

บทที่ 2

เอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของพนักงาน ในสวนอุตสาหกรรม โรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. ประวัติความเป็นมาของที่พักอาศัย
2. ข้อมูลตำบลคานหาม อำเภออุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. แนวคิดที่เกี่ยวข้อง
 - 3.1 แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกที่พักอาศัยและหอพัก
 - 3.2 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพสำหรับการให้บริการ
 - 3.3 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ
 - 3.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
4. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 4.1 ทฤษฎีลำดับความต้องการของมนุษย์
 - 4.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ
 - 4.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม
5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ประวัติความเป็นมาของที่พักอาศัย

วิภาพรรณ หิรัญเกิด (2545 : 21) รวบรวมข้อมูลข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของสถานที่พักเอาไว้ว่า ธุรกิจโรงแรมชายสุราและที่พักแรมของนักเดินทาง เริ่มต้นขึ้นที่จตุรทิศศาสตร์ของกองทัพโรมัน และได้พัฒนาต่อเนื่อง โดยแยกประเภทได้เป็น

1. โรงแรมขนาดเล็กหรือโรงเหล้า (Inns) เป็นห้องที่รวมทั้งที่กินนอน ภายหลังได้มีการแยกห้องพัก แต่ยังให้แขกพักห้องเดียวกัน โดยแยกเตียง
2. โรงแรม (Hotel) มีการแบ่งสัดส่วน และมีพนักงานทำงานเป็นหมู่คณะ
3. โรงแรม (Tremomt House) ซึ่งจะเพิ่มกุญแจล็อก รวมถึงมีเครื่องใช้ในห้องพัก
4. ที่พักอิสระ (Trust House) เป็นกิจการที่ได้รับอนุญาตโดยอิสระจากรัฐ
5. หอพัก(Hostel) เป็นบริการที่พักสำหรับเยาวชน ให้บริการพักราคาต่ำ

นอกจากนี้ นิรุช ปิณฑะรุจิ (2540 : 29) นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ มาจำแนกประเภทที่อยู่อาศัยให้เช่า โดยแบ่งตามลักษณะซึ่งจะแตกต่างกันไปตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายไว้ดังนี้

1. หอพัก พบโดยทั่วไปในรูปอาคารพาณิชย์(ตึกแถว) แบ่งเป็นห้องเล็ก ๆ เป็นสัดส่วน โดยที่ผู้เช่าต้องใช้ห้องร่วมกัน ทำเลที่ตั้งมักอยู่ใกล้สถานศึกษา แหล่งชุมชนและเขตอุตสาหกรรม

2. บ้านเช่า ซึ่งเจ้าของบ้านอาจกั้นแบ่งบ้าน ซึ่งเป็นบ้านเดี่ยวหรือบ้านแถวออกเป็นห้องๆ โดยผู้เช่าสามารถใช้ห้องครัว ห้องนั่งเล่น และห้องน้ำร่วมกัน หรือเจ้าของบ้านอาจเสนอให้เช่าบ้านทั้งหลังก็ได้

3. แฟลต เป็นอาคารที่พักซึ่งมีขนาดห้องเท่า ๆ กัน ที่หน่วยงานของรัฐบาลเป็นผู้สร้างขึ้น เพื่อเป็นสวัสดิการแก่เจ้าหน้าที่ของหน่วยงาน โดยผู้เช่าจะเสียค่าเช่าต่ำกว่าที่อยู่อาศัยประเภทให้เช่าแบบอื่น และอาจครอบครองกรรมสิทธิ์ได้ภายหลังชำระเงินครบถ้วนตามเงื่อนไขแล้ว

4. อาคารชุดส่วนใหญ่มักเป็นประเภทของอาคารสูงที่ถูกสร้างขึ้น เพื่อขายให้แก่กลุ่มเป้าหมายที่มีฐานะดี โดยมีเนื้อที่ใช้สอยอยู่หลายขนาด บางแห่งกว้างขวางพอจะแบ่งเป็นห้องนอน ห้องครัว ห้องนั่งเล่น และห้องน้ำได้ด้วย สำหรับห้องที่มีพื้นที่ใช้สอยมาก ๆ อาจเรียกว่าห้องชุด

5. อพาร์ทเมนต์ เป็นที่อยู่อาศัยแบบให้เช่าในรูปของอพาร์ทเมนต์ มักจะมุ่งเน้นกลุ่มผู้มีรายได้น้อย และกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางถึงสูงเป็นเป้าหมาย โดยอพาร์ทเมนต์ สำหรับกลุ่มผู้มีรายได้น้อยมักจะมีเฉพาะพื้นที่สำหรับห้องนอนและห้องน้ำเท่านั้น ส่วนอพาร์ทเมนต์สำหรับกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางถึงสูงจะมีพื้นที่ใช้สอยมากขึ้น เป็นอาคารที่พักรักษาให้เช่าโดยเฉพาะ นอกจากนี้ปัจจุบันยังมีอพาร์ทเมนต์ที่ให้บริการเช่าในระยะเวลาดสั้น ๆ (1-3 เดือน) และมีความสะดวกสบายเทียบเท่ากับโรงแรมในราคาที่ถูกลงกว่า ซึ่งเรียกว่า “เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์” หรืออพาร์ทเมนต์บริการ

การเคหะแห่งชาติ (2550 : ออนไลน์) ได้กล่าวถึง ประเภทที่อยู่อาศัยให้เช่า โดยพิจารณาจากลักษณะ ของที่อยู่อาศัย ซึ่งจะมีลักษณะแตกต่างกันไปตามความต้องการของลูกค้า เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน และได้ประเภทที่อยู่อาศัยออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้

1. ประเภทที่เป็นหอพัก หอพักที่พบเห็น โดยทั่วไปส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของอาคารพาณิชย์ (ตึกแถว) หรือ อาคารก่อสร้างที่มีจำนวนชั้นไม่เกิน 4 ชั้นแล้วแบ่งเป็นห้องเล็ก ๆ แต่ละห้องมีความเป็นสัดส่วน มีขนาดของห้อง ด้านกว้างประมาณ 3 เมตร และด้านยาวประมาณ 7.5 เมตร ราคาเช่าห้องอยู่ระหว่าง 1,400 – 1,700 บาทต่อเดือน ทำเลที่ตั้งของหอพักส่วนใหญ่โดยจะตั้งอยู่ใกล้สถานศึกษา แหล่งชุมชน และเขตอุตสาหกรรม

2. ประเภทบ้านเช่า ส่วนใหญ่เจ้าของบ้านที่มีครอบครัวเช่าบ้านทั้งหลัง โดยคิดอัตราค่าเช่าตามขนาดของบ้านและทำเลที่ตั้งนั้น ๆ

3. ประเภทแฟลต เป็นอาคารที่พักซึ่งมีขนาดห้องเท่า ๆ กัน ที่หน่วยงานรัฐบาลเป็นผู้สร้างขึ้น เพื่อเป็นสวัสดิการแก่เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในหน่วยงาน เช่น แฟลตตำรวจ โดยคิดค่าเช่าในอัตราที่ต่ำกว่าที่อยู่อาศัยให้เช่าแบบอื่น ๆ ที่ผู้เช่าจะต้องเสียค่าเช่า ส่วนแฟลตของการเคหะแห่งชาติจะเป็นอาคารที่พักซึ่งการเคหะแห่งชาติ จัดสร้างขึ้นเพื่อเปิดโอกาสให้ข้าราชการและบุคคลที่มีรายได้น้อยได้เช่าซื้อ และได้ครอบครองกรรมสิทธิ์โดยสมบูรณ์ภายหลังชำระเงินครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดในช่วงระหว่างการเช่าซื้อนั้น เท่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบันผู้เช่าซื้ออาจจะไม่ได้อยู่อาศัยเอง แต่เสนอห้องพักให้ผู้อื่นเช่า เพื่อเป็นรายได้สำหรับการชำระค่าเช่าซื้อในแต่ละเดือน สำหรับแฟลตที่หน่วยงานเอกชนเป็นผู้สร้างและเป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไป คือแฟลตปลาทอง และแฟลตพนาสิน ทั้ง 2 โครงการถูกจัดสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองนโยบายที่อยู่อาศัยของรัฐบาล ในปี พ.ศ. 2529 – 2537 ซึ่งที่อยู่อาศัยแบบให้เช่าสำหรับผู้มีรายได้น้อยในรูปของแฟลตซึ่งก่อสร้างโดยภาคเอกชนมีอัตราขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี จากสถิติจะเห็นว่าจำนวนแฟลตที่ธนาคารอาคารสงเคราะห์ให้สินเชื่อแก่โครงการแฟลตจำนวนทั้งหมด 3 โครงการ คิดเป็น 353 หน่วย (ห้อง) และมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปีจนกระทั่งในปี พ.ศ.2537 ธนาคารอาคารสงเคราะห์ให้สินเชื่อแก่โครงการแฟลตสูงถึง 235 โครงการ คิดเป็น 12,663 หน่วย (ห้อง) โดยจะเห็นว่าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

โครงการส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ถึง 172 โครงการ จาก 235 โครงการ และ 9,074 หน่วย จาก 12,663 หน่วย ทั้งนี้เกิดจากอัตราความต้องการที่อยู่อาศัยแบบให้เช่ามีปริมาณเพิ่มสูงขึ้น อีกทั้งภาคเอกชนได้รับการสนับสนุนด้านการลงทุน โดยได้รับการอนุมัติสินเชื่อจากธนาคารอาคารสงเคราะห์เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

4. ประเภทอาคารชุด (คอนโดมิเนียม) เป็นประเภทของอาคารสูงที่ถูกก่อสร้างขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขายให้แก่กลุ่มเป้าหมายที่มีฐานะดีที่อาจซื้อเพื่ออยู่อาศัยเองขายต่อเพื่อผลประโยชน์ทางด้านธุรกิจ หรือเป็นการเสนอให้เช่าอีกต่อหนึ่ง ทางด้านเนื้อที่ใช้สอยก็มีหลายขนาด บางขนาดมีเนื้อที่ใช้สอยเพียง 20-30 ตารางเมตร บางขนาดกว้างขวางพอที่จะแบ่งเป็นห้องนอน ห้องครัว ห้องนั่งเล่น และห้องน้ำ โดยห้องนอนอาจมี 1-3 ห้อง ห้องที่มีพื้นที่ใช้สอยมาก ๆ ในบางครั้งเรียกว่าห้องชุด

