

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาการออกแบบลักษณะทางกายภาพของอาคารชุดพักอาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางกายภาพของอาคารชุดพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และสรุปรูปแบบของลักษณะทางกายภาพของอาคารชุดพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยผู้วิจัยได้สรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

##### 5.1.1 สรุปวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

การศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อนี้ ได้ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างโครงการอาคารชุดพักอาศัย 2 กลุ่ม โดยใช้ระยะเวลาในการปิดการขายเป็นเกณฑ์ ได้แก่ 1) กลุ่มที่ปิดการขายในระยะเวลามากกว่า 6 เดือน และ 2) กลุ่มที่ปิดการขายในระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน ซึ่งเป็นโครงการที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร บนถนนสุขุมวิท ตั้งแต่สุขุมวิท ซอย 1 – 65 และ ซอย 2 – 44 ในระดับราคา 80,000 – 100,000 บาทต่อตารางเมตร และเริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นมา โดยสามารถสรุปผลการสำรวจลักษณะทางกายภาพได้ 3 ประเด็น (ดังตารางที่ 5.1 - 5.3)

#### ตารางที่ 5.1

##### สรุปผลการสำรวจกายภาพด้านที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของโครงการ

ที่ตั้งและสภาพแวดล้อม	ผลสรุป	หมายเหตุ
1. ระยะห่างจากระบบขนส่งมวลชน	ข้อมูลไม่เพียงพอ	กลุ่มตัวอย่างยังมีไม่เพียงพอและมีตัวแปรอื่นเข้ามาเกี่ยวข้องกับระยะเวลาปิดการขาย
2. ระยะห่างจากร้านสะดวกซื้อ/ตลาด	แตกต่าง	โครงการที่ปิดการขายในระยะเวลามากกว่า 6 เดือน ส่วนใหญ่อยู่ไกลจากร้านสะดวกซื้อ/ตลาด โครงการที่ปิดการขายในระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน ส่วนใหญ่อยู่ใกล้ร้านสะดวกซื้อ/ตลาด
3. ความเป็นส่วนตัว	ข้อมูลไม่เพียงพอ	กลุ่มตัวอย่างยังมีไม่เพียงพอและมีตัวแปรอื่นเข้ามาเกี่ยวข้องกับระยะเวลาปิดการขาย

จากการวิเคราะห์ที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของโครงการอาคารชุดพักอาศัยจากการสำรวจ ภายภาพ ดังตารางที่ 5.1 พบความแตกต่างระหว่างโครงการที่เปิดการขายในระยะเวลา มากกว่า 6 เดือน และโครงการที่เปิดการขายในระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน เพียงข้อเดียว คือ ระยะห่างจากร้านสะดวกซื้อหรือตลาด ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญไม่มากเท่ากับระยะห่างจากระบบขนส่งมวลชน ที่มีความสำคัญมากสำหรับโครงการอาคารชุดพักอาศัยใจกลางเมือง เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตคนเมืองในปัจจุบัน ที่ต้องการความสะดวกในการเดินทาง ส่วนเรื่องระยะห่างจากระบบขนส่งมวลชน และเรื่องความเป็นส่วนตัว จากการศึกษพบว่า ข้อมูลยังมีเพียงพอที่จะสรุปได้ว่า ระยะทาง ถึงระบบขนส่งมวลชนส่งผลต่อระยะเวลาปิดการขายของโครงการอย่างไร ทั้งนี้ มิได้หมายความว่าเรื่องระบบขนส่งมวลชน และความเป็นส่วนตัวจะไม่สำคัญ แต่ผู้บริโภคมอาจจะต้องพิจารณาปัจจัยอื่นประกอบการตัดสินใจด้วย ในการทำโครงการจึงต้องกำหนดราคาขายให้ถูกลง หรือลงทุนเพิ่มเพื่อสร้างจุดเด่นขึ้นมาหักลบกับข้อด้อยในด้านที่ตั้งและสภาพแวดล้อม

#### ตารางที่ 5.2

##### สรุปผลการสำรวจกายภาพด้านการออกแบบสถาปัตยกรรม

การออกแบบสถาปัตยกรรม	ผลสรุป	หมายเหตุ
1. ความสูงของอาคาร	ไม่แตกต่าง	-
2. การใช้สีของอาคาร	ไม่แตกต่าง	-
3. วัสดุตกแต่งอาคาร	ไม่แตกต่าง	-
4. ขนาดของห้องชุดพักอาศัย	แตกต่าง	โครงการที่เปิดการขายในระยะเวลา มากกว่า 6 เดือน ส่วนใหญ่พบว่าห้องชุดพักอาศัยมีขนาดใหญ่กว่าโครงการที่เปิดการขายในระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน
5. สัดส่วนของห้องชุดพักอาศัย	แตกต่าง	โครงการที่เปิดการขายในระยะเวลา มากกว่า 6 เดือน ห้องชุดแบบสตูดิโอน้อยกว่าแบบ 3 ห้องนอน โครงการที่เปิดการขายในระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน ห้องชุดแบบสตูดิโอมากกว่าแบบ 3 ห้องนอน
6. สัดส่วนพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุดพักอาศัย	ไม่แตกต่าง	-
7. สัดส่วนพื้นที่ช่องเปิดภายในห้องชุดพักอาศัย	แตกต่าง	โครงการที่เปิดการขายในระยะเวลา มากกว่า 6 เดือน ส่วนใหญ่มีพื้นที่ช่องเปิดมากกว่าโครงการที่เปิดการขายในระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน

จากตารางที่ 5.2 พบว่า โครงการที่มีขนาดและสัดส่วนของห้องชุดพักอาศัยที่มีขนาดเล็ก จะทำให้ปิดการการขายในระยะเวลาสั้น เนื่องจากมีราคาขายเริ่มต้นที่ถูกกว่า แม้ว่าจะมีราคาต่อตารางเมตรใกล้เคียงกัน และยังคงครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภคที่กว้างขวางมากกว่าห้องขนาดใหญ่ และมีหลายห้องนอน

ด้านสัดส่วนพื้นที่ช่องเปิด ซึ่งสัมพันธ์กับการถ่ายเทอากาศและปริมาณแสงธรรมชาติ ภายในห้องชุด พบว่า โครงการที่ใช้ระยะเวลาในการปิดการขายสั้นมีพื้นที่ช่องเปิดน้อย แสดงว่า น่าจะไม่ใช่ปัจจัยหลักที่ผู้บริโภคใช้พิจารณา

