



บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องความต้องการลักษณะที่อยู่อาศัยในทศวรรษหน้าของคนรุ่นใหม่ในกลุ่มบัณฑิตมหาวิทยาลัยของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร (ยกเว้นมหาวิทยาลัยเปิด) ในการศึกษาวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการศึกษาถึงความต้องการลักษณะที่อยู่อาศัยในอนาคตของประชากรเพื่อนำไปพัฒนาที่อยู่อาศัยให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มประชากรมากขึ้น การศึกษานี้ จึงจำเป็นต้องศึกษาแนวความคิดและทฤษฎีในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ความหมายและองค์ประกอบของลักษณะที่อยู่อาศัย
2. ความต้องการในชีวิตมนุษย์
3. มนุษย์กับความต้องการที่อยู่อาศัย
4. แบบการดำรงชีวิตและบุคลิกภาพของผู้บริโภค
5. การเปลี่ยนแปลงในอนาคตของลักษณะสังคมและวัฒนธรรม

1. ความหมายและองค์ประกอบของลักษณะที่อยู่อาศัย

ความหมายของคำว่าที่อยู่อาศัยหรือบ้าน ได้มีผู้ให้คำจำกัดความไว้มากมายตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถานได้ให้ความหมายของคำว่า "บ้าน" ไว้ว่าเป็นคำนาม หมายถึงที่อยู่บริเวณที่ตั้งเรือนอยู่กันที่มนุษย์อยู่ คำว่า บ้านในเอกสารการวิจัยเรื่องบ้านในกรุงเทพในช่วง 200 ปี ก็ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า บ้านหมายถึงสิ่งปลูกสร้าง เป็นที่อยู่อาศัย ที่นับทั้งตัวอาคารและบริเวณที่อาคารตั้งอยู่ บ้าน หมายถึง โครงสร้างที่ถูกใช้เพื่อการอยู่อาศัยของมนุษย์ บ้านเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในการดำรงชีวิต

หากจะมององค์ประกอบของลักษณะที่อยู่อาศัยที่สำคัญแล้ว คงสามารถเชื่อมโยงได้กับแนวความคิดในการเลือกที่อยู่อาศัยได้ เพราะปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคนั้นก็คือองค์ประกอบของลักษณะที่อยู่อาศัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญนั่นเอง

Brain Goodak (Brain Goodal 1974 : 151-161) กล่าวถึงหลักเกณฑ์ในการเลือกที่อยู่อาศัย ว่าผู้อาศัยจะพิจารณาคุณสมบัติของที่อยู่อาศัย 3 ประการคือ

1. ลักษณะของบ้าน ได้แก่ ความเก่าใหม่ของบ้าน ขนาดของบ้านที่เหมาะสมกับขนาดของครอบครัว และคุณสมบัติส่วนประกอบภายในบ้าน
2. ลักษณะชุมชน ผู้อยู่อาศัยมักจะเลือกบริเวณที่อยู่อาศัยที่มีสภาพทางเศรษฐกิจและสังคม เหมือนกับตนเอง
3. ความสัมพันธ์ของที่ตั้งนั้น ๆ กับพื้นที่โดยรอบ ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งงาน ย่านการค้า อุตสาหกรรม และการติดต่อสัมพันธ์กับกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

Brain J.L. Bery and Frank E Horton (Murphy 1975 : 435) ได้เสนอว่าปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดการเลือกที่อยู่อาศัยมี 3 ประการ คือ

1. ราคาหรือค่าเช่าที่พักอาศัย
2. ชนิดของที่พักอาศัย
3. ที่ตั้งของที่พักอาศัย

Jay Siegel (Hirsch 1973 : 56-67) ได้กล่าวถึงหลักเกณฑ์ในการเลือกที่อยู่อาศัยว่ามีปัจจัยที่ 3 ประการ คือ

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

William Alonso (Murphy 1975 : 435) กล่าวว่า การเลือกบริเวณที่อยู่อาศัยในเมืองมีความสัมพันธ์กับราคาที่ดิน กล่าวคือ บริเวณใจกลางเมือง ราคาที่ดินจะสูงกว่าบริเวณอื่น ๆ ดังนั้น การสร้างที่อยู่อาศัยในเมืองจึงจำเป็นต้องลงทุนสูง ในขณะที่บริเวณชานเมือง ราคาที่ดินจะค่อนข้างต่ำ ปล่อยให้ราคาที่ดินสูงขึ้นจากการลงทุนด้านที่อยู่อาศัยลดลงด้วย แต่ราคาที่ดินยังผันแปรกับค่าขนส่งคือระยะทางไกล ราคาที่ดินถูกลงก็จริง แต่จะต้องเสียค่าใช้จ่าย ในการเดินทางสูงขึ้น ดังนั้นผู้ที่มียาขได้สูงย่อมมีโอกาสเลือกที่อยู่อาศัยนอกเมือง ขณะที่ผู้มีรายได้น้อยต้องอาศัยแออัดในเมือง Alonso ได้กล่าวสรุปว่าการเลือกบริเวณที่อยู่อาศัย ควรพิจารณาปัจจัย 3 ประการคือ

1. ราคาของที่พักอาศัยซึ่งสัมพันธ์กับรายได้และความสามารถในการจ่ายสำหรับที่อยู่อาศัยนั้น
2. รูปแบบของที่อยู่อาศัย ที่ก่อให้เกิดความพอใจแก่ผู้อยู่อาศัย ซึ่งจะสัมพันธ์กับขนาดครอบครัว และสถานภาพสมรสด้วย
3. ที่ตั้งของที่อยู่อาศัยจะสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม และระยะห่างจากที่ทำงาน ด้วยภายนอก ซึ่งได้แก่ ลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อมของพื้นที่นั้น ๆ

จากแนวความคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่กล่าวมาในข้างต้นเราพอจะสรุปองค์ประกอบที่สำคัญของที่อยู่อาศัยออกได้ดังนี้

1. ทำเลที่ตั้ง
2. ลักษณะของตัวอาคาร
3. สภาพแวดล้อมชุมชน
4. ราคา

2. ความต้องการในชีวิตมนุษย์

มนุษย์มีชีวิตอยู่รอดได้เมื่อความต้องการจำเป็นของมนุษย์ได้รับการตอบสนองมนุษย์โดยทั่วไป มีความต้องการจำเป็นอยู่ 3 ประการคือ

1. มนุษย์มีความต้องการจำเป็นในปัจจุบัน 4 ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ อันได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค
2. มนุษย์มีความต้องการจำเป็นทางสังคม (Social Needs) ซึ่งมีรากฐานมาจากชีวภาพ ดังนั้นมนุษย์จึงต้องมีการจัดระเบียบต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความร่วมมือทางสังคม
3. มนุษย์มีความต้องการจำเป็นทางด้านจิตใจ (Psychological Needs) เนื่องจากมนุษย์มีความฉลาดกว่าสัตว์อื่น ๆ มนุษย์จึงจำเป็นต้องเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ มากมาย และค้นหาทางจัดการกับเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ ที่ไม่สามารถควบคุมได้

ในเรื่องความต้องการของมนุษย์นั้น โद्यธรรมชาติจะมีความแตกต่างกันออกไปมากมายหลายประการ บางคนอยากทำงานเพราะต้องการมีความมั่นคงในอาชีพและเพื่อสังคมเพื่อนฝูง เพื่อนร่วมงาน แต่บางคนกลับต้องการทำงานที่มีคุณค่าสัมกับความรู้ได้ร่ำเรียนมามากกว่าเงินเดือนหรือค่าตอบแทนแต่เพียงอย่างเดียว และตลอดเวลาที่ผ่านไปความต้องการเหล่านี้จะมีปรับเปลี่ยนไปเรื่อย ๆ สุดแต่ปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกที่พัฒนาและเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง ในลักษณะเช่นเดียวกัน ความต้องการด้านที่อยู่อาศัยของมนุษย์ที่มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและรูปแบบไปตามสภาพแวดล้อมและระบบเศรษฐกิจ ตลอดจนความต้องการของผู้เป็นเจ้าของที่มีบทบาทและฐานะทางสังคมเปลี่ยนแปลงสูงขึ้น อาทิ ความต้องการระดับแรกของมนุษย์ที่ต้องการบ้านเป็นที่อยู่อาศัย เพื่อการอยู่รอดและดำรงชีวิต ต่อมาเมื่อมนุษย์มีความสามารถและมีความสามารถและมีเทคโนโลยีสูงขึ้น ความต้องการดังกล่าวได้เปลี่ยนเป็นความต้องการเพื่อแสดงออกถึงฐานะทางเศรษฐกิจ และสังคม เพื่อสนองความต้องการในเรื่องความสะดวกสบายของการอยู่อาศัย

ในประเด็นลักษณะเช่นนี้ Abram (Maslow 1954:80-106) ผู้ก่อตั้งทฤษฎีความต้องการเป็นคนแรก ได้กล่าวถึงความต้องการในลักษณะต่าง ๆ ของมนุษย์ 6 ชนิด คือ

1. ความต้องการด้านปัจจัยสี่ เพื่อการอยู่รอดและการดำรงชีวิตหรือความต้องการทางร่างกาย
2. ความต้องการด้านความมั่นคง
3. ความต้องการทางสังคม
4. ความต้องการทางด้านฐานะหรือความเด่น
5. ความต้องการเป็นอิสระควบคุมหรือรับผิดชอบตนเอง และมีความเป็นตัวของตัวเอง
6. ความต้องการเกี่ยวกับความสามารถ ความสำเร็จ และความพึงพอใจ ตามความนึกคิดของตน

สาระสำคัญที่เป็นตัวแยกความต้องการทั้ง 6 ชนิด ออกจากกัน โดยเฉพาะสิ่งที่แยกความต้องการ 4 ชนิดแรกออกจากความต้องการชนิดที่ 5 และ 6 ก็คือ ความต้องการ 4 ชนิดแรกนั้นเป็นความต้องการที่ตอบสนองได้จากปัจจัย หรือสิ่งต่าง ๆ ที่มาจากภายนอก (Extrinsic) หรือเป็นสิ่งที่อยู่นอกกาย และสิ่งเหล่านี้มักเป็นปัจจัยที่มีคนหรือให้เห็นปรากฏได้ (เช่น อาหาร เงินทอง คำสรรเสริญต่าง ๆ เป็นต้น) แต่สำคัญความต้องการเกี่ยวกับความพึงพอใจตามความนึกคิดของคน (Self-Realization) ความสามารถและความไปถึงการสามารถมีอิสระและความคุมตนเองได้ในระดับหนึ่งที่มาพอ เหล่านี้ล้วนแต่จะตอบสนองได้ก็โดยความนึกคิดของแต่ละบุคคลที่มีขึ้นภายในจิตใจของเขาเองเป็นสำคัญ

นอกจากนี้ Maslow ได้อธิบายอีกว่า ความต้องการต่าง ๆ จะมีการจัดเรียงลำดับจากต่ำไปหาสูง (จากความต้องการทางร่างกายไปสู่ความต้องการทางจิตใจและต่อเมื่อความต้องการในลำดับที่อยู่ต่ำกว่าได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการที่อยู่ในลำดับสูงขึ้นจึงมีอิทธิพลมากขึ้น) Maslow เชื่อว่าความต้องการต่าง ๆ จะมีการจัดระเบียบเป็นเสมือนขั้นบันไดที่มีการเรียงเป็นขั้น ๆ ดังนี้ ความต้องการทางด้านความสำเร็จตามความนึกคิดนั้น จะมีขึ้นมาได้ก็ต่อเมื่อความต้องการในลำดับที่ต่ำกว่ายังไม่ได้มีการตอบสนอง ความต้องการลำดับต้น ๆ ก็จะมี ความสำคัญขึ้นมา และความต้องการอื่น ๆ ที่อยู่สูงขึ้นไปก็จะลดความสำคัญไปโดยปริยาย

