การวิเคราะห์ลำดับความสำคัญของปัญหาในการก่อสร้างงานสาธารณูปโภคในโครงการหมู่บ้านจัดสรร กลุ่มราคาขาย 3-5 ล้านบาท

An Analysis of the Problems Occurring in the Infrastructure Construction of 3-5 Million Baht Housing Projects

วรากร ลิขิตอนุภาค และ ดร. กองกูณฑ์ โตชัยวัฒน์
Warakorn Likitanupak and Dr. Kongkoon Tochaiwat

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

บทคัดย่อ

ในการวางแผนสำหรับงานก่อสร้าง การทราบถึงข้อมูลทางสถิติของปัญหาที่อาจเกิดขึ้น ทำให้การวางแผนงานมีความแม่นยำมากขึ้น ไม่เว้นแม้แต่ในการก่อสร้างงานสาธารณูปโภคของโครงการหมู่บ้านจัดสรร งานวิจัยนี้วิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นในงานก่อสร้างจากค่าเฉลี่ยความถี่และความรุนแรงของปัญหาเป็นเกณฑ์ โดยเก็บข้อมูลจากบริษัทผู้พัฒนาในโครงการที่มีราคาขายระหว่าง 3–5 ล้านบาทในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล จำนวน 17 โครงการ ด้วยแบบสอบถาม การศึกษาพบว่าปัญหาการก่อสร้างล่าช้าเป็นปัญหาที่สำคัญที่สุด รองลงมาเป็นกลุ่มปัญหาการขาดแคลนแรงงาน และกลุ่มปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพงานก่อสร้าง ตามลำดับ ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าระยะเวลาการก่อสร้างเป็นปัญหาที่ผู้พัฒนาโครงการให้ความสำคัญมากที่สุด เพราะแม้จะมีความถี่น้อยกว่าปัญหาขาดแคลนแรงงาน แต่เมื่อพิจารณาความรุนแรงของปัญหาประกอบแล้ว ปัญหาความล่าช้ายังคงเป็นเป็นปัญหาที่สำคัญที่สุด และเห็นได้ว่าในกลุ่มปัญหาที่มีระดับความสำคัญรองลงมานั้นล้วนเป็นเหตุให้งานก่อสร้างล่าช้าได้ทั้งสิ้น

Abstract

Knowledge of statistics of the problems occurring in construction is very helpful for the planning process, including infrastructure construction of housing projects. This research was done by analyzing the mean of frequencies and the severities of the problems occurring in infrastructure construction. Questionnaires were collected from seventeen housing projects in Bangkok and the vicinity, with prices ranging from 3-5 million baht. It was found that construction delay is the most significant problem, and leads to labor and construction quality problems. Despite less frequency than the lack of labor, construction delays have higher severity and other problems can lead to construction project delays.

คำสำคัญ (Keywords)

ปัญหาการก่อสร้าง (Construction Problem)
สาธารณูปโภค (Infrastructure)
บ้านจัดสรร (Housing)
การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Development)

รูปแบบที่เหมาะสมในการจัดจ้างคนภายนอกบริหารจัดการระบบการจัดการพลังงานทดแทนในโครงการบ้านจัดสรร
A Suitable Outsourcing Model for Renewable Energy Management in Housing Developments

ณัฐศักดิ์ สุขศรี[1] ดร. พรพรรณ วีระปรียากูร[1] และพิริยเทพ กาญจนดุล[2]
Nuttasak Suksri[1], Dr. Pornphan Verapreyagura[1] and Piriyathep Kanchanadul[2]

[1] คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University
[2] บริษัท เซลเลนเนียม (ประเทศไทย) จำกัด
Cellennium (Thailand) Co.,Ltd

บทคัดย่อ

การนำระบบการจัดการพลังงานทดแทนมาใช้กับโครงการบ้านจัดสรรนั้นเป็นสิ่งใหม่ที่ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญทั้งทางด้านเทคโนโลยีและการจัดการ ดังนั้นการพิจารณารูปแบบที่เหมาะสมในการจัดจ้างคนภายนอกเข้ามาบริหารจัดการจึงต้องพิจารณาทั้งทางด้านระดับความสัมพันธ์ ประเภท และรูปแบบสัญญาที่เหมาะสม จากการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ในการเลือกรูปแบบที่เหมาะสมในการจัดจ้างคนภายนอกบริหารจัดการระบบการจัดการพลังงานทดแทนพบว่า ระดับความสัมพันธ์กับโครงการบ้านจัดสรรควรเป็นแบบพันธมิตร เนื่องจากสร้างมูลค่าเพิ่มในโครงการบ้านจัดสรรได้สูง ประเภทของการจัดจ้างคนภายนอกที่เหมาะสมคือ ผู้ให้บริการเจ้าเดียว เพราะเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการระบบการจัดการพลังงานทดแทนเป็นหลัก และรูปแบบสัญญาที่เหมาะสมคือรับเหมาให้บริการในราคาคงที่ แต่ให้ส่วนเพิ่มตามผลงานเป็นแรงจูงใจ เนื่องจากเป็นสัญญาที่มีแรงจูงใจให้ช่วยโครงการบ้านจัดสรรในการประหยัดค่าไฟฟ้า และเหลือขายคืนให้กับการไฟฟ้าได้มาก

Abstract

The introduction of renewable energy management systems into housing development projects is new and must address both technology and management at the same time. Housing development companies must therefore think carefully about relationship levels, outsourcing type and contract type when considering a suitable outsourcing model. This paper presents a suitable outsourcing model for renewable energy management systems through qualitative research using in-depth interviews. The study finds that a proper relationship between the outsourcing company and housing development projects should be a 'Partnership' since outsourcing can add high value elements to the housing projects. A'Single-service provider' is an appropriate outsourcing type because the expertise should be centered on renewable energy management. A suitable contract type is 'fixed price incentives.' With this contract type, the outsourcing will have the incentive to create a system that saves energy wheresurplus electricity generated can be sold back to the grid system.

คำสำคัญ (Keywords)

การจัดจ้างคนภายนอก (Outsourcing)
บริหารจัดการ (Management)
โครงการบ้านจัดสรร (Housing Development)
พลังงานทดแทน (Renewable Energy)
การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

การคาดการณ์ผลตอบแทนของกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย
Expected Return on Thai Property Funds

นพพล นันทเศรษฐ์พงศ์[1] ดร. ปิยศักดิ์ มานะสันต์[2] ดร.กองกูณฑ์ โตชัยวัฒน์[1] และ ดร. พรพรรณ วีระปรียากูร[1]
Noppol Nantasetphong[1], Dr. Piyasak Manasant[2], Dr. Kongkoon Tochaiwat[1],
and Dr. Pornphan Veprapreyangura[1]

[1] คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University
[2] บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)
Charoen Pokphand Foods Public Company Limited

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง สมการพยากรณ์ผลตอบแทนกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย โดยมีจุดมุ่งหมายเพขื่อให้นักลงทุนภาคเอกชนและนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์สามารถใช้เป็นแนวทางในการลงทุนหรือระดมทุน เพื่อสร้างผลตอบแทนให้ได้ตามเป้าหมาย อีกทั้งภาครัฐยังสามารถนำไปเป็นข้อมูลในการควบคุมกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์เพื่อเป็นเครื่องมือสร้างประโยชน์ตรงตามวัตถุประสงค์การก่อตั้งกองทุนรวม ขอบเขตของการศึกษาจะใช้เฉพาะกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์กอง 1 และต้องเป็นกองทุนที่จดทะเบียนต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์เท่านั้น โดยวิธีการศึกษาจะใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติในการสร้างสมการ ซึ่งจะทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยภายใน คือ ผลตอบแทนกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ในอดีต และปัจจัยทางเศรษฐกิจมหภาค ได้แก่ 1) ราคาน้ำมันดิบตลาดโลก 2) อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 12 เดือน 3) อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ขั้นต่ำลูกค้ารายใหญ่ชั้นดี 4) ดัชนีผลผลิตภาคอุตสาหกรรม 5) อัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ย 5 ธนาคารใหญ่ (฿/$) 6) อัตราเงินเฟ้อ 7) ดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์ 8) ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง 9) ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน 10) อัตราดอกเบี้ยพันธบัตรรัฐบาลอายุ 10 ปี 11) ราคาทองคำตลาดโลก และ 12) จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทย ตัวแปรตาม ได้แก่ ผลตอบแทนกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย โดยสมการที่ได้ประกอบด้วยสมการพยากรณ์ผลตอบแทนรายกองทุน และมีการจัดกลุ่มสมการพยากรณ์ผลตอบแทนตามหมวดหมู่ 5 ประเภทธุรกิจที่กองทุนไปลงทุนคือ 1) ที่พักอาศัย (Residential) 2) อาคารสำนักงาน (Office Building) 3) ศูนย์การค้า (Plaza) 4) โรงงานอุตสาหกรรม (Industrial Warehouse) และ 5) สนามบิน (Airport) โดยประโยชน์ที่ได้รับคือ เพื่อให้ภาครัฐ นักลงทุนภาคอสังหาริมทรัพย์ และประชาชนสามารถทราบปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดผลตอบแทน และสามารถใช้สมการคาดการณ์ผลตอบแทนของกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ได้ล่วงหน้า

Abstract

This paper is part of the research – “Forecasting Models for the Return on Thai Property Funds,” with the goal that investors and the private sectors can use these models as guidelines for investing to get their targeted return. Also, the government can use this information to control Thai Property Funds to make sure the funds are well managed. The scope of the research was limited to the study of the Thai Property Funds Public Offering (PR) which is legally registered with the Securities and Exchange Commission. For the method of study, the Econometric Model was used to create models for each fund and for the funds which can analyze the relationships between independent variables, for example, analyzing the past performance of each property fund and macroeconomic factors in order to find the dependent variables, the return on Thai property funds. The macroeconomic factors include 1) world oil price, 2) twelve month fixed deposit interest rate, 3) Minimum Loan Rate (MLR), 4) construction price index, 5) investment index from private sectors, 6) return from ten year government bond, 7) Manufacturer Production Index (MPI), 8) average exchange rate THB/USD from the top five commercial banks, 9) Inflation rate, 10) Stock Exchange of Thailand (SET) index, 11) world gold price, and 12) the number of tourists coming to Thailand. The return on each property fund was analyzed and forecasted. In addition, all property funds were grouped according to their major investments in these categories: 1) residential, 2) office building, 3) warehouse, 4) airport, and 5) plaza. The models obtained can be used to forecast the return not only on each Thai Property Fund, but also the overall return of Thai Property Funds. The study was done for the benefit of the government, investors, and private sectors with the hope that they can have a clearer picture of the affect of the return on Thai Property Funds.

