

ด้านนวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

การศึกษาแนวทางการพัฒนาองค์กรนวัตกรรมในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

A Study of Innovative Organization Development in Real Estate Business

เพชรรัตน์ สิงห์สุริย์¹ ผศ.ดร. กองกoon โตชัยวัฒน์² และ ดร. สิตติชัย นาคสุขสกุล³
Petcharat Sing Suri¹, Asst. Prof. Kongkoon Tochaiwat, Ph.D.²
and Sittichai Naksuksakul, Ph.D.³

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: petcharat.sing@gmail.com¹, kongkoon@gmail.com², s_naksuksakul@hotmail.com³

บทคัดย่อ

การเลือกใช้นวัตกรรมที่แตกต่างกันของแต่ละบริษัทแสดงให้เห็นถึงความได้เปรียบในการแข่งขันที่บริษัทผู้ประกอบการได้พยายามพัฒนาส่วนต่างๆ ในการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการและผู้บริโภค บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพัฒนากลุ่มนวัตกรรมโดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ 5 ปีขึ้นไป ในแผนกที่เกี่ยวข้องกับการสร้างนวัตกรรมของบริษัทอสังหาริมทรัพย์จำนวน 5 คน และทำการวิเคราะห์ผลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาองค์กรนวัตกรรมในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้นำองค์กรมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน และส่งเสริมสภาพแวดล้อมให้เกิดแนวความคิดใหม่ ทั้งนี้บุคคลากรภายในองค์กรเองก็เป็นส่วนสำคัญที่จะขับเคลื่อนองค์กรให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวแสดงถึงการจัดการและบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ โดยมีเป้าหมายสุดท้าย คือ ผลผลิตงานที่ดีขึ้น ผลประกอบการที่มากขึ้น และความยั่งยืนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในระยะยาว

คำสำคัญ: การพัฒนาองค์กร องค์กรนวัตกรรม ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

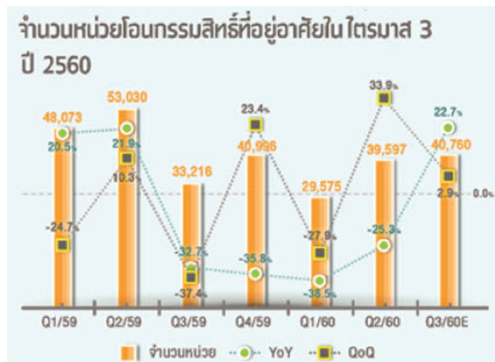
Abstract

The different choices of using innovation to meet the demands of each company demonstrate an advantage in the competition at the company, has trying to develop the value to projects and consumers. This article aimed to explore innovative organization development by interviewing 5 experts in innovation-related departments of real estate developers and analyzing the acquired data by Content Analysis. The study indicated that innovative organization development in developers' organizations needs clear vision from top management and new idea supporting environment. In addition, staff in organization is an important factor that always drives the organization to a new change. The final goal is to improve the product and gain more business benefit with sustainability in the real estate business in the long term.

Keywords: Organization Development, Innovative Organization, Real Estate Business

1. บทนำ

การเติบโตของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์อย่างรวดเร็วโดยเฉพาะอย่างยิ่งอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยทั้งในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่เริ่มรุกเข้าสู่ตลาดและมองหาโอกาสการลงทุนที่คุ้มค่า แม้ว่าสถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัยไทยในปี 2560 จะเกิดภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวลงร้อยละ 3.0 (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, 2560, น. 7-9) แต่ไตรมาสที่ 2 เริ่มมีทิศทางที่ดีขึ้นและยังเห็นภาพเป็นบวกมากขึ้นในไตรมาส 3 (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, 2560, น. 26)



รูปที่ 1 จำนวนหน่วยโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยไตรมาส 3 ปี 2560

ภายใต้การเติบโตของเศรษฐกิจที่ค่อยเป็นค่อยไป ทำให้ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์หลายรายต้องมีการปรับตัวปรับกลยุทธ์ให้เข้ากับสถานการณ์ ทั้งธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ยังเป็นธุรกิจที่มีองค์ความรู้หลากหลายด้านร่วมกัน ทั้งสถาปัตยกรรม วิศวกรรม ภูมิสถาปัตย์ มัณฑนศิลป์ กฎหมาย รวมถึงความรู้ที่จำเป็นเกี่ยวกับด้านการบริการหลังการขายให้ประสบความสำเร็จ แต่ในอีกมุมหนึ่งในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เองนั้น ก็มีช่องทางในการสร้างนวัตกรรมที่หลากหลายและน่าสนใจมากมาย ดังเกิดได้จากการเลือกใช้

นวัตกรรมที่แตกต่างกันของแต่ละบริษัท ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความได้เปรียบในการแข่งขันที่บริษัทผู้ประกอบการได้พยายามพัฒนาส่วนต่างๆ ในการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับทั้งโครงการและผู้บริโภค (นิต รัตน์ปริชาเวช, 2554, น.128) จากเหตุผลข้างต้นนำมาซึ่งคำถามวิจัยว่า อะไรคือแนวทางการพัฒนาองค์กรนวัตกรรมในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาองค์กรนวัตกรรมในบริษัทผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3. ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้ มุ่งทำการศึกษาเฉพาะบริษัทผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยที่มีการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ในโครงการ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4. วิธีการทำวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับผู้เชี่ยวชาญในแผนกที่เกี่ยวข้องกับการสร้างนวัตกรรมที่มีประสบการณ์ 5 ปีขึ้นไป ในบริษัทผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย ซึ่งมีทุนจดทะเบียน 1,000 ล้านบาทขึ้นไป ที่มีการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ในโครงการ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 5 บริษัท วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา โดยจำแนกชนิดข้อมูลด้วยการวิเคราะห์คำหลัก เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาองค์กรนวัตกรรมในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

5. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การบริหารจัดการภายในองค์กรนวัตกรรม

การบริหารจัดการภายในองค์กรนวัตกรรม ประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลายอย่างรวมกัน ซึ่ง Quinn (1991, p.17-28) ได้นำเสนอองค์ประกอบขององค์กรนวัตกรรมไว้ดังต่อไปนี้

- **วิสัยทัศน์องค์กรและบรรยากาศการทำงาน**

นวัตกรรมจะเกิดขึ้นในองค์กรได้นั้นผู้บริหารระดับสูงต้องเห็นคุณค่าความสำคัญของนวัตกรรม และมีการบริหารด้วยระบบค่านิยมและมีบรรยากาศที่มีการสนับสนุนและกระตุ้นให้บุคลากรในองค์กรสร้างสรรค์นวัตกรรม รวมทั้งมีวิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์ในการสร้างนวัตกรรมที่ชัดเจน มีความเป็นไปได้จริงตามกรอบเวลาที่กำหนดไว้

- **การปรับตัวเข้าหาตลาด**

ในการสร้างนวัตกรรมจะต้องคำนึงถึงความเป็นไปได้ทางการตลาด โดยการมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับลูกค้า โดยพยายามมองหาความต้องการและแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว

- **โครงสร้างองค์กรแบนราบและทีมงานโครงการขนาดเล็ก**

ควรมีโครงสร้างและมีทีมงานโครงการที่มีขนาดเล็กประมาณ 6-7 คน ซึ่งเป็นจำนวนที่มากพอสำหรับความหลากหลายของทักษะและมีความเหมาะสมกับการสื่อสารภายในทีมงาน ลักษณะโครงสร้างองค์กรเช่นนี้จะช่วยให้เกิดความรวดเร็วในกระบวนการทำงาน ซึ่งแตกต่างกับองค์กรแบบระบบราชการ ที่มีความล่าช้าในกระบวนการทำงาน

- **แนวทางดำเนินการหลายรูปแบบ**

องค์กรควรมีแนวทางการดำเนินงานที่มีความหลากหลาย โดยใช้วิธีพัฒนาแบบคู่ขนาน คือ คิดแบบใหม่ควบคู่ไปกับแนวการคิดแบบเดิม มีลักษณะยืดหยุ่น ประนีประนอม ไม่มีลักษณะ

คงที่แต่จะแปรเปลี่ยนไปเรื่อย ๆ รวมทั้งองค์กรต้องมีระบบจัดการข้อมูลข่าวสารที่ดีและทันสมัย เพราะข้อมูลข่าวสารจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการกระตุ้นใจเพื่อช่วยป้องกันความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นภายในองค์กร

- **การพัฒนาอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว**

องค์กรจะพัฒนาอย่างรวดเร็วได้ เมื่อมีต้นแบบของสินค้าหรือนวัตกรรม เพราะต้นแบบจะช่วยให้การตรวจสอบแนวความคิดว่าสิ่งที่ถูกออกแบบมานั้นถูกต้องตามที่คิดไว้หรือไม่ ทั้งยังเป็นเครื่องมือในการศึกษาประสบการณ์การใช้งานของผู้บริโภค และยังช่วยลดความเสี่ยงจากข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นเมื่อผลิตภัณฑ์นั้นนำไปผลิตเป็นสินค้าจริง นอกจากนี้ ยังทำให้ทราบถึงข้อจำกัดการใช้งานต่าง ๆ ของสินค้าจากต้นแบบ

- **การเรียนรู้โดยถ่ายถอดข้อมูลระหว่างกัน**

องค์กรควรมีสั่งแวดล้อมที่ส่งเสริมและสนับสนุนนวัตกรรมเพื่อสร้างแรงจูงใจให้พนักงานมีการแลกเปลี่ยนความรู้ โดยอาจเป็นการเรียนรู้และการสำรวจแนวคิดในลักษณะข้ามสายงานภายในองค์กรหรือการแลกเปลี่ยนความรู้จากภายนอกองค์กรที่หลากหลาย เช่น ลูกค้า คู่ค้า ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ และมหาวิทยาลัย เป็นต้น ซึ่งความรู้ที่ได้มาจะเป็นวัตถุดิบหรือเครื่องมือที่ใช้ในการสร้างนวัตกรรม

- **ทีมงานเฉพาะกิจ**

จะทำให้เกิดความรวดเร็วในการอนุมัติหรือสั่งการและทำให้พนักงานมีอิสระในการตัดสินใจ คิดค้นคว้าทดลองสิ่งใหม่ๆ มีการสื่อสารที่เปิดกว้าง มีความมุ่งมั่นในการทำงานและมีระดับความ เป็นเอกลักษณ์ของทีมงานสูง

จากองค์ประกอบที่กล่าวมานั้นสามารถวิเคราะห์ได้ว่า การที่ผู้ประกอบการจะสามารถพัฒนาองค์กรให้มีลักษณะเป็นองค์กรแห่ง

นวัตกรรม (Innovative Organization) ได้นั้น ต้องมีความรู้และความเข้าใจในองค์ประกอบต่าง ๆ อย่างถี่ถ้วน ในขณะที่เดียวกันก็ต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้องค์กรสร้างนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าและความได้เปรียบในการแข่งขันระยะยาว

6. การวิเคราะห์เนื้อหาและผลการศึกษา

จากการสัมภาษณ์ข้อคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญในแผนกที่เกี่ยวข้องกับการสร้างนวัตกรรมที่มีประสบการณ์ 5 ปีขึ้นไป ในบริษัทผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย ที่มีการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ในโครงการ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 5 บริษัท สามารถสรุปข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์

บริษัท	ตำแหน่งงาน	ขนาดกิจการ	ทุนจดทะเบียน	ประสบการณ์
A	สถาปนิกฝ่าย Living Solution	บมจ.	4,379,332,012 ล้านบาท	มากกว่า 20 ปี
B	ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์	บมจ.	2,145,691,561 ล้านบาท	มากกว่า 5 ปี
C	ผู้บริหารฝ่ายนวัตกรรม	บจก.	1,600,000,000 ล้านบาท	มากกว่า 10 ปี
D	ผอ.ศูนย์วิจัยและพัฒนา นวัตกรรมเพื่อความยั่งยืน	บจก.	3,060,000,000 ล้านบาท	มากกว่า 5 ปี
E	กรรมการอิสระ	บมจ.	1,446,152,603 ล้านบาท	มากกว่า 10 ปี

จากตารางที่ 1 แสดงถึงคุณสมบัติและข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีความรู้หรือความเชี่ยวชาญในด้านนวัตกรรม เป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ ตำแหน่งหรือหน้าที่ที่ได้รับผิดชอบระยะเวลาของประสบการณ์ในการทำงาน และ

ขนาดของกิจการโดยแสดงว่าองค์กรที่ผู้ให้สัมภาษณ์ทำงานอยู่เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (บมจ.) หรือบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (บจก.) ซึ่งมีทุนจดทะเบียน 1,000 ล้านบาทขึ้นไป

ตารางที่ 2 วิสัยทัศน์องค์กรและบรรยากาศการทำงาน

บริษัท	ความคิดเห็น
A	มีความชัดเจนในการสื่อสารให้รับรู้วิสัยทัศน์ โดย CEO มีบรรยากาศที่สนับสนุนให้สร้างสรรค่นวัตกรรม โดยการจัดพื้นที่การทำงาน และมีห้องปฏิบัติการเพื่อศึกษาขนานนวัตกรรมโดยเฉพาะ
B	มีความชัดเจนในการสื่อสารให้รับรู้วิสัยทัศน์ โดยการประชุมสรุปผลกลางปีและท้ายปี กระตุ้นการทำงานของบุคคลากรโดยการจัดการแข่งขันด้านนวัตกรรม
C	มีความชัดเจนและมีวิธีการสื่อสารวิสัยทัศน์ให้รับรู้หลายช่องทาง มีการสร้างวัฒนธรรมในองค์กรเพื่อความราบรื่นในการสื่อสารการทำงานเพื่อสร้างสรรค่นวัตกรรม
D	มีความชัดเจนในการสื่อสารให้รับรู้โดย CEO ผ่านการประชุมระดับบริษัท มีการทำงานเป็นเครือข่าย ซึ่งมีการแชร์แนวความคิด ความรู้ และความคิดเห็น สนับสนุนให้บุคคลากรสร้างนวัตกรรม
E	มีความชัดเจนและมีวิธีการสื่อสารวิสัยทัศน์ให้รับรู้หลายช่องทาง โดยแจ้งนโยบายให้บุคคลากรทราบถึงเป้าหมายประจำปี มีการจัดสัมมนาอบรม หรือกระตุ้นการสร้างนวัตกรรมผ่านกิจกรรมต่างๆ

จากตารางที่ 2 ทุกบริษัทมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและมีการสื่อสารให้บุคคลากรรับรู้หลายช่องทาง พร้อมทั้งพยายามสร้างบรรยากาศการทำงานที่สนับสนุนหรือกระตุ้นให้บุคคลากรสร้างสรรค่นวัตกรรม

ตารางที่ 3 การปรับตัวเข้าหาตลาด

บริษัท	ความคิดเห็น
A	มุ่งศึกษาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นหัวใจหลัก โดยใช้แนวคิดเริ่มต้นจากการหาสาเหตุ (Start with Why)
B	มุ่งศึกษาตอบสนองความต้องการของลูกค้าคอยรับเรื่องร้องเรียนและแก้ไขปัญหาให้แล้วเสร็จถ้าอยู่ในขั้นตอนที่แก้ไขได้
C	มุ่งศึกษาตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกสิ่งทุกอย่างมุ่งเน้นที่ลูกค้า
D	มุ่งศึกษาตอบสนองความต้องการของลูกค้าตลอดเวลา ใส่ใจในสิ่งที่พัฒนาเพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
E	ให้ความสำคัญกับลูกค้า มุ่งแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว พร้อมอำนวยความสะดวกผ่านช่องทางต่างๆ

จากตารางที่ 3 ทุกบริษัทให้ความสำคัญกับการปรับตัวเข้าหาตลาด โดยมุ่งเน้นศึกษาความต้องการและมีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าอย่างรวดเร็ว

ตารางที่ 4 โครงสร้างองค์กรแบนราบและทีมงานโครงการขนาดเล็ก

บริษัท	ความคิดเห็น
A	มีการจัดสรรและกระจายการตัดสินใจ โดยใช้หลักการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)
B	รับนโยบายจากผู้บริหารระดับสูงและมีการประชุมร่วมกับฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
C	ใช้หลักการบริหารแบบการบริหารคุณภาพแบบเบ็ดเสร็จ (Total Quality Management : TQM) ทุกคนทุกฝ่ายต้องช่วยกันทำ มีการจัดสรรและกระจายการตัดสินใจ โดยใช้หลักนโยบายของบริษัท
D	มีการจัดสรรหรือกระจายการตัดสินใจ ด้วยให้บุคคลากรหลายฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบโครงการ
E	มีการบูรณาการข้อมูลร่วมกัน เพื่อให้ได้สินค้าตามที่ตลาดต้องการ มีการทำวิจัยด้านนวัตกรรมกับลูกค้าทั้งในอดีตและลูกค้าในความคาดหวัง

จากตารางที่ 4 ทุกบริษัทมีโครงสร้างองค์กรที่แตกต่างออกไป แต่มุ่งเน้นการจัดสรรหรือกระจายการตัดสินใจในทิศทางเดียวกัน คือ การให้บุคลากรหลายฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบโครงการที่อยู่อาศัย ซึ่งจะทำให้เกิดมุมมองที่แตกต่าง