### ตารางที่ 5.3

#### สรุปผลการสำรวจกายภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและระบบประกอบอาคาร

สิ่งอำนวยความสะดวกและระบบประกอบอาคาร	ผลสรุป	หมายเหตุ
1. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ	แตกต่างกัน	โครงการที่ปิดการขายในระยะเวลามากกว่า 6 เดือน ส่วนใหญ่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มจากพื้นฐาน โครงการที่ปิดการขายในระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน มีเฉพาะสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน
2. ปริมาณห้องชุดพักอาศัยต่อลิฟต์โดยสาร	แตกต่างกัน	โครงการที่ปิดการขายในระยะเวลามากกว่า 6 เดือน ส่วนใหญ่มีปริมาณห้องชุดต่อลิฟต์โดยสารน้อยกว่าโครงการที่ปิดการขายในระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน

จากตารางที่ 5.3 การวิเคราะห์เรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ พบว่า ชนิดของสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย ไม่น่าจะทำให้โครงการปิดการขายได้เร็วขึ้น โครงการที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกหลายชนิดจะทำให้พื้นที่ขายลดลง และราคาขายต่อตารางเมตรสูงขึ้นผู้บริโภค ส่วนใหญ่จึงหันไปเลือกโครงการที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานครบ มากกว่าที่จะยินยอมจ่ายในราคาที่แพงมากขึ้น

ด้านปริมาณห้องชุดพักอาศัยต่อลิฟต์โดยสารพบว่า ไม่น่าจะใช้ปัจจัยหลักที่ผู้บริโภคพิจารณา แม้ว่าโครงการจะมีความหนาแน่นคือ มีปริมาณห้องชุดต่อลิฟต์โดยสารมาก แต่ถ้าโครงการมีจุดเด่นอื่นที่มีความสำคัญมากกว่า ก็ทำให้โครงการมีระยะเวลาในการปิดการขายสั้นได้

### 5.1.2 สรุปวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จากกลุ่มตัวอย่าง 272 คน สามารถสรุปลำดับความสำคัญได้เป็น 8 ด้าน ดังตารางที่ 5.4 โดยผู้วิจัยจัดปัจจัยที่มีค่าลำดับความสำคัญเฉลี่ยต่างกันไม่เกิน 0.10 ให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน โดยใช้แนวคิดการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคประกอบการจัดกลุ่มปัจจัยด้วย

ตารางที่ 5.4

สรุปผลลำดับความสำคัญของลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ลักษณะทางกายภาพ	กลุ่มปัจจัยลำดับที่ 1	กลุ่มปัจจัยลำดับที่ 2	กลุ่มปัจจัยลำดับที่ 3
1. ท่าเลที่ตั้ง	- ใกล้สถานีรถไฟฟ้า	- มูลค่าของทำเลเพื่อการขายต่อหรือให้เช่าในอนาคต - ใกล้จุดขึ้นลงทางด่วน - ใกล้ศูนย์การค้า - ใกล้ตลาดสด	- ใกล้โรงเรียน
2. สภาพแวดล้อมบริเวณรอบโครงการ	- ความปลอดภัยจากอาชญากรรม	- ใกล้จากบริเวณที่ก่อให้เกิดมลพิษ	- ใกล้จากแหล่งเสื่อมโทรม - ทิวทัศน์รอบโครงการ
3. สภาพแวดล้อมของโครงการ	- ความเป็นส่วนตัว	- ทิศทางของอาคาร	- พื้นที่สีเขียวที่มีบรรยากาศสวยงามและเพลิดเพลิน
4. รูปลักษณ์อาคาร	- วัสดุตกแต่งภายนอกอาคารที่คงทน	- วัสดุตกแต่งภายนอกอาคารที่สวยงาม	- ความสูงของอาคาร
5. ห้องชุดพักอาศัย	- การจัดพื้นที่เพื่อประโยชน์ใช้สอย	- ความปลอดภัยของการออกแบบห้องชุด	- ความสูงจากพื้นถึงเพดาน
6. พื้นที่ส่วนกลาง	- ระบบเทคโนโลยีเพื่อการรักษาความปลอดภัย	- ความน่าเชื่อถือของระบบป้องกันอัคคีภัย - ความหรูหราของโถงทางเข้าอาคาร	- จำนวนลิฟต์ - ปริมาณและความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวก
7. สิ่งอำนวยความสะดวก	- สระว่ายน้ำ	- ห้องออกกำลังกาย	- ตู้วิงจ็อกกิ้ง
8. การจัดการและการบำรุงรักษา	- ปริมาณและประสิทธิภาพของบุคลากรในการรักษาความปลอดภัย	- คุณภาพในการบำรุงรักษาพื้นที่ส่วนกลาง	- คุณภาพในการบำรุงรักษาตัวอาคารพักอาศัยภายนอก

จากการวิเคราะห์ลำดับความสำคัญของลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ดังตารางที่ 5.4 พบว่า ด้านท่าเลที่ตั้ง ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความสะดวกในการเดินทาง และมูลค่าของทำเลเพื่อการขายต่อหรือให้เช่าในอนาคต เนื่องจากผู้ซื้ออาคารชุด

พักอาศัยใจกลางเมืองต้องการความสะดวกสบายและประหยัดเวลาในการเดินทาง โดยจะพักอาศัยเพียงแค่ช่วงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้นจึงขายต่อหรือให้เช่า และปัจจุบันมีผู้บริโภคจำนวนมากที่ซื้ออาคารชุดพักอาศัยเพื่อการลงทุนด้วยเช่นกัน

ด้านสภาพแวดล้อมพบว่า สภาพแวดล้อมที่มีความปลอดภัย ไม่ว่าจะเป็นจากอาชญากรรม หรือมลพิษต่าง ๆ มีความสำคัญกับผู้บริโภคส่วนใหญ่ อีกทั้งยังต้องการให้โครงการมีความเป็นส่วนตัวจากอาคารโดยรอบ มีการออกแบบอาคารให้หลีกเลี่ยงความร้อนจากแสงอาทิตย์ และอยู่ในทิศทางลมที่ดี ทิวทัศน์และบริเวณพื้นที่สีเขียวของโครงการจะต้องออกแบบให้มีความสวยงาม และมีบรรยากาศพลัดเปลี่ยนอีกด้วย

ด้านการออกแบบรูปลักษณ์ของอาคารพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะคำนึงถึงความคงทนของวัสดุตกแต่ง มากกว่าเรื่องความสวยงาม แต่ในขณะที่ซื้ออาคารชุดพักอาศัย ผู้บริโภคจะรับรู้ถึงความสวยงามของอาคารจากภาพบรรยากาศหรือหุ่นจำลองอาคาร เป็นอันดับแรก จึงเป็นไปได้ว่าความสวยงามของอาคารอาจมีผลต่อผู้บริโภคในเชิงจิตวิทยา