คำสำคัญ (Keywords)

กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ (Property Funds)
ปัจจัยทางเศรษฐกิจมหภาค (Macroeconomic Factors)
ผลตอบแทนกองทุนรวม (Return on Thai Property Funds)
วิธีการทางเศรษฐมิติ (Econometric Models)

คุณสมบัติที่พึงมีของผู้จัดการนิติบุคคลอาคารชุด
Qualifications of Condominium Juristic Person Managers

สามภพ บุนนาค[1] ดร. พรพรรณ วีระปรียากูร[1] ดร. กองกูณฑ์ โตชัยวัฒน์[1] และมานพ พงศ์ทัต[2]
Sampob Bunnag[1], Dr. Pornphan Verapreyagura[1], Dr. Kongkoon Tochaiwat[1] and Manop Bongsadadt[2]

[1] คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University
[2] คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Faculty of Architecture, Chulalongkorn University

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณสมบัติที่ควรมีของผู้จัดการนิติบุคคลอาคารชุด รวมทั้งสร้างต้นแบบคุณสมบัติของผู้จัดการนิติบุคคลอาคารชุด ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการศึกษาคุณสมบัติในวิชาชีพต่าง ๆ และนำมาวิเคราะห์เนื้อหาโดยใช้แผนผังแสดงแนวคิดเพื่อหาคุณสมบัติที่เกี่ยวข้องกับอาชีพผู้จัดการนิติบุคคลอาคารชุด และทำการออกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างและสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้พักอาศัยในอาคารชุด ผู้ประกอบการอาคารชุด นักวิชาการและประชาชนทั่วไป ซึ่งผลการวิจัยได้ข้อสรุปว่าคุณสมบัติที่ควรมีได้แก่ การรู้กฎหมาย การมีประสบการณ์ในการบริหารอาคารชุด การไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อน การมีใบควบคุมคุณภาพวิชาชีพ การศึกษา การมีเวลาอยู่ในตำแหน่ง และการมีเวลาทำงานในหน้าที่

Abstract

The research objectives are to identify qualifications that the Condominium Juristic Person Manager should have and to propose ideal qualifications of a Condominium Juristic Person Manager. Research of qualifications was performed and analyzed by the Concept Maps theory to find appropriate qualifications of a Condominium Juristic Person Manager. The research methodology used questionnaires and in-depth interviews of co-owners, developers, specialists and the public. The outcome shows the qualifications that a Condominium Juristic Person Manager should have. They are law knowledge, experience, understanding conflict of interest, certificate, education, management term and office working hour.

คำสำคัญ (Keywords)

อาคารชุด (Condominium)
นิติบุคคลอาคารชุด (Condominium Juristic Person)
ผู้จัดการนิติบุคคลอาคารชุด (Condominium Juristic Person Manager)
กฎหมายอาคารชุด (Condominium Act)
คุณสมบัติ (Qualification)

แนวทางการบริหารพื้นที่เช่าเชิงพาณิชย์กรรมของอาคารในสังกัดหน่วยงานราชการ กรณีศึกษา ศูนย์ราชการกรุงเทพมหานคร ถนนแจ้งวัฒนะ

Facility Management for Commercial Rental Government Buildings: A Case Study of Government Center at Chaengwatthana

วีรพล ทิณพงษ์[1] ดร. กองกูณฑ์ โตชัยวัฒน์[1] อรุณ ศิริจานุสรณ์[1] และ ดร. มนตรา เลี่ยวเส็ง[2]
Weerapon Tinnapong[1], Dr. Kongkoon Tochaiwat[1], Aron Sirijanusone[1] and Dr. Montra Leoseng[2]

[1] คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University
[2] สถาบันสิ่งแวดล้อมและทรัพยากร มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
Institute of Environment and Natural Resources, Srinakharinwirot University

บทคัดย่อ

งานวิจัยในรูปแบบผสมนี้ มุ่งเน้นการศึกษาแนวทางการบริหารพื้นที่เช่าเชิงพาณิชยกรรมของอาคารในสังกัดหน่วยงานราชการ กรณีศึกษา ศูนย์ราชการกรุงเทพมหานคร ถนนแจ้งวัฒนะ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้อาคารและสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ โดยทำการศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาในการบริหารพื้นที่ ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจาก 1) กลุ่มข้าราชการพนักงานและผู้มาติดต่อในอาคาร จำนวน 81 คน ด้วยการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม และ 2) กลุ่มของผู้ดำเนินธุรกิจในอาคาร จำนวน 9 คน ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ และค่าร้อยละ ร่วมกับการวิเคราะห์ระดับความสนใจในร้านค้า ในบริการ และในการเลือกใช้บริการ ด้วยการคำนวณค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลจากการสัมภาษณ์วิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิเคราะห์ทั้งหมดนำเสนอในรูปแบบการพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มผู้ใช้อาคารในโครงการศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา ๕ ธันวาคม ๒๕๕๐ มีความประทับใจและให้ความสนใจร้านค้าแต่ละประเภท โดยคำนึงถึงราคาขายรวมถึงคุณภาพของสินค้าเป็นสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ ผู้บริหารอาคารควรเอาใจใส่ในการจัดระเบียบในพื้นที่ และควรปรับลดราคาค่าเช่าพื้นที่และค่าสาธารณูปโภคส่วนกลางตามขนาดและประเภทของธุรกิจ รวมทั้งควรมีการจัดประชุมร่วมกับผู้บริหารโครงการ ฯ ทุก 3 เดือนเป็นอย่างน้อย เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดและหาวิธีสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านค้าในโครงการ ฯ นอกจากนี้ ผู้บริหารพื้นที่เช่าในโครงการ ฯ รวมถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายควรสร้างความเข้าใจร่วมกันในการสร้างทัศนคติที่ดีต่อการยกระดับมาตรฐานในการบริหารพื้นที่เช่าในโครงการ ฯ

Abstract

The research, using a mixed methodology approach, stresses Facility Management (FM) guidelines for commercial government buildings via a case study of Government Center at Chaengwatthana. The guidelines intend to support shop customers' needs and can increase service effectiveness. Data was collected from eighty-one government staff and visitors through questionnaires and through in-depth interviews of nine business owners. The results were analyzed by descriptive statistics: frequency, percentage, mean and standard deviation of interest. In-depth interview data was analyzed by content analysis.

The analysis showed that customer satisfaction remains high, although they are more price and quality sensitive. To improve the efficiency of facility management, it is suggested that the service providers, the FM team, should pay greater attention to orderliness, appropriateness, standards and functionality of the commercial areas. Increasing user satisfaction is another point of concern. Rental fees and central service fees should therefore be more flexible by taking the scale of operation and economic situation into account. Quarterly meetings with the FM team are important in order to offer the shop owners a platform to exchange views with management, as well as to find how to satisfy more complex shop owners' needs. The research also recommends that all involved parties should promptly develop a better understanding of the Facility Management and proactive FM performance improvement should be established.

คำสำคัญ (Keywords)

การบริหารพื้นที่ (Facility Management)
อาคารในสังกัดหน่วยงานราชการ (Government Buildings)
ศูนย์ราชการกรุงเทพฯ ถนนแจ้งวัฒนะ (Government Center at Chaengwatthana)
นวัตกรรมอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Innovation)

ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งอำนวยความสะดวกและการเพิ่มค่าเช่า สำหรับอาคารพักอาศัยรวมให้เช่า
The Relationship between Amenities and Rent in Rental Apartments

กิตติพงษ์ วิภววาณิชย์[1] ดร. ยงยุทธ ชัยรัตนาวรรณ[2] และกีรติ ศตะสุข[1]
Kittiphong Vipavawanich[1], Yongyoot Chairatanawan, Ph.D.[2] and Keerati Satasook[1]

[1] คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University
[2] คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
Facility of Management Science, Chiangrai Rajabhat University

บทคัดย่อ

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งอำนวยความสะดวก และการเพิ่มค่าเช่าสำหรับอาคารพักอาศัยรวมให้เช่า เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้พักอาศัยระดับรายได้น้อย จำนวน 179 คน จากอาคารพักอาศัยรวมให้เช่า รวม 3 โครงการ บริเวณตำบลบ้านกลาง อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี โดยกำหนดปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก และภายนอกห้องพัก รวม 20 ปัจจัย ผลการศึกษาพบว่า ผู้เช่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001-10,000 บาท มีค่าใช้จ่ายในการเช่าอยู่อาศัยเฉลี่ยต่อเดือน 2,501-3,000 บาท โดยแบ่งเป็นค่าเช่าห้อง ค่าไฟฟ้า และค่าน้ำประปา โดยผู้เช่าจ่ายเองหรือแบ่งจ่ายกับผู้เช่าร่วมที่พักอาศัยร่วมกันกับเพื่อนหรือคู่สมรส สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่ต้องการมากที่สุด คือ พัดลม เตียงนอน / ฟูกที่นอน-หมอน ตู้เสื้อผ้า รองลงมา คือ โทรทัศน์ และอ่างล้างหน้า ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกห้องพักจากบริการส่วนกลางที่ต้องการมากที่สุด คือ ประตูเข้า-ออกระบบคีย์การ์ด กล้องวงจรปิด และยามรักษาความปลอดภัย โดยผู้เช่ายินดีจ่ายค่าเช่าเพิ่มอีกร้อยละ 5 กรณีที่โครงการจัดเพิ่มเติมให้ในแต่ละปัจจัย ผลจากการศึกษาครั้งนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงอาคารพักอาศัยรวมให้เช่า โดยการเพิ่มปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกตามความต้องการของผู้เช่าพักอาศัย และเป็นการเพิ่มรายได้ของผู้ประกอบการ เหมาะสำหรับอาคารพักอาศัยรวมให้เช่าเดิมที่ต้องการปรับปรุง และโครงการที่จะสร้างใหม่เพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุด รวมถึงคุณภาพความเป็นอยู่ที่เหมาะสม และตรงกับความต้องการของผู้เช่าพักอาศัย

Abstract

The purpose of this research was to study the relationship between amenities and rent in rental apartments. The research was conducted via survey which focused on lower income people. A total of 179 responses were gathered from three rental apartments located in the Ban-Klang District of Pathum-Thani. The study was done by varying internal and external amenities. The research showed that the majority of the tenants were twenty-one to thirty years old with 59.2% being female. most work in the private sector and have a vocational diploma or high school education. Their incomes ranged from 8,001-10,000 Baht per month, with normal living expenses of 2,501–3,000 Baht per month. Their expenses can be divided into room rent, water supply, and electricity. They either paid for these expenses themselves or shared with their roommate or their spouse. The primary amenities they would like to have in room are: an electric fan, bed, mattress and pillow, and a wardrobe, while the secondary required amenities are television and a wash basin. The building services they would like to have are: key card access, CCTV, and a security guard. In addition, they are willing to pay an extra five percent for additional amenities. The findings of this study can be used to increase a rental apartment's business value by adding amenities and assist in the renovation of old rental apartments for better quality and response to the needs of tenants.

