

## บทที่ 5

### การจัดอันดับองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมและการนำมาประยุกต์ใช้ กับแนวความคิดด้านการรับรู้ของผู้บริโภค

ในด้านการจัดอันดับองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม และการนำมาประยุกต์ใช้กับแนวความคิดด้านการรับรู้ของผู้บริโภคในการวิจัยครั้งนี้ ได้แบ่งเนื้อหาการวิเคราะห์ออกเป็นสองส่วน ซึ่งประกอบด้วย

1. วิเคราะห์และจัดอันดับองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมทั้ง 10 ประเภท
2. วิเคราะห์การประยุกต์ใช้กับแนวความคิดด้านการรับรู้ของผู้บริโภคเปรียบเทียบกับความพึงพอใจในผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม

#### 5.1 วิเคราะห์และจัดอันดับองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมทั้ง 10 ประเภท

จากการทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเรื่อง ความสามารถในการจัดจำองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมทั้ง 10 ประเภทดังแสดงในตารางที่ 4.6 พบว่าผู้บริโภคมีความสามารถในการจัดจำองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมแต่ละประเภทไม่เท่ากัน โดยสามารถแบ่งกลุ่มขององค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมเมื่อวัดจากระดับการจดจำได้เป็น 4 กลุ่มเรียงตามลำดับดังนี้

1. กลุ่มที่มีการรับรู้ และจดจำมากที่สุด ได้แก่ รูปแบบทางสถาปัตยกรรม
2. กลุ่มที่มีการรับรู้ และจดจำมาก ได้แก่ รูปทรง การวางผัง การจัดวางองค์ประกอบหลังคา ชุ่มน้ำและการเดินบัวปูน
3. กลุ่มที่มีการรับรู้ และจดจำปานกลาง ได้แก่ สีและรูปร่าง
4. กลุ่มที่มีการรับรู้ และจดจำน้อย ได้แก่ วัสดุและราว ระแนง

จากการแบ่งกลุ่มจะพบว่า องค์ประกอบที่มีผลต่อการรับรู้ และจดจำที่อยู่ในกลุ่มที่มีระดับการจดจำมาก และมากที่สุดนั้นส่วนใหญ่จะเป็นองค์ประกอบที่นำเสนอในภาพรวม ทั้งนี้เนื่องมาจากการรับรู้ของผู้บริโภคนั้นมักมองหาความสมบูรณ์ของสิ่งที่พบเห็น (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, 2541, น. 39) ซึ่งองค์ประกอบที่นำเสนอในภาพรวมย่อมสื่อถึงความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ผู้บริโภคจะเห็นได้ดีกว่าองค์ประกอบเฉพาะส่วน ซึ่งสอดคล้องกับประเภทขององค์ประกอบที่ต้องนำเสนอ

ออกมาในภาพรวม จึงทำให้การรับรู้เป็นไปอย่างชัดเจนและจดจำได้ดีซึ่งต่างจากองค์ประกอบที่นำเสนอเฉพาะส่วนที่ใช้การรับรู้เฉพาะส่วนจึงไม่สามารถสร้างความเป็นองค์รวมได้ ส่งผลทำให้ผลการจดจำในภาพรวมมีน้อยกว่า

นอกจากนี้ องค์ประกอบที่นำเสนอในภาพรวมยังมีสิ่งรบกวนการรับรู้มีน้อยกว่า เช่นในกรณีของการสร้างการรับรู้ด้านภาวะแรง จะพบว่ายังมีองค์ประกอบที่อยู่ในสถานะใกล้เคียงกันอีกหลายประเภทเช่น ชุ่มหน้า วัสดุ แต่เมื่อสร้างการรับรู้ในภาพรวมสิ่งแปลกปลอมที่จะสร้างความสับสนในการรับรู้จะมีน้อยกว่า