5. ประเภทอพาร์ทเมนต์ จัดเป็นตลาดที่อยู่อาศัยแบบให้เช่าในรูปของอพาร์ทเมนต์ มุงที่กลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่มด้วยกัน โดยจะแบ่งแยกตามรายได้ และทำเลที่ตั้งเป็นสำคัญ กลุ่มแรกคืออพาร์ทเมนต์สำหรับผู้มีรายได้น้อย มีลักษณะคล้ายคลึงกับแฟลต และมักตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ส่วนอพาร์ทเมนต์ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้มีรายได้ปานกลาง และรายได้สูง มักจะตั้งอยู่ใกล้ย่านธุรกิจ อพาร์ทเมนต์ทั้ง 2 ระดับต่างกันในขนาดของพื้นที่ใช้สอยและบริการที่เจ้าของอาคารระบุไว้

6. ประเภทแมนชั่น มีลักษณะเป็นกลุ่มห้องอันเป็นส่วนหนึ่งของอาคาร ซึ่งใช้เป็นที่อยู่อาศัยของครัวเรือน โดยกลุ่มห้องนี้ จะต้องมีห้องครัว ห้องน้ำ ตลอดจนทางเข้าออกห้องชุดเป็นของตนเอง

สรุปประเภทที่อยู่อาศัยให้เข้าโดยพิจารณาจากลักษณะของที่อยู่อาศัย สามารถจำแนกออกได้เป็น 6 ประเภท ดังนี้

1. หอพัก
2. บ้านเช่า
3. แฟลต
4. อาคารชุด (คอนโดมิเนียม)
5. อพาร์ทเมนต์
6. แมนชั่น

ปัจจัยแวดล้อมของการอยู่อาศัยของบุคคล มีหลักการสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยการอยู่อาศัยของบุคคลดังนี้ จักรภพ กษมทอง(2539: 16-17) ได้กล่าวในหลักการสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยการอยู่อาศัยของบุคคลดังนี้

1. ที่พักอาศัยสามารถสนองความต้องการทางร่างกายขั้นมูลฐาน การจัดสิ่งแวดล้อมที่พักอาศัยให้เหมาะสมสนองความต้องการทางร่างกาย เช่น การจัดระบบระบายอากาศให้เหมาะสม มีแสงสว่างเพียงพอ มีพื้นที่เพียงพอ ในการประกอบกิจการแต่ละชนิด ปราศจากเหตุรำคาญ เป็นต้น

2. ที่พักอาศัยสามารถสนองความต้องการทางจิตใจ การจัดสิ่งแวดล้อมที่พักอาศัย ช่วยส่งเสริมให้ผู้อาศัยมีความสุขสบายทางจิตใจ ความสะอาด มีระเบียบ ไม่แออัด ภายในที่พักอาศัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกตามความจำเป็นขั้นพื้นฐาน ที่อยู่อาศัยตั้งอยู่ในแหล่งที่เหมาะสม ไม่มีเหตุรำคาญหรือสิ่งรบกวนภายนอก

3. ผู้อาศัยมีความปลอดภัยจากอุบัติเหตุต่าง ๆ เช่น ท่าเลที่ตั้งอยู่ที่ดอน บริเวณไม่แออัด จนเกินไป มีความมั่นคงในที่พักอาศัย

4. ผู้อาศัยปลอดภัยจากโรคติดต่อ เช่น มีน้ำใช้ น้ำดื่ม มีระบบการจัดขยะมูลฝอย กำจัดน้ำโสโครก เป็นต้น

2. ข้อมูลตำบลคานหาม อำเภออุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.1 ประวัติความเป็นมา

ในสมัยอโยธยา มีเจ้าเมืองพระองค์หนึ่งทรงโปรดปรานสตรีที่มีรูปโฉมงดงาม ต่อมา มีข่าวลือว่าที่บ้านยายกะตา ในเขตตำบลอุทัยมีหญิงสาวหน้าตาสวยงาม ข่าวทราบถึงเจ้าเมืองจึงส่งทหารคนสนิทนำของมีค่าไปมอบให้ตากะยาย เนื่องจากนางไม่มีพ่อแม่ สมัยนั้นการคมนาคมเดินทางลำบาก เมื่อทหารพานางเดินทางมาถึงหมู่บ้านแห่งหนึ่ง (ปัจจุบันคือบ้านคานหาม) ก็หยุดพัก

เพราะนางเห็น้อยส์อาหารเกรงว่าจะล่าช้าและมีโทษ จึงได้ทำแคร่ให้นางนั่งและริบหนวเดินทางต่อไป จึงเรียกพื้นที่ตรงนั้นว่า “ตำบลคานหาม”

2.2 สภาพทั่วไปของตำบล

พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม มีพื้นที่ทั้งหมด 10,097 ตารางกิโลเมตร หรือ 6,310 ไร่

2.3 อาณาเขตตำบล

ทิศเหนือ ติดกับ ตำบลธนู อำเภออุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ทิศใต้ ติดกับ ตำบลสามเรือน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ทิศตะวันออก ติดกับ ตำบลอุทัย อำเภออุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ทิศตะวันตก ติดกับ ตำบลธนู อำเภออุทัย ตำบลไผ่ลิง อำเภอพระนครศรีอยุธยา

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.4 จำนวนประชากรของตำบล

จำนวนประชากรในเขต อบต. 4,197 คน และจำนวนหลังคาเรือน 1,223 หลังคาเรือน

2.5 ข้อมูลอาชีพของตำบล

อาชีพหลัก รับจ้าง ทำงานโรงงาน

อาชีพเสริม ค้าขาย ตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป

รายได้เฉลี่ยของประชากรในตำบล 48,868 บาท/คน/ปี (ข้อมูล จปฐ. ปี 2548)

2.6 ข้อมูลสถานที่สำคัญของตำบล

- 1) วัดคานหาม
- 2) วัดโคกมะยม
- 3) วัดร่มโพธิ์มนิธรรม

2.7 ข้อมูลที่พักอาศัยให้เช่าในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลคานหาม

ตารางที่ 1 ข้อมูลที่พักอาศัยให้เช่าในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลคานหาม

หมู่ที่	จำนวนที่พักอาศัยให้เช่า	จำนวนห้อง
1	2	5
2	26	1,522
3	-	-
4	106	3,466
5	34	2,703

ตารางที่ 1 (ต่อ) ข้อมูลที่พักอาศัยให้เช่าในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลคานหาม

หมู่ที่	จำนวนที่พักอาศัยให้เช่า	จำนวนห้อง
6	35	409
7	7	208
8	18	225
9	45	1,074
รวม	237	9,612

ที่มา : งานจัดเก็บรายได้ องค์การบริหารส่วนตำบลคานหาม ปี 2550 : ไม่ปรากฏเลขหน้า

3. แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกที่พักอาศัยและหอพัก

วิภาพรรณ หิรัญเกิด. (2545 : 34; การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในทาวเฮาส์ 2 ชั้น ที่อยู่อาศัยในโครงการที่อยู่อาศัยขนาดเล็ก ขนาดกลางและขนาดใหญ่ ในย่านบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี) ได้สรุปเกี่ยวกับ แนวคิดทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัยว่าควรพิจารณาปัจจัยดังต่อไปนี้

1. สภาพแวดล้อมที่ดีต่อการอยู่อาศัย
2. ความสะดวกในการเดินทางเข้าออก
3. สภาพของสังคมและวัฒนธรรมของบริเวณดังกล่าว

นอกจากนี้ ยังมีเงื่อนไขอื่น ๆ ที่มีผลต่อการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยอีกด้วย เช่น

1. รายได้ของผู้อยู่อาศัย ในกรณีของผู้ที่มีรายได้สูง สามารถเลือกที่ตั้งอย่างที่ตนต้องการ ส่วนผู้ที่มีรายได้น้อย มักจะมีข้อจำกัดในการเลือก จึงต้องการที่อยู่อาศัยแบบราคาถูก และใกล้แหล่งการค้าเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

2. การเข้าถึงแหล่งงาน โดยจะคำนึงถึงแหล่งงานและระยะทางในการเดินทาง

3. ระยะเวลาในช่วงชีวิตแต่ละช่วง กล่าวคือ ผู้อาศัยที่อยู่ในวัยต่างกันจะมีความต้องการต่อที่พักอาศัยแตกต่างกัน โดยวัยหนุ่มสาว ซึ่งเป็นวัยศึกษาหรือทำงาน จะมีความต้องการอิสระ ค่อนข้างสูงวัยที่มีบุตรต้องการที่อยู่อาศัยที่มีพื้นที่มากขึ้น วัยสูงอายุต้องการที่อยู่อาศัยที่สงบเงียบ เป็นต้น

4. วิธีการดำเนินชีวิต เช่น ชาวมุสลิมจะเลือกที่อยู่อาศัยให้อยู่ในละแวกชาวมุสลิมด้วยกัน เพราะจะทำให้ง่ายต่อการดำเนินชีวิต ทั้งด้านอาหารและสถานที่ประกอบพิธีทางศาสนา

กูแเดล (วิภาพรรณ หิรัญเกิด. 2545 : 33 ; อ้างอิงจาก Goodall. 1974. **The Economic of Urban Areas**) ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยว่า จะต้องมีความสะดวกในการเดินทางไปแหล่งบริการต่าง ๆ เช่น ที่ทำงาน สถานศึกษา โดยหลักเกณฑ์ในการเลือกที่อยู่อาศัยจะพิจารณาคุณสมบัติของที่อยู่อาศัย 3 ประการ คือ

1. ลักษณะของบ้าน ได้แก่ ความใหม่ของบ้าน ขนาดของบ้าน ซึ่งจะต้องเหมาะสมกับขนาดครอบครัว ทั้งนี้ต้องสัมพันธ์กับราคาบ้าน

2. ลักษณะของชุมชน โดยรอบที่พักอาศัย ซึ่งผู้อาศัยมักจะเลือกตามสภาพของเศรษฐกิจและสังคมที่ตนเองสามารถอยู่ได้