ด้านการออกแบบห้องชุดพักอาศัยพบว่า การจัดพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุดเป็นสิ่งที่สำคัญมากในการออกแบบห้องชุดพักอาศัย เนื่องจากปัจจุบันห้องมีขนาดเล็กลง ผู้บริโภคจึงต้องการใช้พื้นที่ให้คุ้มค่าที่สุด นอกจากนั้นแล้ว ในการออกแบบห้องชุดยังต้องคำนึงถึงความปลอดภัยในบริเวณที่ อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้พักอาศัยได้ เช่น ระเบียง เป็นต้น ส่วนความสูงจากพื้นถึงเพดานนั้นมีผล ต่อราคาห้องชุดในเชิงการประเมินมูลค่า แต่ผู้บริโภคที่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการซื้อจะรับรู้ได้ยาก

ด้านพื้นที่ส่วนกลางพบว่า ระบบรักษาความปลอดภัยและการป้องกันอัคคีภัยเป็นสิ่งสำคัญมาก ผู้บริโภคมีคาดหวังว่าระบบรักษาความปลอดภัยจะต้องมีระบบที่ดีสามารถป้องกันอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินได้ และเนื่องจากอาคารชุดพักอาศัยเป็นอาคารสูง ระบบป้องกันอัคคีภัยจึงต้องมีความน่าเชื่อถือเมื่อเกิดเหตุจำเป็น ส่วนความหรรษาของโถงทางเข้าอาคารเป็นสิ่งที่ทำให้สร้างความประทับใจได้จากภาพจำลอง เป็นคุณค่าทางด้านอารมณ์ที่ผู้บริโภครับรู้และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อได้ และการออกแบบโถงอาคารให้หรรษายังสามารถเพิ่มภาพลักษณ์ของผู้บริโภคทางสังคมได้ (Sheth, Newman & Gross, 1991)

ด้านการกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกของโครงการพบว่า ผู้บริโภคส่วนมากต้องการให้มีสระว่ายน้ำ ห้องออกกำลังกาย และลู่วิ่งจ็อกกิ้ง ในโครงการมากที่สุด ซึ่งเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่ถือเป็นมาตรฐานของโครงการ อาคารชุดพักอาศัยในปัจจุบัน

ด้านการจัดการและการบำรุงรักษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการจัดการ ด้านปริมาณและประสิทธิภาพของบุคลากรในการรักษาความปลอดภัย เป็นอันดับแรก นอกจากนั้น การบำรุงรักษาพื้นที่ส่วนกลางและตัวอาคารภายนอกก็ให้ความสำคัญและอยู่ในสภาพดีก็มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคด้วยเช่นกัน

### 5.1.3 สรุปวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

ผู้วิจัยนำผลสรุปที่ได้จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ข้อที่ 2 บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ อาคารชุดพักอาศัย และทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง มาสรุปเป็นรูปแบบของลักษณะทางกายภาพของอาคารชุดพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

#### 1. ที่ตั้งและสภาพแวดล้อม

ปัจจัยด้านที่ตั้งและสภาพแวดล้อมเป็นตัวแปรที่สำคัญมากต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และการทำโครงการอาคารชุดพักอาศัย ที่ตั้งของโครงการจะต้องมีความสะดวกในการเดินทาง และง่ายต่อการเข้าถึง ทั้งนี้ ถ้าที่ตั้งอยู่ไกลจากระบบขนส่งมวลชน เพื่อทดแทนข้อด้อยนี้ โครงการต้องสร้างจุดขายในด้านการออกแบบสถาปัตยกรรม ซึ่งเป็นอีกหนึ่งประเด็นหลักที่ผู้บริโภคจะพิจารณาในการตัดสินใจซื้อ นอกจากนั้น อาคารชุดพักอาศัยเป็นที่อยู่อาศัยประเภทที่ผู้บริโภคจะซื้อเพื่อพักอาศัยในช่วงระยะหนึ่งของชีวิตเท่านั้น จึงขายต่อหรือให้เช่า ในปัจจุบันก็มีผู้บริโภคจำนวนมากที่ซื้ออาคารชุดพักอาศัยเพื่อการลงทุน ที่ตั้งของโครงการจึงต้องมีมูลค่าที่เพิ่มขึ้นในอนาคต

สภาพแวดล้อมปลอดภัยจากอาชญากรรมและมลพิษ การออกแบบให้อาคารชุดพักอาศัยมีความเป็นส่วนตัวจากอาคารโดยรอบ มีความสำคัญมากจากการสอบถามผู้สนใจซื้อกลุ่มตัวอย่าง นอกจากนี้ การวางตัวของอาคารเพื่อหลีกเลี่ยงความร้อนจากแสงอาทิตย์และอยู่ในทิศทางลมที่ดี เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคพิจารณาเช่นกัน โดยผู้ประกอบการเห็นว่า ผู้บริโภคในปัจจุบันมีความรู้ด้านการออกแบบมากขึ้น ประเด็นด้านการออกแบบพื้นที่สีเขียวของโครงการ กลุ่มตัวอย่างต้องการพื้นที่สีเขียวที่มีความสวยงาม บรรยากาศเพลิดเพลิน ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของผู้ประกอบการว่า ผู้บริโภคจะตัดสินใจจากสิ่งที่รับรู้ภายนอก เช่น อารมณ์และบรรยากาศ แล้วจึงให้ความสนใจกับรายละเอียดภายในของโครงการ

## 2. การออกแบบสถาปัตยกรรม

ในงานวิจัยนี้มีขอบเขตด้านการออกแบบสถาปัตยกรรมอยู่ 2 ด้าน ได้แก่

### 1) การออกแบบรูปลักษณะของอาคาร

อาคารชุดพักอาศัย ระดับราคา 80,000 – 100,000 บาทต่อตารางเมตร ซึ่งจัดอยู่ในระดับราคาสูง ผู้บริโภคจะมีความคาดหวังกับรูปลักษณะอาคารภายนอกมาก เพราะสามารถสะท้อนถึงฐานะทางสังคมของผู้บริโภค แม้ว่าจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อยก็ตาม ผู้บริโภคจะไม่ใส่ใจเรื่องวัสดุตกแต่งภายนอกอาคารแต่ต้องการวัสดุที่คงทน มีอายุการใช้งานนาน ซึ่งวัสดุตกแต่งอาคารนี้มีผลต่อต้นทุนค่าก่อสร้างอย่างมาก การใช้งบประมาณเพื่อตกแต่งห้องชุด ซึ่งเป็นส่วนที่ผู้บริโภครับรู้คุณค่าได้มากกว่า จึงดีกว่าการใช้วัสดุตกแต่งอาคารราคาแพง การใช้สีตกแต่งอาคารจึงเป็นวิธีที่พบมากที่สุด เพราะสามารถไม่สิ้นเปลืองงบประมาณมากเกินไป และมีความอิสระในการออกแบบ