สำหรับองค์ประกอบด้านรูปแบบทางสถาปัตยกรรม ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีการรับรู้และจดจำที่ดีที่สุดนั้น อาจเนื่องมาจากการที่รูปแบบทางสถาปัตยกรรมเป็นองค์ประกอบที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้ถึงภาพลักษณ์ และเชื่อมโยงกับความคิดทางจิตได้ง่ายเพราะ รูปแบบทางสถาปัตยกรรมเป็นสิ่งที่จับต้องได้ มีลักษณะปรากฏทางกายภาพ (physical appearances) มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน (คลาสสิก โมเดิร์น บาโรค ฟันถิ่น) และขอบเขตการรับรู้อยู่ในระดับที่ไม่เกินความคาดหวังของผู้บริโภค (เพราะเป็นองค์ประกอบที่เคยได้รับการนำมาใช้ในอดีตแล้ว) โดยการที่องค์ประกอบใด ๆ สามารถทำให้ผู้บริโภครับรู้ข้อมูลได้ตรงกับที่ตนเองคิดยอมทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจ และจดจำ (Schiffman and Kanuk, 1991, pp.160) นอกจากนี้รูปแบบทางสถาปัตยกรรมยังมีลักษณะเฉพาะตัวที่สามารถสื่อถึงภาพลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างกัน (คลาสสิก - ความหรูหรา) จึงทำให้ผู้บริโภคเข้าใจความหมายได้ดีกว่าองค์ประกอบ

องค์ประกอบที่นำเสนอเฉพาะส่วนที่มีการจดจำดีที่สุดได้แก่องค์ประกอบหลังคา ทั้งนี้เนื่องมาจากหลังคาอยู่ในตำแหน่งที่ผู้บริโภคสามารถเห็นได้ชัด และในขณะเดียวกันก็เป็นองค์ประกอบที่มีขนาดใหญ่จึงทำให้ผู้บริโภครับรู้ได้ดี

ในกลุ่มที่มีระดับการรับรู้และจดจำน้อยที่สุดนั้นพบว่า องค์ประกอบที่มีระดับการรับรู้และจดจำน้อยที่สุดได้แก่ราว ระแนง ทั้งนี้ เนื่องมาจากราวระแนงเป็นองค์ประกอบที่มีขนาดเล็กมีพื้นที่การใช้น้อยเมื่อเทียบกับองค์ประกอบอื่น ๆ และในขณะเดียวกันเป็นองค์ประกอบที่ไม่สามารถสื่อสารข้อมูลหรือภาพลักษณ์ของตนเองได้จึงทำให้ระดับการจดจำอยู่ในระดับต่ำ

## 5.2 วิเคราะห์การประยุกต์ใช้กับแนวความคิดด้านการรับรู้ของผู้บริโภค เปรียบเทียบกับความชอบของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม

จากการทำการศึกษาในเรื่อง ความชื่นชอบในการนำเอาองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม ทั้ง 10 ประเภทมาใช้ในการออกแบบที่เน้นสร้างการรับรู้และการจดจำ กลุ่มผู้บริโภคที่ทำการศึกษามีทั้งหมด 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้คาดหวังความเป็นผู้นำ และกลุ่มชนชั้นกลาง (ดลชัย บุญยะรัตนเวช, 2546, น. 121-122) ซึ่งทั้งสองกลุ่มจะเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มในการซื้อบ้านจัดสรรระดับกลางมากที่สุด การทำการเปรียบเทียบนั้น จะเป็นการเปรียบเทียบความชอบสูงสุดที่ผู้บริโภคแต่ละกลุ่มมีต่อลักษณะการนำเอาองค์ประกอบทั้ง 10 ประเภทมาใช้ในการออกแบบเพื่อสร้างการจดจำ ผลที่ได้เป็นดังนี้

### 5.2.1 องค์ประกอบด้านรูปร่าง

ด้านองค์ประกอบด้านรูปร่างพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มผู้คาดหวังความเป็นผู้นำมีความชอบการออกแบบที่มีลักษณะสูงเร้าสูงและใช้รูปร่างอาคารที่มีความแตกต่างกล่าวคือ ใช้รูปร่างอาคารที่ไม่ใช่สี่เหลี่ยมผืนผ้าและมีการจัดวางแบบคาดเดาไม่ได้ ดังแสดงในภาพผลงานของแฟรงค์ แกร์รี่ ซึ่งมีลักษณะการออกแบบโดยใช้รูปร่างและการจัดวางที่มีความแตกต่างคาดเดาไม่ได้

ภาพที่ 5.1

ผลงานของแฟรงค์ แกร์รี่ (Frank Gehry)



ที่มา: Ken Conley, 2009.