ซงซิช ลันดิงซ์ (2535:55-57) ได้อธิบายเพิ่มเติมในส่วนทฤษฎีของ Maslow ไว้ว่า คนทุกคนมีความต้องการด้านความสำเร็จตามความนึกคิดหรือความต้องการด้านการเติบโต ซึ่งเป็นความต้องการที่ดูจะไม่มีทางที่จะตอบสนองได้อย่างเพียงพอ เมื่อใครก็ตามได้รับความพอใจด้านความสำเร็จตามความนึกคิดแล้ว จะยังมีความต้องการด้านนี้มากขึ้น ซึ่งในประเด็นนี้แสดงออกได้อย่างชัดเจนในเรื่องของรูปแบบ ตลอดจนท่าเลที่ตั้งของที่อยู่ของมนุษย์ที่เปลี่ยนแปลงตามสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกที่กระทบตัวบุคคล ด้วยเหตุนี้เอง ความต้องการทางด้านความสำเร็จตามความนึกคิดจึงไม่เหมือนกับความต้องการชนิดอื่น ๆ โดยจะมีความสำคัญอย่างต่อเนื่องโดยไม่ขาดตอนและไม่สิ้นสุดซึ่งชี้ให้เห็นถึงว่าปัญหาที่อยู่อาศัยของมนุษย์ นับวันจะทวีความรุนแรงยิ่งขึ้นตามสภาพแวดล้อม ซึ่งเป็นสิ่งเร้าให้ความต้องการด้านที่อยู่อาศัยของมนุษย์สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

จากแนวความคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่กล่าวมาในข้างต้น เราพอสรุปความต้องการในชีวิตมนุษย์ได้ดังนี้

1. ความต้องการทางร่างกาย ได้แก่ ปัจจัยสี่ ความอยู่รอดในการดำรงชีวิต และความมั่นคงปลอดภัยในการดำรงชีวิต
2. ความต้องการทางสังคม ได้แก่ ความยอมรับในสังคมความโดดเด่น และการได้รับการยกย่อง
3. ความต้องการด้านจิตใจ ได้แก่ ความเป็นตัวของตัวเอง ความพึงพอใจสุนทรีย์ภาพ ความงาม ความอิสระ

3. มนุษย์กับความต้องการที่อยู่อาศัย

ที่อยู่อาศัยเป็นสถาปัตยกรรมที่สนองความต้องการพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยทั่วไปและพฤติกรรมการอยู่อาศัยของมนุษย์มีความต้องการพื้นฐานน้อยที่สุด คือ กินนอน พักผ่อน ดังนั้นรูปแบบของที่อยู่อาศัยจึงถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานดังกล่าวในเบื้องต้น

ที่อยู่อาศัยเป็นสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการมนุษย์ได้ 3 ทาง คือ

1. ตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกาย

กล่าวคือ บ้านเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ที่มีความสำคัญ จำเป็นต่อการดำรงชีพพื้นฐานของมนุษย์ เป็นที่ที่ใช้สำหรับ การกินอยู่ หลับนอน ค่อยค้มแดดค้มฝน เป็นที่สำหรับ ค้มครอง ปกป้องร่างกายมนุษย์ให้รอดพ้นจากอันตราย เพื่อให้การดำรงชีวิต อยู่ได้ความปกติสุข

2. ตอบสนองการยอมรับในสังคม

กล่าวคือ บ้านเป็นเครื่องแสดงสถานภาพทางสังคมบ่งชี้ถึงความเป็นผู้มีหลักแหล่ง สามารถสร้างยอมรับ ความเชื่อมั่นกับผู้คนในสังคม เป็นเครื่องบ่งบอกถึงฐานะ และระดับในสังคมเนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคม

3. ตอบสนองความต้องการทางจิตใจ

กล่าวคือ เป็นเครื่องบ่งบอกตัวตนถึงความสำเร็จในชีวิตของคนที่บ้านจะรู้สึกถึงความมีเกียรติ มีฐานะ และเป็นส่วนหนึ่งที่จะตอบสนอง ความรู้สึกของตนเองในด้าน ความสำเร็จและความสมหวังในชีวิต

ดังนั้น การมีที่อยู่อาศัยหรือบ้าน จึงเสมือนหนึ่ง เป็นภาพสะท้อนของบันไดไปสู่ความสำเร็จในชีวิตมนุษย์

ทฤษฎีพื้นฐาน ทางเศรษฐศาสตร์เมือง (Kain 1975:9-10) กล่าวไว้ว่า ที่อยู่อาศัย คือ สินค้าอย่างหนึ่งและเหตุผลในการเลือกที่อยู่อาศัยของแต่ละครอบครัวนั้น จะคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยเช่นเดียวกับสินค้าอื่น ๆ

อีกทฤษฎี (Kain 1975:9-10) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจของครอบครัวที่อาศัยอยู่ในเมืองในเรื่องที่อยู่อาศัยที่ตั้งที่อยู่อาศัย และการใช้ที่อยู่อาศัยนั้นขึ้นอยู่บนพื้นฐานของอัตราประโยชน์สูงสุดของที่อยู่อาศัยนั้นที่คำนวณจากรายได้สูงสุดที่แท้จริงของครอบครัวนั้น ๆ

แนวความคิดของ Schiffman (1978:70) ได้อธิบายว่า มนุษย์ทุกคนมีความต้องการที่อยู่อาศัยจากองค์ประกอบพื้นฐานทางปัจจัย 4 ด้วยเหตุนี้เราจะพบสถานที่ เพื่อการอยู่อาศัยที่ตอบสนองความต้องการพื้นฐานที่สำคัญ และเมื่อเรามีโอกาสจะย้ายที่อยู่อาศัยไปที่ดีกว่า ชนิดของที่อยู่อาศัยที่เขาซื้อ อาจจะเป็นเหตุผลของความต้องการทางด้านสังคม เช่น ความต้องการบ้านที่เขาสามารถจะเลี้ยงรับรองเพื่อนฝูงได้ หรือเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านจิตใจ เช่น ความต้องการอยู่อาศัยในชุมชนที่ดี เพื่อความประทับใจของครอบครัวและเพื่อน ๆ

Michelson (1965:6) ได้อธิบายว่า เป็นเรื่องจำเป็นที่จะต้องทำความเข้าใจในความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวและที่อยู่อาศัยของเขา กับเจตนาในการย้ายที่อยู่อาศัย จนที่อยู่อาศัยสามารถตอบสนองความต้องการสูงสุดของเขาได้ และปัจจัยในด้านการเปลี่ยนแปลงของขนาดครอบครัววงจรชีวิตที่เปลี่ยนไปและแผนการดำเนินชีวิตของเขาว่าจะต้องการดำเนินชีวิตไปอย่างไร

Becker (1974) ในหลายวัฒนธรรมที่คล้าย ๆ กันแล้วจากแต่ละครอบครัวนั้น เราควรพิจารณาออกแบบที่อยู่อาศัยด้วยความเข้าใจให้มากกว่าภาพปัจจุบันของการอยู่อาศัยที่ปรากฏอยู่ แต่เราควรมองไปถึงความเปลี่ยนแปลงของการดำรงชีวิตและองค์ประกอบของครอบครัวที่เปลี่ยนไป

Becker (1977) ได้อธิบายว่าผู้อยู่อาศัยมีความพอใจที่อยู่ในปัจจุบันได้แม้ว่าจะไม่ตรงกับบ้านในอนาคต ผู้อยู่อาศัยจะประเมินที่อยู่อาศัยด้วยปัจจัย 3 ประการ คือ

1. ภาพพจน์บ้านในอนาคต
2. เงื่อนไขตามสภาพการณ์
3. กลไกการแก้ไขปัญหในตัวบุคคล

นอกจากนี้ Becker ได้ชี้แจงว่ามนุษย์มีเหตุผลหลายอย่างเป็นพื้นฐานในการตัดสินใจเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย การที่บุคคลจะประเมินที่อยู่อาศัยในแบบปัจจุบันของตน จึงคำนึงถึงปัจจัยอื่น ๆ เช่น ลักษณะครอบครัวของตน ตลอดจนข้อจำกัดเรื่องรายได้ของครอบครัวและราคาบ้าน ดังนั้นบ้านในอุดมคติจึงเป็นเพียงเป้าหมายเรื่องที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน เพื่อเป็นบันไดก้าวไปสู่เป้าหมายนั้นดังนั้นเงื่อนไขตามสถานการณ์และกลไกแก้ปัญหาในตัวบุคคลในขณะหนึ่ง อาจทำให้ผู้อยู่อาศัยเกิดความพอใจต่อที่อยู่อาศัยในขณะนั้นได้ แม้ที่อยู่อาศัยนั้นจะไม่ตรงกับบ้านในอุดมคติ และเมื่อเงื่อนไขตามสถานการณ์และปัจจัยอื่น ๆ แปรเปลี่ยนไปก็อาจจะทำให้ผู้อยู่อาศัยเปลี่ยนแปลงจากความพอใจเป็นความไม่พอใจในที่อยู่อาศัยอันเดียวกันนั้นในเวลาต่อมาได้

มานพ พงศทัต (2524:14) ได้อธิบายว่าผู้มีรายได้อ่อนกลาง จะมีความต้องการที่อยู่อาศัยสองประการ คือ ประการแรก ความต้องการที่เป็นจริง (Housing Need) ซึ่งเป็นความต้องการที่ขาดไม่ได้และประการที่สอง ความต้องการจวบจวน (Housing Want) ซึ่งเป็นความต้องการที่แม้จะไม่ได้มา ซึ่งที่อยู่อาศัยใหม่ก็สามารถอยู่อย่างเหมาะสมตามอัตราได้

Richard Muth (1974:8) ได้กล่าวถึง ความเปลี่ยนแปลงหน่วยพักอาศัยว่า เมื่อประชากรมีรายได้อ่อนขึ้น จะมีแนวโน้มที่ความต้องการขนาดที่พักอาศัยที่ใหญ่กว่าและอยู่ในแหล่งที่พักอาศัยที่ดีกว่า เช่น ในแหล่งที่ตั้งที่มีการเดินทางเข้า-ออก สะดวก และมีสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น

ในการศึกษาทัศนคติความต้องการของผู้ใช้สอย ในการเลือกที่อยู่อาศัยจึงเป็นแนวทางที่ดีในการที่จะมองเห็นปัญหาของสภาพแวดล้อม และแก้ไขให้สอดคล้องกับความต้องการ และยังจะเป็นแนวทางที่ดี สำหรับโครงการต่อไป ซึ่งจะเป็นการชว่ลดความสูญเสียทางเศรษฐกิจอันเนื่องมาจากความล้มเหลวของโครงการที่ขาดการคำนึงถึงพฤติกรรม และความต้องการของผู้ใช้สอยอีกด้วย