ตารางที่ 5 ความคิดเห็นเรื่องแนวทางดำเนินการหลายรูปแบบ

บริษัท	ความคิดเห็น
A	มีการทำงานข้ามฝ่ายหรือข้ามบริษัท เพราะทุกบริษัทมันไม่ใช่คู่แข่งกันอย่างเมื่อก่อน แต่ณ วันนี้คือเพื่อนกัน ทุกคนต้องมาแชร์กันถึงจะขับเคลื่อนนวัตกรรมได้
B	เป็นการทำงานร่วมกันและแบ่งปันข้อมูลกันในองค์กร เพื่อให้งานมีประสิทธิภาพ
C	การทำงานข้ามสายงานถือเป็นเรื่องปกติ เพราะการทำงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ไม่ควรทำคนเดียว คิดเองฝ่ายเดียว
D	มีการอภิปรายกัน การแลกเปลี่ยนความรู้กัน เพื่อให้รับรู้ถึงข้อดีข้อเสียกันตลอดเวลา
E	มีผสมผสานกันในรูปแบบของการทำงานตามลำดับขั้น (Line Management) คือ มีการรับรู้ความเป็นไปซึ่งกันและกัน รวมถึงงานของสายงานอื่นด้วย

จากตารางที่ 5 บริษัทส่วนใหญ่มีแนวทางดำเนินการหลายรูปแบบ เพื่อช่วยในการจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสารภายในองค์กร

จากตารางที่ 6 บริษัทส่วนใหญ่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในด้านการมีต้นแบบของสินค้า ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ มีเพียงบางบริษัทที่ยังไม่มีต้นแบบที่ชัดเจน เพราะเชื่อว่านวัตกรรมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและนวัตกรรมบางชิ้นไม่ได้เกิดมาจากการต่อยอดงานในอดีต แต่เป็นการเกิดขึ้นมาใหม่

ตารางที่ 6 การพัฒนาอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว

บริษัท	ความคิดเห็น
A	ไม่มีต้นแบบสินค้าที่ชัดเจน เพราะโลกมีการเปลี่ยนแปลงทุกวัน มีการศึกษางานอย่างเอาใจใส่เพื่อทำแพลตฟอร์ม (Platform)
B	ไม่มีต้นแบบสินค้า แต่เป็นการทดสอบการใช้วัสดุหรือรูปแบบการออกแบบ
C	มีต้นแบบสินค้า มุ่งผลิตสินค้าหรือบริการที่เพิ่มมูลค่าสูง (High Value Added: HVA)
D	มีต้นแบบสินค้า มุ่งศึกษาหรือทำวิจัยที่สามารถพัฒนาด้านวัสดุ อุปกรณ์ หรือรูปแบบการอยู่อาศัยแบบใหม่ตลอดเวลา
E	มีต้นแบบสินค้า มีประสบการณ์จากในอดีตที่สามารถนำมาปรับเป็นตัวอย่างให้ปรับปรุงแก้ไขสินค้าที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ตารางที่ 7 การเรียนรู้โดยถ่ายทอดข้อมูลระหว่างกัน

บริษัท	ความคิดเห็น
A	มีการแข่งขันประกวดนวัตกรรม มีการแชร์แนวคิด ความรู้ ทุก ๆ 2 สัปดาห์ เพื่อเอากลุ่มย่อยไปขับเคลื่อนกลุ่มใหญ่
B	มีการแข่งขันประกวดนวัตกรรม มีการแชร์ปัญหาที่พบเจอและสิ่งที่ไปหาข้อมูลเพิ่มเติมมา
C	มีการโปรโมทให้ทุกคนช่วยกันในเรื่องของนวัตกรรม และมีการแข่งขันประกวดนวัตกรรม
D	มีการเชิญผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกเข้ามาให้ความรู้หรือร่วมเสวนา มีการสร้างโปรแกรมที่เรียกว่า Open Desk เป็นการเปิดโอกาสให้คนในองค์กรสามารถส่งความรู้ด้านนวัตกรรมต่าง ๆ เข้ามาในหน่วยงาน
E	ผู้บริหารองค์กรมีการเขียนบทความลงในสื่อสิ่งพิมพ์รายวัน ภายในองค์กรก็มีการทำบอร์ดประชาสัมพันธ์และสื่อสารผ่านอีเมลเพื่อบุคลากรได้รับรู้แนวคิดหลักของผู้บริหารหรือให้รับรู้ถึงแนวคิดใหม่ ๆ สำหรับการพัฒนาที่อยู่อาศัย

จากตารางที่ 7 ทุกบริษัทให้ความสำคัญกับการเรียนรู้โดยถ่ายทอดข้อมูลระหว่างกัน ซึ่งเป็นวิธีเพื่อพัฒนาบุคลากรให้เป็นบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ในด้านนวัตกรรม

ตารางที่ 8 การมีทีมงานเฉพาะกิจ

บริษัท	ความคิดเห็น
A	มีการจัดตั้งทีมเพื่อศึกษาคิดค้นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่
B	มีการจัดตั้งฝ่ายวิจัยเพื่อสำรวจตลาดและค้นคว้านวัตกรรม
C	มีการจัดตั้งทีมและฝ่ายวิจัยเพื่อหาวิธีการแก้ปัญหาหรือนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ตลาด
D	มีฝ่ายการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมเพื่อความยั่งยืนที่รับผิดชอบโดยตรง และผลักดันนวัตกรรมในด้านอื่น ๆ ส่งเสริมกิจกรรมภายในองค์กรทำให้เกิดนวัตกรรมขึ้นภายในองค์กร
E	มีหน่วยงานที่ทำในเรื่องของฐานข้อมูลลูกค้าและฐานข้อมูลของสินค้านวัตกรรม

จากตารางที่ 8 ทุกบริษัทให้ความสำคัญกับการมีทีมงานเฉพาะกิจ ซึ่งมีการจัดตั้งทีมหรือฝ่ายศึกษาคิดค้นนวัตกรรมและมีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการสร้างสรรค์นวัตกรรมในโครงการที่อยู่อาศัย

ตารางที่ 9 สรุปแนวทางการพัฒนาองค์กรนวัตกรรม

องค์ประกอบต่าง ๆ	บริษัท				
	A	B	C	D	E
1. วิสัยทัศน์และบรรยากาศทำงาน	√	√	√	√	√
2. การปรับตัวเข้าหาตลาด	√	√	√	√	√
3. โครงสร้างองค์กรแบบราบและทีมงานโครงการขนาดเล็ก	√	√	√	√	√
4. แนวทางดำเนินกรหลายรูปแบบ	√	√	√	√	√
5. การพัฒนาอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว	-	-	√	√	√
6. การเรียนรู้โดยถ่ายทอดข้อมูลระหว่างกัน	√	√	√	√	√
7. การมีทีมงานเฉพาะกิจ	√	√	√	√	√

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ทุกรายมีพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมภายในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีองค์ประกอบขององค์กรนวัตกรรมของ Quinn (1991, p.17-28) คือ ทุกบริษัทมีวิสัยทัศน์ที่แสดงถึงการมีเป้าหมายในการทำงาน บางครั้งวิสัยทัศน์อาจเป็นเพียงนโยบายหรือคำขวัญเพื่อสื่อสารให้บุคลากรภายในองค์กรมีจุดมุ่งหมายร่วมกัน ทุกบริษัทยังมีการสร้างกิจกรรมและพื้นที่การทำงานเพื่อเอื้ออำนวยให้เกิดการคิด ทดลองทำ ลองใช้ ลองแลกเปลี่ยนจนเกิดเป็นการแสดงออกทางความคิดสร้างสรรค์ ทั้งนี้การปรับตัวเข้าหาตลาดก็เป็นสิ่งจำเป็น จากข้อมูลแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ทุกบริษัทมีกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับลูกค้า และใส่ใจในการพัฒนาที่อยู่อาศัย เพื่อให้คุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยดีขึ้น

จากข้อมูลยังพบอีกว่า แต่ละบริษัทมีรูปแบบโครงสร้างองค์กรที่แตกต่างกันไป แต่มีความคล้ายคลึงกันในด้านการจัดสรรและกระจายการตัดสินใจด้วยการให้บุคลากรหลายฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบโครงการที่อยู่อาศัย รวมถึงยังมีแนวทางดำเนินการหลายรูปแบบด้วยมีลักษณะการทำงานแบบทีมงานข้ามสายงาน ผู้ให้สัมภาษณ์บางท่านยังให้ความเห็นว่าการทำงานแบบทีมงานข้ามสายงานถือเป็นเรื่องปกติในปัจจุบัน เพราะการแลกเปลี่ยนความรู้กันระหว่างสายงานจะทำให้พนักงานมีทักษะการทำงานหลากหลายและเป็นกระบวนการที่สำคัญในการช่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมได้อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ในส่วนของการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและรวดเร็วถึงแม้จะมีเพียงบางบริษัทที่ยังไม่มีต้นแบบสินค้าด้านนวัตกรรมที่ชัดเจน เพราะเชื่อว่านวัตกรรมที่เกิดขึ้นไม่ได้มาจากการปรับปรุงความรู้เดิมหรือต่อยอดจากชิ้นงานเดิม แต่เป็นการเกิดขึ้นใหม่อย่างฉับพลัน คือ

การผสมผสานระหว่างแนวความคิดใหม่ (new ideas) กับอุปสงค์ใหม่ (new demands) ในทางตรงกันข้ามยังมีบริษัทส่วนใหญ่ที่มีต้นแบบของสินค้าและเชื่อว่าการมีต้นแบบของสินค้าคือการศึกษาประสบการณ์ในอดีตที่สามารถนำมาเป็นตัวอย่างให้ปรับปรุงแก้ไขสินค้าที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้ ซึ่งจะทำให้เกิดความรวดเร็วและประหยัดเวลาในการทำงาน ทั้งนี้ทุกบริษัทยังให้ความสำคัญกับการเรียนรู้โดยถ่ายทอดข้อมูลระหว่างกัน เช่น มีการแบ่งปันความรู้ในรูปแบบเป็นทางการ คือ การประชุมหรือจัดงานสัมมนา และรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ คือ การจัดประกวดแข่งขันนวัตกรรม หรือจับกลุ่มเล็กๆ พุดคุยกัน รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการสื่อสารนั้นก็ยิ่งทำให้ข้อมูลถ่ายทอดไปได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น อีกทั้งทุกบริษัทให้ความสำคัญกับการมีทีมงานเฉพาะกิจ ซึ่งมีการจัดตั้งทีมในการศึกษางานนวัตกรรมที่อยู่อาศัยโดยเฉพาะ เพื่อพัฒนาปรับปรุงบริการ สินค้าให้ดีขึ้นตลอดเวลา

7. สรุปผลการศึกษา

แนวทางการพัฒนาองค์กรนวัตกรรมให้ประสบความสำเร็จนั้น สิ่งสำคัญคือความสอดคล้องในการบริหารขององค์กรต้องมีการเชื่อมโยงบุคลากรภายในเข้ากับองค์ความรู้ต่าง ๆ พร้อมกับกำหนดเป้าหมายและกระตุ้นให้แต่ละฝ่ายเกิดความมุ่งมั่น เพื่อนำไปสู่เป้าหมายเดียวกัน (สนั่น เกชากริ, 2552, น.1)

ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่าแนวทางการพัฒนาองค์กรนวัตกรรมในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้นำองค์กรมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน และส่งเสริมสภาพแวดล้อมให้เกิดแนวความคิดใหม่ ทั้งนี้บุคลากรภายในองค์กรเองก็เป็นส่วนสำคัญที่จะขับเคลื่อนองค์กรให้เกิด

การเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยการไม่จำกัดขอบเขตของการเรียนรู้ ทั้งยังพร้อมท้าทายและทดลองสิ่งใหม่อยู่เสมอ ดังนั้น การพัฒนาองค์กรจะเกิดผลประโยชน์สูงสุด นั่นคือการสร้างให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการสร้างนวัตกรรม สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวแสดงถึงการจัดการและบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ โดยมีเป้าหมายสุดท้าย คือ ผลผลิตภัณฑ์ที่ดีขึ้น ผลประกอบการที่มากขึ้น และความยั่งยืนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในระยะยาว

รายการอ้างอิง

- นิติ รัตนปรีชาเวช. (2554). นวัตกรรมในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์. *วารสารวิจัยและสาระสถาปัตยกรรมการผังเมือง*, 8(2), 127-136 สืบค้นเมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2560 จาก <http://www.tds.tu.ac.th/jars/>.
- ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์. (2560). รายงานสถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัยไทยประจำไตรมาส 1 ปี 2560. *วารสารศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์*, 12(43), 7-9.
- ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์. (2560). สถานการณ์ที่อยู่อาศัยไตรมาส 3 และทิศทางภาพรวมปี 2560. *วารสารศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ โดยธนาคารอาคารสงเคราะห์*, 1(2), 26.
- สนั่น เกชาhari. (2552). การสร้างนวัตกรรมใหม่โดยอาศัยการบริหารทรัพยากรมนุษย์. สืบค้นเมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2560 จาก http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?1534&read=true&count=true.
- Quinn, J. B. (1991). Managing Innovation: Controlled Chaos. *Harvard Business Review*, 63(3), 17-28. Reterived October 22, 2017 from http://papers.ssm.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1504499.

ปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราค่าเช่าอาคารชุดพักอาศัยในกรุงเทพมหานคร

Factors Affecting Condominium Rental Rate in Bangkok

อนุสรณ์ สวัสดิ์มูล¹ และ วรากร ลิขิตอนุภาค²

Anootsara Sawadmool¹ and Warakorn Likitanupak²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: doxpeep@gmail.com¹, warakorn@ap.tu.ac.th²

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดอัตราค่าเช่าที่เหมาะสมของผู้ประกอบการธุรกิจห้องชุดให้เช่า โดยได้แบ่งทำเลที่ตั้งที่ทำการศึกษากันเป็น 5 ทำเล คือ 1. สุขุมวิท-ชิดลม-ทองหล่อ-เอกมัย ราชดำริ-วิฑู-ชิดลม รวมถึง ถนนสุขุมวิท 2. สีลม-สาทร 3. พญาไท-อารีย์-สะพานควาย 4. พระราม 3-ยานนาวา 5. รัชดา-ห้วยขวาง-ดินแดง โดยเก็บข้อมูลเพื่อค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราค่าเช่าจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจห้องชุดให้เช่า จำนวน 5 ท่าน พบว่า ห้องชุดที่ตั้งอยู่ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้แก่ รถไฟฟ้าบีทีเอส รถไฟฟ้ามหานคร ห้างสรรพสินค้า สถานศึกษา โรงพยาบาล ระยะทางขึ้น-ลงทางด่วน และสำนักงาน จะส่งผลให้ราคาเช่าห้องชุดสูงขึ้นได้ ส่วนด้านกายภาพของโครงการ คือ ประเภทของห้องชุด ผู้เช่านิยมเช่าห้องประเภท 1 ห้องนอนมากที่สุดมีขนาดห้องประมาณมีขนาดห้องประมาณ 22.5-52 ตารางเมตร ห้องที่อยู่ทางทิศเหนือจะได้รับความนิยมมากที่สุด และหากตั้งอยู่ในชั้นที่สูงขึ้นก็จะได้รับความนิยมมากขึ้นเช่นกัน

คำสำคัญ: อัตราค่าเช่า อาคารชุดพักอาศัย อสังหาริมทรัพย์ กรุงเทพมหานคร

Abstract

This research has a major objective to find out the factors that influenced the appropriate condominium unit's rental rate, especially for the rooms'owners. The location were classified into 5 areas as 1. Sukhumvit - Chidlom - Thonglor - Ekamai Ratchadamri - Wittayu - Chidlom include Sukhumvit Road 2. Silom - Sathorn 3. Phayathai - Aree - Saphan Kwai 4. Rama 3- Yannawa 5. Ratchada - Huay Kwang - Din Daeng. Data was collected from 5 experts who work in condominium room rental business in Bangkok. It has been found that condominium which located closed to main infrastructure or land mark place will result in higher rental rate, for example, BTS. MRT Department stores, schools, hospitals, distance-up, expressway and office building. Moreover, the famous room type is 1 bedroom with average room size about 22.50-52 square meter in addition, customer tend to prefer the room which located in higher floor and face to the north.

