

นวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

นวัตกรรมการออกแบบพื้นที่นันทนาการ โครงการหมู่บ้านจัดสรร ที่มีประสิทธิภาพในเชิงการใช้งาน

Design Innovation of Recreation Area for Housing Development Project with Functional Efficiencies

อัครัช อารัมภวีโรจน์¹ และ ดร. วิมลสิทธิ หรยางกูร²

Arkkarat Arumwirot¹ and Vimolsiddhi Horayangkura, Ph.D.²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: arkkarat@gmail.com¹, hvimolsiddhi@hotmail.com²

บทคัดย่อ

กิจกรรมนันทนาการกลายเป็นทางออกหนึ่งในการลดสภาวะความเครียดในสังคมปัจจุบัน พื้นที่กิจกรรมนันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรจึงมีความสำคัญต่อผู้อยู่อาศัยที่จะช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิต ทั้งทางร่างกายและจิตใจให้กับบุคคลได้ การวิจัยเชิงปริมาณในรูปแบบการสำรวจนี้ได้มุ่งเน้น การศึกษาแนวทางการออกแบบและกำหนดรูปแบบของพื้นที่นันทนาการที่มีประสิทธิภาพ โดยทำการสำรวจทางกายภาพพื้นที่นันทนาการ ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้อยู่อาศัย 360 คน จากโครงการหมู่บ้านจัดสรรจำนวน 3 โครงการในเขตพื้นที่ย่านรัตนานิเบศร์ จ. นนทบุรี วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและสถิติวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการออกแบบกับการใช้งานและความพึงพอใจ ผลการวิจัย พบว่า การออกแบบพื้นที่นันทนาการที่เหมาะสมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจกระตุ้นให้เกิดการใช้งาน ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการร่วมด้วย ทั้งนี้แต่ละประเภทกิจกรรมผู้ใช้งานมักให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการวางผังและออกแบบที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ ได้แก่ สวนสาธารณะให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องตำแหน่งที่ตั้งและขนาดของพื้นที่ ลานกิจกรรมให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องรูปแบบพื้นที่ และวัสดุที่ใช้ในการตกแต่ง ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถนำไปกำหนดเป็นแนวทางในการออกแบบพื้นที่นันทนาการที่ตอบสนองต่อการใช้งานและประสิทธิภาพเชิงธุรกิจได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Abstract

Recreation has become one of many solutions that can reduce the social stress caused by various environmental issues. Therefore, recreational areas in housing projects are important to residents as it can enhance the residents' quality of life in term of physical and mental health. The main objective of this quantitative research is to study the design principles and managerial factors that promote the usage of recreation area to be more efficiently. The data collections

were conducted by the physical observations and questionnaire surveys, of 360 residents in 3 housing projects located on Rattatibet road in Nonthaburi Province. The content analysis under architectural principles was undertaken as the main data analyzing method. The research findings indicated that the proper design of recreation area correlated with the satisfaction of the customers by encouraging the usage and had become the main deciding factor when purchasing unit of a housing project. The emphasis of design for each recreational area varied depending upon the activity and its usage, for example, The park area required a good location and sizable area while a good design and materials used to decorate were important for play-ground. These factors are significant to efficiently design recreational area in response to the appropriate usage, since it could lead to the better satisfaction as well as to be one of the deciding factor when purchasing a unit of a housing project.

คำสำคัญ (Keywords): นวัตกรรมการออกแบบ (Design Innovation), พื้นที่นันทนาการ (Recreation Area), โครงการหมู่บ้านจัดสรร (Housing Development Project), ประสิทธิภาพในเชิงการใช้งาน (Functional Efficiencies)

1. บทนำ

ปัจจุบันความต้องการที่อยู่อาศัย มีแนวโน้มสูงขึ้น ตามการขยายตัวของประชากรและการเติบโตทางธุรกิจที่เป็นปัจจัยเสริม รูปแบบของการก่อสร้างที่อยู่อาศัยได้พัฒนากันอย่างต่อเนื่อง ทำให้ธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์มีการแข่งขันกันสูง มีผู้ประกอบการทั้งที่เป็นมืออาชีพและมีมือสมัครเล่น พัฒนาโครงการเพื่อรองรับความต้องการดังกล่าว โดยรูปแบบการพัฒนาที่มีความแตกต่างกันออกไปในแต่ละโครงการ

กลุ่มผู้บริโภคที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน ผู้ประกอบการจึงต้องพิจารณาถึงรูปแบบการพัฒนาในแต่ละโครงการที่จะตอบสนองต่อทัศนคติและการอยู่อาศัยของตัวเองมากที่สุด โดยปัจจุบันพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งรวมไปถึงโครงการหมู่บ้านจัดสรรต่าง ๆ ด้วย

แนวทางการพัฒนาโครงการบ้านจัดสรร จึงต้องมีการนำเสนอหรือเน้นการสร้างจุดขายเอกลักษณ์เพื่อเรียกความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย องค์ประกอบหลัก ๆ ในการเลือกที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้บริโภค เช่น ราคา งบประมาณหน้าตาของบ้าน หรือการออกแบบส่วนประกอบต่าง ๆ ชื่อเสียงของโครงการ วัสดุในการก่อสร้าง เป็นต้น

พื้นที่นันทนาการ พื้นที่ส่วนกลางเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ถึงแม้จะเป็นปัจจัยเสริม แต่พื้นที่นันทนาการกับการอยู่อาศัยก็มีความสัมพันธ์กันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยในโครงการหรือชุมชนนั้น ๆ โดยในปัจจุบันกิจกรรมนันทนาการได้มีการส่งเสริมและให้ความสำคัญในการเป็นกิจกรรมที่ทั้งส่งเสริมสุขภาพ พัฒนาการทางด้านร่างกายของเด็ก การปรับตัวให้เข้ากับกลุ่มและสังคมของวัยรุ่น เป็นการพัฒนาบทบาท

ของการเป็นพลเมืองดี ไม่เห็นแก่ตัว ช่วยเหลือสังคมส่วนรวมเป็นสิ่งสำคัญ ส่งผลให้สังคมอบอุ่น และเพิ่มพูนคุณภาพชีวิต (สำนักงานพัฒนาการกีฬา และนันทนาการ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา) โดยความหมายของกิจกรรมนันทนาการก็ครอบคลุมเกือบทุกประเภทของกิจกรรมไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมในร่ม กิจกรรมกลางแจ้ง ที่พัฒนาทั้งทางร่างกาย จิตใจและสมอง ถือว่าเป็นกิจกรรมนันทนาการทั้งสิ้น

ทั้งนี้การจัดสรรที่ดินเพื่อทำเป็นโครงการหมู่บ้านจัดสรรถูกกำหนดให้เตรียมพื้นที่ไว้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของพื้นที่ขาย เพื่อจัดทำเป็นสวนสาธารณะ สนามเด็กเล่นและหรือสนามกีฬา โดยพื้นที่ดังกล่าวถือได้ว่าลูกบ้านทั้งหมดภายในโครงการเป็นเจ้าของร่วมกัน ทั้งนี้ การดูแลรักษาหรือกำหนดมาตรการบำรุงรักษาอาจบริหารโดยคณะกรรมการหมู่บ้าน หรือบริษัทบริหารโครงการ การกำหนดพื้นที่นันทนาการ หรือออกแบบพื้นที่เพื่อรองรับกิจกรรมนันทนาการถือเป็นต้นทุน อย่างหนึ่งของการพัฒนาโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่ผู้ประกอบการต้องลงทุน ที่เพื่อนนอกจากจะให้ถูกต้องตามกฎหมายแล้ว ยังเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการเป็นจุดขายที่สำคัญของโครงการ แต่จากการตั้งข้อสังเกตเบื้องต้น พบว่าหมู่บ้านจัดสรรหลายโครงการยังไม่ให้ความสำคัญของการออกแบบพื้นที่นันทนาการในมิติของกิจกรรมที่สัมพันธ์กับการใช้งานจริงและการบริหารจัดการ ทำให้พบว่าหลายโครงการที่ภายหลังจากการเข้าอยู่จริงและผ่านการบริหารจัดการในช่วงระยะเวลาหนึ่ง พื้นที่นันทนาการดังกล่าวไม่ตอบสนองต่อการใช้งานและขาดการบำรุงดูแลที่เพียงพอ ทำให้ประสิทธิภาพของพื้นที่ลดลง ส่งผลให้พื้นที่ดังกล่าวกลายเป็นภาวะมากกว่าจะเป็นประโยชน์ต่อชุมชน เนื่องจากต้อง

มีการบำรุงดูแลอยู่ตลอดเวลาในขณะที่พื้นที่ไม่ได้ถูกใช้งานอย่างเต็มประสิทธิภาพ เช่น สระว่ายน้ำ สนามเด็กเล่น ห้องออกกำลังกายหรือแม้แต่สวนสาธารณะ เป็นต้น

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดการวิจัยโดยทำการสำรวจทางกายภาพพื้นที่นันทนาการ ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้อยู่อาศัย 360 คน จากโครงการหมู่บ้านจัดสรร จำนวน 3 โครงการในเขตพื้นที่ย่านรัตนธิเบศร์ จ.นนทบุรี วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและสถิติวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการออกแบบกับการใช้งานและความพึงพอใจ สามารถนำไปกำหนดเป็นแนวทางในการออกแบบพื้นที่นันทนาการที่ตอบสนองต่อการใช้งาน

2. เนื้อความหลัก

2.1 วัตถุประสงค์

ศึกษารวบรวมลักษณะทางกายภาพและแบบสอบถามผู้ใช้งาน หาความสัมพันธ์ของตัวแปรนำไปสู่การกำหนดแนวทางการออกแบบพื้นที่กิจกรรมนันทนาการ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

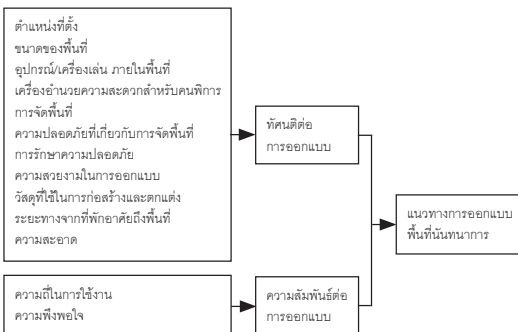
ความต้องการโดยพื้นฐานของมนุษย์ทุกคนต้องการที่อยู่อาศัย ที่มีสภาพแวดล้อมที่ดี น่าอยู่อาศัย สอดคล้องกับวิถีชีวิตการดำรงชีวิต ความรู้สึกปลอดภัย มั่นคง สภาพแวดล้อมทางกายภาพและสังคมที่ดี จิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้งานพื้นที่นันทนาการ สำหรับการกำหนดโปรแกรมการออกแบบที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ประกอบด้วย การเลือกกิจกรรมนันทนาการและพฤติกรรมการใช้ - ไม่ใช่พื้นที่นันทนาการสาธารณะ ซึ่งเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจรูปแบบการจัดพื้นที่ ความทรุดโทรมของสถานที่

ความปลอดภัยรวมไปถึง ด้านการจัดเก็บค่าใช้จ่ายในการใช้งานพื้นที่ด้วย

ปัจจัยในการกำหนดพื้นที่นันทนาการ เนื่องจากว่าพื้นที่นันทนาการภายในโครงการหมู่บ้านจัดสรรเป็นพื้นที่สาธารณะแบบปิดกล่าวคือ เป็นพื้นที่ที่กำหนดขึ้นเพื่อผู้อยู่อาศัยภายในโครงการ ทำให้ปัจจัยบางอย่างถูกกำหนดขึ้นเพื่อคัดกรอง ตั้งแต่กลุ่มของลูกค้าหรือผู้เลือกซื้อบ้านโครงการตั้งแต่เริ่มโครงการ ปัจจัยต่างๆ สามารถแบ่งออก ดังนี้

- 1) กลุ่มผู้ใช้งาน ได้แก่ เพศ ประเภทของผู้ใช้งาน รูปแบบการดำเนินชีวิต (lifestyle)
- 2) พื้นที่กิจกรรม ได้แก่ ตำแหน่งที่ตั้ง ขนาดของพื้นที่ อุปกรณ์/เครื่องเล่น ภายในพื้นที่ เครื่องอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการ การจัดพื้นที่ ความปลอดภัยเกี่ยวกับการจัดพื้นที่ การรักษาความปลอดภัย ความสวยงามในการออกแบบ วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างและตกแต่ง ระยะทางจากที่พักอาศัยถึงพื้นที่ ความสะอาด
- 3)ทัศนคติต่อการใช้พื้นที่ ได้แก่ ความถี่ในการใช้งาน ความพึงพอใจในการใช้งาน ค่าใช้จ่ายในการร่วมใช้กิจกรรม ประเภทกิจกรรมที่ต้องการ

ดังนั้น จากแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและรวบรวมข้อมูล สามารถกำหนดกรอบตัวแปรในการวิจัยครั้งนี้



รูปที่ 1 แสดงตัวแปรในการวิจัย

จากรูปที่ 1 แสดงให้เห็นถึงกรอบตัวแปรในการวิจัยเชิงสำรวจและเมื่อนำข้อมูลทั้งสองส่วนมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและสถิติวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการออกแบบกับการใช้งานและความพึงพอใจ นำไปสู่การกำหนดแนวทางการออกแบบพื้นที่นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรร

2.3 วิธีวิทยาการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้เทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงสำรวจ จำนวน 3 โครงการโดยควบคุมตัวแปรให้มีลักษณะใกล้เคียงกันได้แก่ ประเภทโครงการบ้านเดี่ยว ระดับราคาบ้าน จำนวนบ้านภายในโครงการ ซึ่งลักษณะของโครงการในการวิจัยนี้จัดอยู่ในกลุ่ม โครงการระดับกลางถึงระดับบน ซึ่งแสดงรายละเอียดโครงการตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงโครงการในการสำรวจ

ลำดับ	ชื่อโครงการ	ไร่	หน่วย
1.	มณีรินทร์	170	486
2.	ลัดดารมณี	114	460
3.	มณฑนา	97	389

2.4 ผลการศึกษา

จากการดำเนินการสำรวจพื้นที่โครงการจากโครงการหมู่บ้านจัดสรร 3 โครงการ ด้วยแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและสถิติวิเคราะห์ความสัมพันธ์ผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

- 1) ในด้านการใช้ พบว่า ผู้อยู่อาศัยใช้ถนนในโครงการมากที่สุด รองลงมาใช้ทางเดินเท้า และมีความถี่ในการใช้ห้องออกกำลังกายน้อยที่สุด

2) ในด้านความพึงพอใจ พบว่า ผู้อยู่อาศัยมีความพึงพอใจถนนในโครงการ สวนสาธารณะ สระว่ายน้ำและทางเดินเท้ามากที่สุด และมีความพึงพอใจห้องออกกำลังกาย ลานกิจกรรม และสนามเด็กเล่น น้อยที่สุด

3) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้านการออกแบบ พบว่า มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้งานและความพึงพอใจอย่างมีนัยยะความสำคัญทางสถิติที่ 0.01 เมื่อมีการออกแบบพื้นที่นันทนาการอย่างเหมาะสม สามารถส่งผลต่อความถี่ในการใช้งานและความพึงพอใจ

2.5 การอภิปรายและวิเคราะห์ผลการศึกษา

จากการศึกษาและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ต่อปัจจัยในการออกแบบพื้นที่นันทนาการ พบว่า ผู้ใช้งานให้ความสำคัญแต่ปัจจัยที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ ตามตารางที่ 2

2.6 บทสรุป

การศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการออกแบบพื้นที่นันทนาการโครงการหมู่บ้านจัดสรร นอกจากการสำรวจคุณลักษณะทางกายภาพของพื้นที่นันทนาการ ที่มีผลต่อความถี่ในการใช้งานและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยแล้ว การศึกษาปัจจัยด้านต้นทุนค่าก่อสร้างสัดส่วนพื้นที่ขาย การกำหนดราคาขาย รวมไปถึงนโยบายในการดำเนินธุรกิจของแต่ละบริษัทมาเป็นตัวแปรในการศึกษา ก็มีความสำคัญในอันที่จะนำองค์ความรู้ทั้งหมดมากำหนดเป็นแนวทางการออกแบบอย่างบูรณาการ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อยู่อาศัยภายในโครงการ ได้ใช้ประโยชน์และประกอบกิจกรรมอย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงประโยชน์ต่อผู้ประกอบการนำแนวทางการกำหนดกิจกรรมและรูปแบบของพื้นที่นันทนาการให้สอดคล้องกับแผนและกลยุทธ์ทางการตลาดที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการในอนาคต

ตารางที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยในการออกแบบพื้นที่นันทนาการ

พื้นที่กิจกรรม	ปัจจัยในการออกแบบ										
	ตำแหน่งที่ตั้ง	ขนาดของพื้นที่	อุปกรณ์เครื่องเล่น ภายในพื้นที่	เครื่องอำนวยความสะดวก	การบริหารพื้นที่	การจัดพื้นที่	ความปลอดภัยที่การจัดพื้นที่	การรักษาความปลอดภัย	ความสวยงาม	วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างและระยะทางจากที่พักอาศัยถึงพื้นที่	ความสะดวก
สวนสาธารณะ	O	O	X	X	X	X	X	X	X	X	X
สนามเด็กเล่น	O	X	X	X	X	O	X	X	X	X	X
ทางเดิน / ลู่วิ่ง	X	X	X	O	X	X	X	X	X	X	X
ลานกิจกรรม	X	X	X	X	X	X	X	O	O	X	X
สระว่ายน้ำ	X	X	X	X	X	X	X	X	X	O	X
ห้องออกกำลังกาย	O	X	O	X	X	X	X	X	X	X	X

O ผู้ใช้งานให้ความสำคัญมาก

X ผู้ใช้งานให้ความสำคัญน้อย

กิตติกรรมประกาศ

เนื่องจากบทความวิจัยนี้เป็นผลส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัย เรื่องนวัตกรรมการออกแบบพื้นที่นันทนาการโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่มีประสิทธิภาพในเชิงธุรกิจและการใช้งาน ผลการวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ด้วยดี ผู้วิจัยใคร่ขอขอบคุณ ศาสตราจารย์ ดร. วิมลสิทธิ์ หรยางกูร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรพรรณ วีระปรียากูร และรองศาสตราจารย์ นิลุบล คล่องเวสสะ ที่สละเวลาอันมีค่าของท่านในการชี้แนะแนวทางและให้คำปรึกษาในการวิจัยครั้งนี้

References

- ณัฐดนัย อิตติสุวรรณค์. (2551). *แนวทางการเลือกใช้วัสดุเพื่อตอบสนองของความพึงพอใจหลังการใช้งานและลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ส่วนกลางของโครงการบ้านจัดสรรระดับกลาง*. วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุรียา หาญพานิช. (2547). *การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้สอยและทัศนคติของผู้อยู่อาศัยต่อพื้นที่นันทนาการของโครงการอาคารชุดศุภภาลัย ปาร์คและโครงการพลอราวิลด์ กรุงเทพฯ*. วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อนุชิต ศิริกิจ. (2551). รูปแบบการดำเนินชีวิตและทัศนคติที่มีต่อการเลือกบ้านจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮาส์. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 4(1), 59-76.
- Cooper, C. M. & Francis, C. (1990). *People place: Design guidelines for urban open space*. New York: van Nostrand Reinhold.
- Olson, B. A. (2010). Paper trails: The outdoor recreation resource review commission and the rationalization of recreational resources. *Geoforum*, 41(3), 447-456.

ปัจจัยในการตัดสินใจเช่าพื้นที่ภายในศูนย์การค้าของผู้ประกอบการ

The Factors Affecting the Decisions to Rent Shopping Center Areas of the Entrepreneurs

ณัฐรอนท์ แม้นทอง¹ และ ดร. กองกoon โตชัยวัฒน์²
Nattanon Maenthong¹ and Kongkoon Tochaiwat, Ph.D.²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
E-mail: maanucha@gmail.com¹, kongkoon@gmail.com²

บทคัดย่อ

ปัญหาที่พบโดยส่วนใหญ่ของธุรกิจศูนย์การค้าเกิดจากผู้ประกอบการร้านค้าเข้ามาเช่าพื้นที่ของโครงการโดยทั่วไปจะต่ำกว่าร้อยละ 80 ของพื้นที่โครงการที่จัดเตรียมไว้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงปัจจัยการตัดสินใจเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการร้านค้าย่อยแต่ละประเภท โดยการศึกษข้อมูลจากแนวคิดการออกแบบพื้นที่ประกอบการภายในศูนย์การค้า งานวิจัยที่เกี่ยวกับปัจจัยของร้านค้าเช่า เพื่อกำหนดตัวแปรในการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จำนวน 255 ชุด จากผู้ประกอบการร้านค้าย่อย 10 ประเภท ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการร้านค้าย่อย คือ ความเหมาะสมของค่าเช่าพื้นที่ ค่าบริการพื้นที่ส่วนกลาง ตำแหน่งที่ตั้ง จำนวนกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สัญญาเช่า จำนวนประชากรผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ใกล้ศูนย์การค้า รูปแบบและบรรยากาศภายในศูนย์การค้า ผลการวิจัยนี้สามารถใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดแนวทางการพัฒนาพื้นที่เช่าที่เหมาะสมกับร้านค้าเช่าแต่ละประเภท

Abstract

The problem encountered by most developers is that only 80 percents of their rental spaces are rented. The researcher was then interested to study the factors in making the decisions to lease the spaces in stores, the different types of design concepts within the areas of the shopping centers, and the other factors concerning the rental spaces in stores. To collect the data, the researcher set up 255 questionnaires for ten retailers of different categories. The results from this research showed that the most important factors in the decision to lease retail spaces are suitability of rental fee, common area fee, location, quantity of target population who live nearby the shopping center, and style concept design of the mall. The results of this research can be used to determine the development guidelines of the appropriate spaces for each rental store.

คำสำคัญ (Keywords): ผู้ประกอบการ (The Traders), ธุรกิจค้าปลีก (The Retailing), ร้านค้าย่อย (Lease the Spaces), ปัจจัยในการตัดสินใจ (Decision Making Factor)

1. บทนำ

ภาพรวมการเติบโตของธุรกิจศูนย์การค้าในปี พ.ศ. 2554 นั้น เป็นผลมาจากหลายปัจจัย อาทิ การปรับราคาขึ้นของสินค้าทางการเกษตร นโยบายประชานิยม กระแสการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำและเงินเดือนข้าราชการ ประกอบกับผู้ประกอบการทางธุรกิจเกือบทุกกลุ่มมีการปรับตัวเพื่อสร้างการเติบโตให้กับธุรกิจตนเองโดยเร่งขยายสาขา ขยายตลาดไปยังต่างจังหวัด มีการพัฒนารูปแบบร้านค้าใหม่ๆ มีการนำเครื่องมือทางการตลาดมาใช้อย่างเข้มข้น ตลอดจนการมองไปถึงการขยายฐานการตลาดไปยังภูมิภาคอาเซียน เพื่อตอบสนองต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี พ.ศ. 2558 ปัจจัยบวกดังกล่าวเหล่านี้คาดว่าจะส่งผลต่อเนื่องมายังปี พ.ศ. 2555 และเป็นปัจจัยสนับสนุนหลักให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศในปี พ.ศ. 2555 นี้เติบโตอย่างต่อเนื่อง

โดยเฉพาะในย่านธุรกิจสำคัญของกรุงเทพมหานคร (Central Business District) นั้น มีการแข่งขันของธุรกิจศูนย์การค้าที่ค่อนข้างสูงตามพื้นที่ที่มีศักยภาพ อาทิ กลางเมือง ย่านเศรษฐกิจ โดยผู้ประกอบการ มีการเร่งปรับปรุงศูนย์การค้าเดิม มีการขยายพื้นที่ และปรับปรุงประเภทของร้านค้าและบริการให้มีความแข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการที่ได้เปรียบ คือ ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการพัฒนาและบริหารศูนย์การค้าที่มีความพร้อมในเรื่องเงินทุน มีเครือข่ายร้านค้า

และมีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนร้านค้าใหม่ ให้ความทันสมัยอยู่เสมอ (เช่น ทริลพัฒนา, 2554)

ทั้งนี้ รายได้ส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการศูนย์การค้า นั้น มาจากการบริหารพื้นที่เช่าเป็นหลัก ทำให้ปัญหาของธุรกิจศูนย์การค้าที่พบโดยส่วนใหญ่ เกิดจากการที่ผู้ประกอบการร้านค้าย่อยมีทางเลือกในการสรรหาพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าที่มีเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อาทิเช่น รูปแบบอาคารที่ทันสมัย พื้นที่ส่วนกลางและลานอเนกประสงค์ที่ครบครัน รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทำให้ศูนย์การค้าบางแห่งขาดความพร้อมดังกล่าวที่มีผู้เช่าพื้นที่ภายในศูนย์การค้าเพียงร้อยละ 80 ของพื้นที่โครงการที่จัดเตรียมไว้ จึงทำให้เกิดปัญหาของผลตอบแทนในการลงทุนของผู้ประกอบการประเภทศูนย์การค้า

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการร้านค้าย่อยเพื่อจะช่วยให้ผู้ประกอบการศูนย์การค้า นำข้อมูลเพื่อไปพัฒนาพื้นที่เช่า และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการร้านค้าย่อย

2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมเบื้องต้น พบว่าปัจจัยที่มีผลประกอบการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านค้าย่อยสามารถแสดงรายละเอียด ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงองค์ประกอบในการเลือกพื้นที่เช่าของ
 ร้านค้าย่อยภายในศูนย์การค้า

ปัจจัย	สมชาย เพ็ญศรี นุกร (2520)	มาลินี ศรี สุวรรณ (2542)	เอี่ยม อนันต์ ศาสตร์ (2539)	กช ชาญ จิรา ธิวัฒน์ (2545)
ค่าเช่าพื้นที่				✓
ค่าพื้นที่ส่วน กลาง				✓
ตำแหน่งที่ตั้ง ร้านค้า	✓	✓	✓	
จำนวนกลุ่ม ลูกค้า	✓		✓	
สัญญาเช่า พื้นที่				✓
บรรยากาศ	✓	✓	✓	
รูปแบบ ศูนย์การค้า	✓	✓		
จำนวน ประชากร				✓
ที่จอดรถ			✓	
พื้นที่แสดง สินค้า	✓	✓	✓	
ห้องน้ำ		✓		
พื้นที่เก็บสินค้า				✓
เวลาในการ ขยายพื้นที่				✓

ในการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่
 เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลประกอบการเลือกเช่าพื้นที่
 ของร้านค้าย่อย เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการคัดกรอง
 ปัจจัยสำหรับใช้ในการทำแบบสอบถามผู้ประกอบการ
 ร้านค้าย่อย โดยแสดงผลในตารางที่ 2

3. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาปัญหาในการตัดสินใจเช่าพื้นที่
 ของผู้ประกอบการร้านค้าย่อยประเภทต่าง ๆ ที่
 เช่าพื้นที่ภายในศูนย์การค้า
2. ศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาด้าน
 การจัดแบ่งพื้นที่เช่าภายในศูนย์การค้า
3. เสนอแนะแนวทางในการพัฒนาพื้นที่
 เช่าที่สอดคล้องการตัดสินใจเช่าของผู้ประกอบ
 การร้านค้า

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการธุรกิจศูนย์การค้า
 สามารถนำผลการวิจัยไปเป็นเครื่องมือในการ
 บริหารพื้นที่เช่า
2. ผู้ประกอบการร้านค้าย่อยสามารถนำ
 ผลการวิจัยไปเป็นเครื่องมือประกอยการตัดสินใจ
 ลงทุนเช่าพื้นที่ภายในศูนย์การค้า

5. ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขต จากผู้
 ประกอบกร้านค้าย่อยที่เช่าพื้นที่ภายใน
 ศูนย์การค้าจำนวน 4 แห่ง ดังนี้ 1) สยามดิสคัฟ
 เวอร์รี่ 2) สยามพารากอน 3) เอ็ม บี เค จำกัด
 มหาชน 4) เซ็นทรัลเวิลด์ โดยศูนย์การค้าทั้ง 4
 แห่ง มีพื้นที่อยู่ในเขตธุรกิจสำคัญของกรุงเทพ
 มหานครชั้นใน พื้นที่บริเวณสยามสแควร์ โดยมี
 ส่วนเชื่อมต่อกับระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่
 (รถไฟฟ้ามหานคร) และมีการเช่าพื้นที่จาก
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และสำนักงานทรัพย์สิน
 ส่วนพระมหากษัตริย์ เพื่อป้องกันปัจจัยภายนอก
 ที่อาจส่งผลของการศึกษาจึงกำหนดพื้นที่
 เป้าหมายให้อยู่ในพื้นที่ละแวกเดียวกัน

โดยการวิจัยเชิงปริมาณนี้ใช้เครื่องมือแบบสอบถามเพื่อทำการสำรวจทัศนคติของผู้ประกอบการร้านค้าย่อยภายในศูนย์การค้าทั้ง 4 แห่ง โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ตามตารางกำหนดดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ที่ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 255 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีทางสถิตินอนพาราเมตริก (Nonparametric Statistics) โดยผู้ศึกษาไม่เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรใด ๆ ระหว่างศูนย์การค้าทั้ง 4 แห่ง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประเภทของร้านค้าย่อยด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ขณะที่ข้อมูลปัจจัยด้านความต้องการของผู้ประกอบการร้านค้าย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าพื้นที่ภายในศูนย์การค้าโดยการวัดระดับความสำคัญ 5 ช่วง

6. ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ความต้องการพื้นที่เช่าที่ส่งผลให้ผู้ประกอบการร้านค้าย่อยเข้ามาเช่าพื้นที่ภายในศูนย์การค้า พบว่า ส่วนสำคัญของปัจจัยในการเลือกพื้นที่เช่าของร้านค้าย่อย 13 องค์ประกอบ โดยเรียงระดับความสำคัญ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงความสำคัญของปัจจัยในการเลือกพื้นที่เช่าของร้านค้าย่อย

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
ความเหมาะสมของค่าเช่าพื้นที่	4.01	มาก
ความเหมาะสมของค่าบริการพื้นที่ส่วนกลาง	4.00	มาก

ตำแหน่งที่ตั้งของร้านค้า (เห็นได้ชัดเจน)	3.95	มาก
จำนวนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในพื้นที่ใกล้ศูนย์การค้า	3.77	มาก
ความเหมาะสมของสัญญาเช่าพื้นที่	3.72	มาก
บรรยากาศภายในศูนย์การค้า	3.57	มาก
รูปแบบศูนย์การค้า	3.53	มาก
จำนวนประชากรอยู่อาศัยในพื้นที่	3.42	มาก
จำนวนที่จอดรถภายในศูนย์การค้า	2.98	ปานกลาง
พื้นที่แสดงสินค้าสำหรับกิจกรรมส่งเสริมการขาย	2.90	ปานกลาง
ห้องน้ำที่มีบริการลูกค้า	2.80	ปานกลาง
พื้นที่เก็บสินค้าเพิ่มเติม	2.68	ปานกลาง
ระยะเวลาการขยายพื้นที่ในอนาคต	2.62	ปานกลาง

ตารางที่ 2 สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ผู้เช่าให้ระดับความสำคัญมากที่สุดในการเลือกพื้นที่เช่า คือ 1) ค่าเช่าพื้นที่ 2) ค่าบริการพื้นที่ส่วนกลาง 3) ตำแหน่งที่ตั้งของร้านค้าเช่า 4) จำนวนกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 5) ระยะเวลาของสัญญาเช่า 6) บรรยากาศภายในศูนย์การค้า 7) รูปแบบศูนย์การค้า และ 8) จำนวนประชากรอยู่อาศัยในพื้นที่

ตารางที่ 3 แสดงรายละเอียดปัจจัยที่ผู้เช่าให้ความสำคัญ
 ในการเช่าพื้นที่ภายในศูนย์การค้า

ปัจจัย		จำนวน (คน)	ร้อยละ ของ ผู้ตอบ
อัตราค่าเช่า พื้นที่	1,001 - 1,200 บาท/ตร.ม.	79	30.98
	801-1,000 บาท/ตร.ม.	60	23.53
	1,201-1,500 บาท/ตร.ม.	48	18.82
	501 - 800 บาท/ตร.ม.	45	17.65
	ไม่เกิน 500 บาท/ตร.ม.	13	5.1
	1,501-1,800 บาท/ตร.ม.	8	3.14
	มากกว่า 1,800 บาท/ตร.ม.	2	0.78
	อัตราค่า บริการพื้นที่ ส่วนกลาง	30-50 บาท/ตร.ม.	121
51-80 บาท/ตร.ม.		98	38.74
81-110 บาท/ตร.ม.		17	6.72
131-150 บาท/ตร.ม.		8	3.16
111-130 บาท/ตร.ม.		4	1.58
151-170 บาท/ตร.ม.		3	1.19
มากกว่า 170 บาท/ตร.ม.		2	0.79
ตำแหน่ง ที่ตั้ง ร้านค้าย่อย		ใกล้บันไดเลื่อน	84
	ใกล้ศูนย์อาหาร	59	23.14
	ใกล้ลานกิจกรรม	44	17.25
	ใกล้ห้องน้ำ	38	14.91
	หน้าทางเข้าศูนย์อาหาร	30	11.76
	อื่น ๆ	0	0
ระยะเวลา ของสัญญา เช่า	5 - 8 ปี	110	43.14
	8 ปีขึ้นไป	103	40.39
	3 - 5 ปี	39	15.29
	1 - 3 ปี	3	1.18
รูปแบบของ ศูนย์การค้า	ทันสมัย	163	63.92
	เรียบง่าย	43	16.86
	ล้ำสมัย	37	14.51
	ย้อนยุค	12	4.71

พื้นที่เก็บ สินค้า	ไม่เกิน 6 ตารางเมตร	104	40.78
	7-9 ตารางเมตร	76	29.8
	10-12 ตารางเมตร	48	18.82
	มากกว่า 12 ตารางเมตร	27	10.6
สิ่งอำนวยความสะดวก	ที่นั่งพักผ่อน	174	25.47
	ลิฟต์	157	22.99
	ตู้กดเงินสด	144	21.08
	ลานกิจกรรม	122	17.87
	บันไดเลื่อน	78	11.42
	โทรศัพท์สาธารณะ	7	1.03
	อื่น ๆ	1	0.14
	พื้นที่จัด แสดงสินค้า	โถงบันไดเลื่อน	131
ลานกิจกรรมหน้า ศูนย์การค้า		45	17.72
ด้านหน้าศูนย์การค้า		42	16.54
ใกล้ประชาสัมพันธ์		36	14.17
ระยะเวลาใน การขยาย พื้นที่		3 - 5 ปี	137
	5 - 8 ปี	84	33.07
	8 ปีขึ้นไป	20	7.87
	1 - 3 ปี	13	5.12

ตารางที่ 3 แสดงรายละเอียดปัจจัยที่ผู้เช่าให้ความสำคัญในการเช่าพื้นที่ภายในศูนย์การค้า คือ ค่าเช่าพื้นที่ควรอยู่ที่ 1,001-1,200 บาทต่อตารางเมตร ค่าบริการพื้นที่ส่วนกลาง 30-50 บาทต่อตารางเมตร ตำแหน่งที่ผู้เช่าให้ความสำคัญต้องอยู่ใกล้บันไดเลื่อน ศูนย์อาหาร และสัญญาเช่า รูปแบบและบรรยากาศของศูนย์การค้า และจำนวนประชากรอยู่อาศัยในพื้นที่

7. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น ได้ข้อสรุปปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากในตารางที่ 2 และเมื่อทำการสำรวจรายละเอียดปัจจัยที่ผู้เช่า

ให้ความสำคัญในการเช่าพื้นที่ภายในศูนย์การค้า ในตารางที่ 3 สามารถอธิบายปัจจัยในการตัดสินใจเช่าพื้นที่ภายในศูนย์การค้าของผู้ประกอบการ ร้านค้าย่อย โดยทำการสรุปผลการศึกษาและข้อเสนอนี้แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ปัจจัยในการตัดสินใจเช่าพื้นที่ที่ศูนย์การค้า จะต้องให้ความสำคัญกับการกำหนดขนาดพื้นที่และตำแหน่งของร้านค้า โดยส่วนประสมของผู้เช่าจะต้องเลือกร้านค้าประเภทเดียวกันที่มีชื่อเสียงใกล้เคียงกันเป็นตัวดึงดูดลูกค้า ส่วนการจัดวางพื้นที่ส่วนกลางและส่วนแสดงงานจะต้องอยู่ในตำแหน่งที่ลูกค้ามองเห็นได้สะดวก พื้นที่นั่งพักผ่อนต้องสร้างความผ่อนคลายให้กับลูกค้า และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ห้องน้ำ ลิฟต์ บันไดเลื่อน ต้องมองเห็นได้สะดวก ส่วนรูปแบบและบรรยากาศของศูนย์การค้าต้องพัฒนารูปแบบให้ทันสมัยเพื่อตอบสนองของกลุ่มลูกค้าหลักของผู้ประกอบการร้านค้าย่อย

2. ปัจจัยในการจัดแบ่งพื้นที่ การจัดวางกลุ่มร้านค้าย่อยประเภทต่าง ๆ ควรเลือกร้านค้าประเภทเดียวกันเพื่อสร้างความเป็นกลุ่มก้อนและเป็นการสร้างพื้นที่ดึงดูดลูกค้า โดยพื้นที่ทางเดินไม่ควรกว้างเกิน 4-6 เมตร ส่วนการจัดวางพื้นที่ส่วนกลาง ต้องเป็นพื้นที่ ที่กว้างขวางมองเห็นได้ชัดเจน

3. ปัจจัยในการบริหารจัดการ โดยการกำหนดค่าเช่าจะขึ้นอยู่กับจำนวนชั้นและขนาดพื้นที่ซึ่งอัตราค่าเช่าพื้นที่ของร้านค้าทั่วไปอยู่ระหว่าง 1,001-1,200 บาทต่อตารางเมตร โดย

ตำแหน่งที่สามารถเพิ่มอัตราค่าเช่าได้ คือ บริเวณใกล้บันไดเลื่อนและศูนย์อาหาร ค่าบริการพื้นที่ส่วนกลางจะอยู่ระหว่าง 30-50 บาทต่อตารางเมตร ซึ่งในกรณีศูนย์การค้าสร้างการบริการที่ดีให้กับผู้เช่า ศูนย์การค้าสามารถเพิ่มค่าเช่าพื้นที่ส่วนกลางขึ้นได้อีก ส่วนระยะเวลาของสัญญาเช่าที่เหมาะสมอยู่ระหว่าง 5-8 ปี ซึ่งเป็นระยะเวลาที่เหมาะสมกับการปรับปรุงศูนย์การค้าต่อไป

References

- กอบชัย จิราธิวัฒน์. (2545). *หลักเกณฑ์การเช่าพื้นที่และการบริหารจัดการ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กิจรัฐเขต ไกรवास. (2528). *อิทธิพลของศูนย์การค้าต่อการเปลี่ยนแปลงของเมืองเชียงใหม่*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน). (2554). *รายงานประจำปี 2554*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- มาลินี ศรีสุวรรณ. (2542). *ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบอาคารประเภทต่าง ๆ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เอ็ดมอนด์ อนันตศาสตร์. (2539). *การออกแบบผังบริเวณ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). New York: Harper and Row.

แนวทางพัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัยเพื่อผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ที่มีรายได้น้อย

Guidelines for Developing Condominiums for Low-income Freelances

วิษณุ โสมจุมจัง¹ และ ดร. กองกoon ทัตชัยวัฒน์²

Vishnu Homjumjung¹ and Kongkoon Tochaiwat, Ph.D.²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: blander_a@yahoo.com¹, kongkoon@gmail.com²

บทคัดย่อ

ผู้ประกอบการอาชีพอิสระเป็นหนึ่งในผู้อยู่อาศัยในโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่ต้องประสบปัญหาการใช้อาคารที่ถือครองกรรมสิทธิ์ร่วมกับผู้อื่นหลายต่อหลายห้อง สืบเนื่องมาจากพฤติกรรมในการใช้ชีวิตที่แตกต่างจากผู้อื่น ผู้วิจัยสนใจในการศึกษาแนวทางการพัฒนาอาคารชุดพักอาศัยของผู้บริโภคที่ประกอบอาชีพอิสระที่มีรายได้น้อย เน้นศึกษาความต้องการทางกายภาพพื้นฐานและการดำเนินโครงการในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล 4 จังหวัด ด้วยแบบสอบถามจำนวน 100 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษา พบว่า จากพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่ประกอบอาชีพในเวลาที่ไม่แน่นอนและรายได้ที่ไม่คงที่ รูปแบบที่เหมาะสม ได้แก่ ห้องชุดพักอาศัยแบบ 1 ห้องนอน ขนาดพื้นที่ห้อง 30-40 ตารางเมตร ราคาค่าเช่าอยู่ในช่วง 1.5-2.5 ล้านบาท โดยให้ความสำคัญเรื่องของการทำเลที่ตั้งและการรักษาความปลอดภัยมากที่สุด

Abstract

The residents who are freelances have difficulties in sharing public spaces in condominiums due to different lifestyles. Since they typically have low income, they cannot afford their own distinguished spaces to do business without disturbing their neighbors. Therefore, the researcher was interested in the studying the crucial factors attracting low income freelances to buy condominiums, focusing on their fundamental physical needs and the appropriate project development process. A survey of 100 freelances in Bangkok and four provinces its vicinity, were performed. The results indicated that, due to the uncertain working hours and unstable incomes, the most suitable type of residency is the one-bedroom condominium with 30-40 square meters. The price range should be approximately 1.5-2.5 million baht. However, the location and the provided security are the top-ranked factors.

คำสำคัญ (Keywords): อสังหาริมทรัพย์ (Real Estate), อาคารชุดพักอาศัย (Condominium), อาชีพอิสระ (Freelance), ผู้ที่มีรายได้น้อย (Low-income People), พื้นที่ใช้สอย (Usable Area)

1. บทนำ

ในปัจจุบัน ความต้องการพื้นที่อยู่อาศัยได้เพิ่มมากขึ้นกว่าในอดีตที่ผ่านมาอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะพื้นที่ในเขตเมืองหลวงและปริมณฑล ที่ดินที่จะนำไปพัฒนาโครงการเกิดการขาดแคลน เป็นผลให้นักพัฒนาโครงการในปัจจุบันเลือกที่จะพัฒนาโครงการในแนวตั้งมากกว่าโครงการในแนวราบในพื้นที่เขตเมืองหลวง (วิฑูวัส รุ่งเรืองผล, 2554) เป็นผลสืบเนื่องทำให้อาคารชุดพักอาศัยได้รับความนิยมในปัจจุบันและมีโครงการเกิดขึ้นต่อเนื่องอย่างมากมาย ท่ามกลางเป็นที่นิยมคือโครงการที่มีพื้นที่ใกล้กับเส้นทางรถไฟฟ้าสายต่าง ๆ (อนุชากุลวิสุทธิ, 2548) ที่มีการคมนาคมที่สะดวกสบายสามารถทำให้ผู้อยู่อาศัยสามารถเข้าถึงแหล่งงานได้ง่ายรวดเร็วและประหยัดเวลาเดินทางในแต่ละวัน

ตารางที่ 1 การเข้าอยู่อาศัยอาคารชุดพักอาศัยปี พ.ศ. 2551-2554

การเข้าอยู่อาศัยอาคารชุดพักอาศัยปี พ.ศ. 2551-2554				
รายละเอียด	2551	2552	2553	2554
1. อาคารชุดราคาถูก (0.25-0.40 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2554)				
จำนวนหน่วย	5,857	5,300	5,855	5,867
2. อาคารชุดราคาปานกลาง (1.1-2.50 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2554)				
จำนวนหน่วย	5,299	5,263	5,430	5,493
3. อาคารชุดราคาแพง (3 ล้านบาทขึ้นไป ณ สิ้นปี 2554)				
จำนวนหน่วย	1,144	1,108	1,043	1,034

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลวิจัยและประเมินค่าอสังหาริมทรัพย์ไทย, 2555

จากการสำรวจข้อมูลในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา ช่วงของราคาอสังหาริมทรัพย์ประเภทอาคารชุดพักอาศัยที่เป็นที่นิยมอยู่ในช่วงราคาของอาคาร

ชุดพักอาศัยราคาถูกและราคาปานกลาง (0.25-2.5 ล้านบาท) จะเห็นได้ว่าช่วงราคาที่เป็นที่นิยมเป็นราคาที่ผู้อยู่อาศัยที่มีรายได้น้อยถึงปานกลางมีความสามารถในการผ่อนชำระ โดยไม่กระทบต่อรายรับรายจ่ายในแต่ละเดือนจนเกินไป (ศูนย์วิจัยและประเมินค่าอสังหาริมทรัพย์ไทย, 2555)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่มีเนื้อหาใกล้เคียงกัน พบว่า งานวิจัยของอิชยา หล่อกิจกุล (2550) เรื่อง “กระบวนการตัดสินใจซื้ออาคารชุดพักอาศัยของผู้บริโภคในเขตดินแดง กรุงเทพมหานคร” มีความใกล้เคียงกับกรงานวิจัยของผู้วิจัยในเรื่องกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีความต้องการที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดพักอาศัย ในขณะที่มีรายได้ต่อเดือนน้อย แต่มีได้จำกัดประเภทอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ประกอบอาชีพอิสระเป็นอาชีพหนึ่งที่อยู่ในช่วงของผู้อยู่อาศัยรายได้น้อยตลอดมา ผู้ประกอบอาชีพอิสระต้องประสบปัญหาการอยู่อาศัยในอาคารชุดพักอาศัยที่ต้องใช้ร่วมกับเจ้าของร่วมกรรมสิทธิ์อีกหลายต่อหลายห้อง โดยถูกมองว่าเป็นต้นเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาด้านต่าง ๆ สืบเนื่องมาจากพฤติกรรมในการใช้ชีวิตที่แตกต่างจากคนอาชีพอื่น อาทิเช่น เวลาในการทำงานที่เป็นอิสระไม่ตรงตามเวลาทำงานของบุคคลโดยทั่วไป การตัดแปลงพื้นที่ใช้สอยภายในห้องพักไปใช้ในการทำงานของแต่ละสายอาชีพหรือการเข้าไปลุกล้ำพื้นที่ส่วนกลางมาใช้อำนวยความสะดวกส่วนตัวตน

จากเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยมีแนวความคิดในการศึกษาแนวทางในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทอาคารชุดพักอาศัย โดยใช้ต้องการพื้นฐานในทางกายภาพของผู้ประกอบอาชีพอิสระ ที่พักอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล มาใช้เป็นตัวแปรในการศึกษา

วิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางกำหนดแนวทางการใช้พื้นที่ที่เหมาะสมขององค์ประกอบต่าง ๆ ภายในพื้นที่โครงการ ช่วยให้พื้นที่ที่มีขนาดจำกัดตามสภาพของราคาที่ดินถือครองกรรมสิทธิ์จ่ายไปสามารถนำพื้นที่มาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

1.1 นิยามศัพท์เฉพาะผู้ประกอบการอาชีพอิสระในการวิจัย

ผู้ประกอบการอาชีพอิสระ หมายถึง บุคคลที่ประกอบกิจการส่วนตัวในการผลิตสินค้าหรือบริการที่ถูกต้องตามกฎหมายเป็นอาชีพของตนเอง มีความอิสระในการกำหนดรูปแบบและวิธีการดำเนินเป็นของตัวเองตามความเหมาะสม ไม่มีเงินเดือนหรือรายได้ที่แน่นอน ผลตอบแทนในการลงทุนคือเงินกำไรจากการลงทุน โดยการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพอิสระมีรายได้ต่อครัวเรือนไม่เกิน 30,000 บาท (ศูนย์สารสนเทศแห่งชาติ, 2555)

1.2 แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

จากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคของ ซีนิจิตต์ แจ็งเจนกิจ (2548) ผู้วิจัยได้เลือกใช้ทฤษฎี 70's เป็นแนวทางในการศึกษาการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยมีเนื้อหาดังต่อไปนี้

1. O-Occupants เป็นการกำหนดเป้าหมายของโครงการอสังหาริมทรัพย์และออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีความแตกต่างในกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม
2. O-Objects สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อในการออกแบบวางแผนกลยุทธ์วางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ จุดขายที่โดดเด่นที่บริษัทพัฒนาขึ้นมา จำเป็นต้องเป็นสิ่งให้ผู้บริโภคให้ความสนใจ

3. O-Objectives วัตถุประสงค์ในการซื้อหรือเหตุผลในการซื้อที่อยู่อาศัยเป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการซื้อที่อยู่อาศัย

4. O-Organization บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

5. O-Occasions โอกาสหรือช่วงเวลาในการซื้อ

6. O-Outlet ช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ การเลือกทำเลก็เป็นอีกเรื่องที่ผู้วิจัยต้องวิเคราะห์เพิ่มเติม

7. O-Operations กระบวนการในการตัดสินใจ กระบวนการในการตัดสินใจซื้อสินค้าที่มีมูลค่าสูง เป็นสินค้าที่มีความเกี่ยวเนื่องกับผู้บริโภคสูง

2. เนื้อความหลัก

2.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้ มุ่งเน้นการศึกษาแนวทางการพัฒนาอาคารชุดพักอาศัยสำหรับผู้ประกอบการอาชีพอิสระที่มีรายได้น้อย ซึ่งมีวัตถุประสงค์ศึกษาคุณสมบัติของผู้ประกอบการอาชีพอิสระรายได้น้อย ที่มีต่อโครงการอาคารชุดพักอาศัยและการดำเนินการโครงการของผู้พัฒนาโครงการและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและความต้องการทางกายภาพขั้นพื้นฐานของผู้บริโภค ที่มีผลต่อการดำเนินการโครงการของผู้พัฒนาโครงการ

2.2 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้พัฒนาโครงการสามารถใช้เป็นข้อมูลในการสร้างมาตรฐานที่อยู่อาศัยในรูปแบบอาคารชุดพักอาศัยที่รองรับกำลังซื้อของผู้มีรายได้น้อยให้มีแนวโน้มไปในทางที่ดียิ่งขึ้นและผู้ออกแบบสามารถใช้อัตราข้อมูลในการวิจัยนี้เป็นข้อมูลประกอบ

การพัฒนาโครงการประเภทอาคารชุดพักอาศัย
 ในด้านกายภาพขั้นพื้นฐานให้มีความเหมาะสม
 มากยิ่งขึ้น

2.3 ขอบเขตการศึกษาการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาข้อมูลจากพื้นที่
 กรุงเทพมหานครและปริมณฑล คือ สมุทรปราการ
 นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรสาคร กลุ่มตัวอย่าง
 ที่ศึกษา ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบอาชีพอิสระ
 รายได้น้อยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนประมาณ
 800-1,000 บาทต่อวันหรือโดยเฉลี่ยแล้วรายได้
 ต่อครัวเรือนไม่เกิน 30,000 บาทต่อเดือน มีความ
 ต้องการที่อยู่อาศัยในรูปแบบอาคารชุดพักอาศัย
 โดยการสุ่มอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (stratified sam-
 pling) จำนวน 100 ตัวอย่างจากกลุ่มลูกค้าที่เข้า
 มาสอบถามข้อมูลโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่
 เข้าข่ายกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดย
 การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความต้องการที่อยู่
 อาศัยของผู้บริโภคในด้านกายภาพเท่านั้น

2.4 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณนี้ดำเนินการสำรวจ
 โดยใช้เครื่องมือสอบถาม ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวม
 ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพอิสระที่มี
 รายได้น้อยในพื้นที่ที่ทำการศึกษา ขนาดของกลุ่ม
 ตัวอย่างคิดจากสูตรการคำนวณของ Taro Yamane
 ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ความคาดเคลื่อนที่
 ร้อยละ 10 โดยแบบสอบถามเกี่ยวข้องกับรูป
 ลักษณะภายนอกของโครงการ พื้นที่ใช้สอยภายใน
 ห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภค
 ขั้นพื้นฐานภายในโครงการและทำการสัมภาษณ์
 ผู้พัฒนาโครงการในการดำเนินการของโครงการ

3. ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ความต้องการด้านรูปแบบ
 ของโครงการอาคารชุดพักอาศัยสำหรับผู้มีรายได้อิ
 สระที่มีรายได้น้อย พบรูปแบบที่เป็นที่ต้องการ
 ของกลุ่มตัวอย่าง แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบโครงการ
 อาคารชุดพักอาศัยสำหรับผู้มีรายได้อิสระที่มีรายได้น้อย

รูปแบบ		จำนวน (คน)	ร้อยละ
ขนาดห้อง (ตารางเมตร)	๒ ยกฯ 30	8	8.00
	30-35	35	35.00*
	35-40	45	45.00*
	40 ขึ้นไป	12	12.00
ประเภทห้อง	สตูดิโอ	8	8.00
	1 ห้องนอน	55	55.00*
	2 ห้องนอน	29	29.00
	3 ห้องนอน	8	8.00
ระดับราคาขาย (ล้านบาท)	ต่ำกว่า 1.00	9	9.00
	1.00-1.50	21	21.00
	1.50-2.00	29	29.00*
	2.00-2.50	34	34.00*
	2.50 ขึ้นไป	7	7.00

ตารางที่ 2 สรุปได้ว่าการสำรวจ
 รูปแบบโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่มีรายได้อิ
 สระที่มีรายได้น้อยต้องการเป็นอาคารชุดพัก
 อาศัยขนาด 30-40 ตร.ม. ประเภท 1ห้องนอน
 และระดับราคาอยู่ที่ 1.50-2.50 ล้านบาท

ผลการสำรวจความต้องการที่อยู่อาศัยในพื้นที่ศึกษาบ่งบอกถึงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 แสดงระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาคารชุดพักอาศัยของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพอใจ
- ทำเลที่ตั้งเข้าถึงได้สะดวก	4.33	สำคัญมาก
- การรักษาความปลอดภัยภายในโครงการ	4.22	สำคัญมาก
- พื้นที่ห้องชุดพักอาศัย	4.22	สำคัญมาก
- คุณภาพวัสดุในโครงการ	4.20	สำคัญมาก
- สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ	3.99	สำคัญปานกลาง
- การบริการหลังการขาย	3.97	สำคัญปานกลาง
- การบริหารส่วนกลาง	3.87	สำคัญปานกลาง
- รูปลักษณ์ภายนอกของโครงการ	3.73	สำคัญปานกลาง

จากตารางที่ 3 สรุปเบื้องต้นถึงความพึงพอใจของจากการสำรวจปัจจัยทางกายภาพด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้อของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งของโครงการ ตามมาด้วยระบบการรักษาความปลอดภัยภายในโครงการที่มีประสิทธิภาพ พื้นที่ของชุดพักอาศัยและคุณภาพของวัสดุที่ใช้ในโครงการ ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญปานกลาง คือ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ เช่น สวนสวน

กลาง ห้องออกกำลังกาย ห้องสมุด สระว่ายน้ำ เป็นต้น การบริการหลังการขาย เช่น การให้บริการซ่อมแซม บ้าน เป็นต้น การบริหารส่วนกลางและรูปลักษณ์ภายนอกของโครงการมาเป็นอันดับท้ายสุด

ผลการสำรวจความต้องการที่อยู่อาศัยในพื้นที่ศึกษาบ่งบอกถึงปัจจัยด้านราคาที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4 แสดงระดับความสำคัญปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาคารชุดพักอาศัยของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพอใจ
- ราคาต่ำกว่าโครงการอื่นในทำเลเดียวกัน	3.86	สำคัญปานกลาง
- จำนวนเงินดาวน์	3.78	สำคัญปานกลาง
- ค่าส่วนกลางและเงินกองทุน	3.50	สำคัญปานกลาง
- ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ	3.49	สำคัญปานกลาง

ตารางที่ 4 สรุปเบื้องต้นถึงความพึงพอใจของจากการสำรวจปัจจัยทางกายภาพด้านราคาที่มีผลต่อการซื้อของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าทั้ง 4 ปัจจัยอยู่ในค่าระดับความพอใจที่มีค่าความสำคัญระดับปานกลาง คือ ราคาของห้องชุดพักอาศัยที่ต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับโครงการอื่นที่อยู่ในทำเลเดียวกัน จำนวนเงินดาวน์ เงินค่าส่วนกลางและเงินกองทุนของโครงการและสุดท้ายคือค่าธรรมเนียมต่าง ๆ

4. บทสรุปผลและข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยสามารถวิเคราะห์เป็นแนวทางให้กับผู้พัฒนาโครงการได้ว่า ควรตั้งราคา

ขายห้องชุดพักอาศัยในโครงการที่ระดับราคาประมาณ 1.5-2.5 ล้านบาทซึ่งเป็นราคาห้องพักที่มีแนวโน้มว่ากลุ่มตัวอย่างสามารถผ่อนชำระต่อเดือนได้โดยไม่กระทบต่อค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันในแต่ละเดือนมากนัก ขนาดพื้นที่ห้องประมาณ 30-40 ตารางเมตร เป็นขนาดห้องที่เหมาะสมต่อการอยู่อาศัยและเอื้ออำนวยในการประกอบกิจการหรือทำงานหลังเลิกจากที่ทำงานหลักและประเภทของห้องเป็นประเภท 1 ห้องนอน กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในทำเลที่ตั้งโครงการที่ใกล้กับสถานที่ทำงานของตนเป็นปัจจัยที่ให้ความสำคัญมากที่สุดเป็นหลัก ติดถนนสายสำคัญที่มีระบบรถรับจ้างสาธารณะ เช่น รถเมล์ รถสองแถวหรือรถแท็กซี่วิ่งผ่าน หากอยู่ใกล้กับโครงการรถไฟฟ้าหรือโครงการรถไฟฟ้าในอนาคตจะได้รับความสนใจจากกลุ่มผู้บริโภคเป็นพิเศษ

ในเรื่องของราคา พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยในการสำรวจกลุ่มตัวอย่างล้วนแต่ให้ความสำคัญเท่ากันทั้งหมดที่ระดับความพอใจปานกลาง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเริ่มให้ความสำคัญในปัจจัยทางกายภาพมาก่อน มากกว่าจำนวนเงินที่เสียไปกับโครงการ

References

- ชินจิตต์ แจ้งเจนกิจ. (2548). *IMC&CRM สำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์*. กรุงเทพฯ: พิมพ์การพิมพ์.
- นุชนาฏ. (2553). *คำจำกัดความ "ผู้ประกอบการอาชีพอิสระ"*. สืบค้นเมื่อ 12 มิถุนายน 2555, จาก <http://guru.thaibizcenter.com/articleDetail.asp?kid=7225>
- วสันต์ คงจันทร์. (2554). *ทำเลทองและพื้นที่เสี่ยงการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ประเทศไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: อักษรสัมพันธ์.
- วิวัฒน์ รุ่งเรืองผล. (2554). *การตลาดอสังหาริมทรัพย์ยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: สุสานการพิมพ์.
- อนุชา กุลวิสุทธิ. (2548). *การลงทุนในอสังหาริมทรัพย์อย่างมืออาชีพ* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: พิมพ์ดีการพิมพ์.
- อิชยา หล่อกิจกุล. (2550). *กระบวนการตัดสินใจซื้ออาคารชุดพักอาศัยของผู้บริโภคในเขตดินแดง กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุดในเขต
พื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานครของประชากรในประเทศที่เป็น
สมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

The Marketing Mix Factors Affecting the Decisions of the AEC
Member Countries to Buy Condominiums in Bangkok CBD

กฤษฎา ฟุ้งเกียรติ¹ และ ดร. กองกoon โตชัยวัฒน์²
Krisdar Foongkiet¹ and Kongkoon Tochaiwat, Ph.D.²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Email: kfoongkiet@yahoo.com¹, kongkoon@gmail.com²

บทคัดย่อ

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็นข้อตกลงทางการค้าของกลุ่มประเทศสมาชิกในการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน และแรงงานอย่างเสรี ผู้ประกอบการอาคารชุดในประเทศไทยจึงควรทำการตัดสินใจลงทุน วางแผนการตลาด และวางแผนการจัดการในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของประชากรในประเทศที่เป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่จะเข้ามาประกอบอาชีพในประเทศไทย การวิจัยนี้มุ่งสำรวจปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุดในเขตพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นประชากรในประเทศที่เป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จำนวน 30 ราย ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยใช้สัดส่วนการถือครองกรรมสิทธิ์ตามกฎหมาย จำนวนประชากร และรายได้ประชากรเฉลี่ยต่อคนต่อปีเป็นเกณฑ์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า การออกแบบพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุด ความเหมาะสมของระดับราคา พนักงานขาย สิ่งอำนวยความสะดวก และบรรยากาศภายในโครงการ เป็นปัจจัย 5 อันดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชากรในประเทศที่เป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในการซื้ออาคารชุดในเขตพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานครมากที่สุด

Abstract

ASEAN Economic Community (AEC) is the collaboration among the member countries in order to allow free transfer of goods, services, investment, and labors within the community. For this reason, Thai condominium entrepreneurs should, therefore, invest and plan their marketing and management strategies to match the demands of Thais and foreigners from the member nations who are intending to work in Thailand. This research aimed to investigate the influential factors of marketing mix affecting the decisions to purchase condominiums in the

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุดในเขตพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานครของประชากรในประเทศที่เป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กฤษดา ฟุ่งเกียรติ และ ดร. กองกฤษ โตชัยวัฒน์

Central Business District of Bangkok. The samples included 30 participants from the ASEAN member countries selected by Multi – Stage Sampling by using the possession ratio from the legal regulations, the population ratio and GDP per person. The data analysis was conducted by Descriptive statistics. According to the results of study, the five most influential factors in making decisions of the AEC member countries to buy condominiums in Bangkok CBD included the interior space design, the appropriateness of price, salesperson, facilities, and interior environment.

คำสำคัญ (Keywords): ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix), การตัดสินใจซื้อ (Buying Decisions), อาคารชุด (Condominium), พื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานคร (Central Business District of Bangkok), ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community [AEC])

1. บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

อาคารชุด เป็นรูปแบบการก่อสร้างที่พักอาศัยเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วในทุกด้าน ได้แก่ กรุงเทพมหานครและเมืองศูนย์กลางตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ นอกจากนี้ ปัจจุบันประชาชนเปลี่ยนแปลงวิถีการดำรงชีวิตให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของเมืองโดยเลือกที่พักอาศัยที่ไม่ไกลจากสถานที่ประกอบภารกิจประจำวันของตนเองมากนัก ที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดจึงเป็นคำตอบของการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงนี้

อนึ่งการเจริญเติบโตและนโยบายทางเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนให้ภาคอสังหาริมทรัพย์ของประเทศไทยเติบโตสูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรวมกลุ่มทางการค้ากับประเทศในกลุ่มอาเซียน ทำให้ประเทศไทยได้รับโอกาสในการพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในภูมิภาคนี้ ซึ่งบทบาทสำคัญที่กำลังจะเกิดขึ้นใน

อนาคตอันใกล้นี้ คือ การรวมกลุ่มเศรษฐกิจภูมิภาคขนาดใหญ่หรือประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economic Community: AEC) ที่มีข้อตกลงทางการค้าร่วมกัน ในการที่ประเทศสมาชิกสามารถทำการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมือ ได้อย่างเสรี ในปี พ.ศ. 2558 จากการเคลื่อนย้ายแรงงานระหว่างประเทศสมาชิกที่จะมีเพิ่มมากขึ้นในอนาคต ผู้ประกอบการด้านอสังหาริมทรัพย์ของประเทศไทย จึงควรต้องปรับตัวให้รองรับกับการเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะเกิดขึ้นนี้ (ศูนย์ข้อมูลความรู้ ประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียน, 2555)

จากความแตกต่างดังกล่าวกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้ออาคารชุดเป็นข้อมูลสำคัญที่จะนำไปใช้ในการพัฒนาการวางแผนการตลาด ผู้พัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัยต้องทำการศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้ออาคารชุดในเขตพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานครของประชากรในประเทศที่เป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดอาคารชุดสำหรับการเข้า

เป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 และเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับอาคารชุดในการใช้เป็นข้อมูลเพื่อการพิจารณาตัดสินใจลงทุน การวางแผนการตลาด และการวางแผนการจัดการในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ผลประกอบการเป็นไปตามเป้าหมายขององค์กรและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโครงการอาคารชุดในเขตพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาคารชุดในเขตพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานครของประชากรในประเทศที่เป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้มุ่งสำรวจปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโครงการอาคารชุดในเขตพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาคารชุดในเขตพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานครของประชากรในประเทศที่เป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยทำการเก็บข้อมูลจากประชากรในประเทศที่เป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มาประกอบอาชีพในประเทศไทย

1.4 ข้อจำกัดของการศึกษา

การศึกษานี้มีข้อจำกัด คือ การเก็บข้อมูลจากประชากรในประเทศที่เป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มาประกอบอาชีพในประเทศไทย จำนวน 30 ตัวอย่าง เนื่องจากสมาชิกอาเซียนที่ประกอบอาชีพในประเทศไทย

บางประเทศมีจำนวนน้อย ผู้วิจัยจึงกำหนดการเก็บกลุ่มตัวอย่างจากประเทศไทย จำนวน 15 คน ร้อยละ 50 และประเทศสมาชิกอื่น ได้แก่ กัมพูชา บรูไน พม่า ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย ลาว เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย จำนวน 15 คน ร้อยละ 50 โดยใช้เกณฑ์ในการกำหนดกลุ่มประชากรที่จะใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างจากสถิติในการถือครองห้องชุดตามพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. 2522 มาตรา 19 ทวิที่ระบุให้คนต่างด้าวสามารถถือครองกรรมสิทธิ์ห้องชุดได้ไม่เกินร้อยละ 49 ของเนื้อที่ห้องชุดทั้งหมดในอาคารชุดแต่ละแห่ง จากนั้น กำหนดเกณฑ์รายได้ประชากรเฉลี่ยต่อคนต่อปีที่อยู่ในเกณฑ์ไม่ต่ำกว่า 1,300 เหรียญสหรัฐ อยู่ในเกณฑ์ที่สามารถเป็นเจ้าของห้องชุดที่มีราคา 80,000 บาท ต่อพื้นที่ 1 ตารางเมตรโดยพื้นที่รวมของห้องชุดเท่ากับ 22 ตารางเมตรที่มีการพัฒนาอยู่ได้ (ไทยคอนสตรัคเตอร์, 2555; ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2555) สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประเทศสมาชิกอื่นกำหนดสัดส่วนจากจำนวนคนต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตทำงานในประเทศไทย จากการกำหนดเกณฑ์ทั้งสามเกณฑ์ ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรของประเทศสมาชิกอื่น ๆ ดังนี้ ประเทศฟิลิปปินส์ จำนวน 64.6 เปอร์เซ็นต์ คิดเป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 9 คน ประเทศมาเลเซีย จำนวน 15.4 เปอร์เซ็นต์ คิดเป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 2 คน ประเทศสิงคโปร์ จำนวน 11.5 เปอร์เซ็นต์ คิดเป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 2 คน ประเทศอินโดนีเซีย จำนวน 5.2 เปอร์เซ็นต์ คิดเป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 1 คน ประเทศเวียดนาม จำนวน 3.3 เปอร์เซ็นต์ คิดเป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 1 คน

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษานี้มีประโยชน์ต่อผู้พัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัย ทราบปัจจัยส่วน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุดในเขตพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานครของประชากรในประเทศที่เป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กฤษดา พึ่งเกียรติ และ ดร. กองกฤษ โตชัยวัฒน์

ประสมการตลาดของโครงการอาคารชุดในเขตพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาคารชุดในเขตพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานครของประชากรในประเทศที่เป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อการพิจารณาตัดสินใจลงทุน การวางแผนการตลาด และการวางแผนการจัดการในการดำเนินธุรกิจที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ทำการสำรวจปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโครงการอาคารชุดในเขตพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาคารชุดในเขตพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานครของประชากรในประเทศที่เป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยทำการเก็บข้อมูลจากประชากรในประเทศที่เป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มาประกอบอาชีพในประเทศไทย จำนวน 30 ตัวอย่าง โดยเก็บกลุ่มตัวอย่างประเทศไทย ร้อยละ 50 และประเทศสมาชิกอื่น ได้แก่ กัมพูชา บรูไน พม่า ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย ลาว เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย ร้อยละ 50 ทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล และข้อมูลที่ได้วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาโดยการแปลผลระดับการให้คะแนนเฉลี่ยการความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแบ่งเป็น 5 ระดับ ซึ่งในแต่ละขั้นใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคหรือช่วงกว้างของขั้นเท่ากับ 0.8 (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2548, น. 193) ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	ให้ความสำคัญมากที่สุด
3.41 – 4.20	ให้ความสำคัญมาก
2.61 – 3.40	ให้ความสำคัญปานกลาง
1.81 – 2.60	ให้ความสำคัญน้อย
1.00 – 1.80	ให้ความสำคัญน้อยที่สุด

3. ผลการศึกษา

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโครงการอาคารชุดในเขตพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาคารชุดในเขตพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานครของประชากรในประเทศที่เป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน แสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโครงการอาคารชุดในเขตพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของประชากรในประเทศที่เป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. การออกแบบพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุด	4.67	0.52	มากที่สุด
2. ความเหมาะสมของระดับราคา	4.57	0.64	มากที่สุด
3. พนักงานขาย	4.43	0.72	มากที่สุด
4. สิ่งอำนวยความสะดวก	4.41	0.53	มากที่สุด
5. บรรยากาศภายในโครงการ	4.40	0.52	มากที่สุด
6. รูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคาร	4.37	0.82	มากที่สุด
7. สภาพแวดล้อมโดยรอบของโครงการ	4.36	0.71	มากที่สุด
8. ทำเลที่ตั้งของโครงการ	4.33	0.62	มากที่สุด

9. การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์/เฟซบุค	4.30	0.51	มากที่สุด
10. ชื่อเสียงของผู้บริหารนิติบุคคลอาคารชุด	4.27	0.82	มากที่สุด
11. การมอบของแถม	4.27	0.41	มากที่สุด
12. การบริการจัดหาสินเชื่	4.27	0.32	มากที่สุด
13. การรับประกันผลงานหลังการส่งมอบ	4.27	0.58	มากที่สุด
14. การบริการหลังการขาย	4.27	0.55	มากที่สุด
15. วัสดุที่ใช้	4.16	0.52	มาก
16. ชื่อเสียงของผู้พัฒนาโครงการ	4.13	0.71	มาก
17. การแนะนำจากบุคคลใกล้ชิด	4.13	0.73	มาก
18. การมอบส่วนลด	4.13	0.62	มาก
19. เงื่อนไขการผ่อนชำระ	4.12	0.68	มาก
20. การจัดแสดงสินค้าในงานต่าง ๆ	4.00	0.67	มาก
21. ความสะดวกในการเข้าถึงสำนักงานขาย	3.90	0.57	มาก
22. การมอบสิทธิพิเศษร่วมกับเครือข่ายพันธมิตร	3.90	0.54	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนใหญ่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาคารชุดในเขตพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานครของประชากรในประเทศไทยที่เป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอยู่ในระดับมากถึงระดับมากที่สุด โดยหากพิจารณาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาคารชุดในเขตพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานครของประชากรในประเทศไทยที่เป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มีระดับความสำคัญในระดับมากที่สุดมีทั้งสิ้น 14 ปัจจัย โดยปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด 5 ลำดับ ได้แก่ การออกแบบพื้นที่ใช้สอยภายใน

ห้องชุด ความเหมาะสมของระดับราคา พนักงานขาย สิ่งอำนวยความสะดวก และบรรยากาศภายในโครงการตามลำดับ

4. สรุปผล

จากการสำรวจปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโครงการอาคารชุดในเขตพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาคารชุดในเขตพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานครของประชากรในประเทศไทยที่เป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยทำการเก็บข้อมูลจากประชากรในประเทศไทยที่เป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มาประกอบอาชีพในประเทศไทย จำนวน 30 ตัวอย่างและทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาคารชุดในเขตพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานครของประชากรในประเทศไทยที่เป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มีระดับความสำคัญในระดับมากที่สุดมีทั้งสิ้น 14 ปัจจัย โดยปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด 5 ลำดับ ได้แก่ การออกแบบพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุด ความเหมาะสมของระดับราคา พนักงานขาย สิ่งอำนวยความสะดวก และบรรยากาศภายในโครงการ ตามลำดับ ดังนั้น เพื่อให้การพิจารณาตัดสินใจลงทุน การวางแผนการตลาด และการวางแผนการจัดการ ในการดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการของประชากรในประเทศไทยที่เป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้ ผู้พัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัยจึงควรทำการศึกษาค้นคว้าความต้องการด้านต่าง ๆ ในเชิงรายละเอียดด้วย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุดในเขตพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานครของประชากรในประเทศที่เป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กฤษดา ฟุ่งเกียรติ และ ดร. กองกฤษ โต้ชัยวัฒน์

5. อภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุดในกรุงเทพมหานครของสมาชิกอาเซียน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของฟิลิป คอตเลอร์ (Kotler, 2003, pp. 161-164) ที่ได้ศึกษาโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค โดยพบว่า เหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ มีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้นทางการตลาด โดยเป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนผสมทางการตลาดซึ่งผู้ขายจะต้องให้ความสนใจและนักการตลาดสามารถควบคุมได้และจัดให้มีขึ้นเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการที่จะมาซื้อสินค้าประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาครั้งนี้ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ คอนโดมิเนียมหรืออาคารชุดในเขตกรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยการออกแบบพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุด ความเหมาะสมของระดับราคา พนักงานขาย สิ่งอำนวยความสะดวก และบรรยากาศภายในโครงการให้มากยิ่งขึ้น และควรออกแบบโครงการตั้งระดับราคา จัดช่องทางการจัดจำหน่าย รวมทั้งการส่งเสริมการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในสมาชิกอาเซียนมากยิ่งขึ้น สำหรับข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป การศึกษาครั้งต่อไปผู้วิจัยได้เสนอแนะให้ควรศึกษาในเขตพื้นที่อื่น ๆ เพิ่มเติมนอกเหนือจากเขตกรุงเทพมหานคร เช่น พัทยา หัวหิน ภูเก็ต เชียงใหม่ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ผู้บริโภคให้ความสนใจในการซื้ออาคารชุดในพื้นที่ดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น ควรศึกษาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) และโครงสร้างตลาด (Market Structure) ของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ของ

ประเทศไทย เพื่อให้ทราบข้อเท็จจริงต่าง ๆ อันจะนำมาใช้ในการวางแผนการตลาด และช่วยในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น และควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุดของผู้บริโภค นอกเหนือจากปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด อาทิ ปัจจัยเกี่ยวกับการรับรู้เกี่ยวกับโครงการที่จัดสรรของบริษัท ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการบริการ และด้านบุคลากร เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณคณะที่ปรึกษาทุกท่าน ได้แก่ อาจารย์ ดร. กองกฤษ โต้ชัยวัฒน์ อาจารย์ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรพรรณ วีระปรียากร และ ดร. ประศาสน์ ตั้งมติธรรม ตลอดจนผู้ให้ข้อมูลและผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้

References

- ธนาคารอาคารสงเคราะห์. *ที่มาของสูตรการคิดเงินงวดพร้อมตัวอย่าง*. สืบค้นเมื่อ 30 กรกฎาคม 2555, จาก <http://www.ghb.co.th>
- ไทยคอนสตรัคชั่น. (2555). *จัดระเบียบมาตรฐานห้องชุด...ขนาดนั้นสำคัญไฉน!!*. สืบค้นเมื่อ 30 กรกฎาคม 2555, จาก <http://www.thaicontraCTOR.com>
- ศูนย์ข้อมูลความรู้ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. (2555). *ประวัติความเป็นมาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ปี 2555*. สืบค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2555, จาก <http://www.thai-aec.com>
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.

การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าต่อการจัดสรรพื้นที่ภายในอาคาร
พาณิชย์กรรมขนาดใหญ่พิเศษ กรณีศึกษา ห้างแม็คโคร สาขาแจ้งวัฒนะ
Customers' Satisfaction Survey towards the Space Allocation
of Commercial Large Building Case Study: Makro Cheangwatana

ณรงค์เดช กิ่งโสดา¹ และ ดร. สุกุลพัฒน์ คุ่มไพศาล²
Narongdej Kingsoda¹ and Sukulpat Khumpaisal, Ph.D.²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
E-mail: narongdej_21@yahoo.co.th¹, sukulpat@hotmail.com²

บทคัดย่อ

ข้อกำหนดด้านกฎหมายและขั้นตอนการขออนุญาตก่อสร้างอาคารขนาดใหญ่พิเศษมีขั้นตอนที่ใช้เวลานาน ส่งผลให้ไม่สามารถก่อสร้างอาคารประเภทค้าปลีกค้าส่งได้ เป็นปัญหาที่ทำให้ผู้ประกอบการเลือกใช้การพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดสรรพื้นที่ภายในอาคารให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ แทนการก่อสร้างอาคารใหม่ ห้างแม็คโคร เป็นห้างค้าส่งที่หลายสาขาในตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษานี้มุ่งเน้นสำรวจรูปแบบการจัดสรรพื้นที่ภายในอาคารห้างแม็คโคร สาขาแจ้งวัฒนะ ซึ่งเป็นอาคารขนาดใหญ่พิเศษ ทำการสำรวจพฤติกรรม และความต้องการของลูกค้าผู้ใช้บริการรวมถึงความพึงพอใจต่อการจัดสรรพื้นที่ภายในอาคารปัจจุบัน จากลูกค้าหรือผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการห้างดังกล่าว จำนวน 100 ราย โดยการสุ่มอย่างง่ายและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า การจัดสรรพื้นที่ส่วนกลางปัจจุบัน ได้แก่ พื้นที่จุดพักคอย จำนวนและความกว้างของจุดบริการชำระค่าสินค้า จุดบริการแลกของสมนาคุณ และจุดบริการงานเอกสาร ไม่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าผู้ใช้บริการห้างแม็คโคร ซึ่งผู้บริหารสาขาสามารถนำผลที่ได้ไปหาแนวทางในการจัดสรรพื้นที่เพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในสาขาแจ้งวัฒนะได้

Abstract

Due to the longer time in approving for construction of the extra-large buildings, therefore the entrepreneurs choose to modify the space allocation/ arrangements to meet the customer's needs and behaviors, rather than construct a new one, Makro is a largest chain of wholesale store that have many branches, which are normally the extra - large buildings. The store space allocation is one option that suit with the customers' needs and behaviors. This study investigates the customers' needs and behaviors in regard to the space management/allocation. 100 sets of questionnaires were distributed to Makro's customers employing a simple

random method. The data were analyzed by the descriptive statistics and correlation techniques. The results showed that the space allocation of public areas, including the waiting area, the numbers and width of cashier services, document service area and redemption area are not match with the Makro (Chang-Wattana branch) customers' requirements and satisfaction, therefore, the store managers shall take this result into an account of renovating the store area to response to their customers' actual needs.

คำสำคัญ (Keywords): ความพึงพอใจของลูกค้า (Customers' Satisfaction), การจัดสรรพื้นที่ (Space Allocation), อาคารพาณิชย์กรรมขนาดใหญ่พิเศษ (Commercial Large Building)

1. บทนำ

การเติบโตในภาคธุรกิจค้าส่งของไทยในปี 2554 เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 4-5 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา แม็คโครมีการเปิดสาขาในปี พ.ศ. 2550 – 2554 จาก 29 เป็น 52 สาขา (บริษัทสยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน), 2554, น. 44-45) การแข่งขันของผู้ประกอบการค้าส่งที่มุ่งเน้นหลายรูปแบบในการพัฒนาโครงการ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาโครงการใหม่ที่มีการขยายตัวตามพื้นที่ที่มีศักยภาพในการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น การพัฒนาโครงการยังหมายรวมถึง การพยายามปรับปรุงอาคารเดิมที่มีอยู่แล้ว ให้มีความสามารถในการแข่งขันและตอบสนองต่อการเข้ามาใช้บริการของลูกค้า สภาวะข้อกำหนดทางด้านกฎหมายในการก่อสร้างอาคารขนาดใหญ่พิเศษ ขนาดพื้นที่เกิน 10,000 ตารางเมตร ซึ่งมีข้อกำหนดและขั้นตอนในการขออนุญาตก่อสร้างที่ใช้เวลาค่อนข้างนาน โดยเฉพาะการก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร ทำให้แนวทางการปรับปรุงหรือจัดสรรพื้นที่ภายในอาคารเดิม เป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ผู้ประกอบการสามารถนำมาประยุกต์ เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าหรือผู้ใช้บริการที่

เปลี่ยนแปลงไป เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ อันเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจ ห้างแม็คโครถือได้ว่าเป็นศูนย์ค้าส่ง ซึ่งมีคู่แข่งทางตรงเป็นผู้ค้าส่งแบบเดิม (ยี่บัว) และถึงแม้ว่ารูปแบบสินค้า และบริการจะใกล้เคียงกับไฮเปอร์มาร์เก็ต แต่ห้างแม็คโครเป็นเพียงคู่แข่งทางอ้อมกับบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ เทสโก้ โลตัส ปัจจุบันห้างดังกล่าวได้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจส่งผลในการแข่งขันทางธุรกิจที่มากขึ้น เพื่อชิงส่วนแบ่งการตลาด ดังนั้น การศึกษาเกี่ยวกับการจัดสรรพื้นที่ภายในห้างค้าส่ง จึงเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดแนวทางในการพัฒนาหรือปรับปรุงการจัดสรรพื้นที่ภายในห้างค้าส่งต่อไป

2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ด้านการบริหารทรัพยากรกายภาพอาคาร

ทรัพยากรกายภาพ หรืออาคาร สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกนั้น นับเป็นปัจจัยที่สำคัญของทุกองค์กรและหน่วยงานที่จะส่งผลและมีส่วนช่วยสนับสนุนทำให้เกิดการดำเนินงานภายในองค์กรนั้น ๆ ได้ การบริหารทรัพยากรกายภาพจึงเป็นกระบวนการทำงานบริหารจัดการ

กำกับการใช้และดูแลซ่อมบำรุงอาคารและ
ทรัพยากรกายภาพ ได้แก่ สิ่งก่อสร้าง อุปกรณ์
สำนักงาน สถานที่และสภาพแวดล้อม ให้มีความ
พร้อมและตอบสนองการใช้งาน เพื่อให้เกิด
ประโยชน์สูงสุดต่อผู้ใช้และเจ้าของอาคาร โดย
กำหนดให้กิจกรรมและเป้าหมายขององค์กรเป็น
ศูนย์กลาง และอาคารเป็นเครื่องมือสนับสนุน
องค์กรในการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล
(บัณฑิต จุลาลัย และเสรีชัย โชติพานิช, 2547,
น. 10)

2.2 ทฤษฎีด้านการประเมินอาคารหลังการใช้

การประเมินอาคารหลังการใช้ หมายถึง
การประเมินประสิทธิภาพของสิ่งแวดล้อมที่
ออกแบบหลังการเข้าใช้ การประเมินสิ่งแวดล้อม
หลังการเข้าใช้นี้มักดำเนินการใน 3 ลักษณะ คือ

1) สอบถามทัศนคติและระดับความพึง
พอใจของผู้ใช้หรือผู้อยู่อาศัย

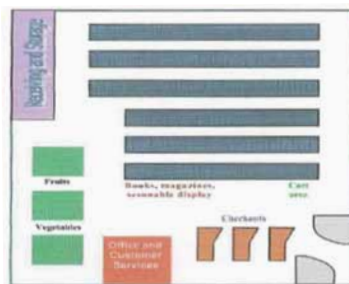
2) สอบถามเพื่อค้นหาแนวคิด ที่เกี่ยวข้อง
กับพฤติกรรมของผู้ใช้อาคารหรือสิ่งแวดล้อมที่
เป็นเชิงวิทยาศาสตร์ โดยใช้การทดลองในสภาพ
แวดล้อมจริงที่สามารถควบคุมได้

3) นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสำรวจไปใช้
ในการกำหนดโปรแกรมสิ่งแวดล้อมที่จะออกแบบ
ใหม่ หรือเพื่อปรับปรุงสภาพแวดล้อมอาคารเดิม
โดยให้ผู้ใช้อาคารหรือสิ่งแวดล้อมนั้น ๆ ได้มี
ส่วนร่วมในกระบวนการรับฟังความคิดเห็น (วีระ
สัจกุล, 2544)

2.3 ด้านการจัดสรรพื้นที่

การจัดสรรพื้นที่ภายในอาคารห้างค้าปลีก
ค้าส่งสามารถสรุปได้ 3 รูปแบบ คือ grid layout,
free form layout และ racetrack layout

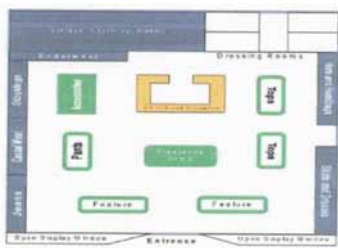
1) Grid layout เป็นรูปแบบลักษณะการ
จัดสรรที่มีการจัดวางสินค้าให้ขนานตลอด
แนวทางเดินซึ่งมีข้อจำกัดหลายส่วน เช่น ลูกค้ำ
มองเห็นเฉพาะสินค้าที่ถูกจัดเรียงในระดับสายตา
เท่านั้น ไม่สามารถมองเห็นสินค้าในแผนกอื่น ๆ
ได้ เนื่องจากการจัดเรียงสินค้าอยู่ในชั้นวางที่มี
ความสูง ซึ่งยังส่งผลให้ไม่มีแรงสนับสนุนในการ
ซื้อสินค้าประเภทอื่น ๆ เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาดังกล่าว
สามารถปรับปรุงรูปแบบการจัดวางพื้นที่
เพื่อบังคับทิศทางในการเดินของลูกค้าภายในห้าง
ให้มีลักษณะเป็นรูปแบบที่ซิกแซก เพื่อเพิ่มความ
สามารถในการมองเห็นสินค้าที่มากขึ้นและยัง
เป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ สำหรับข้อดีของ
การจัดสรรพื้นที่แบบ grid layout คือ สามารถจัด
เรียงสินค้าได้ในปริมาณที่มากขึ้น อีกทั้งยัง
สามารถนำพื้นที่ที่เหลือบริเวณที่อยู่เหนือระดับ
สายตามาเป็นพื้นที่ในการเก็บสินค้าได้ รูปแบบ
การจัดสรรพื้นที่ประเภทนี้มีความเหมาะสมกับ
ธุรกิจที่ลูกค้าหรือผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีการวางแผน
การซื้อชัดเจน และต้องการซื้อสินค้าให้ได้ตามที่
ต้องการในระยะเวลาอันสั้น



รูปที่ 1 Grid layout

2) เป็นรูปแบบที่จัดสรรพื้นที่แบบไม่
สมมาตร หรือแบบอิสระ มีลักษณะความเป็นส่วน
ตัวโดยมีจัดสภาพแวดล้อมให้มีความรู้สึกที่ผ่อนคลาย
เนื่องจากไม่สามารถกำหนดทิศทางทางการเดิน
รวมถึงแนวสายตาของลูกค้าได้ จึงต้องทำการ

ตกแต่ภายใน ในหลายพื้นที่เป็นผลให้ต้องใช้ต้นทุนสูงในการจัดตกแต่งพื้นที่ ข้อจำกัดอีกประการหนึ่ง คือ พื้นที่จัดเรียงสินค้าจะน้อยลง เนื่องจากมีความต้องการให้ลูกค้ามองเห็นได้โดยรอบ ลักษณะสำคัญของการจัดสรรพื้นที่แบบ free form ต้องใช้ความสามารถในการนำเสนอสินค้าของพนักงานค่อนข้างสูงเนื่องจากต้องกระตุ้นความต้องการให้ลูกค้าตัดสินใจในการเลือกซื้อ การจัดรูปแบบพื้นที่แบบ free form มีความเหมาะสมกับธุรกิจที่เน้นให้ความเป็นส่วนตัวกับลูกค้า ความสะดวกสบายในการเลือกชื้อ ยกตัวอย่าง เช่น กลุ่มสินค้าประเภทเครื่องสำอางค์ เครื่องประดับ



รูปที่ 2 Free form layout

3) เป็นรูปแบบที่มีการจัดทางเดินหลักให้มีลักษณะการเดินที่สลับไหลโดยรอบพื้นที่โดยให้มีทางเดินย่อยเชื่อมต่อไปยังพื้นที่ต่าง ๆ มีการจัดวางจุดบริการชำระเงินแยกไว้ในแต่ละแผนกสินค้า ข้อดีของการจัดสรรพื้นที่แบบ race track คือ ลูกค้าสามารถมองเห็นสินค้าในมุมมองที่กว้างมองเห็นสินค้าในหลายแผนก ซึ่งจะช่วยกระตุ้นความต้องการซื้อของลูกค้าได้ แม้ว่าสินค้าที่ซื้อจะไม่อยู่ในแผนหรือความต้องการซื้อในขั้นต้น การจัดรูปแบบทางเดินที่ให้ความเชื่อมต่อกันในแต่ละแผนกก็เป็นอีกข้อที่มีส่วนสนับสนุนความต้องการซื้อของลูกค้าได้ รูปแบบนี้เหมาะสมกับลักษณะธุรกิจที่มีทางเข้า ออกได้หลายทาง เน้นความสะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้า เช่น ห้าง

สรรพสินค้า (Levy & Weitz, 2012, pp. 472-477) สำหรับห้างค้าส่งเป็นห้างที่มีลูกค้าที่เตรียมการซื้อสินค้ามาเป็นอย่างดี และมีการซื้อสินค้าในปริมาณที่มาก ไม่ต้องการใช้เวลาในการเลือกชื้อนาน จึงมีแนวทางในการจัดพื้นที่ที่ต้องการให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าได้อย่างรวดเร็ว มีคลังสินค้าเตรียมไว้เสมอเพื่อพร้อมสำหรับการจำหน่าย เน้นการใช้ประโยชน์พื้นที่ให้มากที่สุดในการจัดวางสินค้าทั้งส่วนที่จัดเรียงเพื่อจำหน่ายและส่วนที่เป็นคลังสินค้า สำหรับจุดบริการในแต่ละแผนกก็มีการจัดสรรเพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะของสินค้าในแผนกนั้น ๆ เช่น จุดชั่งน้ำหนัก สินค้า จุดตกแต่งสินค้า และจุดรับชำระเงิน เป็นต้น จากแนวทางของการจัดสรรพื้นที่ข้างต้น สรุปได้ว่า ห้างค้าส่งมีการจัดสรรพื้นที่แบบ grid layout



รูปที่ 3 Racetrack layout

3. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) ศึกษาปัญหาของการจัดสรรพื้นที่สำหรับห้างค้าส่งของแม็คโครแบบเดิม
- 2) ศึกษาแนวคิดทฤษฎีในการจัดสรรพื้นที่
- 3) สำรวจการจัดสรรพื้นที่เดิมของห้างแม็คโครสาขาแจ้งวัฒนะ
- 4) สำรวจความพึงพอใจต่อการจัดสรรพื้นที่เดิมของห้างแม็คโครสาขาแจ้งวัฒนะ
- 5) เสนอแนะแนวทางในการจัดสรรพื้นที่ของห้างแม็คโครสาขาแจ้งวัฒนะ

4. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการสำรวจทางกายภาพด้านการจัดสรรพื้นที่เดิม เช่น การจัดวางตำแหน่งของแผนกต่าง ๆ การจัดทางเดิน และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามในการวิจัยและสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการที่มีต่อการจัดสรรพื้นที่ภายในอาคารห้างแม็คโคร สาขาแจ้งวัฒนะ ซึ่งเป็นอาคารห้างค้าส่งที่มีการเปิดให้บริการในปี 2533 (บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน), 2554) เป็นอาคารที่มีขนาดพื้นที่ภายในมากกว่า 10,000 ตารางเมตร เข้าข่ายอาคารขนาดใหญ่พิเศษ มีลูกค้าเข้าใช้บริการต่อวันเฉลี่ย 2,000-2,500 คน ซึ่งสาขาแจ้งวัฒนะ เป็นสาขาที่เปิดมาเป็นระยะเวลา 22 ปี เป็นไปตามแนวทางการพิจารณาอาคารเพื่อทำการประเมินหลังการใช้ เนื่องจากลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมีความหลายหลายทางด้านอาชีพ ผู้วิจัยจึงใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย (โดยตารางของ Taro Yamane) เลือกจำนวน 100 ตัวอย่าง ที่ความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 10 ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามที่จำแนกรายละเอียดด้านพื้นที่ภายในอาคาร โดยอ้างอิงรูปแบบการจัดสรรพื้นที่แบบ grid layout เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการที่มีต่อการจัดสรรพื้นที่ภายในอาคารห้างแม็คโคร สาขาแจ้งวัฒนะ ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์เนื้อหา

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เจ้าของอาคารหรือผู้บริหารสาขาทราบถึงประเด็นปัญหาการจัดสรรพื้นที่เดิมและนำผลการวิจัยมาปรับปรุงการจัดสรรพื้นที่เพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า

6. ผลการศึกษา

จากการสำรวจการจัดสรรพื้นที่เดิมของสาขาแจ้งวัฒนะ ทำให้สามารถจำแนกการจัดสรรพื้นที่ออกเป็น 11 ส่วน ได้แก่ พื้นที่ส่วนกลาง พื้นที่ส่วนสินค้าอุปโภค พื้นที่ส่วนขนมขบเคี้ยว พื้นที่ส่วนน้ำและเครื่องดื่ม พื้นที่ส่วนสุรา/ไวน์ พื้นที่ส่วนผัก/ผลไม้ พื้นที่ส่วนเครื่องเทศ พื้นที่ส่วนอาหารทะเลและปลา พื้นที่ส่วนอาหารแช่แข็ง พื้นที่ส่วนเนื้อ/หมู/ไก่ และพื้นที่ส่วนกาแฟ/เบเกอรี่ พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการที่มีต่อการจัดสรรพื้นที่ภายในดังกล่าวแสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ที่มีต่อการจัดสรรพื้นที่ภายในอาคารห้างแม็คโคร สาขาแจ้งวัฒนะ

พื้นที่	ค่าเฉลี่ย	ความพึงพอใจ
1. พื้นที่ส่วนกลาง	3.45	มาก
1.1 ตำแหน่งประตูทางเข้า-ออก	3.85	มาก
1.2 ขนาดประตูทางเข้า-ออก	3.82	มาก
1.3 จุดบริการข้อมูลและต้อนรับลูกค้า	3.56	มาก
1.4 ขนาดความกว้างของทางเดินหลัก	3.89	มาก
1.5 จุดพักคอย	2.93	ปานกลาง
1.6 จุดบริการงานเอกสาร	3.4	ปานกลาง
1.7 จุดบริการชำระค่าสินค้า		
1.7.1 จำนวน	2.98	ปานกลาง
1.7.2 ความกว้าง	3.31	ปานกลาง
1.8 จุดบริการแลกของสมนาคุณ	3.34	ปานกลาง
2. พื้นที่ส่วนสินค้าอุปโภค	3.70	มาก
2.1 ทางเดินภายในพื้นที่	3.90	มาก
2.2 พื้นที่แสดงป้ายบอกชื่อกลุ่มสินค้า	3.58	มาก
2.3 พื้นที่แสดงป้ายชื่อสินค้าและราคา	3.44	มาก
2.4 พื้นที่แสดงสินค้า	3.89	มาก

การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าต่อการจัดสรรพื้นที่ภายในอาคารพาณิชย์กรรมขนาดใหญ่พิเศษ
กรณีศึกษา ห้างแม็คโคร สาขาแจ้งวัฒนะ
นครศรีเดช กิ่งไสดา และ ดร. สุกุลพัฒน์ คุ้มไพศาล

3. พื้นที่ส่วนขนมขบเคี้ยว	3.71	มาก	8. พื้นที่ส่วนอาหารทะเลและปลา	3.68	มาก
3.1 ทางเดินภายในพื้นที่	3.75	มาก	8.1 ทางเดินภายในพื้นที่	3.83	มาก
3.2 พื้นที่แสดงป้ายบอกชื่อ กลุ่มสินค้า	3.67	มาก	8.2 พื้นที่แสดงป้ายบอกชื่อ กลุ่มสินค้า	3.73	มาก
3.3 พื้นที่แสดงป้ายชื่อสินค้า และราคา	3.54	มาก	8.3 พื้นที่แสดงป้ายชื่อสินค้า และราคา	3.81	มาก
3.4 พื้นที่แสดงสินค้า	3.86	มาก	8.4 พื้นที่แสดงสินค้า	3.87	มาก
4. พื้นที่ส่วนน้ำและเครื่องดื่ม	3.71	มาก	8.5 จำนวนจุดบริการชั่งน้ำหนัก	3.48	มาก
4.1 ทางเดินภายในพื้นที่	3.80	มาก	8.6 ตำแหน่งจุดบริการชั่งน้ำหนัก	3.52	มาก
4.2 พื้นที่แสดงป้ายบอกชื่อ กลุ่มสินค้า	3.62	มาก	8.7 จำนวนจุดบริการตัดแต่งปลา	3.61	มาก
4.3 พื้นที่แสดงป้ายชื่อสินค้า และราคา	3.55	มาก	8.8 ตำแหน่งจุดบริการ ตัดแต่งปลา	3.6	มาก
4.4 พื้นที่แสดงสินค้า	3.86	มาก	9. พื้นที่ส่วนอาหารแช่แข็ง	3.77	มาก
5. พื้นที่ส่วนสุราและไวน์	3.66	มาก	9.1. ทางเดินภายในพื้นที่	3.89	มาก
5.1 ทางเดินภายในพื้นที่	3.73	มาก	9.2. พื้นที่แสดงป้ายบอกชื่อ กลุ่มสินค้า	3.71	มาก
5.2 พื้นที่แสดงป้ายบอกชื่อ กลุ่มสินค้า	3.64	มาก	9.3. พื้นที่แสดงป้ายชื่อสินค้า และราคา	3.57	มาก
5.3 พื้นที่แสดงป้ายชื่อสินค้า และราคา	3.53	มาก	9.4. พื้นที่แสดงสินค้า	3.9	มาก
5.4 พื้นที่แสดงสินค้า	3.71	มาก	10. พื้นที่ส่วนเนื้อ หมู ไก่	3.79	มาก
5.5 จุดรับชำระค่าสินค้า	3.71	มาก	10.1 ทางเดินภายในพื้นที่	3.99	มาก
6. พื้นที่ส่วนผักและผลไม้	3.62	มาก	10.2 พื้นที่แสดงป้ายบอกชื่อ กลุ่มสินค้า	3.90	มาก
6.1 ทางเดินภายในพื้นที่	3.83	มาก	10.3 พื้นที่แสดงป้ายชื่อสินค้า และราคา	3.76	มาก
6.2 พื้นที่แสดงป้ายบอกชื่อ กลุ่มสินค้า	3.69	มาก	10.4 พื้นที่แสดงสินค้า	3.88	มาก
6.3 พื้นที่แสดงป้ายชื่อสินค้า และราคา	3.56	มาก	10.5 จำนวนจุดบริการชั่งน้ำหนัก	3.57	มาก
6.4 พื้นที่แสดงสินค้า	3.7	มาก	10.6 ตำแหน่งจุดบริการ ชั่งน้ำหนัก	3.63	มาก
6.5 จำนวนจุดบริการชั่งน้ำหนัก	3.39	ปานกลาง	10.7 จำนวนจุดบริการ ตัดแต่งปลา	3.79	มาก
6.6 ตำแหน่งจุดบริการชั่งน้ำหนัก	3.53	มาก	10.8 ตำแหน่งจุดบริการ ตัดแต่งปลา	3.81	มาก
7. พื้นที่ส่วนเครื่องเทศ	3.55	มาก	11. พื้นที่ส่วนกาแฟ/เบเกอรี่	3.80	มาก
7.1 ทางเดินภายในพื้นที่	3.65	มาก	11.1 ทางเดินภายในพื้นที่	3.92	มาก
7.2 พื้นที่แสดงป้ายบอกชื่อ กลุ่มสินค้า	3.49	มาก	11.2 พื้นที่แสดงป้ายบอกชื่อ กลุ่มสินค้า	3.75	มาก
7.3 พื้นที่แสดงป้ายชื่อสินค้า และราคา	3.45	มาก	11.3 พื้นที่แสดงป้ายชื่อสินค้า และราคา	3.63	มาก
7.4 พื้นที่แสดงสินค้า	3.69	มาก	11.4 พื้นที่แสดงสินค้า	3.89	มาก
			พื้นที่ภายในทั้ง 11 ส่วน	3.68	มาก

จากเกณฑ์การแปลความหมายระดับความ
 พึงพอใจ

คะแนนเฉลี่ย	4.21-5.00	พึงพอใจมากที่สุด
	3.41-4.20	พึงพอใจมาก
	2.61-3.40	พึงพอใจปานกลาง
	1.81-2.60	พึงพอใจเล็กน้อย
	1.00-1.80	พึงพอใจน้อยที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ มีความพึงพอใจต่อการจัดสรรพื้นที่ภายในอาคาร แม้คโศร สาขาแจ้งวัฒนะ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการจัดสรรพื้นที่ 3.68 ส่วนพื้นที่ที่ได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าหรือผู้ใช้บริการสูงที่สุด พื้นที่ส่วนกาแฟ/เบเกอรี่มีค่าเฉลี่ย 3.80 รองลงมาพื้นที่ส่วนเนื้อ/หมู/ไก่ 3.79 พื้นที่ส่วนอาหารแช่แข็ง 3.77 พื้นที่ส่วนน้ำ/เครื่องดื่ม และส่วนขนมขบเคี้ยว 3.71 พื้นที่ส่วนสินค้าอุปโภค 3.70 พื้นที่ส่วนอาหารทะเลและปลา 3.68 พื้นที่ส่วนสุรา/ไวน์ 3.66 พื้นที่ส่วนผัก/ผลไม้ 3.62 พื้นที่ส่วนเครื่องเทศ 3.55 พื้นที่ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ พื้นที่ส่วนกลาง 3.45 จุดที่ยังมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางได้แก่ จุดพักคอย รองลงมา คือ จำนวนจุดชำระค่าสินค้า ความกว้างของจุดชำระค่าสินค้า จุดบริการแลกของสมนาคุณ จุดบริการงานเอกสาร และจำนวนจุดบริการชั่งน้ำหนักของส่วนผักและผลไม้ สำหรับผลจากคำถามปลายเปิดลูกค้ามีความต้องการให้ทำการแก้ไขปรับปรุงการจัดสรรพื้นที่ในส่วนต่างๆ ดังต่อไปนี้ ส่วนช่องชำระ (เพิ่มจำนวนช่องทางด่วน 10 ชั้น ความกว้างและจำนวน) จัดให้มีพื้นที่ส่วนพักคอยที่เพียงพอ และเพิ่มพื้นที่จุดบริการชั่งน้ำหนัก



รูปที่ 4 แสดงการจัดสรรพื้นที่ในปัจจุบัน

7. สรุปผลและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาทำให้ทราบว่ายังมีพื้นที่ที่ไม่ตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้า อยู่ในพื้นที่ส่วนกลางเป็นหลัก รวมทั้งมีความต้องการจากลูกค้าที่แนะนำให้ทำการปรับปรุงพื้นที่ต่าง ๆ ดังนี้

- 1) ด้านจำนวนช่องรับชำระค่าสินค้าที่เปิดให้บริการพิจารณาจำนวนช่องที่ให้บริการให้มีเพียงพอ สามารถนำแนวทางการจัดสรรพื้นที่แบบ race track ที่มีการจัดวางจุดรับชำระค่าสินค้าไว้ในแต่ละแผนกเพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มความพึงพอใจให้ลูกค้า
- 2) ด้านความกว้างของช่องชำระค่าสินค้า เพื่อให้มีความชัดเจนด้านข้อมูลเพิ่มเติม สามารถนำหลักการประเมินหลังการใช้ ในการเก็บข้อมูลแบบจำเพาะ (investigative POE) มาใช้เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่สามารถนำไปปรับปรุงให้ตรงตามรูปแบบลักษณะของกิจกรรม
- 3) ด้านจำนวนช่องชำระค่าสินค้าสำหรับช่องทางด่วนเงินสดและสินค้าจำนวนไม่เกิน 10 ชั้น ควรพิจารณาเพิ่มการให้บริการช่องทางด่วนสำหรับเงินสดและสินค้าไม่เกิน 10 ชั้น

การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าต่อการจัดสรรพื้นที่ภายในอาคารพาณิชย์กรรมขนาดใหญ่พิเศษ
กรณีศึกษา ห้างแม็คโคร สาขาแจ้งวัฒนะ
ณรงค์เดช กิ่งไธดา และ ดร. สุกุลพัฒน์ คุ่มไพศาล

4) ส่วนของป้ายราคาควรเน้นด้านความชัดเจนของชื่อสินค้าและราคา

5) ส่วนของการจัดสรรพื้นที่จุดพักคอยควรเน้นการจัดสรรพื้นที่จุดพักคอยให้เป็นสัดส่วนที่ชัดเจนรวมถึงการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า เช่น เก้าอี้ น้ำดื่ม หรือหนังสือนิตยสารเพื่อให้ลูกค้าใช้บริการระหว่างรอ

6) ส่วนจุดบริการชั่งน้ำหนักควรพิจารณาเพิ่มจำนวน จุดชั่งน้ำหนักสินค้า

7) ส่วนทางเดินในแผนกต่าง ๆ ควรพิจารณาด้านการจัดวางสินค้าให้มีความกว้างทางเดินที่สอดคล้องกับการเลือกซื้อสินค้าและพิจารณาควคุมกับอุปกรณ์รถเข็นสำหรับบรรทุกสินค้า โดยนำหลักการด้านการจัดพื้นที่ตามกิจกรรมที่เกิดขึ้น ซึ่งสามารถนำแนวทางการประเมินหลังการใช้ในการเก็บข้อมูลแบบจำเพาะเพื่อนำข้อมูลมาทำการปรับปรุงการจัดสรรพื้นที่ให้สอดคล้องกับกิจกรรมในแต่ละส่วนของแผนก

ผู้บริหารสาขาหรือเจ้าของอาคารสามารถนำผลที่ได้ ทำการสำรวจในรายละเอียดเพิ่มเติมตามแนวทางการประเมินหลังการใช้เพื่อให้เห็นเป็นรูปธรรมด้านรูปแบบ ขนาด และจำนวน เพื่อสามารถนำไปทำการปรับปรุงการจัดสรรพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ

References

คเนิงสุข มีสติ. (2548). *ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อห้างแม็คโครในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

งานวิชาการ ศูนย์การศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. (2554). *การสำรวจความพึงพอใจของนักศึกษาในการได้รับบริการ ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเลยจังหวัดขอนแก่น*. ขอนแก่น.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2549). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

บริษัทสยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน). (2554). *รายงานประจำปี 2554*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง

ไพศาล รวีธงชัย. (2546). *การศึกษาสภาพปัญหาและปัจจัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกและคำสั่งสมัยใหม่ที่มีผลต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตภาคเหนือ*. (รายงานการวิจัย). คณะวิทยาการจัดการ, สถาบันราชภัฏพิบูลสงคราม.

รณชัย คงสกนธ์. (2548). *How to Measure Customer Satisfaction คู่มือวัดความพึงพอใจของลูกค้า*. กรุงเทพฯ: ธรรมมถการพิมพ์

วีระ สัจกุล. (2544). *การประเมินสภาพแวดล้อมอาคาร*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสริชัย โชติพานิช. (2553). *การบริหารทรัพยากรกายภาพ: หลักการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สถาบันเพิ่มผลผลิต. (2548). *กรณีศึกษา การสร้าง ความพึงพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้า*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: แผนกสิ่งพิมพ์ ฝ่ายวิจัยและระบบสารสนเทศ

Levy, M., Weitz, B. A. & Beittspacher, L. S. (2012). *Retail management* (8th ed.). New York: McGraw-Hill.

การศึกษาความพึงพอใจของการบริหารจัดการพื้นที่ส่วนกลางของอาคาร
ชุดพักอาศัยระดับล่างใน 2 ลักษณะการจ้างที่แตกต่างกัน ระหว่างเจ้าของ
โครงการรับบริหารเอง และเจ้าของโครงการเสนอบริษัทผู้เชี่ยวชาญ
เข้ามาบริหาร

A Study of Residents 'S Satisfaction towards the Low Income
Co'dominiums' Common Area Management: Comparative Study
Between the In-House and Outsources Type of Contract

จิราภรณ์ ทิยะจามร¹ และ ดร. สุกุลพัฒน์ คุ่มไพศาล²

Cheeraphorn Tiyajamorn¹ and Sukulpat Khumpaisal, Ph.D.²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Email: cheeraphorn@hotmail.com¹, sukulpat@hotmail.com²

บทคัดย่อ

พื้นที่ส่วนกลาง เป็นพื้นที่ที่ผู้อยู่อาศัยในอาคารชุดพักอาศัยสามารถใช้ประโยชน์ร่วมกัน แต่ปัญหาการอยู่ร่วมกันก่อให้เกิดสภาวะขัดแย้งในอาคารชุดพักอาศัย เช่น นิติบุคคลอาคารชุดไม่สามารถจัดเก็บค่าส่วนกลาง ททรัพย์สินส่วนกลางไม่ได้รับการดูแลรักษาอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น การบริหารจัดการพื้นที่ส่วนกลางที่ดีย่อมสร้างความพึงพอใจให้กับผู้อยู่อาศัยในอาคารชุดพักอาศัยได้ การศึกษานี้ จึงมุ่งเน้นศึกษารูปแบบการบริหารจัดการพื้นที่ส่วนกลางด้านบริการอาคารชุดพักอาศัยระดับล่างจากผู้บริหารอาคารชุด 4 รายโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา และศึกษาความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยที่มีต่อการบริหารจัดการพื้นที่ส่วนกลางอาคารชุดพักอาศัยระดับล่าง จำนวน 400 ราย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษา พบว่า ผู้อยู่อาศัยมีความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการโดยเจ้าของโครงการรับบริหารเองสูงกว่าการบริหารแบบเจ้าของโครงการเสนอซื้อบริษัทผู้เชี่ยวชาญเข้ามาบริหาร เนื่องจากรูปแบบเจ้าของโครงการรับบริหารเองมีนโยบายที่ชัดเจน และให้ความสำคัญต่อตัวชี้วัดเพื่อกำกับและประเมินผลของผู้ปฏิบัติงานจึงส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในระดับมาก ทั้งนี้ ผู้บริหารยังสามารถนำข้อมูลจากการสำรวจข้างต้นนำมาเป็นแนวทางการวางนโยบายการบริหารจัดการอาคารที่เหมาะสมกับอาคารชุดพักอาศัยประเภทนี้

Abstract

The common area in the condominium is normally providing the mutual benefit for the residents. However, there are some problems existed in the case of facility and common area sharing such as the juristic person could not acquire the common fee from the residents, that

การศึกษาความพึงพอใจของการบริหารจัดการพื้นที่ส่วนกลางของอาคารชุดพักอาศัยระดับล่างใน 2 ลักษณะการจ้างที่แตกต่างกัน ระหว่างเจ้าของโครงการรับบริหารเอง และ เจ้าของโครงการเสนอบริษัทผู้เชี่ยวชาญเข้ามาบริหาร
จิราภรณ์ ดิยะจามร และ ดร. สุกุลพัฒน์ คุ้มไพศาล

affect to the lack of maintenances in the common and facility area. Hence, it is appropriate for the facility managers to understand the best practice of common area management in order to enhance the residents' satisfaction towards the usage of common areas and the management process of the juristic person/agency. This study aims to investigate the perceptions towards the common area management in the low-income condominium projects as well as to study the behavior of those residents. 400 sets of questionnaire were sent to the residents of selected condominium projects. Together with the interviews with 4 juristic person managers, the results were analyzed by descriptive statistic techniques and content analysis. The results shown that the condominium residents prefer the in-house system of the juristic person manager rather than the outsource system, due to the in-house system was affixed with the solid management policy that respond to the residents' requirements promptly. The in-house system also given more emphasis on the Key Performance Indicator (KPI) of the management teams, due to it has to evaluate the performance of the staff. That also increases the level of residents' satisfaction towards the juristic person's performances. The final outcomes of this research would be useful for the facility managers of the low income residential condominium to apply this information as a tool to form up the suitable facility management policies.

คำสำคัญ (Keywords): พื้นที่ส่วนกลาง (Common Area), อาคารชุดพักอาศัยระดับล่าง (Low Income Condominium), ความพึงพอใจ (Satisfaction)

1. บทนำ

จากข้อมูลสังหาริมทรัพย์ (สรุปวิเคราะห์สถานการณ์, www.reic.or.th) พบว่า ในปี พ.ศ. 2555 มีจำนวนอาคารชุดพักอาศัยเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2554 ประมาณจำนวน 13,600 หน่วย และเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2553 ประมาณจำนวน 15,800 หน่วย พบว่า การขยายตัวของที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดพักอาศัยระดับล่างมีการขยายตัวเพื่อตอบสนองต่อการใช้ชีวิตของคนเมืองอย่างต่อเนื่อง แต่เนื่องจากอาคารชุดพักอาศัยเป็นที่พักอาศัยที่มีขนาดพื้นที่น้อย

สำหรับการอยู่ร่วมกันของหลายครอบครัว จึงต้องมีกฎหมายควบคุมอาคารชุด รวมไปถึง

ระบบและวิธีการบริหารอาคารเพื่อจัดระเบียบการอาศัยอยู่ร่วมกันของคนหมู่มาก ปัญหาส่วนใหญ่พบเห็นได้จากโครงการอาคารชุดพักอาศัยระดับล่าง ซึ่งมีการจัดเก็บค่าส่วนกลางที่น้อยกว่าอาคารชุดพักอาศัยระดับอื่น ทั้งนี้ อาจจะมีสาเหตุมาจากข้อจำกัดในหลายด้าน เช่น ผู้ปฏิบัติงานขาดความชำนาญและทักษะการบริหารอาคารชุดด้านการเงิน และผู้บริหารขาดความเข้าใจถึงลักษณะพฤติกรรมกรอยู่อาศัยจึงทำให้เกิดปัญหาต่อการบริหารงานอาคารชุดพักอาศัย นภารัตน์ คงศิริพันธ์ (2552)

2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับการบริหารอาคารชุด (condominium management) เป็นส่วนหนึ่งของงานบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพอาคาร (facility management (FM)) ประสงค์แสงพ่ายัพ (2549) สรุปความได้ว่า งานในหน้าที่ขององค์กรหรือผู้บริหารอาคารชุดที่เจ้าของร่วมในอาคารชุดเป็นผู้แต่งตั้งให้เข้ามาบริหารทรัพย์ส่วนกลางให้เจ้าของร่วมได้รับประโยชน์ในการใช้ทรัพย์ส่วนกลาง ดังนั้น เพื่อให้การบริหารอาคารชุดบรรลุเป้าหมายที่ต้องการโดยต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของทรัพยากรทำงานการบริหาร

หน้าที่หลักของบริษัทรับจ้างบริหารอาคาร

1. บำรุงรักษาอาคารและทรัพย์สินให้อยู่ในสภาพดี และมีอายุการใช้งานที่ยาวนาน
2. บริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุด
3. อำนวยความสะดวกและให้บริการโดยคำนึงถึงความพอใจของผู้ใช้เป็นหลัก
4. สร้างภาพลักษณ์ที่ดี และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอาคาร

โดยรูปแบบการบริหารอาคารชุด สามารถแบ่งได้ 3 รูปแบบ

1. เจ้าของโครงการรับจ้างบริหารเอง
2. เจ้าของโครงการเสนอซื้อบริษัทผู้เชี่ยวชาญเข้ามาบริหาร
3. เจ้าของห้องชุดร่วมกันพิจารณาเลือกบริษัทมาบริหาร

2.2 งานบริการ/ปฏิบัติการอาคาร (facility services) เสริชย์ โชติพานิช (2553) ให้คำจำกัดความว่า กิจกรรมการบริการและการปฏิบัติงานต่าง ๆ ภายในอาคารที่รองรับการใช้งานของผู้ใช้อาคาร โดยทำให้ผู้ใช้อาคารได้รับความสะดวก

ปลอดภัย และมีสภาพแวดล้อมที่ดี เมื่อเข้าใช้อาคาร และส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของอาคาร และสะท้อนผลลัพธ์ประสิทธิภาพของการบริหารจัดการของฝ่ายบริหารอาคาร

ดังนั้น งานบริการ/ปฏิบัติการอาคารจึงจัดเป็นงานเชิงปฏิบัติ (operational) ที่ต้องการผู้ปฏิบัติงานประเภทผู้ทำ (doer) เป็นผู้ดำเนินการ ซึ่งอาจได้แก่ผู้ให้บริการอาคาร หรือบุคลากรงานด้านอาคารสถานที่ขององค์กรเอง (In-house facility staff)

งานบริการ/ปฏิบัติการอาคารอาจจำแนกออกได้ 2 กลุ่ม (พลัส พร็อพเพอร์ตี้, 2537) ได้แก่

1) กลุ่มบริการสนับสนุน (support services) ประกอบด้วย

1.1) งานบริการอาคาร เป็นบริการพื้นฐานที่อาคารจัดดำเนินการ เพื่อให้ผู้ใช้อาคารได้รับความสะดวก ความสะอาด และปลอดภัย

1.2) บริการสำนักงาน เป็นบริการสนับสนุนการทำงานขององค์กรผู้ใช้อาคาร ได้แก่ การบริการต้อนรับประชาสัมพันธ์ (reception) การบริการจัดเก็บเอกสาร (records management) ฯลฯ

2) กลุ่มงานบริการด้านวิศวกรรมอาคาร (engineering services) เป็นงานทางด้านเทคนิคอาคาร มีหน้าที่หลักในการควบคุม ดูแล บำรุงรักษา และซ่อมแซมอาคารให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน และปลอดภัยอยู่ตลอดเวลา

2.1) งานดูแลการทำงานระบบประกอบอาคาร (engineering operations) หมายถึง การควบคุมให้ระบบประกอบอาคาร และระบบต่าง ๆ ทำงานเป็นไปตามตารางการใช้งานและวิธีการที่ถูกต้อง เพื่อให้การใช้อาคารเป็นไปอย่างปลอดภัย สะดวกสบาย มีประสิทธิภาพ เช่น การตรวจสอบและดูแลระบบวิศวกรรมอาคาร เครื่องจักรประจำวัน ดำเนินการเปิด-ปิดระบบ รับแจ้งเรื่องจากลูกค้า

การศึกษาความพึงพอใจของการบริหารจัดการพื้นที่ส่วนกลางของอาคารชุดพักอาศัยระดับล่างใน 2 ลักษณะการจ้างที่แตกต่างกัน ระหว่างเจ้าของโครงการบริหารจัดการเอง และ เจ้าของโครงการเสนอบริษัทผู้เชี่ยวชาญเข้ามาบริหาร
จิราภรณ์ ดิยะจามร และ ดร. สุกุลพัฒน์ คุ่มไพศาล

2.2) งานบำรุงรักษา (maintenance) การดำเนินการเพื่อรักษาให้อาคารและระบบประกอบอาคารอยู่ในสภาพที่สามารถใช้งานได้ อย่างมีประสิทธิภาพ และเพื่อให้อาคารและระบบประกอบอาคารมีอายุการใช้งานตามที่ควรจะเป็น

2.3 ผลการปฏิบัติงานบริการอาคาร (facility service performance) เสริชย์ ไซติพานิช (2553) หมายถึง ผลของการปฏิบัติงานบริการอาคาร โดยสามารถพิจารณา ดังนี้

- 1) ผลการปฏิบัติงาน คุณภาพงาน
- 2) การบรรลุถึงเป้าหมาย ข้อตกลง เกณฑ์และระดับของคุณภาพงานที่กำหนดไว้
- 3) ความพึงพอใจในการรับบริการ

2.4 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (2548) สามารถสรุปความได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึงทัศนคติของบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ ซึ่งเกิดจากการที่มนุษย์มีแรงผลักดันบางประการที่จะบรรลุเป้าหมายเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการ ความพึงพอใจจึงเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยให้งานสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ

โดยสอดคล้องกับ อังคณา ประทีปชัย (2549) ทำการศึกษาเรื่องทัศนคติ ความพึงพอใจรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อธุรกิจบริหารจัดการอาคารชุดของบริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ พาร์ทเนอร์ จำกัด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะภาพพจน์และชื่อเสียงของบริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ พาร์ทเนอร์ จำกัด การให้บริการจากพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถในการดูแล

ปรับปรุงและแก้ไขปัญหา ตลอดจนการพัฒนาทางด้านศักยภาพการปฏิบัติของพนักงาน โดยรวมซึ่งส่งผลกระทบต่อองค์กรดี เป็นที่น่าพอใจของผู้บริโภค

จากการทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ ผู้ศึกษาสามารถนำคำจำกัดความ ความต้องการเหล่านี้ เพื่อสร้างเครื่องมือในการวิจัย ทั้งแบบสอบถามและสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้แนวทางการบริหารพื้นที่ส่วนกลางของอาคารชุดพักอาศัยระดับล่างเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัย

3. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) ศึกษาปัญหาในการบริหารจัดการพื้นที่ส่วนกลางด้านบริการของอาคารชุดพักอาศัยระดับล่าง
- 2) ศึกษารูปแบบการบริหารจัดการพื้นที่ส่วนกลางด้านบริการของอาคารชุดพักอาศัยระดับล่าง
- 3) ศึกษาความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยที่มีต่อการบริหารจัดการพื้นที่ส่วนกลางด้านบริการของอาคารชุดพักอาศัยระดับล่าง
- 4) เสนอแนะรูปแบบการบริหารจัดการพื้นที่ส่วนกลางที่จะทำให้ผู้อยู่อาศัยพึงพอใจมากที่สุด

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เจ้าของโครงการมีแนวทางการเลือกรูปแบบการบริหารจัดการที่เหมาะสมอาคารชุดพักอาศัย
2. ผู้บริหารอาคารทราบแนวทางการบริหารพื้นที่ส่วนกลางของอาคารชุดพักอาศัยระดับล่างที่ตอบสนองความพึงพอใจของผู้พักอาศัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ผู้อยู่อาศัยได้รับการบริการที่ตรงกับความต้องการมากขึ้น

5. ระเบียบวิธีการวิจัย

การออกแบบการวิจัยใช้เทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณประกอบกัน โดยเลือกรูปแบบการบริการ 2 รูปแบบคือ เจ้าโครงการรับบริหารเอง (in-house) และเจ้าของโครงการเสนอชื่อบริษัทผู้เชี่ยวชาญเข้ามาบริหาร (outsource) เหตุที่เลือก 2 รูปแบบนี้เพราะ 2 รูปแบบนี้จะส่งผลต่อภาพลักษณ์เจ้าของโครงการซึ่งใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับผู้บริหารอาคารชุดโดยพิจารณาจากตัวแทนบริษัทละ 1 คน จึงได้กลุ่มตัวอย่างผู้บริหาร 4 คน

เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการบริหารพื้นที่ส่วนกลางด้านบริการของอาคารชุดพักอาศัยระดับล่างโดยใช้เทคนิควิเคราะห์เนื้อหาและผู้พักอาศัย 400 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแนวคิดของ Taro Yamane's ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 เพื่อประเมินระดับความพึงพอใจของผู้พักอาศัย โดยใช้เทคนิคเชิงพรรณนาจากทั้งหมด 6 โครงการ ทั้งนี้ การศึกษาครั้งนี้จะไม่พิจารณาเรื่องราคาค่าส่วนกลาง (common fee) ที่นิติบุคคลจัดเก็บ หากแต่พิจารณาเฉพาะวิธีการบริหารจัดการจัดเก็บค่าส่วนกลางเท่านั้น จึงสรุปได้ดังนี้ (ตารางที่ 1-3)

ตารางที่ 1 ข้อมูลโครงการ

โครงการ	สถานที่	ลักษณะการบริหาร	ผู้ให้สัมภาษณ์
ลุมพินี คอนโดทาวน์ รามอินทรา - หลักสี่ จำนวน 1,568 ยูนิต	ถนนรามอินทรา เขตบางเขน กรุงเทพฯ	เจ้าโครงการรับบริหารเอง	คุณไกรศร กัลยาณมงคล บริษัทลุมพินีพร็อพเพอร์ตี้ จำกัด
ลุมพินี คอนโดวิลล์ รามอินทรา - หลักสี่ จำนวน 1,271 ยูนิต	ถนนรามอินทรา เขตบางเขน กรุงเทพฯ	เจ้าโครงการรับบริหารเอง	คุณไกรศร กัลยาณมงคล บริษัทลุมพินีพร็อพเพอร์ตี้ จำกัด
ลุมพินี คอนโดเพลส รามอินทรา - หลักสี่ จำนวน 516 ยูนิต	ถนนรามอินทรา เขตบางเขน กรุงเทพฯ	เจ้าโครงการรับบริหารเอง	คุณไกรศร กัลยาณมงคล บริษัทลุมพินีพร็อพเพอร์ตี้ จำกัด
ซีดีโฮม รัชดา-ปิ่นเกล้า จำนวน 1,226 ยูนิต	จรัญสนิทวงศ์ เขตบางพลัด กรุงเทพฯ	เจ้าของโครงการเสนอชื่อ บริษัทผู้เชี่ยวชาญ	คุณสามภพ บุญภาค บริษัทเซ็นจูรี เอ็มส์ จำกัด
ซีดีโฮม รัตนธิเบศร์ จำนวน 1,280 ยูนิต	รัตนธิเบศร์ บางกระสอ อ.เมือง จ.นนทบุรี	เจ้าของโครงการเสนอชื่อ บริษัทผู้เชี่ยวชาญ เข้ามาบริหาร	คุณสิงหา สุขป้อ บริษัทเอสเอ็มซี พร็อพเพอร์ตี้ชอปปิ้ง
ศุภาลัยซีดี รีสอร์ท รามคำแหง จำนวน 571 ยูนิต	รามคำแหง หัวหมาก กรุงเทพฯ	เจ้าของโครงการเสนอชื่อ บริษัทผู้เชี่ยวชาญ เข้ามาบริหาร	คุณชยุต ฝั่งครุฑ บริษัทไนท์แฟรงค์

การศึกษาความพึงพอใจของการบริหารจัดการพื้นที่ส่วนกลางของอาคารชุดพักอาศัยระดับล่างใน 2 ลักษณะการจ้างที่แตกต่างกัน ระหว่างเจ้าของโครงการบริหารจัดการเอง และ เจ้าของโครงการเสนอบริษัทผู้เชี่ยวชาญเข้ามาบริหาร
จิรวารณ์ ดิยะจามร และ ดร. สุกุลพัฒน์ คุ้มไพศาล

ตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างจากการสัมภาษณ์

โครงการ	สถานที่	จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์
ลุมพินี คอนโดทาวน์ รามอินทรา – หลักสี่	ถนนรามอินทรา เขตบางเขน กรุงเทพฯ	1 คนจาก 3 โครงการ (เนื่องจากโครงการบริหาร ภายใต้บริษัทเดียวกัน มีนโยบายการบริหาร ที่มีมาตรฐานเดียวกัน)
ลุมพินี คอนโดวิลล์ รามอินทรา – หลักสี่	ถนนรามอินทรา เขตบางเขน กรุงเทพฯ	
ลุมพินี คอนโดเพลส รามอินทรา – หลักสี่	ถนนรามอินทรา เขตบางเขน กรุงเทพฯ	
ซิติโฮม รัชดา-ปิ่นเกล้า	จรัญสนิทวงศ์ เขตบางพลัด กรุงเทพฯ	1 คน
ซิติโฮม รัตนานิเบร์	รัตนานิเบร์บางกระสอบ อ.เมือง จ.นนทบุรี	1 คน
ศุภาลัยซิติ รัชสอร์ท รามคำแหง	รามคำแหง หัวหมาก กรุงเทพฯ	1 คน

ตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างจากแบบสอบถาม

โครงการ	จำนวนห้องชุด	จำนวนผู้ถูกสัมภาษณ์
ลุมพินี คอนโดทาวน์ รามอินทรา – หลักสี่	1,568 ยูนิต	98 คน
ลุมพินี คอนโดวิลล์ รามอินทรา – หลักสี่	1,271 ยูนิต	79 คน
ลุมพินี คอนโดเพลส รามอินทรา – หลักสี่	516 ยูนิต	32 คน
ซิติโฮม รัชดา-ปิ่นเกล้า	1,226 ยูนิต	76 คน
ซิติโฮม รัตนานิเบร์	1,280 ยูนิต	80 คน
ศุภาลัยซิติ รัชสอร์ท รามคำแหง	571 ยูนิต	35 คน

6. ผลการศึกษา

6.1 แนวทางการบริหารพื้นที่ส่วนกลางด้าน บริการของอาคารชุดพักอาศัยระดับล่าง

จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการบริหารอาคาร เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการบริหารพื้นที่ส่วนกลางด้านบริการของอาคารชุดพักอาศัยระดับล่างจากการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) พบดังนี้ (ตารางที่ 4)

จาก 2 รูปแบบการบริหาร พบว่า พบปัญหาการบริหารที่พบเหมือนกัน ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากเจ้าของร่วมไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ มีบุคคลภายนอกเข้ามาใช้ เจ้าหน้าที่ละเลยการปฏิบัติงาน ซึ่งโดยทั่วไปมีแนวทางการแก้ไขไปในทางเดียวกัน คือมีแผนปฏิบัติให้กับพนักงาน และมีหัวหน้างานคอยตรวจสอบอีกครั้ง ยกเว้นงานดูแลรักษาสวน

และพื้นที่โดยรอบ งานบริการต้อนรับประชาสัมพันธ์ และงานธุรการการเก็บค่าส่วนกลางที่เจ้าของโครงการบริหารจัดการเอง (in-house) มีนโยบายมีแนวทางการปฏิบัติ มีตัวชี้วัดเพื่อกำกับและประเมินผลของผู้ปฏิบัติงาน (key performance indicator (KPI)) เพื่อให้เกิดความกระตือรือร้นกับผู้ปฏิบัติงาน

6.2 ความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยต่อการ บริหารจัดการ

จากการสอบถามผู้พักอาศัยในอาคารชุดพักอาศัยระดับล่าง พบว่า ความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยต่อการบริหารจัดการพื้นที่ส่วนกลางด้านการบริการอาคารชุดพักอาศัยระดับล่าง ดังแผนภูมิต่อไปนี้

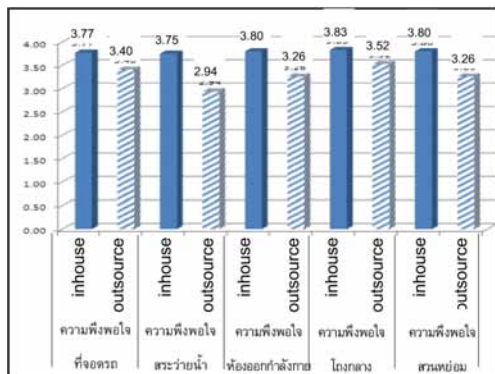
ตารางที่ 4 ปัญหาและแนวทางการบริหารพื้นที่ส่วนกลางด้านบริการของอาคารชุดพักอาศัยระดับล่าง

ปัญหาการบริหาร	แนวทางปฏิบัติ (inhouse)	แนวทางปฏิบัติ (outsourcing)	สอดคล้องกับทฤษฎี
1. พื้นที่จอดรถ			
ปัญหา 1. ที่จอดรถไม่พอ สาเหตุ 1. บุคคลภายนอกมาใช้ 2. เจ้าของร่วมใช้มากกว่าสิทธิ์ 3. มีการเข้าจอดเกินเวลา	1. ทำไม้กั้นและระบบเปิดอัตโนมัติ 2. ถ้าพื้นที่เหลือจะให้เช่าเพิ่มโดยจ่ายค่าเช่าราย 3. จอดฟรี 3 ชั่วโมง เกินปรับ 20 บาท/ชั่วโมง	1. ทำสติ๊กเกอร์การเข้าออก 2. ระเบียบค่าปรับเกินระยะเวลา	จากข้อ 2.2 งานบริการ/ปฏิบัติการอาคาร (facility services) และเสริชชี ไซติพานิช (2553) และพลัส พร็อพเพอร์ตี้ (2537)
2. การบริหารพื้นที่ส่วนกลาง เช่น สระว่ายน้ำ, โถงกลาง			
ปัญหา 1. มีคนใช้เป็นจำนวนมาก 2. ไม่สวมชุดว่ายน้ำ สาเหตุ 1. บุคคลภายนอกมาใช้ 2. ผู้อยู่อาศัยไม่ปฏิบัติตามระเบียบ	1. มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยดูแลแจ้งเตือน 2. จอดคิวและให้เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยแจ้งเตือนเจ้าของร่วมเมื่อถึงเวลา	1. มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยดูแลแจ้งเตือน	จากข้อ 2.2 งานบริการ/ปฏิบัติการอาคาร (facility services) และเสริชชี ไซติพานิช (2553) และพลัส พร็อพเพอร์ตี้ (2537)
3. การบริหารจัดการสวนหย่อม			
ปัญหา 1. หญ้า, ต้นไม้ตาย เสื่อมโทรม สาเหตุ 1. ขาดทักษะการดูแลพฤกษศาสตร์	1. ภูมิสถาปนิกโครงการจะมีคู่มือในการดูแลให้ประจำโครงการ 2. ตั้ง KPI พื้นที่สีเขียวนอกจากนี้จะต้องเพิ่มอีก 2% เพื่อกระตุ้นให้เกิดการดูแล	1. สั่งปลูกทดแทน	จากข้อ 2.3 ผลการปฏิบัติงานบริการอาคาร (facility service performance) เสริชชี ไซติพานิช (2553)
4. การบริหารงานต้อนรับและการประชาสัมพันธ์ต่อผู้อยู่อาศัย			
ปัญหา 1. ผู้อยู่อาศัยรับข้อมูลไม่ทั่วถึง สาเหตุ 1. การละเลยของเจ้าหน้าที่ 2. ผู้อยู่อาศัยไม่สนใจข้อมูลที่ติดประกาศ	1. ใช้เจ้าหน้าที่เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยและเจ้าหน้าที่ชุมชนสัมพันธ์ในการให้ข้อมูล 2. มีการให้แต้มจากการชักชวนเข้าประชุมหรือร่วมกิจกรรมเปลี่ยนเป็นจำนวนเงินจากเจ้าของโครงการเข้าโครงการเพื่อ 3. จัดแข่งขันกีฬากิจกรรมกันภายใน	1. ธุรการเป็นผู้แจ้งข้อมูลเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเป็นผู้แจ้งข้อมูลเบื้องต้นแต่ละอาคาร	จากข้อ 2.4 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (2548) และอังคณา ประทีปชัย (2549) เรื่องทัศนคติ ความพึงพอใจรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อธุรกิจบริหารจัดการอาคารชุดของ บริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ พาร์ทเนอร์ จำกัด

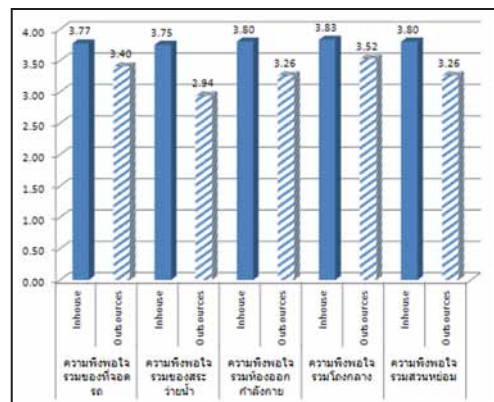
การศึกษาความพึงพอใจของการบริหารจัดการพื้นที่ส่วนกลางของอาคารชุดพักอาศัยระดับล่างใน 2 ลักษณะการจ้างที่แตกต่างกัน ระหว่างเจ้าของโครงการรับบริหารเอง และ เจ้าของโครงการเสนอบริษัทผู้เชี่ยวชาญเข้ามาบริหาร จีราภรณ์ ดิยะจามร และ ดร. สุกุลพัฒน์ คุ้มไพศาล

ตารางที่ 4 ปัญหาและแนวทางการบริหารพื้นที่ส่วนกลางด้านบริการของอาคารชุดพักอาศัยระดับล่าง (ต่อ)

ปัญหาการบริหาร	แนวทางปฏิบัติ (inhouse)	แนวทางปฏิบัติ (outsource)	สอดคล้องกับทฤษฎี
5. การออกกฎ ข้อบังคับเพื่อการอยู่ร่วมกัน			
ปัญหา 1. เจ้าของร่วม ไม่ปฏิบัติตาม ข้อบังคับ เช่น การจอดรถ สาเหตุ 1. เจ้าของร่วมไม่ปฏิบัติตาม	1. ขอมติจากกรรมการในการแก้ไข โดยมีที่มายกร่างและผ่านที่ปรึกษา กฎหมายจึงประกาศใช้ และเมื่อประชุมใหญ่แจ้งให้ทราบจึงถือว่าสมบูรณ์	1. จัดประชุมเพื่อแจ้งข้อบังคับ	จากข้อ 2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับการบริหารอาคารชุด ประสงค์ แสงพายุพ์ (2549)
6. การบำรุงปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นที่ส่วนกลาง			
ปัญหา 1. เครื่องออกกำลังกาย อุปกรณ์แห้งเสีย สาเหตุ 1. ใช้เป็นจำนวนมากเกิดการเสื่อมของอุปกรณ์	1. ต้องปรับปรุง เพื่อใช้งานอย่างเดียว เช่น ปิดระบบดีจิตอล ลดระบบการใช้งาน แต่ใช้งานเหมือนเดิม 2. เสนอเปลี่ยนเครื่องใหม่	1. สั่งซื้อเพิ่ม 2. บำรุงรักษา	จากข้อ 2.2 งานบริการ/ปฏิบัติการอาคาร (facility services) และเสริชชี โซติพานิช (2553) และ พลัส พร็อพเพอร์ตี้ (2537)
7. การบริหารด้านการเงิน/ การเก็บค่าส่วนกลาง			
ปัญหา 1. การเก็บค่าส่วนกลาง สาเหตุ 1. ลูกบ้านไม่ให้ความร่วมมือ	1. มีแนวทางเก็บได้มากกว่า 95% โดยมี KPI ต้องเก็บได้มากกว่า 75% 2. ตัดสาธารณูปโภค 3. เจ้าของร่วมเลือกจ่ายได้ 2 ครั้ง/ปี	1. โทรทวง ส่งใบแจ้งหนี้ 2. ตัดสาธารณูปโภค 3. เจ้าของร่วมจ่าย 1 ครั้ง/ปี	จากข้อ 2.3 ผลการปฏิบัติงานบริการอาคาร (facility service performance) เสริชชี โซติพานิช (2553)



รูปที่ 1 ผู้อยู่อาศัยมีความพึงพอใจต่อการบริหารพื้นที่ส่วนกลางด้านกายภาพ ในรูปแบบการบริหารโดยเจ้าของโครงการรับบริหารเองสูงกว่ารูปแบบการบริหารโดยเจ้าของโครงการเสนอบริษัทผู้เชี่ยวชาญเข้ามาบริหาร



รูปที่ 2 ความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยต่อการบริหารจัดการด้านบริหารอาคาร ในรูปแบบการบริหารโดยเจ้าของโครงการรับบริหารเอง สูงกว่ารูปแบบการบริหารโดยเจ้าของโครงการเสนอบริษัทผู้เชี่ยวชาญเข้ามาบริหาร

อย่างไรก็ตาม ผู้อยู่อาศัยมีความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการด้านบริหารกายภาพ ซึ่งเกี่ยวกับงานรักษาความสะอาด งานรักษาความปลอดภัย ความกระตือรือร้น ความรวดเร็ว การตอบสนองของนิติบุคคลตรงตามความต้องการของผู้อยู่อาศัยบริเวณพื้นที่ส่วนกลางและด้านบริหารอาคาร ซึ่งเกี่ยวกับงานบริหารทั่วไปภายในองค์กร ในรูปแบบการบริหารโดยเจ้าของโครงการรับบริหารเอง (in-house ค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.91-3.56) สูงกว่ารูปแบบการบริหารโดยเจ้าของโครงการเสนอบริษัทผู้เชี่ยวชาญเข้ามาบริหาร (outsource ค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 2.74-3.80)

8. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่ารูปแบบการบริหารโดยเจ้าของโครงการรับบริหารเองมีนโยบาย แนวทางการปฏิบัติ และมีตัวชี้วัดเพื่อกำกับและประเมินผลของผู้ปฏิบัติงาน (key performance indicator (KPI)) ที่เป็นรูปธรรมนำมาใช้กับผู้ปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดความกระตือรือร้นในผู้ปฏิบัติงาน ส่งผลให้เกิดการทำงานที่รวดเร็วตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดการบริหารทรัพยากรกายภาพ เสริชย์ ไซติพานิช (2553) ว่าด้วยผลการปฏิบัติงานอาคาร โดยพิจารณาจากผลปฏิบัติงาน คุณภาพงาน การบรรลุเป้าหมาย ข้อตกลง เกณฑ์และระดับคุณภาพงานที่กำหนดไว้ และความพึงพอใจในการรับบริการของผู้พักอาศัย การที่ภาพรวมของความพึงพอใจในรูปแบบโครงการรับบริหารเองมีความพึงพอใจสูงกว่ารูปแบบการบริหารโดยเจ้าของโครงการเสนอบริษัทผู้เชี่ยวชาญเข้ามาบริหาร ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะภาพพจน์และชื่อเสียงของเจ้าของโครงการ จึงให้ความสำคัญต่อนโยบาย การให้บริการจากพนักงานที่มีความ

รู้มีหลักปฏิบัติให้กับพนักงาน เพื่อให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้อยู่อาศัยมากที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหารจึงควรพิจารณาเพื่อมาเป็นแนวทางการปรับปรุงการบริหารจัดการ ดังนี้

1) รูปแบบการบริหารโดยเจ้าของโครงการบริหารเอง ทางนิติบุคคลควรมิวิธีการสำรวจความพึงพอใจ เช่น การตรวจสอบจากใบร้องเรียนของผู้อยู่อาศัย หรือใช้วิธีการจัดประชุมที่จัดขึ้น แจกแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัย เพื่อได้ทราบความต้องการที่แท้จริง นำมาเป็นแนวทางการบริหารจัดการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารอาคารชุด (ประสงค์ แสงพ้ายพ, 2549) หรือตั้งตัวชี้วัดเพื่อกำกับและประเมินผลของผู้ปฏิบัติงานช่างเทคนิค ลดการร้องเรียนการซ่อมจากผู้อยู่อาศัยเป็นจำนวนครั้ง/เดือน โดยดูจากค่าเฉลี่ยการร้องเรียน การซ่อม นำมาเป็นเกณฑ์ตั้งวัดการลดการซ่อมบำรุง เพื่อปรับปรุงความพึงพอใจในด้านการบำรุงปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกให้อยู่ในเกณฑ์ดีขึ้นส่วนด้านต่าง ๆ ที่อยู่ในระดับดีอยู่แล้ว ทางบริหารควรรักษามาตรฐาน เพื่อเป็นภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

2) รูปแบบการบริหารโดยเจ้าของโครงการเสนอชื่อบริษัทผู้เชี่ยวชาญเข้ามาบริหาร อาจต้องมีตัวชี้วัดเพื่อกำกับและประเมินผลของผู้ปฏิบัติงานในด้านหนึ่ง เพื่อมุ่งให้พนักงานนิติบุคคลสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้อยู่อาศัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดผลการปฏิบัติงานบริการอาคาร (facility service performance) (เสริชย์ ไซติพานิช, 2553) และมีทางเลือกการจัดเก็บค่าส่วนกลางให้เจ้าของร่วมเพื่อลดภาระการจ่ายเงิน และลดปัญหาการทวงถามค่าส่วนกลางของนิติบุคคล

การศึกษาความพึงพอใจของการบริหารจัดการพื้นที่ส่วนกลางของอาคารชุดพักอาศัยระดับล่างใน 2 ลักษณะการจ้างที่แตกต่างกัน ระหว่างเจ้าของโครงการบริหารจัดการเอง และ เจ้าของโครงการเสนอบริษัทผู้เชี่ยวชาญเข้ามาบริหาร
จิราภรณ์ ดิยะจามร และ ดร. สุกุลพัฒน์ คุ้มไพศาล

ทั้งนี้ ผู้บริหารยังสามารถนำข้อมูลจากการสำรวจข้างต้นนำมาเป็นแนวทางการวางนโยบายการบริหารจัดการอาคารที่เหมาะสมกับอาคารชุดพักอาศัยประเภทนี้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดงานบริการ/ปฏิบัติการอาคาร (facility services) (เสริชย์ โชติพานิช, 2553; พลัส พร็อพเพอร์ตี้, 2537)

References

- นภารัตน์ คงศิริพันธ์. (2552). *แนวทางการบริหารงานเชิงกายภาพสำหรับอาคารชุดพักอาศัยระดับราคาล่างในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อลดสภาวะขัดแย้งจากการอยู่อาศัยร่วมกัน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด. (2553). *คุณภาพงานบริการอาคาร*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประสงค์ แสงพ่ายพ. (2549). *การบริหารคอนโดมิเนียม*. เอกสารคำสอนวิชาการบริหารคอนโดมิเนียม. ภาควิชาอุตสาหกรรม การบริหาร คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง .
- พีระพร สุภาวัฒน์. (2550). *แนวทางการบริหารจัดการที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุด: ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพการณ์จริงและความคาดหวังของผู้ใช้อาคาร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสริชย์ โชติพานิช. (2553). *การบริหารทรัพยากรกายภาพ: หลักการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สถาบันเพิ่มผลผลิต. (2548). *กรณีศึกษาการสร้างคุณภาพและความสัมพันธ์กับลูกค้า* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- อังคณา ประทีปชัย. (2549). *ทัศนคติ ความพึงพอใจรวมและแนวโน้มของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อธุรกิจจัดการอาคารชุดของบริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้พาร์ทเนอร์ จำกัด*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

การสำรวจทางกายภาพและความพึงพอใจในการบริหารทรัพยากร
กายภาพ ของโครงการบ้านประชาชนิเวศน์ 1
An Investigation of Physical Attributions and Residents' satisfaction
towards the Facility Management of Baan Prachaniwet 1

กษิเดช นิตยัโชติ¹ และ ดร. สุกุลพัฒน์ คุ่มไพศาล²
Kasidate Nitchote¹ and Sukulpat Khumpaisal, Ph.D.²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Email: kasidate_123@hotmail.com¹, sukulpat@hotmail.com²

บทคัดย่อ

โครงการบ้านประชาชนิเวศน์ 1 เป็นโครงการอาคารชุดที่พัฒนาโดยการเคหะแห่งชาติ โครงการประกอบด้วย นิติบุคคลอาคารชุด 3 นิติบุคคลอาคารชุด โดยมีบริษัทบริหารจัดการเพื่อทำหน้าที่บริหารทรัพยากรกายภาพอาคารชุดพักอาศัย ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ ที่จอดรถ สระว่ายน้ำ ซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์การเคหะแห่งชาติ ไม่ได้เป็นทรัพย์สินส่วนกลางของโครงการ มีบริษัทเอกชนได้รับสิทธิ์ในการเข้ามาบริหารจัดการ การบริหารทรัพยากรกายภาพของโครงการภายใต้นโยบายและวิธีการที่แตกต่างกันทำให้เกิดปัญหาในการตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้อยู่อาศัยในโครงการ การศึกษานี้มุ่งสำรวจความพึงพอใจและประเด็นปัญหาต่างๆ ของผู้อยู่อาศัยในโครงการ ด้วยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย จำนวน 211 ราย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษา พบว่า ผู้อยู่อาศัยในอาคารชุดทั้ง 3 อาคารพึงพอใจโดยรวมต่อการบริหารอาคารในระดับมาก แต่มีข้อเสนอแนะในส่วนของการเพิ่มประสิทธิภาพด้านบริการของเจ้าหน้าที่นิติบุคคล ผู้บริหารทรัพยากรกายภาพควรดูแลเพิ่มเติมทั้งการจัดอบรม การประเมินผลแก่เจ้าหน้าที่บริหารอาคาร ส่วนการบริหารส่วนของที่จอดรถและสระว่ายน้ำ ผู้พัฒนาโครงการควรต้องให้ผู้อยู่อาศัยมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ทั้งนี้ อาจจะอยู่ในรูปของการจัดตั้งสหกรณ์ในการบริหารทรัพย์สินส่วนกลางดังกล่าว

Abstract

Baan Prachaniwet 1 project is a residential condominium for middle-income people. The National Housing Authority (NHA) developed this project complying with Condominium Act BE 2522. NHA employed a juristic person to manage the facilities and amenities area of the mentioned project. However, NHA still holding some part of the common properties, including parking spaces, swimming pool and plaza area, which NHA hired several outsources to handle all common facilities. The management under the different policies and procedures caused

problem to residents in regard to sharing of common facilities. This study aims to investigate the satisfaction of the residents in the project by collecting the quantitative data from 211 samples using the simple random sampling, and these data were analyzed by descriptive statistics. The results show that residents given the high level of satisfaction towards the performance of juristic person and management staff, but less satisfaction towards the car-park, and swimming pool management. Therefore, there are some suggestions raised by the results. In order to enhance the quality of juristic person's staff in services, the facility manager shall focus on improvement of the staff's quality (training, setting up the Key Performance Indicator : KPI). To mitigate the conflicts in car-park and swimming pool's management, it is found that the facility managers shall assign the residents to help in managing and sharing the common facilities. It is recommend for the juristic person to found the co-operative group of residents to manage the common facilities as well as to enhance the level of the residents' satisfaction towards the services and the facility management performances of the case study.

คำสำคัญ (Keywords): การบริหารทรัพยากรกายภาพ (Facility Management), การเคหะแห่งชาติ (The National Housing Authority), นิติบุคคลอาคารชุด (Juristic Person), อาคารชุดพักอาศัย (Residential Condominium)

1. บทนำ

โครงการบ้านประชาชนิเวณ 1 เป็นโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่พัฒนาโครงการโดยการเคหะแห่งชาติ สำหรับผู้มีรายได้อ่านกลางโดยโครงการบ้านประชาชนิเวณ 1 ก่อสร้างแล้วเสร็จเมื่อ พ.ศ. 2541 ปัจจุบันมีอายุ 15 ปีโครงการประกอบด้วยอาคารชุดพักอาศัย อาคารชุดบ้านประชาชนิเวณ 1 สูง 16 ชั้น มี 236 ยูนิต อาคารชุดบ้านประชาชนิเวณ 2 สูง 15 ชั้น มี 304 ยูนิต อาคารชุดบ้านประชาชนิเวณ 3 สูง 15 ชั้น มี 304 ยูนิต อาคารจอดรถ 9 ชั้น อาคารสระว่ายน้ำและสโมสรร มีการบริหารจัดการทรัพย์สินในโครงการแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ทรัพย์สินที่บริหารจัดการโดยนิติบุคคลอาคารชุด 3 อาคารชุด (รายงานการประชุมประจำปี 2555) และทรัพย์สินของการเคหะแห่งชาติที่การเคหะแห่งชาติให้สิทธิ

บริษัทเอกชนเข้ามาจัดการบริหารจัดการแทนซึ่งเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พักอาศัยในโครงการ อาทิ ที่จอดรถ สระว่ายน้ำและสโมสรร ด้วยข้อจำกัดของรูปแบบลักษณะกายภาพโครงการ การบริหารจัดการ นโยบายการบริหารทรัพย์สินของการเคหะแห่งชาติ รวมทั้งข้อจำกัดด้านงบประมาณ ทำให้การบริหารทรัพยากรกายภาพโครงการแตกต่างไปจากโครงการอื่น ๆ ของการเคหะแห่งชาติ (รายงานการประชุมประจำปี 2555) ดังนั้น การศึกษาปัญหาที่เกิดจากการบริหารทรัพยากรกายภาพของโครงการและการบริหารทรัพยากรกายภาพของโครงการภายใต้ความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในโครงการ เพื่อกำหนดแนวทางในการบริหารทรัพยากรกายภาพของโครงการที่มีประสิทธิภาพ จะช่วยแก้ปัญหาให้กับโครงการ รวมถึงเพิ่มความพึงพอใจของผู้

อาศัยในโครงการด้วย

2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 อาคารชุด เป็นทรัพย์สินและที่พักอาศัยที่ต้องจดทะเบียนและจัดตั้งนิติบุคคลอาคารชุดภายใต้ พ.ร.บ.อาคารชุด พ.ศ. 2522 โดยกฎหมายกำหนดและนิยามเรื่องทรัพย์สินที่ถือว่าเป็นทรัพย์สินส่วนกลาง คือ ที่ดินที่ตั้งอาคารชุด ที่ดินที่มีไว้เพื่อใช้หรือเพื่อประโยชน์ร่วมกัน โครงสร้างและสิ่งก่อสร้างเพื่อความมั่นคงและป้องกันความเสียหายต่อตัวอาคารชุด อาคารหรือส่วนของอาคารและอุปกรณ์ที่มีไว้เพื่อใช้หรือเพื่อประโยชน์ร่วมกัน เครื่องมือและเครื่องใช้ที่มีไว้เพื่อใช้หรือเพื่อประโยชน์ร่วมกัน สถานที่ที่มีไว้เพื่อบริการส่วนรวมแก่อาคารชุด ทรัพย์สินอื่นที่มีไว้ใช้หรือเพื่อประโยชน์ร่วมกัน

2.2 การบริหารทรัพยากรกายภาพเป็นแนวคิดที่อยู่ในเชิงการบริหารจัดการที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับกรณีของอาคารสถานที่ได้ทุกประเภทโดยหลักการปฏิสัมพันธ์ของ 3 สิ่ง ได้แก่ ทรัพยากรกายภาพ (place) กิจกรรมขององค์กร (process) ผู้ปฏิบัติงานในองค์กร (people) เพื่อการบริหารและจัดการให้ทรัพยากรกายภาพตอบสนองต่อองค์กรในด้านการงานหรือกิจกรรมหลักที่เกิดขึ้นขององค์กรและผู้ใช้อาคารอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เกิดความคุ้มค่าและคุ้มทุนสอดคล้องกับเป้าหมายและพันธกิจขององค์กร (เสริชย์ ไซตีพานิช, 2553)

การบริหารอาคารสถานที่ซึ่งเป็นงานพื้นฐานของทุกอาคาร อยู่ในความรับผิดชอบดูแลของผู้จัดการ/ผู้บริหารทรัพยากรกายภาพที่ดีจัดการให้ครบถ้วน มีคุณภาพและปฏิบัติการอย่างมีประสิทธิภาพเป็นกิจกรรมการบริการและปฏิบัติการต่างๆ ภายในอาคารที่มารองรับการใช้งาน

ของผู้ใช้อาคาร โดยทำให้ผู้ใช้อาคารได้รับความสะดวก ปลอดภัย และมีสภาพแวดล้อมที่ดีเมื่อใช้อาคาร (เสริชย์ ไซตีพานิช, 2553)

ประเภทของงานบริการ/ปฏิบัติการอาคารจำแนกได้เป็น 2 กลุ่ม

1. กลุ่มบริการสนับสนุน

- งานบริการอาคาร ได้แก่ การรักษาความสะอาด การรักษาความปลอดภัย การกำจัดแมลง การกำจัดขยะ เป็นต้น

- งานบริการสำนักงาน ได้แก่ การบริการต้อนรับ งานประชาสัมพันธ์ การจัดเก็บเอกสาร เป็นต้น

2. กลุ่มงานวิศวกรรมอาคาร

ประกอบด้วยดูแลรักษาระบบประกอบอาคาร งานบำรุงรักษา เป็นต้น

การบริหารทรัพยากรกายภาพสำหรับโครงการที่อยู่อาศัยรวมเป็นการประยุกต์หลักการและแนวคิดด้านการบริหารทรัพยากรกายภาพ Facility Management ตามปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการที่อยู่อาศัยรวม เพื่อให้การดำเนินการบริหารจัดการด้านนี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (เสริชย์ ไซตีพานิช, 2549)

การบริหารอาคารชุด สามารถดำเนินการได้โดยมีบริษัทที่ให้บริการบริหาร โดยหน้าที่หลักของบริษัทรับจ้างบริหารอาคาร ผู้บริหารอาคารสรุปได้ ดังนี้ (พีระพร สุภาวัฒน์, 2550)

1. บำรุงรักษาอาคารและทรัพย์สินให้คงอยู่ในสภาพดีและมีอายุการใช้งานที่ยาวนาน

2. บริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด

3. อำนวยความสะดวกและให้บริการโดยคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้อาคารเป็นหลัก

4. สร้างภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอาคาร

2.3 ความพึงพอใจ Kotler (1997, pp. 48-49) ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลมาจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นหรือเข้าใจกับความคาดหวังของบุคคล ดังนั้น ความพึงพอใจจึงเป็นความแตกต่างระหว่างผลการทำงานที่มองเห็นหรือเข้าใจและคาดหวัง

3. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. สำรวจลักษณะทางกายภาพและศึกษาการบริหารทรัพยากรกายภาพของโครงการบ้านประชาชนเวศน์ 1

2. สำรวจความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านประชาชนเวศน์ 1

3. เสนอแนะแนวทางการบริหาร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารทรัพยากรกายภาพโครงการ

4. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพประกอบกัน โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย

1. การสำรวจเพื่อเก็บข้อมูลลักษณะทางกายภาพของโครงการบ้านประชาชนเวศน์ 1 ซึ่งประกอบด้วย รูปแบบ ขนาด อายุ พื้นที่ส่วนกลาง ระบบสาธารณูปโภค ระบบสาธารณูปการ และสิ่งอำนวยความสะดวกโครงการ

2. การใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการบริหารทรัพยากรกายภาพ จากผู้จัดการอาคารชุดทั้ง 3 อาคาร ที่อยู่ในโครงการการ ซึ่งประกอบอาคารชุดบ้านประชาชนเวศน์ 1 อาคารชุดบ้านประชาชนเวศน์ 2 และอาคารชุดบ้านประชาชนเวศน์ 3

3. การใช้แบบสอบถามผู้อยู่อาศัยในโครงการ โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ความพึงพอใจต่อลักษณะกายภาพโครงการ ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการบริหารทรัพยากรกายภาพ งานบริการสนับสนุน งานซ่อมบำรุงและดูแลรักษาวิศวกรรมอาคาร งานอื่น ๆ ส่วนที่ 3 เป็นปัญหาและข้อเสนอแนะ โดยการสุ่มตัวอย่างจากประชากรผู้อยู่อาศัยในโครงการ แบบกำหนดสัดส่วนจาก 3 อาคารชุด จำนวน 211 ตัวอย่าง ข้อมูลที่ได้วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1) ผู้บริหารทรัพยากรกายภาพโครงการบ้านประชาชนเวศน์ 1 ทราบแนวทางในการบริหารทรัพยากรกายภาพที่ตอบสนองความพึงพอใจของผู้พักอาศัยในโครงการ

2) การเคหะแห่งชาติสามารถนำแนวทางการบริหารทรัพยากรกายภาพไปปรับใช้กับโครงการอื่น ๆ

6. ผลการศึกษา

6.1 ลักษณะทางกายภาพของโครงการพบว่าโครงการบ้านประชาชนเวศน์ 1 รูปแบบโครงการเป็นอาคารชุดพักอาศัยที่ประกอบด้วยอาคารชุด 3 อาคาร พื้นที่พณิชยกรรม มีระบบสาธารณูปโภค ระบบสาธารณูปการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ใช้ร่วมกันของผู้พักอาศัยในโครงการ แต่เป็นกรรมสิทธิ์ของการเคหะแห่งชาติ พื้นที่โครงการเป็นลักษณะเปิด บุคคลภายนอกสามารถเข้ามาใช้บริการและต้องเสียค่าบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้ เช่น ที่จอดรถ

ซึ่งมีที่จอดรถเป็นอาคาร 9 ชั้น จอดรถได้ประมาณ 900 คัน สระว่ายน้ำ ร้านค้า ต่าง ๆ แต่การเข้าอยู่อาศัยแต่ละอาคารจะต้องเป็นผู้อยู่อาศัยในอาคารเท่านั้น มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำอาคาร

6.2 การบริหารทรัพยากรกายภาพของโครงการ ส่วนของการบริหารทรัพยากรกายภาพของโครงการ แบ่งเป็น 2 ส่วน

(1) ส่วนอาคารชุดพักอาศัยทั้ง 3 อาคาร ซึ่งเป็นนิติบุคคลอาคารชุด มีบริษัทควอลิตี้ พรอพเพอร์ตี้ แมเนจเม้นท์ จำกัด รับบริหารจัดการ อาคารชุดบ้านประชาชนิเวศน์ 1 และอาคารชุดบ้านประชาชนิเวศน์ 3 มีการใช้ทีมงานเจ้าหน้าที่บริหารอาคารร่วมกัน โดยแบ่งสัดส่วนรับผิดชอบค่าบริการบริหารจัดการ ในสัดส่วนร้อยละ 44 และร้อยละ 56 ตามลำดับ นิติบุคคลอาคารชุดบ้านประชาชนิเวศน์ 2 มีทีมเจ้าหน้าที่บริหารอาคาร อีก 1 ชุด การบริหารจัดการต่าง ๆ มีรูปแบบและแนวทางเดียวกันทั้ง 3 อาคารภายใต้การบริหารของ บริษัท ควอลิตี้ พรอพเพอร์ตี้ แมเนจเม้นท์ จำกัด ในแต่ละนิติบุคคลอาคารชุด มีการว่าจ้างบริษัทคู่สัญญาบริหารงานต่าง ๆ อาทิ งานรักษาความสะอาด งานรักษาความปลอดภัย งานกำจัดแมลง และบริษัทคู่สัญญาที่เข้ามาเช่าพื้นที่ อาทิ งานระบบอินเตอร์เน็ต ระบบเคเบิลทีวี การบริหารงานมีการกำหนดแผนการปฏิบัติงานประจำวัน ประจำเดือน ทั้งส่วนของภาระหน้าที่เจ้าหน้าที่ของอาคารและบริษัทคู่สัญญาที่รับบริหารงานต่าง ๆ

(2) ส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ ที่จอดรถ สระว่ายน้ำและสโมสร พื้นที่ถนนในโครงการ ทางเท้า แสงสว่างถนน บริษัทเอกชน ผู้ได้รับสิทธิ์การบริหารจากกรมเคหะเป็นผู้บริหารจัดการ ผู้อยู่อาศัยในโครงการอยู่ในฐานะผู้ใช้

บริการ โดยนิติบุคคลอาคารทั้ง 3 อาคารในฐานะตัวแทนผู้อยู่อาศัยในโครงการ ไม่ได้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ต้องดำเนินการประสานงานผ่านการเคหะแห่งชาติในฐานะเจ้าของกรรมสิทธิ์

6.3 ความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในโครงการแบ่งเป็น ความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพโครงการ ความพึงพอใจต่อการบริหารทรัพยากรกายภาพโครงการ และประเด็นปัญหาและข้อเสนอแนะ จากการสำรวจความพึงพอใจผู้พักอาศัยในโครงการทั้ง 3 อาคารชุด ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจจากผู้อยู่อาศัยในโครงการ แสดงได้ดังตารางที่ 1 โดยมีเกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.80	พึงพอใจน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.81-2.60	พึงพอใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.61- 3.40	พึงพอใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.14-4.20	พึงพอใจมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.21- 5.00	พึงพอใจมากที่สุด

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านประชาชนิเวศน์ 1

ด้าน	ค่าเฉลี่ย	ความพึงพอใจ
รูปแบบโครงการ	3.97	พอใจมาก
ขนาดโครงการ	4.16	พอใจมาก
อายุโครงการ	3.69	พอใจมาก
พื้นที่ส่วนกลาง	3.70	พอใจมาก
สาธารณูปโภค	3.92	พอใจมาก
สาธารณูปการ	3.86	พอใจมาก
สิ่งอำนวยความสะดวก	3.74	พอใจมาก

งานรักษาความสะอาด	4.10	พอใจมาก
งานรักษาความปลอดภัย	4.06	พอใจมาก
งานกำจัดแมลงฯ	3.85	พอใจมาก
งานกำจัดขยะ	3.99	พอใจมาก
งานดูแลสวนฯ	3.82	พอใจมาก
งานต้อนรับ	3.73	พอใจมาก
งานประชาสัมพันธ์ฯ	3.84	พอใจมาก
งานจัดเก็บเอกสาร	3.80	พอใจมาก
งานงบประมาณ	3.61	พอใจมาก
งานรายรับ-รายจ่าย	3.64	พอใจมาก
คุณภาพของเจ้าหน้าที่	3.80	พอใจมาก
งานระบบลิฟต์	3.99	พอใจมาก
งานระบบน้ำประปา	4.02	พอใจมาก
งานกำจัดน้ำเสีย	3.85	พอใจมาก
งานระบบปรับอากาศ	3.78	พอใจมาก
งานระบบแสงสว่าง	3.84	พอใจมาก
งานระบบไฟฟ้า	3.79	พอใจมาก
งานระบบโทรศัพท์	3.62	พอใจมาก
งานระบบอินเตอร์เน็ต	3.29	พอใจปานกลาง
งานรับเรื่องแจ้งซ่อม	3.75	พอใจมาก
การติดตามฯ ของช่าง	3.51	พอใจมาก
คุณภาพของช่างฯ	3.72	พอใจมาก
ห้องออกกำลังกาย	3.12	พอใจปานกลาง
สระว่ายน้ำ	2.53	พอใจน้อย
ที่จอดรถ	2.82	พอใจปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจมาก สำหรับลักษณะกายภาพโครงการ ซึ่งมีรูปแบบโครงการอาศัยชุดพักอาศัย มีระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอต่อผู้อยู่อาศัย การบริหารทรัพยากรกายภาพของโครงการ ส่วนของนิติบุคคลอาคารชุด ทั้ง 3 โดยรวมพึงพอใจต่อการบริหารทรัพยากรกายภาพ ทั้งส่วนงานสนับสนุนอาคาร สำนักงาน และงานซ่อมบำรุงดูแลวิศวกรรม ของนิติบุคคลอาคารชุด ทั้ง 3 อาคาร ที่มีการกำหนดแผนการปฏิบัติ ทั้งรายวัน รายสัปดาห์ และรายเดือน เพื่อควบคุมการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่และบริษัทคู่สัญญาที่รับบริหารงาน มีการติดประกาศแสดงข้อมูลรายรับรายจ่าย และประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ยกเว้นงานระบบอินเตอร์เน็ตที่มีระดับความพึงพอใจปานกลาง เนื่องจากพบว่าสัญญาะบบอินเตอร์เน็ตไม่สม่ำเสมอ เนื่องจากอาคารไม่ได้มีอุปกรณ์และระบบที่รองรับระบบอินเตอร์เน็ต แต่เป็นการติดตั้งในภายหลังโดยให้ออกชนเช่าพื้นที่ติดตั้งโดยเสียค่าเช่าให้นิติบุคคลอาคารชุด และออกชนคิดค่าบริการกับผู้ใช้บริการในอาคารนั้น ๆ

ห้องออกกำลังกาย ที่มีระดับความพึงพอใจปานกลาง เนื่องโครงการออกแบบให้ห้องออกกำลังกายอยู่ที่อาคารสโสมร แต่เมื่อมีปัญหาการบริหารอาคารสโสมร แต่ละนิติบุคคลอาคารชุด สร้างห้องออกกำลังกายในอาคาร อาคาร 1 อยู่บริเวณลิโอบบี้ ซึ่งอาคาร 2 ไม่มีห้องออกกำลังกาย อาคาร 3 อยู่ชั้น 16 ของอาคารมีการใช้งานไม่สะดวก

ความพึงพอใจต่อสระว่ายน้ำ และที่จอดรถ ที่อยู่ภายใต้การบริหารของการเคหะแห่งชาติ ที่ผู้อยู่อาศัยต้องเสียค่าใช้บริการ พบว่า มีระดับ

ความพึงพอใจน้อย และปานกลาง ตามลำดับ เนื่องจากสระว่ายน้ำมีการให้บริการน้อย ทำให้ขาดการดูแลและเปิดไม่สม่ำเสมอ ส่วนที่จอดรถ แม้จะมีที่จอดรถเป็นสัดส่วน และปริมาณเพียงพอต่อผู้อาศัยแต่มีการใช้บริการบุคคลภายนอก และการเสียค่าบริการทำให้ผู้อยู่อาศัยในโครงการ มีความคาดหวังต่อการบริการที่มากกว่าปกติ

ประเด็นปัญหาจากผู้อยู่อาศัยในโครงการ พบว่า มีข้อเสนอแนะในส่วนของคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่นิติบุคคล ในสัดส่วนที่มากกว่าประเด็นปัญหาอื่น ๆ โดยเฉพาะนิติบุคคลอาคาร 2 ทั้งนี้เนื่องจากนิติบุคคลอาคาร 2 มีการเปลี่ยนทีมเจ้าหน้าที่และบริษัทรับบริหารงาน หลายครั้งทำให้ไม่เกิดความต่อเนื่องของผู้ปฏิบัติงาน ส่วนประเด็นปัญหาและข้อเสนอแนะรองลงมา คือ การจ่ายค่าใช้บริการที่จอดรถและสระว่ายน้ำ ที่ผู้อยู่อาศัยในโครงการเห็นว่าไม่จำเป็นต้องจ่ายเนื่องจากค่าส่วนกลางครอบคลุมค่าบริการเหล่านี้อยู่แล้ว

7. สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การบริหารทรัพยากรกายภาพในส่วนของคุณนิติบุคคลอาคารชุด เนื่องจากมีภาระงานหลายอย่างทั้งต้องเกี่ยวข้องกับผู้อยู่อาศัยจำนวนมาก การกำหนดแผนการปฏิบัติงานในแต่ละด้านที่ชัดเจน ทั้งแผนงานรายวัน รายสัปดาห์ รายเดือน จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถทำหน้าที่ได้ถูกต้อง แม่นยำและสอดคล้องกัน รวมทั้งการให้ความสำคัญกับปิดประกาศ การแจ้งข้อมูลต่าง ๆ ให้สามารถตรวจสอบได้ เพื่อความโปร่งใสและความไว้วางใจของผู้อยู่อาศัย

การบริหารทรัพยากรกายภาพโครงการระดับความพึงพอใจที่มีนัยสำคัญในการบริหารทรัพยากรกายภาพในโครงการเป็นในส่วนของผู้

อำนวยความสะดวก อาทิ ที่จอดรถ สระว่ายน้ำ ที่เป็นกรรมสิทธิ์ของการเคหะแห่งชาติ ที่ผู้อยู่อาศัยในโครงการไม่สามารถมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการได้ รวมถึงความคาดหวังในการบริการที่ดี เนื่องจากการต้องเสียค่าบริการ ขณะที่การบริหารจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกดังกล่าว เป็นกรรมสิทธิ์ของการเคหะแห่งชาติที่อยู่ภายใต้ข้อจำกัดของการสร้างผลตอบแทนในทรัพย์สิน การให้ผู้อยู่อาศัยในโครงการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกันเอง อาทิ ในรูปแบบการจัดตั้งสหกรณ์ของ 3 นิติบุคคลในการดูแลที่จอดรถ สระว่ายน้ำ และจ่ายค่าตอบแทนให้การเคหะแห่งชาติ สามารถพัฒนาเป็นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารทรัพยากรกายภาพได้

References

- พีระพร สุภาวัฒน์. (2550). *แนวทางการบริหารจัดการที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดความสัมพันธ์ระหว่างสภาพการณ์จริงและความคาดหวังของผู้ใช้อาคาร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รายงานการประชุมอาคารชุดบ้านประชาชนในเขต 3 ประจำปี 2555.
- เสรีชัย โชติพานิช. (2549). *แนวคิดการบริหารทรัพยากรกายภาพสำหรับโครงการที่อยู่อาศัยแบบรวม*. *วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 2, 103-105.
- เสรีชัย โชติพานิช. (2553). *การบริหารทรัพยากรกายภาพ: หลักการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control*. Englewood Cliff: Prentice Hall.