J.F. Kain 1962 (Carter 1975:253) ได้อธิบายว่าถ้าครอบครัวมีสถานที่ตั้งของที่อยู่อาศัยที่เหมือนกัน มีราคาค่าเดินทางที่เท่ากัน มีรูปร่างและขนาดที่อยู่อาศัยที่เหมือนกัน และเวลามีค่าเท่ากัน แต่จะมีความแตกต่างในเรื่องรายได้ กล่าวคือ ระยะทางการเดินทางจากบ้านไปทำงานจะมากขึ้นตามรายได้ที่สูงขึ้น เขาได้อธิบายว่า คนที่มีรายได้สูง และมีหน้าที่การงานที่ดี และทำงานในเมือง จะมีแนวโน้มการเดินทางที่ระยะทางไกลกว่า ผู้มีรายได้น้อยกว่า โดยที่คนที่มีรายได้สูงมักชอบอยู่ในเขตเมืองชั้นนอกที่มีสภาพแวดล้อมที่ดีและผู้มีรายได้น้อยจะพยายามเดินทางจากบ้านไปทำงาน ในระยะทางที่สั้นที่สุดและพยายามอาศัยอยู่ในเขตเมืองเดียวกับที่ทำงาน

จากทฤษฎีของ Maslow และแนวความคิดในด้านองค์ประกอบลักษณะที่อยู่อาศัย สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการและลักษณะที่อยู่อาศัยได้ดังนี้

การที่มนุษย์ดำรงชีวิตอยู่ได้นั้น นอกเหนือจากการหายใจแล้ว ยังต้องกินได้ นอนได้ รับประทานอาหารได้ ถึงจะดำรงชีวิตมนุษย์อยู่ได้ และการกินได้นอนได้ รับประทานอาหารได้ นั้นจำเป็นต้องมีสถานที่หนึ่ง ๆ ให้มนุษย์ได้ใช้สอย เพื่อทำการกิน นอน รับประทานอาหาร เพราะหากไม่มีสถานที่ดังกล่าวนี้แล้วมนุษย์ก็จะตายไปในที่สุด สถานที่ดังกล่าวนี้ อาจจะเป็นเพียงพื้นที่ขนาดกว้าง 1 สกอต ฮาว 1 วา มีพื้นเรียบพอให้มนุษย์ นั่งพักได้นอนหลับได้ และเป็นที่พักคุ้มแดดคุ้มฝน กันร้อนกันหนาวได้ มนุษย์ก็สามารถเริ่มจะดำรงชีวิตอยู่ได้แล้ว และหากมีที่หุงหาอาหารได้อีก และมีที่ทางไว้รับประทานอาหารได้ มนุษย์ก็สามารถดำรงชีวิตอยู่รอดได้และสถานที่ที่เราเรียกว่าที่อยู่อาศัย และที่อยู่อาศัยนี้เองจึงเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ที่มนุษย์จะขาดเสียมิได้และมันจะต้องผูกพันกับการดำรงชีวิตมนุษย์ตั้งแต่เกิดไปจนตาย

ที่อยู่อาศัยของมนุษย์เกิดขึ้นได้แล้วก็มีการพัฒนามานานเกิดจากความต้องการที่ไม่มีสิ้นสุดของมนุษย์และมนุษย์นั้นเป็นสัตว์ที่ฉลาดเหนือสัตว์อื่น คือมีความคิดและก็นำความคิดมาแก้ปัญหา ความยากลำบากของการดำรงชีวิตโดยการเอาชนะธรรมชาติเพื่อให้เกิดความสะดวกสบายเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จากการตอบสนองความต้องการ ทางร่างกาย โดยการเป็นที่กิน ที่นอน ที่รับประทานอาหาร เป็นที่กันฝนกันร้อนกันหนาว แล้วยังเป็นที่ที่ตอบสนองความปลอดภัย โดยเป็นที่ ปกป้องร่างกายมนุษย์ให้มีความปลอดภัยจากการทำร้ายจากสัตว์อื่น ๆ ปลอดภัยจากภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้และความปลอดภัยจากมนุษย์ด้วยกันเองเพื่อความปลอดภัยจากโจรผู้ร้ายและเมื่อที่อยู่อาศัยสามารถตอบสนองความปลอดภัยได้แล้ว มนุษย์ก็มีความต้องการมากขึ้นไปอีก คือความต้องการทางด้านจิตใจ ความยอมรับของสังคมเพราะมนุษย์เป็นสัตว์สังคมมีอาจจะดำรงชีวิตอยู่ได้โดดเดี่ยวตามลำพังจึงได้ก่อให้เกิดชุมชนของที่อยู่อาศัยขึ้นเพื่อตอบสนอง ความต้องการซึ่งกันและกันระหว่างมนุษย์ จากนั้นเมื่อมนุษย์สามารถบรรลุ ความต้องการในขั้นนี้ได้ มนุษย์ก็มีความต้องการสูงขึ้นไปอีก คือ ต้องการความเด่น ต้องการฐานะ ต้องการให้คนรู้สึกว่ามีค่าแตกต่างที่เหนือกว่าบุคคลอื่น ๆ จึงเกิดการแข่งขันการสร้างสรรค์ขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของขนาดที่อยู่อาศัยที่ใหญ่โตกว่ารูปลักษณะของที่อยู่อาศัยที่เด่นกว่า สวยงามกว่า ความงามและสุนทรียภาพของที่อยู่อาศัยจึงเกิดขึ้นจากความต้องการในขั้นนี้และเมื่อมนุษย์สามารถบรรลุความต้องการในขั้นนี้ได้มนุษย์ก็มีความต้องการที่สูงขึ้นไปอีก คือ ความต้องการที่เป็นอิสระเหนือการควบคุมและมีความเป็นตัวของตัวเอง ซึ่งความต้องการในขั้นนี้ สามารถตอบสนองได้โดยการ มีสิทธิในการครอบครองที่อยู่อาศัยที่เป็น

ของตนเอง ความมีอิสระในการใช้สื่อที่อยู่อาศัย โดยปราศจากใครมาบังคับควบคุมความเป็นส่วนตัว ความสงบปราศจากการรบกวน ทั้งร่างกายและจิตใจ และความสามารถแสดงออกถึงความเป็นตัวของตัวเอง การมีเอกลักษณ์เฉพาะของตนเองที่จะสะท้อนถึงรูปแบบและรสนิยมเฉพาะตัว ซึ่งแตกต่างกับบุคคลอื่น ๆ เช่นการออกแบบที่อยู่อาศัยที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมีสัญลักษณ์เฉพาะตัวซึ่งสะท้อนถึง ลีลาและความเป็นเจ้าของของที่อยู่อาศัยนั้น ๆ และเมื่อบรรลุถึงความต้องการในขั้นนี้แล้ว มนุษย์ก็ยังมีความต้องการในขั้นสูงขึ้นไปอีก ซึ่งเป็นขั้นสูงสุดนั่นก็คือความสามารถของตนเองที่สามารถตอบสนองความต้องการตามความรู้สึกนึกคิดของตนเองได้สำเร็จและพึงพอใจนั่นก็คือ การยอมรับนับถือตนเอง ซึ่งภาพสะท้อนออกมาในตัวที่อยู่อาศัยในขั้นนี้ยังไม่ชัดเจน เพราะเกณฑ์ของความต้องการแต่ละคนมีจุดสูงสุดที่แตกต่างกันออกไป แต่จุดหนึ่งที่ทุกคนต้องการเหมือนกันก็คือ ความภาคภูมิใจและความสัมพันธ์ ในการอยู่อาศัยที่สามารถตอบสนองความต้องการ ตามความรู้สึกนึกคิดของตนเอง ได้อย่างสมบูรณ์แบบไปในทุก ๆ ด้าน ซึ่งอาจจะเปรียบเทียบกับสุภาษิตไทยที่ว่า ชื่นกเป็นนกชู้ไม้เป็นไม้ คือ ความสัมพันธ์ในทุกสิ่ง

จากแนวความคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นพอสรุปในเรื่องมนุษย์กับความ
ความต้องการที่อยู่อาศัยได้ดังนี้

1. ที่อยู่อาศัย ที่มนุษย์ต้องการ แบ่งออกได้ 3 ลักษณะ คือ
 - ก. ที่อยู่อาศัยในอุดมคติ
 - ข. ที่อยู่อาศัยที่เป็นไปตามเงื่อนไขสภาพการณ์
 - ค. ที่อยู่อาศัยที่เป็นปัจจัย แก้ปัญหาในการดำรงชีวิต
2. มนุษย์เมื่อมีโอกาสและรายได้ดีขึ้น จะมีความต้องการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัย
ที่ดีขึ้น
3. องค์ประกอบของครอบครัวและการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนไป จะส่งผลต่อความต้องการลักษณะที่อยู่อาศัยที่เปลี่ยนไป
4. ที่อยู่อาศัย สามารถตอบสนองความต้องการมนุษย์ได้ 3 ด้าน คือ ความต้องการด้านร่างกาย ความต้องการด้านสังคม และความต้องการด้านจิตใจ

4. แบบการดำรงชีวิตและบุคลิกภาพของผู้บริโภค

การขยายตัวของประชากร การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style) ซึ่งมีผลกระทบโดยตรงต่อการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค การที่เราเข้าใจ การดำรงชีวิตและบุคลิกภาพของผู้บริโภคนั้น จะทำให้เราสามารถแบ่งกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนขึ้นนอกเหนือจากการแบ่งกลุ่มลูกค้าด้วย สภาพทางภูมิศาสตร์ ท้องที่ดินฟ้าอากาศ ระยะทางการเดินทาง ด้านประชากร เช่น เพศ อายุ รายได้ การศึกษา อาชีพขนาดครอบครัว และการมองและทำความเข้าใจลูกค้าเข้าไปถึงรูปแบบการดำรงชีวิตได้ นั้นหมายถึงการที่เรามองเห็นและเข้าใจลูกค้าได้ถึงความต้องการทางจิตใจลูกค้าเลยที่เดียว

ผู้บริโภคแต่ละคนย่อมจะมีแบบการดำรงชีวิตของตนเองและมีบุคลิกภาพของตนเอง เช่นกัน ทั้งนี้เพราะผู้บริโภคแต่ละคนได้รับอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมอย่างเดียวกัน แต่ทว่าการรับรู้ การเรียนรู้และทัศนคติและค่านิยมต่างกันจึงส่งผลให้พฤติกรรมและแบบแผนการดำรงชีวิตที่แตกต่างกันไป

จากการศึกษาจากตำราพฤติกรรมผู้บริโภค (ชงชัย สันติวงศ์, 2535) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2534) (สมจิตร ล้วนจำเริญ, 2529) (Kotler 1991) (Schiffman, 1991) (Engel, 1982) ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับการดำรงชีวิตและบุคลิกภาพของผู้บริโภค ดังนี้

ความหมายของแบบการดำรงชีวิต (Life Style)

แบบการดำรงชีวิต หมายถึง การใช้ชีวิตอันได้แก่ การอยู่กิน การพักผ่อน การใช้
จ่ายเงินและเวลา

ปัจจัยที่กำหนดแบบการดำรงชีวิต แบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้



4.1 ปัจจัยภายใน

ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วนที่สำคัญดังนี้

4.1.1. บุคลิกภาพของผู้บริโภค (Personality)