Keywords: Model for Analysis, Rental Rate, Residential Condominium Real Estate, Bangkok

1. บทนำ

จำนวนประชากรในกรุงเทพมหานครมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่วนสำคัญมาจากการย้ายถิ่นที่อยู่ของประชากรที่อาจเข้ามาชั่วคราวเพื่อศึกษาต่อหรือย้ายจากที่อยู่อาศัยเดิมอย่างถาวรเพื่อประกอบอาชีพ รวมถึงชาวต่างชาติที่เข้ามาทำธุรกิจในกรุงเทพมหานครซึ่งมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นทุกปี ส่งผลให้เกิดความต้องการที่พักอาศัยที่สนับสนุนกิจกรรมดังกล่าวมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งโครงการอาคารชุดสามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายโดยเฉพาะด้านการอำนวยความสะดวกแก่ผู้อยู่อาศัยในเมืองได้ แต่ด้วยศักยภาพและความจำเป็นของผู้อยู่อาศัยจำนวนมากยังไม่สามารถซื้อเพื่อเป็นเจ้าของอาคารชุดในเมืองได้ ธุรกิจห้องชุดให้เช่าจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ได้รับความนิยมจากนักลงทุนและผู้พักอาศัยในปัจจุบัน งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อราคาเช่าห้องชุด เช่น ทำเลที่ตั้ง ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล สถานศึกษา สำนักงานให้เช่า รถไฟฟ้าบีทีเอส (BTS sky train) รถไฟฟ้ามหานคร ระยะทางจากทางขึ้นทางด่วน ระยะทางจากทางลงทางด่วนของอาคารและห้องพัก และลักษณะทางกายภาพของโครงการประกอบด้วย ประเภทห้อง อายุอาคาร พื้นที่ห้อง พื้นที่ส่วนกลาง โดยคิดจากสัดส่วนพื้นที่ขายต่อพื้นที่ส่วนกลาง การตกแต่งห้องพัก ทิศของห้องพัก และตำแหน่งชั้นห้องพัก ซึ่งผลที่ได้จะเป็นข้อมูลสำคัญในการตัดสินใจของผู้ดำเนินธุรกิจห้องชุดให้เช่าที่จะเลือกลงทุนและกำหนดราคาเช่าห้องชุดได้อย่างเหมาะสมสามารถสร้างกำไรได้ในระยะยาว

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อรวบรวมตัวแปรที่มีผลต่อราคาเช่าอสังหาริมทรัพย์ ประเภทอาคารชุดพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

1. เพื่อผู้ประกอบการพัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัยสามารถนำข้อมูลไปประกอบการตัดสินใจและกำหนดรูปแบบโครงการให้ตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อที่มีวัตถุประสงค์การซื้อห้องในอาคารชุดพักอาศัยเพื่อปล่อยเช่าได้อย่างถูกต้อง

2. ผู้ลงทุนซื้อห้องอาคารชุดพักอาศัยเพื่อให้เช่ามีแนวทางในการเลือกซื้อห้องที่มีลักษณะสอดคล้องกับความต้องการของผู้เช่า

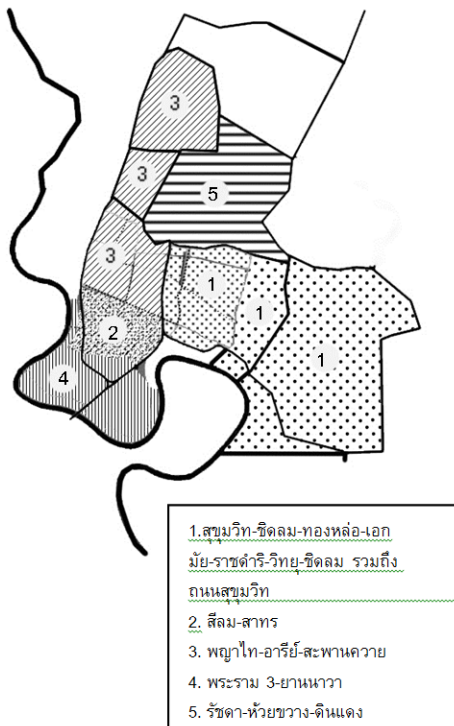
3. ผู้ลงทุนซื้อห้องพักอาคารชุดพักอาศัยเพื่อให้เช่าสามารถกำหนดราคาเช่าได้อย่างเหมาะสม

4. ขอบเขตของการวิจัย

4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

จากบทความของ TerraBKK Research (2017) และ Theleader.asia (2017) เมื่อ 12 กันยายน พ.ศ. 2560 พบว่า อัตราค่าเช่าของอาคารชุดพักอาศัยจะมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับทำเลเป็นสำคัญ โดยมีการจัดอันดับทำเลที่มีอัตราค่าเช่าอาคารชุดพักอาศัยสูงที่สุด 5 อันดับแรก คือ 1.สุขุมวิท-ชิดลม-ทองหล่อ-เอกมัย ราชดำริ-วิฑู-ชิดลม รวมถึงถนนสุขุมวิท 2.สีลม-สาทร 3.พญาไท-อารีย์-สะพานควาย 4.พระราม 3-ยานนาวา 5.รัชดา-ห้วยขวาง-ดินแดง และจาก

การสำรวจของ พลัส พรอพเพอร์ตี้ (Posttoday, 2560) เมื่อ 14 กันยายน พ.ศ. 2560 พบว่า ผู้เช่ามีความต้องการห้องนอนรูปแบบ 1 ห้องนอนมากที่สุดถึงร้อยละ 51 ผู้วิจัยจึงใช้ราคาสำหรับห้องพักประเภท 1 ห้องนอนในทำเลทั้ง 5 ที่ได้กล่าวถึงข้างต้น เป็นขอบเขตของงานวิจัย



รูปที่ 1 แสดงทำเลที่มีอัตราค่าเช่าอาคารชุดพักอาศัยสูงที่สุด 5 อันดับ

4.1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา แนวความคิด

ราคา หมายความว่า ราคาของห้องพักที่ให้เช่าพักรายเดือน ไม่รวมเงินค่าเช่ามัดจำล่วงหน้า ค่าประกันความเสียหาย ตลอดจนค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้าและค่าส่วนกลาง คิดราคาเป็นบาทต่อตารางเมตร

4.1.2 ขอบเขตด้านเวลา

ด้านระยะเวลาในการวิจัยครั้งนี้ ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนธันวาคม 2560 ถึงกุมภาพันธ์ 2561

5. การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 งาน ได้แก่ การศึกษาปัจจัยกำหนดราคาเช่าหอพักด้วยวิธี Hedonic Pricing Method โดย สุปราณี ธนพิทักษ์, 2551 (A) การศึกษาปัจจัยกำหนดราคาคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยชิตติวุฒิ เหล่าไพโรจน์, 2555 (B) ปัจจัยกำหนดค่าเช่าคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมนินทร์ สุทธิวัฒน์นาค, 2556 (C) โดยพบว่า มีตัวแปรจำนวน 4 ตัวแปรที่มีผลต่อราคาเช่าอาคารชุดพักอาศัย ซึ่งสามารถสรุปตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อราคาเช่าอาคารชุดพักอาศัยได้ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ตารางแสดงตัวแปรที่ได้จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตัวแปรที่มีผลต่ออัตราค่าเช่า	A	B	C
1. ทำเลที่ตั้ง	/	/	/
2. เพื่อนบ้าน ลักษณะชุมชน และสิ่งค่อมรอบที่ตั้งอาคาร	/		
3. สภาพภาพของห้องและอาคาร	/	/	/
4. สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการของโครงการ	/	/	/

6. ระเบียบวิธีวิจัย

ขั้นตอนที่หนึ่งได้แก่การเก็บรวบรวมข้อมูลตัวแปรที่นำมาใช้ในงานวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรม

ขั้นตอนที่สอง ได้แก่ สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ความเห็นเกี่ยวกับตัวแปรที่รวบรวมได้จากขั้นตอนที่หนึ่ง

ขั้นตอนที่สาม ได้แก่ การสรุปข้อมูลและผลที่ได้รับจากการทบทวนวรรณกรรม และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

6.1 ผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้ที่มีประสบการณ์ในธุรกิจอาคารชุดพักอาศัยให้เช่าโดยผู้วิจัยจะดำเนินการสัมภาษณ์ และกำหนดคุณสมบัติผู้ให้ข้อมูลขั้นต่ำ ดังนี้

- 1) ผู้ที่มีประสบการณ์ในอาคารชุดพักอาศัยให้เช่า อย่างน้อย 5 ปี
- 2) ตัวแทนจากองค์กรที่ให้บริการด้านการซื้อขายหรือให้เช่าชุดพักอาศัย
- 3) ตัวแทนฝ่ายบริหารอาคารชุดพักอาศัยของอาคารประเภทชุดพักอาศัยให้เช่า
- 4) ผู้ประกอบการโครงการอาคารประเภทชุดพักอาศัยให้เช่า

7. ตัวแปร

ประกอบด้วยตัวแปรต้น และตัวแปรตาม ที่มาจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยสามารถสรุปตัวแปรทั้งหมดได้ดังนี้

7.1 ตัวแปรต้น

ผู้วิจัยได้รวบรวมตัวแปรต้นในการวิจัย ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออัตราค่าเช่าอาคารชุดพักอาศัย ที่เกี่ยวข้องกับทำเลที่ตั้ง ลักษณะทางกายภาพ ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

1. ปัจจัยเกี่ยวกับทำเลที่ตั้ง

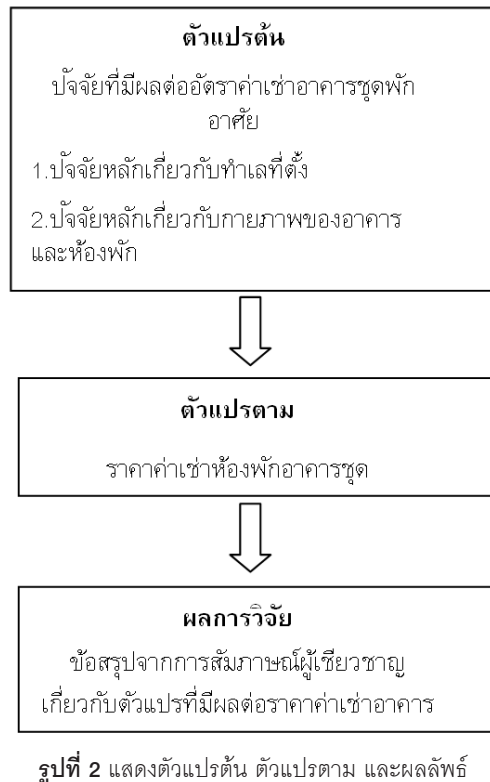
ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล สถานศึกษา สำนักงานให้เช่า รถไฟฟ้าบีทีเอส (BTS sky train) รถไฟฟ้ามหานคร ระยะทางจากทางขึ้นทางด่วน ระยะทางจากทางลงทางด่วน ตำแหน่งทิศห้องพัก ตำแหน่งชั้นห้องพัก

2. ปัจจัยหลักเกี่ยวกับกายภาพของอาคารและห้องพัก

ประเภทห้อง อายุอาคาร พื้นที่ห้อง พื้นที่ส่วนกลาง โดยคิดจากสัดส่วนพื้นที่ขายต่อพื้นที่ส่วนกลาง

7.2 ตัวแปรตาม

ราคาเช่าต่อตารางเมตรของอาคารชุดพักอาศัย จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปกรอบตัวแปร ตัวแปรต้น ตัวแปรตาม และผลการวิจัยที่ได้รับ โดยมีรายละเอียดดังรูปที่ 2



8. เครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์

เครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์และเก็บรวบรวมข้อมูล

8.1 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

เพื่อหาผลการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับตัวแปรที่ได้ทำการรวบรวมศึกษามาโดยมีส่วนต่าง ๆ ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ทำงาน สถานภาพ บทบาทหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในวงการอสังหาริมทรัพย์ให้เช่าประเภทอาคารชุดพักอาศัย ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาเช่าของอาคารชุดพักอาศัย

9. ผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่ออัตราค่าเช่าห้องชุดพักอาศัยในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยกับตัวแปรที่ได้จากการค้นคว้าวรรณกรรม และผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ให้ความคิดเห็นว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งส่งผลต่ออัตราค่าเช่าอาคารชุดพักอาศัยในกรุงเทพมหานครมากที่สุด โดยเฉพาะ 5 บริเวณ ได้แก่ 1. สุขุมวิท-ชิดลม-ทองหล่อ-เอกมัย ราชดำริ-วิฑู-ชิดลม รวมถึง ถนนสุขุมวิท เนื่องจากมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันมีการเดินทางที่สะดวกสบาย มีรถไฟฟ้า ห้างสรรพสินค้า โรงเรียนนานาชาติ เนื่องจากผู้เช่าส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติโดยเฉพาะสุขุมวิทตอนต้นผู้เช่าเป็นชาวยุโรป และอเมริกัน สุขุมวิทตอนกลางเช่น อโศก พร่อมพงศ์ ทองหล่อ เอกมัย ส่วนใหญ่เป็นผู้เช่าชาวญี่ปุ่นซึ่งมักหาห้องพักที่มีทำเลใกล้รถไฟฟ้า ห้างสรรพสินค้า แหล่งร้านอาหารญี่ปุ่น และโรงเรียนนานาชาติ ซึ่งตรงกับข้อมูลตัวแปรที่ได้จากการศึกษางานวิจัย 2. สีลม-สาทร เนื่องจากเป็นที่ตั้งของสำนักงานจำนวนมากผู้เช่าส่วนใหญ่เป็นคนทำงาน 3. พญาไท-อารีย์-สะพานควาย 4. พระราม 3-ยานนาวา 5. รัชดา-ห้วยขวาง-ดินแดง เป็นที่นิยมของผู้เช่าชาวจีน และเกาหลี

รองลงมา คือ ปัจจัยด้านกายภาพของอาคารและห้องพัก ซึ่งจะส่งผลให้ราคาของห้องพักแตกต่างกันขึ้นอยู่กับประเภทห้อง อายุอาคาร พื้นที่ห้อง พื้นที่ส่วนกลาง โดยคิดจากสัดส่วนพื้นที่ขายต่อพื้นที่ส่วนกลาง สำหรับการตกแต่งก็เป็นสิ่งที่เพิ่มราคาเช่าห้องพักได้ดี ส่วนทิศของห้องพัก และตำแหน่งชั้นห้องพักมีผลต่อราคาเช่าได้เพียงเล็กน้อยเท่านั้น

10. บทสรุป

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งส่งผลต่ออัตราค่าเช่าอาคารชุดพักอาศัยในกรุงเทพมหานครมากที่สุด เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล สถานศึกษา สำนักงานให้เช่า รถไฟฟ้า บีทีเอส (BTS sky train) รถไฟฟ้ามหานคร ระยะทางจากทางขึ้นทางด่วน ระยะทางจากทางลงทางด่วนของอาคารและห้องพัก รองลงมา คือ ปัจจัยด้านกายภาพ ซึ่งจะส่งผลให้ราคาของห้องพักแตกต่างกันขึ้นอยู่กับประเภทห้อง อายุอาคาร พื้นที่ห้อง พื้นที่ส่วนกลาง โดยคิดจากสัดส่วนพื้นที่ขายต่อพื้นที่ส่วนกลาง นอกจากนี้ การตกแต่งก็เป็นสิ่งที่เพิ่มราคาเช่าห้องพักได้ดี ทิศของห้องพัก และตำแหน่งชั้นห้องพักมีผลต่อราคาเช่าได้เพียงเล็กน้อยเท่านั้น ดังนั้น หากนักลงทุนหรือผู้ประกอบการกำลังจะตั้งราคาเช่าห้องชุด หรือกำลังเลือกโครงการอาคารชุดพักอาศัยเพื่อปล่อยเช่าควรศึกษาปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและปัจจัยด้านกายภาพเพื่อให้เกิดประโยชน์และผลตอบแทนสูงสุด

รายการอ้างอิง

- โชติวุฒิ เหล่าไพโรจน์. (2555). *การศึกษาปัจจัยกำหนดราคาคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร*. งานวิจัยเฉพาะเรื่อง, เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- โชคชัย. (2560). *ดีมานด์ต่างชาติในคอนโดโต*. สืบค้นเมื่อ 14 กันยายน พ.ศ.2560 จาก <https://www.posttoday.com/property/decoration/488536>.
- เปิดราคาน่าลงทุน สำหรับคอนโดในแต่ละทำเล. (2557). สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2560 จาก www.research.terrabkk.com.
- มินิษฐ์ สุทธิวัฒนานิติ. (2556). *ปัจจัยกำหนดค่าเช่าคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร*. งานวิจัยเฉพาะเรื่อง, เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุปราณี ธนพิทักษ์. (2551). *ปัจจัยกำหนดค่าเช่าของหอพักในบริเวณมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และการผังเมือง, สาขาวิชาสถาปัตยกรรม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- TerraBKK Research. (2017). *จัดอันดับ 5 โซนปล่อยเช่าคอนโดแพงที่สุด*. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 กันยายน 2560 จาก <http://www.money.sanook.com>.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาค่าเช่าอาคารสำนักงานเกรดเอ
ในบริเวณพื้นที่กรุงเทพมหานคร
Factors Affecting Rental Rate
of Grade A Office Buildings in Bangkok

สาธินี ดีอุบล¹ และ วรากร ลิขิตอนุภาค²

Satinee Deeubol¹ and Warakorn Liktanupak²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: stnnoey@gmail.com¹, warakorn@ap.tu.ac.th²

บทคัดย่อ

ปัจจุบันความต้องการพื้นที่สำนักงานมีอัตราที่สูงขึ้น ซึ่งส่งผลให้ระดับราคาค่าเช่าของอาคารสำนักงานมีแนวโน้มปรับตัวขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะอาคารสำนักงานเกรดเอ งานวิจัยนี้ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่ออัตราค่าเช่าอาคารสำนักงานเกรดเอ โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีประสบการณ์ในธุรกิจอาคารสำนักงานให้เช่าอย่างน้อย 5 ปี จำนวน 5 ท่าน พบว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาค่าเช่ามากที่สุด เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสะดวกในการใช้อาคารของผู้ใช้งานโดยตรง รองลงมาคือปัจจัยด้านการออกแบบ และปัจจัยด้านการบริหารจัดการอาคารตามลำดับ ผลของงานวิจัยนี้สามารถเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของทั้งผู้เช่าและผู้ลงทุนพัฒนาโครงการอาคารสำนักงานให้เช่าเกรดเอในกรุงเทพมหานครได้

คำสำคัญ: อาคารสำนักงานเกรดเอ อสังหาริมทรัพย์ อัตราค่าเช่า

Abstract

The increasing demand for office space has brought about the continual rising of office rental rate in Bangkok, particularly grade A office. The main objective of this research is to find major factors affecting the office rental rate. The data were collected by interviewing 5 experts in office building business. The research found that location was the most important factor because it could provide the customers with facilities. Next, building design and building management could attract the tenants. Both potential tenants and office building developers can utilize this research finding as information supporting their decision making.

