

## บทคัดย่อ

ปัจจุบันที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดพักอาศัย หรือคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร เริ่มมีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้โครงการอาคารชุดพักอาศัยมีการแข่งขันสูง ผู้ประกอบการ ควรพิจารณาถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการเพื่อจะได้เปรียบในการแข่งขัน และนำไปสู่ การเพิ่มกำไรให้กับโครงการ

การศึกษาเรื่อง “รูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มในอาคารชุดพักอาศัยระดับกลางบนถึง ระดับบนในเขตพัฒนา-คลองเตย กรุงเทพมหานคร” ภายใต้สมมติฐานที่ว่า รูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่ม มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุดพักอาศัย และ รูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มมีความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ ซื้อ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มในอาคารชุดพักอาศัย และจัดลำดับรูปแบบ การสร้างมูลค่าเพิ่มทั้งในมุมมองของผู้ประกอบการและผู้สนใจซื้อ โดยได้มีการจำกัดขอบเขตการวิจัย ในอาคารชุดพักอาศัยระดับกลางบน บนถนนสุขุมวิทซึ่งมีราคาขายเฉลี่ย 80,000-99,999 บาทต่อ ตารางเมตร และอาคารชุดพักอาศัยระดับบนราคาขายเฉลี่ย 100,000-129,999 บาทต่อตารางเมตร โดยใช้วิธีการสังเกต การสัมภาษณ์ และแบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ซึ่งมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างดังนี้ 1) อาคารชุดพักอาศัย 7 โครงการแบ่งเป็นระดับกลางบนจำนวน 3 โครงการ และระดับบนจำนวน 4 โครงการ 2) ผู้ประกอบการจำนวน 10 คน และ 3) ผู้สนใจซื้อจำนวน 203 คน แบ่งเป็นกลุ่มระดับกลาง บน จำนวน 158 คน และกลุ่มระดับบน จำนวน 45 คน

ผลการวิจัยแบ่งเป็น 3 ส่วนพบว่า

1. รูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มต้องสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้า เป้าหมายได้ โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือ 1) รูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มภายในห้องพัก และ 2) รูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มในพื้นที่ส่วนกลาง โดยภายในห้องพักประกอบด้วย การออกแบบ สถาปัตยกรรม การจัดแบ่งพื้นที่การใช้งาน รูปแบบการตกแต่งภายใน คุณภาพของเครื่องครัว และการติดตั้งสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนในพื้นที่ส่วนกลางประกอบด้วย การเพิ่มพื้นที่ออกกำลังกาย การเพิ่มที่จอดรถ การเพิ่มพื้นที่พิเศษ การบริการพิเศษ และเทคโนโลยีภายในอาคาร

2. ในมุมมองของผู้ประกอบการ การจัดลำดับรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มใน 2 กลุ่ม ระดับราคา มีการจัดลำดับที่ตรงกันทั้งรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มภายในห้องพัก และพื้นที่ส่วนกลาง กล่าวคือ การจัดแบ่งพื้นที่การใช้งาน การออกแบบสถาปัตยกรรม และรูปแบบการตกแต่งภายใน เป็น 3 อันดับแรกของรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มภายในห้องพัก ในขณะเดียวกัน พื้นที่สำหรับการ

ออกกำลังกาย พื้นที่พิเศษ การเพิ่มที่จอดรถ เป็น 3 อันดับแรกของรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มในพื้นที่ส่วนกลาง

3. สำหรับผู้สนใจซื้อการจัดลำดับรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มใน 2 กลุ่มระดับราคา ประกอบด้วย ความคิดเห็นที่เหมือน และต่างกันในรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มทั้งในห้องพัก และพื้นที่ส่วนกลาง กล่าวคือ การจัดแบ่งพื้นที่การใช้งาน การออกแบบสถาปัตยกรรม และรูปแบบการตกแต่งภายในเป็น 3 อันดับแรกที่มีลำดับที่ตรงกันภายใน 2 กลุ่มระดับราคา ในทางตรงกันข้าม พื้นที่พิเศษ การบริการพิเศษ และพื้นที่สำหรับออกกำลังกาย เป็น 3 อันดับแรกของทั้ง 2 กลุ่มระดับราคา แต่มีการจัดลำดับที่แตกต่างกันภายในกลุ่ม

จากการศึกษาดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า การจัดแบ่งพื้นที่การใช้งาน การออกแบบสถาปัตยกรรม และรูปแบบการตกแต่งภายใน เป็น 3 ลำดับแรกของรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มภายในห้องพัก ที่ทั้งผู้ประกอบการ และผู้อยู่อาศัยให้ความสำคัญที่ตรงกัน ในทางตรงกันข้าม ผู้ประกอบการ และ ผู้สนใจซื้อมีความเห็นที่แตกต่างกันในรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มในพื้นที่ส่วนกลางโดย ในผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อการเพิ่มพื้นที่ออกกำลังกาย และพื้นที่พิเศษ ในขณะที่ผู้สนใจซื้อให้ความสำคัญต่อ การเพิ่มที่จอดรถ และพื้นที่พิเศษ ในการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการนำรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มไปใช้ควรมีการคำนึงถึง ความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโครงการเป็นหลัก