บุคลิกภาพเป็นสิ่งที่ถูกเชื่อมโยง ระหว่างการตอบสนองที่คงที่ ต่อตัวกระตุ้นทางสภาพแวดล้อม ซึ่งแนวความคิดนี้ได้มาจากทฤษฎีทางจิตวิเคราะห์ของ ซิกมุนด์ ฟรอยด์ (Sigmund Freud) Freud ได้ชี้ให้เห็นว่าบุคลิกภาพจะถูกกำหนดด้วยจิตใจ (Psyche or Mind) ซึ่งจะมีอยู่ด้วยกัน 3 ระดับ คือ id, ego และ superego โดยที่ id ถือเป็นส่วนของจิตใต้สำนึก (unconscious) และพยายามที่จะมองหาความพอใจตามความต้องการทางชีววิทยา และทางสัญชาตญาณ ซึ่งความต้องการของ id นี้จะไม่มีที่สิ้นสุด เด็กที่เกิดใหม่จะมีลักษณะของ id อย่างเต็มที่สำหรับ ego จะมาจาก id ที่ได้สัมผัสกับความเป็นจริง เป็นจิตสำนึกทางจิตใจ และถูกควบคุมด้วยความมีเหตุผล และจะนำไปสู่ความต้องการที่สิ้นสุดและยังปรับความต้องการของ id ให้เข้ากับสภาพความเป็นจริงในชีวิตและเก็บรักษาไว้เป็นลักษณะของตนเอง ส่วน superego เป็นการพัฒนาให้เข้ากับกฎเกณฑ์ ระเบียบวินัยของสังคม โดยที่บุคคลที่มี superego จะปฏิบัติตามกฎของสังคม เรากล่าวไว้ว่า ego จะอยู่ระหว่าง id กับ superego

จากทฤษฎีจิตวิเคราะห์นี้เป็นพื้นฐานของแนวความคิดที่จะวิจัยสิ่งจูงใจในแบบการดำรงชีวิต โดยเชื่อว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นผลมาจากแรงจูงใจที่ผู้บริโภคไม่รู้ตัว ซึ่งระดับจิตใจทั้ง id, ego และ superego นี้รวมแล้วจะสะท้อนออกมาเป็นลักษณะส่วนบุคคล หรือ บุคคลหรือบุคลิกภาพของผู้บริโภค

4.1.2 การรับรู้ (Perception)

การรับรู้ของผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งรับตัวกระตุ้นต่าง ๆ เข้ามาทำการตีความและแสดงอาการปฏิบัติตอบ

ซึ่งเรื่องของความเข้าใจ จากการรับรู้มี จุดเริ่มต้นของกระบวนการจะอยู่ที่การรับเอาตัวกระตุ้นต่าง ๆ เข้ามาด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 อัน ได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัสเรื่องราวของการรับเข้ามาทางประสาทสัมผัส (Sensation) ของแต่ละบุคคล และผ่านกระบวนการแปลงความหมายสิ่งที่รับเข้ามาและกระบวนการเปรียบเทียบ ทำความเข้าใจกับความรู้ หรือ เรื่องรวมเดิมที่บุคคลดังกล่าวมีอยู่กระบวนการทางความเข้าใจกับเรื่องใหม่

จะเกิดขึ้น และสิ้นสุดลงเป็นความเข้าใจอย่างใดอย่างหนึ่งและแล้วบุคคลดังกล่าวจะเก็บเป็นข้อมูลเพิ่มเติมเป็นสิ่งที่ฟังได้เรียนรู้ใหม่เก็บเพิ่มเติมเข้าไปในระบบข้อมูลของความเข้าใจเรื่องราวต่าง ๆ สะสมเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

4.1.3 การเรียนรู้ (Learning)

การเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เป็นการเปลี่ยนโดยถาวรอันสืบเนื่องมาจาก ผลของการได้เคยทดลองกระทำ และมีประสบการณ์ อีกความหมายหนึ่งหมายถึงลักษณะกลไกทางร่างกายมนุษย์ในการก่อตัวเป็นพฤติกรรม การก่อตัวดังกล่าวมีทั้งการก่อตัวในเรื่องการกระทำ ความรู้ และอารมณ์ สิ่งใดที่เขาได้กระทำไปแล้ว จะมีใช้กลายเป็นเรื่องในอดีตเท่านั้น และจะไม่สูญหายไปโดยสิ้นเชิงอีกด้วย สิ่งเหล่านั้นอาจจะกลายเป็นหรือไม่กลายเป็นสิ่งที่มีอิทธิพล ต่อพฤติกรรมในปัจจุบันภายใต้สถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง และในทางใดทางหนึ่งประสบการณ์ในอดีต อาจกระทบต่อพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในหนหลัง ๆ ได้เสมอ สิ่งเหล่านั้นเองที่เป็นปัญหาสำคัญเชิงทางจิตวิทยา

กระบวนการเรียนรู้ การเรียนรู้จะเกิดขึ้นได้เมื่อตัวกระตุ้นใด ๆ ที่เข้ามาสัมผัสสัมพันธ์กับการปฏิบัติตอบที่เกี่ยวข้อง เป็นเวลานานพอ จนกระทั่งทำให้เวลาต่อมาเมื่อทุกครั้งที่คุณคนนั้น ได้ประสบตัวกระตุ้นดังกล่าวอีก เขาก็จะปฏิบัติตอบในเชิงเดียวกันเป็นประจำ กระบวนการเรียนรู้จะเกิดขึ้นในสมอง โดยเรียงลำดับไปที่ละส่วนดังนี้ แรงผลักดันในการเรียนรู้ตัวกระตุ้นที่เป็นสิ่งบอกเหตุ การปฏิบัติตอบต่าง ๆ อิทธิพลของการเสริมหรือการสนับสนุน

นักการศึกษาที่ดีควรให้ผู้บริโภคได้เรียนรู้ตัวสินค้า

4.1.4 ทศคติและค่านิยม

ทศคติ (Attitudes) เป็นลักษณะแนวโน้มนิยมตามปกติ ของตัวบุคคลในการชอบหรือเกลียดสิ่งของหรือบุคคล และปรากฏการณ์ต่าง ๆ กล่าวคือ ทศคติจะเป็นลักษณะของระบบซึ่งมีแนวโน้มในการประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่งเสมอ และสำหรับแต่ละคนทศคติของแต่ละคนก็คือโลกแห่งความเป็นจริงของเขานั้นเอง

ทัศนคติเป็นสิ่งที่มียู่อภายใน และไม่ใช้สิ่งที่มีมาแต่กำเนิด ทัศนคติจะมีลักษณะมั่นคงถาวร และมีการเปลี่ยนแปลงได้ยาก ทัศนคติจะมีความหมายอิงถึงตัวบุคคลและสิ่งของเสมอ ทัศนคติเป็นสิ่งที่ก่อตัวจากการเรียนรู้มาจากสิ่งที่คุณสามารถอ้างอิงได้ เช่น พ่อแม่ คารา สถาบัน ฮีโร่ สิ่งของ ทัศนคติจะประกอบด้วย ความเข้าใจหรือส่วนของความเชื่อ ความชอบหรือส่วนของความรู้สึก พฤติกรรมหรือแนวโน้มโครงการแสดงออก

ค่านิยม (Values)

ค่านิยม เป็นตัวกำหนดแบบการดำรงชีวิตได้กว้างกว่าทัศนคติ ค่านิยม เป็นพื้นฐานเป็นกรอบงานของทัศนคติ ค่านิยมไม่ได้เกิดขึ้นมาพร้อมกับตัวเรา ค่านิยมจะเกิดขึ้นได้จากการเรียนรู้หรือการรับถ่ายทอดจากคนรุ่นก่อนหรือรับมาจากสมาชิกในกลุ่มของวัฒนธรรมย่อย ค่านิยมอาจจะเป็นสิ่งถาวรสำหรับบางคนและค่านิยม อาจจะเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้เสมอสำหรับบางคน ค่านิยมที่เปลี่ยนแปลงได้เป็นสิ่งที่น่าสนใจต่อกลยุทธ์ทางการตลาด และยังเป็นกุญแจสำคัญสำหรับกลยุทธ์ทางการตลาด ที่จะเข้าใจและคาดคะเนในโอกาสในอนาคต

ค่านิยมจะมีอยู่ 2 ลักษณะด้วยกัน คือ

1. ค่านิยมที่มาจากสถาบันต่าง ๆ เช่น ครอบครัว สถาบันศาสนา โรงเรียน เป็นต้น
2. ค่านิยมที่มาจากประสบการณ์ในช่วงแรกชีวิต และค่านิยมที่มาจากประสบการณ์ต่าง ๆ ในวัยเจริญเติบโตที่สร้างแบบค่านิยมขึ้นมาประสบการณ์เหล่านี้ได้แก่ สงครามการเคลื่อนไหวทางอิทธิพลทางการเมือง ปัจจัยทางเศรษฐกิจรัฐบาล และสื่อโฆษณาที่จะเปลี่ยนแปลงค่านิยมเหล่านี้

4.2 ปัจจัยภายนอก

ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วนที่สำคัญดังนี้

4.2.1 ครอบครัว (Family)

เนื่องจากมนุษย์ทุกคนต่างก็เกี่ยวข้องกับและสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดที่สุดกับครอบครัวของคนดังนี้ อิทธิพลของครอบครัว จึงมักจะมีผลอย่างสำคัญต่อการซื้อของผู้บริโภคเสมอ

ครอบครัวนั้นแบ่งออกเป็น

ก. ครอบครัววงใน (Nuclear Family) จะหมายถึง กลุ่มของครอบครัวซึ่งประกอบด้วย บิดามารดาและบุตร ซึ่งอาศัยอยู่ร่วมกันและมีความสัมพันธ์ต่อกันที่ใกล้ชิดมาก

ข. ครอบครัวขยาย (Extended Family) จะหมายถึง ครอบครัววงในและญาติอื่น ๆ ซึ่งประกอบด้วย ปู่ย่า ตายาย ลุงป้า น้าอา ลูกพี่ลูกน้อง และพวกที่เป็นเขยสะใภ้ต่าง ๆ

ครอบครัวเป็นกลุ่มเบื้องต้นที่สุด (Primary Group) ที่การติดต่อและสัมพันธ์กันภายในครอบครัวจะเป็นไปในลักษณะที่มีความสนิทสนมใกล้ชิดกันดังกล่าวนี้อเอง ทำให้ครอบครัวมีอิทธิพลที่สำคัญยิ่งยวดต่อลักษณะท่าทางทัศนคติและสิ่งจูงใจของตัวบุคคลที่เป็นสมาชิกในครอบครัว

อิทธิพลของครอบครัวที่มีต่อบุคคล

อิทธิพลของครอบครัวจะมีลักษณะที่มีตามสำคัญ 2 ประการ

1. มีผลกระทบต่อลักษณะนิสัยท่าทาง ทัศนคติและค่านิยมของตัวบุคคล
2. มีผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการ

4.2.2 ชั้นสังคม (Social class)

ในสังคมที่เป็นอยู่ทุกวันนี้สามารถจะแบ่งสังคมเป็นชั้น ๆ ได้โดย การแบ่งไปตามบุคคลหรือครอบครัวที่มีค่านิยม การดำรงชีวิต ความสนใจและพฤติกรรมที่เหมือนกัน ชั้นสังคมจะมีลักษณะที่สำคัญอยู่ 4 ลักษณะคือ มีพฤติกรรมที่เหมือนกันในชั้น มีตำแหน่งจากสูงไปต่ำมีลักษณะหลาย ๆ ทัศนคติและมีการเปลี่ยนแปลงได้