ในผู้บริโภครุ่นกลุ่มชนชั้นกลางพบว่า มีความชอบที่แตกต่างกับกลุ่มผู้มุ่งหวังความเป็นผู้นำคือ กลุ่มชนชั้นกลางมีความชอบการใช้รูปร่างอาคารที่ไม่มีความแตกต่าง และมีระดับสิ่งเร้าต่ำ กล่าวคือ กลุ่มชนชั้นกลางชอบรูปแบบอาคารแบบสี่เหลี่ยมที่มีการจัดวางอย่างเรียบง่ายคาดเดาได้ดังแสดงในภาพที่เป็นงานสถาปัตยกรรมสไตล์โมเดิร์น

ภาพที่ 5.2

งานสถาปัตยกรรมสไตล์โมเดิร์น



ที่มา: architecture lab, 2009.

### 5.2.2 องค์ประกอบด้านรูปทรง

ด้านองค์ประกอบด้านรูปทรงพบว่า กลุ่มผู้มุ่งหวังความเป็นผู้นำและกลุ่มชนชั้นกลางมีความชอบแบบเดียวกันคือ การใช้รูปร่างทรงอาคารที่ไม่มีความแตกต่างและมีระดับสิ่งเร้าสูง กล่าวคือ ใช้รูปทรงอาคารสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่มีความยาวและกว้างไม่ต่างกันมากนัก และใช้การจัดวางองค์ประกอบที่คาดเดาไม่ได้ดังภาพที่ 5.3 ซึ่งแสดงรูปแบบบ้านสไตล์ร่วมสมัยที่มีการใช้เสาจัดแบ่งรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้าของตัวอาคารให้มีขนาดที่แตกต่างกัน

ภาพที่ 5.3  
บ้านสไตล์ร่วมสมัย

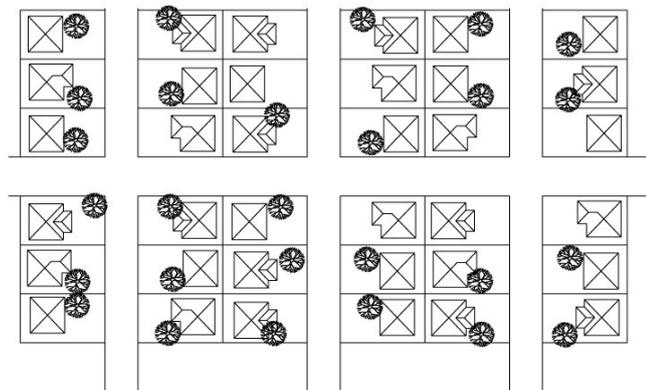


ที่มา: Nancy Staab, 2009.

### 5.2.3 องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมด้านการวางผังโครงการ

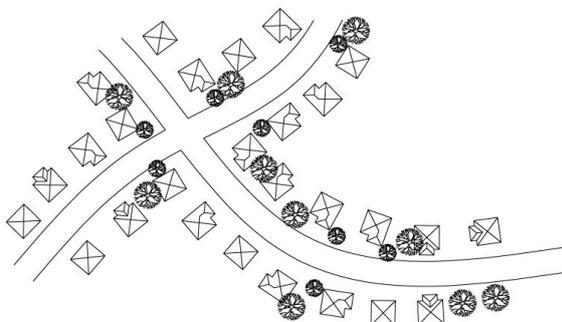
ด้านการจัดวางผังโครงการพบว่า กลุ่มผู้มุ่งหวังความเป็นผู้นำมีความชอบ 2 รูปแบบด้วยกันคือ การวางผังที่ไม่แตกต่างและมีระดับสิ่งเร้าต่ำหรือการวางผังตามแนวกริดเหมือนบ้านจัดสรรทั่วไป และการวางผังที่ไม่มีความแตกต่างและมีระดับสิ่งเร้าสูงคือ การวางผังแบบตามแนวถนนแต่มีการวางยูนิตบ้านที่เหลื่อมล้ำกันดังภาพที่ 5.4 และ 5.5