Keywords: Grade A, Office Building, Real Estate, Rental Rate

1. บทนำ

ปัจจุบันความต้องการพื้นที่สำนักงานมีอัตราที่สูงขึ้น เนื่องด้วยบริษัทในประเทศไทยมีการขยายตัว และบริษัทจากต่างประเทศได้ให้ความสนใจเข้ามาลงทุนในประเทศไทยมากขึ้น จะเห็นได้จากการเพิ่มขึ้นของพื้นที่สำนักงานที่มารองรับความต้องการใช้พื้นที่อย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีอีกถึง 1.67 แสนตารางเมตร ที่มีกำหนดแล้วเสร็จในปี 2561 และส่วนมากเป็นอาคารสำนักงานเกรดเอ โดยอัตราการเข้าใช้อาคารสำนักงานเกรดเอเพิ่มขึ้นอย่างมากในปี 2559 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในย่านศูนย์กลางธุรกิจ (Central Business District: CBD) คิดเป็นอัตราร้อยละ 2.5 จากปี 2558 (CBRE Thailand, 2560) โดยพื้นที่ที่กำลังจะกลายเป็นทำเลใหม่ในการพัฒนา ได้แก่ ย่านรัชดา-พระราม 9 ซึ่งจะเป็นเขตศูนย์กลางย่านธุรกิจแห่งใหม่ เพราะมีการเชื่อมต่อถนนหลายเส้นทาง รวมถึงการคมนาคมทางรถไฟฟ้า นอกจากปริมาณสำนักงานใหม่ที่เพิ่มมากขึ้นแล้ว ยังพบว่าราคาเช่าสำนักงานก็มีการปรับตัวให้สูงขึ้นด้วย เนื่องด้วยตลาดอาคารสำนักงานมีพื้นที่ว่างเหลือเช่าน้อยและสำนักงานที่สร้างเสร็จใหม่นั้นยังมีไม่มาก โดยในปี 2559 มีอัตราค่าเช่าเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 13.1 จากปี 2558 โดยในย่านศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) มีค่าเช่าสูงสุดอยู่ที่ 960 บาทต่อตารางเมตร ตามติดมาด้วยพื้นที่นอกย่านศูนย์กลางธุรกิจ (Non-CBD) โดยอยู่ที่ 818 บาทต่อตารางเมตร (Knight frank, 2559) นอกจากนี้ แนวโน้มในอนาคตยังเชื่อว่า ถ้ามีอาคารสำนักงานใหม่เกิดขึ้น อัตราค่าเช่าจะมีโอกาสปรับตัวขึ้นสูงได้ถึง 2,000 บาทต่อตารางเมตรต่อเดือน ด้วยศักยภาพของการขยายตัวของไทยที่จะมีทุนไทยและต่างชาติเข้ามาดำเนินธุรกิจมากขึ้น (GV REIT, 2016)

2. วัตถุประสงค์

เพื่อสามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจทั้งผู้เช่าและผู้ลงทุนพัฒนาโครงการอาคารสำนักงานเกรดเอให้เข้าในกรุงเทพมหานคร และเพื่อทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาเช่าสำนักงานเกรดเอได้

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยมุ่งเน้นถึงการลำดับความสำคัญของตัวแปรที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับอาคารสำนักงานในบริเวณเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยได้ศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

3.1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออัตราการเช่าของสำนักงานย่านนอกเขตของปริญญา ฉันทไกรวัฒน์ ปี พ.ศ. 2548 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราค่าเช่าอาคารสำนักงาน ประกอบด้วย

ปัจจัยด้านการออกแบบ ได้แก่ จำนวนที่จอดรถ จำนวนลิฟต์ พื้นที่ใช้สอยภายในอาคาร ปัจจัยด้านการบริหารอาคาร ได้แก่ ระบบป้องกันอัคคีภัย การดูแลรักษาอาคาร ระบบรักษาความปลอดภัย

3.2 การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออัตราค่าเช่าพื้นที่อาคารสำนักงาน ย่านนอกเขตศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานคร ของ วิษณุ จุลจันทร์ ไกรศรี สว่างศรี และบุญส่ง สายสร้อย ปี 2543 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราค่าเช่าอาคารสำนักงาน ประกอบด้วย

ปัจจัยด้านการออกแบบ ได้แก่ สภาพตัวอาคาร การตกแต่งภายในอาคาร สิ่งอำนวยความสะดวกในอาคาร

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ได้แก่ การเดินทางที่สะดวก ที่ตั้งภายในอาคาร

ปัจจัยด้านอื่น ๆ ได้แก่ พื้นที่ว่างภายในอาคาร สิทธิพิเศษ เงื่อนไขการเช่า

3.3 การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการการบริหารทรัพยากรกายภาพ อาคารสำนักงาน ให้เช่าระดับเอในบริเวณศูนย์กลางเขตธุรกิจกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา อาคารอับดุลรอฮิมของธงชัย ทองมา และประสพชัย พสุนนท์ ปี 2557 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราค่าเช่าอาคารสำนักงานประกอบด้วย

ปัจจัยด้านการออกแบบ ได้แก่ สภาพตัวอาคาร สิ่งอำนวยความสะดวกภายในอาคาร

ปัจจัยด้านการบริหารอาคาร ได้แก่ ระบบรักษาความปลอดภัย ระบบรักษาความสะอาด

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ได้แก่ การเดินทางที่สะดวก

3.4 การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์แบบยั่งยืน กรณีศึกษาอาคารสำนักงานที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน LEED ระดับ Platinum ของคุณธรรม สันติธรรม ปี 2560 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราค่าเช่าอาคารสำนักงาน ประกอบด้วย

ปัจจัยด้านอื่น ๆ ได้แก่ อาคารที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอาคารเขียว (LEED)

3.5 สรุปปัจจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ปัจจัยด้านการออกแบบ ได้แก่ อายุอาคาร สัดส่วนพื้นที่จอดรถต่อพื้นที่เช่า ขนาดพื้นที่เช่า และจำนวนลิฟต์ต่อพื้นที่เช่า

ปัจจัยด้านการบริหารอาคาร ได้แก่ ระบบต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกอาคาร จำนวนร้านค้าและธนาคาร ศูนย์อาหารภายในอาคาร

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ได้แก่ ระยะห่างจากรถไฟฟ้า ระยะห่างจากจุดขึ้น และลงทางด่วน ตำแหน่งชั้นของพื้นที่เช่าภายในอาคาร

ปัจจัยด้านอื่น ๆ ได้แก่ การรับรองมาตรฐานอาคารเขียว (LEED)

4. เปรียบวิธีวิจัย

4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

นำตัวแปรที่ได้จากการสังเคราะห์จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ไปสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน โดยมีคุณสมบัติ คือ เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในธุรกิจอาคารสำนักงานให้เช่า 5 ปีขึ้นไป และเป็นตัวแทนจากองค์กรที่ให้บริการด้านการซื้อขาย หรือให้เช่าอาคารสำนักงาน หรือเป็นตัวแทนจากฝ่ายบริหารอาคารสำนักงานให้เช่า หรือเป็นผู้ประกอบการอาคารสำนักงานให้เช่า

4.2 การวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล

ทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ให้เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยที่เกี่ยวข้องจำนวน 4 ปัจจัยหลัก โดยกำหนดให้ระบุ 1-4 คะแนน คือ มีความสำคัญมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 1 มีความสำคัญเป็นลำดับที่สอง มีค่าเท่ากับ 2 มีความสำคัญเป็นลำดับที่สาม มีค่าเท่ากับ 3 และมีความสำคัญน้อยที่สุด มีค่าเท่ากับ 4 โดยผลสรุปปัจจัยที่มีผลรวมน้อยที่สุด จะเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดตามลำดับ และเพื่อรวบรวมข้อมูล จะนำไปสู่ผลสรุปของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออาคารสำนักงานเกรดเอในบริเวณพื้นที่กรุงเทพมหานคร

5. ผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

จากตารางที่ 1 สรุปผลการสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญสามารถเรียงลำดับความสำคัญได้ดังนี้ อันดับหนึ่งมีผลรวมน้อยที่สุดเท่ากับ 6 หมายถึงผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง อันดับที่สองผลรวมเท่ากับ 9 คือ ปัจจัยด้านการออกแบบ อันดับที่

สามผลรวมเท่ากับ 16 คือ ปัจจัยด้านการบริหารอาคาร และอันดับที่มีผลรวมมากที่สุดเท่ากับ 19 หมายถึงผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญน้อยที่สุดซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านอื่น ๆ

โดยผู้เชี่ยวชาญได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมดังนี้

- อาคารสำนักงานเกรดเอถูกกำหนดให้ต้องมีอายุไม่เกิน 15 ปี แต่ถ้าเป็นอาคารที่มีอายุอาคารเกิน 15 ปี แต่ยังมีการบริหารอาคารที่ดีก็ยังสามารถเป็นอาคารสำนักงานเกรดเอได้

- สัดส่วนพื้นที่จอดรถต่อพื้นที่เช่า บางอาคารที่อยู่ติดสถานีรถไฟฟ้า สัดส่วนพื้นที่จอดรถก็ไม่จำเป็นต้องมีรองรับมากจนเกินไป

- จำนวนร้านค้าและธนาคาร ส่งผลต่อราคาอย่างยิ่ง ถ้ายังทำเลที่ตั้งของอาคารสำนักงานนั้น ๆ อยู่ห่างจากสิ่งอำนวยความสะดวก ร้านค้า และธนาคารจะสามารถเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกให้ทั้งผู้ใช้อาคารและผู้เช่ามาติดต่อบริการได้

- ศูนย์อาหาร มีผลกับราคาไม่มากนัก เนื่องจากอาคารได้รับค่าเช่าจากผู้เช่าพื้นที่ศูนย์อาหารอยู่แล้ว

- ตำแหน่งชั้นของพื้นที่เช่าภายในอาคาร จะส่งผลต่ออาคารที่มีทัศนียภาพโดยรอบที่สวยงาม และถึงแม้จะต่างชั้นกันก็มีราคาที่ไม่แตกต่างกันมากนัก อีกทั้งถ้าเป็นพื้นที่เช่าในเขตศูนย์กลางธุรกิจ ส่วนมากชั้น Low Zone จะมีราคาสูงกว่า แต่ถ้าเป็นอาคารสำนักงานริมแม่น้ำพื้นที่ชั้น High Zone จะมีราคาสูงกว่า

- การรับรองมาตรฐานอาคารเขียว (LEED) ปัจจุบันอาคารสำนักงานใหม่ ๆ ให้ความสำคัญกับมาตรฐานอาคารเขียวทั้งเรื่องการประหยัดพลังงาน การใช้วัสดุ ซึ่งทำให้อาคารสำนักงานนั้นมีจุดเด่นและภาพลักษณ์ที่ดีต่อการเสนอพื้นที่เช่าให้ลูกค้า แต่ขณะเดียวกันอาคารส่วนมากที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอาคารเขียว จะมีผู้เช่าที่เป็นบริษัทจากต่างประเทศให้ความสนใจและให้ความสำคัญมากกว่าบริษัทในประเทศไทย เนื่องจากปัจจุบันมาตรฐานอาคารเขียวยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก

ตารางที่ 1 สรุปผลการสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญ

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 3	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 4	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 5	รวม
ปัจจัยด้านการออกแบบ	2	2	1	2	2	9
ปัจจัยด้านการบริหาร	3	3	3	3	4	16
ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง	1	1	2	1	1	6
ปัจจัยด้านอื่น ๆ	4	4	4	4	3	19

หมายเหตุ 1 = ความสำคัญมากที่สุด

4 = ความสำคัญน้อยที่สุด

6. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาค่าเช่าสำนักงานเกรดเอในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่านถึงลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาค่าเช่าสำนักงานเกรดเอในพื้นที่กรุงเทพมหานครนั้น พบว่า อันดับที่หนึ่ง คือ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง เนื่องจากรูปแบบการใช้งานของอาคารสำนักงานเป็นอาคารที่มีผู้ใช้งานจำนวนมาก ทำเลที่ตั้งจึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสะดวกในการใช้อาคารของผู้ใช้งานโดยตรง และยังส่งผลต่อราคาค่าเช่ามาเป็นอันดับที่หนึ่งอีกด้วย อันดับสอง คือ ปัจจัยด้านการออกแบบ ซึ่งส่วนหนึ่งของปัจจัยนี้ส่งผลต่อความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้งานอาคารโดยตรง รวมถึงยังมีผลต่อการใช้งานในพื้นที่เช่าของผู้เช่าอาคารอีกด้วย อันดับสาม คือ ปัจจัยด้านการบริหารอาคาร เป็นปัจจัยที่ส่งผลอย่างมากต่อผู้ใช้งานอาคารให้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอันดับสี่ คือ ปัจจัยด้านอื่นๆ ได้แก่ การประหยัดพลังงานภายในอาคาร การใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะเป็นภาพลักษณ์ที่ดีต่ออาคารและผู้เช่า

7. การอภิปรายและวิเคราะห์ผลการศึกษา

จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาค่าเช่าสำนักงานเกรดเอในพื้นที่กรุงเทพมหานครนั้น อันดับหนึ่ง คือปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง อันดับสอง คือ ปัจจัยด้านการออกแบบ อันดับที่สาม คือ ปัจจัยด้านการบริหารอาคาร และอันดับที่สี่ คือ ปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น การรับรองมาตรฐานอาคารเขียว

งานวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาค่าเช่าสำนักงานเกรดเอในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ได้

มุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับตลาดอาคารสำนักงานซึ่งกำลังเติบโตขึ้นอย่างมากในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา จะเห็นได้จากการที่อาคารสำนักงานส่วนมากเริ่มขยายตัวออกนอกเขตศูนย์กลางธุรกิจมากขึ้นเรื่อยๆ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งปริมาณของอาคารสำนักงานเกรดเอที่เพิ่มขึ้นด้วย เพราะในอดีตไม่มีอาคารสำนักงานใดที่ทำความสูงฟ้าถึงเพดานสูงถึง 2.70 เมตรเหมือนในปัจจุบัน ส่งผลให้ในปัจจุบันตลาดอาคารสำนักงานนั้นมีราคาค่าเช่าที่สูงขึ้นจากในอดีตอย่างมาก โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาค่าเช่าสำนักงานเกรดเอในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ได้จากงานวิจัยนี้ เมื่อนำไปเทียบกับผลที่ได้จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีตพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาค่าเช่าที่ยังคงเป็นปัจจัยหลักในอดีตก็ยังคงเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่ส่งผลต่อราคาค่าเช่าในปัจจุบัน และยังมีส่วนปัจจัยที่เพิ่มมา โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาค่าเช่ามากที่สุด คือ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งเหมือนกัน และอันดับถัดมา คือ ปัจจัยด้านการออกแบบ และปัจจัยด้านการบริหารอาคารตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่าการเข้าถึงอาคารของผู้ใช้งานอาคารยังคงเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อราคาค่าเช่าอยู่ถึงแม้จะมีปัจจัยด้านอื่นๆเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น รูปแบบอาคาร นวัตกรรมภายในอาคาร เป็นต้น ส่วนของปัจจัยด้านอื่นๆ คือ การรับรองมาตรฐานอาคาร (LEED) ยังเป็นปัจจัยที่ไม่เห็นปรากฏในงานวิจัยในอดีต แต่มีปรากฏในงานปัจจุบันอยู่บ้างไม่มากนัก เนื่องจากการรับรอง LEED เป็นที่นิยมและได้รับความสนใจจากบริษัทต่างชาติ แต่ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักมากนักในประเทศไทย ซึ่งอาคารประหยัดพลังงานที่ได้รับการรับรองด้าน LEED นั้น สามารถส่งเสริมได้ทั้งภาพลักษณ์องค์กรที่เป็นผู้ใช้งานอาคารและยังลดการใช้พลังงานอาคารที่จะส่งผลดีได้ในระยะยาว

รายการอ้างอิง

- คุณธรรม สันติธรรม. (2560). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์แบบยั่งยืน กรณีศึกษาอาคารสำนักงานที่ได้รับรางวัลรับรองมาตรฐาน LEED ระดับ Platinum*. ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยการสภาพแวดล้อมสรรค์สร้าง, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง ม.ธรรมศาสตร์.
- จีวี รีท. (2559) รายงานประจำปี 30 กันยายน 2559. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2559 จาก <http://investor-th.gvreit.com/misc/ar/gvreit-ar2016-th.html>.
- ซีบีอาร์อี ประเทศไทย. (2560) *ข้อมูลอาคารสำนักงานในกรุงเทพมหานคร*. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2560 จาก <http://www.cbre.co.th/th/subservices/Bangkokofficeentlease>.
- ธงชัย ทองมา และประสพชัย พสุนนท์. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการ การบริหารทรัพยากรกายภาพ อาคารสำนักงานให้เข้าระดับเอ ในบริเวณศูนย์กลางเขตธุรกิจ กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาอาคารอับดุลราฮิม. *วารสารวิชาการ Veridian*, 7(2), 14-31.
- ไนท์แฟรงค์ ไทยแลนด์. (2559) *แนวโน้มตลาดสำนักงานในกรุงเทพมหานคร*. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2560 จาก <http://www.knightfrank.co.th/th>.
- ปริญญา ฉันทไกรวัฒน์. (2548). *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออัตราค่าเช่าของสำนักงานย่านอโศก*. วิทยานิพนธ์ สถาปัตยกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิษณุ จุลจันทร์ ไกรศรี สว่างศรี และบุญส่ง สายสร้อย. (2543). *ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออัตราค่าเช่าพื้นที่อาคารสำนักงาน ย่านนอกเขตศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานคร*. งานวิจัยเฉพาะเรื่อง โครงการประกาศนียบัตร-บัณฑิต, การประเมินราคาทรัพย์สิน, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี ม.ธรรมศาสตร์.

