พฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิต กรณีศึกษา แขกรับเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้าน

Housing Selection Behaviour of Successful People a Case Study of Young Self Made Millionaire

รับบทความ	11/03/2020
แก้ไขบทความ	15/04/2020
ยอมรับบทความ	20/04/2020

มณีศร อัฑฒ์วงศ์ไพศาล ไตรรัตน์ จารุทัศน์
ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Maneesorn Atthavongpisarn, Trirat Jarutat
Department of Housing Development, Faculty of Architecture, Chulalongkorn University
mneemewitch@gmail.com, trirat13@gmail.com

บทคัดย่อ

เนื่องจากเศรษฐกิจไทยในช่วงที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันเกิดการชะลอตัว ในขณะที่ความต้องการที่อยู่อาศัยของประชากรไทยยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยที่อยู่อาศัยที่ประชากรไทยต้องการนั้นสัดส่วนจะอยู่ที่โครงการระดับราคาสูง ด้วยเหตุนี้ตลาดที่อยู่อาศัยราคาสูงจึงมีการเติบโตสวนทางกับเศรษฐกิจ ปัจจุบันที่อยู่อาศัยมีหลากหลายรูปแบบ โดยทั้งหมดทั้งมวลผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตเป็นกลุ่มที่มีโอกาสซื้อที่อยู่อาศัยในระดับราคาสูง และสามารถเลือกที่อยู่อาศัยได้ครบรูปแบบมากที่สุด ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาพฤติกรรมในการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิต กรณีศึกษาแขกรับเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้าน

เนื่องจากกลุ่มแขกรับเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้านต้องเป็นผู้ที่ตรงตามเกณฑ์ 3 เกณฑ์ได้แก่ เป็นเจ้าของธุรกิจ มีรายได้ของธุรกิจ 100 ล้านบาท/ปีขึ้นไป และมีอายุไม่เกิน 45 ปี ซึ่งความน่าเชื่อถือของรายการอายุน้อยร้อยล้านประกอบกับเกณฑ์วัดผู้ประสบความสำเร็จของรายการมีความชัดเจน สอดคล้องกับมาตรวัดความสำเร็จในชีวิตการทำงานและแนวคิดทฤษฎีความสำเร็จในอาชีพ โดยการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและแนวโน้มการเลือกที่อยู่อาศัย ศึกษาปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคมในการวางแผนด้านที่อยู่อาศัยของผู้สบความสำเร็จในชีวิต และเสนอแนะลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิต Generation X และ Y ซึ่งดำเนินการโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างในการเก็บข้อมูลและใช้การพรรณนาเชิงวิเคราะห์

ผลการศึกษาพบว่าผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตมีความต้องการที่อยู่อาศัยบริเวณเดียวกับสถานที่ทำงานซึ่งอยู่บริเวณชานเมือง โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยมากที่สุด คือจำนวนสมาชิกครัวเรือน ความต้องการรองลงมา คือความสะดวกของสถานที่ทำงาน ซึ่งลักษณะที่อยู่อาศัยที่ต้องการเมื่อประสบความสำเร็จแล้ว คือบ้านเดี่ยว ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ระบบรักษาความปลอดภัย กล้องวงจรปิด พื้นที่สำหรับปลูกต้นไม้ และพื้นที่จอดรถ เป็นต้น

สรุปผลการศึกษาได้ว่าการประสบความสำเร็จในชีวิตนั้นมีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัย ผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตต้องการที่อยู่อาศัยที่ใหม่ สภาพแวดล้อมดี สังคมดี และมีความปลอดภัย ทั้งนี้ นอกจากที่อยู่อาศัยที่ใช้เป็นที่พักอาศัยแล้ว ผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตยังมีที่อยู่อาศัยเพื่อการลงทุน หรือค้าขายอีกด้วย

คำสำคัญ *ผู้ประสบความสำเร็จในชีวิต อายุน้อยร้อยล้าน การเลือกที่อยู่อาศัย*

Abstract

Recently, Thai consumers have been very cautious with their spending due to the reduction within their earnings amid a continuing economic slowdown. While the high-end housing market is said to be growing incongruently with the economy. Currently, there are numerous housing alternatives for consumer to choose upon where the high-end residence is said to be in demand by the successful people since they are the segment that can select among the widest range of the various housing alternatives available within the market. This study therefore desires to study the behavior of the successful people represented by the guests from a TV show, the Young Self Made Millionaire on their endeavors in selecting a residence.

Since the selection of the guests from the show, the Young Self Made Millionaire is required to meet all of the 3 criteria which includes owning a business, the yearly income of the business exceeds THB 100 Million and is not over 45 years old of age. Apart from that, the reliability of the TV show is without doubt and aligns with the social norm of what a successful people are. This research study aims to analyze the behavior, the tendency within the selection of the residence along with the study of the economic and social aspects with the residence planning of those successful people. As a result, the study will portray the characteristics of a residence that is demanded by the Generation X and Y successful peoples. The research study will be done by one-on-one structural interviews and descriptive analysis.

The result has shown that it is compulsory for the successful group to select a residence that is located not further away from their workplace within the suburb area. The most important factors that affects the decision for residence selection is the family members followed by location of their workplace. Whereas, the type of residence preferred is the single detached house and facilities such as security systems, CCTV, plantings and parking areas.

In conclusion, the degree of success is one of the most influential factors in one's decision for selection. The successful people prefers new residence, good ambient, community and is secured. However, successful people will have residences to live in and also have their property for investment or future expansion for their company.

Keyword: *Successful people, Young Self Made Millionaire, Housing selection*

บทนำ

จากเศรษฐกิจไทยในช่วงที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันเกิดการชะลอตัว ส่งผลให้ประชาชนระมัดระวังในการจับจ่ายใช้สอย เนื่องจากรายได้ที่ลดลง ซึ่งสาเหตุนี้ทำให้หนี้ครัวเรือนเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่ความต้องการที่อยู่อาศัยของประชากรไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยที่อยู่อาศัยที่ประชากรไทยต้องการนั้นสัดส่วนจะอยู่ที่โครงการระดับราคาสูง ด้วยเหตุนี้ตลาดที่อยู่อาศัยราคาสูงจึงมีการเติบโตสวนทางกับเศรษฐกิจ

ปัจจัยเรื่องบ้านเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญและจำเป็นของชีวิต และบ้านยังเป็นเครื่องชี้วัดคุณภาพของชีวิต ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจของประชาชนอีกด้วย ด้วยเหตุนี้พฤติกรรมในการเลือกที่อยู่อาศัยซึ่งเป็นทรัพย์สินที่มีราคาสูงจึงต้องคำนึงถึงหลายปัจจัยประกอบการตัดสินใจให้เข้ากับพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล การมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นนั้นผู้บริโภคส่วนใหญ่จะใช้จ่ายไปกับการท่องเที่ยวเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือการปรับปรุงที่อยู่อาศัย โดยปัจจุบันที่อยู่อาศัยมีหลากหลายรูปแบบ ซึ่งแต่ละรูปแบบก็มีลักษณะเฉพาะตัวที่เหมาะสมกับจำนวนสมาชิกครัวเรือน ฐานะ ฯลฯ โดยทั้งหมดทั้งมวลผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตเป็นกลุ่มที่มีโอกาสซื้อที่อยู่อาศัยในระดับราคาสูง และสามารถเลือกที่อยู่อาศัยได้ครบรูปแบบมากที่สุด

ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาพฤติกรรมในการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิต กรณีศึกษาแขกรับเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้าน ซึ่งแขกรับเชิญจากรายการอายุน้อยร้อยล้านล้วนแต่เป็นบุคคลที่มีตำแหน่งเป็นเจ้าของธุรกิจที่มีรายได้ของธุรกิจ 100 ล้านบาทต่อปีขึ้นไป และมีอายุไม่เกิน 45 ปี อีกทั้งเกณฑ์ที่ใช้วัดผู้ประสบความสำเร็จของรายการอายุน้อยร้อยล้านนี้มีความสอดคล้องกับมาตรวัดความสำเร็จในการทำงาน และทฤษฎีความสำเร็จในอาชีพ(Gattiker & Larwood, 1986, pp.78 - 94) หากพูดถึงผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตนั้นแน่นอนว่ากลุ่ม ๆ นี้ย่อมมีความพร้อมในหลาย ๆ ด้าน แต่หากพูดถึงปัจจัยพื้นฐานที่สุดในเรื่องที่อยู่อาศัยของคนกลุ่มนี้นั้น ผู้วิจัยต้องการทราบว่าคนกลุ่มนี้นอกจากมีการวางแผนทางการเงินที่ดีแล้ว มีการวางแผนเรื่องที่อยู่อาศัยที่ดีด้วยหรือไม่ แนวคิดในการเลือกที่อยู่อาศัยหรือการเปลี่ยนที่อยู่อาศัยของคนกลุ่มนี้มีการเปลี่ยนแปลงตามศักยภาพของตนหรือไม่อย่างไร

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ 1.ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัย และ2.ศึกษาความสำเร็จในอาชีพ โดยใช้ความภาคภูมิใจเป็นตัวแปรสื่อ โดยมีเนื้อหาดังต่อไปนี้

1. การศึกษาที่เป็นงานวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยจะมีความแตกต่างกันในด้านลักษณะประชากร โดยที่ผ่านมามีการศึกษากลุ่มประชากรแบ่งตามพื้นที่ ประเภทโครงการ และช่วงอายุ ซึ่งใช้ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดมาจัดลำดับ
2. การศึกษาเกี่ยวกับความสำเร็จในอาชีพจะเป็นการศึกษาความภาคภูมิใจ ซึ่งวัดจากความพึงพอใจ โดยเป็นการศึกษากับพนักงานระดับปฏิบัติการ ว่าพึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ ที่ระดับไหน มากน้อยแค่ไหน

โดยงานวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยยังคงเป็นประเด็นที่มีความน่าสนใจอยู่ เนื่องจากพฤติกรรมนั้นมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้น การศึกษาเรื่องพฤติกรรมจึงสำคัญและควรมีการทำข้อมูลให้ทันสมัยเพื่อให้เท่าทันยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งที่ผ่านมามีงานวิจัยที่ศึกษาพฤติกรรมด้านที่อยู่อาศัยหลายเล่ม โดยแต่ละเล่มจะมีความแตกต่างกันตามกลุ่มประชากร ซึ่งแบ่งตามพื้นที่ ประเภทโครงการ และช่วงอายุ แต่ยังไม่มีใครศึกษาพฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตซึ่งเป็นการแบ่งตามระดับรายได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาพฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิต กรณีศึกษา แขกรับเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้าน

วัตถุประสงค์

1) ศึกษาปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และสังคมในการวางแผนด้านการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิต
2) วิเคราะห์พฤติกรรมและแนวโน้มการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิต
3) เพื่อเสนอแนะลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิต Generation X และ Y

ขอบเขตงานวิจัย

1) ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.1) การศึกษาปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมในการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิต โดยจะศึกษาจากปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัย ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ และด้านสังคมเท่านั้น

1.2) การวิเคราะห์พฤติกรรมการอยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิต เป็นการศึกษาการย้ายที่อยู่อาศัย สาเหตุ และความต้องการของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิต

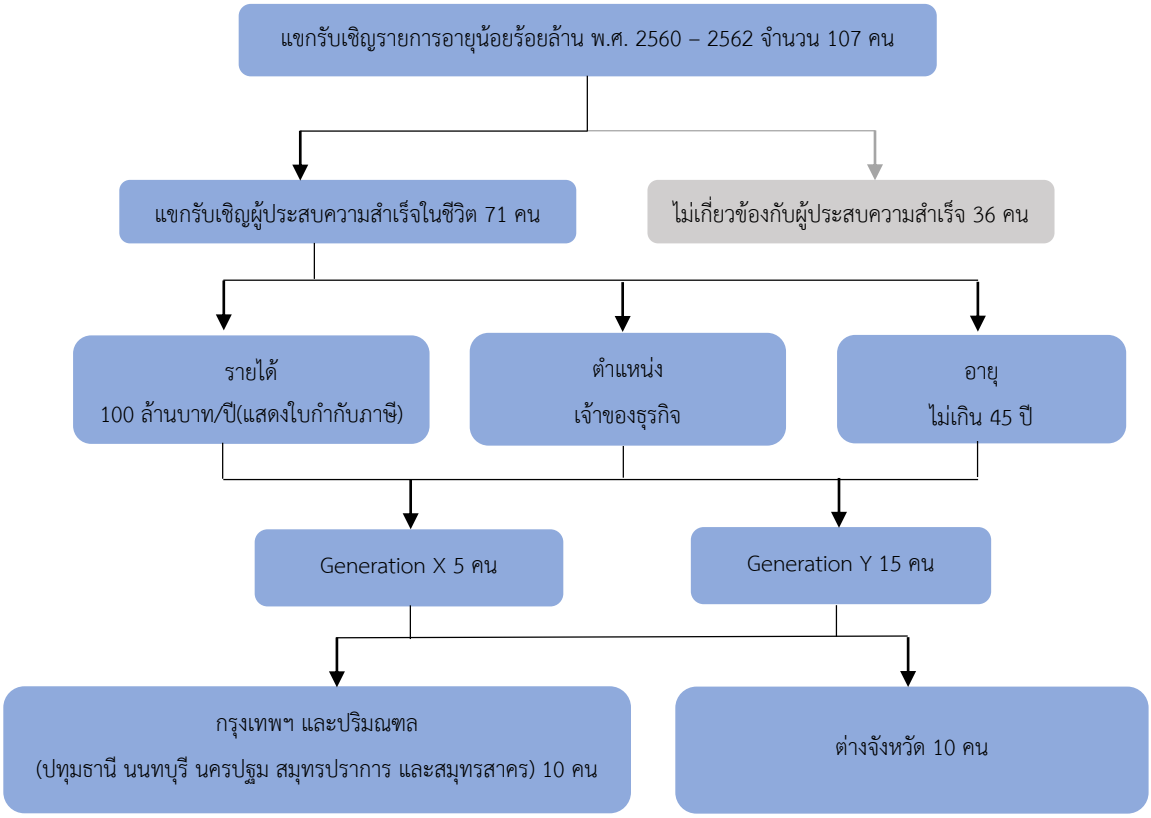
1.3) เพื่อเสนอแนะลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิต Generation X และ Y เป็นการนำข้อมูลความต้องการที่อยู่อาศัยในอนาคตของทั้ง 2 ช่วงอายุ

2) ขอบเขตด้านพื้นที่การศึกษา

งานวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตในประเทศไทย โดยแบ่งตามขอบเขตด้านพื้นที่ คือผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล 5 จังหวัด ได้แก่ นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร นครปฐม และผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดนอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้น