### 2) การออกแบบห้องชุดพักอาศัย

ขนาดของห้องชุดที่มีขนาดเล็ก จะทำให้ใช้ระยะเวลาในการปิดการขายสั้น เนื่องจากมีราคาขายเริ่มต้นที่ถูกกว่าแม้ว่าราคาต่อตารางเมตรจะใกล้เคียงกัน และครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภคที่กว้างขวางมากกว่าห้องขนาดใหญ่ ห้องชุดควรมีขนาดดังที่นำเสนอในตารางที่ 5.5

ตารางที่ 5.5

สรุปขนาดของห้องชุดพักอาศัย

รูปแบบห้องชุด	สตูดิโอ	1 ห้องนอน	2 ห้องนอน	3 ห้องนอน
ขนาด (ตร.ม.)	31-34	45-55	67-74	101-132

สัดส่วนห้องชุดแบบ 1 ห้องนอนเป็นแบบที่มีความนิยม และขายได้ง่ายที่สุด รวมทั้งสามารถต่อเติมเพิ่มเป็นห้องขนาดใหญ่ได้ง่ายกว่าในเชิงการก่อสร้าง ความต้องการห้องชุดแบบ 3 ห้องนอนจะมีจำกัดเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย ทำให้โครงการขายห้องชุดได้ช้าและส่งผลต่อการขาดดอกเบี้ยธนาคารของโครงการ จึงไม่ควรทำห้องชุดแบบ 3 ห้องนอน หรือควรมีอัตราส่วนที่น้อย ดังตารางที่ 5.6

ตารางที่ 5.6

สรุปสัดส่วนของห้องชุดพักอาศัยในโครงการ

รูปแบบห้องชุด	สตูดิโอ	1 ห้องนอน	2 ห้องนอน	3 ห้องนอน
สัดส่วน (ร้อยละ)	13.00	65.00	21.00	1.00

การออกแบบและจัดพื้นที่ใช้สอยภายใต้เกิดประโยชน์สูงสุด มีความสำคัญมากสำหรับผู้บริโภค โดยเฉพาะห้องชุดในปัจจุบันที่มีขนาดเล็ก และเป็นที่ที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ในระหว่างการซื้อ เรื่องสัดส่วนของพื้นที่ใช้สอยภายในห้องนั้น ควรกำหนดให้พื้นที่ห้องนอนมีสัดส่วนน้อยกว่า ส่วนต้อนรับ นั่งเล่น และรับประทานอาหาร เพราะว่าพื้นที่ส่วนนี้สามารถเป็นปรับเปลี่ยนให้เหมาะสม กับวิถีชีวิต และการใช้งานที่หลากหลายของผู้บริโภคได้ ผู้วิจัยได้สรุปสัดส่วนพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุดดังตารางที่ 5.7

ตารางที่ 5.7

สรุปสัดส่วนพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุด

	สตูดิโอ	1 ห้องนอน	2 ห้องนอน	3 ห้องนอน
ส่วนต้อนรับ/ รับประทานอาหาร (ร้อยละ)	35.00	40.00	35.00	32.00
ห้องนอน 1 (ร้อยละ)	32.00	36.00	26.00	21.00
ห้องน้ำ 1 (ร้อยละ)	12.50	10.50	5.50	4.50
ห้องนอน 2 (ร้อยละ)	-	-	14.50	11.50
ห้องน้ำ 2 (ร้อยละ)	-	-	5.50	3.00
ห้องนอน 3 (ร้อยละ)	-	-	-	9.50
ห้องน้ำ 3 (ร้อยละ)	-	-	-	3.00
ครัว/ห้องเก็บของ (ร้อยละ)	15.00	12.00	7.00	9.50
ระเบียง (ร้อยละ)	5.50	4.50	6.60	6.00

ความสูงจากพื้นถึงเพดานก็มีผลต่อการตัดสินใจของผู้สนใจซื้อกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้มากเช่นกัน เนื่องจากห้องชุดมีขนาดเล็ก ผู้บริโภคจึงต้องการความโปร่งสบาย ทำให้ไม่รู้สึกรัดอึด และยังสามารถช่วยเพิ่มราคาขายของห้องชุดได้อีกด้วย เนื่องจากความสูงของห้องนั้นส่งผลต่อความสูงของอาคารทั้งหมดจึงมีข้อจำกัดในการออกแบบ โครงการที่มีความสูงเพดานมากจึงสามารถขายได้ในราคาที่แพงกว่า

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ คุณภาพและความสวยงามของวัสดุตกแต่งเครื่องปรับอากาศ และชุดครัว เป็นสิ่งที่ช่วยเพิ่มราคาของห้องชุดได้ ในปัจจุบัน ผู้ซื้อห้องชุดเพื่อการลงทุนมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เพราะฉะนั้นห้องชุดที่ออกแบบและตกแต่งเฟอร์นิเจอร์ให้พร้อมเข้าอยู่ก็จะช่วยประหยัดเวลาและสะดวกสบายต่อผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น เป็นการประหยัดต่อขนาด (economy of scale) ในมุมมองของทั้งผู้บริโภคและผู้ประกอบการ โดยที่คุณภาพจะแตกต่างกันไปตามระดับราคาของอาคารชุด

### 3. สิ่งอำนวยความสะดวกและระบบประกอบอาคาร

จากกลุ่มตัวอย่างผู้สนใจซื้อห้องชุดในงานวิจัยนี้พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวก ที่ต้องการให้มีในโครงการมากที่สุด ได้แก่ สระว่ายน้ำ ห้องออกกำลังกาย ลู่วิ่งจ็อกกิ้ง และห้องซักรีด เป็นต้น ซึ่งเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่ถือเป็นมาตรฐานของโครงการอาคารชุดพักอาศัยในปัจจุบัน ตามมุมมองของผู้ประกอบการ โดยที่พื้นที่สีเขียวจะต้องตรงตามข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่องควบคุมอาคาร พ.ศ. 2543 ผู้ประกอบการยังให้ความเห็นอีกว่า ชนิดของสิ่งอำนวยความสะดวกจะต้องมีเทียบเท่าหรือมากกว่าคู่แข่งอื่นในตลาด สิ่งอำนวยความสะดวกเป็นองค์ประกอบที่ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้โครงการ แต่ผู้พักอาศัยไม่ได้เข้าไปใช้งานมากนัก ในโครงการระดับสูง การเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องชุด เช่น อ่างจากุซซี่ในห้องชุด ทำให้ห้องชุดมีลักษณะพิเศษเพิ่มขึ้นมา ซึ่งจะเป็นการเพิ่มพื้นที่ขายของโครงการ