ความต้องการใช้ประโยชน์พื้นที่ส่วนกลางภายในอาคารชุดพักอาศัย
ขนาดกลาง กรณีศึกษา โครงการอาคารชุดพักอาศัย อาคารสูง 8 ชั้น
เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร

A Study of Demand for Common Area in Condominiums
Case Study 8 Floors Condominium Estate, Huai Khwang District, Bangkok

ธารทิพย์ แก้วเหลี่ยม¹ และ รศ. จันทนี เพชรานนท์²

Thantip Kaewliam¹ and Assoc. Prof. Jantanee Bejrananda²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

E-mail: tkaewliam@gmail.com¹ , bjantanee@gmail.com²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาความต้องการของผู้ใช้พื้นที่ส่วนกลางอาคารชุดพักอาศัยขนาดกลางเขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร ภายหลังจากการใช้ จำนวน 2 โครงการ ด้วยวิธีการประเมินสภาพแวดล้อมหลังการใช้พื้นที่ Post Occupancy Evaluation (POE) ใช้การสังเกตและเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง กรณีศึกษาที่ 1 แบบแยกพื้นที่ส่วนกลางทุกประเภทและไม่มีสโมสร ได้รับแบบสอบถามตอบกลับ 65 ชุด และกรณีศึกษาที่ 2 แบบรวมในสโมสรและแยกเฉพาะที่จอดรถ สวนหย่อม และสำนักงานนิติบุคคล ได้รับแบบสอบถามตอบกลับ 50 ชุด ผลการศึกษาพบว่า ผู้อยู่อาศัยในอาคารชุดพักอาศัยขนาดกลางที่มีสโมสร มีการใช้ห้องออกกำลังกายมากที่สุด ในระหว่างวันจันทร์-ศุกร์ ช่วงเวลา 18.00 น.- 21.00 น. ส่วนแบบแยกพื้นที่ส่วนกลางและไม่มีสโมสร มีการใช้สระว่ายน้ำในวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 18.00 น.-21.00 น. ทั้งสองกรณีศึกษามีความพึงพอใจต่อพื้นที่ส่วนกลางโดยรวมที่ระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.85 และ 2.68) ในโครงการที่แยกพื้นที่ส่วนกลางพบว่ามีความพึงพอใจต่อพื้นที่ส่วนกลางในระดับปานกลางทุกส่วน ยกเว้นส่วนร้านค้าที่ความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.43) ส่วนในโครงการที่รวมในสโมสร มีความพึงพอใจต่อพื้นที่ส่วนกลางในระดับมากเฉพาะโรงต้อนรับในสโมสร (ค่าเฉลี่ย 4.19) และมีความพึงพอใจต่อพื้นที่ส่วนกลางในระดับน้อยในส่วนที่จอดรถ สวนหย่อม และสระว่ายน้ำ (ค่าเฉลี่ย 2.52, 2.48 และ 2.60) นอกจากนี้ มีพื้นที่ส่วนกลางที่ผู้อยู่อาศัยทั้ง 2 กรณีศึกษาต้องการเพิ่มคือ ในโครงการที่แยกส่วนกลางซึ่งไม่มีห้องออกกำลังกายต้องการพื้นที่ออกกำลังกาย (ร้อยละ 41) และในโครงการที่พื้นที่ส่วนกลางรวมในสโมสร ซึ่งไม่มีร้านค้า ต้องการพื้นที่ขายอาหารและเครื่องดื่ม (ร้อยละ 60) ผลจากการวิจัยนี้ จะนำไปพิจารณาร่วมกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายใน และเสนอแนะแนวทางการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางที่สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้ต่อไป

คำสำคัญ: พื้นที่ส่วนกลางแบบแยกส่วน พื้นที่ส่วนกลางแบบรวมอยู่จุดเดียว อาคารชุดพักอาศัยขนาดกลาง การประเมินสภาพแวดล้อมหลังการเข้าใช้

Abstract

This research studied demand for common area in people who lived in medium-sized condominiums at Huai Khwang district, Bangkok. After settle in both 2 projects and evaluated by the Post Occupancy Evaluation (POE). The researcher collected data with questionnaire and observation from the samples. First case study was separated common area without clubhouse with 65 questionnaires. Second case study was central common area with clubhouse with 50 questionnaires. The results of this study were 1) Resident who lived in medium condominium with clubhouse showed that fitness are the most popular during 6pm.-9pm. on Monday to Friday.2) Resident who live in separated common area and no clubhouse showed that swimming pool are the most popular during 6 pm. – 9 pm. on Saturday to Sunday. Both case studies have mid-averaged for resident satisfaction in common area (mean 2.85 and 2.68). In separated common area showed that most of resident satisfactions were mid-average for all area except shopping area where founded high rate (mean 3.43). In central common area showed high satisfactions in every area especially reception area (mean 4.19) and low satisfaction in car park area, garden and swimming pool (mean 2.52, 2.48 and 2.60).

Keywords: Separated Common Area without Clubhouse, Central Common Area with Clubhouse, Medium-sized Condominiums, Post Occupancy Evaluation

1. ที่มาและความสำคัญ

คนวัยทำงานต้องการความสะดวกรวดเร็วด้านการเดินทาง ทำให้อัตราความต้องการด้านที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดพักอาศัยเพิ่มขึ้น ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ (REIC) ให้ข้อมูลว่าที่ห้องชุดพักอาศัยในกรุงเทพฯและปริมณฑลได้รับความนิยมอันดับ 2 โดยเขตห้วยขวาง-จตุจักร-ดินแดง เปิดขายมากที่สุดเป็นอันดับ 2 (ข่าวสด: ออนไลน์, 2561) กลุ่มผู้ซื้อวัยทำงานเลือกซื้อห้องชุดแบบ 1 ห้องนอน ในระดับราคาปานกลาง (Main Class) ราคาเฉลี่ย 60,000–80,000 บาท ต่อตารางเมตร ราคาขาย 2.01-3 ล้านบาท มากที่สุด (Think of Living, 2554) ทำให้มีการเติบโตมากขึ้นจากปี พ.ศ. 2559 คิดเป็นร้อยละ 8.5, 24.4 และ 49.3 ตามลำดับ(ข่าวสด:

ออนไลน์, 2561) สอดคล้องกับข้อมูลของ Realist Blog(2560)ที่กล่าวว่าเขตห้วยขวางเป็นย่านที่อยู่อาศัยสำหรับคนทำงานเพราะใกล้แหล่งงาน มีรถไฟฟ้าใต้ดินและห้างสรรพสินค้า เชื่อมต่อถนนได้หลายสายและมีค่าเช่าต่อเดือนไม่แพง การพัฒนาอาคารชุดพักอาศัยจะเกิดขึ้นในแนวถนนสายหลักและถนนสายรองในรัศมี 1-2 กิโลเมตร ในงานวิจัยนี้จะศึกษาอาคารชุดพักอาศัย แบบ Low Rise ในถนนสายรองจากการเลือกแบบเจาะจง 2 โครงการ ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ โดยจะดูจากพื้นที่ส่วนกลางที่สอดคล้องกับหลักการเลือกซื้อห้องชุดพักอาศัย คือ 1.ความปลอดภัยทั้งในด้านเพลิงไหม้ แผ่นดินไหว ไฟดับและอาชญากรรม 2.ความหนาแน่นคือสัดส่วนการใช้พื้นที่ร่วมกับ (Think of Living, 2558) เพื่อ

ศึกษาความต้องการของผู้อยู่อาศัยจากลักษณะทางกายภาพภายในที่ตอบสนองต่อกิจกรรมและพฤติกรรมด้วยการประเมินสภาพแวดล้อมหลังการเข้าใช้งาน Post Occupancy Evaluation (POE)

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อหาความต้องการใช้พื้นที่ส่วนกลางของผู้อยู่อาศัยในอาคารชุดพักอาศัย
2. เพื่อศึกษากิจกรรมและพฤติกรรมของผู้ใช้พื้นที่ส่วนกลางของผู้อยู่อาศัยในอาคารชุดพักอาศัย
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางที่สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้

3. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

3.1 ความหมายและคำสำคัญ

จากพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. 2522 และราชกิจจานุเบกษา (2522) ได้นิยามว่า พื้นที่ส่วนกลาง หมายถึง พื้นที่ใช้สอยอันมีทรัพย์สินส่วนกลางเป็นองค์ประกอบหลัก ผู้อยู่อาศัยสามารถใช้ประโยชน์พื้นที่ดังกล่าวได้ (นิรินทร์ สกุลคณานุวัฒน์, 2526) ซึ่งงานวิจัยนี้เกี่ยวข้องกับ 1. ที่ดินที่มีไว้ใช้หรือเพื่อประโยชน์ร่วมกัน คือ สวนนั่งเล่น ภูมิทัศน์ และที่จอดรถ 2. อาคารหรือส่วนของอาคารและเครื่องอุปกรณ์ที่มีไว้เพื่อใช้ประโยชน์ร่วมกันคือโถงพักคอย ตู้จดหมาย โถงลิฟต์ โถงต้อนรับ ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ สำนักงานนิติบุคคล และอื่น ๆ

3.2 การออกแบบอาคารชุดและพื้นที่ส่วนกลาง

การออกแบบอาคารชุดพักอาศัยระดับปานกลาง ซึ่งขึ้นอยู่กับการวิจัยที่มีอิทธิพล จาก

มากไปน้อย คือ 1.งบประมาณของโครงการ 2.คุณลักษณะทางสถาปัตยกรรมที่มีผลต่อราคาขายห้องชุด จะพิจารณาจากทำเลที่ตั้ง การเข้าถึงคุณภาพห้องชุด พื้นที่ส่วนกลาง สภาพแวดล้อม และการบริหารจัดการ ซึ่งพื้นที่ใช้สอยภายในจะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ห้องชุด และส่วนที่ 2 พื้นที่ส่วนกลาง สุรพิชญ์ ศรีนนท์ (2553) ได้กล่าวว่าพื้นที่ส่วนกลางโครงการขนาดเล็กประกอบด้วย สวนร่มรื่น โถงต้อนรับที่เป็นเพียงพื้นที่ผ่านเข้า-ออก ห้องออกกำลังกายตกแต่งด้วยวัสดุเรียบง่ายโทนสีขาวหรืออบอุ่น สระว่ายน้ำที่มีการใช้สอยน้อยที่สุดลิฟต์โดยสารขนาดบรรจุ 6-11 คนภายในตามมาตรฐาน 1 ตัว ทางเดินภายในอาคารควรมีขนาด 1.50-1.55 เมตร พื้นที่อื่น ๆ เช่น บริการซักรีด 1 ห้อง ร้านอาหาร หรือขายสินค้าไม่เกิน 2 ห้อง

3.3 ทฤษฎีการรับรู้และการวัดค่าความพึงพอใจ

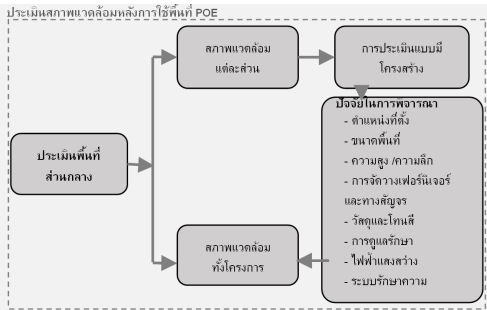
จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องของ วิลลิสท์ หรยางกูร (2541) หลุย จำปาเทศ (2533) นราร ทรายเส็ง (2560) และชาติ มธุรการ (2557) สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึงการให้ค่าความรู้สึกเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพแสดงในรูปพฤติกรรม ที่สะท้อนออกมาได้ 2 รูปแบบ คือ พฤติกรรมที่สังเกตเห็นได้ (overt behavior) และพฤติกรรมที่ไม่สามารถมองเห็นได้ (covert behavior) พิจารณาพฤติกรรมจากการกระทำของบุคคลในทุกขณะ โดยใช้เครื่องมือคือแบบสอบถามวัดระดับความพึงพอใจตามปัจจัยศึกษา ผู้วิจัยใช้การกำหนดค่าความพึงพอใจตามหลักเกณฑ์ของ Best (1977) ดังนี้ (1) ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด (2) ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจน้อย (3)

ความต้องการใช้ประโยชน์พื้นที่ส่วนกลางภายในอาคารชุดพักอาศัยขนาดกลาง
กรณีศึกษา โครงการอาคารชุดพักอาศัย อาคารสูง 8 ชั้น เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร
ธารทิพย์ แก้วเหลี่ยม และ รศ. จันทน์ เพชรานนท์

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึงมีระดับความพึงพอใจปานกลาง (4) ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจมาก (5) ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึงมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจอยู่ในช่วงระดับเดียวกันจะถือว่ามึระดับความสัมพันธ์เท่ากัน

3.4 การประเมินสภาพแวดล้อมหลังการใช้พื้นที่ Post Occupancy Evaluation (POE)

การประเมินสภาพแวดล้อมหลังการเข้าใช้จะประเมินพื้นที่ส่วนที่ใช้งาน (function) และองค์ประกอบโดยรอบอาคาร (built enviroment) เป็นหลัก (ปัญญพงศ์ นาคะบุตร, 2553) การศึกษานี้ผู้วิจัยได้รวบรวมปัจจัยที่ใช้ในการประเมินพื้นที่ส่วนกลาง ได้ 9 ประการ ตามรูปที่ 1



(ที่มา: ผู้วิจัย)

รูปที่ 1 ปัจจัยในการประเมินพื้นที่ส่วนกลาง

4. การดำเนินการวิจัย

รายละเอียดของกรณีศึกษาทั้ง 2 โครงการจากการเลือกแบบเจาะจงโครงการที่เข้าถึงข้อมูลได้ มีความแตกต่างกันเรื่องกรวางผังพื้นที่ส่วนกลาง ได้แก่ กรณีศึกษาที่ 1 แบบแยกพื้นที่ส่วนกลางทุกประเภท และกรณีศึกษาที่ 2 แบบรวมพื้นที่ส่วนกลางในอาคารสโมสรเป็นหลัก ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รายละเอียดกรณีศึกษา 2 โครงการ

แยกพื้นที่ส่วนกลาง	รวมพื้นที่ส่วนกลาง
 ที่มา: Homenayoo(2556), สืบค้น 3 มีนาคม 2561	 ที่มา: Think of Living(2558), สืบค้น 3 มีนาคม 2561
ชื่อโครงการ: A Space Play รัชดา-สุทธิสาร	ชื่อโครงการ: The Privacy รัชดา-สุทธิสาร
เจ้าของโครงการ: บริษัท อารีรา พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	เจ้าของโครงการ: บริษัท พกฤษา เรยลเอสเตส จำกัด (มหาชน)
ปีที่สร้างแล้วเสร็จ: พ.ศ.2552	ปีที่สร้างแล้วเสร็จ: พ.ศ.2557
ขนาดที่ดิน: 4 ไร่ 3 งาน 34.8 ตารางวา	ขนาดที่ดิน: 3 ไร่ 46 ตารางวา
รายละเอียด: อาคารพักอาศัยสูง 8 ชั้น 3 อาคาร, อาคารจอดรถสูง 9 ชั้น 1 อาคาร	รายละเอียด: อาคารพักอาศัยสูง 8 ชั้น 3 อาคาร, อาคารสโมสรสูง 2 ชั้น 1 อาคาร
สัดส่วนห้องชุด: ห้องชุด 499 ห้อง แบ่งเป็น Studio 1 ห้องนอน และ 2 ห้องนอน	สัดส่วนห้องชุด: ห้องชุด 199 ห้อง แบ่งเป็น ห้อง 1 ห้องนอน และ 2 ห้องนอน
ค่าส่วนกลาง: 35 บาท/ตร.ม.	ค่าส่วนกลาง: 42 บาท/ตร.ม.
ราคาขายเฉลี่ย: 59,675 บาท/ตร.ม.	ราคาขายเฉลี่ย: 90,000 บาท/ตร.ม.
ระดับราคา: Main Class	ระดับราคา: Main Class