3. ความสัมพันธ์ของที่ตั้งที่อยู่อาศัยกับพื้นที่โดยรอบซึ่งได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึงกิจกรรมการบริการต่าง ๆ รวมทั้งแหล่งงาน แหล่งการค้า โดยทางปฏิบัติแล้วปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัย ได้แก่

3.1 รายได้ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับโอกาสในการเลือกที่ตั้ง ชนิดและขนาดของบ้าน

3.2 การเข้าถึงแหล่งงาน กล่าวคือ การกระจายตัวของแหล่งงานอาจมีอิทธิพลต่อการกระจายตัวของที่อยู่อาศัยของประชาชนมากกว่าปัจจัยอื่น ๆ

3.3 สภาพครอบครัว การมีเด็กอยู่ในครอบครัว มีผลต่อความต้องการพื้นที่ของครอบครัว ยังมีจำนวนเด็กมาก ยิ่งจำเป็นต้องมีบ้านที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ นอกจากนั้นบริเวณที่มีโรงเรียนหรือสถานการศึกษาที่มีมาตรฐานด้านการศึกษาดีตั้งอยู่จะเป็นบริเวณที่ได้รับความสนใจในการเลือกอยู่อาศัยมากยิ่งขึ้น

อลอนโซ (นภาพรณ หอมอ่อน. 2545 : 17 ; อ้างอิงจาก Alonso. 1975. **The American City**) กล่าวว่า การเลือกที่อยู่อาศัยควรพิจารณาปัจจัย 3 ประการ คือ

1. ราคาของที่พักซึ่งสัมพันธ์กับรายได้และความสามารถในการจ่ายสำหรับที่อยู่อาศัยนั้น

2. รูปแบบของที่อยู่อาศัย ที่ก่อให้เกิดความพอใจแก่ผู้ที่อยู่อาศัยซึ่งจะสัมพันธ์กับขนาดของครอบครัวและสถานภาพสมรสด้วย

3. ที่ตั้งของที่พักอาศัย จะสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมและระยะห่างจากที่ทำงาน ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อมของพื้นที่นั้น

นรินทร์ สกฤตคานีวิวัฒน์ และคณะ (นภาพรณ หอมอ่อน. 2545 : 17-18 ; อ้างอิงจาก นรินทร์ สกฤตคานีวิวัฒน์ และคณะ. 2543. รายงานการวิจัยเรื่องคอนโดมิเนียม) ได้กล่าวถึงแนวทางในการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยไว้ ดังนี้

1. ควรจะอยู่บริเวณใกล้กับแหล่งประกอบอาชีพของผู้อาศัยในแต่ละย่านของเมือง เช่น บริเวณศูนย์กลางธุรกิจการค้า หรือบริเวณศูนย์ราชการหรือบริเวณแหล่งย่านชานเมือง

2. ควรจะอยู่บริเวณที่มีสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่อาศัย เช่น บริเวณย่านพักอาศัยชั้นดีของเมือง หรือบริเวณไม่มีความแออัดคับแคบของชุมชนหรือบริเวณของชุมชนหรือบริเวณที่มีทัศนียภาพของภูมิประเทศที่สวยงาม

3. ควรจะอยู่ในบริเวณที่มีความสะดวกสบายในการคมนาคม หรืออยู่ใกล้กับเส้นทางคมนาคมหลัก ที่ไม่มีปัญหาการจราจรติดขัด หรือบริเวณที่สามารถเดินทางติดต่อกับย่านต่าง ๆ ของเมืองได้สะดวก

4. ควรจะมีความพร้อมในด้านบริการสาธารณูปโภคของเมืองและสามารถให้บริการได้อย่างเพียงพอ

5. ควรจะมีความสะอาดและอยู่ใกล้กับบริเวณสาธารณูปโภคที่จำเป็นแก่การอยู่อาศัย เช่น ศูนย์ชุมชนหรือย่านการค้า สถานศึกษา สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และสวนสาธารณะ

คำพล วุฒิวิริยะกิจ (นภากาศ หอมอ่อน. 2545 : 18 ; อ้างอิงจาก คำพล วุฒิวิริยะกิจ. 2540. ความต้องการที่อยู่อาศัยของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์) กล่าวว่า การเลือกที่อยู่อาศัยของนิสิตควรพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่

1. ความสะดวกสบายในการเข้าถึง คำนึงถึงทำเลที่ตั้งของที่พักอาศัย การเดินทางไปยังแหล่งงาน

2. สภาพแวดล้อมของที่พักทั้งภายในที่พักและภายนอก ได้แก่สิ่งแวดล้อมในชุมชน

3. สาธารณูปโภคและบริการต่าง ๆ ที่พักอาศัยที่ดีควรมีบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ที่พัก

4. ราคาที่พักอาศัยเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกมีความสัมพันธ์กับรายได้ของผู้ที่อาศัยอยู่ แนวคิดเกี่ยวกับหอพัก การเคหะแห่งชาติได้อธิบายลักษณะของหอพักโดยส่วนใหญ่อยู่ในรูปของอาคารพาณิชย์ (ตึกแถว) หรือ อาคารก่อสร้างที่มีจำนวนชั้นไม่เกิน 4 ชั้น แบ่งเป็นห้องเล็ก ๆ เป็นสัดส่วน โดยที่ผู้เช่าต้องใช้ห้องน้ำร่วมกัน ทำเลที่ตั้งของหอพักโดยมากมักตั้งอยู่ใกล้สถานศึกษา แหล่งชุมชน และเขตอุตสาหกรรม (การเคหะแห่งชาติ. 2550 : ออนไลน์)

จากแนวคิดเกี่ยวกับการเลือกที่พักอาศัยและหอพักข้างต้น สรุปได้ว่า ควรพิจารณาปัจจัยดังต่อไปนี้ สภาพแวดล้อมที่ดี ความสะดวกในการเดินทาง สภาพสังคมและวัฒนธรรม รายได้ของผู้อยู่อาศัย การเข้าถึงแหล่งงาน ระยะเวลาในแต่ละช่วงชีวิต วิธีการดำเนินชีวิต ลักษณะของบ้าน ราคาของที่พัก ความพร้อมในด้านการบริการด้านสาธารณูปโภค

3.2 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพสำหรับการให้บริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (เขมกร คำนวน. 2544 : 4-5 อ้างอิงจาก ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2539. การบริหารการตลาดยุคใหม่) ได้กล่าวถึงแนวคิดของคุณภาพสำหรับการให้บริการว่าเกณฑ์ในการพิจารณาคูณภาพการบริการโดยคำนึงถึงคุณลักษณะ 10 ประการ ดังนี้

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลาและสถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ท่าเลที่ตั้งเหมาะสมอันแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า
2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย
3. ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญ และมีความรู้ความสามารถในงาน
4. ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีมนุษยสัมพันธ์เป็นที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเอง มีวิจารณ์ญาณ
5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า
6. ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง
7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ไขปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ
8. ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหา
9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับ จะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพดังกล่าวได้
10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding Knowing customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

สรุปได้ว่า คุณภาพในด้านการให้บริการจะต้องคำนึงถึงลูกค้าเป็นสำคัญ การสร้างความน่าเชื่อถือและสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าพร้อมทั้งสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างทั่วถึง ในด้านของที่พักรอคอย จะต้องคำนึงถึงลูกค้าหรือลูกจ้างที่เข้าพักรอคอยเป็นสำคัญการสร้าง ความน่าเชื่อถือและสร้างความไว้วางใจให้กับผู้ใช้บริการเพื่อสนองตอบความต้องการได้อย่างทั่วถึง

3.3 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

จากการศึกษาความหมายของการตัดสินใจพบว่า มีผู้ให้ความหมายไว้สรุปได้ ดังนี้

กรองแก้ว อยู่สุข (2533 : 149) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจ หมายถึง การเลือกสิ่งหนึ่งจากหลาย ๆ สิ่ง หรือเลือกที่จะปฏิบัติทางใดทางหนึ่งจากหลาย ๆ ทางที่มีอยู่ วิธีการที่เลือกนั้นย่อมได้รับการพิจารณาอย่างถี่ถ้วนแล้วว่าถูกต้องเหมาะสมหรือดีที่สุด และตรงกับเป้าหมายขององค์การด้วย

ธงชัย สันติวงษ์ (2539 : 214) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการตัดสินใจเริ่มต้นจากการพิจารณาถึงปัญหาโดยละเอียด เพื่อให้สามารถค้นหาทางเลือกที่จะใช้แก้ไขปัญหาได้ แต่ทางเลือกแต่ละทางนั้นย่อมเหมาะสมต่อข้อจำกัดของปัญหาแตกต่างกันไป ดังนั้นจึง

จำเป็นต้องมีการประเมินทางเลือกต่าง ๆ เหล่านั้นเพื่อให้ได้ทราบว่าทางเลือกอันใดที่ดีที่สุดจะแก้ปัญหานั้น

นภากรณ์ หอมอ่อน (2545 : 16) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ ดังนี้

1. การตัดสินใจของบุคคลจะขึ้นอยู่กับ คุณลักษณะเฉพาะตัวของผู้ที่ตัดสินใจ ได้แก่ ประสบการณ์ การรับรู้ ค่านิยม ลักษณะนิสัย อารมณ์ ทักษะ ระดับการศึกษา คุณลักษณะส่วนบุคคลหรือบุคลิกภาพ ความพร้อมหรือวุฒิภาวะ ความเชื่อ ความรู้หรือความรอบรู้ ความเชื่อมั่นในตนเอง ปรัชญาในการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคล และกับตัวเองเป็นศูนย์กลาง

2. การตัดสินใจของบุคคลจะขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมที่บุคคลนั้นอาศัยอยู่ ได้แก่ เวลา สถานที่ สภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณี

3. การตัดสินใจของบุคคลจะขึ้นอยู่กับอิทธิพลกลุ่มเพื่อนที่ผู้ทำการตัดสินใจได้คบหาสมาคมอยู่จะเห็นได้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจดังกล่าว จะเริ่มจากปัญหาที่จะเกิดขึ้นทางเลือกของปัญหา การประเมินทางเลือกของปัญหา พร้อมทั้งการแก้ไขปัญหานั้น

จิตรารณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ (นภากรณ์ หอมอ่อน. 2545 : 18 ; อ้างอิงจาก จิตรารณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. 2543. ประสิทธิภาพในการให้บริการด้านที่อยู่อาศัยโดยการเคหะแห่งชาติศึกษาเฉพาะชุมชนโครงการทดลองกรุง) ได้กล่าวว่าการตัดสินใจเป็นการกระทำอย่างรอบคอบในการเลือกจากทรัพยากรที่มีอยู่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ จากความหลายของการตัดสินใจมีแนวคิด 3 ประการ ที่สำคัญบรรจุไว้คือ

1. การตัดสินใจรวมถึงการเลือก ถ้าหากมีสิ่งเลือกเพียงสิ่งเดียวการตัดสินใจย่อมเป็นไปไม่ได้

2. การตัดสินใจเป็นกระบวนการด้านความคิดที่จะต้องมีความละเอียดรอบคอบ เพราะอารมณ์และองค์ประกอบของจิตได้สำนึกมีอิทธิพลต่อกระบวนการความคิดนั้น

3. การตัดสินใจเป็นเรื่องของการกระทำที่มีจุดหมายเพียงให้ได้ผลลัพธ์และความสำเร็จที่ต้องการและหวังไว้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2539 : 127) กล่าวว่า การตัดสินใจหมายถึง การเลือกระหว่างทางเลือกซึ่งคาดหวังว่าจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่พึงพอใจจากปัญหาใดปัญหาหนึ่ง แม้ว่าการตัดสินใจในการบริหารไม่ได้เริ่มต้นหรือสิ้นสุดด้วยการตัดสินใจเพราะต้องมีการกำหนดปัญหาก่อนจึงตัดสินใจและเมื่อตัดสินใจแล้วจึงจะไปปฏิบัติ

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ เป็นกระบวนการคิดโดยใช้เหตุผลในการเลือก หรือตัวเลือกละเอียดสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากหลายทางเลือกที่มีอยู่ โดยไตร่ตรองอย่างรอบคอบ ที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายให้มากที่สุด เพื่อให้ได้ทางเลือกที่ดีที่สุดและตอบสนองความต้องการของตนเองให้มากที่สุด ได้มีผู้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้หลายอย่างแตกต่างกัน ดังนี้

การตัดสินใจ หมายถึง การชี้ขาดหรือสรุปผลการเปรียบเทียบระหว่างผลการปฏิบัติ ซึ่งได้จากการวัดกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ว่าสูงต่ำกว่ากันขนาดไหน ทั้งมีการตัดสินใจที่ดีต้องอาศัยการพัฒนาอย่างถี่ถ้วน ทุกแง่ทุกมุม และการกระทำอย่างยุติธรรมโดยอาศัยสภาพความเหมาะสมต่าง ๆ ประกอบ

การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการเลือกหาทางปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งจากบรรดาทางเลือกต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ โดยอาศัยหลักเกณฑ์บางประการพิจารณาการตัดสินใจ ซึ่งมีองค์ประกอบ ได้แก่

1. การตัดสินใจต้องมีทางเลือก และทางเลือกที่จะกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งนั้น ต้องมีมากกว่าหนึ่งทางเลือก จึงต้องทำการตัดสินใจ

2. การตัดสินใจต้องมีจุดมุ่งหมาย หรือวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างที่ต้องการบรรลุและเราเองยังไม่แน่ใจว่าหนทางเลือกต่าง ๆ ที่จะทำได้นั้นทางเลือกที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้ดีกว่ากัน

3. การตัดสินใจเป็นเรื่องของกระบวนการใช้ความคิดใช้หลักเหตุผลเป็นเกณฑ์ในการประเมินทางเลือก หลักเกณฑ์ที่นำมาใช้ในการประเมินทางเลือกที่สำคัญ คือ ความสามารถของทางเลือกในการสนองตอบต่อวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

การตัดสินใจ หมายถึง การกระทำอย่างรอบคอบในการเลือกจากทรัพยากรที่เราอยู่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ จากความหมายของการตัดสินใจมีแนวคิด 3 ประการ คือ

1. การตัดสินใจรวมถึงการเลือก ถ้าหากมีสิ่งเลือกเพียงสิ่งเดียวการตัดสินใจย่อมเป็นไปได้
2. การตัดสินใจเป็นกระบวนการเป็นความคิด ทั้งจะต้องมีความละเอียด สุขุมรอบคอบ เพราะอารมณ์และองค์ประกอบของจิตได้สำนึกมีอิทธิพลต่อกระบวนการความคิดนั้น
3. การตัดสินใจเป็นเรื่องของการกระทำที่มีจุดมุ่งหมาย เพื่อให้ได้ผลลัพธ์และความสำเร็จ ที่ต้องการและหวังไว้

การตัดสินใจ คือ กระบวนการคัดเลือกทางเลือกที่ดีและให้ประโยชน์สูงสุดจากทางเลือกที่มีอยู่หลายทางเลือกที่จะทำให้สามารถบรรลุถึงวัตถุประสงค์ที่บุคคลผู้ทำการตัดสินใจตั้งไว้

จากแนวคิดการตัดสินใจ สรุปได้ว่า การตัดสินใจว่าเป็นกระบวนการประเมินผลเกี่ยวกับทางเลือกหรือตัวเลือกที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย การคาดคะเนผลที่จะเกิดจากทางเลือกปฏิบัติที่จะส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายได้มากที่สุด

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ เป็นกระบวนการคิดโดยใช้เหตุผลในการเลือก หรือตัวเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากหลายทางเลือกที่มีอยู่ โดยไตร่ตรองอย่างรอบคอบ ที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายให้มากที่สุด เพื่อให้ได้ทางเลือกที่ดีที่สุดและตอบสนองความต้องการของตนเองให้มากที่สุดได้มี

ผู้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้หลายอย่างแตกต่างกันดังนี้ (อภินันท์ จันตะนี. 2547 : 1-5 , 10)

การตัดสินใจ หมายถึง การชี้ขาดหรือสรุปผลการเปรียบเทียบระหว่างผลการปฏิบัติ ซึ่งได้จากการวัดกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ว่าสูงต่ำกว่าขนาดไหน ทั้งมีการตัดสินใจที่ดีต้องอาศัยการพัฒนาอย่างถี่ถ้วนทุกแง่ทุกมุม และการกระทำอย่างยุติธรรม โดยอาศัยสภาพความเหมาะสมต่างๆ ประกอบ

การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการเลือกหาทางปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งจากบรรดาทางเลือกต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ โดยอาศัยหลักเกณฑ์บางประการพิจารณาการตัดสินใจ ซึ่งมีองค์ประกอบ ได้แก่

1. การตัดสินใจต้องมีทางเลือกและทางเลือกที่จะกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งนั้นต้องมีมากกว่าหนึ่งทางเลือก จึงต้องทำการตัดสินใจ

2. การตัดสินใจต้องมีจุดมุ่งหมาย หรือวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างที่ต้องการบรรลุและเราเองยังไม่แน่ใจว่าหนทางเลือกต่างๆที่จะทำได้นั้นทางเลือกที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้ดีกว่ากัน

3. การตัดสินใจเป็นเรื่องของกระบวนการใช้ความคิด ใช้หลักเหตุผลเป็นเกณฑ์ในการประเมินทางเลือก หลักเกณฑ์ที่นำมาใช้ในการประเมินทางเลือกที่สำคัญ คือความสามารถของทางเลือกในการสนองตอบวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

การตัดสินใจ หมายถึง การกระทำอย่างรอบคอบในการเลือกจากทรัพยากรที่เรามีอยู่โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

การตัดสินใจ คือ กระบวนการคัดเลือกทางเลือกที่ดีและให้ประโยชน์สูงสุดจากทางเลือกที่มีอยู่หลายทางเลือกที่จะทำให้สามารถบรรลุถึงวัตถุประสงค์ที่บุคคลผู้ทำการตัดสินใจตั้งไว้

การตัดสินใจว่าเป็นกระบวนการประเมินผลเกี่ยวกับทางเลือกหรือตัวเลือกที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย การคาดคะเนผลที่จะเกิดจากทางเลือกปฏิบัติที่จะส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายได้มากที่สุด

ดังนั้น สรุปได้ว่า การตัดสินใจนั้นเป็นกระบวนการคิดอย่างมีเหตุมีผลในการเลือกแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสม หรือพอใจเพื่อจะได้นำไปสู่การปฏิบัติให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการหรือแก้ปัญหาได้ การเลือกที่พหุอากศก็เช่นกัน เป็นการตัดสินใจอย่างหนึ่งที่จะต้องเลือกตัดสินใจอยู่ที่พหุอากศเพียงแห่งเดียว จากทางเลือกหลายๆ ทาง คือ บ้านจัดสรร อพาร์ตเมนต์ แฟลต คอนโด ฯ ห้องเช่า ซึ่งมีอยู่จำนวนมาก ดังนั้นลูกจ้างจะต้องตัดสินใจเลือกแห่งใดแห่งหนึ่งเท่านั้น สำหรับเป็นที่พหุอากศชั่วคราวของตนในระหว่างทำงานจนกว่าจะหาซื้อบ้านพหุอากศได้เป็นของตนเอง การตัดสินใจเลือกในครั้งนี้จะต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างมาประกอบการพิจารณาในการเลือก เพื่อให้สามารถตัดสินใจเลือกที่พหุอากศที่ดีที่สุดสำหรับตนเอง

3.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

การค้นหาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคหรือการใช้ของผู้บริโภค (วรรณศิริ ปาน โภทศ. 2542 : 8-9) รายงานไว้ว่า เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย จะมีคำถามที่จะช่วยในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6WS และ 1H ซึ่งจากคำตอบของคำถามเหล่านี้จะทำให้ได้ทราบถึงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่โครงการจะได้นำมาจัดสิ่งที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม คำถามเหล่านี้ประกอบด้วย

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) ผู้ซื้อบ้านในโครงการคือใครมีรายได้ระดับเท่าใด ประกอบอาชีพ งบประมาณในการซื้อบ้านเป็นอย่างไร

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) กลุ่มเป้าหมายซื้อโครงการแบบใด ลักษณะบ้าน ระบบสาธารณูปโภค ประโยชน์ส่วนเพิ่มแบบใดที่กลุ่มเป้าหมายเลือกซื้อ ลักษณะ เนื้อที่ ขนาดเนื้อที่ ทำเล ที่ตั้งโครงการแบบใดที่กลุ่มเป้าหมายพอใจ