คำสำคัญ (Keywords)

สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)
อาคารพักอาศัยรวมให้เช่า (Rental Apartment)
การเพิ่มค่าเช่า (Rent)

การเปรียบเทียบอัตราส่วนต้นทุนการพัฒนาของอาคารชุดพักอาศัย บริเวณกรุงเทพชั้นในและกรุงเทพชั้นนอก: กรณีศึกษา

Case Study Comparison of Development Cost Ratio for Inner City and Outer City Condominiums in Bangkok

สาโรจน์ พ่วงศรี[1] ดร. ยงยุทธ ชัยรัตนาวรรณ[2] และกีรติ ศตะสุข[1]

Sarot Puangsri[1] Yongyoot Chairatanawan, Ph.D.[2] and Keerati Satasook[1]

[1] คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

[2] คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
Facility of Management Science, Chiangrai Rajabhat University

บทคัดย่อ

งานศึกษาครั้งนี้เป็นกรณีศึกษาอัตราส่วนต้นทุนการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทอาคารชุดพักอาศัยสูง 7-8 ชั้น ของบริษัทพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ในตลาดอสังหาริมทรัพย์ปัจจุบัน โดยเป็นกรณีศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 10 โครงการ ในพื้นที่ที่ทำการศึกษา 2 บริเวณ คือ บริเวณกรุงเทพชั้นในและกรุงเทพชั้นนอก เพื่อศึกษาอัตราส่วนต้นทุนระหว่างต้นทุนที่ดินและต้นทุนค่าก่อสร้างอาคาร ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนที่ดินและอาคารที่แตกต่างกันพบว่าราคาที่ดินเป็นปัจจัยหลัก โดยอัตราส่วนต้นทุนที่ได้จะแปรผันตามต้นทุนราคาที่ดินเฉลี่ยต่อตารางวา หรือสรุปได้ว่าราคาต้นทุนที่ดินที่สูงก็จะมีผลให้อัตราส่วนต้นทุนสูงขึ้นด้วย เนื่องจากอัตราส่วนต้นทุนดังกล่าวเป็นอัตราส่วนระหว่างต้นทุนที่ดิน ต่อค่าก่อสร้างอาคารชุด ในทำเลที่ตั้งที่แตกต่างกันทำให้ระดับราคาที่ดินแตกต่างกันไปด้วย ในส่วนของค่าก่อสร้างอาคารนั้นพบว่า แม้จะเป็นทำเลที่ตั้งที่แตกต่างกันค่าก่อสร้างอาคารก็ไม่แตกต่างกันมากนัก และจากข้อสรุปดังกล่าวทำให้อัตราส่วนต้นทุนมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการขายของโครงการ กล่าวคือราคาที่ดินของโครงการที่สูงหรือต่ำจะสะท้อนถึงทำเลที่ตั้งของโครงการว่ามีสภาพแวดล้อมเป็นอย่างไร อยู่ห่างจากชุมชนและระบบคมนาคมมากน้อยเพียงใด ซึ่งทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยหลักในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทนี้

Abstract

This is a case study regarding the costs of development of real estate projects, specifically low-rise buildings (seven to eight stories) in residential development from practical developer firms in the current market. The case study is based on ten projects situated in two major precincts: the inner-city zone and the outer-city zone. Meanwhile, the study is focused on the cost of land proportionate to the cost of construction, to be referred hereafter as “land to construction ratio”. The result reveals that the average cost of land per square wah is a main factor affecting the ratio significantly. Thus, it could be concluded that higher land cost in different areas causes a higher ratio, whereas cost of construction has far less impact on the ratio with different location. Therefore, the land to construction cost ratio reflects the condition of the surrounding area, vicinity to facilities, communities, amenities and transit system. It also implies the success of the projects given high sales rate, when comparing to projects in the inner-city zone and the outer-city zone, the location of which is fundamentally a key factor for real estate development.

คำสำคัญ (Keywords)

อัตราส่วนต้นทุน (Ratio of Development Cost)
กรุงเทพชั้นใน (Central of Bangkok)
กรุงเทพชั้นนอก (Surround of Bangkok)

การศึกษาวิเคราะห์และประเมินสื่อโฆษณาอสังหาริมทรัพย์ประเภทสื่อกลางแจ้งเทียบกับสื่อใหม่ ที่มีผลต่อยอดผู้สนใจโครงการบ้านจัดสรร

Real Estate Advertising Media Study Analysis and Evaluation of Outdoor Media and New Media Effects on Interested Housing Rate

พิเชษฐ์ ทรงณัฏฐพจน์[1] ดร. ประสงค์ ปราณีตพลกรัง[2] และ ดร. พรพรรณ วีระปรียากูร[1]

Piched Thongnuttapot[1], Dr. Prasong Praneetpolgrang[2] and Dr. Pornphan Verapreyagura[1]

[1] คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

[2] หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม
Master of Science Program in Information Technology, Graduate School, Sripatum University

บทคัดย่อ

ปัจจุบันวงการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านจัดสรรมีการแข่งขันกันสูง ในธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงเช่นนี้ ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อยอดขายคือ สื่อโฆษณา ซึ่งสื่อโฆษณาที่ใช้กันอยู่มีหลากหลายประเภท ทั้งสื่อกลางแจ้ง ได้แก่ บิลบอร์ด (billboard) ป้ายโฆษณาทางเท้า (cut out) และสื่อใหม่ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต (internet) ไดเร็คเมล์ (direct mail) อีเมล์ (E-mail) และ เอส เอ็ม เอส (SMS) แต่สื่อใดมีผลต่อยอดผู้สนใจในโครงการบ้านจัดสรรอย่างไร คำถามนี้นำมาสู่การศึกษาครั้งนี้ภายใต้วัตถุประสงค์ที่ว่าสื่อโฆษณาประเภทสื่อกลางแจ้งเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อใหม่ สื่อใดมีผลต่อยอดผู้สนใจโครงการบ้านจัดสรร รวมทั้งศึกษาระดับความสนใจโครงการบ้านจัดสรรจากสื่อกลางแจ้งเปรียบเทียบกับสื่อใหม่ที่มีผลกระทบต่อยอดขาย ในการคัดเลือกโครงการเป็นเป้าหมายสำหรับเก็บภาพรวมข้อมูล เพื่อการวิจัยตามเงื่อนไขที่ผู้วิจัยได้ระบุไว้ การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยเครื่องมือที่มีลักษณะแบบประเมินค่า 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่าผู้สนใจเข้าเยี่ยมชมโครงการ รวมถึงผู้ที่ตัดสินใจซื้อทั้ง 2 โครงการส่วนใหญ่เลือกที่จะใช้สื่อกลางแจ้งแต่เป็นประเภทบิลบอร์ด เป็นข้อมูลในการตัดสินใจเข้าเยี่ยมชมโครงการมากกว่าสื่อใหม่ ดังนั้นการใช้สื่อโฆษณาที่เหมาะหรือเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจประเภทอสังหาริมทรัพย์ในปัจจุบันเป็นสื่อกลางแจ้งประเภทบิลบอร์ด เนื่องจากเป็นสื่อที่มีข้อมูลรายละเอียดครอบคลุมมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ

Abstract

Currently, the real estate business has a high rate of competition, especially in housing estates, and the factor affecting sales volume of this high competition business is advertising media. There are many kinds of advertising media: old advertising media such as billboards and cut outs and new advertising media such as internet, direct mail, email and Short Message Service (SMS). However, the question is raised regarding how advertising media affects the number of housing estate visitors leading to this study's objective regarding whether outdoor media or new media has a greater effect on sales volume. The housing estates projects have been selected according to specified conditions. The data analysis of 5-level assessments found that most visitors and buyers of these housing estates relied on outdoor advertising media such as billboards more than other kinds of advertising media. Hence, outdoor advertising media is advantageous for the real estate business.

คำสำคัญ (Keywords)

สื่อกลางแจ้ง (Outdoor Media)
สื่อใหม่ (New Media)
ยอดผู้สนใจโครงการ (Effecting on Interested Housing Rate)
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Business)

การวางแผนกลยุทธ์สำหรับการเจรจาต่อรองซื้อที่ดินเพื่อโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

Strategic Planning of Negotiations in the Real Estate Development Land Acquisition Process

กอบมา อัศวกิดาการ ดร. กองกูณฑ์ โตชัยวัฒน์ และกีรติ ศตะสุข
Kopma Asawakidakarn, Dr. Kongkoon Tochaiwat and Keerati Satasook

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีแบบแผนการวิจัยเชิงคุณภาพ มุ่งเน้นการเก็บรวมข้อมูลเกี่ยวกับการเจรจาต่อรองซื้อที่ดินอันจะนำมาสู่การพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การสัมภาษณ์ระดับลึกเกี่ยวกับกระบวนการวางแผนกลยุทธ์สำหรับการเจรจาต่อรองซื้อที่ดิน เพื่อกำหนดแนวทางการเจรจาต่อรอง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเจรจาต่อรอง สามารถนำมาสู่แนวทางการวางแผนกลยุทธ์สำหรับการเจรจาต่อรองได้ ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้คือ เจ้าหน้าที่ฝ่ายสรรหาที่ดิน จำนวน 3 คน ผลการวิเคราะห์โดยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาแสดงให้เห็นว่า การวางแผนกลยุทธ์การเจรจาต่อรองซื้อที่ดินเพื่อโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์มีปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการเจรจาต่อรอง และการตัดสินใจหลายปัจจัย ได้แก่ นโยบายต่าง ๆ ของบริษัท รูปแบบการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ โครงสร้างองค์กรและอำนาจในการตัดสินใจ องค์ประกอบต่าง ๆ ของที่ดิน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการเจรจาต่อรอง

Abstract

This qualitative study emphasizes the land acquisition negotiations for the development of residential real estate projects, specifically in Bangkok and its outskirts. Data from in-depth interviews with three key informants about the strategic planning process of negotiated land acquisition for real estate development projects was analyzed in order to propose negotiation guidelines. All key informants are land sourcing officers. Content analysis has shown that factors in land acquisition strategic planning for real estate development projects consist of the company’s policy, type of real estate development projects, organization chart, authority in decision making, land elements, and land acquisition stakeholders.