(ที่มา: ผู้วิจัย)

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือเจ้าของห้องชุดและอยู่อาศัยในโครงการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ D. W. Morgan ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคาดเคลื่อนร้อยละ ± 5 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง แยกพื้นที่ส่วนกลางห้องชุด 499 ห้อง จำนวน 217 ตัวอย่าง เบื้องต้นเก็บข้อมูลแบบสอบถามได้ 65 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 30 แบบ รวมพื้นที่ส่วนกลาง ห้องชุด 199 ห้อง จำนวน 132 ตัวอย่าง เบื้องต้นเก็บแบบสอบถามได้ 50 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 38 โดยใช้แบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นจาก 2 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 โดยการสำรวจภาคสนามและการสังเกต ด้วยการถ่ายภาพและสัมภาษณ์แบบ

มีโครงสร้างกับเจ้าหน้าที่นิเทศและศึกษา
ปัจจัยในการประเมินผลจากรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
สร้างแบบสอบถามมีความยาว 2 หน้า ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการอยู่อาศัยคือ รูปแบบห้องชุด จำนวนและ
ช่วงวัยผู้อยู่อาศัย ความถี่ในการเข้าใช้พื้นที่ส่วน
กลาง และความต้องการอื่นๆ ส่วนที่ 2 ความ
พึงพอใจต่อพื้นที่ส่วนกลางภาพรวมและความ
พึงพอใจต่อพื้นที่ตามปัจจัยที่ใช้ในการประเมิน
พื้นที่ส่วนกลาง ส่วนที่ 3 ข้อมูลส่วนบุคคล

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามโดย
การสร้างแรงจูงใจและจัดทำแบบสอบถาม
ออนไลน์ โดยใช้ Google Form ระหว่างวันที่ 2-7
เมษายน 2561 และนำผลที่ได้จากแบบสอบถาม
นำมาประมวลผลทางสถิติ ใช้การแจกแจงความถี่
ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้
สถิติพรรณนาวิเคราะห์ผล เพื่อบรรยายลักษณะ
ของข้อมูลและใช้ตารางในการนำเสนอข้อมูล

5. ผลการศึกษาเบื้องต้น



5.1 ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ส่วนกลาง

ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ส่วนกลาง
วิเคราะห์ข้อดีข้อเสียได้ผลดังนี้ (ตารางที่ 2)

5.2 ข้อมูลผู้ใช้พื้นที่ส่วนกลาง

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้ใช้จากแบบสอบถาม
สามารถสรุปได้ดังนี้ แบบแยกพื้นที่ส่วนกลาง พบ
ว่าผู้ใช้ส่วนใหญ่อยู่ในห้องพักแบบ Studio และ
แบบ 1 ห้องนอน (ร้อยละ 48 และ 40) เป็นเพศ
หญิงร้อยละ 61 และเพศชายร้อยละ 39 อาศัย
อยู่คนเดียวร้อยละ 49 อาศัยอยู่ 2 คน ร้อยละ 35
เป็นวัยทำงานร้อยละ 88 ระดับการศึกษาปริญญาตรี
ร้อยละ 78 ส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน ร้อยละ

ตารางที่ 2 ลักษณะทางกายภาพพื้นที่ส่วนกลาง

แยกพื้นที่ส่วนกลาง	รวมพื้นที่ส่วนกลาง
	
ข้อดี	ข้อดี
แนวความคิดของโครงการ สร้างพื้นที่ใช้สอยโดยใช้ คำว่า "Play" พื้นที่ส่วนกลาง ประกอบด้วย โถงต้อนรับ เพดานสูง ใช้ทางเดินเป็นเส้น ตรงเชื่อมทุกส่วนเข้าด้วยกัน มีสระว่ายน้ำ 2 จุด แทกรไ้ ระหว่างอาคาร สร้างมุมมอง ที่สวยงาม แยกอาคารจอดรถ สำนักงานนิติบุคคลอยู่จุด เดียว และร้านค้าอยู่ด้านหน้า	แนวความคิดของโครงการ สร้างพื้นที่ใช้สอยโดยใช้คำว่า "The Privacy" รวมพื้นที่ส่วน กลางหลักเป็นอาคารลิโม่สร ประกอบด้วยสระว่ายน้ำ Fitness โถงพักคอย ชานชา และแต่ละ อาคารมีโถงต้อนรับ mail box ลิฟต์ บันได และที่จอดรถ แยกเป็นสัดส่วนเฉพาะ ส่วน สำนักงานนิติบุคคลจะตั้งอยู่จุด เดียวคืออาคารด้านหน้า
ข้อเสีย	ข้อเสีย
1.อาคารจอดรถขาดการเชื่อมต่อ และทางเชื่อมอาคารบางจุดขาดหลังคา 2.การใช้สระว่ายน้ำต้องควบคุมเรื่องเสียงไม่ให้รบกวนผู้อื่น 3.ทางเดินหลักและส่วนห้องพักชั้น 1 ไม่มีกันชนส่วนใช้งาน ไม่ปลอดภัย 4.พื้นที่ส่วนกลางขาดห้อง Fitness 5.การตกแต่งทางเป็นพื้นที่ Semi-Outdoor ต้องใช้วัสดุที่ทนแดด-ฝน และความชื้น	1.ทางเข้า-ออกหลักมี 2 ทาง ไม่ปลอดภัย ขาดจุดรับ-ส่งคนและทางเท้า 3.ไม่มีการควบคุมการใช้งานห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำอยู่ติดต้นไม้ใหญ่ต้องทำความสะอาดและเช็ดคุณภาพน้ำ 4.การวางเฟอร์นิเจอร์ส่วนพักคอยต้องรองรับการใช้งานคนมากกว่า 1 กลุ่ม 5.ตำแหน่งห้องออกกำลังกายตั้งอยู่ใกล้หม้อแปลงไฟ ทำให้เกิดไฟฟ้าสถิต 6.สำนักงานนิติใช้งานไม่เพียงพอ

(ที่มา: ผู้วิจัย)

46 แบบรวมพื้นที่ส่วนกลาง พบว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่
อยู่ห้องแบบ 1 ห้องนอน ร้อยละ 80 และ 2 ห้อง
นอน ร้อยละ 20 เป็น เพศหญิง ร้อยละ 78 และ
เพศชาย ร้อยละ 22 อาศัยอยู่คนเดียวร้อยละ 64
อาศัยอยู่ 2 คน ร้อยละ 30 เป็นวัยทำงานร้อยละ
96 ระดับการศึกษาปริญญาตรีร้อยละ 78 ส่วน
ใหญ่เป็นพนักงานเอกชนร้อยละ 62 (ตารางที่ 3)

ความต้องการใช้ประโยชน์พื้นที่ส่วนกลางภายในอาคารชุดพักอาศัยขนาดกลาง
กรณีศึกษา โครงการอาคารชุดพักอาศัย อาคารสูง 8 ชั้น เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร
ธารทิพย์ แก้วเหลี่ยม และ รศ. จันทนี เพชรานนท์

ตารางที่ 3 ข้อมูลผู้ใช้พื้นที่ส่วนกลาง

แยกพื้นที่ส่วนกลาง			รวมพื้นที่ส่วนกลาง		
ตัวแปร	ความถี่	ร้อยละ	ตัวแปร	ความถี่	ร้อยละ
รูปแบบห้องพัก n = 65			รูปแบบห้องพัก n = 50		
Studio	31	48			
1Bedroom	26	40	1Bedroom	40	80
2Bedroom	8	12	2Bedroom	12	20
จำนวนผู้อยู่อาศัย n = 65			จำนวนผู้อยู่อาศัย n = 50		
1 คน	30	49	1 คน	32	64
2 คน	23	35	2 คน	15	30
3 คน	5	8	3 คน	3	6
ช่วงวัยผู้อยู่อาศัย n = 65			ช่วงวัยผู้อยู่อาศัย n = 50		
เด็กแรกเกิดถึง 6 ปี	-	-	เด็กแรกเกิดถึง 6 ปี	3	6
นักเรียน/นักศึกษา	8	12	นักเรียน/นักศึกษา	-	-
วัยทำงาน	58	88	วัยทำงาน	47	96
ผู้สูงอายุ	-	-	ผู้สูงอายุ	-	-
เพศ n = 65			เพศ n = 50		
ชาย	25	39	ชาย	10	22
หญิง	40	61	หญิง	39	78
ระดับการศึกษา n = 65			ระดับการศึกษา n = 50		
ปริญญาตรี	51	78	ปริญญาตรี	39	78
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	14	22	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	10	22
อาชีพ n = 65			อาชีพ n = 50		
รับราชการ	10	15	รับราชการ	7	14
รัฐวิสาหกิจ	6	9	รัฐวิสาหกิจ	12	24
พนักงานเอกชน	30	46	พนักงานเอกชน	31	62

(ที่มา: ผู้วิจัย)

5.3 ความต้องการใช้พื้นที่ส่วนกลาง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ความต้องการใช้งานพื้นที่ส่วนกลาง

แยกพื้นที่ส่วนกลาง			รวมพื้นที่ส่วนกลาง		
ตัวแปร	ความถี่	ร้อยละ	ตัวแปร	ความถี่	ร้อยละ
พื้นที่ที่มีความถี่ในการใช้งาน n = 65			พื้นที่ที่มีความถี่ในการใช้งาน n = 50		
ส่วนพักผ่อน	10	15	ส่วนพักผ่อน	-	-
ทางวิ่ง	14	22	Fitness	22	44
สระว่ายน้ำ	20	31	สระว่ายน้ำ	-	-
ที่นั่งพักผ่อนนอก	8	12	โถงต้อนรับ	14	28
ร้านค้า	13	20	สนามหญ้า	14	28
วันที่ใช้งาน n = 58			วันที่ใช้งาน n = 50		
จันทร์-ศุกร์	12	18	จันทร์-ศุกร์	26	52
เสาร์-อาทิตย์	53	82	เสาร์-อาทิตย์	24	48
ช่วงเวลาที่ใช้ n = 65			ช่วงเวลาที่ใช้ n = 50		
06.00น.-12.59น.	10	15	06.00น.-12.59น.	-	-
13.00น.-17.59น.	23	35	13.00น.-17.59น.	25	50
18.00น.-20.59น.	32	50	18.00น.-20.59น.	25	50
ความต้องการเพิ่มเติม n = 65			ความต้องการเพิ่มเติม n = 50		
สุขภาพ/ออกกำลังกาย	27	41	สุขภาพ/ออกกำลังกาย	6	16
อาหาร/เครื่องดื่ม	7	11	อาหาร/เครื่องดื่ม	30	60
ความงาม	11	17	ความงาม	4	8
พื้นที่ทำงาน	20	31	พื้นที่ทำงาน	7	14
สนามเด็กเล่น	-	-	สนามเด็กเล่น	3	6

(ที่มา: ผู้วิจัย)

โครงการแบบแยกพื้นที่ส่วนกลาง พบว่าพื้นที่ส่วนกลางที่มีความถี่ในการใช้งานมากที่สุดคือ สระว่ายน้ำ ร้อยละ 31 ใช้งานมากที่สุดในวันเสาร์และอาทิตย์ ร้อยละ 82 เวลา 18.00 น. - 22.00 น. ร้อยละ 50 พื้นที่ส่วนกลางที่มีความต้องการเพิ่มเติมคือพื้นที่สุขภาพและออกกำลังกาย ร้อยละ 41 และพื้นที่ส่วนทำงาน ร้อยละ 31 โครงการแบบรวมพื้นที่ส่วนกลาง พื้นที่ส่วนกลาง

ที่มีความถี่ในการใช้งานมากที่สุดคือห้องออกกำลังกาย ร้อยละ 44 ในระหว่างวันจันทร์-ศุกร์ ร้อยละ 52 ช่วงเวลาบ่ายและค่ำเท่ากัน ร้อยละ 50 พื้นที่ส่วนกลางที่ต้องการเพิ่ม คือ พื้นที่ขายอาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 60 (ตารางที่ 4)

5.4 ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้พื้นที่ส่วนกลาง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามสามารถสรุปปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้พื้นที่ส่วนกลางได้ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้พื้นที่ส่วนกลาง

รูปแบบ	แยกพื้นที่ส่วนกลาง			รวมพื้นที่ส่วนกลาง		
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความพึงพอใจ
พื้นที่ส่วนกลางโดยรวม	2.85	0.712	ปานกลาง	2.68	0.741	ปานกลาง
สำนักงานนิติบุคคล	2.89	0.850	ปานกลาง	3.00	0.943	ปานกลาง
ที่จอดรถ	3.27	0.793	ปานกลาง	2.52	0.879	น้อย
ที่นั่งภายนอกอาคาร	2.98	0.625	ปานกลาง	2.48	0.906	น้อย
ทางเดินเชื่อมระหว่างอาคาร	3.38	0.930	ปานกลาง	2.52	0.886	น้อย
โถงต้อนรับหลัก	3.29	0.861	ปานกลาง	4.19	0.763	มาก
ส่วนพักคอยในอาคารพักอาศัย	-	-	-	3.02	0.869	ปานกลาง
สระว่ายน้ำ	3.00	1.016	ปานกลาง	2.60	0.961	น้อย
ห้องออกกำลังกาย	-	-	-	2.88	0.991	ปานกลาง
ห้องซาวน่า	-	-	-	2.78	0.866	ปานกลาง
ร้านค้า	3.43	0.749	มาก	-	-	-

(ที่มา: ผู้วิจัย)

โครงการแบบแยกพื้นที่ส่วนกลางพบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจต่อพื้นที่ส่วนกลางโดยรวมระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.85) โดยพื้นที่ส่วนกลางที่มีความพึงพอใจระดับมากคือร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 3.43) เพราะตำแหน่งที่ตั้งอยู่ด้านหน้ารองลงมาคือโถงต้อนรับที่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) เพราะตำแหน่งอยู่ด้านหน้าและการออกแบบภายใน โครงการแบบรวมพื้นที่ส่วนกลาง พบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจต่อพื้นที่ส่วนกลางโดยรวมระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.68) โดยพื้นที่ส่วนกลางที่มีความพึงพอใจระดับมาก คือ โถงต้อนรับในสโมสร (ค่าเฉลี่ย 4.19) เพราะสถานที่ตั้งอยู่ด้านหน้า และการออกแบบภายในแต่ผู้ใช้มีความพึงพอใจระดับน้อยกับสระว่ายน้ำ (ค่าเฉลี่ย 2.60) เพราะมีขนาดเล็กและมีความพึงพอใจที่จืดจางระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.52) เพราะความปลอดภัย และความหนาแน่น (ตารางที่ 5)

6. อภิปรายผลการศึกษา

ผลการศึกษาความต้องการใช้ประโยชน์พื้นที่ส่วนกลางภายในอาคารชุดพักอาศัยขนาดกลาง แบบ Low Rise ในเขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานครสามารถสรุปได้ดังนี้ ในห้องพักมีผู้อยู่อาศัยส่วนใหญ่เฉลี่ย จำนวน 1-2 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อาชีพพนักงานเอกชน อยู่ในห้องแบบ 1 ห้องนอน และ Studio เป็นหลัก พื้นที่ส่วนกลางที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้คือ โถงต้อนรับ ห้องออกกำลังกาย ร้านค้า และสระว่ายน้ำ โดยการแยกส่วน หรือรวมพื้นที่ส่วนกลางไม่มีความแตกต่างต่อความพึงพอใจสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรพิชญ์ ศรีรินทร์ (2553) แต่โถงต้อนรับถูกใช้เพื่อการนั่งพักคอย และพักผ่อนมากไม่ใช่แค่ทางผ่าน และสระว่ายน้ำน้ำ

ความต้องการใช้ประโยชน์พื้นที่ส่วนกลางภายในอาคารชุดพักอาศัยขนาดกลาง
กรณีศึกษา โครงการอาคารชุดพักอาศัย อาคารสูง 8 ชั้น เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร
ธารทิพย์ แก้วเหลี่ยม และ รศ. จันทน์ เพชรานนท์

มีความถี่ในการใช้งานช่วงเสาร์-อาทิตย์มาก ซึ่งแตกต่างกับผลวิจัยของ สุรพิชญ์ ศรีนนท์ (2553) นอกจากนี้พบว่า ตำแหน่งของโรงพักคอยควรอยู่ทางด้านหน้าทางเข้าโครงการ ซึ่งผลจากการวิจัยต่อไปเมื่อมีจำนวนข้อมูลเพิ่มขึ้นจะนำมาพิจารณารายละเอียดของสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายใน เพื่อเป็นข้อเสนอแนะได้ชัดเจนมากขึ้น

7. ข้อจำกัดในการศึกษา

ในการศึกษานี้ผู้วิจัยมีข้อจำกัดเรื่องเวลาทำให้เครื่องมือที่ใช้ยังพบข้อบกพร่องคือขาดการศึกษาความถี่ในการใช้งานพื้นที่ส่วนกลางแต่ละส่วนและการลงพื้นที่เก็บข้อมูลประสบปัญหาเรื่องการประสานงาน เนื่องจาก เป็นอาคารชุดพักอาศัยที่มีการอยู่อาศัยแล้วจึงมีลำดับขั้นตอนและใช้ระยะเวลาในการดำเนินการเก็บข้อมูลจึงต้องทำในระยะเวลาที่จำกัดเพื่อไม่เป็นการรบกวนผู้อยู่อาศัยเป็นผลให้งานวิจัยนี้ยังไม่สมบูรณ์

รายการอ้างอิง

ข่าวสด. (2561). *ศูนย์ข้อมูลลสิ่งหาริมทรัพย์ชี้ตลาดที่อยู่อาศัยยังโตต่อเนื่อง*. สืบค้นเมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2561, จาก https://khaosod.co.th/economics/new_816281.