ภาพที่ 5.4  
ลักษณะการวางผังตามแนวกริด



ภาพที่ 5.5

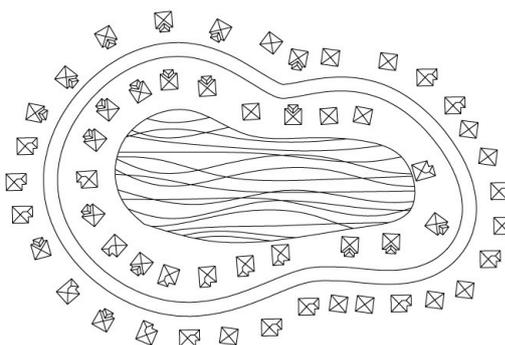
ลักษณะการวางผังแบบตามแนวถนนแต่มีการวางยูนิตบ้านที่เหลื่อมล้ำกัน



ในผู้บริโภคร่วมชนชั้นกลางพบว่ารูปแบบการวางผังแบบมีความแตกต่าง และระดับ  
 สิ่งเ้าสูงเป็นที่ชื่นชอบสูงสุดกล่าวคือ การวางผังที่ไม่ใช่การวางตามแนวกริด และในขณะเดียวกัน  
 ก็มีการจัดวางบ้านให้เหลื่อมล้ำกันด้วยดังภาพ

ภาพที่ 5.6

ลักษณะการวางผังแบบที่ไม่ใช่การวางตามแนวกริด  
 และมีการจัดวางบ้านให้เหลื่อมล้ำกัน

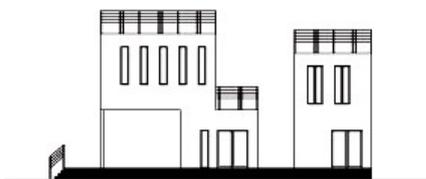


#### 5.2.4 องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมประเภทการจัดวางองค์ประกอบ

พบว่ากลุ่มผู้มุ่งหวังความเป็นผู้นำมีความชอบลักษณะการจัดวางองค์ประกอบที่มี  
 ความแตกต่าง และระดับสิ่งเ้าสูงหมายถึงลักษณะอาคารที่จัดวางอย่างคาดเดาไม่ได้ และ  
 ขนาดหรือรูปแบบของอาคารมีความแตกต่างกันดังแสดงในภาพ

ภาพที่ 5.7

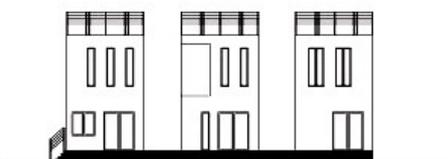
ลักษณะอาคารที่จัดวางอย่างคาดเดาไม่ได้



ในขณะที่ผู้บริโภคลุ่มชนชั้นกลางมีความชอบการจัดวางองค์ประกอบแบบที่ไม่มีความแตกต่างและมีการคาดเดาได้ คือการวางอาคารเป็นแนวเรียงต่อกันในแนวตรงดังภาพ

ภาพที่ 5.8

ลักษณะการจัดวางองค์ประกอบแบบที่ไม่มีความแตกต่างและมีการคาดเดาได้



#### 5.2.5 องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมประเภทรูปแบบทางสถาปัตยกรรม

พบว่า กลุ่มผู้บริโภคทั้งสองกลุ่มมีความชอบแบบเดียวกันคือ การใช้รูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่ไม่มีความแตกต่าง และมีการจัดวางแบบสิ่งเร้าสูง กล่าวคือ ผู้บริโภคชอบรูปแบบบ้านแบบร่วมสมัยที่มีการออกแบบรูปด้านที่ไม่เหมือนกันดังภาพบ้านจัดสรรที่มีการออกแบบให้มีการเชื่อมล้ำกันของมุขหน้า

ภาพที่ 5.9

บ้านจัดสรรที่มีการออกแบบให้มีการเชื่อมต่อลิ้งค์กันของมุขหน้า



ที่มา: Fancy InterService Co.,Ltd, 2552.