ด้านระบบประกอบอาคาร จากการสอบถามพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับระบบเทคโนโลยีในการรักษาความปลอดภัยของอาคาร และระบบป้องกันอัคคีภัย แต่จากมุมมองของผู้ประกอบการ ระบบประกอบอาคารเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ เช่น ที่ตั้งและสภาพแวดล้อม และการออกแบบสถาปัตยกรรม พบว่ายังมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อน้อย เพราะเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวังว่าโครงการจะต้องจัดเตรียมไว้อยู่แล้ว ผู้ประกอบการมองว่า ในอนาคตเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นจะเข้ามามีบทบาทต่อการออกแบบระบบของอาคารมากขึ้น

จากกลุ่มตัวอย่างนี้เอง ยังพบว่า โถงทางเข้าอาคารก็มีส่วนในการตัดสินใจซื้อด้วยเช่นกัน ผู้ประกอบการสามารถสร้างความประทับใจให้ผู้บริโภคได้จากภาพจำลอง เป็นการสร้างความคุ้มค่าทางด้านอารมณ์ให้กับสินค้า รวมทั้งโถงทางเข้าอาคารที่หรูหรายังสามารถเพิ่มภาพลักษณ์ของผู้บริโภคทางสังคมได้อีกด้วย

### 4. การจัดการและการบำรุงรักษา

การจัดการและการบำรุงรักษาเป็นประเด็นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อย ผู้บริโภคไม่สามารถรับรู้เรื่องการจัดการและการบำรุงรักษาได้ในขณะตัดสินใจซื้อ รวมทั้งเป็นสิ่งที่ผู้บริโภครอคาดหวังอยู่แล้วจากโครงการตามความเห็นของผู้ประกอบการ จากการสอบถามผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง อาคารชุดจะต้องมีการจัดการปริมาณของบุคลากรในการรักษาความปลอดภัยให้เพียงพอและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการบำรุงรักษาพื้นที่ส่วนกลางและตัวอาคารภายนอกให้อยู่ในสภาพดี อย่างไรก็ตาม ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการจะช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในขั้นตอนการซื้อได้ นอกจากนั้นแล้ว การจัดการและการบำรุงรักษามีผลต่อมูลค่าในอนาคตของห้องชุดพัก

อาศัย ผู้ประกอบการจึงต้องมีระบบที่ดีเพื่อรักษาและเพิ่มมูลค่าของโครงการ อีกทั้งยังสามารถส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อบริษัทในอนาคตอีกด้วย

### กรณีศึกษา

อาคารชุดพักอาศัยเอ 1 ตั้งอยู่บนถนนสุขุมวิท ระหว่างซอยสุขุมวิท 59 และ 61 ห่างจากสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสเอกมัยประมาณ 400 เมตร อาคารสูง 37 ชั้น มีจำนวนห้องชุดทั้งหมด 139 ห้อง ใช้ระยะเวลาในการปิดการขายทั้งหมด 36 เดือน (รายละเอียดเพิ่มเติมในบทที่ 4)

จากข้อสรุปรูปแบบลักษณะทางกายภาพของอาคารชุดพักอาศัยดังที่กล่าวมาแล้ว ผู้วิจัยได้เสนอการวิเคราะห์โครงการ บนพื้นฐานของข้อสรุปของการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

#### 1. ที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของโครงการ

อาคารชุดเอ 1 ตั้งอยู่ติดกับถนนสุขุมวิท ใกล้สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส (ระยะห่างประมาณ 400 เมตร) มีความสะดวกในการเดินทาง และใกล้แหล่งชุมชน หรือร้านสะดวกซื้อ เป็นที่ตั้งที่เหมาะสมในการทำโครงการอาคารชุดพักอาศัย และมูลค่าของทำเลในอนาคตมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้น แต่การที่โครงการตั้งติดถนนใหญ่ จะมีปัญหาเรื่องมลพิษทางอากาศและทางเสียงจากถนน อาคารโดยรอบโครงการ มีความสูงประมาณ 8 ชั้น ซึ่งตั้งแต่ชั้นที่ 6 ของโครงการจะเป็นชั้นห้องชุดพักอาศัย จึงทำให้ห้องชุดในชั้นนี้มีความเป็นส่วนตัวจากอาคารโดยรอบน้อย (ภาพที่ 5.1)

ภาพที่ 5.1

สภาพแวดล้อมรอบโครงการเอ 1



หมายเหตุ: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553

## 2. การออกแบบสถาปัตยกรรม

การออกแบบรูปลักษณะภายนอกของอาคารมีการตกแต่งอย่างเรียบง่าย และมีสไตล์ร่วมสมัย การใช้สีโทนธรรมชาติ ทำให้อาคารกลมกลืนไปกับสภาพแวดล้อม อาคารไม่ได้มีการใช้วัสดุใด ๆ ตกแต่งเป็นพิเศษ ซึ่งเป็นการประหยัดงบประมาณในการก่อสร้างของโครงการ รวมถึงค่าดูแลรักษาอาคารในอนาคต (ภาพที่ 5.2)

ภาพที่ 5.2

รูปลักษณะอาคารของโครงการเอ 1



หมายเหตุ: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553

จากภาพที่ 5.3 ผังอาคารมีการออกแบบเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ด้านสกัดวางตัวขนานกับทิศตะวันออกและตะวันตก ทำให้ความร้อนเข้าสู่อาคารน้อย เนื่องจากแสงแดดทางทิศตะวันตกมีความร้อนสูง เปลือกของอาคารส่วนใหญ่เป็นผนังกระจก มีข้อดี คือ ห้องชุดจะได้รับแสงจากธรรมชาติ ทำให้ห้องมีความสว่างและดูโปร่ง แต่ข้อเสีย คือ จะได้รับความร้อนจากแสงอาทิตย์มาก เช่น ด้านทิศใต้ ซึ่งเป็นทิศที่ได้รับความร้อนสูงเช่นกัน ทางโครงการจึงควรออกแบบให้มีแผงบังแดด (shading) เพื่อช่วยลดความร้อนเข้าสู่ตัวอาคาร ด้านทิศทางลม ห้องชุดแต่ละห้องมีการออกแบบให้กระจายตัวกัน ทำให้มีการถ่ายเทอากาศได้ดี ซึ่งจากการสำรวจลักษณะทางกายภาพของอาคารชุดในบทที่ 4 ก็พบว่า อาคารชุดเอ 1 มีสัดส่วนพื้นที่ช่องเปิดภายในห้องชุดพักอาศัยมากกว่าโครงการ