3) ขอบเขตด้านประชากร

งานวิจัยครั้งนี้ได้ทำการกำหนดเกณฑ์ของผู้ประสบความสำเร็จจากรายการอายุน้อยร้อยล้าน ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีรายได้จากกิจการ 100 ล้านบาท/ปีขึ้นไป นอกจากนี้จะแบ่งเกณฑ์ช่วงอายุไว้ 2 ช่วง ได้แก่ Generation X และ Generation Y โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากการตัดสินใจของผู้วิจัย ทั้งนี้ลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยกลุ่มประชากรมาจากจำนวนแขกรับเชิญในรายการอายุน้อยร้อยล้านในแต่ละตอน(1 ตอนต่อ 1 คน) ซึ่งผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากแขกรับเชิญของรายการในช่วง 2 ปี ที่ผ่านมา เนื่องด้วยต้องการข้อมูลที่เป็นปัจจุบันที่สุด ประจวบกับรายการอายุน้อยร้อยล้านได้ย้ายเข้ามาในช่อง Workpoint หมายเลข 23 โดยทางรายการมีจำนวนตอนที่ออกอากาศและแขกรับเชิญทั้งหมด 107 คน จากจำนวนตอนทั้งหมดนั้น มีตอนที่ไม่เกี่ยวข้องกับผู้ประสบความสำเร็จจำนวน 36 คน งานวิจัยเล่มนี้จึงมีจำนวนประชากร 71 คน ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การเก็บข้อมูลเป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจึงมีกลุ่มตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 30 จากจำนวนประชากรทั้งหมด ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 20 คน ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 20 คนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ Generation X และ Generation Y โดย Generation X มีจำนวนประชากรทั้งหมด 23 คน จึงได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 5 คน และ Generation Y มีจำนวนประชากรทั้งหมด 48 คน จึงได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คน นอกจากนี้ยังแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามขอบเขตด้านพื้นที่ คือกลุ่มที่มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯ ปริมณฑล 5 จังหวัด ได้แก่ ปทุมธานี นนทบุรี นครปฐม สมุทรปราการ และสมุทรสาคร และกลุ่มที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดนอกเหนือจากที่กล่าวมา ดังภาพ 1



ภาพ 1 แสดงการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากแขกรับเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้าน

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

1) **ข้อมูลทุติยภูมิ** ศึกษาแนวคิดทฤษฎี วิทยานิพนธ์ งานวิจัย เอกสารวิชาการต่าง ๆ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก หนังสือ เอกสาร บทความ เว็บไซต์ และศึกษาข้อมูลของแขกรับเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้าน
2) **ข้อมูลปฐมภูมิ** ศึกษาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างที่เตรียมมาซึ่งเป็นคำถามที่นักวิจัยสร้างขึ้น และจัดลำดับไว้ โดยทำงานวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์บรรยายเชิงพรรณนาและสรุปผลการศึกษา

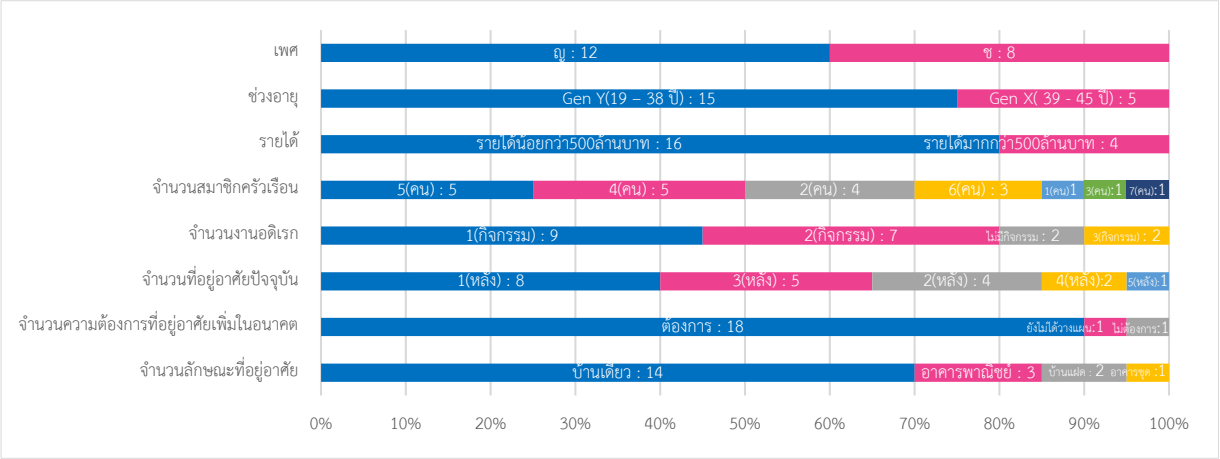
เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง การสัมภาษณ์พฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยในอดีตจนถึงปัจจุบัน ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัย และความคิดเห็นความต้องการต่อที่อยู่อาศัย ซึ่งแสดงต่อความต้องการหรือต่อเติมที่อยู่อาศัยในอนาคต โครงการที่อยู่อาศัยที่สนใจ และงบประมาณในการซื้อที่อยู่อาศัยเมื่อประสบความสำเร็จแล้ว

ผลการศึกษา

จากการศึกษาพฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัย กรณีศึกษาแขกรับเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้าน จำนวน 20 คน สามารถจำแนกข้อมูลตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และสังคมในการวางแผนด้านการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิต โดยนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้ประสบความสำเร็จในชีวิต ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ รายได้ จำนวนสมาชิกครัวเรือน จำนวนงานอดิเรก จำนวนที่อยู่อาศัยปัจจุบัน จำนวนความต้องการที่อยู่อาศัยในอนาคต และจำนวนลักษณะที่อยู่อาศัย ดังนี้



แผนภูมิ 1 แสดงจำนวนข้อมูลสรุปจากแบบสัมภาษณ์ของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตกรณีศึกษา จำนวน 20 คน

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

ตาราง 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจ/สังคม และการเลือกอยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตกรณีศึกษา

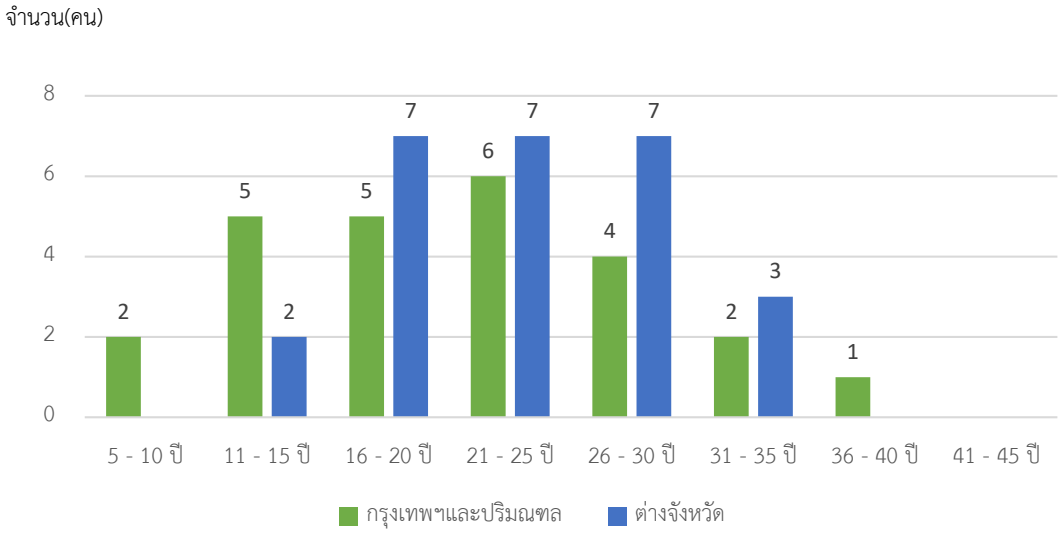
ผู้ประสบความสำเร็จ	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	คนที่ 6	คนที่ 7	คนที่ 8	คนที่ 9	คนที่ 10	คนที่ 11	คนที่ 12	คนที่ 13	คนที่ 14	คนที่ 15	คนที่ 16	คนที่ 17	คนที่ 18	คนที่ 19	คนที่ 20
รายได้ (ล้านบาท)	130	>500	120	100	140	130	109	100	>500	100	>500	130	>500	180	240	120	150	100	100	150
จำนวนสมาชิกครัวเรือน	2	5	4	5	2	5	6	5	2	6	5	7	2	6	4	1	4	4	3	4
ขนาดพื้นที่ใช้สอยของที่อยู่อาศัย (ตร.ม.)	350	672	140	192	240	200	196	150	55	450	500	960	200	180	1300	60	320	160	224	300
รูปแบบที่อยู่อาศัย	บ้านเดี่ยว	บ้านเดี่ยว	บ้านแฝด	อาคารพาณิชย์	บ้านเดี่ยว	บ้านเดี่ยว	บ้านเดี่ยว	บ้านแฝด	อาคารชุด	อาคารพาณิชย์	บ้านเดี่ยว	อาคารพาณิชย์	บ้านเดี่ยว	บ้านเดี่ยว	บ้านเดี่ยว	บ้านเดี่ยว	บ้านเดี่ยว	บ้านเดี่ยว	บ้านเดี่ยว	บ้านเดี่ยว
ภูมิลำเนา	กทม./ปริมณฑล	กทม./ปริมณฑล	กทม./ปริมณฑล	ต่างจังหวัด	ต่างจังหวัด	กทม./ปริมณฑล	กทม./ปริมณฑล	กทม./ปริมณฑล	กทม./ปริมณฑล	กทม./ปริมณฑล	กทม./ปริมณฑล	กทม./ปริมณฑล	ต่างจังหวัด	ต่างจังหวัด	ต่างจังหวัด	ต่างจังหวัด	ต่างจังหวัด	ต่างจังหวัด	ต่างจังหวัด	ต่างจังหวัด

จากตาราง 1 พบว่า **ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการวางแผนด้านการเลือกที่อยู่อาศัย ได้แก่ รายได้**

ปัจจัยด้านรายได้ การมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นนำมาซึ่งความต้องการที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้น สภาพแวดล้อมดีขึ้น ปลอดภัยมากขึ้น หากแต่ขนาดใหญ่ขึ้นหรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยสมาชิกในครัวเรือนมากกว่า ซึ่งเมื่อคนเราประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่เคยตั้งไว้แล้วนั้น สิ่งต่อไปที่มองหา คือที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง เมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น นอกจากที่อยู่อาศัยที่ตนมีไว้พักอาศัยแล้ว การมองที่อยู่อาศัยหลังต่อ ๆ ไปก็จะตามมา จากข้อมูลทั้งหมด กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตมักจะซื้อที่ดินไว้ก่อน แล้วจึงตัดสินใจต่อไปว่าจะจัดการที่ดินที่ตนซื้อไว้อย่างไรให้เหมาะสมที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่มีความต้องการมีที่พักอาศัยอยู่ในบริเวณเดียวกับที่ทำงานของตนเอง เนื่องจากไม่ต้องการเสียเวลาในการเดินทาง และสามารถทุ่มเทกับงานของตนได้เต็มที่ จะเห็นได้ว่ารายได้มีความสัมพันธ์กับการเลือกที่อยู่อาศัย เมื่อมีรายได้มากขึ้น โอกาสของการเลือกลักษณะที่อยู่อาศัย ทำเล เพื่อให้ตรงกับความพึงพอใจก็จะได้รับการตอบสนองมากขึ้น

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยทางด้านสังคมที่ส่งผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย ได้แก่ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน อายุ และภูมิลำเนา

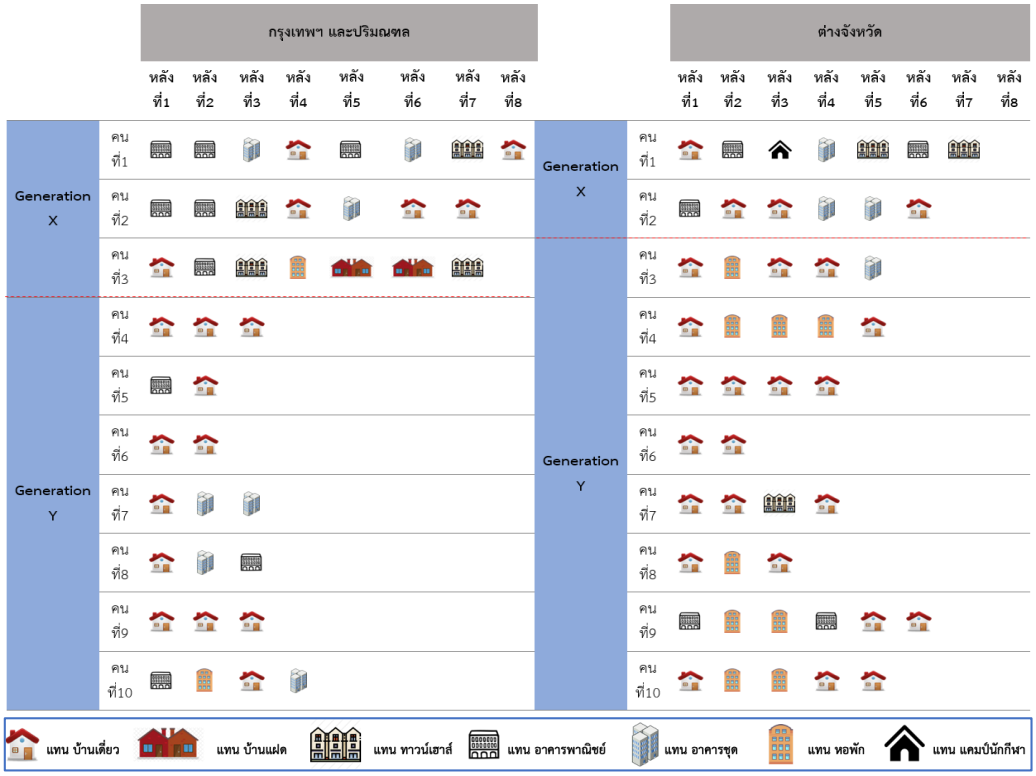
ปัจจัยด้านสมาชิกครัวเรือน จากตาราง 3 ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 500 ล้านบาท/ปี จะมีการเลือกลักษณะที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน โดยมีปัจจัยของจำนวนสมาชิกครัวเรือนเป็นตัวกำหนด จะเห็นว่าผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตคนที่ 9 มีจำนวนสมาชิกครัวเรือนเพียง 2 คน จึงเลือกลักษณะที่อยู่อาศัยแบบอาคารชุด โดยให้เหตุผลว่าต้องการอยู่ในเมือง และชอบความสะดวกสบาย ในขณะที่คนที่ 2, 9 และ 13 ยอมที่จะย้ายออกมาอยู่บริเวณชานเมืองแต่ต้องการมีพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านที่ใหญ่ขึ้นเนื่องจากจำนวนสมาชิกภายในครัวเรือนมีมากกว่า 2 คน ดังนั้น ปัจจัยสมาชิกภายในครัวเรือนจะเป็นตัวกำหนดขนาด และลักษณะที่อยู่อาศัย กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จที่มีจำนวนสมาชิกครัวเรือนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปจะนิยมที่อยู่อาศัยลักษณะบ้านเดี่ยว และนิยมทาวน์เฮาส์หรืออาคารชุดหากมีสมาชิกครัวเรือนต่ำกว่า 3 คน ทั้งนี้ นอกจากสมาชิกครัวเรือนจะเป็นสาเหตุในการเลือกลักษณะที่อยู่อาศัยแล้วยังมีปัจจัยอื่น ๆ ประกอบด้วย เช่น ธุรกิจที่ตนทำ ภูมิลำเนา เป็นต้น