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) วัตถุประสงค์ในการซื้อบ้านในโครงการมีปัจจัยอะไรที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจเลือกซื้อ สนองความต้องการทางด้านใด ปัจจัยภายในภายนอก และปัจจัยเฉพาะบุคคลที่มีผลต่อกลุ่มเป้าหมาย

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?) ใครมีบทบาท หรือมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อของกลุ่มเป้าหมาย ตนเอง คู่ค้าพี่น้อง หรือบุคคลในครอบครัวที่มีผลในการเลือกซื้อบ้านในโครงการ

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) โอกาสในการซื้อบ้านในโครงการเมื่อใดที่กลุ่มเป้าหมายซื้อ เช่น แยกครอบครัว แต่งงานหรือต้องการความกว้างขวางของที่อยู่อาศัยที่กว้างขึ้น

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) แหล่ง หรือช่องทางที่ผู้บริโภคไปซื้อในที่นี้จะหมายถึง ทำเลที่ตั้งของโครงการ ความสะดวกในการอำนวยความสะดวกในโครงการ ซึ่งเป็นองค์ประกอบของแต่ละโครงการนั้น ๆ ที่จัดในสิ่งที่สามารถสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการการประเมินผลพฤติกรรมตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกภายหลังการซื้อ

จากรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภค กล่าวสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมหรือการกระทำ ที่แสดงออกของบุคคลในการให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการ อันนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ

4. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

4.1 ทฤษฎีลำดับความต้องการของมนุษย์

ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์ที่มีการยอมรับมากที่สุดทฤษฎีหนึ่ง คือทฤษฎีความต้องการของมนุษย์ของ อับราฮัม มาสโลว์ (Maslow's hierarchy of need theory) ซึ่งสรุปได้ว่าความต้องการของมนุษย์มีการพัฒนาเป็นลำดับขั้น มนุษย์ทุกคนล้วนพยายามหาทางสนองความต้องการตั้งแต่ระดับต่ำสุดเมื่อความต้องการระดับต่ำสุดได้รับการตอบสนองจนเกิดความพอใจแล้วความต้องการขั้นที่สองก็จะเกิดขึ้น และเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจที่จะหาทางตอบสนองความต้องการนั้นก็ต่อเมื่อความต้องการขั้นที่สองได้รับการตอบสนองบรรลุเป้าหมายแล้วความต้องการขั้นที่สามก็จะถูกพัฒนาและกระตุ้นเป็นแรงจูงใจทำให้เกิดความต้องการในระดับต่อไป

ลำดับความต้องการของมนุษย์ตามแนวคิดของมาสโลว์ มี 5 ขั้น คือ (Maslow, 1954 : 25)

1. ความต้องการขั้นพื้นฐานทางร่างกาย (Basic physiological need) เป็นความต้องการเบื้องต้นที่จำเป็นต่อการทำงานของร่างกาย เพื่อบำบัดความหิวกระหายของร่างกายให้ร่างกายคงสภาพอยู่ได้ ได้แก่ ความต้องการอาหาร อากาศ การพักผ่อน การขับถ่าย เป็นต้น

2. ความต้องการความมั่นคงและปลอดภัย (Security and need) เป็นความต้องการความมั่นคงและปลอดภัยทางร่างกาย จิตใจ รวมทั้งทรัพย์สิน และผลประโยชน์ เช่น วัยเด็กต้องการการปกป้องคุ้มครองจากผู้ใหญ่ และผู้ใหญ่ต้องการความมั่นคงในอาชีพและการเงิน

3. ความต้องการความรักและเป็นเจ้าของ (Love & Belongings need) เป็นความต้องการให้คนอื่นยอมรับตน ต้องการความเป็นมิตรจากคนอื่น ต้องการความมีสิทธิ์ความเป็นเจ้าของ ต้องการเป็นสมาชิกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม

4. ความต้องการการมีเกียรติยศ ความภาคภูมิใจในตนและความต้องการด้านสุนทรียะ (Self-esteem and Esthetics Need) เป็นความต้องการมีชื่อเสียงเป็นที่นับถือของคนอื่น ต้องการให้คนอื่นยกย่อง และเห็นว่าตนมีคุณค่าเป็นประโยชน์ต่อสังคม

5. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self-actualization need) เป็นความต้องการสูงสุดของมนุษย์ การได้แสดงให้เห็นบุคคลอื่นประจักษ์หรือยอมรับในความสามารถของตน เป็นความเข้าใจและยอมรับตัวเอง ต้องการทราบถึงความสามารถ จุดเด่น และข้อบกพร่องของตนเองเพื่อจะได้ปรับปรุงตนเอง และต้องการทำงานจนสุดความสามารถ ได้รับความพึงพอใจสูงสุด และประสบความสำเร็จในงานที่ทำ

4.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

การตัดสินใจเป็นการตกลงเลือกเอาทางที่ดีที่สุดจากทางเลือกตั้งแต่สองทางขึ้นไปซึ่งเป็นทางเลือกที่ถูกต้องตามเหตุผลและได้ผลตามเป้าหมายมากที่สุด

ไซมอน (นภทรณ์ หอมอ่อน. 2545 : 13 ; อ้างอิงจาก Simon. 1971. **The New Science of Management Decision**) กล่าวว่า “กระบวนการบริหาร คือ กระบวนการของการตัดสินใจ” ไซมอนถือว่า การตัดสินใจเป็นหัวใจของการบริหาร และเป็นหน้าที่และบทบาทสำคัญของผู้บริหาร ยิ่งตำแหน่งสูงเท่าใด การตัดสินใจก็จะมีมากขึ้นตามไปด้วย (นภทรณ์ หอมอ่อน. 2545 : 13)

กระบวนการตัดสินใจสามารถจำแนกเป็น 6 ขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดปัญหา คือ การกำหนดปัญหา ผู้บริหารต้องเข้าใจปัญหา วิเคราะห์ขอบเขต และลักษณะก่อนที่จะแก้ปัญหาได้แก่ รู้จักปัญหาการกำหนดปัญหา การวิเคราะห์สถานการณ์ เป็นต้น
2. ค้นหาทางเลือก คือ การพัฒนาทางเลือก มีทางเลือกเพื่อการปฏิบัติการถ้าเป็นเพียงวิธีเดียวในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

3. การประเมินทางเลือก คือ การประเมินเพื่อเลือกทางเลือกที่จะบรรลุเป้าหมายได้ดีที่สุด

4. ทำการตัดสินใจ เมื่อมีหลายทางเลือกผู้บริหารสามารถใช้หลัก 3 ประการ ได้แก่ ประสิทธิภาพ การทดลอง การวิจัย และการวิเคราะห์

5. การปฏิบัติการตามการตัดสินใจ ก็จะต้องให้บุคคลที่เกี่ยวข้องนั้นอยู่ในกระบวนการตัดสินใจด้วย เมื่อทางเลือกมีการพัฒนาและการประเมินผลพนักงานจะถือว่ามีส่วนร่วมในการตัดสินใจนั้น

6. การประเมินผลลัพธ์และการป้อนกลับ เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการตัดสินใจ เป็นการประเมินผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติตามการตัดสินใจและค้นหาการป้อนกลับเกี่ยวกับการตัดสินใจ

สรุปได้ว่า จากทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ ลักษณะบุคลิกภาพบางประการของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่กล่าวไว้ข้างต้น เช่น การเสี่ยง ทักษะคิดต่อความสำเร็จและความล้มเหลว การลำเอียงส่วนบุคคล ความเด็ดเดี่ยว ประสิทธิภาพการรู้ตามความรู้สึก การแสวงหาคำแนะนำ สามารถนำมาปรับใช้ในการตัดสินใจเลือกที่פקอาศัยของลูกจ้างในสวนอุตสาหกรรมโรจนะได้ เพราะในการตัดสินใจในเรื่องนี้ต้องนำสิ่งเหล่านี้มาประกอบการตัดสินใจเลือกที่פקอาศัย จะเห็นได้ว่าการตัดสินใจเป็นการเลือกของบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะตัวของผู้ตัดสินใจเอง โดยอาศัยประสิทธิภาพการเรียนรู้ ค่านิยม ลักษณะนิสัย การตัดสินใจเข้าפקอาศัยก็เช่นกัน จะต้องเป็นการตัดสินใจเลือกที่פקอาศัยเพียงแห่งเดียว จากทางเลือกหลายๆ ทาง คือ หอพัก ห้องเช่า แฟลต อพาร์ทเมนต์

การตัดสินใจเลือกในครั้งนี้จะต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างมาประกอบการพิจารณาในการเลือกเพื่อให้สามารถตัดสินใจเข้าที่ดีที่สุดสำหรับตนเอง

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

แฮร์ริสัน (ชูชัย เทพสาร. 2546 : 9) ได้สรุปนิยามของการตัดสินใจว่าเป็นกระบวนการประเมินผลเกี่ยวกับทางเลือก หรือ ตัวเลือกที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายการคาดคะเนผลที่จะเกิดจากทางเลือกปฏิบัติ ที่จะส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายได้มากที่สุด

ชูชัย เทพสาร (2546 : 10) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นการกระทำอย่างรอบคอบในการเลือกจากทรัพยากรที่มีอยู่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ จากความหมายของการตัดสินใจมีแนวคิด 3 ประการ คือ

1. การตัดสินใจรวมถึงการเลือก ถ้าหากมีสิ่งเลือกเพียงสิ่งเดียว การตัดสินใจย่อมเป็นไปไม่ได้
2. การตัดสินใจเป็นกระบวนการด้านความคิดทั้งจะต้องมีความละเอียด สุขุม รอบคอบ เพราะอารมณ์และองค์ประกอบของจิตได้สำนึกมีอิทธิพลต่อกระบวนการความคิดนั้น
3. การตัดสินใจเป็นเรื่องของการกระทำที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ และความสำเร็จ ที่ต้องการและหวังไว้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545 : 231) กล่าวว่า การตัดสินใจ (Decision) หมายถึง การเลือกระหว่างทางเลือกซึ่งคาดหวังว่าจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่พึงพอใจจากปัญหาใดปัญหาหนึ่ง แม้ว่าการตัดสินใจในการบริหารไม่ได้เริ่มต้นหรือสิ้นสุดด้วยการตัดสินใจ เพราะต้องมีการกำหนดปัญหา ก่อนจึงจะตัดสินใจและเมื่อตัดสินใจแล้วจึงนำไปปฏิบัติ