อื่น ๆ แม้ว่าจากการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ประเด็นเรื่องจำนวนและขนาดของหน้าต่างจะมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อน้อยก็ตาม

ภาพที่ 5.3

ผังอาคารชั้นห้องพักของโครงการเอ 1



ที่มา: บริษัท เมเจอร์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน), 2547. (ดัดแปลง)

ขนาดห้องชุดของอาคารชุดเอ 1 ทุกรูปแบบมีขนาดใหญ่ ทำให้มีราคาขายเริ่มต้นสูง และมีห้องชุดเฉพาะแบบ 2 ห้องนอน และแบบ 3 ห้องนอนขึ้นไปเท่านั้น กลุ่มลูกค้าที่ซื้อจึงเป็นกลุ่มเฉพาะ ถ้าจะทำให้โครงการปิดการขายเร็วขึ้น ควรออกแบบให้ห้องชุดมีขนาดเล็กลง ส่วนสัดส่วนของห้องชุดแต่ละรูปแบบ ควรเพิ่มสัดส่วนห้องชุดแบบ 1 ห้องนอน ดังตารางที่ 5.5 และ 5.6 ส่วนพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุดแต่ละรูปแบบนั้น มีสัดส่วนที่เหมาะสมอยู่แล้ว ตามที่ผู้วิจัยได้นำเสนอในตารางที่ 5.7

จากภาพที่ 5.4 ผังห้องชุด แบบ 2 ห้องนอนของโครงการได้ออกแบบให้พื้นที่ส่วนตัว (private area) เช่น ห้องนอน แยกออกจากพื้นที่สาธารณะ (public area) หรือกึ่งสาธารณะ (semi-public area) เช่น ส่วนต้อนรับหรือนั่งเล่น และห้องครัว ทำให้ลักษณะการอยู่อาศัยของผู้พักอาศัยเป็นสัดส่วน และมีความเป็นส่วนตัว นอกจากนี้ โครงการได้จัดพื้นที่ครัวให้ห่างจากบริเวณห้องนอน เพื่อช่วยป้องกันและลดกลิ่นรบกวนที่อาจเกิดขึ้นได้ อย่างไรก็ตาม ห้องชุดของโครงการมีขนาดค่อนข้างใหญ่กว่าอาคารชุดอื่น ๆ ทำให้พื้นที่ใช้สอยภายในกว้างขวางมากขึ้นประมาณ 28% ซึ่งถือว่าเป็นจุดขายของโครงการ แต่ก็จะทำให้ราคาขายห้องชุดสูงขึ้นประมาณ 53% ด้วย ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

ภาพที่ 5.4

ผังห้องชุดแบบ 2 ห้องนอนของโครงการเอ 1



ที่มา: บริษัท เมเจอร์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน), 2547. (ดัดแปลง)

### 3. สิ่งอำนวยความสะดวกและระบบประกอบอาคาร

จากการสำรวจทางกายภาพในบทที่ 4 พบว่า โครงการเอ 1 มีการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกหลากหลายชนิดมาก เช่น สระว่ายน้ำ ห้องสมุด ลานบาร์บีคิว และสนามเด็กเล่น เป็นต้น ทำให้โครงการมีจุดเด่นจากคู่แข่งในตลาด และช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้โครงการ อย่างไรก็ตาม พื้นที่ของสิ่งอำนวยความสะดวกนี้จะส่งผลทำให้พื้นที่ขายทั้งหมดของโครงการลดลง และราคาขายห้องชุดก็จะสูงขึ้น

บริเวณชั้นสิ่งอำนวยความสะดวกของโครงการเอ 1 ดังภาพที่ 5.5 และ 5.6 ได้ถูกออกแบบให้พื้นที่ส่วนต่าง ๆ มีความใกล้ชิดกับธรรมชาติ เพื่อสร้างบรรยากาศที่ผ่อนคลายให้กับผู้พักอาศัย พื้นที่พักผ่อนบริเวณมุมสวนหย่อมเล็ก ๆ ซึ่งมีความเป็นส่วนตัวสำหรับผู้ใช้งาน การปลูกต้นไม้ขนาดสูงรอบอาคารจะช่วยบดบังสายตาจากอาคารข้างเคียง และยังช่วยกรองมลพิษจากถนนอีกด้วย นอกจากนี้ การออกแบบสระบัวในด้านทิศใต้ของอาคารก็ช่วยสร้างบรรยากาศให้โครงการและสามารถลดความร้อน ทำให้ตัวอาคารเย็นขึ้นได้อีกทางหนึ่ง แต่จะต้องมีการดูแลรักษา และการป้องกันความชื้นที่ดี รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาก็เพิ่มขึ้นอีกเช่นกัน

ภาพที่ 5.5

ผังชั้นสิ่งอำนวยความสะดวกของโครงการเอ 1



ที่มา: บริษัท เมเจอร์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน), 2547. (ดัดแปลง)

ภาพที่ 5.6

บรรยากาศชั้นสิ่งอำนวยความสะดวกของโครงการเอ 1



ที่มา: บริษัท เรียดดี้ แมทซ์ เมคเกอร์ จำกัด, 2552.

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ต้องการหาคำตอบว่า คุณภาพของอาคารชุดพักอาศัยในด้านต่าง ๆ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างไรบ้างผลจากการดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น คือ 1) ผลจากการวิเคราะห์การออกแบบลักษณะทางกายภาพของอาคารชุดพักอาศัย โดยได้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ โครงการที่ปิดการขายในระยะเวลามากกว่า 6 เดือน และโครงการที่ปิดการขายในระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน และ 2) ผลสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีความต้องการซื้ออาคารชุดพักอาศัย

การวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพของโครงการพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ดำเนินโครงการโดยผู้ประกอบการรายเดียวกัน จะมีความคล้ายคลึงกันในเรื่องการกำหนดรายละเอียดของโครงการ เช่น การวางผังห้องชุด การกำหนดรายละเอียดสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ โดยจะสร้างจุดเด่นแต่ละโครงการให้แตกต่างกันไป ผู้วิจัยเห็นว่า ลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างกันไปของโครงการทั้งหมดนี้ สามารถส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการซื้อห้องชุดมาแล้ว จะมีความรู้ความเข้าใจและเอาใจใส่ในรายละเอียดโครงการมากขึ้น