แผนภูมิ 2 แสดงช่วงอายุและจำนวนในการย้ายที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จกรณีศึกษา

จากแผนภูมิ 2 จะเห็นความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุและภูมิลำเนา ซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้

<u>ปัจจัยด้านภูมิลำเนา</u> ผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดจะย้ายที่อยู่อาศัยในช่วงวัยใกล้ ๆ กัน คือวัยเรียน ในขณะที่ช่วงอายุในการย้ายที่อยู่อาศัยของผู้ที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่กรุงเทพฯ และปริมณฑล จะแตกต่างกันเนื่องจากสาเหตุในการย้ายที่อยู่อาศัยมิได้มาจากการเปลี่ยนสถานที่เรียนเพียงอย่างเดียว หากแต่มีสาเหตุอื่นร่วมด้วย เช่น สภาพแวดล้อม การทำธุรกิจของครอบครัว เป็นต้น โดยเปรียบเทียบกับพฤติกรรม Generation X และ Y ของผู้ที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ดังภาพ 2



ภาพ 2 แสดงการย้ายที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตกรณีศึกษาที่แบ่งตามพื้นที่ภูมิลำเนาเดิมและช่วงอายุ

<u>ปัจจัยด้านอายุ</u> จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 20 คน สามารถแบ่งตามกลุ่มอายุได้เป็น Generation X ได้แก่ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 39 - 45 ปี และ Generation Y ได้แก่ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 19 – 38 ปี ซึ่งจะเห็นว่า Generation X และ Y มีการย้ายที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ Generation X จะมีการย้ายที่อยู่อาศัยบ่อยกว่า Generation Y ซึ่งเฉลี่ยได้ 6 ครั้ง ในขณะที่ Generation Y เฉลี่ยได้ 3 ครั้ง โดยสาเหตุในการย้ายแต่ละครั้งมากจากการทำธุรกิจของครอบครัว สถานภาพ ณ ขณะนั้น และสภาพแวดล้อม นอกจากนี้ผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตของแต่ละช่วงอายุนั้นจะมีที่อยู่อาศัยในลักษณะที่แตกต่างกัน

จากผลทั้งหมดแสดงให้เห็นว่าผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านสังคมมากกว่าปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากสาเหตุในการย้ายที่อยู่อาศัยและเลือกที่อยู่อาศัยใหม่นั้นผู้ประสบความสำเร็จในชีวิต จะให้ความสำคัญกับครอบครัวมากที่สุด โดยมีความเป็นส่วนตัว และความปลอดภัยเป็นลำดับถัดมา แต่ปัจจัยด้านเศรษฐกิจก็มีผลเกี่ยวเนื่อง หากไม่มีรายได้ที่ดีขึ้นสิ่งจูงใจในการซื้อที่อยู่อาศัยไม่ว่าจะหลังแรก หลังที่ 2 หรือหลังถัดไปก็จะยังไม่เกิด

วัตถุประสงค์ที่ 2 วิเคราะห์พฤติกรรมและแนวโน้มการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิต กล่าวได้ว่ากลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตจากรายการอายุน้อยร้อยล้านนั้นเป็นกลุ่มที่ประสบความสำเร็จจากการสร้างธุรกิจด้วยตนเอง หรือพลิกสถานการณ์ธุรกิจที่กำลังประสบปัญหาให้สามารถกลับมาฟื้นตัวได้อีกครั้ง ดังนั้น ธุรกิจที่กลุ่ม ๆ นี้ทำจึงสำคัญมาก เนื่องจากส่งผลต่อพฤติกรรมในการเลือกที่อยู่อาศัย

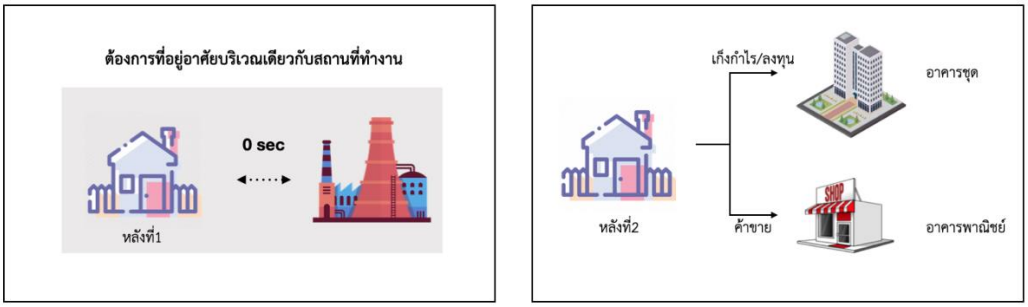
ตาราง 2 แสดงช่วงที่ประสบความสำเร็จในชีวิตของกรณีศึกษาจำนวน 20 คนต่อการเลือกและการวางแผนที่อยู่อาศัย

ขั้นของช่วงในการประสบความสำเร็จในชีวิต	ลักษณะที่อยู่อาศัยที่เลือกและการวางแผนที่อยู่อาศัย
1. ช่วงก่อนประสบความสำเร็จ	ห้องชุด ห้องเช่าราคาถูก อยู่เขตชั้นในของเมือง
2. ช่วงประสบความสำเร็จ	บ้านตนเอง เช่น บ้านเดี่ยวอยู่ใกล้ที่ทำงาน
3. ช่วงหลังประสบความสำเร็จ	บ้านตนเอง ขนาดใหญ่ขึ้น + ที่อยู่อาศัย(กรรมสิทธิ์ตนเอง)เพิ่มเติม
4. ช่วงเกษียณ	ปลูกบ้านเองที่ภูลำเนาเดิม หลีกเลี่ยงความวุ่นวาย

จากตาราง 2 แสดงให้เห็นว่าช่วงก่อนประสบความสำเร็จ ช่วงประสบความสำเร็จ และช่วงหลังประสบความสำเร็จในธุรกิจนั้น ๆ กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตจะมีการเปลี่ยนหรือย้ายที่อยู่อาศัย ซึ่งหมายความว่าการประสบความสำเร็จในชีวิตนั้นเป็นปัจจัยหนึ่งที่ก่อให้เกิดการความต้องการที่อยู่อาศัย โดยกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตจะมีการย้ายที่อยู่อาศัยในขนาดที่ใหญ่ขึ้น นอกจากนี้ที่ยังมีความต้องการที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองเพิ่มเติมด้วย จากข้อมูลทั้งหมดแสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตนั้นมีที่อยู่อาศัยมากกว่า 1 หลัง ซึ่งสาเหตุนั้นมีด้วยกัน 2 ประการ คือ