สัมพันธ์ ภูโพนุลย์ (2540 : 114) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกดำเนินการจากทางเลือกหลาย ๆ หนทาง โดยการคิดหาเหตุและผลที่ตามมาประกอบ ผู้บริหารจำเป็นต้องทำหน้าที่ในการตัดสินใจเกือบทุกขั้นตอนของการทำงาน ทั้งในด้านองค์การและส่วนตัวซึ่งอาจจะมีส่วนเกี่ยวพันกันบ้าง การตัดสินใจจะมีทั้งงานที่สำคัญที่เป็นงานหลักและการตัดสินใจประจำวันที่มีความสำคัญน้อยซึ่งมีแนวปฏิบัติอยู่แล้ว

สมคิด บางโม (2541 : 164) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การตัดสินใจเลือกปฏิบัติซึ่งมีหลายทางเป็นแนวปฏิบัติไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ การตัดสินใจนี้อาจเป็นการตัดสินใจที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือหลายสิ่งหลายอย่าง เพื่อความสำเร็จตรงตามเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ ในทางปฏิบัติการตัดสินใจมักเกี่ยวข้องกับปัญหาที่ยุ่งยาก สลับซับซ้อน และมีวิธีแก้ไขปัญหามีวันจัญมากกว่าหนึ่งทางเสมอ ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้วินิจฉัยปัญหาว่าจะเลือกสั่งการปฏิบัติโดยวิธีใดจึงจะบรรลุเป้าหมายอย่างดีที่สุด และบังเกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์การนั้น

สรุปความหมายของการตัดสินใจ คือ การเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งจากทางเลือกสองทาง หรือมากกว่า ซึ่งเป็นการเลือกอย่างรอบคอบ โดยศึกษาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ และหาเหตุผลประกอบ เพื่อให้สิ่งที่ต้องการได้มาเป็นที่น่าพอใจและเกิดประโยชน์สูงสุด

ทฤษฎีการตัดสินใจของผู้บริโภค ชิฟเฟแมน และคานุก (Schiffeman & Kanuk, 1994 : 560 -580) ได้กล่าวถึงตัวแบบการตัดสินใจของผู้บริโภค ตัวแบบนี้จะรวมความคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งมีส่วนสำคัญ 3 ส่วน คือ

1. การนำเข้าข้อมูล (Input) เป็นอิทธิพลจากภายนอกที่มีผลต่อค่านิยม ทศนคติ และพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งมาจากกิจกรรมส่วนประสมทางการตลาดที่พยายามสื่อสารไปยังผู้บริโภคที่มีศักยภาพซึ่งแยกได้ดังนี้

1.1 กิจกรรมทางการตลาดที่พยายามเข้าถึงกำหนดและจูงใจ ผู้บริโภคให้ซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์โดยใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ (Marketing inputs) เช่น ใช้หีบห่อ ขนาด การรับประกันและนโยบายด้านราคา เป็นต้น

1.2 กิจกรรมทางการตลาดที่ไม่เกี่ยวข้องกับการค้า (Sociocultural inputs) คือ เช่น ความคิดเห็นของเพื่อน บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ วัฒนธรรม ชั้นทางสังคม ซึ่งเป็นอิทธิพลภายในของบุคคลที่มีผลต่อการประเมินผล และการยอมรับหรือปฏิเสธผลิตภัณฑ์

2. กระบวนการ (Process) เพื่อให้เข้าใจถึงกระบวนการนี้ จึงต้องพิจารณาถึงอิทธิพลของปัจจัยทางจิตวิทยา ซึ่งจะเป็นอิทธิพลภายใน (แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ หรือทัศนคติ) ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค รวมถึงปัจจัยอีก 2 ประการคือ

2.1 การรับรู้ถึงความเสี่ยง (Perceived risk) คือความไม่แน่นอนที่ผู้บริโภคเผชิญ โดยไม่สามารถคาดเดาผลลัพธ์ที่เกิดจากการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้บริโภคมักซื้อสินค้าหรือบริการในที่เดิม ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น ถ้าผู้บริโภคไม่มีข้อมูลผลิตภัณฑ์มักจะเชื่อถือ ในชื่อเสียงของร้านค้านั้น ๆ ถ้าเกิดความสงสัยผู้บริโภคจะซื้อของแพงไว้ก่อน เพื่อลดความเสี่ยง เพราะคิดว่าของแพงต้องเป็นของดี

2.2 กลุ่มที่ยอมรับได้ (Evoked set) หมายถึง คราสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ ซึ่งประกอบด้วยสินค้าจำนวนน้อยที่ผู้บริโภคคุ้นเคยจำได้ และยอมรับ

3. การแสดงผลหรือพฤติกรรมที่แสดงออก (Output) คือ พฤติกรรมการซื้อ และการประเมินหลังการซื้อ วัตถุประสงค์ทั้งสองกิจกรรมนี้เพื่อที่จะเพิ่มความพอใจของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อของตนเอง

3.1 พฤติกรรมการซื้อ (Purchase Behavior) ผู้บริโภคมีประเภทการซื้ออยู่ 2 ประเภท คือ ทดลองซื้อ (Trial purchase) และซื้อซ้ำ (Repeat purchase) ถ้าผู้บริโภคซื้อสินค้าชนิดหนึ่งหรือตราหนึ่งเป็นครั้งแรก และซื้อในปริมาณน้อยกว่าปกติ การซื้อนี้จะถูกพิจารณาว่าเป็นการทดลองซื้อ นั่นคือการทดลอง คือ รูปแบบพฤติกรรมการซื้อที่ผู้บริโภคพยายามที่จะประเมินสินค้าโดยผ่านการใช้โดยตรง ถ้าตราใหม่เป็นสินค้าประเภทเดียวกับสินค้าที่มีอยู่แล้ว ถูกค้นพบจากการทดลองใช้ว่าทำให้เกิดความพึงพอใจมากกว่าตราสินค้าอื่น หรือตราเดิมที่ใช้อยู่ ผู้บริโภคก็จะทำการซื้อซ้ำ พฤติกรรมการซื้อซ้ำนี้ใกล้เคียงกับแนวความคิดความภักดีในตราสินค้ามาก (Brand loyalty) ซึ่งทุกบริษัทพยายามจะให้เพิ่มขึ้นกับตราสินค้าของตนเอง การซื้อซ้ำนั้นเป็นการบ่งชี้ว่าผู้บริโภคพอใจในสินค้า

3.2 การประเมินหลังการซื้อ (Post purchase evaluation) เฮอร์เบิร์ต เอ. ไซมอน (นิรมล กิติกุล. 2545 : 49 ; อ้างอิงจาก Herbert, **Administrative Behavior A Study of Decision Making Process in Administration Process in Administrative**) กล่าวว่า การศึกษาทฤษฎีการตัดสินใจ เป็นการตกลงเลือกเอาทางเลือกที่ดีที่สุดจากทางเลือก ตั้งแต่สองทางขึ้นไป ซึ่งเป็นทางเลือก ที่ถูกต้องตามเหตุผล และได้ผลตามเป้าหมายมากที่สุด ต้องเน้นกระบวนการบริหาร คือ “กระบวนการของการตัดสินใจ” ถือว่า การตัดสินใจเป็นหัวใจของการบริหาร และเป็นหน้าที่และบทบาทสำคัญของผู้บริหาร ยิ่งตำแหน่งสูงเท่าใด การตัดสินใจก็จะมีมากขึ้น ไปด้วย

กระบวนการในการตัดสินใจของมนุษย์มีทั้งที่เป็นระบบ และไม่เป็นระบบ การตัดสินใจอย่างไม่เป็นระบบนั้นมักจะพบได้เสมอและบ่อย ๆ ในชีวิตประจำวัน ส่วนใหญ่อาศัยสามัญสำนึก ประสบการณ์ และความเคยชิน ในการตัดสินใจที่ดีควรมีขั้นตอนในการตัดสินใจ เพื่อจะช่วยให้มีการตัดสินใจที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพมากที่สุด ขั้นตอนในการตัดสินใจมีดังนี้

1. กำหนดและวิเคราะห์ปัญหา เพื่อกำหนดขอบเขตของเรื่องที่จะต้องตัดสินใจ เมื่อทราบปัญหาแล้ว ศึกษาและวิเคราะห์ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับปัญหานั้นอย่างรอบคอบ
2. พิจารณาเลือกแนวทางแก้ปัญหามีอยู่หลาย ๆ ทาง คือ ต้องกำหนดแนวทางปัญหาขึ้นมาหลายทางเลือกไว้สำหรับเป็นแนวทางพิจารณาไว้ 3-5 ทางเลือกซึ่งจะต้องอาศัยความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์และภูมิหลังของผู้ตัดสินใจเป็นส่วนประกอบ
3. รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทางเลือกต่าง ๆ ที่เลือกไว้จากข้อ 2
4. ตัดสินใจเลือกทางใดทางหนึ่ง ซึ่งพิจารณาผลดีผลเสีย จากทางเลือกวิธีการแก้ปัญหา จากทางเลือกวิธีแก้ปัญหานั้น โดยวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบ และคาดว่าเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด
5. นำข้อตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติ ซึ่งพิจารณาว่าควรดำเนินการเมื่อใด มีใคร และอะไรบ้าง ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน จะใช้ระบบติดต่ออย่างไร เพื่อจะบรรลุวัตถุประสงค์

6. ประเมินผลและควบคุม ประเมินบนพื้นฐานของสถานการณ์ที่ตัดสินใจ โดยดูจากประสิทธิภาพที่ได้รับ และการยอมรับการตัดสินใจนั้น ๆ

กระบวนการตัดสินใจ

เอสเซล (Assael. 1998 : 43) ได้กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นกระบวนการ ที่ผู้บริโภคตัดสินใจว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการใด และจะซื้อที่ไหน ซึ่งแนวทางที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจนั้นเป็นผลโดยตรงมาจากกลยุทธ์การตลาดของนักการตลาด เป็นต้นว่า หากผู้บริโภคต้องการคุณประโยชน์จากผลิตภัณฑ์หรือใด ๆ นักการตลาดก็ควรจะวางกลยุทธ์โดยเน้นที่คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์นั้นลงไปโฆษณา ดังนั้น เกณฑ์ที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจเลือกตราหือ จึงเป็นแนวทางสำคัญที่นักการตลาดควรศึกษาเพื่อนำไปปรับการจัดการกลยุทธ์การตลาดให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543 : 43) อธิบายว่ามีปัจจัย 4 ประการด้วยกันที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งปัจจัย ดังกล่าว ได้แก่