ชั้นสังคมจะมีตัวกำหนดที่สำคัญอยู่ 6 ตัว กำหนดด้วยกัน คืออาชีพที่เหมือนกัน การปฏิบัติตนส่วนตัว ความเกี้ยวข้องกัน การครอบครองทรัพย์สินการทำให้เข้ากับค่านิยมและรายได้

ชั้นสังคมมีความสำคัญต่อการตลาดโดยที่นักการตลาดจะต้องศึกษาความแตกต่างในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคแต่ละชั้นมีความแตกต่างในสิ่งจูงใจ การหยั่งรู้บุคลิกภาพ การเรียนรู้ และความฉลาด ครอบครัว กระบวนการวัฒนธรรม กระบวนการตัดสินใจ แหล่งสารสนเทศ และกระบวนการซื้ออย่างไร เพื่อประโยชน์ในการวางแผนทางการตลาด นอกจากนี้ชั้นสังคมยังมีประโยชน์ต่อการแบ่งส่วนตลาดได้อีกด้วย โดยพิจารณาถึงพฤติกรรมการซื้อที่เหมือนกัน จำนวนคนมากเพียงพอและอยู่ในเขตภูมิศาสตร์ที่เหมาะสม

4.2.3 วัฒนธรรม (Cultural)

วัฒนธรรม หมายถึงรูปแบบของพฤติกรรมที่ได้เรียนรู้และผลของพฤติกรรมที่ซึ่งส่วนประกอบต่าง ๆ ได้ประกอบขึ้นมาจาก สมาชิกของสังคมนั้น ๆ และก็ถ่ายทอดต่อเนื่องกันไปด้วยสังคมเดียวกันเท่านั้นเอง

เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นสภาพแวดล้อมที่มีอยู่สำหรับมนุษย์ทุกคน ดังนั้นในแง่ของการตลาด การที่จะทราบถึง รสนิยม ความชอบพอต่อสินค้าและลักษณะการปฏิบัติของการตัดสินใจซื้อจึงจำต้องทำการสำรวจจากวัฒนธรรม

วัฒนธรรม คือ ทิศทางทางความคิด มีความแตกต่างกันในแต่ละวัฒนธรรมและสิ่งที่ทำให้วัฒนธรรมแต่ละชาติแตกต่างกันคือ ค่านิยม ความเชื่อ ทัศนคติ และพฤติกรรม

วัฒนธรรมหลักของแต่ละ เชื้อชาติ ศาสนา ยังแบ่งออกไปเป็นวัฒนธรรมย่อย เฉพาะท้องถิ่นหรือชุมชนหรือระดับชั้นทางสังคม เช่น วัฒนธรรมในมหาวิทยาลัย เป็นต้น และหากจะแบ่งให้ละเอียดลงไปก็จะเป็นวัฒนธรรมส่วนบุคคลซึ่งแต่ละคนจะเรียนรู้มาแตกต่างกันจากสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน

4.2.4 การโฆษณา (Advertising)

การโฆษณา ส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค มนุษย์ในสังคมเมืองโดยทั่วไปจะรับข่าวสารจากสื่อโฆษณาถึงวันละ 2000 ขึ้น แต่มนุษย์มีความสามารถที่จะจดจำและรับรู้ข่าวสารจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ ได้น้อยมาก

การโฆษณานี้ถือว่าเป็นบทบาทที่สำคัญในการเสนอสารสนเทศต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าและเป็นการชักจูงให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการ นอกจากนี้ยังมีบทบาทเกี่ยวกับการตัดสินใจอีกด้วย

บทบาททางสารสนเทศ เมื่อผู้บริโภคได้ตระหนักถึงปัญหามักจะนึกถึงโฆษณาที่เสนอให้ข้อมูล และคุณลักษณะของสินค้า เพื่อเปรียบเทียบกับสินค้า ตรายี่ห้ออื่น ๆ

บทบาททางการตัดสินใจ เช่น การตัดสินใจเมื่อมีการโฆษณาลดราคาสินค้าหรือการชักนำอื่น ๆ ให้ผู้ซื้อเกิดความอยากความต้องการในสินค้านั้นทันที

สื่อโฆษณา ในการโฆษณานักการตลาดสามารถเลือกสื่อโฆษณาได้หลายสื่อหรือมากกว่าหนึ่งสื่อ ทั้งนี้เพื่อที่จะเข้าถึงผู้บริโภค หรือพฤติกรรมในการรับรู้ของผู้บริโภค

จากการศึกษาและวิเคราะห์ในเรื่องนี้ จึงสามารถสรุปประเด็นที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ทั้งปัจจัยภายใน 5 ประการ อันได้แก่ บุคลิกภาพของผู้บริโภค การรับรู้ การเรียนรู้ ทักษะคิดและค่านิยม และปัจจัยภายนอก 4 ประการ ได้แก่ ครอบครัว ระดับชั้นทางสังคม วัฒนธรรม และสื่อโฆษณาส่งเหล่านี้เมื่อรวมกันแล้วจะหล่อหลอม ให้คนแต่ละคนมีวิถีการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันไป ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและความต้องการในตัวสินค้า ที่อยู่อาศัยก็เป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่ตอบสนองความต้องการมนุษย์ทั้งทางร่างกายและจิตใจ การที่เราทราบถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มประชากรก็จะเป็นหนทางหนึ่งที่เราจะสามารถทราบได้ว่าในอนาคตกลุ่มประชากร เป้าหมายของเราต้องการที่อยู่อาศัย แบบใดในทศวรรษหน้า เพราะความต้องการนั้นจะนำมาเพื่อตอบสนองความจำเป็นที่สอดคล้องกับการดำรงชีวิตของเขาเอง ในทศวรรษหน้านั้นเอง

เราสามารถวิเคราะห์รูปแบบการดำรงชีวิตของกลุ่มประชากรได้ด้วยการดูว่าเขาทำกิจกรรมอะไรในแต่ละวัน เดือน ปี ในชีวิตของเขา เขามีความคิดเห็นอย่างไรต่อเรื่องส่วนตัวและเรื่องราวในสังคม และเขามีความสนใจอย่างไรในการดำเนินชีวิตไม่ว่าจะเป็นด้านครอบครัว อาชีพ การพักผ่อน และอะไรคือความสำเร็จในชีวิตของเขา ซึ่งคำถามต่าง ๆ เหล่านี้สามารถวิเคราะห์รูปแบบการดำรงชีวิตของกลุ่มประชากรเป้าหมายได้ เพื่อตรวจดูว่าแนวโน้มของความต้องการในการดำรงชีวิตของกลุ่มประชากรเป็นเช่นไรและเราสามารถปรับตัวสินค้าคือที่อยู่อาศัยให้สอดคล้องกับการดำรงชีวิตที่เขาต้องการได้อย่างไร ก็คือกลยุทธ์หนึ่งที่จะไขกุญแจเข้าไปถึงความต้องการที่แท้จริงที่ซ่อนอยู่ในใจของกลุ่มประชากรเหล่านั้นได้

จากแนวความคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นพอสรุปในเรื่องแบบการดำรงชีวิตและบุคคลิกภาพของผู้บริโภคได้ดังนี้

1. แบบการดำรงชีวิตของผู้บริโภคที่ต่างกัน จะส่งผลต่อความต้องการ สินค้าและบริการที่ต่างกัน

2. ปัจจัยที่ทำให้แบบการดำรงชีวิตของผู้บริโภคต่างกัน แบ่งออกได้เป็น

2.1 ปัจจัยภายใน ได้แก่ บุคคลิกภาพของผู้บริโภค การรับรู้ การเรียนรู้ทัศนคติ และค่านิยมของผู้บริโภค

2.2 ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ครอบครัว ชั้นสังคม วัฒนธรรม การโฆษณา

3. เราสามารถศึกษาแบบการดำรงชีวิตของผู้บริโภค ด้วยการศึกษจากองค์ประกอบดังนี้

3.1 กิจกรรมในการใช้ชีวิต การกินอยู่พักผ่อน

3.2 การใช้จ่ายเงิน

3.3 การใช้เวลา

3.4 ทัศนคติ และค่านิยมที่มีต่อการดำเนินชีวิต

5. การเปลี่ยนแปลงในอนาคตของลักษณะสังคมและวัฒนธรรม

กระแสการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมของโลก มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา จวบจนปัจจุบัน วิธีการดำเนินชีวิต ตลอดจนพฤติกรรมของผู้บริโภคก็ได้เปลี่ยนแปลงตามกระแสที่เปลี่ยนไปของโลกในยุคโลกาภิวัตน์ ลักษณะค่านิยม การแข่งขันกันทางด้านเศรษฐกิจ ได้ส่งผลให้เกิดการแข่งขันกันหาทุนสะสมทุนและลงทุนใหม่ ส่งผลให้มนุษย์มีค่านิยม ในด้านวัตถุนิยมสูงขึ้นและมีความต้องการทางด้านวัตถุทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพที่สูงขึ้น มนุษย์จึงต้องทำงานมากขึ้น เวลาที่ให้กับงานและความก้าวหน้าในอาชีพจึงสูงขึ้นเพราะการแข่งขันการให้ได้ว่า ซึ่งวัตถุนิยมสูงขึ้น ค่าครองชีพที่สูงขึ้น จึงส่งผลอย่างมหาศาล ต่อวิถีการดำรงชีวิตของคนในสังคม

5.1 การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม

นับแต่ในอดีตสังคมไทยเป็นสังคมที่สมณะ ชีตทางสายกลางทางพุทธศาสนา บ้านเมืองมีความอุดมสมบูรณ์ เป็นสังคมเกษตรกรรม เมื่อกระแสการพัฒนาของโลกได้เปลี่ยนไปได้ผลักดันให้ประเทศไทยที่เคยผลิตเพื่อการบริโภค มาผลิตเพื่อการจำหน่าย การผลิตด้านเกษตรกรรมมาผลิตด้านอุตสาหกรรม เกิดการไหลของประชากรในภาคเกษตรกรรม ในชนบทเข้ามาสู่ ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการในเขตเมือง นับวันจะมีความต้องการสูงขึ้นทุกปี นับจากปี 2531-2536 ความต้องการที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพและปริมณฑลเติบโตโดยเฉลี่ยปีละ 12.08% ข้อมูลจาก คณะอนุกรรมการนโยบายที่อยู่อาศัยแห่งชาติ