#### 5.2.6 องค์ประกอบด้านสี

พบว่าผู้บริโภคกลุ่มมุ่งหวังความเป็นผู้นำชอบการใช้สีแบบที่ไม่มีความแตกต่าง และมีการกระตุ้นต่ำคือ ชอบการใช้สีในกลุ่มสีครีม ขาว น้ำตาล เทา และชอบการใช้สีเพียงกลุ่มสีเดียวกับอาคารดังแสดงในภาพบ้านจัดสรรที่มีการใช้สีโทนเดียว

ภาพที่ 5.10

บ้านจัดสรรที่มีการใช้สีโทนเดียว



ที่มา: บ้านน่าอยู่ดอกทศอม, 2552.

ในขณะที่กลุ่มชนชั้นกลางกลับมีความชอบการใช้สีที่ไม่มี ความแตกต่างแต่มีระดับสูง ไร้สูง กล่าวคือชอบบ้านที่มีการใช้สีกลุ่มสีครีม ขาว น้ำตาล และเทา ประกอบกันมากกว่า 1 สี เช่น โครงการแสนสิริ สุขุมวิท

ภาพที่ 5.11

โครงการแสนสิริ สุขุมวิท



ที่มา: บริษัทแสนสิริ จำกัด (มหาชน), 2552.

#### 5.2.7 องค์ประกอบประเภทวัสดุ

พบว่า กลุ่มผู้บริโภคทั้งสองมีความชอบในลักษณะการใช้แบบเดียวกันคือ การใช้วัสดุที่มีความแตกต่าง และจัดวางแบบสิ่งไร้สูง คือการใช้วัสดุที่ไม่ใช่ผนังปูนฉาบเรียบหรือแผ่นไม้เทียม และจัดวางในตำแหน่งที่แตกต่างกันของอาคารดังรูป

ภาพที่ 5.12

ลักษณะการใช้วัสดุที่มีความแตกต่างและจัดวางแบบสิ่งไร้สูง



### 5.2.8 องค์ประกอบประเภทหลังคา

พบว่ากลุ่มผู้มุ่งหวังความเป็นผู้นำมีความชอบรูปแบบหลังคาที่ไม่มีความแตกต่าง และมีการจัดวางแบบสิ่งเร้าต่ำ คือการใช้หลังคาทรงปั้นหยาหรือจั่วที่เป็นหลังคาเดียวไม่มีการยื่นมุขหรือซ้อนชั้นดังภาพบ้านจัดสรรโครงการชวนชื่น ประชาอุทิศ

ภาพที่ 5.13

บ้านจัดสรรโครงการชวนชื่น ประชาอุทิศ



ที่มา: Hometophit, 2552.

ในขณะที่กลุ่มชนชั้นกลางมีความชอบการใช้หลังคาที่ไม่มีความแตกต่างแต่มีสิ่งเร้าสูงคือใช้หลังคาแบบจั่วหรือปั้นหยาที่มีการซ้อนชั้นหรือยื่นมุขเป็นต้นดังภาพโครงการแสนสิริ สุขุมวิท

ภาพที่ 5.14

โครงการแสนสิริ สุขุมวิท



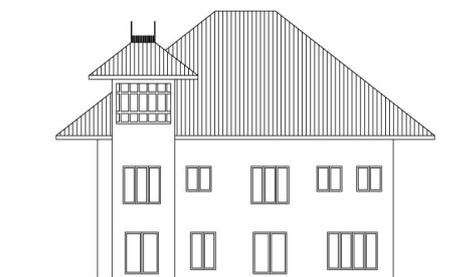
ที่มา: บริษัทแสนสิริ จำกัด (มหาชน), 2552.