คำสำคัญ (Keywords)

การเจรจาต่อรอง (Negotiation)
องค์ประกอบต่าง ๆ ของที่ดิน (Land Element)
ราคาตัดใจ (Resistant Price)
ขอบเขตการเจรจา (Zone of Possible Agreement)

กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดสำหรับทรัพย์สินรอการขาย ประเภทที่อยู่อาศัยของธนาคาร
Marketing Mix Strategies for Banks' Residential Non Performing Assets

ชัยทัต สว่างแสง และ ดร. พรพรรณ วีระปรียากูร
Chaiyatat Sawangsang and Dr. Pornphan Verapreyagura

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจเลือกซื้อทรัพย์สินรอการขาย ประเภทที่อยู่อาศัยของธนาคาร เพื่อจัดทำต้นแบบกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการขายทรัพย์สินรอการขาย โดยการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากผู้สนใจซื้อทรัพย์สินรอการขายจากธนาคาร 7 แห่ง และบริษัทบริหารสินทรัพย์ 2 แห่ง และจากผู้บริหารกลยุทธ์ของสถาบันการเงิน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติเอฟ และการเปรียบเทียบรายคู่ตามวิธีการของเชฟเฟ และค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายประเภทที่อยู่อาศัยของธนาคาร มีอายุอยู่ในช่วง 30-40 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 20,001-40,000 บาท ต้องการซื้อทรัพย์สินรอการขายประเภทที่อยู่อาศัยของธนาคารแบบบ้านเดี่ยว ที่เคยมีคนอยู่อาศัย แต่ปัจจุบันไม่มีคนอยู่อาศัย มีทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งอำนวยความสะดวก มีราคาขาย 1,000,001 - 1,500,000 บาท เนื้อที่ 20 - 59 ตารางวา อายุการปลูกสร้าง 2 - 3 ปี โดยขอสินเชื่อกับทางธนาคาร ในลักษณะขอเป็นผู้กู้เดี่ยว ทั้งนี้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อทรัพย์สินรอการขายประเภทที่อยู่อาศัยมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยเกี่ยวกับกรรมสิทธิ์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยผ่านการรับรู้ข่าวสารจากเว็บไซต์ของสถาบันการเงินมากที่สุด ส่วนในมุมมองของผู้บริหารกลยุทธ์ของธนาคาร ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริหารกลยุทธ์ธนาคารเห็นด้วยกับการปรับปรุงซ่อมแซมทรัพย์สินรอการขาย การจัดกลุ่มทรัพย์สินรอการขายตามโซนทำเลที่ตั้ง การลดราคาขาย การลดอัตราดอกเบี้ยช่วงอัตราดอกเบี้ยลอยตัว ว่าสามารถเป็นปัจจัยกระตุ้นความรู้สึกของบริโภคในการตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว ส่วนการจัดโปรโมชั่นของแถม ลดอัตราดอกเบี้ยช่วงสั้น ๆ เป็นเพียงการสร้างสีสันในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเท่านั้น

Abstract

This study focused on factors involved in deciding to buy 'banks' residential non-performing assets in order to create appropriate original marketing mix strategies to sell foreclosed property. Questionnaires collected data from those who are interested in buying residential non-performing assets from seven banks and two asset management companies and the strategic management of financial institutions. The statistics of data analysis are frequency, percentage, average, F-test standard deviation, and Dual Comparison by the Sheffe method and relationship of the value of the variable Chi-Square.

The findings reveal that the target population that select the banks' residential non-performing assets are mainly between the ages of 30-40 years, working in the private sector, and have an average family income in the range of 20,001-40,000 baht per month. They are interested in buying residential non-performing assets such as a single house (second home), located close to convenient stores, selling at a price between 1,000,001-1,500,000 Baht, with an area of 20-59 square meters, in buildings of about 2-3 years old. They tend to purchase residential non-performing assets with bank loans, as a single borrower. The most important factors that affect the purchase of residential non-performing assets are price, distribution channels, and promotions, respectively. The customers usually receive information about a pending sale of the target property from the financial institute websites. From the view of bank strategic management, the findings indicated that they agreed with improving the non-performing assets, grouping residential non-performing assets upon location, discount promotions, and floating interest rate reduction to motivate the customers' decision. The promotion of premiums and lower interest rates over a short period will help create promotional activities only.

คำสำคัญ (Keywords)

ทรัพย์สินรอการขาย (Non Performing Assets: NPAs)
กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix Strategy)
ทรัพย์สินประเภทที่อยู่อาศัย (Residential Assets)

กลยุทธ์การตลาด: ศึกษาเฉพาะปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และราคาของบ้านมือสอง ประเภทบ้านเดี่ยว บริเวณกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
Marketing Strategy: Product and Pricing for Single Detached Houses for Resale in Suburban Bangkok

รัชญา หลิมรัตน์ ดร. วิริทธิ์พล รัตนพรศิริ และ ดร. พรพรรณ วีระปรียากูร
Ratchaya Limrat, Dr. Virittphol Ratanaphornsriri and Dr. Pornphan Verapreyagura

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และสภาพที่อยู่อาศัยเดิมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสอง รวมทั้งวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคากับการตัดสินใจซื้อบ้านมือสอง เพื่อนำมาสู่การเสนอกลยุทธ์การตลาดบ้านมือสอง ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านราคา กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้คือลูกค้าที่ซื้อบ้านมือสองในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 90 คน ของ 3 บริษัทตัวแทนขายบ้านมือสอง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .741 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 80,000-100,000 บาท มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวละ 4-6 คน มีปัญหาจากสภาพที่อยู่อาศัยเดิม ทั้งด้านกายภาพ การเดินทางซึ่งเดินทางไกลจากที่ทำงาน และด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีพื้นที่ใช้สอยไม่เพียงพอ

เมื่อพิจารณาผ่านการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านราคา พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของบ้านมือสองมีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากกว่าด้านราคาและด้านกายภาพ สำหรับกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์นั้นได้แก่ 1) ควรจะปรับบ้านปรุงมือสองให้มีความพร้อมอยู่ น่าอยู่ สะดวกกว่า ดีกว่าการซื้อบ้านใหม่ เพราะการมีความเหมาะสมต่อการเข้าอยู่อาศัยได้ทันทีจะทำให้ง่ายต่อการเปรียบเทียบตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ที่จำเป็นพร้อมสรรพสำหรับการอยู่อาศัย ไม่ต้องเสียเวลารอ 2) ปรับให้มีพื้นที่ใช้สอยสอดรับกับความต้องการใช้งาน โดยดัดแปลงต่อเติมให้ถูกใจลูกค้า 3) ปรับให้มีความหลากหลายของรูปแบบบ้านมือสองให้เลือก 4) ปรับให้มีการตกแต่งภายในบ้านมือสองที่สวยงามและเหมาะสม สำหรับกลยุทธ์ด้านราคานั้น ได้แก่ 1) ราคาบ้านมือสองควรจะต้องถูกกว่าบ้านใหม่ในทำเลที่ตั้งเดียวกัน 2) ราคาต้องมีความเหมาะสมกับรายได้ที่จะซื้อ ไม่เป็นภาระมาก 3) ราคาไม่แพงเกินไปซึ่งจะช่วยให้มีวงเงินสินเชื่อเหลือจากการซื้อบ้านมากพอที่จะต่อเติมหรือซ่อมแซมบ้านมือสองได้

Abstract

This study aims to investigate the demographic factors such as income, household members, and existing physical factors of houses which have influenced the decisions to buy resale housing. The analyses of relationships among the variables of product, pricing and decision to buy were explored. Questionnaires were distributed among sample of 90 customers who bought resale housing. Statisitcs employed were frequency, percentage, mean, and regression analysis. The research revealed that target customer characteristics, in Bangkok, are mainly female with an average salary of 80,000 - 100,000 baht/month, with 4-6 family members per household. These female target customers face the problem of a distant commute between home and the workplace, and inadequate space and function for utilization. Among the variables of product, pricing and physical attributes of an existing house, product had the highest influence upon the customer's decision to buy. Therefore, suggested product strategy is: 1) Resale houses should be well-equipped and move-in ready, comparable to a new house. 2) Space and function should be adjusted to fit customers' needs. 3) Types of resale house options should provide variety. 4) Resale houses should be nicely and properly decorated to sell easily. Pricing strategy is prescribed as: 1) Pricing of resale houses should be lower than new houses in the same vicinity. 2) Pricing should be affordable by customers' disposable income. 3) Pricing should be proper so that there will be some bank loan left for renovating the resale house.

คำสำคัญ (Keywords)

กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy)
บ้านมือสอง (Resale House)
บ้านเดี่ยว (Single Detached House)

กลยุทธ์การตลาด: การตัดสินใจบนปัจจัยสินค้าและราคา สำหรับโครงการบ้านเดี่ยวราคาปานกลางแถบชานเมืองกรุงเทพมหานคร

Marketing Strategy: Customer Decision Based on Product and Pricing for Middle Priced, Single Detached Houses in Suburban Bangkok

อภิชาติ กิจเจริญไชย ดร. วิริทธิ์พล รัตนพรศิริ และ ดร. พรพรรณ วีระปรียากูร

Apichart Kitcharoenchai, Dr.Virittphol Ratanaphornsriri and Dr.Pornphan Verapreyagura

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงปริมาณนี้มีเป้าหมายเพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดบนปัจจัยสินค้าและราคา สำหรับโครงการบ้านเดี่ยวราคาปานกลางแถบชานเมืองกรุงเทพมหานคร อันเป็นผลมาจากการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวและวิธีการทำตลาดบ้านเดี่ยวของผู้ประกอบการ การเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนผู้บริโภคเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ดำเนินการกับผู้ประกอบการ โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่สัมพันธ์กับราคา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคาปานกลางแถบชานเมืองกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ขณะที่คุณภาพบ้าน การออกแบบบ้าน และสภาพแวดล้อมของโครงการบ้านเดี่ยวราคาปานกลางเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมสำหรับโครงการบ้านเดี่ยวราคาปานกลางแถบชานเมืองกรุงเทพมหานครจึงควรกำหนดและจัดสรรการลงทุนดำเนินโครงการด้วยกลยุทธ์หลัก คือ ทำเลที่ตั้ง ราคา ผสานกลยุทธ์รองที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพ การออกแบบและสภาพแวดล้อม ทั้งนี้การกำหนดกลยุทธ์การตลาดควรกำหนดให้ปัจจัยทั้ง 5 สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

Abstract

This quantitative research aimed to study marketing strategies based on product and pricing for single detached-houses in suburban Bangkok. As a result of analysis, the factors affecting purchasing decisions of single detached-house and also the developer process of setting strategies market for single detached-house business. To collect data, 90 consumers were questioned and six developers were interviewed about their marketing strategy. The data analysis used descriptive statistics and content analysis.