ชาลี มธุรการ. (2547). การประเมินประสิทธิภาพสภาพแวดล้อมภายในอาคารอยู่อาศัยรวมอพาร์ทเมนท์หลังการเข้าครองพื้นที่, *วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล*, 2547, 143.

นราธร สายเส็ง. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านมุมมองเชิงภูมิศาสตร์ กรณีศึกษา นิสิตสาขาวิชาสังคมศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. *วารสารวิชาการสังคมศาสตร์และศิลปะมหาวิทยาลัยศิลปากร*, (1), 620.

นรินทร์ สกุลคลานวัฒน์ และคณะ. (2526). *คอนโดมิเนียม พระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. 2522 ราชกิจจานุเบกษา (2522)*, กรุงเทพฯ: การเคหะแห่งชาติ.

ปัญญาพงศ์ นาคะบุตร. (2553). *การประเมินการใช้พื้นที่อาคาร กรณีศึกษาอาคารเรียนคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยศิลปากร*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วิมลสิทธิ์ ทรายงกูร. (2549). *พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม (พิมพ์ครั้งที่ 5)*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุรพิชญ์ ศรีนนท์. (2553). *การออกแบบพื้นที่ส่วนกลางอาคารชุดพักอาศัยระดับปานกลางใกล้รถไฟฟ้าขนส่งมวลชน ย่านลาดพร้าว-รัชดาภิเษก*. วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

หลุย จำปาเทศ. (2533). *จิตวิทยาการุงใจ*. กรุงเทพฯ: สามัคคีสาสน์.

Best, J. W. (1977). *Research in education*. 3rd ed. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, Inc.

Realist. (2560). *ห้วยขวาง HUB ที่อยู่อาศัยของคนออฟฟิศ*, สืบค้นเมื่อ 14 เมษายน 2561, จาก <http://www.realist.co.th/blog/คอนโดห้วยขวาง/>.

Think of Living. (2561). ตลาดคอนโดปี 2561
แรงต่อเนื่องคอนโดระดับกลางบนปิดการ
ขายเร็ว. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 เมษายน 2561,
จาก <https://thinkofliving.com/>.

Think of Living. (2561). ประเภท Segment ของ
คอนโดมิเนียมและบ้านแนวราบกับการรีวิ
เจาะลึก. สืบค้นเมื่อวันที่ 14 เมษายน 2561,
จาก https://thinkofliving.com.

ทัศนคติของผู้ออกแบบต่อองค์ประกอบทางภูมิสถาปัตยกรรมในบ้าน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในหมู่บ้านจัดสรร

Designers' Attitudes to House Landscape Elements Affecting Buying Decisions of Houses in Housing Projects

นริศชา วาณิชวาทัญญู¹ และ ผศ.ดร. กองกoon โตชัยวัฒน์²

Narissa Wanichwatunyou¹ and Asst. Prof. Kongkoon Tochaiwat, Ph.D.²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: narissazin@gmail.com¹, Kongkoon@gmail.com²

บทคัดย่อ

องค์ประกอบพื้นที่สวนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการหมู่บ้านจัดสรรในกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้ (1) วิเคราะห์ลักษณะและรูปแบบขององค์ประกอบสวนในบ้าน และการให้ความสำคัญขององค์ประกอบที่กล่าวถึงในวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (2) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้ประกอบการหรือผู้ออกแบบที่มีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบขององค์ประกอบทางภูมิสถาปัตยกรรมในบ้านในโครงการอสังหาริมทรัพย์ จำนวน 5 ท่าน และ (3) นำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยการหาความสัมพันธ์ของปัจจัยและการวิเคราะห์เนื้อหา ผลจากการวิจัยพบว่า การให้ความสำคัญขององค์ประกอบหลัก ๆ จะมีความสัมพันธ์กับระดับราคาประมาณและแนวคิดหลักของโครงการ รวมทั้งขนาดพื้นที่สวนก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่เข้ามาเกี่ยวข้องโดยทั้งหมดจะเป็นตัวกำหนดลักษณะขององค์ประกอบพื้นที่สวนในบ้าน ซึ่งนักพัฒนาหรือผู้ออกแบบโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยวสามารถนำผลวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบพื้นที่สวนในบ้านและการกำหนดรูปแบบและองค์ประกอบในพื้นที่สวนเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของลูกค้าได้

คำสำคัญ: ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ ภูมิสถาปัตยกรรมในบ้าน โครงการหมู่บ้านจัดสรร

Abstract

House landscape elements have effects on the decisions to buy single-detached houses in housing projects in Bangkok. The research was done by: (1) Analyzing the characteristics and patterns of house landscape elements mentioned in literatures. (2) The data were collected by interviews of five developers or designers who have experience in determining house landscape elements in housing project. (3) Analyzing the data by Content Analysis. The research results found that the importance of main components would be related to price level, main idea of project, and space area. These factors determine the characteristic of landscape elements in house. The developers and designers of single-detached house project can use the research

findings in determining or designing house landscape in order to stimulate the decision to buy of their customers.

Keyword: Priority to Decision to Buy, House Landscape, Housing Project

1. บทนำ

ที่อยู่อาศัยเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการดำรงชีวิต สภาพแวดล้อมของที่อยู่อาศัยก็มีความสัมพันธ์กับชีวิตมนุษย์เป็นอย่างมากเช่นเดียวกัน การมีสภาพแวดล้อมที่ดีเหมาะสมต่อการอยู่อาศัยจะช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตและคุณภาพจิตใจแก่ผู้อยู่อาศัย (เซวาร์ เพ็ชรราช, 2554) จากแนวโน้มประชากรที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เติบโตขึ้น การพัฒนาโครงการเพื่อรองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้นเป็นสิ่งสำคัญในปัจจุบันซึ่งรูปแบบของการพัฒนามีความแตกต่างกันไปในแต่ละโครงการ (ชัยวัฒน์ รัตนพงษ์ และคณะ, 2559, น. 59) โดยเฉพาะความต้องการด้านสิ่งแวดล้อมของที่อยู่อาศัย ปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมในบ้าน การออกแบบและจัดองค์ประกอบทางภูมิสถาปัตยกรรมของพื้นที่สวนในบ้านจึงเป็นสิ่งหนึ่งในปัจจุบันที่ผู้ประกอบการหันมาให้ความสำคัญมากขึ้น การจัดองค์ประกอบที่เหมาะสมและการสร้างรูปแบบที่หลากหลายให้แก่ผู้บริโภค ให้เป็นที่น่าสนใจต่อการอยู่อาศัยและตอบสนองความต้องการทั้งทางด้านความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยสามารถสร้างเป็นจุดขายและดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคให้แก่โครงการได้ โดยองค์ประกอบของสวนในบ้านนั้นสามารถระบุเป็นกลุ่มใหญ่ประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นผิวแข็ง (hardscape) และพื้นผิวอ่อน (softscape) (SCG Experience, 2559) ซึ่งมีมากมายและหลายรูปแบบการให้ความสำคัญของแต่ละองค์ประกอบ

นั้นจึงอยู่บนพื้นฐานของความต้องการของผู้อยู่อาศัย

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาทัศนคติของผู้ออกแบบที่มีต่อองค์ประกอบทางภูมิสถาปัตยกรรมในบ้านที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับผู้ออกแบบหรือผู้ประกอบการเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบและทำความเข้าใจพื้นฐานต่อปัจจัยที่มีผลต่อการออกแบบพื้นที่สวนในบ้านและการกำหนดรูปแบบและองค์ประกอบในพื้นที่สวนเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของลูกค้าต่อไป

2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการที่มีต่อองค์ประกอบทางภูมิสถาปัตยกรรมในพื้นที่สวนในบ้านประเภทโครงการบ้านเดี่ยว ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3. ขอบเขตการศึกษา

3.1 ศึกษาแนวทางการออกแบบพื้นที่สวนบริเวณบ้านของโครงการหมู่บ้านจัดสรร ประเภทบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3.2 ศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการต่อองค์ประกอบทางภูมิสถาปัตยกรรมของพื้นที่สวนบริเวณบ้านทั้งองค์ประกอบพื้นผิวแข็ง (hardscape) และพื้นผิวอ่อน (softscape)

4. วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหรือผู้ออกแบบที่ทำงานในบริษัทอสังหาริมทรัพย์และมีส่วนร่วมในการพัฒนาโครงการบ้านเดี่ยวอย่างน้อย 5 ปี ในระดับราคาโครงการ 10.00 ล้านบาทขึ้นไป รวมทั้งสามารถตัดสินใจในการเลือกองค์ประกอบพื้นที่สวนบริเวณบ้านของโครงการจำนวน 5 ท่านจาก 5 บริษัทโดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อหาความสัมพันธ์ของปัจจัย อภิปรายผล และนำเสนอเพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางในการเลือกองค์ประกอบและแนวคิดในการออกแบบสวนบริเวณบ้านโครงการบ้านเดี่ยวในมุมมองของผู้ออกแบบ

5. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องของผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดในการเลือกที่อยู่อาศัยของบุคคลหลักการออกแบบภูมิทัศน์และการแบ่งพื้นที่สวนในบ้าน ซึ่งการศึกษาวรรณกรรมข้างต้นมีความสัมพันธ์กันและนำไปสู่การศึกษาอิทธิพลขององค์ประกอบทางภูมิสถาปัตยกรรมของพื้นที่สวนในบ้านโครงการบ้านเดี่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

5.1 แนวคิดการเลือกที่อยู่อาศัย

การเลือกที่อยู่อาศัยของบุคคลนั้นพิจารณาปัจจัยหลักที่ส่งผลได้ 2 ประการ คือ ปัจจัยภายนอกและภายในซึ่งมีความสัมพันธ์กันและต้องพิจารณาคงคู่กัน (สุรัตน์ สดชื่นจิตต์, 2554, น. 13-14)

ปัจจัยภายนอก คือ ลักษณะทางกายภาพของที่อยู่อาศัย ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่จะอยู่อาศัยของแต่ละบุคคล โดยพิจารณาถึง

ปัจจัยที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ สภาพแวดล้อมที่ดีต่อการอยู่อาศัย ความสะดวกในการเดินทางมีสาธารณูปโภคที่ดีและสภาพของสังคมวัฒนธรรมบริเวณรอบที่อยู่อาศัย

ปัจจัยภายใน คือ ผลจากลักษณะของวิธีการดำเนินชีวิตที่แตกต่างจะส่งผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของบุคคลซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญประกอบด้วย ราคาของที่อยู่อาศัยซึ่งสัมพันธ์กับรายได้และความสามารถในการจ่ายของผู้อยู่อาศัย รูปแบบที่อยู่อาศัยสัมพันธ์กับขนาดครอบครัวและสภาพแวดล้อมที่ดี มีความปลอดภัยและสะดวกในการเดินทาง

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยหลักทั้งในด้านของลักษณะทางกายภาพที่อยู่อาศัย และวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคลสามารถสรุปปัจจัยที่สำคัญได้ 3 ปัจจัย คือ (1) ราคาเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการกำหนดทางเลือกของที่อยู่อาศัยในภาพรวม (2) สถานที่ตั้ง ต้องมีความสะดวกสบายต่อวิถีชีวิตประจำวันทั้งการเดินทางและสาธารณูปโภคที่เข้าถึง (3) สภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อสุขภาพดีทั้งร่างกายและจิตใจของผู้อยู่อาศัยรวมถึงการจัดการด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมและการสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีทั้งในด้านกายภาพของที่อยู่อาศัย สังคมและวัฒนธรรมที่มีคุณภาพและปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน (สุรัตน์ สดชื่นจิตต์, 2554, น. 13-14)

5.2 หลักการออกแบบภูมิทัศน์

ศศิยา ศิริพานิช (2558) กล่าวว่าไว้ว่าการออกแบบภูมิทัศน์นั้นออกแบบต้องพิจารณากิจกรรมและองค์ประกอบ โดยกำหนดตำแหน่งกิจกรรมการใช้พื้นที่และรายละเอียดต่างๆ หรือองค์ประกอบที่ควรจัดให้มีขึ้นในพื้นที่นั้นๆ มี 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ

กิจกรรม (activity) หมายถึง กิจกรรมที่จะจัดให้มีขึ้นในพื้นที่ซึ่งแบ่งกิจกรรมออกเป็น 2 แบบคือ กิจกรรมที่ต้องออกแรงและเกิดเสียงดัง (active activity) เช่น กิจกรรมกีฬาสนามเด็กเล่น เป็นต้น และกิจกรรมที่ไม่ต้องออกแรงต้องการความสงบ (passive activity) เช่น นั่งเล่นอ่านหนังสือ เป็นต้น โดยนักออกแบบจะเป็นผู้กำหนดตำแหน่งที่เหมาะสมในพื้นที่ออกแบบ เพื่อไม่ให้เกิดการรบกวนกัน

องค์ประกอบ (elements) หมายถึง สิ่งที่เหมาะสมจัดให้มีในกิจกรรมแต่ละประเภท ทั้งที่มีชีวิตองค์ประกอบพื้นผิวอ่อน (softscape) และสิ่งไม่มีชีวิต องค์ประกอบพื้นผิวแข็ง (hardscape) เช่น กิจกรรมนั่งเล่นควรมีม้านั่ง ศาลา ว่ายน้ำ ควรมีสระว่ายน้ำ เป็นต้น ซึ่งนักออกแบบจะเป็นผู้กำหนดรูปแบบผิววัสดุและตำแหน่งขององค์ประกอบเหล่านี้

5.3 การแบ่งพื้นที่สวนภายในบ้าน

เอ็ดมุนด์ วิสมทหมาย (2530, น. 2) กล่าวไว้ว่าพื้นที่สำหรับการจัดตกแต่งสวน ในบ้านแบ่งออกเป็น ส่วน ๆ ไม่ว่าจะบ้านจะมีขนาดใหญ่หรือเล็กซึ่งส่วนต่าง ๆ นี้มีส่วนสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่องกับพื้นที่ภายในตัวบ้านทั้งด้านประโยชน์ใช้สอยและความงามพื้นที่สวนในบ้านสามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

5.3.1 สวนสาธารณะ (Public Area)

เป็นส่วนที่อยู่บริเวณพื้นที่หน้าบ้าน สามารถมองเห็นได้ชัดเจนจากภายนอก ได้แก่ ทางเข้าประตู ระเบียงหน้าห้องรับแขกและสนาม สวนส่วนนี้ควรมีเนื้อที่กว้างพอที่จะทำให้ตัวบ้านเกิดความสวยงามสง่าแต่ไม่ใหญ่โตเกินไปจนกินพื้นที่สวนส่วนอื่น

5.3.2 สวนส่วนครอบครัว (Family Living Area)

เป็นส่วนที่มีความต่อเนื่องกับห้องพักผ่อนของครอบครัว (โดยทางประตู) เป็นที่พักผ่อนรวมสำหรับครอบครัวและเป็นที่ทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น อ่านหนังสือ นั่งเล่น มุมสำหรับเด็กสระว่ายน้ำ และสถานที่ที่ออกกำลังกายต่าง ๆ เป็นต้น

5.3.3 สวนส่วนตัว (Private Living Area)

เป็นบริเวณที่ต่อเนื่องกับห้องนอนโดยตรง ซึ่งต้องการความเป็นส่วนตัวมากกว่าบริเวณอื่น ๆ ใช้เป็นที่นั่งเล่นเพื่อรับลมแดด อ่านหนังสือ โดยไม่ถูกรบกวนจากบุคคลอื่น ๆ ภายในบ้าน

5.3.4 สวนส่วนบริการ (Service Area)

เป็นส่วนที่ต่อเนื่องกับครัว โรงรถ ให้บริการในด้านความสะดวกต่าง ๆ เช่น ซักผ้า ล้างจาน ตากผ้า สวนครัวเก็บขอส่วนใหญ่จะใช้เพื่อบริการไม่เน้นความสวยงามเท่าความสะดวกในการใช้สอย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่าการเลือกที่อยู่อาศัยของบุคคลในภาพรวมพิจารณาถึงปัจจัย 3 ด้าน คือ ด้านราคา สถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อม โดยปัจจัยเหล่านี้มีความเกี่ยวข้องกับการออกแบบภูมิทัศน์และการเลือกองค์ประกอบในบ้านด้วยเช่นกันเนื่องจากผู้ที่เข้ามาอยู่ในโครงการบ้านเดียวกันจะมีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ บริเวณบ้าน สาธารณูปโภคที่ครบถ้วนและปลอดภัย และการจัดวางองค์ประกอบที่เหมาะสมกับกิจกรรมการใช้งานและสัมพันธ์กัน