### 5.2.9 องค์ประกอบประเภทซุ้มหน้าและการเดินบัว

พบว่ากลุ่มผู้บริโภครทั้งสองกลุ่มมีความชอบรูปแบบเดียวกันคือ การใช้ซุ้มอาคารที่มีความแตกต่าง และมีการจัดวางแบบการกระดุนสูง หมายถึงการออกแบบซุ้มอาคารที่ไม่ใช่การเดินบัวแบบร่วมสมัย และมีการจัดวางที่คาดเดาไม่ได้ดังภาพ

ภาพที่ 5.15

ลักษณะการใช้ซุ้มอาคารที่มีความแตกต่างและมีการจัดวางแบบการกระดุนสูง

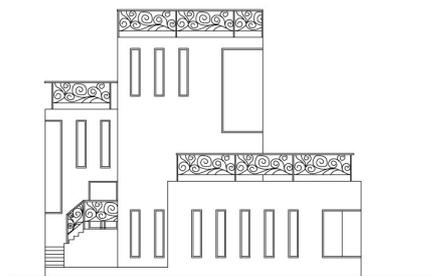


### 5.2.10 องค์ประกอบประเภทราว ระแนง

กลุ่มผู้บริโภครทั้งสองกลุ่มมีความชอบรูปแบบเดียวกันคือ การใช้ระแนงที่มีความแตกต่าง และมีการจัดวางแบบสิ่งเร้าต่ำคือ การใช้ระแนงที่ไม่ใช่เหล็กวาระเบียงในแนวตั้งหรือแนวนอน และมีการใช้กับทุกส่วนที่ควรมีราวดังภาพ

ภาพที่ 5.16

ลักษณะการใช้ระแนงที่มีความแตกต่างและมีการจัดวางแบบสิ่งเร้าต่ำ



จากการทำการสำรวจพบว่าผู้บริโภครทั้งสองกลุ่มมีความชอบในการใช้เหมือนและแตกต่างกันในแต่ละองค์ประกอบซึ่งสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1  
การจัดอันดับองค์ประกอบและลักษณะการนำมาใช้  
ที่สร้างความชื่นชอบให้กับผู้บริโภคสูงสุด

ลักษณะการใช้	ลักษณะการใช้ที่สร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภคกลุ่มมุ่งหวังความเป็นผู้นำ	ลักษณะการใช้ที่สร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภคกลุ่มชนชั้นกลาง
อันดับองค์ประกอบ		
<u>องค์ประกอบที่มีการจดจำได้มากที่สุด</u> -รูปแบบทางสถาปัตยกรรม	รูปแบบบ้านแบบร่วมสมัยที่มีการออกแบบรูปด้านที่ไม่เหมือนกัน	รูปแบบบ้านแบบร่วมสมัยที่มีการออกแบบรูปด้านที่ไม่เหมือนกัน
<u>องค์ประกอบที่มีการจดจำได้มาก</u> -รูปทรง	รูปทรงอาคารสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่มีความยาวและกว้างไม่ต่างกันมากนักและใช้การจัดวางองค์ประกอบที่คาดเดา	รูปทรงอาคารสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่มีความยาวและกว้างไม่ต่างกันมากนักและใช้การจัดวางองค์ประกอบที่คาดเดา
-การวางผัง	วางผังตามแนวกริดเหมือนบ้านจัดสรรทั่วไป หรือการวางผังแบบตามแนวถนน แต่มีการวางยูนิตบ้านที่เหลื่อมล้ำกัน	การวางผังที่ไม่ใช่การวางตามแนวกริดและในขณะเดียวกันก็มีการจัดวางบ้านให้เหลื่อมล้ำกัน
-การจัดวางองค์ประกอบ	อาคารที่จัดวางอย่างคาดเดาไม่ได้และขนาดหรือรูปแบบของอาคารมีความแตกต่างกัน	การวางอาคารเป็นแนวเรียงต่อกัน
-หลังคา	การใช้หลังคาทรงปั้นหย่าหรือจั่วที่เป็นหลังคาเดี่ยวไม่มีการยื่นมุขหรือซ้อนชั้น	หลังคาแบบจั่วหรือปั้นหย่าที่มีการซ้อนชั้นหรือยื่นมุข
-ชั่มหน้าและการเดินบันไดปูน	ชั่มอาคารที่ไม่ใช่การเดินบันไดแบบร่วมสมัยและมีการจัดวางที่คาดเดาไม่ได้	ชั่มอาคารที่ไม่ใช่การเดินบันไดแบบร่วมสมัยและมีการจัดวางที่คาดเดาไม่ได้