The study found that location and price factors affect the consumer’s decision in purchasing a single detached-house in suburban Bangkok, with a 0.01 level of significance. Quality of design and environment of single detached-houses does not affect the consumer’s decision, with 0.05 level of significance. Therefore, suitable marketing strategies for middle price single detached-houses in suburban Bangkok should be determined for each investment project by location, price, quality design, and environment. The developers should set their marketing strategies by considering these five factors to meet the customer’s requirements.

คำสำคัญ (Keywords)

อสังหาริมทรัพย์ (Real Estate)
บ้านเดี่ยว (Single Detached-House)

ปัจจัยในการเลือกใช้วัสดุมุงหลังคาของสถาปนิกในโครงการโรงแรมตากอากาศชายทะเล

Roofing Material Selection Factors for Architects of Beach Hotel Projects

พัลลภ อัครดุสิต ดร. กองกูณฑ์ โตชัยวัฒน์ และ ดร. พรพรรณ วีระปรียากูร

Panlop Akradusit, Dr. Kongkoon Tochaiwat and Dr. Pornphan Verapreyagura

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

บทคัดย่อ

โครงการโรงแรมตากอากาศเป็นโครงการที่ต้องนำเสนอรูปแบบเอกลักษณ์ ความสวยงาม และรองรับการใช้งานของบุคคลผู้เข้ามาพักอาศัย ในท้องตลาดมีวัสดุมุงหลังคาอยู่หลายรูปแบบ หลายคุณสมบัติ ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาในด้านปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้วัสดุมุงหลังคาของโครงการ โดยศึกษาข้อมูลด้านแนวคิดการเลือกใช้วัสดุก่อสร้างในงานก่อสร้าง ข้อมูลการจำแนกประเภทสินค้าและผลิตภัณฑ์วัสดุมุงหลังคาที่มีขายในท้องตลาด การศึกษาวิจัยได้เก็บข้อมูลจากสถาปนิกด้วยแบบสอบถามจำนวน 85 ชุด เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ปัจจัยในการเลือกใช้วัสดุมุงหลังคาของสถาปนิกในโครงการโรงแรมตากอากาศชายทะเล ผลการศึกษาสรุปได้ว่าสถาปนิกนิยมเลือกวัสดุมุงหลังคาที่ทำจากไม้จริง มักเลือกสีเลียนแบบไม้ ลักษณะแผ่นเรียบ ให้ความสำคัญกับคู่มือการติดตั้ง และการมีทีมงานลงไปควบคุมการติดตั้ง คุณสมบัติด้านอื่นที่ผู้ออกแบบใช้ตัดสินใจร่วมด้วยคือ ราคารวมค่าติดตั้ง อายุการใช้งาน วัสดุมีขายในพื้นที่ ตามลำดับ ผลที่ได้ทำให้เกิดประโยชน์ทั้งในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของวัสดุมุงหลังคา ซึ่งผู้ออกแบบมีส่วนในการตัดสินใจเลือกใช้และนำเสนอ

Abstract

Beach hotels offer identity, architectural aesthetic and functional fashion to customers. There are various kinds and qualities of roofing materials in the market. This study focuses on selection factors for roofing materials in beach hotel projects by architects. The researcher reviewed literature regarding selection concepts and information related to construction roofing materials that are available in the market. Data was collected from eighty-five architects through a questionnaire survey. The results showed that architects preferred real wood materials as well as preferred the colors that are similar to wood. In addition, architects paid greater attention to the installation instructions and the installation team. Architects considered other factors including the price, product lifetime, and its availability within local areas. The results can be used as a guideline to develop roofing material products in response to the interests of architects who play an important role in the selection of roofing materials in beach hotel projects.

คำสำคัญ (Keywords)

สถาปนิก (Architect)
วัสดุมุงหลังคา (Roofing Materials)
โครงการโรงแรมตากอากาศชายทะเล (Beach Hotel Project)

แนวทางการเพิ่มมูลค่าอสังหาริมทรัพย์บริเวณคลองคูเมืองเดิมในกรุงเทพมหานคร
Value-added Strategy for Enriching Khu Muang Doem Canal in Bangkok

สมพล ตงศิริกุล[1] ดร. พรพรรณ วีระปรียากูร[1] ดร. พรธรรม ธรรมวิมล[2] และกีรติ ศตะสุข[1]

Sompol Tongsirikul[1], Dr. Pornphan Verapreyagura[1], Dr. Pornthum Thumwimol[2] and Keerati Satasook[1]

[1] คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

[2] สำนักโบราณคดี กรมศิลปากร

Office of Archaeology, Fine Arts Department

บทคัดย่อ

"ที่ดิน" ในวงการการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่หมายรวมถึง ห้วย หนอง คลอง บึง ลำน้ำ ซึ่งมีศักยภาพในการพัฒนาให้เกิดมูลค่ายังได้รับการพิจารณาน้อยมาก การวิจัยนี้มุ่งศึกษาหาแนวทางในการเพิ่มมูลค่าอสังหาริมทรัพย์บริเวณคูคลอง ผลการศึกษาซึ่งได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจกายภาพ วิเคราะห์ความเป็นไปได้ และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ตลอดจนเจ้าหน้าที่ราชการ นักลงทุน รวมถึงนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่เกี่ยวข้องในด้านต่าง ๆ ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดแนวทางการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์บริเวณคูเมืองเดิมกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ กิจกรรมเชิงธุรกิจ งานสถาปัตยกรรมรอบคูคลอง รวมไปถึงคุณลักษณะของคูคลอง 5 ส คือ สะอาด สะดุดตา สภาพน้ำใส สภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมกิจกรรม และสถาปัตยกรรมรอบคลองที่สวยงาม ทั้งนี้แนวทางการเพิ่มมูลค่าดังกล่าว จักต้องต้องอาศัยหลัก 2 ประสาน คือ การประสานงานเชิงนโยบายและเชิงกิจกรรม ที่ตอบสนองขั้นตอนการดำเนินการเพิ่มมูลค่าบริเวณคูคลอง และลดอุปสรรคต่อการดำเนินการ ด้านการบริหารจัดการของหน่วยงานทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่บริเวณนี้ ผ่านการกำหนดนโยบายที่ส่งเสริมต่อการพัฒนา และของกฎระเบียบเทศบัญญัติ ที่เกี่ยวข้องกับคูคลองในกรุงเทพมหานคร

Abstract

While the real estate industry has long been developed, the lack of development in some potential land types does exist. From the view of real estate development, the term 'land' covers: land, brook, swamp and canal which are usually not intended for business purposes. This research attempts to explore a value-added strategy to this kind of land by using physical study, possibility analysis and interview of related professions, public officers, investors and real estate developers. Three crucial factors in Khu Muang Doem Canal business development include: business activities, surrounding architecture, and characteristics of the canal. The five characteristics are: cleanliness, attractiveness, water clarity, environment and atmosphere. In addition, value-added strategic implementation requires coordination between policy and activity of each implementation stage in order to decrease and overcome constraints.

คำสำคัญ (Keywords)

การเพิ่มมูลค่าอสังหาริมทรัพย์ (Value-added in Real Estate)
อสังหาริมทรัพย์ (Real Estate)
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Business)

แนวทางในการใช้ระบบบริหารคุณภาพในโครงการบ้านจัดสรรขนาดกลาง
Quality Management Implementation Guidelines for Middle Tier Housing Projects

วรฤทธิ์ อร่ามเรือง[1] ดร. กองกูณฑ์ โตชัยวัฒน์[1] อรุณ ศิริจานุสรณ์[1] และ ดร. ดนัย วันทนากร[2]
Worarit Aramrueng[1], Dr. Kongkoon Tochaiwat[1], Arun Sirijanusorn[1] and Dr. Danai Wantanakorn[2]

[1] คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University
[2] คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Faculty of Engineering, Thammasat University

บทคัดย่อ

โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านจัดสรร ที่ต้องการเน้นรายละเอียดความประณีตสวยงามของงาน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อเรื่องคุณภาพหลายปัจจัย โดยเฉพาะปัญหาในเรื่องการใช้ระบบบริหารคุณภาพ ซึ่งมีส่วนสำคัญในการแข่งขันของผู้พัฒนาโครงการ ผู้วิจัยจึงสนใจในการเก็บข้อมูลปัญหาการใช้ระบบบริหารคุณภาพ จากเอกสารข้อมูลการตรวจสอบแก้ไขงานของโครงการก่อสร้างบ้านจัดสรรขนาดกลาง จำนวน 3 โครงการ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันในรัศมี 50 กิโลเมตร จากสนามบินสุวรรณภูมิ นำมาวิเคราะห์ผลโดยใช้แผนผังพาเรโตและแผนผังแสดงสาเหตุและผล ประกอบร่วมกับการสัมภาษณ์ผู้บริหารโครงการตัวอย่างที่นำมาศึกษา ผลการวิจัยได้แสดงสาเหตุปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการใช้ระบบบริหารคุณภาพ สามารถแบ่งได้เป็น 5 ปัจจัยหลัก คือ ด้านบุคลากร ด้านวัสดุ ด้านระบบงานกระบวนการ ด้านเครื่องจักรและอุปกรณ์ ด้านสภาพแวดล้อมและปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งมีส่วนสัมพันธ์กับแนวทางการบริหารจัดการของผู้บริหารโครงการ ที่มีการใช้ระบบบริหารคุณภาพคล้ายคลึงกัน แต่แตกต่างกันในเรื่องรายละเอียดของการบริหารงานเชิงลึก นอกจากนี้ผลการวิจัยยังมีการสรุปแนวทางในการใช้ระบบบริหารคุณภาพ โดยแบ่งตามปัจจัยหลักทั้ง 5 ปัจจัยข้างต้น พร้อมทั้งข้อเสนอแนะที่สามารถประยุกต์ใช้ในการบริหารคุณภาพของโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านจัดสรรใกล้เคียงได้

Abstract

The concerns of real estate developers of middle tier housing projects are the detail specifications. There are many factors that effect quality, especially quality management implementation, which is important for developer competition. The researcher is interested in quality management implementation problems, collected from a sample of middle tier housing project work sheets in three similar projects within fifty kilometers of Suvarnnabhumi Airport. They were analyzed by Pareto Diagram and Cause and Effect Diagram, compounded with interviewing Project Managers. The result shows five major factors that impact quality management implementation: the human factor, the material factor, system and process factors, machine and equipment factors, and other factors which vary based upon project managers' management guidelines. In spite of the management guideline in each project being similar regarding quality management implementation, they are different in depth of detailed management. The result is quality management implementation guidelines according to the five main factors as well as various suggestions that can be applied to quality management of any middle tier housing project.