โครงสร้างของรายได้ของประชากรที่เปลี่ยนไป จากเดิมที่ประเทศไทยมีชนกลุ่มที่สำคัญอยู่ 2 กลุ่ม คือ ผู้มีรายได้สูง ซึ่งเป็นคนส่วนน้อย ที่กุมอำนาจทางเศรษฐกิจของประเทศ และคนส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 90 ที่เป็นผู้มีรายได้น้อย ได้แก่ ชาวนา เกษตรกร คนงานตามโรงงานอุตสาหกรรม แต่ในช่วง 3 ทศวรรษที่ผ่านมา นับตั้งแต่มีการพัฒนาระบบการศึกษาอย่างเป็นระบบส่งผลทำให้ประชาชนได้รับโอกาสทางการศึกษาสูงขึ้นมีการพัฒนาทางอาชีพ จากผู้ใช้แรงงานมาสู่การใช้ความชำนาญและการใช้ปัญญาในการประกอบอาชีพ จากผู้ปฏิบัติการมาสู่ผู้ควบคุมการปฏิบัติการ การขยายตัวของธุรกิจบริการที่สูงขึ้น ที่ต้องการแรงงานที่มีความรู้ความชำนาญการที่สูงขึ้น ในทุกสายอาชีพที่มีการพัฒนาให้ทันต่อสภาพการแข่งขันในตลาดโลก ชนกลุ่มนี้คือ ชนกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลาง ซึ่งนับวันจะทวีความสำคัญในระบบเศรษฐกิจ และส่งผลต่อความต้องการในสินค้าและบริการที่มากขึ้น ชนกลุ่มนี้เป็นชนรุ่นหนุ่มสาวที่มีความรู้มีโอกาสในอาชีพที่สูง มีรายได้ที่สูงพอที่จะจัดหาในสิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีวิต และคุณภาพของสินค้าและบริการที่ดีขึ้น ชนกลุ่มนี้คือ คนที่มีรายได้ประจำมีความมั่นคงของอาชีพ และรายได้ ซึ่งนับวันการขยายตัวของชนกลุ่มนี้ จะมีสูงขึ้นโดยมีปัจจัยมาจากการพัฒนาของระบบการศึกษา จากสำรวจข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติได้ทำการสำรวจได้เมื่อปี 2533 ในภาคนครหลวง พบว่าชนกลุ่มนี้มีถึง 18 % คราวเรือนทั้งหมด โดยมีกลุ่มผู้มีรายได้ต่ำ 78 % และกลุ่มผู้มีรายได้สูง 4 % ของครัวเรือนทั้งหมด ซึ่งแนวโน้มการขยายตัวของกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลาง จะมีการขยายตัวที่สูงขึ้นและเป็นกลุ่มที่กำลังขึ้น เพราะมีรายได้ประจำที่แน่นอน ซึ่งจะส่งผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยในอนาคตที่สูงขึ้น

5.2 การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของครอบครัว

จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติได้ทำการสำรวจ ขนาดครัวเรือนของประเทศไทยในทุก ๆ 5 ปี พบว่าในปี 2524 ขนาดครัวเรือนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีขนาด 4.2 คนต่อครัวเรือน ในปี 2529 ขนาดได้ลดลงเหลือ 3.8 คน และ ในปี 2534 ขนาดได้ลดลงเหลือขนาด 3.5 คน ต่อครัวเรือน ซึ่งตัวเลขดังกล่าวได้สอดคล้องกับตัวเลขของประเทศที่พัฒนาแล้วโดยทั่วไป แนวโน้มในอนาคต ขนาดของครอบครัวก็จะมีแนวโน้มลดขนาดไปเรื่อย ๆ โดยมีข้อสังเกตจากปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. ค่านิยมในการมีบุตร ซึ่งมีแนวโน้มการมีบุตรที่น้อยลง แต่จะเน้นการเลี้ยงบุตรให้มีคุณภาพสูงขึ้น ทั้งทางร่างกายและทางความคิด
2. ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ที่ค่าครองชีพ ถีบตัวสูงขึ้นจึงทำให้การมีบุตรเป็นภาระทั้งทางด้านเวลาและค่าใช้จ่าย
3. การมีพ่อแม่ ญาติ ผู้ใหญ่ ที่อยู่ในบ้านก็มีแนวโน้มลดลง เพราะค่านิยมในด้านความเป็นปัจเจกบุคคล ของคนรุ่นใหม่มีสูงขึ้น ความต้องการอิสระ ความเป็นตัวของตัวเองมีสูงขึ้น ส่งผลให้เกิดการแยกครอบครัวมาสร้างครอบครัวใหม่มีสูงมากขึ้น
4. การจ้างคนรับใช้ก็มีการจ้างที่ลดลง เพราะค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้นในภาคอุตสาหกรรม ได้ส่งผลให้คนไม่นิยมมาเป็นคนรับใช้ และค่าจ้างสูงขึ้น และหายากขึ้น ตลอดจนภาระการกินอยู่ของคนรับใช้ที่สูงขึ้น และความต้องการความเป็นตัวของตัวเอง ของคนรุ่นใหม่ที่ต้องการความเป็นส่วนตัวของครอบครัวสูง จึงส่งผลให้การจ้างคนรับใช้ลดลง และหันมาพึ่งพาสิ่งอำนวยความสะดวกในครัวเรือนที่สูงขึ้น

5.3 การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมในการดำเนินชีวิต

ปัจจุบันโลกกำลังอยู่ในยุคโลกาภิวัตน์ ที่ข่าวสารข้อมูลทั่วโลกเชื่อมโยงถึงกันด้วย ระบบการสื่อสารที่สมบูรณ์แบบด้วยระบบดาวเทียม และระบบคอมพิวเตอร์ ที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตคนสูงขึ้นทุก ๆ วัน ประกอบกับความบีบคั้นทางเศรษฐกิจ และค่านิยมทางวัตถุที่ผลักดันให้ชีวิตคนไทยต้องดิ้นรนแข่งขันกันมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะหญิงหรือชาย รูปแบบของครอบครัวที่หญิงอยู่เข้าเฝ้าบ้าน ชายข้างเท้าหน้าท่ามาหากินกำลังจะหมดไปจากสังคมเมืองของไทย บทบาท ที่ผู้หญิงมี

หน้าที่หลักในการดูแลบ้านและการเลี้ยงลูกการเป็นแม่บ้านและภรรยาที่ดีได้เปลี่ยนไป กลายเป็นผู้หญิงยุคใหม่ที่ต้องออกมาค้นหาทำมาหากิน แข่งขันควบคู่ไปกับผู้ชาย รวมไปถึงการสร้างโอกาสฐานะ และความมั่นคงให้กับครอบครัวเช่นเดียวกับผู้ชาย สิ่งนี้ทำให้วิถีชีวิตในบ้านเปลี่ยนไปในทศวรรษที่ผ่านมา การแก้ปัญหาเหล่านี้ ก็สามารถทำได้โดยการจ้างคนรับใช้ให้ช่วยดูแลบ้านและเลี้ยงลูก ในปัจจุบัน ค่าครองชีพ ค่าแรงงานที่สูงขึ้น ความเป็นปัจเจกบุคคลต้องการความเป็นส่วนตัวสูงขึ้น การหาและว่าจ้างคนใช้ทำได้ยากขึ้น ส่งผลทำให้การจ้างคนรับใช้มีแนวโน้มลดลง บ้านจึงต้องหันมาพึ่งพาสิ่งอำนวยความสะดวกที่สูงขึ้น ทั้ง เครื่องซักผ้า เตาอบไมโครเวฟ เครื่องดูดฝุ่นรวมไป ถึงสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านพักผ่อนหย่อนใจ เช่น โทรทัศน์ที่ขนาดใหญ่ขึ้น เครื่องเสียงชั้นดี และคอมพิวเตอร์ ก็จะเริ่มเข้ามามีบทบาทในบ้านมากขึ้น การมีเวลาของแม่บ้านที่น้อยลงส่งผลทำให้เวลาในการดูแลเรื่องอาหารที่ลดลง จากการทำเคปปรุงอาหารจากวัตถุดิบ เช่น การเคี้ยวผัก การสับไก่เอง มาเป็นการซื้ออาหารพร้อมปรุงที่นำมาเพียงอุ่นหรือผัด อุ่นกินหน่อยก็ทานได้เลย หรือการพึ่งพาอาหารถุงหรือการทานอาหารนอกบ้านที่นับวันจะมีแนวโน้มสูงขึ้น บทบาทของครัวจึงลดบทบาทในเรื่องของขนาดลง แต่กลายเป็นครัวที่ต้องสร้างความรวดเร็วในการปรุงอาหาร ในฉบับพลันทันที บ้านที่มีขนาดใหญ่ ที่ต้องมีผู้ดูแลมีการจัดสวนปลูกต้นไม้ ต้องดูแลกัน ก็ได้เปลี่ยนไป เป็นบ้านที่ขนาดเล็กลง เนื่องด้วยปัจจัยด้านราคาที่ดิน และค่าก่อสร้างที่มีราคาสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว กลายเป็นบ้านขนาดเล็กที่มีการจัดพื้นที่ใช้สอยที่มีประสิทธิภาพ สามารถดูแลความสะดวกสบายได้ง่ายขึ้น มีความสะดวกสบายในการอยู่อาศัยที่มากขึ้น เวลาในการดูแลสวนส่วนตัวที่ลดลง จึงต้องกลายเป็นส่วนส่วนรวมของชุมชนที่มีเจ้าหน้าที่เฉพาะมาดูแล ความห่วงใยในสุขภาพที่สูงขึ้น ความต้องการธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมกลายเป็นมาตรฐานชีวิตที่คนไทยทุกคนต้องการ ดังนั้น การมีศูนย์กีฬา สระว่ายน้ำ และสวนพักผ่อน สนามเด็กเล่น จึงเข้ามาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในชุมชนและเป็นตัวแปรตัวสำคัญที่จะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของคนไทยต่อไป

จากแนวความคิดดังกล่าวข้างต้น จึงพอสรุปถึงความเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมและสังคมในทศวรรษหน้าที่ส่งผลต่อลักษณะที่อยู่อาศัยได้ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม จะส่งผลทำให้ความต้องการที่อยู่อาศัยในเขตเมืองมีแนวโน้มที่สูงขึ้น จำนวนคนชั้นกลางที่ใช้ความรู้ ความชำนาญ และใช้ภูมิปัญญาในการทำงานมีจำนวนที่เพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลทำให้ความต้องการที่อยู่อาศัยในชนกลุ่มนี้สูงขึ้น

2. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของครอบครัว จำนวนสมาชิกในบ้านที่ลดลงจะส่งผลทำให้ความต้องการขนาดบ้านที่ลดลงตามความจำเป็นในการใช้สอยของจำนวนสมาชิก

3. การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมในการดำเนินชีวิต บทบาทของสตรีที่เคยดูแลบ้านเลี้ยงลูกหรือการมีคนรับใช้ที่มากคอยช่วยดูแลได้เปลี่ยนไป และได้ถูกทดแทนด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ช่วยทุ่นแรง ทุ่นเวลา ขนาดบ้านที่ใหญ่โต ก็ถูกลดขนาดลงด้วยปัจจัยราคาที่ดิน ค่าก่อสร้างที่สูง แต่ก็ถูกทดแทนด้วยการจัดพื้นที่ใช้สอยให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ดูแลได้ง่ายขึ้น รวมไปถึงมาตรฐานชีวิตที่สูงขึ้นของคนไทย ซึ่งส่งผลให้เกิดสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการชุมชนที่ดีขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความต้องการในเรื่องที่อยู่อาศัยนั้นสามารถแบ่งกว้าง ๆ ได้ 2 ลักษณะ

คือ

1. ความต้องการในด้านปริมาณที่อยู่อาศัย เป็นการศึกษาโดยใช้ตัวเลขสถิติทางประชากรและดัชนีทางเศรษฐกิจในการคำนวณหาปริมาณที่อยู่อาศัยโดยสร้างแบบจำลองทางเศรษฐมิติขึ้นมา คาดการณ์หาปริมาณความต้องการที่อยู่อาศัยในแต่ละช่วงเวลา