1. ข้อมูลข่าวสาร เพราะในการตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ผู้บริโภคจำเป็นต้องมีข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า ราคาสินค้า และคุณลักษณะต่าง ๆ ของตัวสินค้า เป็นต้น ซึ่งแหล่งข้อมูลข่าวสารที่สำคัญแบ่งออกเป็น 2 แห่ง คือ แหล่งที่โฆษณาเพื่อการค้า และแหล่งที่มาจากสังคม เช่น เพื่อน คนรู้จัก ครอบครัว ซึ่งได้มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูล หรือบอกต่อ เป็นต้น

2. สังคมและกลุ่มทางสังคม ได้แก่ วัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว ชนชั้นทางสังคม ปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

3. แรงผลักดันด้านจิตวิทยา ได้แก่ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ และทัศนคติของผู้บริโภค ซึ่งเป็นปัจจัยภายในที่จะผลักดันให้เกิดความต้องการซื้อ หรือการตัดสินใจซื้ออุปนิสัยในการซื้อ และความภักดีในตราสินค้า เป็นต้น

4. ปัจจัยด้านสถานการณ์ ได้แก่ เวลาและโอกาส จุดมุ่งหมาย สถานที่ รวมทั้งเงื่อนไขในการซื้อ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลทำให้ผู้บริโภคมีการตัดสินใจที่แตกต่างกัน

พิชัย สันติวงศ์ (2541 : 9) ได้กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย ประกอบด้วย การใช้ข้อมูลและการดำเนินการอย่างมีกระบวนการ ดังนี้

ขั้นที่ 1 เมื่อถึงเวลาพิจารณาเปลี่ยนที่อยู่อาศัย ในขั้นตอนนี้เกิดจากความจำเป็นที่ต้องการการเปลี่ยนแปลงรสนิยม รายได้เพิ่มขึ้น ความคาดหวังใหม่ ๆ เกิดขึ้น ประกอบกับเงื่อนไขทางด้านการตลาด เอื้ออำนวยให้เกิดการคิดจะเปลี่ยนที่อยู่อาศัย หากคิดว่าไม่คิดจะเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัย

ก็จะกลับไปเริ่มที่กระบวนการตัดสินใจใหม่อีกครั้ง แต่ถ้าหากคิดว่าจะเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัย ก็จะเข้าสู่กระบวนการขั้นที่ 2

ขั้นที่ 2 ตั้งเป้าหมาย ในการตั้งเป้าหมาย ผู้ซื้อจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ของตนเอง และพิจารณางบประมาณของตนเองที่มีอยู่ พิจารณาที่ตั้ง ประเภทของบ้าน และลักษณะการครอบครอง จะเป็นเช่าหรือซื้อ โดยจะต้องพิจารณาข้อมูลดังกล่าว ภายใต้ข้อจำกัดของตนเองที่จะสามารถรับได้หรือไม่ กล่าวคือ จะต้องทำการวางแผน โดยมีข้อจำกัด แล้วเข้าสู่กระบวนการขั้นที่ 3

ขั้นที่ 3 การคัดเลือกเบื้องต้นในขั้นนี้จะต้องทำการศึกษาข้อมูล 2 ด้าน คือ ข้อมูลเกี่ยวกับราคาขาย และข้อมูลทางการตลาดที่มีการขายบ้าน ว่ามีเงื่อนไขทางการเงินอย่างไร เช่น เงินดาวน์ เงินผ่อน ระยะเวลา และความเสี่ยง จากนั้นจึงทำการตรวจสอบข้อมูลภายใต้งบประมาณของตนเองที่มีอยู่ หรือหากให้ข้อมูลมีความเป็นไปได้น้อย คือ ข้อมูลของตนเองทางการเงิน กับข้อมูลทางการตลาด ไม่สอดคล้องกันก็จะกลับไปสู่กระบวนการเริ่มตัดสินใจใหม่ แต่ถ้าหากตรวจสอบข้อมูลแล้วพบว่ามีความเป็นไปได้ ก็จะเข้าสู่กระบวนการขั้นที่ 6

ขั้นที่ 4 คัดเลือกเบื้องต้น ในการพิจารณาราคาขาย หาข้อมูลทางการตลาด

ขั้นที่ 5 เริ่มกระบวนการการตัดสินใจ

ขั้นที่ 6 กระบวนการเปรียบเทียบ ในกระบวนการเปรียบเทียบจะรวบรวมข้อมูลเพื่อกำหนดทางเลือกนั้น โดยทำการประเมินผล 2 ระดับในขั้นที่ 7 และขั้นที่ 8

ขั้นที่ 7 ประเมินผลที่ได้รับ ในขั้นตอนนี้จะต้องได้รับรู้ข้อมูลทางการตลาด เช่น ข้อมูลทางด้านกายภาพ ที่ตั้งโครงการ ลักษณะของที่อยู่อาศัย สถานการณ์ที่อยู่อาศัย เพื่อรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาประเมินผล

ขั้นที่ 8 ประเมินผลทางการเงิน ในขั้นตอนนี้จะต้องตรวจสอบข้อมูลทางการเงิน เช่น เงื่อนไขทางการเงิน เงินสด เงินดาวน์ เงินผ่อนชำระ ระยะเวลา และความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นรวมทั้งงบประมาณของตนเองที่มีอยู่ เพื่อประเมินฐานะของตนเอง

ขั้นที่ 9 กระบวนการเลือก ในกระบวนการนี้จะหาทางเลือกที่ดีที่สุด

ขั้นที่ 10 พิจารณาใหม่เพื่อตัดสินใจซื้อ หรือไม่ซื้อ ถ้าผ่อนผันการซื้อก็จะเข้าสู่ขั้นที่ 11 คือ ไปเริ่มกระบวนการตัดสินใจใหม่ แต่ถ้าตกลงซื้อสามารถเข้าสู่ขั้นตอนที่ 12

ขั้นที่ 11 เริ่มกระบวนการการตัดสินใจ

ขั้นที่ 12 ซื้อ (สามารถย้ายเข้าไปอยู่อาศัยในบ้านหลังใหม่)

สรุปกระบวนการตัดสินใจ คือกระบวนการที่ผู้บริโภคตัดสินใจว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการใด และจะซื้อที่ไหน อย่างเป็นขั้นตอน โดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจ คือ ข้อมูลข่าวสาร สังคมและกลุ่มทางสังคม แรงผลักดันด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านสถานการณ์

4.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 30-31) พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) เป็นพฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluating) และการใช้จ่าย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขาได้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2540 : 1) หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ เป็นการศึกษาวิธีการที่แต่ละบุคคลทำการตัดสินใจที่จะใช้ทรัพยากร ได้แก่ เงิน เวลา บุคลากร ฯลฯ เกี่ยวกับการบริโภคสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคในที่นี้หมายถึง ผู้ที่มีความต้องการซื้อ (Needs) มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing behavior) และพฤติกรรมการใช้ (Using behavior) ผลิตภัณฑ์และบริการ ดังนี้

1. ผู้บริโภคเป็นบุคคลที่มีความต้องการ ความต้องการในที่นี้ไม่ใช่ความต้องการที่เป็นรูปธรรม แต่เป็นความต้องการในระดับที่เป็นนามธรรม เป็นความต้องการขั้นปฐมภูมิ (Primary needs) เป็นความต้องการเบื้องต้นที่ไม่เกี่ยวข้องกับตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการเลย แต่เกี่ยวข้องกับตัวบุคคล เช่น ต้องการอาหาร ต้องการการพักผ่อน หรือต้องการความสะดวกสบาย

2. ผู้บริโภคเป็นผู้ที่มีอำนาจซื้อ ถึงแม้ว่าผู้บริโภคจะมีความต้องการ แต่ถ้าหากไม่มีอำนาจในการจับจ่ายแล้ว ก็ถือว่ายังไม่ใช่ผู้บริโภคที่แท้จริง

3. การเกิดพฤติกรรมการซื้อ เมื่อผู้บริโภคมีปัจจัยที่กล่าวมาแล้วข้างต้นทั้ง 2 ประการแล้ว ก็จะเกิดพฤติกรรมการซื้อตามมา เป็นต้นว่า ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ซื้อเมื่อใด และใครเป็นคนซื้อ

4. พฤติกรรมการใช้ ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นอย่างไร เช่น ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นมากน้อยแค่ไหน ใช้เมื่อใด และใช้อย่างไร

ปริญ ลักขิตานนท์ (2544 : 39) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหา และการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำ

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า พฤติกรรม หมายถึง กระบวนการตัดสินใจของแต่ละบุคคล ก่อนการแสดงออกเพื่อตอบสนองต่อบางสิ่ง หรือ ต่อสิ่งเร้า ในการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล และการใช้จ่าย ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของตนเองได้

5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

ก้องกาญจน์ ฉันทปรีดา(2544 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์พักอาศัยในกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาตราสินีแมนชั่น ผลการศึกษาพบว่า ผู้เช่าพักอาศัยที่มีอำนาจในการตัดสินใจส่วนใหญ่ของประชากรเป็นเพศชาย อายุระหว่าง 20 – 30 ปี มีสถานภาพโสด อาชีพส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาและธุรกิจส่วนตัว ส่วนมากมีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท และสูงกว่า 30,000 บาทต่อเดือน มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด ส่วนใหญ่ผู้เช่าเคยเช่าพักอาศัยอพาร์ทเมนต์อื่นมาก่อนร้อยละ 60 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง โครงการที่อยู่ใกล้ที่ทำงานหรือที่ศึกษาจะมีอิทธิพลสูงสุดคือร้อยละ 33.04 รองลงมาคือปัจจัยด้านราคาเช่าเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพร้อยละ 30.29 ปัจจัยด้านคุณภาพโครงการ ตามมาด้วยปัจจัยด้านคุณภาพของโครงการ โดยผู้บริโภคจะคำนึงถึงขนาดและการตกแต่งห้องพักตลอดจนรูปแบบของอาคารร้อยละ 24.38 และมีปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายอยู่เป็นอันดับสุดท้ายคือร้อยละ 12.29 ด้านการทดสอบสถิติพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลส่วนมากและปัจจัยด้านการเคยเช่า อพาร์ทเมนต์อื่นมาก่อนไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าแต่อย่างใด และพบว่าปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งใกล้ที่ทำงาน สถานศึกษาและปัจจัยด้านราคาเช่าห้องมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจ ส่วนปัจจัยด้านรูปแบบอาคารและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าแต่อย่างไร