คำสำคัญ (Keywords)

การบริหารคุณภาพ (Quality Management)
บ้านจัดสรรขนาดกลาง (Middle Tier Housing Projects)
แผนผังพาเรโต (Pareto Diagram)
แผนผังแสดงสาเหตุและผล (Cause and Effect Diagram)
การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Development)

นวัตกรรมการพัฒนาบ้านทรงไทยแบบอย่างใหม่ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ด้วยวัสดุทดแทน

Innovation in Traditional Thai House Development for the Real Estate Business by Alternative Materials

รุ่งนภา ศรีวิเศษศักดิ์[1] ดร. พรพรรณ วีระปรียากูร[1] ดร. พรธรรม ธรรมวิมล[2] และกีรติ ศตะสุข[1]

Rungnapa Srivisetsak[1], Dr. Pornphan Verapreyagura[1], Dr. Porthum Thumvimol[2] and Keerati Satasook[1]

[1] คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

[2] สำนักโบราณคดี กรมศิลปากร

Office of Archaeology, Fine Arts Department

บทคัดย่อ

บ้านทรงไทยเป็นสถาปัตยกรรมที่ทรงคุณค่าและมีความเป็นเอกลักษณ์ที่สามารถดำรงอยู่ท่ามกลางกระแสแห่งการพัฒนาสมัยใหม่ที่ผสมผสานศิลปวัฒนธรรมที่มีมาแต่อดีตกาล ในมุมมองของสถาปนิกหรือนักพัฒนาโครงการด้านอสังหาริมทรัพย์ การรู้จักดัดแปลงผสมผสานอย่างชาญฉลาดจะก่อเกิดรูปแบบงานสร้างสรรค์สมัยใหม่ที่ทรงคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมได้ ดังนั้นการวิจัยแบบผสมนี้จึงมุ่งหวังที่จะดัดแปลงผสมผสานอย่างชาญฉลาดในเชิงธุรกิจในการใช้วัสดุทดแทน สำหรับองค์ประกอบบ้านทรงไทยภาคกลาง “แบบอย่างใหม่” การสัมภาษณ์และการสอบถามเชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ ผ่านการวิเคราะห์เนื้อหาประกอบการสังเคราะห์ข้อมูลเอกสารวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทำให้ได้ข้อสรุปว่า วัสดุทดแทนสำหรับบ้านทรงไทย “แบบอย่างใหม่” ต้องมีคุณลักษณะ 5 ไม่ 5 ทน ได้แก่ ไม่หดตัว ไม่บิดงอ ไม่ติดไฟ ไม่เสื่อมสลาย (เนื้อวัสดุ) และปลวกไม่กิน และทนแรงกระแทก ทนแดด ทนฝน ทนไฟ ทนความชื้น ภายใต้การนำไปใช้ที่เน้นการติดตั้งง่าย สวยงามและมีหลากสี ตามแผนการก่อสร้างแบบคงความเหมือน

Abstract

Traditional Thai houses have long been unique and valuable. The accurate adaptation by using substitute materials, especially by architects and real estate developers, can lead to innovative cultural architectural design of traditional Thai houses. This study aims to discover the possibilities of applying substitute materials to traditional Thai houses for business innovation. This study pursues a mixed-method approach through the use of in-depth interviews and questionnaires of related professionals, to investigate the possibility of substitute materials for a ‘new style’ of traditional Middle region Thai house. Research results demonstrate requirements for new style traditional Thai houses: that they are not shrink, not twist or bend, inflammable, unspoilable (contents), not attractive to termites; and resistant to attack sunlight, water (rain), heat and humidity. In addition, the substitute should be easy to assemble, attractive and available in a wide range of colors under the imitated construction plan.

คำสำคัญ (Keywords)

บ้านทรงไทย (Thai House)
วัสดุทดแทน (Substitute Material)
นวัตกรรมการพัฒนาบ้านทรงไทย (Traditional Thai House Development Innovation)
แผนการก่อสร้างแบบคงความเหมือน (Imitated Construction Plan)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอาคารที่พักอาศัยให้เช่า: กรณีศึกษา สวนอุตสาหกรรมบางกะดี

Factors in Rental Decision Making for Apartment: A Case Study of Bangkadi Industrial Park Area

เสริมพันธ์ ธีรพัฒนะ

Sermphan Theeraphattana

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าในอาคารพักอาศัยให้เช่าและวิเคราะห์ปัจจัยอันประกอบด้วยตัวแปรต่าง ๆ และหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับการตัดสินใจในการเลือกให้เช่าในอาคารพักอาศัยให้เช่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด 384 ตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่พักอยู่ในอาคารพักอาศัย จำนวน 128 ตัวอย่าง กลุ่มที่กำลังมองหาที่พักในอาคารพักอาศัยให้เช่า จำนวน 128 ตัวอย่าง และกลุ่มที่ได้ออกจากอาคารที่พักอาศัยให้เช่าแล้ว จำนวน 128 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยหาค่าความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการทดสอบสมมติฐานโดยวิเคราะห์หาค่าสหสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างผู้เช่าให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของการออกแบบและความสวยงามอาคารโดยให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก รองลงมาให้ความสำคัญกับด้านส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับความปลอดภัยในการพักอาศัยโดยมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำ การเข้าออกด้วยคีย์การ์ด มีกล้อง CCTV ด้านสถานที่ตั้ง เกี่ยวกับการเดินทางเข้าออกที่สะดวกและรวดเร็วและด้านราคาเกี่ยวกับการแบ่งชำระค่ามัดจำเป็น 2 เดือนแต่ให้ความสำคัญในระดับน้อย และจากการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่าง 4P ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง และด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า 1) กลุ่มที่พักอยู่ในอาคารพักอาศัย ปัจจัยด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง และด้านส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจของกลุ่มที่พักอยู่ในอาคารพักอาศัย แต่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ไม่พบความสัมพันธ์ 2) กลุ่มที่กำลังมองหาที่พักในอาคารพักอาศัยให้เช่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของกลุ่มที่กำลังมองหาที่พักในอาคารพักอาศัยให้เช่า ส่วนปัจจัยด้านสถานที่ และด้านส่งเสริมการตลาดไม่พบความสัมพันธ์ และ 3) กลุ่มที่ได้ออกจากอาคารที่พักอาศัยให้เช่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ตั้ง และด้านส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของกลุ่มที่ได้ออกจากอาคารที่พักอาศัยให้เช่า ส่วนด้าน ปัจจัยราคาไม่พบความสัมพันธ์ งานวิจัยได้ใช้สหสัมประสิทธิ์เพียร์สันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

Abstract

The research was conducted to study factors in rental decision making for apartments and analysis of various factors, including variables, and study relationships between variables and the decision making on selection of the apartment. The total 384 samples can be classified into three groups each 128 samples: group of current tenants stayed in apartment, group of future tenants and groups of former tenants in apartment. The research employed survey and data were analyzed by descriptive method using mean, frequency percentage, standard deviation and testing hypotheses by correlation analysis.

The findings showed that product is the most significant factor among variables for rental decision making in apartment. Within product, design and attraction of buildings are most significant in ranking. Ranking second is to promote the marketing support regarding tenant security by security guards, key card system, and CCTV cameras. For the location factor, the results showed low ranking concerning access walk or transportation from building to outside. As to the price factor, some tenants require 2 month deposit installments. In addition, the analysis of correlation among 4P's (product, price, place and promotion) found that: 1) For the group of current tenants, the factors of price, place, and promotion are positively correlated to their decision making but factor of product is not correlated; 2) For the group of future tenants, the factors of product and price are correlated to their decision making but factors of place and promotion are not correlated; 3) For the group of former tenants, the factors of product, place, and promotion are correlated but factor of price is not correlated. The research was tested by Pearson correlation coefficient at .05 significant level.

คำสำคัญ (Keywords)

การตัดสินใจเช่า (Rental Decision Making)
อาคารที่พักอาศัยให้เช่า (Apartment)
สวนอุตสาหกรรมบางกะดี (Bangkadi Industrial Park Area)

ความล่าช้าในการก่อสร้างอาคารของสถาบันการศึกษาภาครัฐ
Construction Delays in Public Academic Building Projects

ศรัณย์ วรรณจารุรัตน์ และ ดร. กองกูณฑ์ โตชัยวัฒน์
Saran Wanjarurath and Dr. Kongkoon Tochaiwat

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

บทคัดย่อ

ความล่าช้าในการก่อสร้างอาคารเรียนส่งผลต่อความต่อเนื่องในการพัฒนาการศึกษาของสถาบัน ในงานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความล่าช้าในการก่อสร้างอาคารของสถาบันการศึกษาภาครัฐจากโครงการกรณีศึกษา ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ก่อให้เกิดความล่าช้าในการก่อสร้างแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม และเสนอแนวทางแก้ไขเพื่อขจัดปัญหาความล่าช้าที่เกิดขึ้น ดังนี้ 1) ความล่าช้าจากการปฏิบัติงานของผู้รับจ้าง ประกอบด้วย ผู้รับจ้างขาดการถอดแบบเพื่อทำงาน การวางแผนงานของผู้รับจ้างไม่รัดกุม ผู้รับจ้างไม่ทำงานตามแผนงาน การขาดแคลนวัสดุหรือเครื่องจักร และการเริ่มงานล่าช้า ซึ่งปัญหาที่พบเกิดจากการวางแผนที่ไม่ดี ขาดการคำนึงถึงหลักเวลาพื้นฐานและเวลามาตรฐาน และการนำระบบการจัดห่วงโซ่อุปทานมาใช้ในการจัดการก่อสร้างของผู้ว่าจ้าง 2) ความล่าช้าเนื่องจากผู้ว่าจ้างทำการเปลี่ยนแบบ ซึ่งการนำหลักการจัดการการเปลี่ยนแปลงมาใช้จะช่วยให้สามารถระบุปัญหาและแนวทางในการเปลี่ยนแปลงได้ชัดเจน ช่วยลดระยะเวลาและต้นทุนได้มากยิ่งขึ้น และ 3) ปัญหาสภาพภูมิอากาศซึ่งเป็นความล่าช้าเนื่องจากเหตุสุดวิสัย การป้องกันต้องใช้การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าตามแต่ละสถานการณ์

Abstract

Delays in construction of academic buildings affect the continuity of education. This research studied construction delays in a case study project. The objective was to study the factors affecting the construction duration and propose guidelines for reducing delays in construction projects. According to the research, delays in the project were caused by three main factors: 1) Construction delays caused by contractor performance including: contractor's lack of shop drawings, careless planning, non-compliance with the construction contract, lack of resources, and late start of work. These problems are caused by poor planning and lack of supply chain management; 2) Construction delays caused by owner redesign. Change management can help indentify and evaluate the problems, as well as mitigate the effects of delays. 3) Construction delays caused by bad weather, which are excusable delays. The processes to resolve the problems vary by situation.

คำสำคัญ (Keywords)

อาคารสถาบันการศึกษา (Academic Building)
ความล่าช้าในการก่อสร้าง (Construction Delay)
การวิเคราะห์ความล่าช้า (Delay Analysis)
อสังหาริมทรัพย์ (Real Estate)
สัญญาการก่อสร้าง (Construction Contract)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อนวัตกรรมการพัฒนารีสอร์ทบนน้ำในประเทศไทย

Satisfaction of Tourists toward Innovative Floating Resort Development in Thailand

รัชพล ชัยวัฒน์[1] ดร. กองกูณฑ์ โตชัยวัฒน์[1] กีรติ ศตะสุข[1] และไพรัช มณฑาพันธุ์[2]

Ratchapol Chaiwat, Dr. Kongkoon Tochaiwat, Keerati Satasook, and Pairat Monthapan

[1] คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

[2] บริษัท 15 ที่ปรึกษาธุรกิจ จำกัด

15 Business Advisory Limited

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อนวัตกรรมการพัฒนารีสอร์ทบนน้ำในประเทศไทย ในปัจจุบันพื้นที่ดินมีศักยภาพตามชายฝั่งทะเลถูกใช้กันอย่างฟุ่มเฟือย แทบไม่เหลือพื้นที่ให้พัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ และพื้นที่ด้อยศักยภาพชายฝั่งทะเลจึงถูกมองข้ามไป แต่พื้นที่ดังกล่าวหลายบริเวณยังมีองค์ประกอบทางธรรมชาติอื่น ๆ ที่สวยงาม จากการศึกษาบทความต่าง ๆ พบว่า รีสอร์ทบนน้ำ ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก ทั้งในด้านรูปแบบและลักษณะของรีสอร์ท การตกแต่งภายใน การผสมผสานธรรมชาติและวัฒนธรรม รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมทางน้ำ การวิจัยนี้ใช้การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยโดยกลุ่มประชากรเป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากพึงพอใจรีสอร์ทบนน้ำ โดยเฉพาะในด้านกิจกรรมทางน้ำ ด้านการบริการ ด้านรูปแบบกายภาพอาคาร และด้านสภาพแวดล้อม-ทำเลที่ตั้ง ตามลำดับ จึงสามารถสร้างมูลค่า และคุณค่าให้กับพื้นที่ดินด้อยศักยภาพชายฝั่งทะเลได้ อีกทั้งยังสามารถสร้างงานให้เกิดขึ้นแก่ท้องถิ่นและเกิดสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่อีกเช่นกัน

Abstract

The resort development shows that Thailand has a potential as an attractive tourist destination from around the world. Tourists's satisfaction is at the forefront of discussion of this paper, regarding the development of natural environments through resort design. With the tourism industry continuing to expand, particularly in coastal tourism, it has become apparent that the sustainability and longevity of developments must be considered. A resort refers to a building designed in a particular setting to cater for both relax and recreational activities and to provide elevated views with convenient accessibility. Thailand since 1990 has been gazetted as the national tourist's destination due to its pristine beaches, scenic beauty, richness of cultural heritage and preserved tropical environments. The result found that tourists' satisfaction depend on water recreations resource, service, physical architectural design and the last, location and environment settings.

This study is also able to indicate several critical design and planning factors for improvement of the resort design and attracting tourists in the future also the fragile environment that can be protected and conserved at the same time as contributing to the Thai society and economy.

คำสำคัญ (Keywords)

ความพึงพอใจ (Satisfaction)
รีสอร์ทบนน้ำ (Floating Resorts)
สถาปัตยกรรมทางวัฒนธรรม (Culture Architecture)
การพัฒนา (Development)
การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainability Development)

การวางแผนกลยุทธ์ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย ด้วยเทคนิคปัจจัยสำคัญแห่งความสำเร็จ

Residential Real Estate Strategic Planning by the Critical Success Factors Technique

ประเสริฐ สายพวรรณ์ และ ดร. กองกูณฑ์ โตชัยวัฒน์
Prasert Saipharwan and Dr. Kongkoon Tochaiwat

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

บทคัดย่อ

การบริหารธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยเพื่อที่จะได้ผลลัพธ์ตามเป้าหมายตามที่บริษัทต้องการ ผู้บริหารจำเป็นต้องจัดการในหัวข้อปัจจัยต่าง ๆ มาก การระบุปัจจัยที่สำคัญแห่งความสำเร็จ เป็นเทคนิคหนึ่งในการทำให้ปัจจัยที่มีมากมายได้ลดลงเฉพาะที่จำเป็นต่อการจัดการ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญแห่งความสำเร็จ ขั้นตอนการศึกษาประกอบด้วย 1) การคัดเลือกปัจจัยแห่งความสำเร็จ จำนวน 6 ปัจจัย ซึ่งรวบรวมจากการทบทวนวรรณกรรม 2) การเก็บและรวบรวมข้อมูลจากการสอบถามผู้บริหารระดับสูงของบริษัทที่พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศไทยจำนวน 13 บริษัท 3) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ผลลัพธ์ได้ปัจจัยแห่งความสำเร็จ สำหรับการวางแผนกลยุทธ์สำหรับอสังหาริมทรัพย์ระดับสูง 6 ปัจจัย ได้แก่ ความชัดเจนของแผน ความเหมาะสมของโครงสร้างองค์กร การสามารถนำไปปฏิบัติได้ ความเหมาะสมของโครงสร้างองค์กร การประเมินสภาพคู่แข่งขัน และการสื่อสารและการประสานงานของแต่ละฝ่าย จากปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ได้สามารถใช้เป็นแนวทางให้ผู้บริหารสามารถนำไปประยุกต์ในการบริหาร โดยเฉพาะบริษัทขนาดใหญ่ที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 300 ล้านบาทขึ้นไปให้บรรลุตามวัตถุประสงค์

Abstract

Business management of residential real estate companies needs to consider the Critical Success Factors (CSFs) in order to achieve business goals. The identification of CSFs will reduce the scope down from numerous related factors to only the crucial ones. Then, the company will achieve effective performance. The objective of this study was to analyze six CSFs, collected from literature review, by a survey of the managing techniques with high-level management of thirteen real estate development companies listed on the Thai stock market. It was found that there are six highly important CSFs for strategic planning: clear strategy, flexible strategic planning, suitability for organization, implementation ability, competitor assessment, and communication and cooperation. These CSFs can be applied to a company which has capital of more than three hundred million baht in order to enhance the achievement of residential real estate business.

คำสำคัญ (Keywords)

บริหารธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Business Management)
ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Critical Success Factors: CSF's)
การวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning)
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Business)
อสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย (Residential Real Estate)

การศึกษาทัศนคติของผู้ซื้อบ้านที่มีต่อโครงการบ้านจัดสรร บ้านไม่จัดสรร และอาคารชุด

A Study of Homebuyers' Attitudes towards Subdivision-Land Housing, Unsubdivision-Land Housing, and Condominium Projects

เอกภณ จีวะสุวรรณ
Ekapol Jeewasuwan

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

บทคัดย่อ

อสังหาริมทรัพย์เพื่อการอยู่อาศัยในปัจจุบันมีอยู่หลายประเภท ซึ่งสามารถแบ่งตามข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ได้เป็น 3 ประเภท คือ โครงการบ้านจัดสรร บ้านไม่จัดสรร และอาคารชุด ซึ่งแต่ละประเภทมีข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่แตกต่างกัน มีคุณสมบัติของบ้านหรือโครงการที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาทัศนคติของผู้ซื้อบ้านเพื่อทราบความเห็นต่อโครงการอสังหาริมทรัพย์แต่ละประเภท ซึ่งจะนำไปสู่การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของโครงการแต่ละประเภท การวิจัยนี้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้ต้องการซื้อบ้านในกรุงเทพมหานครในช่วงปี พ.ศ. 2552 ถึง พ.ศ. 2554 จำนวน 405 ชุด ผลการวิจัยพบว่าโครงการบ้านจัดสรรและอาคารชุด มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และมีความน่าเชื่อถือของผู้ผลิตที่ดีมาก อาคารชุดมีปัจจัยด้านการคมนาคมและการเข้าถึงแหล่งงานที่ดีกว่าประเภทอื่น บ้านจัดสรรมีสภาพแวดล้อมโดยรอบที่ดีกว่าประเภทอื่น และบ้านไม่จัดสรรมีทำเลที่ดีพอใช้ ในราคาที่ถูกกว่าประเภทอื่น ผลการวิจัยที่ได้เป็นแนวทางให้ผู้พัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ในการวางแผนพัฒนาโครงการ

Abstract

There are several types of real estate products. They can be divided by real estate laws and regulations into three types: subdivision-land housing, unsubdivision-land housing, and condominium projects. Each project is different in terms of laws, regulations, and properties. The researcher was interested in homebuyers' attitudes towards each type of project. These attitudes led to an analysis of project strengths and weaknesses. This quantitative research collected data through the use of questionnaires from 405 people who plan to buy houses between 2009-2011. The results showed that both subdivision-land housing and condominiums are very well based on the security and reliability of developer. Condominium projects have an advantage over the others in regards to transportation and workplace accessibility. Subdivision-land housing is better than others when considering environment. Unsubdivision-land housing has fairly good location and lower price than the others. The results can be used by developers to plan and develop real estate projects.

คำสำคัญ (Keywords)

ทัศนคติของผู้ซื้อบ้าน (House Buyers' Attitude)
บ้านจัดสรร (Subdivision-Land Housing)
บ้านไม่จัดสรร (Unsubdivision-Land Housing)
อาคารชุด (Condominium Project)

แนวทางการจัดการทรัพยากรกายภาพของโรงแรมชั้นประหยัด ในเมืองศูนย์กลางการบินสุวรรณภูมิ
Physical Facilities Management Guidelines for Economy Hotels in the Suvarnabhumi Aerotropolis

ปริภาพ ยังมีวิทยา และ ดร. นิพันธ์ วิเชียรน้อย
Pariparp Youngmevidthaya and Nipan Vichiennoi, Ph.D.

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

บทคัดย่อ

โครงการวางแผนการพัฒนาเมืองศูนย์กลางการบินสุวรรณภูมิ เป็นการพัฒนาเมืองในพื้นที่ใกล้เคียงกับสนามบินสุวรรณภูมิในอนาคตให้เป็นเมืองศูนย์กลางการบิน เพื่อช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจระดับท้องถิ่น ระดับภาคจนถึงระดับชาติ ทำให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจอย่างต่อเนื่องในพื้นที่โดยรอบสนามบิน เกิดเป็นพื้นที่พาณิชยกรรม ธุรกิจโรงแรมจึงจำเป็นต้องมีขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรมนับเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญ มีการลงทุนในธุรกิจนี้ไม่ต่ำกว่า 6 แสนล้านบาท เป็นธุรกิจที่ลงทุนมากที่สุดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อีกทั้งโรงแรมยังมีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ของประเทศได้เป็นอย่างดี สถานที่ตั้งของโรงแรม ทำเลต่าง ๆ ล้วนเป็นปัจจัยหลักในการเลือกใช้บริการ แต่หากโรงแรมที่อยู่ในละแวกเดียวกันหรือมีบริบทรอบ ๆ เหมือนกัน ลักษณะทางกายภาพ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของโรงแรม เป็นสิ่งที่มีผลต่อผู้มาใช้บริการโรงแรม การบริหารจัดการที่ดีย่อมส่งผลต่อลักษณะกายภาพ และภาพลักษณ์ของโรงแรม และทำให้จำนวนผู้เข้ามาใช้บริการของโรงแรมมีจำนวนเพิ่มขึ้น เป็นการสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจโรงแรม

ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาหาแนวทางการจัดการทรัพยากรกายภาพสำหรับโรงแรมชั้นประหยัดในเมืองศูนย์กลางการบินสุวรรณภูมิ โดยเน้นการศึกษาทางด้านกายภาพ และการบริการต่อผู้ใช้บริการโรงแรมโดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค มาตรฐานโรงแรมทั้งของประเทศไทยและของต่างประเทศ ประกอบกับแนวคิดการพัฒนาพื้นที่รอบสนามบินสุวรรณภูมิเพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพของโรงแรม อีกทั้งยังทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงแรมและผู้บริหารที่มีประสบการณ์จริงกับการบริหารจัดการโรงแรม เพื่อให้ได้แนวทางในการจัดการทรัพยากรกายภาพสำหรับโรงแรมชั้นประหยัดในเมืองศูนย์กลางการบินสุวรรณภูมิ

Abstract

The project to restructure and develop the Suvarnabhumi Aerotropolis is a plan to develop the airport and its vicinity in order to create an Airport city in the future. This is to steadily improve and develop local businesses, as well as encourage business activities, especially in trade and commerce, throughout the country. This would improve the national economy as a whole. However, tourism is considered as a key component to sustain such activities and therefore the hotel business must be judged as a very important part to the development of the area. The hotel business itself contributes six billion baht per year to the economy and is the most invested sector within the tourism industry. Also, hotel businesses have always given a positive contribution to the country's image as the locations and attractions are great publicity to the country. Locations and attractions have always played an important role in hotel management, since the image of a hotel is often related to the area that it belongs to. Therefore, if there is a high density of hotels within the vicinity, each individual hotel must have its own image, as well as provide excellent services and facilities in order to encourage more customers to stay longer or to visit more often. This, in turn, contributes to the increase in business to the hotels.

This research is a study of hotel management in the Suvarnabhumi Aerotropolis to observe consumer behaviors, to compare service standards between Thailand and foreign countries, along with using ideas to develop vicinity areas in order to find the key factor that affects the management of hotel services. This study includes in-depth interviews of senior managers and managing directors of various hotels in order to gain insight into hotel facilities management guidelines within the the Suvarnabhumi Aerotropolis.

คำสำคัญ (Keywords)

ทรัพยากรกายภาพ (Facilities)
โรงแรมชั้นประหยัด (Economic Hotel)
การจัดการทรัพยากรกายภาพ (Facility Management)
ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์ (Behaviorism)

การสำรวจสภาพแวดล้อมทางกายภาพของโรงแรมขนาดเล็กที่ดัดแปลงมาจากตึกแถวเก่า
Physical Environment Survey of a Small City Hotel Converted from an Old Row House

ธีรกานต์ ศรีสัตยากุล
Teerakarn Srisattayakul

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

บทคัดย่อ

ปัจจุบันพื้นที่ใจกลางเมืองมีอยู่อย่างจำกัดและราคาที่ดินที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่นั้นจำเป็นต้องปรับราคา มาตรฐานห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกให้สูงขึ้นตาม ทำให้เกิดรูปแบบของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองมากขึ้น โดยเฉพาะโครงการโรงแรมที่ถูกดัดแปลงมาจากโครงสร้างของตึกแถว แต่เนื่องด้วยตึกแถวเป็นอาคารที่มีลักษณะพื้นที่เฉพาะ เช่น ตำแหน่งเสา ขนาดพื้นที่ จำนวนชั้น ระยะร่น ฯลฯ ซึ่งกลายเป็นข้อจำกัดในการออกแบบโรงแรม ทำให้การศึกษาแนวทางการบริหารจัดการพื้นที่ใช้สอยทั้งภายในและภายนอกอาคารนั้น กลายเป็นส่วนหนึ่งสำหรับการดำเนินธุรกิจโรงแรมให้ได้ตรงตามเป้าหมาย ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาแนวทางการบริหารทรัพยากรทางกายภาพในปัจจุบันของตึกแถวทั้งภายในและภายนอกอาคารเมื่อถูกดัดแปลงเป็นโรงแรมขนาดเล็ก เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงโรงแรมให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า ซึ่งส่งผลต่ออัตราการตัดสินใจเลือกเข้าใช้บริการ

Abstract

Currently, city land prices increase daily affecting hotel businesses, especially chain hotels. They have to increase room prices to support hotel income. Many customers who want to stay in the city prefer to stay in smaller hotels instead because room price is cheaper. This research focused on a small city hotel renovated from a row house structure. The original design of the row house was not for a hotel function and the row house has limited space. This research examines the relationship between the physical environment of a hotel renovated from a row house and hotel customers' decisions. The result of this research will be useful for investors and hotel owners to develop their hotels in the right direction, increasing their occupancy rate.

คำสำคัญ (Keywords)

การบริหารจัดการพื้นที่ใช้สอย (Space Management and Utilization)
การบริหารจัดการทรัพยากรทางกายภาพ (Physical Management)
การปรับเปลี่ยนพื้นที่ (Space Conversion)
การตัดสินใจ (Decision Making)
โรงแรมขนาดเล็ก (Small Hotel)
ตึกแถว (Row-House)

แนวทางการออกแบบเพื่อบริหารจัดการสภาพแวดล้อมทางกายภาพ แผนกผู้ป่วยนอก ในโรงพยาบาลรัฐ
Design Guidelines for Facility Management of an Outpatient Department in a Public Hospital

รัชต สุรสนธิ
Rachata Surasondhi

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

บทคัดย่อ

โรงพยาบาลของรัฐมีศักยภาพการให้บริการและการรักษาพยาบาลค่อนข้างจำกัด ทำให้ไม่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานหรือประสิทธิภาพในการดำเนินงานลดลง อันเนื่องมาจากอาคารและสถานที่ให้บริการไม่สามารถให้บริการได้ครบทุกด้าน ประกอบกับสภาวะเศรษฐกิจที่ประสบปัญหาในปัจจุบันทำให้โรงพยาบาลของรัฐมีจำนวนผู้ป่วยหรือคนไข้เพิ่มมากขึ้น ทำให้โรงพยาบาลไม่สามารถบริการได้เต็มที่ ดังคำกล่าวที่ว่า “นอกจากนี้ สถานการณ์การแพร่ระบาดของไข้หวัด 2009 ทำให้คนตื่นตัว เพียงแค่รู้สึกปวดหัวตัวร้อนก็รีบไปพบแพทย์ แต่การจะหวังพึ่งโรงพยาบาลรัฐเพียงอย่างเดียว ก็อาจจะไม่ได้รับการบริการที่น่าประทับใจมากนัก เนื่องจากต้องดูแลผู้ป่วยจำนวนมาก”[1] จากบทสัมภาษณ์นี้เป็นเพียงตัวอย่างหนึ่งของปัญหาที่เกิดขึ้น ณ กองตรวจโรคผู้ป่วยนอก ซึ่งเป็นแผนกที่สำคัญของโรงพยาบาล เนื่องจากเป็นส่วนที่ใช้ต้อนรับและจำแนกประเภทของผู้ป่วย ซึ่งเป็นจุดที่ผู้ป่วยส่วนใหญ่ต้องผ่านและมีความสำคัญต่อในด้านการลงทุนเป็นอย่างมาก ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาถึงปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการให้บริการ ตลอดจนการศึกษาแนวทางการออกแบบโรงพยาบาลรัฐขนาดใหญ่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริการของบุคลากรและหาแนวทางการแก้ปัญหาการบริหารจัดการที่สามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ โดยศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารของโรงพยาบาล รวมทั้งสังเกตและเก็บข้อมูลแล้วนำมาวิเคราะห์และประมวลผล เพื่อกำหนดแนวทางการออกแบบและบริหารจัดการกองตรวจโรคผู้ป่วยนอก

[1] สัมภาษณ์, นายพลสิทธิ์ ตันฑ์พูนเกียรติ, นักวิเคราะห์หลักทรัพย์ บล.ทิสโก้, สำนักข่าวอินโฟเควสท์ (IQ), วันศุกร์ที่ 10 กรกฎาคม 2552

Abstract

There has been a capacity limit in health services for many public hospitals, partly because the buildings and their spaces cannot well serve all medical services. Together with the current economic downturn, there are more people who seek medical services at public hospitals. This increases pressure for better service. “Concerning the wide spread of the 2009 influenza, patients often rush to see the doctor even they fell slightly unwell.” This is only one example of pressing concerns for the Outpatient Department (O.P.D.). The OPD is the first place to visit for registration and symptom classification at 24 hours. In this light, it is important to study problems of the physical environment of the OPD, and understand its level of service capacity. This also leads to design guidelines for the OPD of a public hospital, concerning a better level of service capacity. The research method includes interviews and surveys of large public hospitals.

คำสำคัญ (Keywords)

การออกแบบโรงพยาบาล (Hospital Design)
แผนกผู้ป่วยนอก (Outpatient Department)
การจัดการทรัพยากรทางกายภาพ (Facility Management)