การศึกษาด้านที่ตั้งและสภาพแวดล้อม จากทั้งมุมมองของทั้งผู้บริโภคและผู้ประกอบการพบว่า ระยะทางถึงระบบขนส่งมวลชนมีความสำคัญมาก สอดคล้องกับเกณฑ์ของ Bender et. al (2000) ที่ระบุว่า ระยะทางถึงระบบขนส่งมวลชน เป็นหนึ่งในคุณภาพของทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของที่อยู่อาศัย จากการศึกษายังพบว่า ผู้บริโภคจะพิจารณาถึงมูลค่าของทำเลเพื่อการขายต่อในอนาคตอีกด้วย ส่วนสภาพแวดล้อมของโครงการนั้น ผู้บริโภคต้องการสภาพแวดล้อมที่มีคุณสมบัติทั่วไป คือมีความปลอดภัยจากอาชญากรรมและมลพิษ และมีความเป็นส่วนตัว ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ ผู้วิจัยพบว่า ในความเป็นจริงแล้วผู้บริโภคจะสำรวจจากการเยี่ยมชมโครงการ ถ้าเห็นว่าไม่อยู่ในสภาพที่แยจนเกินไปก็สามารถยอมรับได้ เพราะฉะนั้นแล้ว ที่ตั้งของโครงการที่สะดวกจึงมีความสำคัญต่อผู้บริโภคมากที่สุด

ด้านการออกแบบสถาปัตยกรรมเป็นประเด็นที่กว้างมาก ในการวิจัยนี้จึงได้ศึกษาเฉพาะในบางประเด็นเท่านั้น ได้แก่ ความสูง การใช้สี และวัสดุตกแต่งของอาคารชุด ขนาดและสัดส่วนของพื้นที่ใช้สอย และช่องเปิดภายในห้องชุด ผู้วิจัยพบว่า ประเด็นด้านรูปลักษณะของอาคารภายนอก ยังคงมีความสำคัญต่อการซื้อน้อย เมื่อเทียบกับที่ตั้งของโครงการ และห้องชุดพักอาศัย อย่างไรก็ตาม แต่ละโครงการพยายามออกแบบรูปปลั๊กอินอาคารให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากขึ้น โดยจะต้อง อยู่ในงบประมาณที่จำกัด ส่วนประเด็นด้านห้องชุดพักอาศัยนั้น พบว่า ขนาดของห้อง

ชุดกับการจัดพื้นที่ใช้สอยภายในให้คุ้มค่าเป็นสิ่งสำคัญมากที่สุดทั้งในมุมมองของผู้บริโภคและผู้ประกอบการ นอกจากนั้น จากการเปรียบเทียบระยะเวลาในการปิดการขายของโครงการอาคารชุดทั้ง 2 กลุ่ม พบว่า ปัจจัยที่มีน้ำหนักมากพอที่จะส่งผลให้โครงการปิดการขายเร็ว ได้แก่ราคาขาย โดยที่กลุ่มอาคารชุดที่ปิดการขายในระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน มีราคาเริ่มต้นที่ต่ำกว่ากลุ่มที่ปิดการขายในระยะเวลามากกว่า 6 เดือน ซึ่งราคาของห้องชุดนี้เป็นผลมาจากการกำหนดขนาดของห้องชุด

สำหรับประเด็นด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของโครงการเป็นสิ่งที่ช่วยเสริมภาพลักษณ์ให้โครงการ แม้ว่าภายหลังการเช่าอยู่จะมีอัตราการเช่าใช้น้อย ในขั้นตอนการซื้อห้องชุด ผู้บริโภคจะไม่ต้องทราบบว่าพื้นที่ส่วนกลางมีขนาดเท่าไร แต่จะพิจารณาว่าโครงการมีสิ่งอำนวยความสะดวกอะไรบ้าง ซึ่งพื้นที่ของสิ่งอำนวยความสะดวกนี้จะส่งผลต่อพื้นที่ขายทั้งหมดของโครงการ โดยยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกมาก ก็จะทำให้เหลือพื้นที่สำหรับสร้างห้องชุดเพื่อขายน้อยลง ด้านงานระบบประกอบอาคาร และการจัดการและการบำรุงรักษาของอาคารมีส่วนที่สัมพันธ์กันมาก จากมุมมองของผู้ประกอบการ ระบบเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นจะเข้ามามีบทบาทต่อการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกและระบบประกอบอาคารมากขึ้น ซึ่งจะเป็นส่วนช่วยในการอำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภค และทำให้ระบบการบริหารและการจัดการของอาคารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ผู้บริโภคจะประเมินประโยชน์ที่ได้รับ หรือคุณภาพของอาคารชุดในด้านต่าง ๆ เช่น ที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ห้องชุดพักอาศัย สิ่งอำนวยความสะดวก และระบบประกอบอาคาร เป็นต้น ซึ่งคุณภาพที่ผู้บริโภครับรู้นี้จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในที่สุด (Zeithaml, 1988) โดยคุณภาพแต่ละด้านจะมีลำดับความสำคัญแตกต่างกันไป จากงานวิจัย โดยสรุปแล้ว พบว่า ด้านที่ตั้งและสภาพแวดล้อม และด้านการออกแบบสถาปัตยกรรมมีความสำคัญต่อการซื้อของผู้บริโภคเป็นอันดับแรก ตามความเห็นของผู้ประกอบการ (ดูรายละเอียดในบทที่ 4) โดยจะแตกต่างกันไปตามแนวคิดในการดำเนินธุรกิจของแต่ละราย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและระบบประกอบอาคาร มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในอันดับรองลงมา ส่วนด้านการจัดการและการบำรุงรักษานั้น มีความสำคัญต่อผู้บริโภคในขณะตัดสินใจซื้อน้อย สุดท้ายแล้วจะพบว่า การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีความซับซ้อนมาก ต้องอาศัยตัวแปรหลายตัวรวมเข้าด้วยกัน แล้วชั่งน้ำหนักของข้อดีและข้อเสียต่าง ๆ ที่แต่ละอาคารชุดนำเสนอให้แก่ผู้บริโภค

เมื่อพิจารณาผลสรุปในแง่ความต้องการด้านต่าง ๆ ของผู้บริโภคจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยในด้านความปลอดภัยมาก ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยจากอาชญากรรม ความห่างไกลจากมลพิษ การออกแบบประตูและหน้าต่าง รวมถึงระเบียงห้องชุดให้ปลอดภัย ระบบเทคโนโลยีการป้องกันในการเข้าออกอาคาร และปริมาณและ