เขมกร คำนวน (2544 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัย รายเดือนของพนักงาน โรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการที่มีผลต่อพนักงานในการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือนมีมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ ปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งสภาพแวดล้อม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และปัญหาที่พบคือ การถูกรบกวนจากห้องข้าง ๆ ราคาเช่ารายเดือน ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า มีราคาสูง ด้านพฤติกรรมการใช้ห้องพัก ส่วนใหญ่มีการทำงานหรืออ่านหนังสือทุกวัน ทำกิจกรรมนันทนาการทุกวัน ซักรีดเสื้อผ้าเอง 2-3 วันต่อครั้ง มีการทำความสะอาดห้องทุกวัน และมีเวลาเช่า – ออกห้องพักในเวลาใกล้เคียงกัน โดยส่วนใหญ่ออกจากห้องพักเวลา 07.01 – 08.00 น. และกลับถึงห้องพักเวลา 18.01 – 19.00 น. ในด้านค่าเช่าต่อเดือนพบว่า ส่วนใหญ่มีค่าเช่า 1,001 – 2,000 บาท ค่าน้ำประปา 101 – 200 บาท ค่าไฟฟ้า 101 – 200 บาท และความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริหารห้องพักส่วนใหญ่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยในด้านสถานที่มีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่องของที่นอน ส่วนด้านการบริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายปัจจัยพบว่า มีความพึงพอใจเกี่ยวกับความสะดวก

ในการรับจดหมายหรือไปรษณีย์ภัณฑ์และความสะอาดของหอพักอยู่ในระดับมาก มีความพึงพอใจต่อด้านเวรยามรักษาความปลอดภัยในระดับน้อย

ณรงค์ ชาวพุ่มพวง. (2550 : บทคัดย่อ). ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เช่าหอพักในตำบลพยอม อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลงานวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้หอพักของผู้เช่าหอพักพบว่าส่วนใหญ่ จำนวนวันที่พักต่อสัปดาห์คือ 7 วัน ความถี่ในการทำความสะอาดห้องพักของผู้เช่าคือทุก 2-3 วัน ความถี่ในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่หอพักส่วนใหญ่คือนาน ๆ ครั้ง ความถี่ในการใช้บริการหอพักคือทุกวัน และความถี่ในการใช้บริการเพิ่มเติมอื่น ๆ ของหอพักคือนาน ๆ ครั้ง ความพึงพอใจที่มีต่อการเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักพบว่าในภาพรวม มีความพึงพอใจระดับปานกลาง เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่าผู้เช่าหอพักมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการ ส่วนด้านลักษณะหอพัก และด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ผู้เช่าหอพักมีความพึงพอใจในระดับมาก ผู้เช่าหอพักที่มีเพศต่างกัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้เช่าหอพักที่มีความถี่ในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่หอพัก ความถี่ในการใช้บริการหอพัก และความถี่ในการใช้บริการเพิ่มเติมอื่น ๆ ของหอพักต่างกัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

พัชรี สุกใส (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการบริหารจัดการของผู้ประกอบการห้องเช่าที่มีผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของลูกจ้างในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดปทุมธานี จากผลการศึกษาพบว่า 1. ระดับความคิดเห็นของลูกจ้างที่มีต่อการบริหารจัดการของผู้ประกอบการห้องเช่าด้านการจัดการ การจูงใจ การรักษาความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการวางแผนอยู่ในระดับปานกลาง 2. การตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของลูกจ้าง ด้านลักษณะห้องเช่า ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการ อยู่ในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ 2.1 อายุ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมแตกต่างกัน ส่วนการศึกษาแตกต่างกันมีการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม และด้านการบริหารแตกต่างกัน ส่วนด้านภูมิฐานะแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยด้านราคา และด้านการบริการแตกต่างกัน 2.2 เพศแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของผู้ประกอบการห้องเช่าด้านการจัดองค์การแตกต่างกัน ส่วนอายุ และการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของผู้ประกอบการห้องเช่าทุกด้านแตกต่างกัน ส่วนสถานภาพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของผู้ประกอบการห้องเช่าด้านการรักษาความปลอดภัยแตกต่างกัน ส่วนภูมิฐานะแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของผู้ประกอบการห้องเช่าด้านการวางแผนการจัดองค์การแตกต่างกัน ส่วนรายได้แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของ

ผู้ประกอบการห้องเช่าด้านการวางแผน และด้านการรักษาความปลอดภัยแตกต่างกัน 2.3 พบว่าราคาค่าเช่าแตกต่างกันมีการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม และด้านการบริการแตกต่างกัน ส่วนประเภทที่พักอาศัยแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม และด้านการบริการแตกต่างกัน ส่วนจำนวนสมาชิกแตกต่างกันมีการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยด้านลักษณะห้องเช่า ด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการแตกต่างกัน ส่วนระยะเวลาในการพักอาศัยแตกต่างกันมีการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยด้านลักษณะห้องเช่าและด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมแตกต่างกัน 2.4 การวางแผนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยในระดับปานกลาง ถึงต่ำมาก ส่วนด้านการจัดองค์การและด้านการจูงใจ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยในระดับปานกลางถึงระดับต่ำ ส่วนด้านการรักษาความปลอดภัยมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยในระดับสูงถึงต่ำ

กฤษณา ปันศิริ (2547 : บทคัดย่อ). ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในเขตจังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่า 1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 313 คน เพศและชายจำนวน 87 คน ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา/ปวช. อาชีพพนักงานเอกชน และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในระดับ 5,000-10,000 บาท สถานที่ที่พักก่อนมาเช่าห้องพักปัจจุบันคือ บ้านตนเอง สาเหตุที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจย้ายจากที่อยู่เดิมมาเช่าห้องพักปัจจุบันคือ ใกล้ตลาดแหล่งอุปโภค บริโภค บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเช่าห้องเช่าของกลุ่มตัวอย่างคือ ตัวผู้เช่าเอง ราคาค่าเช่าห้องที่เหมาะสมสำหรับห้องธรรมดา ที่มีห้องน้ำในตัวคือ ระดับราคา1,500-2,000 บาท พักอาศัยอยู่คนเดียว เดินทางไปทำงานโดยใช้รถรับ-ส่ง พนักงาน ระยะเวลาที่เช่าพักอาศัยในห้องพักปัจจุบัน คือ 1-2 ปี และมีผู้แนะนำให้รู้จักห้องพักที่พักปัจจุบัน 2. ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาด จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งอาคารห้องพักมากที่สุด ด้านคุณภาพอาคาร ห้องพัก ประโยชน์ใช้สอย ด้านระบบการบริการด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านราคาค่าเช่าให้ความสำคัญในระดับมาก และด้านการส่งเสริมการขายในระดับสำคัญปานกลาง 3. ปัจจัยส่วนบุคคล เพศแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัย ไม่แตกต่างกัน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัย แตกต่างกันในด้านคุณภาพของอาคาร ห้องพัก ประโยชน์ใช้สอย ทำเลที่ตั้ง บุคลากรภาพลักษณ์ทางกายภาพ ระบบการบริการ รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัย แตกต่างกันในด้านคุณภาพของอาคาร ห้องพัก ประโยชน์ใช้สอยและบุคลากร อายุที่แตกต่างกันจะมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัย แตกต่างกันในด้านทำเลที่ตั้งอาคารห้องพัก อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ซีเกอร์ส (นภกรณ หอมอ่อน. 2545 : 25 ; อ้างอิงจาก Seagers. 1961. **Propose The School Building Code for Thailand**) ได้เสนอแนะที่ต้งหอพักมหาวิทยาลัยไว้ ดังนี้ 1.ควรอยู่ในที่เหมาะสม กว้างขวางพอเหมาะกับโครงการปัจจุบัน และขยายได้ในอนาคต 2.ตั้งอยู่ในที่ปลอดภัย สวยงามใช้ประโยชน์เพื่อกิจกรรมและนันทนาการได้ 3.แบบแปลนเปลี่ยนแปลงได้เหมาะสมกับความต้องการ 4. จัดแบ่งส่วนที่เงียบสงบ และแยกออกจากกัน 5. เป็นสถานที่ที่มีปัญหาการจราจรน้อยที่สุด 6. มีการระบายอากาศและได้รับแสงสว่างจากธรรมชาติได้ดี 7. จัดการจราจร ทางเท้า ทางรถยนต์ แยกออกจากกันเพื่อความปลอดภัย 8. สร้างด้วยวัสดุคงทนชนิดดี ทนทาน ราคาพอสมควร 9. จัดแต่ละส่วนให้เหมาะสมกับหน้าที่ สวย สะดวกและมีประโยชน์ใช้สอยดี

นีดแฮม (นภกร หอมอ่อน. 2545 : 26 ; อ้างอิงจาก Needham. 1977. **How Cities Works**) ได้ให้เหตุผลในการรวมตัวของบริเวณที่พักอาศัย ดังนี้ 1.ความสะดวกในการเข้าถึง ผู้อยู่อาศัยต้องการเดินทางไปทำงาน ศึกษา จ้างจ่ายซื้อของและติดต่อธุรกิจ ผู้อยู่อาศัยจึงพอใจที่จะจับกลุ่มอยู่ 2 แห่ง คือบริเวณข้างทางเส้นทางคมนาคม และกระจายอยู่รอบ ๆ ศูนย์กลางธุรกิจ ร้านค้า สถานที่ทำงานและสถานศึกษา 2. การประหยัดจากภายนอก การจัดกลุ่มของอาคารที่พักอาศัยจะทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในเรื่องการใช้บริการสาธารณูปโภคของเมือง