2. ความต้องการในด้านคุณลักษณะของที่อยู่อาศัย ซึ่งจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและในทุก ๆ 10 ปีก็จะเห็นการเปลี่ยนแปลงได้อย่างชัดเจนบ้านเมื่อ 10 ปีที่แล้วอาจจะไม่เหมาะสมกับสภาพปัจจุบันและบ้านปัจจุบันก็อาจจะไม่เหมาะสมกับสภาพการอยู่อาศัยในอนาคต ซึ่งเกิดจากการเปลี่ยนแปลงในด้านพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปในแต่ละช่วงของเวลาและส่งผลมาสู่ความต้องการที่อยู่อาศัยที่เปลี่ยนไป

การศึกษาในด้านความต้องการลักษณะที่อยู่อาศัยนั้นสามารถศึกษาได้หลายวิธี เช่นการศึกษาได้จากการศึกษาสาเหตุของการย้ายที่อยู่อาศัยและปัญหาในที่อยู่อาศัยเดิม

การศึกษาโดยการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

การศึกษาโดยสำรวจความต้องการและความคาดหวังที่มีต่อลักษณะที่อยู่อาศัยในอนาคตซึ่งทุกวิธีก็สามารถทราบถึงปัญหาและความต้องการของลักษณะที่อยู่อาศัยได้ทั้งสิ้น

William Michelson (1975) ได้ทำการวิจัย ในเรื่อง Environmental Choice Human Behavior and Residential Satisfaction ในปี 1975

โดยการสำรวจกลุ่มประชากรที่อยู่อาศัยในเมือง Toronto ประเทศแคนาดา จำนวน 761 ครอบครัว โดยแบ่งเป็น ครอบครัวที่อยู่อาศัย อาคารสูงใจกลางเมือง, อาศัยอยู่ในบ้านเดี่ยวใจกลางเมือง, อาศัยอยู่อาคารสูงชานเมือง และอาศัยอยู่บ้านเดี่ยวที่ชานเมือง การสำรวจเขามีวัตถุประสงค์อยู่ 3 ประการ คือ

1. ศึกษาความแตกต่างระหว่างประเภทของอาคารและตำแหน่งที่ตั้ง
2. การประเมินกระบวนการเลือกที่อยู่อาศัยตามศักยภาพของแต่ละบุคคล
3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่จะย้ายที่อยู่อาศัย

โดยการศึกษาโดยการออกสัมภาษณ์ความคิดเห็นของประชาชนและทำการสังเกตการใช้งานและการจัดพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านและออกแบบสอบถามความพึงพอใจในที่อยู่อาศัยโดยมีตัวแปรซึ่งพิสูจน์ความสัมพันธ์กับประเภทของที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันดังนี้

1. ฐานะทางเศรษฐกิจของประชากร
2. วงจรชีวิตของประชากรโดยเน้นความสำคัญที่การมีเด็กในครอบครัว
3. ลักษณะของชุมชน
4. การเดินทาง
5. ความสัมพันธ์ของบุคคล
6. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน
7. กิจกรรมด้านซื้อสินค้า
8. กิจกรรมทางด้านสินค้าการ
9. กิจกรรมในการดูแลรักษาชุมชน

และในส่วนของการประเมินความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ของที่อยู่อาศัยนั้น เขาได้กำหนดตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับลักษณะที่อยู่อาศัยในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ขนาดของบ้าน
2. ขนาดของห้อง
3. จำนวนห้องนอน
4. จำนวนห้องน้ำ

5. อุปกรณ์ภายในบ้าน
6. การวางผังของห้อง
7. ห้องเก็บของและเสื้อผ้า
8. การผ่านของเสียงในห้อง
9. การบำรุงรักษาอาคาร
10. การซ่อมแซมด้วยตนเอง
11. ที่ว่างภายนอกอาคาร
12. เสียงรบกวนจากภายนอก
13. รูปแบบภายนอกของอาคาร
14. ที่จอดรถ
15. การบริการการจัดการโครงการ
16. ลักษณะทางสังคมของชุมชน
17. ประเภทของเพื่อนบ้าน
18. ระยะทางไปสู่เมือง
19. คุณภาพของโรงเรียน
20. ระยะทางไปที่ทำงาน
21. ระยะทางไปหาเพื่อน
22. ระยะทางในการติดต่อต่าง ๆ
23. ระยะทางในการไปซื้อสินค้า
24. ระยะทางการไปพักผ่อนหย่อนใจ
25. ระยะทางการเข้าไปสู่ใจกลางเมือง
26. ระบบการขนส่งมวลชน
27. ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในชุมชน
28. ความสะดวกสบายของสิ่งอำนวยความสะดวกในชุมชน
29. ตำแหน่งที่ตั้งโรงเรียน
30. ราคาที่อยู่อาศัย
31. คุณภาพของที่อยู่อาศัย

จากการสำรวจพบว่าประชาชนส่วนใหญ่พอใจกับสภาพที่อยู่อาศัยของตนเองทั้งสามีและภรรยา ประชาชนส่วนใหญ่พอใจกับการอยู่บ้านเดี่ยวในอัตราสูงกว่าการอยู่ในอาคารสูงหรืออพาร์ทเมนต์ ประชาชนที่อยู่ในบ้านเดี่ยว ในเขตเมืองจะมีระดับความพอใจในที่อยู่อาศัยของตนเองสูงกว่าที่อยู่อาศัยประเภทอื่น ๆ

Franklin D. Becker (1974) ได้ทำวิจัยในเรื่อง Design for living the Residents View of Multi-Family Housing

เขาได้ทำการวิจัยเชิงสำรวจ สภาพความเป็นอยู่และลักษณะของที่อยู่อาศัยของประชากรในกลุ่มรายได้น้อยและรายได้ปานกลางที่อาศัยอยู่ในชุมชน ที่รัฐให้การสนับสนุนการเงิน และได้พัฒนาในโครงการของ New York State Development Corporation จำนวน 7 โครงการ โดยแยกเป็นโครงการอาคารสูง 3 โครงการ และโครงการอาคารในแนวราบ 4 โครงการ ซึ่งมีครอบครัวที่อาศัยในโครงการทั้งสิ้น 2,773 ครอบครัว การวิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้อยู่อาศัยจำนวน 357 ครอบครัว และทำการสำรวจโดยการแจกแบบสอบถามอีก 591 ครอบครัว วัตถุประสงค์เพื่อจะศึกษาข้อมูลให้กับฝ่ายออกแบบสถาปัตยกรรมขององค์การด้านที่อยู่อาศัย โดยได้ศึกษาเรื่องประโยชน์ใช้สอยภายในที่อยู่อาศัยสำหรับคนวัยต่าง ๆ ที่อยู่อาศัยในโครงการตั้งแต่เด็กจนถึงแก่ และสัมภาษณ์ผู้จัดการชุมชน การศึกษานี้มุ่งเน้นที่จะศึกษาสภาพแวดล้อมในตัวที่อยู่อาศัย และสภาพแวดล้อมของตัวโครงการและผลกระทบต่าง ๆ โดยรอบโครงการการยอมรับของผู้อยู่อาศัยในโครงการที่มีต่อที่อยู่อาศัยของเขา ทั้งในตัวที่อยู่อาศัยและตัวโครงการ ซึ่งจะเน้นการศึกษาทั้งสภาพทางกายภาพและสภาพของสังคมในชุมชน ความต้องการในกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนความสัมพันธ์ของชุมชน และเป็นการศึกษาเปรียบเทียบแต่ละโครงการว่ามีความเหมือนและมีความแตกต่างกันอย่างไร ทั้งในด้านรูปแบบที่อยู่อาศัยและปัญหาการอยู่อาศัย สำหรับตัวแปรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ ลักษณะของประชากร อายุ ขนาดครอบครัว องค์ประกอบของครอบครัว สถานะครอบครัว ตัวแปรด้านลักษณะที่อยู่อาศัยที่ทำการศึกษาถึงการยอมรับและความพึงพอใจในที่อยู่อาศัยได้แก่

1. ตำแหน่งที่ตั้งโครงการ
2. การวางผังโครงการ
3. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ ได้แก่ ที่จอดรถ ที่ซักรีดเสื้อผ้า การทิ้งขยะ และบริการอื่น ๆ
4. สิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกโครงการ ได้แก่ บริการขนส่งมวลชนและร้านค้าต่าง ๆ
5. การออกแบบภายนอกอาคาร
6. การออกแบบพื้นที่ใช้สอยภายในอาคารที่เป็นทรัพย์สินส่วนกลาง ได้แก่ ลิฟท์ ห้องโถงรวม (LOBBIES) ทางเดินการช้อปปิ้ง ทรัพย์สินส่วนกลาง
7. ความรู้สึกที่มีต่อที่อยู่อาศัย ด้านความเป็นส่วนตัวเสียงรบกวน การใช้สอยในตัวที่อยู่อาศัย และงานศิลปะ พื้นที่ภายในที่อยู่อาศัย ได้แก่ จำนวนห้องและขนาดของห้องนอน พื้นที่และลักษณะของครัว ลักษณะส่วนทานอาหารและส่วนของพักผ่อน ห้องอเนกประสงค์
8. ด้านวัสดุ อุปกรณ์ ได้แก่ สีและแสงสว่าง
9. การเข้าถึง ได้แก่ ทางเข้าของอาคาร ทางเข้าที่พักอาศัย การมองเห็นทัศนียภาพลักษณะของหน้าต่าง, การระบายอากาศ และอุณหภูมิ
10. การบริการ ได้แก่ การดูแลรถและที่จอดรถ การดูแลเด็ก
11. ความปลอดภัย ได้แก่ การออกแบบเพื่อความปลอดภัย ระบบรักษาความปลอดภัยจากสิ่งคมภายนอกชุมชน ความปลอดภัยในตัวอาคาร และการยอมรับในระบบความปลอดภัยของโครงการ
12. สนามเด็กเล่น
13. การจัดการในชุมชน
14. ความสัมพันธ์ทางสังคมในชุมชน ซึ่งจากตัวแปรต่าง ๆ เหล่านี้ผู้วิจัยได้นำมาสร้างแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเพื่อออกสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มประชากร ในแง่การยอมรับและระดับความพึงพอใจในที่อยู่อาศัย ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับส่วนต่าง ๆ ของลักษณะที่อยู่อาศัยและข้อดีของส่วนต่าง ๆ ของที่อยู่อาศัย

การเปรียบเทียบลักษณะที่อยู่อาศัยกับตัวแปรด้านลักษณะ ของประชากร เพื่อ จะศึกษาถึงความต้องการและลักษณะของพฤติกรรมในการอยู่อาศัย และเมื่อได้ข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้มาแล้วก็ทำการวิเคราะห์ข้อค้นพบและเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงลักษณะที่อยู่อาศัยใน อนาคตทั้งในด้านกายภาพและทางด้านสังคม