1) ซื้อเพื่อเก็งกำไร และซื้อเพื่อลงทุน เมื่อผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตซื้อบ้านหลังจากประสบความสำเร็จเพื่ออยู่อาศัยแล้วนั้น ผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตจะยังมีความต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มเติม โดยที่อยู่อาศัยในหลังที่ 2 และหลังถัด ๆ ไปจะเป็นการซื้อเพื่อเก็งกำไร หรือลงทุน ซึ่งส่วนใหญ่จะชอบลงทุนมากกว่าเนื่องจากได้มีกรรมสิทธิ์เป็นของตนเอง อีกทั้งยังสามารถใช้สอยได้ตามความต้องการ โดยผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตมีการซื้ออสังหาริมทรัพย์สำหรับลงทุนคิดเป็นร้อยละ 30 ซึ่งส่วนใหญ่จะซื้อในบริเวณต่างถิ่น เนื่องจากสามารถใช้เป็นที่พักผ่อนของตนได้ด้วย อีกทั้งยังสามารถใช้เป็นที่พักอาศัยชั่วคราวเมื่อต้องไปทำงานต่างถิ่น โดยมีลักษณะเป็นอาคารชุดบ้าง ทาวน์เฮาส์บ้าง ทั้งนี้ผู้ประสบความสำเร็จจะเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในลักษณะอาคารชุดหากภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ในขณะที่ผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดนอกเหนือจากที่กล่าวมาจะเลือกซื้อเป็นลักษณะทาวน์เฮาส์ เนื่องจากมีความคุ้นเคยกับที่อยู่อาศัยลักษณะนี้ อีกทั้งในต่างจังหวัดบางจังหวัดอาคารชุดยังมีไม่มากนัก ซึ่งหากซื้อเพื่อการลงทุนก็มักจะซื้อลักษณะที่อยู่อาศัยที่คนบริเวณนั้นนิยม

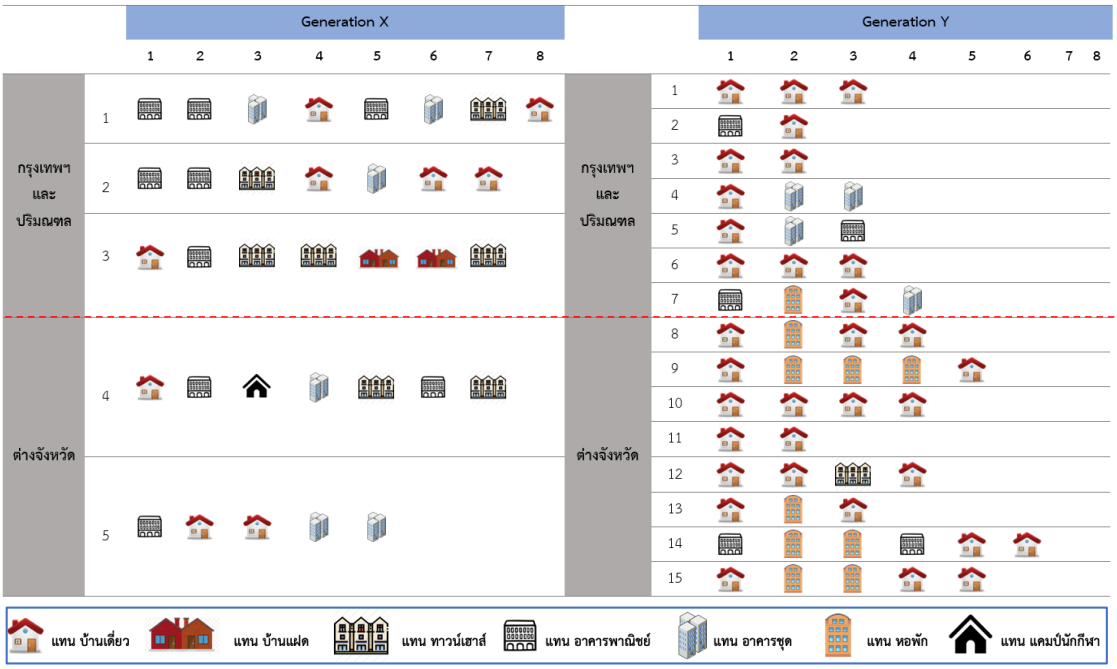
2) ซื้อเพื่อค้าขาย เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตที่สร้างรายได้มหาศาลจากการทำธุรกิจของตนเอง ซึ่งกลุ่ม ๆ นี้จะให้ความสำคัญกับธุรกิจของตนมาก ดังนั้น ไม่ใช่เรื่องแปลกหากผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตกลุ่มนี้จะซื้อที่อยู่อาศัยเพื่อการค้าขายคิดเป็นร้อยละ 30 ส่วนใหญ่ลักษณะที่อยู่อาศัยที่ซื้อเพื่อค้าขายจะเป็นลักษณะอาคารพาณิชย์ หรือทาวน์เฮาส์ โดยมีชั้นล่างเป็นหน้าร้านส่วนชั้นบนเป็นที่อยู่อาศัย ซึ่งผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตจะใช้เป็นที่พัก ณ ช่วงระยะเวลาหนึ่งด้วย แต่มิได้เป็นการอยู่อย่างถาวร เนื่องจากมองว่าในอนาคตมีความต้องการย้ายออกมาเพื่ออยู่อาศัยกับครอบครัวในลักษณะที่อยู่อาศัยที่มีบริเวณมากขึ้น โดยไม่ได้ย้ายออกจากพื้นที่เดิม แต่จะเป็นการสร้างที่อยู่อาศัยใหม่ในพื้นที่เก่า



ภาพ 3 แสดงความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตกรณีศึกษาจำนวน 20 คน

จากภาพ 3 สรุปได้ว่าในการซื้อที่อยู่อาศัยนั้น หากวัตถุประสงค์การใช้ คือการอาศัยหรือพักผ่อน ผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตจะนิยมลักษณะบ้านเดี่ยวมากที่สุด ทว่าหากซื้อเพื่อการเก็งกำไร หรือการลงทุนนั้นจะนิยมลักษณะอาคารชุด และจะนิยมอาคารพาณิชย์หากซื้อเพื่อทำการค้าขาย จะเห็นได้ว่าผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตมีการวางแผนที่ดีเรื่องที่อยู่อาศัย ซึ่งหลังจากประสบความสำเร็จแล้วผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตจะไม่ได้ย้ายที่อยู่อาศัยบ่อยนักเมื่อเทียบกับช่วงก่อนประสบความสำเร็จ เนื่องจาก ที่อยู่อาศัยหลังจากนี้เป็นที่อยู่อาศัยที่มีการวางแผนก่อนที่จะซื้อ ไม่ใช่เพียงความต้องการขั้นพื้นฐานเพื่ออยู่อาศัยเท่านั้น แต่เป็นความต้องการที่อยู่อาศัยเพื่อความมั่นคง สามารถลงหลักปักฐานได้ และมองว่าเป็นที่อยู่อาศัยหลักให้แก่ตนเอง และครอบครัว หากไม่มีปัจจัยใด ๆ มากระทบให้เกิดการย้ายที่อยู่อาศัยใหม่ ถึงแม้ผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตกลุ่มนี้จะยังอายุไม่มาก หรือเรียกได้ว่าประสบความสำเร็จเร็ว หากแต่ในอนาคตก็ไม่ได้มีแนวโน้มที่จะซื้อที่อยู่อาศัยเพื่ออยู่อาศัยเพิ่ม แต่จะเป็นการซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนมากกว่า

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อเสนอแนะลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิต Generation X และ Y



ภาพ 4 แสดงจำนวนการย้ายที่อยู่อาศัย และลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จกรณีศึกษาแบ่งตาม Generation

3.1 ลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จ Generation X จะนิยมที่อยู่ที่อยู่อาศัยในลักษณะทาวน์เฮาส์ในช่วงก่อนประสบความสำเร็จ เนื่องจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ และสังคมที่ได้กล่าวมาข้างต้น และเมื่อประสบความสำเร็จจนมีรายได้ 100 ล้านบาท/ปีแล้วนั้น จะนิยมที่อยู่อาศัยลักษณะบ้านเดี่ยว เนื่องจากต้องการที่อยู่อาศัยที่มีพื้นที่ มีบริเวณในการทำกิจกรรมต่าง ๆ กับครอบครัว

3.2 ลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จ Generation Y จะนิยมที่อยู่อาศัยลักษณะบ้านเดี่ยวทั้งก่อนและหลังประสบความสำเร็จ เนื่องจากเป็นลักษณะที่อยู่อาศัยเดิมของตนและครอบครัว และมีความยึดติดลักษณะที่อยู่อาศัยที่เคยใช้ชีวิตอยู่มา อีกทั้งยังมองไปถึงในอนาคตเรื่องจำนวนสมาชิกครัวเรือนที่จะมีเพิ่มขึ้น โดยมีบางส่วนที่เพิ่งทำการซื้อที่อยู่อาศัยในช่วง 1 – 2 ปีที่ผ่านมา ไม่ได้มีแผนที่จะซื้อที่อยู่อาศัยเพิ่มในอนาคตเพื่ออยู่อาศัย หากแต่มีแผนจะซื้อที่อยู่อาศัยเพิ่มเพื่อการลงทุน และเก็งกำไรในพื้นที่ต่างถิ่น หรือซื้อเพื่อแวะไปตรวจงานตามสาขาธุรกิจของตน

สรุปได้ว่า Generation X และ Y จะมีความแตกต่างกันด้านลักษณะที่อยู่อาศัย โดยก่อนประสบความสำเร็จผู้ประสบความสำเร็จในชีวิต Generation X จะนิยมลักษณะที่อยู่อาศัย คือทาวน์เฮาส์ ในขณะที่ผู้ประสบความสำเร็จในชีวิต Generation Y จะนิยมลักษณะที่อยู่อาศัย คือบ้านเดี่ยว ทั้งนี้ลักษณะที่อยู่อาศัยที่ผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตทั้ง 2 Generation ต้องการในอนาคต หรือหลังประสบความสำเร็จในชีวิตแล้ว คือบ้านเดี่ยว เนื่องจากต้องการที่อยู่อาศัยที่มีบริเวณ สามารถมีพื้นที่ไว้เก็บยานพาหนะ หรือทำกิจกรรมต่าง ๆ อีกทั้งยังเป็นลักษณะที่อยู่อาศัยที่ตอบโจทย์ความต้องการในเรื่องการมีที่อยู่อาศัยบริเวณเดียวกับสถานที่ทำงานมากที่สุด และยังมีปัจจัยจำนวนสมาชิกครัวเรือนที่เป็นตัวกำหนดลักษณะที่อยู่อาศัยตามที่ได้กล่าวมาข้างต้น โดยลักษณะบ้านเดี่ยวที่ต้องการจะเป็นบ้านเดี่ยวที่ปลูกเอง มิใช่การซื้อผ่านโครงการบ้านจัดสรร เนื่องจากต้องการเลือกวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่นำมาใช้ตกแต่งบ้านเอง

อภิปรายผลและข้อค้นพบ

จากการศึกษาพฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัย กรณีศึกษาแขกรับเชิญรายการอายุน้อยร้อยล้าน จำนวน 20 คน สามารถสรุปผลการศึกษาและมีข้อค้นพบ ดังนี้

1) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยด้านสังคมที่ได้กล่าวมาข้างต้น เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกขนาด ลักษณะ และทำเลที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิต โดยจำนวนสมาชิกครัวเรือน และรายได้จะเป็นตัวกำหนดขนาด และลักษณะที่อยู่อาศัยเมื่อมีรายได้มากขึ้น และจำนวนสมาชิกครัวเรือนเพิ่มขึ้น (2 คนขึ้นไป) ลักษณะที่อยู่อาศัยที่ต้องการ คือบ้านเดี่ยว สอดคล้องกับถนอม อังคณะวัฒนา (2534) ที่กล่าวว่าผู้มีรายได้สูงมีความต้องการที่อยู่อาศัยลักษณะบ้านเดี่ยวมากที่สุด นอกจากนี้ปัจจัยด้านภูมิลำเนาก็เป็นตัวกำหนดขนาดที่อยู่อาศัยด้วยเช่นกัน ซึ่งผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตที่มีภูมิลำเนา ได้แก่ กรุงเทพฯ และปริมณฑล จะมีพื้นที่ใช้สอยของที่อยู่อาศัยคิดเป็นร้อยละ 75 ของขนาดที่ดินทั้งหมด และผู้ที่มีภูมิลำเนาต่างจังหวัดคิดเป็นร้อยละ 20 ของขนาดที่ดินทั้งหมด ซึ่งพื้นที่ใช้สอยของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตทั้งหมดมีขนาดที่ไล่เลี่ยกันเฉลี่ย 200 ตารางเมตร โดยผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตที่มีรายได้ 500 ล้านบาท/ปีขึ้นไป จะมีขนาดพื้นที่ใช้สอยของที่อยู่อาศัยมากกว่า 500 ตารางเมตร

2) หากเปรียบเทียบพฤติกรรมในการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้ปานกลาง ผู้มีรายได้สูง และผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตจะเห็นว่า ผู้มีรายได้ปานกลางมีปัจจัยเรื่องรายได้เป็นข้อจำกัด ในขณะที่ผู้มีรายได้สูงมีปัจจัยเรื่องเวลาเป็นข้อจำกัด และผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตจะมีปัจจัยเรื่องเวลาและทำเลเป็นข้อจำกัด โดยผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตจะต้องการมีที่อยู่อาศัยในบริเวณ