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ลักษณะการใช้	ลักษณะการใช้ที่สร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภครุ่นมั่งหวังความเป็นผู้นำ	ลักษณะการใช้ที่สร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภครุ่นชนชั้นกลาง
อันดับองค์ประกอบ		
<u>องค์ประกอบที่มีการจัดจำปานกลาง</u>		
-สี	ใช้สีในกลุ่มสีครีม ขาว น้ำตาล และเทา และชอบการใช้สีเพียงกลุ่มสีเดียว	ใช้สีกลุ่มสีครีม ขาว น้ำตาล และเทา ประกอบกันมากกว่า 1 สี
-รูปร่าง	อาคารที่ไม่ใช้สีที่เคลือบพื้นผิวและมีการจัดวางแบบคาดเดาไม่ได้	อาคารแบบสีที่เคลือบที่มีการจัดวางอย่างเรียบง่ายคาดเดาได้
<u>องค์ประกอบที่มีการจัดจำน้อย</u>		
-วัสดุ	ใช้วัสดุที่ไม่ใช่ผนังปูนฉาบเรียบหรือแผ่นไม้เทียมและจัดวางในตำแหน่งที่แตกต่างกัน	ใช้วัสดุที่ไม่ใช่ผนังปูนฉาบเรียบหรือแผ่นไม้เทียมและจัดวางในตำแหน่งที่แตกต่างกัน
-ราว ระเบียง	ใช้ระแนงที่ไม่ใช่เหล็กวาระเบียงในแนวตั้ง/นอนและมีการใช้กับทุกส่วนที่ควรมี	ใช้ระแนงที่ไม่ใช่เหล็กวาระเบียงในแนวตั้ง/นอนและมีการใช้กับทุกส่วนที่ควรมี

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ และจัดจำองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมทั้ง 10 ประเภทพบว่าองค์ประกอบที่มีการรับรู้ และจัดจำได้ดีที่สุดได้แก่องค์ประกอบด้านรูปแบบทางสถาปัตยกรรม องค์ประกอบที่มีการรับรู้ และจัดจำน้อยที่สุดคือองค์ประกอบประเภทราว ระเบียง เมื่อดูแนวโน้มด้านการรับรู้ และจัดจำเมื่อเปรียบเทียบกับประเภทขององค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมพบว่าผู้บริโภครุ่นมั่งหวังในการจัดจำองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมที่นำเสนอในภาพรวมได้ดีกว่า ในขณะที่เมื่อทำการศึกษถึงความพึงพอใจที่ผู้บริโภครุ่นมั่งหวังนำเสนอองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมทั้ง 10 ประเภทไปใช้พบว่า กลุ่มผู้บริโภครุ่นมั่งหวังหวังความเป็นผู้นำ (aspirer) และกลุ่มชนชั้นกลาง (mainstreamer) มีความชอบทั้งเหมือน และแตกต่างกันอยู่กับประเภทขององค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมนั้น ๆ โดยเนื้อหาในการวิเคราะห์ทั้งสองประเด็นนี้จะนำไปใช้ในการสรุปเพื่อนำเสนอเป็นแนวทางในการสร้างเอกลักษณ์ให้กับองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมในธุรกิจบ้านจัดสรรระดับกลาง ในบทที่ 7