ข้อค้นพบในงานวิจัยชิ้นนี้มีมากมาย จึงขอสรุปผล ดังนี้

1. อายุและระดับความสูงของตัวอาคารที่อยู่พบว่า คนที่มีครอบครัวและมี เด็กเล็กมักจะอยู่สูงไม่เกินชั้น 3 ของอาคาร ครอบครัวที่มีเด็กโตมักจะชอบอยู่ที่ระดับความสูง ปานกลางของอาคารและครอบครัวที่ไม่มีเด็กและคนแก่ที่อยู่ตามลำพังมักชอบอยู่ที่ระดับสูงสุดของ อาคาร
2. การเดินทางของผู้มีรายได้น้อยมักจะมีปัญหามากกว่าผู้มีรายได้มาก เนื่องจากไม่มีรถยนต์และระยะทางจากที่อยู่อาศัยไปที่สายรถประจำทางไม่ควรจะไกลเกิน 1 ช่วง อาคารเพราะจะเป็นปัญหาสำหรับคนแก่
3. การออกแบบภายนอกอาคารควรมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวจะสร้างความ ประทับใจได้มากกว่า
4. ขนาดห้องนอนควรมีขนาดใหญ่ขึ้น และสามารถปรับเพิ่มขนาดหรือ เปลี่ยนแปลงได้ง่าย
5. คนส่วนใหญ่ต้องการห้องอาหารที่แยกเป็นสัดส่วนเฉพาะ แต่ครอบครัว ที่มีเด็กเล็กกลับต้องการห้องอเนกประสงค์รวมมากกว่าห้องอาหารที่แยกเป็นสัดส่วนเฉพาะ
6. ผู้อยู่อาศัยส่วนใหญ่ต้องการมีขนาดหน้าต่างที่ใหญ่ขึ้นและทำความสะอาด ง่ายขึ้น

DR. Carl N.Orcross (1972) ได้ทำการวิจัยในเรื่อง Townhouse and Condominiums Residents' Likes and Dislikes

เขาได้ทำการวิจัยเชิงสำรวจ ความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง ประมาณ 1,800 ครอบครัวจำนวน 49 โครงการ ที่อยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นการสำรวจความต้องการ ประเภทที่อยู่อาศัยของประชากรและปัญหาของที่อยู่อาศัยเดิม ซึ่งการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามส่ง ทางไปรษณีย์ไปยังกลุ่มตัวอย่าง ที่อยู่ที่ ทาวน์เฮ้าส์ และคอนโดมิเนียม โดยตัวแปรด้านลักษณะ

ของประชากรได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อายุของบุตร อาชีพสามี และภรรยา และ รายได้ของครอบครัว การถือครองที่อยู่อาศัย ระยะเวลาที่มีอยู่และระยะเวลาที่ต้องการที่อยู่ใหม่ ตัวแปรด้านลักษณะที่อยู่อาศัยได้แก่ ประเภทของที่อยู่อาศัย เหตุผลที่ซื้อที่อยู่อาศัย สภาพแวดล้อม ชุมชนเดิม การวางผังบริเวณที่ต้องการ ขนาดที่อยู่อาศัย การรบกวนของเสียงจากภายนอก การจราจรในชุมชน ที่ว่างภายนอกอาคาร ที่เด็กเล่น สถานที่ออกกำลังกาย และพักผ่อนหย่อนใจ ที่ต้องการให้มีในชุมชน, ความสัมพันธ์กับเพื่อนบ้าน ลักษณะของที่จอดรถ จำนวนห้องและการจัดห้อง เฟอร์นิเจอร์ การบริหารและจัดการในชุมชน ค่าบริการชุมชน รูปแบบภายนอกอาคาร สิ่งที่สำคัญในการเลือกทำเลที่ตั้งโครงการ

งานวิจัยนี้เป็นวิจัย ที่ศึกษาความต้องการประเภทที่อยู่อาศัยของประชากร, ความพึงพอใจที่มีต่อที่อยู่อาศัยเดิม และลักษณะที่อยู่อาศัยใหม่ที่ต้องการ

ข้อค้นพบที่สำคัญในการวิจัยครั้งนี้พบว่า

1. ประชากรส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 75% มีความต้องการที่อยู่อาศัยประเภททาวน์เฮ้าส์
2. กลุ่มที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมสูงสุดได้แก่ กลุ่มที่เพิ่งจะแต่งงานและยังไม่มี

บุตรและกลุ่มคนแก่

3. เหตุผลที่ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยปัจจุบันดูที่ราคาเป็นหลัก
4. เหตุผลซื้อทาวน์เฮ้าส์เพราะไม่ต้องการจ่ายค่าบำรุงรักษาทรัพย์สินส่วนกลาง
5. ประชากรส่วนใหญ่ต้องการให้รูปแบบภายนอกอาคารมีความแตกต่าง ซึ่งเป็น

เอกลักษณ์เฉพาะตัว

คุณนันทนา ภักทรพงศส้านต์ (2536) ได้ทำการวิจัยในเรื่อง ความต้องการในที่อยู่อาศัย ณ ช่วงเวลาหนึ่ง ๆ ของชีวิต กรณีศึกษาในกลุ่มผู้จบการศึกษาในสาขาวิชาแพทยศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ นิติศาสตร์และพาณิชย์ศาสตร์ การบัญชี การบริหารธุรกิจที่ประกอบอาชีพอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามทำการสำรวจความต้องการที่อยู่อาศัย กับกลุ่มประชากร ในสาขาวิชาชีพต่าง ๆ 5 สาขาวิชาชีพ โดยสำรวจความต้องการของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 750 ราย โดยการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ โดยมีวัตถุประสงค์จากการวิจัยเพื่อ

1. ศึกษาความต้องการที่อยู่อาศัยประเภทต่าง ๆ และทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัยที่
ต้องการ ณ ช่วงเวลาต่าง ๆ ของชีวิตของกลุ่มประชากร
2. เพื่อศึกษาความคาดหวังในที่อยู่อาศัยที่ต้องการเมื่อกลุ่มประชากรถึงวัยเกษียณ
อายุ
3. เพื่อศึกษา ทศนคติ พฤติกรรมและปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาในการเลือก
ประเภทที่อยู่อาศัย

ตัวแปรที่สำคัญที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น

1. ตัวแปรด้านประชากร ได้แก่ สาขาวิชาชีพที่จบ ตำแหน่งงาน อายุ และการ
ดำเนินชีวิต
2. ตัวแปรด้านที่อยู่อาศัย ได้แก่ ปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัย, ประเภทของที่อยู่
อาศัยสถานที่ตั้งที่อยู่อาศัย ขนาดพื้นที่ตั้งที่อยู่อาศัย รูปทรงที่อยู่อาศัย รูปแบบการตกแต่งที่อยู่อาศัย
ราคาค่าก่อสร้างที่อยู่อาศัย

ข้อค้นพบที่สำคัญในงานวิจัยฉบับนี้พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการ บ้านเดี่ยว สร้างเอง ขนาด 71-100
ตารางวา ตั้งอยู่ในเขตชานเมืองกรุงเทพมหานคร โดยมีรูปทรงของอาคารที่เรียบง่าย การ
ตกแต่งภายในพบว่าต้องการทั้งแบบคลาสสิก และแบบโมเดิร์น ควบคู่กันไป และอยู่ในระดับ
ราคาที่ 1-3 ล้านบาท
2. ผู้ที่มีอาชีพที่ต่างกันจะมีความต้องการสถานที่ตั้งที่อยู่อาศัยที่ต่างกันโดย กลุ่ม
แพทย์และกลุ่มพาณิชย์มีความต้องการที่อยู่อาศัยในเขตเมือง และกลุ่มสถาปนิก วิศวะ และนิติศาสตร์
มีความต้องการที่อยู่อาศัยในเขตชานเมือง
3. ผู้ที่มีอายุน้อยจะมีความต้องการอยู่อาศัยในเขตชานเมืองสูงกว่าผู้ที่มีอายุมาก
4. ผู้ที่มีตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงจะมีความต้องการ อยู่อาศัยในเขตเมืองส่วน
ผู้บริหารระดับกลางและผู้ปฏิบัติงานจะมีความต้องการอยู่อาศัยในเขตชานเมือง

คุณปราโมทย์ สรรเพชรศิริ (2536) ได้ทำการวิจัยในเรื่อง การศึกษาความต้องการรูปแบบของที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้ทำงานในย่านสีลม

งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยในเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามออกทำการสัมภาษณ์ผู้ทำงานอยู่ในย่านสีลม ตามอาคารสำนักงานต่าง ๆ รวม 384 ราย

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการที่อยู่อาศัย ของผู้ทำงานในย่านสีลมและศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างที่อยู่อาศัยและแหล่งงานของผู้ทำงาน ในย่านสีลมว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไร

ตัวแปรที่สำคัญที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น

1. ตัวแปรด้านประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา
2. ตัวแปรด้านการดำรงชีวิต ได้แก่ พฤติกรรมการใช้จ่าย การใช้สิ่งอำนวยความสะดวกงานอดิเรกและกิจกรรมที่น่าสนใจ และลักษณะของกลุ่มสังคม
3. ตัวแปรด้านการงาน ได้แก่ ตำแหน่งหน้าที่ รายได้ การเดินทาง ปัญหาการเดินทาง
4. ตัวแปรด้านที่อยู่อาศัย ได้แก่ ตำแหน่งที่อยู่อาศัย, ลักษณะที่อยู่อาศัย การเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย ปัญหาของการอยู่อาศัย สาเหตุที่ย้ายออกจากที่อยู่อาศัยเดิม ปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัย และระดับราคาที่ใช้เลือกที่อยู่อาศัย

ข้อค้นพบที่สำคัญในงานวิจัยฉบับนี้พบว่า

1. ส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่างยังคงมีความต้องการบ้านเดี่ยว ในเขตเมืองชั้นนอกของกรุงเทพฯ
2. ปัจจัยในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยจะพิจารณา ทำเลที่ตั้งมาเป็นอันดับแรกจากนั้นจะพิจารณา ระดับราคา และสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นอันดับรองลงไป
3. ขนาดครอบครัวจะมีความสัมพันธ์กับการเลือกรูปแบบของที่อยู่อาศัย คือ คนที่มีครอบครัวใหญ่ จะเลือกบ้านเดี่ยว คนที่มีขนาดครอบครัวที่เล็กลงมาจะเลือกบ้านแฝดและทาวน์เฮ้าส์และคนที่มีขนาดครอบครัวที่เล็กที่สุดจะเลือกที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมสูง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องในข้างต้นพอสรุปลักษณะตัวแปรที่สำคัญในการศึกษาความต้องการลักษณะที่อยู่อาศัยได้ดังนี้

ตัวแปรในการศึกษาเรื่องความต้องการที่อยู่อาศัยแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม ตัวแปรหลักคือ

1. ตัวแปรด้านประชากรและภูมิศาสตร์ ได้แก่ ภูมิหลังของประชากร และสถานที่อยู่อาศัยและสถานที่ทำงาน
2. ตัวแปรด้านการดำรงชีวิต ได้แก่ การดำเนินชีวิต และลักษณะครอบครัว
3. ตัวแปรด้านลักษณะที่อยู่อาศัย ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง ลักษณะอาคาร สภาพแวดล้อม ชุมชน และราคา

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมด พบว่ายังไม่มีการทำงานวิจัยในด้านการสำรวจความต้องการลักษณะที่อยู่อาศัยในอนาคตเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนระยะยาวเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาด้านที่อยู่อาศัยเลย ผู้วิจัยจึงคิดทำการวิจัยในเรื่องความต้องการในอนาคต เพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มคนรุ่นใหม่ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่เป็นที่สนใจในวงการตลาด และยังไม่มีผู้ใดทำการวิจัยเฉพาะกับคนกลุ่มนี้ในด้านความต้องการที่อยู่อาศัยในอนาคตมาก่อน จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจและทำการศึกษา

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย