการขยายตัวโครงการที่อยู่อาศัยของพื้นที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี น่าจะขยายตัวไปตามปัจจัย ที่ปรากฏผลออกมาจากงานวิจัย คือ ขยายตัวไปยังพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านสภาพแวดล้อมที่ดี ระบบสาธารณูปโภคสาธารณูปการพร้อม มีถนน และเส้นทางคมนาคมที่สะดวกต่อการเดินทางสู่กรุงเทพฯ และพื้นที่ใกล้เคียง เป็นพื้นที่ที่มี

³⁰ สุรพงศ์ อิศวานนท์, การศึกษารูปแบบการตั้งถิ่นฐานของผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ, บทความวิจัย.

ศักยภาพที่เจริญสูงต่อไปในอนาคต และอาจขยายตัวมากขึ้นตามพื้นที่ที่ปรากฏการขยายตัวอยู่เดิม³¹

ปรีดา เตะวิเศษ (2542) ศึกษาเรื่องการวางแผนการจัดการด้านการขยายตัวของชุมชนเมืองอันเป็นผลมาจากการพัฒนาอุตสาหกรรมบริเวณจังหวัดปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษาจังหวัดสมุทรปราการ โดยศึกษาลักษณะทางกายภาพ เศรษฐกิจ สังคมและประชากร และรูปแบบการขยายตัวของชุมชนเมืองอันเนื่องมาจากการพัฒนาอุตสาหกรรม ศึกษาลักษณะโครงสร้างการบริหารและการจัดการชุมชนเมืองอันเนื่องมาจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรปราการ และศึกษาปัญหาและศักยภาพวิเคราะห์ปัจจัยทางกายภาพและเศรษฐกิจของพื้นที่เพื่อหาความเหมาะสมของพื้นที่ทางด้านการพัฒนาอุตสาหกรรม³²

ทลณี นิลมงคล (2546) ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้ที่จะซื้อที่อยู่อาศัย: กรณีศึกษาโครงการบ้านสถาพร 3 และบ้านพฤกษา 12 พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อที่สำคัญที่สุดของผู้ที่จะซื้อคือปัจจัยทางด้านการเงิน รองลงมา คือ ด้านทำเล ด้านที่ตั้ง ด้านรูปแบบบ้าน ด้านสภาพแวดล้อม ด้านการตลาด และด้านผู้ประกอบการ ตามลำดับ โดยที่อยู่อาศัยที่ผู้ที่จะซื้อจะเลือก คือระดับราคา และรูปแบบที่สัมพันธ์กับสภาพเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนของผู้ที่จะซื้อ โดยแหล่งที่มาของเงินที่จะใช้ในการซื้อ คือ ใช้เงินออมในการชำระเงินเดือน และใช้รายได้ประจำทั้งของตัวเองและคู่สมรสในการผ่อนชำระกับสถาบันทางการเงิน³³

อลงกรณ์ จันทร์เกษม (2547) ศึกษา ปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรม : กรณีศึกษา โรงงานขนาดใหญ่ในเขตส่งเสริมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดปทุมธานี พบว่า ภายในนิคมมีทั้งบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์และอาคารพักอาศัยรวม ความคิดเห็นของผู้ที่อยู่อาศัยภายในเขตฯ ว่า การอยู่อาศัยมีปัญหาในเรื่อง สภาพแวดล้อม ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน พื้นที่ใช้สอยไม่เพียงพอ และรูปแบบไม่เหมาะสม จึงเลือกอยู่อาศัยภายนอกเขตฯ สำหรับปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ที่ทำงานในเขตฯ คือ ความมั่นคงหรือระยะเวลาการทำงานรายได้ประจำที่พอเพียง และสถานภาพของครอบครัว ทั้งนี้การเลือกที่อยู่อาศัยในเขตฯ จะเป็นการเช่า ส่วนที่อยู่อาศัยนอกเขตฯ มีทั้งการเช่าและเป็นเจ้าของ ส่วนทำเลที่พักอาศัยในหรือนอกเขตฯ ไม่มีนัยสำคัญ เนื่องจากการเดินทางในปัจจุบันสะดวก และประหยัด³⁴

³¹ ขวลิต สัยเจริญ, การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายตัวโครงการที่อยู่อาศัยในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี, บทความย่อ.

³² ปรีดา เตะวิเศษ, การวางแผนการจัดการด้านการขยายตัวของชุมชนเมืองอันเป็นผลมาจากการพัฒนาอุตสาหกรรมบริเวณจังหวัดปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษาจังหวัดสมุทรปราการ, บทความย่อ.

³³ ทลณี นิลมงคล, ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้ที่จะซื้อที่อยู่อาศัย: กรณีศึกษาโครงการบ้านสถาพร 3 และบ้านพฤกษา 12, บทความย่อ.

³⁴ อลงกรณ์ จันทร์เกษม, ปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรม: กรณีศึกษา โรงงานขนาดใหญ่ใน

เตชะ บุญยะชัย (2530) เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรระดับราคาปานกลางของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรระดับราคาปานกลางมากที่สุด คือ ด้านทำเลที่ตั้ง และลักษณะโครงการน้ำไม่ท่วม รองลงมา คือ ตัวบ้าน และการก่อสร้างในเรื่องเกี่ยวกับคุณภาพ และฝีมือการก่อสร้างดี ,เรื่องราคาและการชำระเงิน ,สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ยามรักษาความปลอดภัย ,ความเชี่ยวชาญของเจ้าของโครงการ เรื่องธนาคาร ,การบริการพิเศษ มีบ้านตัวอย่างให้ชม และการส่งเสริมการขาย การต้อนรับของพนักงานขาย³⁶

ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่างานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับแนวโน้มการขยายตัวของที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่ ได้แก่ ความเจริญในอนาคตของพื้นที่ และการคมนาคมที่สะดวก รวมทั้งด้านสภาพแวดล้อมที่ดี ระบบสาธารณูปโภคสาธารณูปการ รวมทั้งมีการศึกษาพฤติกรรมในการพักอาศัย และปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านทำเล ด้านที่ตั้ง ด้านรูปแบบบ้าน ด้านสภาพแวดล้อม ด้านการตลาด ด้านผู้ประกอบการ ความมั่นคงหรือระยะเวลาการทำงานรายได้ประจำที่พอเพียง และสถานภาพของครอบครัว โดยงานวิจัยที่ผ่านมาส่วนใหญ่จะศึกษาพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครและจังหวัดในปริมณฑลที่ส่วนใหญ่มีสภาพทางกายภาพที่ดี เนื่องจากเป็นแหล่งชุมชนหรือเป็นแหล่งแรงงานที่มีความเจริญในการประกอบธุรกิจ รวมทั้งมีการคมนาคมที่สะดวกในการเดินทางเข้ากรุงเทพ ซึ่งจะแตกต่างจากพื้นที่ในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ ที่พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ลุ่ม แต่ก็ถือได้ว่าเป็นพื้นที่อยู่ในเขตปริมณฑลเช่นกัน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัยประเภทบ้านจัดสรร ระดับราคาปานกลาง ในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกับพื้นที่อื่น ๆ ในด้านใดบ้าง เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผน และแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยของพื้นที่ที่มีสภาพปัญหาและปัจจัยที่เหมือนกันมาปรับใช้ในพื้นที่อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จึงควรมีการศึกษาระดับปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัยในด้านต่าง ๆ เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาด้านที่อยู่อาศัยของภาคเอกชน โดยสามารถวางแผนการผลิตที่อยู่อาศัยให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน

เขตส่งเสริมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดปทุมธานี. บทคัดย่อ

³⁶ เตชะ บุญยะชัย , ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรระดับราคาปานกลางของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. บทคัดย่อ.