ประสิทธิภาพของบุคลากรในการรักษาความปลอดภัย เป็นต้น ถัดมาคือ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสะดวก เช่น ท่าเลที่ตั้งที่มีความสะดวกในการเดินทาง ใกล้ศูนย์การค้า ตลาดสด หรือร้านค้า การออกแบบพื้นที่ภายในห้องชุดเพื่อประโยชน์ใช้สอยที่คุ้มค่า และความสูงจากพื้นถึงเพดาน เป็นต้น แต่ในระหว่างการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่าในระหว่างการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะเก็บข้อมูลและสอบถามรายละเอียดเกี่ยวกับปัจจัยในด้านความสะดวกสบายมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของผู้ประกอบการว่า ผู้ซื้ออาคารชุดจะสนใจเรื่องความสะดวกเป็นอันดับแรก โดยเรื่องความปลอดภัยเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคคาดว่าอาคารจะต้องจัดเตรียมไว้แล้ว โดยพิจารณาจากความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการแทน (รายละเอียดเพิ่มเติมในบทที่ 4) ผู้วิจัยเห็นว่า สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรรณรงค์ให้ผู้บริโภคใส่ใจรายละเอียดทางด้านความปลอดภัยของอาคารชุดในด้านต่าง ๆ มากขึ้น เพื่อประโยชน์แก่ตัวผู้บริโภคเอง เพราะแม้ว่าผู้บริโภคจะตระหนักอยู่แล้วว่าประเด็นด้านความปลอดภัยสำคัญ แต่เมื่อทำการซื้อจริงกลับสนใจประเด็นอื่นมากกว่า

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ประกอบการสามารถนำข้อสรุปลักษณะทางกายภาพของอาคารชุดพักอาศัย รวมทั้งรายละเอียดจากความคิดเห็นของผู้บริโภค ไปใช้ประกอบการวางแผนออกแบบโครงการและการลงทุน ในอนาคต เช่น ภายในห้องชุดพักอาศัย ความสูงจากพื้นถึงเพดานมีความสำคัญต่อผู้บริโภคมากกว่าจำนวนและขนาดของหน้าต่าง ซึ่งถ้าคำนวณค่าก่อสร้างโดยประมาณ (ตารางที่ 5.8) พบว่า ราคาในการก่อผนังถูกกว่าราคาหน้าต่างกระจกมาก ผู้ประกอบการสามารถลดค่าก่อสร้างของหน้าต่างลง และออกแบบให้ห้องชุดมีความสูงเพิ่มขึ้นซึ่งมีงบประมาณที่ต่ำกว่า และตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากกว่าด้วย

#### ตารางที่ 5.8

##### การคำนวณค่าก่อสร้างงานผนังและหน้าต่างโดยประมาณ

งานผนัง	ราคาต่อตารางเมตร (รวมค่าแรง) (บาท)
คอนกรีตมวลเบาก่อผนัง ขนาด 20 ซม. x 60 ซม. หนา 10 ซม.	340
ฉาบปูน	125
ทาสีน้ำอะครีลิค	125
รวม	590
หน้าต่าง	ราคาต่อตารางเมตร (รวมค่าแรง) (บาท)
หน้าต่างกระจกนิรภัย หนา 12 ซม.	4,000
รวม	4,000

2. แบบสอบถามและผลสรุปของงานวิจัยชิ้นนี้ ได้กำหนดตัวแปรเพื่อทำการวิจัย ภาพรวมอย่างกว้างของทั้งโครงการ จึงไม่ชัดเจนและเฉพาะเจาะจง ผลการวิจัยในหลายเรื่องตรงกับสภาพความเป็นจริงที่ทราบอยู่แล้ว สำหรับผู้ประกอบการควรทำให้เจาะจงยิ่งขึ้น และเปรียบเทียบกับคู่แข่งเป็นหลัก แบบสอบถามที่ดีในการทำธุรกิจจริง ควรสร้างเฉพาะสำหรับโครงการใดโครงการหนึ่ง จึงจะมีความเที่ยงตรงและแม่นยำในการสรุปผลวิจัย เพื่อให้สามารถใช้ได้จริงในการแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นในพื้นที่ใกล้เคียงกัน และในช่วงเวลานั้น ๆ เท่านั้น เพราะถ้าทำเลและเวลาเปลี่ยนแปลงไป สภาพการณ์ทางการตลาดก็จะเปลี่ยนแปลงไป จะใช้ข้อมูลเดิมเพื่อตัดสินใจในการออกแบบโครงการทำธุรกิจอีกไม่ได้

3. การวิจัยในอนาคตควรหาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ โดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยชนิดหลายตัวแปร (multiple regression analysis) เพื่อหาค่า  $r^2$  วิเคราะห์ความสัมพันธ์มากน้อยของตัวแปร และการวิเคราะห์องค์ประกอบ (factor analysis) เพื่อหาน้ำหนักขององค์ประกอบที่มีค่ามากพอ ด้วยวิธีการทางสถิตินี้จะสามารถทำให้เลือกตัวแปรต้น หรือปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอย่างแท้จริงกับตัวแปรตาม เพื่อจะได้ไม่เกิดความสับสนและมีทิศทางที่สอดคล้องกับความเป็นจริง

4. การวิจัยในอนาคต ควรเปรียบเทียบอาคารชุดพักอาศัยที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน ควบคุมตัวแปรแทรกซ้อน กลุ่มควบคุม (control group) และ กลุ่มทดลอง (experimental group) เช่น เปรียบเทียบเฉพาะอาคารชุดพักอาศัยที่ห่างจากสถานีรถไฟฟ้าใกล้เคียง ห้องชุดที่มีขนาดและความสูงจากพื้นถึงเพดานใกล้เคียงกัน เปรียบเทียบเฉพาะตัวแปรที่ต่างกัน 1 ตัวแปร จึงจะสามารถสรุปผลได้

5. การวิจัยในอนาคต ควรศึกษาวิถีชีวิตและพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันเป็นหลัก เช่น กลุ่มคนโสด กลุ่มผู้ที่มีครอบครัว และกลุ่มอาชีพต่าง ๆ เป็นต้น ว่าต้องการรูปแบบอาคารชุดพักอาศัยแบบใด ในรายละเอียดที่เจาะจงมากยิ่งขึ้น เช่น การกำหนดรายละเอียดและการออกแบบห้องชุดพักอาศัย การกำหนดพื้นที่และชนิดของสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถส่งผลต่อพื้นที่ขายของโครงการ เพราะกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ย่อมมีผลต่อความต้องการรูปแบบโครงการอาคารชุดพักอาศัยต่างกันด้วย