เดียวกับสถานที่ทำงาน ซึ่งธุรกิจส่วนใหญ่ที่ผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตคือ ทำธุรกิจระดับอุตสาหกรรม ดังนั้น จึงจำเป็นต้องเลือกทำเลชานเมือง ทว่าผู้มีรายได้สูงจะต้องการที่อยู่อาศัยที่ใกล้ศูนย์กลางของเมือง โดยหลังประสบความสำเร็จในชีวิตคือเมื่อเริ่มมีรายได้มากกว่า 50 ล้านบาท ผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตเริ่มที่จะมีการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัยใหม่ที่ใหญ่ขึ้น มีสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น ซึ่งผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตจะมีการซื้อที่อยู่อาศัยใหม่ที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองในราคา ร้อยละ10 - 15 ของรายได้บริษัท ณ ขณะนั้น และมีการซื้อที่ดิน หรืออาคารเพื่อใช้เป็นสถานที่ทำงานควบคู่ไปด้วย หลังจากซื้อที่อยู่อาศัยใหม่จะไม่มีการขายกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยเดิมของตนแต่จะเก็บเป็นทรัพย์สินส่วนตัว ในขณะที่มนุษย์เงินเดือนจะสามารถซื้อที่อยู่อาศัยได้ในราคาร้อยละ 40 ของรายได้ตนเอง ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดความต้องการที่อยู่อาศัย ทั้งนี้ ในการที่ผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตมีที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองมากกว่า 1 หลังนั้น เนื่องจากต้องการซื้อที่อยู่อาศัยไว้ทำการเก็งกำไร/ลงทุน หรือค้าขาย ซึ่งจะทำการซื้อที่อยู่อาศัยเพิ่มเติมในพื้นที่ต่างถิ่น จะเห็นได้ว่าผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตมีการวางแผนที่ดีเรื่องที่อยู่อาศัย

3) ลักษณะที่อยู่อาศัยที่ผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตทั้ง 2 Generation ต้องการ คือบ้านเดี่ยวที่ปลูกเอง และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ระบบรักษาความปลอดภัย กล้องวงจรปิด พื้นที่สำหรับปลูกต้นไม้ และพื้นที่จอดรถ เป็นต้น ซึ่งความต้องการที่กล่าวมาเป็นความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตในการอยู่อาศัยจริง ในขณะที่ พิมรา เสนาพลสิทธิ์ (2553) กล่าวว่ากลุ่มผู้มีรายได้สูงจะต้องการที่อยู่อาศัยที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น Fitness พื้นที่เลี้ยงสัตว์ และพื้นที่จอดรถ และ สุกิจ ตรัยวนพงศ์ (2539) พบว่ากลุ่มคนวัยทำงานต้องการที่อยู่อาศัยที่อยู่ใกล้ร้านค้า ร้านอาหาร สนามเด็กเล่น หรือสวนสาธารณะ โดยการเลือกที่อยู่อาศัยลักษณะบ้านเดี่ยวของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตนี้ยังตอบสนองเหตุผลที่ว่าต้องการให้มีที่พักอาศัยในบริเวณเดียวกับสถานที่ทำงานมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดหลักเกณฑ์ในการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูงที่กล่าวว่า อรรถประโยชน์ของประชากรรายได้สูงมีเวลาเป็นข้อจำกัดในการเลือกแหล่งที่พักอาศัย ประชากรกลุ่มนี้ต้องการจะลดเวลาที่เสียไปโดยเปล่าประโยชน์ซึ่งได้แก่ เวลาในการเดินทาง เพื่อเพิ่มเวลาในการทำงานหรือพักผ่อน ทั้งนี้ ผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตจะซื้อที่อยู่อาศัยในนามของตนเอง และที่อยู่อาศัยที่ใช้ในการทำธุรกิจในนามของบริษัท ซึ่งผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตจะเลือกที่พักอาศัยบริเวณเดียวกับสถานที่ทำงานแต่อยู่ชานเมือง

ข้อเสนอแนะ

1) ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลจากรายการอายุน้อยร้อยล้านเพื่อเก็บข้อมูลส่วนตัวเบื้องต้นของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิต และทำการติดต่อทางบริษัทของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตเพื่อขอนัดสัมภาษณ์ โดยทางผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ผู้วิจัยเห็นว่าประเด็นที่น่าศึกษาในครั้งต่อไปควรศึกษาเรื่องความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตเพิ่มเติมในเรื่องของรูปแบบ ขนาด การจัดวางตำแหน่ง และฮวงจุ้ย เป็นต้น

2) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยของกลุ่มประชากรอื่น ๆ เช่น กลุ่ม LGBT เป็นต้น

3) ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่องการย้ายที่อยู่อาศัย ซึ่งจำนวนการย้ายที่อยู่อาศัยนั้นจะแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมเรื่องที่อยู่อาศัยของคนไทย ดังนั้น ควรมีการศึกษาเจาะจงเกี่ยวกับจำนวนการย้ายที่อยู่อาศัยเฉลี่ยของคนไทย เนื่องจากยังไม่มีข้อมูลสถิติจากหน่วยงานใดแสดงจำนวนการย้ายที่อยู่อาศัยของคนไทยเลย

บรรณานุกรม

กรุงเทพธุรกิจ. [ม.ป.ป.]. *เจาะลึกพฤติกรรม 'ผู้บริโภคยุค4.0.'* สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2562, จาก https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/760750/

โชคชัย สีนิลแท้. (2561, 3 กรกฎาคม). *แห่เปิดบ้านหรูหนีตลาดล่าง.* สืบค้นจาก โพสต์ทูเดย์ www.posttoday.com>property

The secret sauce. [ม.ป.ป.]. *อายุน้อยร้อยล้าน รายการทีวีที่กลายเป็นแบรนด์ แล้วต่อยอดให้ฐานแฟนได้อีกหลายธุรกิจ.* สืบค้นเมื่อ 24 กรกฎาคม 2562, จาก https://thestandard.co/podcast/thesecretsauce15/

ถนอม อังคณะวัฒนา. (2534). *ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยแบบอาคารชุดพักอาศัยของผู้มีรายได้สูงในเขตชั้นกลางถึงชั้นในของกรุงเทพมหานคร.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

บุญชม ศรีสะอาด. (2535). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ประภาภรณ์ เชี่ยวชาญ. (9 กรกฎาคม 2562). *สัมภาษณ์.*

พชร สุลักษณ์อนวัช. (2559). *ความสำเร็จในอาชีพ เชาน์อารมณ์ และความพึงพอใจในชีวิต โดยมีความภาคภูมิใจในตนเอง เป็นตัวแปรสื่อของพนักงานระดับปฏิบัติการ กรณีศึกษา: บริษัทโทรคมนาคมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

พิมรา เสนาพลสิทธิ์. (2553). *พฤติกรรมการอยู่อาศัยในอาคารชุดระดับราคาสูงของกลุ่มยัปปี้บริเวณสุขุมวิท เขตวัฒนา.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

Moneyhub. [ม.ป.ป.]. *มาตรวัด ความสำเร็จในชีวิตการทำงาน มีอะไรบ้าง*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2562, จาก https://moneyhub.in.th/article/successful-measurement/

วีณา ถิระโสภณ. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

ศรัณพร อินทร์ใจเอื้อ. (2559). *ทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวของประชากรในแต่ละช่วงอายุในกรุงเทพมหานคร.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

ศุภฤกษ์ มัลลิกะมาลย์. (2524). *แนวโน้มการพัฒนาเคหการในเขตกรุงเทพมหานคร(ด้านตะวันออกและตะวันออกเฉียงเหนือ).* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

Stock2morrow. [ม.ป.ป.]. *ภาระหนี้ครัวเรือน ภัยร้ายเศรษฐกิจไทย.* สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2562, จาก https://stock2morrow.com/discuss/room/1/topic/13151

สุกิจ ตรัยวนพงศ์. (2539). *ความต้องการที่อยู่อาศัยของคนทำงานย่านถนนสาธร.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Gattiker, U. E., & Larwood, L. (1986). Subjective career success: A study of managers and support personnel. *Journal of Business and Psychology, 1*, 78 -94.

Goodall, B. (1972). *The economics of urban areas.* Oxford: Pergamon.