6. การวิเคราะห์เนื้อหาและผลการศึกษา

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการหรือผู้ออกแบบ 5 ท่านที่สามารถตัดสินใจเลือกองค์ประกอบของพื้นที่สวนในบ้านโครงการหมู่บ้าน

จัดสรรซึ่งสามารถสรุปทัศนคติของผู้ออกแบบหรือผู้ประกอบการที่มีต่อองค์ประกอบทางภูมิสถาปัตยกรรมในบ้านได้จากตารางที่ 1 และ 2

ตารางที่ 1 ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์	ตำแหน่งงาน	ลักษณะกิจการ	ประสบการณ์
A	Senior Vice President	บ. อสังหาฯ (จำกัด)	7 ปี
B	Senior Landscape Architecture	บ. อสังหาฯ (มหาชน)	5 ปี
C	Landscape Architecture	บ. อสังหาฯ (มหาชน)	5 ปี
D	Landscape Design Specialist	บ. อสังหาฯ (มหาชน)	5 ปี
E	Landscape Architecture	บ. อสังหาฯ (มหาชน)	7 ปี

จากตารางที่ 1 ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 5 ท่านทำงานอยู่ในบริษัทอสังหาริมทรัพย์ โดยส่วนใหญ่เป็นบริษัทมหาชนในฝ่ายงานออกแบบ ตำแหน่งภูมิสถาปนิก และมี 1 ท่าน ทำงานในตำแหน่งผู้บริหารโครงการ โดยมีประสบการณ์ตั้งแต่ 5 - 7 ปี ในการร่วมพัฒนาโครงการบ้านเดี่ยว

ในส่วนการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ออกเป็น 3 ส่วน ดังตารางที่ 2

จากตารางที่ 2 ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้ออกแบบพื้นที่สวนในบ้านโครงการหมู่บ้านจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยว จำนวน 5 ราย จาก 5 บริษัท ซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผลจากการสัมภาษณ์เป็น 3 ส่วน สรุปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 การออกแบบพื้นที่สวนในบ้านโครงการ

ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบพื้นที่สวนทั้งด้านแนวคิดและจุดเด่นของแต่ละบริษัท

(1) ความแตกต่างของการออกแบบพื้นที่สวนในบ้านจากผู้พัฒนาโครงการอื่นทุกบริษัทให้ความสำคัญในด้านการออกแบบเพื่อประโยชน์ใช้สอยซึ่งในรายละเอียดแต่ละบริษัทมีความสำคัญบางเรื่องเป็นพิเศษตัวอย่างเช่น การดูแลรักษาทัศนียภาพหรือการให้ต้นไม้ใหญ่ เป็นต้น

(2) แนวคิดในการออกแบบและการเลือกสไตล์สวนทุกบริษัทมีแนวคิดในการออกแบบพื้นที่สวนบริเวณบ้านที่คำนึงถึงแนวคิดหลักของโครงการให้ภาพรวมเป็นไปในทางเดียวกันและคำนึงถึงความเชื่อมโยงกับตัวบ้านมีเพียงบางบริษัทที่คำนึงถึงความต้องการของลูกค้าโดยตรง

(3) การแบ่งสัดส่วนพื้นที่สวนบริเวณบ้านกับพื้นที่บ้านทุกบริษัทให้ความคิดเห็นตรงกันว่าระดับราคาบ้านและราคาที่ดินเป็นสิ่งสำคัญที่จะเป็นตัวกำหนดสัดส่วนพื้นที่สวนและมีบางบริษัทที่คำนึงถึงแนวคิดหลักของโครงการเพิ่มเติม

ส่วนที่ 2 ลักษณะขององค์ประกอบทางภูมิสถาปัตยกรรมของพื้นที่สวนในบ้าน

ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะระดับความสำคัญขององค์ประกอบในสวนบ้านทั้งด้านแนวคิดและปัจจัยในการเลือกองค์ประกอบ

(1) แนวคิดในการเลือกองค์ประกอบของพื้นที่สวนในบ้านโครงการบ้านเดี่ยวแนวคิดในการเลือกองค์ประกอบสวนส่วนใหญ่หลาย ๆ บริษัทให้ความสำคัญกับองค์ประกอบที่มีความจำเป็นพื้นฐานต่อการใช้งาน และดูด้านงบประมาณกับแนวคิดหลักของโครงการมาประกอบ

(2) ปัจจัยที่มีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อองค์ประกอบสวนทุกบริษัทเห็นตรงกันว่าระดับราคาโครงการส่งผลกระทบต่อองค์ประกอบโดยมีปัจจัยเพิ่มเติม คือ แนวคิดหลักโครงการ ความต้องการของลูกค้าและการดูแลรักษา

ตารางที่ 2 ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลผู้ประกอบการหรือผู้ออกแบบ

ข้อความคำถาม	ผู้ให้สัมภาษณ์				
	A	B	C	D	E
ส่วนที่ 1 การออกแบบพื้นที่ส่วนในบ้านโครงการบ้านเดี่ยว					
1.ความแตกต่างของการออกแบบจากผู้พัฒนาโครงการอื่น	<ul style="list-style-type: none"> เน้นประโยชน์ใช้สอยสูงสุด เน้นทัศนียภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> เน้นประโยชน์ใช้สอย แนวคิดหลักโครงการ 	<ul style="list-style-type: none"> เน้นความร่มรื่น ดูแลรักษาง่าย 	<ul style="list-style-type: none"> เน้นประโยชน์ใช้สอย ออกแบบให้เข้ากับบริบทของพื้นที่ 	<ul style="list-style-type: none"> เน้นประโยชน์ใช้สอย ให้ต้นไม้ใหญ่ องค์ประกอบมีตัวเลือก
2.แนวคิดในการออกแบบและการเลือกสโตร์สวอน	<ul style="list-style-type: none"> พื้นที่ส่วนกับบ้านต้องเป็นไปในทางเดียวกันและสัมพันธ์กัน เน้นความสุนทรีย์และโปร่งโล่ง 	<ul style="list-style-type: none"> ยึดแนวคิดหลักโครงการ คำนึงถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> การออกแบบต้องสร้างได้จริงตามงบประมาณ สอดคล้องกับภาพรวมโครงการ 	<ul style="list-style-type: none"> ยึดแนวคิดหลักโครงการ เทรนการออกแบบ สัมพันธ์กับตัวบ้านรวมถึงไลฟ์สไตล์ของผู้อาศัย 	<ul style="list-style-type: none"> ยึดแนวคิดหลักของโครงการ สัมพันธ์กับตัวบ้าน
3.แนวคิดในการแบ่งสัดส่วนพื้นที่ส่วนกับพื้นที่บ้าน	<ul style="list-style-type: none"> ราคาที่ดิน ระดับราคาบ้าน 	<ul style="list-style-type: none"> แนวคิดหลักโครงการ ระดับราคาบ้าน ตำแหน่งที่ตั้ง 	<ul style="list-style-type: none"> ระดับราคาบ้าน 	<ul style="list-style-type: none"> ระดับราคาบ้าน มูลค่าที่ดิน 	<ul style="list-style-type: none"> ระดับราคาบ้าน แนวคิดหลักโครงการ
ส่วนที่ 2 ลักษณะองค์ประกอบทางภูมิสถาปัตยกรรมของพื้นที่ส่วนในบ้าน					
1. แนวคิดในการเลือกองค์ประกอบ	<ul style="list-style-type: none"> คำนึงถึงการใช้งาน การดูแลรักษา งบประมาณ เลือกใส่เฉพาะองค์ประกอบที่จำเป็น 	<ul style="list-style-type: none"> คำนึงถึงการใช้งาน งบประมาณ 	<ul style="list-style-type: none"> ดูแนวคิดหลักของโครงการ ระดับราคา งบประมาณ 	<ul style="list-style-type: none"> ไลฟ์สไตล์ของกลุ่มเป้าหมาย คำนึงถึงขนาดพื้นที่สวน แนวคิดหลักของโครงการ 	<ul style="list-style-type: none"> เลือกใส่เฉพาะองค์ประกอบที่จำเป็น เน้นให้สนามหญ้าและต้นไม้ใหญ่
2. ปัจจัยที่สำคัญและส่งผลกระทบต่อองค์ประกอบสวน	<ul style="list-style-type: none"> ระดับราคา การดูแลรักษา สวยงาม 	<ul style="list-style-type: none"> แนวคิดหลัก ระดับราคาโครงการ 	<ul style="list-style-type: none"> แนวคิดหลัก ระดับราคาโครงการ 	<ul style="list-style-type: none"> ความต้องการของกลุ่มลูกค้า ระดับราคาโครงการ 	<ul style="list-style-type: none"> ระดับราคาโครงการ การใช้งาน
3. องค์ประกอบที่เห็นว่าสำคัญเป็นอันดับต้น และที่คิดว่าน่าสนใจ	<p>สำคัญอันดับต้น:</p> <ul style="list-style-type: none"> ต้นไม้ใหญ่ <p>ที่น่าสนใจ:</p> <ul style="list-style-type: none"> สนามหญ้า 	<p>สำคัญอันดับต้น:</p> <ul style="list-style-type: none"> พื้นที่นั่งเล่น สนามหญ้า <p>ที่น่าสนใจ:</p> <ul style="list-style-type: none"> บ่อปลา 	<p>สำคัญอันดับต้น:</p> <ul style="list-style-type: none"> ต้นไม้ใหญ่ <p>ที่น่าสนใจ:</p> <ul style="list-style-type: none"> ม้านั่ง น้ำพุ ประติมากรรม 	<p>สำคัญอันดับต้น:</p> <ul style="list-style-type: none"> พื้นที่พักผ่อน <p>ที่น่าสนใจ:</p> <ul style="list-style-type: none"> พื้นที่ทำสวน น้ำตก/ผนังน้ำตก 	<p>สำคัญอันดับต้น:</p> <ul style="list-style-type: none"> สนามหญ้า ต้นไม้ใหญ่ <p>ที่น่าสนใจ:</p> <ul style="list-style-type: none"> ความยั่งยืน การดูแลรักษา
ส่วนที่ 3 รูปแบบองค์ประกอบทางภูมิสถาปัตยกรรมของพื้นที่ส่วนในบ้าน					
1. แนวคิดในการเลือกรูปแบบขององค์ประกอบ	<ul style="list-style-type: none"> ระดับราคาโครงการ 	<ul style="list-style-type: none"> ระดับราคาโครงการ 	<ul style="list-style-type: none"> ระดับราคาโครงการ งบประมาณ 	<ul style="list-style-type: none"> ความต้องการของกลุ่มลูกค้า ระดับราคาโครงการ งบประมาณ 	<ul style="list-style-type: none"> ระดับราคาโครงการ งบประมาณ
2. แนวคิดในการวางตำแหน่งขององค์ประกอบ	<ul style="list-style-type: none"> สัมพันธ์กับตัวบ้านและการใช้งาน สวยงาม 	<ul style="list-style-type: none"> สัมพันธ์กับบ้านและการใช้งาน คำนึงถึงขนาดพื้นที่สวน เน้นให้เกิดความสะดวก 	<ul style="list-style-type: none"> สัมพันธ์กับตัวบ้าน มุมมอง 	<ul style="list-style-type: none"> สัมพันธ์กับตัวบ้าน คำนึงถึงขนาดพื้นที่สวน ทิศทางของแสงและลม 	<ul style="list-style-type: none"> การใช้งาน มุมมอง ทิศทางของแสงและลม
3. ปัจจัยที่สำคัญในการเลือกใช้วัสดุตกแต่งสวน	<ul style="list-style-type: none"> คุณภาพมาตรฐาน ความคงทน เหมาะสมกับการใช้งาน งบประมาณ 	<ul style="list-style-type: none"> งบประมาณ แนวคิดหลักโครงการ 	<ul style="list-style-type: none"> ระดับราคาโครงการ งบประมาณ สไตลส์วัสดุต้องสัมพันธ์กับรูปแบบบ้าน 	<ul style="list-style-type: none"> งบประมาณ ความสวยงาม แนวคิดหลักโครงการ 	<ul style="list-style-type: none"> แนวคิดหลักของโครงการ

(3) องค์ประกอบในส่วนที่สังเกตเห็นว่ามีความสำคัญเป็นอันดับต้น และที่คิดว่าจะน่าสนใจในภาพรวมหลาย ๆ บริษัทให้ความสำคัญกับต้นไม้ใหญ่รองมา คือ สนามหญ้าและที่นั่งเล่น ส่วนองค์ประกอบที่น่าสนใจจะแตกต่างกัน

ส่วนที่ 3 รูปแบบขององค์ประกอบทางภูมิสถาปัตยกรรมของพื้นที่สวนในบ้าน

ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะขององค์ประกอบทั้งด้านแนวคิดและการเลือกรูปแบบตำแหน่งและวัสดุขององค์ประกอบสวนในบ้าน

(1) แนวคิดในการเลือกรูปแบบของแต่ละองค์ประกอบทุกบริษัทสังเกตเห็นว่าระดับราคาของโครงการมีผลต่อการเลือกรูปแบบขององค์ประกอบและบริษัทส่วนใหญ่จะมองด้านงบประมาณเป็นปัจจัยเพิ่มเติมในการเลือกรูปแบบ

(2) แนวคิดในการวางตำแหน่งของแต่ละองค์ประกอบในภาพรวมหลายบริษัทให้ความสำคัญกับการวางตำแหน่งโดยต้องสัมพันธ์กับการใช้งานและตัวบ้านรองลงมาคือขนาดพื้นที่สวนรวมถึงทิศทางแสงและลม

(3) ปัจจัยที่สำคัญในการเลือกใช้วัสดุตกแต่งสวนการเลือกใช้วัสดุหลาย ๆ บริษัทจะมองด้านงบประมาณและแนวคิดของโครงการเป็นหลักมีเพียงบริษัทเดียวที่มองด้านคุณภาพและความเหมาะสมในการใช้งาน

จะเห็นได้ว่า ผู้ออกแบบหรือผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยวมีทัศนคติต่อการออกแบบพื้นที่สวนในบ้านและกำหนดลักษณะรวมถึงรูปแบบขององค์ประกอบในเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของลูกค้าในแนวทางที่ใกล้เคียงกัน แต่จะมีความแตกต่างกัน

ขึ้นอยู่กับแนวคิดหลักของแต่ละโครงการ ซึ่งยังอยู่บนพื้นฐานของระดับราคาและงบประมาณ

7. สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมการให้ความสำคัญขององค์ประกอบหลัก ๆ นั้น จะมีความสัมพันธ์กับระดับราคางบประมาณและแนวคิดหลักของโครงการ รวมทั้งขนาดพื้นที่สวนก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่เข้ามาเกี่ยวข้องโดยทั้งหมดจะเป็นตัวกำหนดลักษณะขององค์ประกอบพื้นที่สวนในบ้าน โดยมีข้อมูลเพิ่มเติมที่น่าสนใจคือ องค์ประกอบส่วนใหญ่ที่โครงการให้ความสำคัญจะเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่จำเป็นต่อการใช้งานเท่านั้น การใส่องค์ประกอบอื่น ๆ ในสวนบ้าน บริษัทจะพิจารณาจากระดับราคาโครงการและงบประมาณเนื่องจากความต้องการของแต่ละบุคคลไม่เหมือนกันจะก่อให้เกิดการเสียเปรียบโดยไม่จำเป็นซึ่งผู้ประกอบการหรือผู้ออกแบบโครงการบ้านเดี่ยวโดยส่วนใหญ่คิดว่าองค์ประกอบจะดึงความสนใจจากลูกค้าได้แต่ต้องเป็นองค์ประกอบที่ลูกค้าต้องการ

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับผู้สนใจทำการศึกษาย่อยอดในเรื่องจำนวนผู้ให้ข้อมูล ซึ่งในงานวิจัยนี้ใช้ผู้ให้ข้อมูลจำนวน 5 คน ตามแนวทางของ Nastasi and Schensul (2005) ที่กำหนดจำนวนผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ไว้อย่างน้อย 5 คน อย่างไรก็ตาม ผู้ที่สนใจทำการศึกษาย่อยอดสามารถทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลจำนวนและครอบคลุมประเภทโครงการมากยิ่งขึ้น รวมทั้งทำการสำรวจความคิดเห็นในส่วนของผู้ซื้อด้วย ก็จะทำให้ได้ผลการศึกษาที่น่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

- ชัยวัฒน์ วีรตันพงษ์ และคณะ. (2559). ลำดับ
ความสำคัญขององค์ประกอบทางกายภาพ
ของพื้นที่ส่วนกลางภายในหมู่บ้านจัดสรร
โดยวิธีกระบวนการวิเคราะห์ลำดับขั้นแบบ
ปรับปรุง. *วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ*, 26(1).
- เชาว์ เพ็ชรราช. (2554). *วิธีการดำรงชีวิตของ
มนุษย์*. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/>.
- ศศิยา ศิริพานิช. (2558). *ภูมิทัศน์พื้นฐาน.
นครปฐม: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*.
- สุรัตน์ สดชื่นจิตต์. (2554). *การศึกษาความต้องการ
การของผู้พักอาศัยต่อสิ่งอำนวยความสะดวก
สะดวกในห้องพัก และพื้นที่ส่วนกลางที่มี
ผลต่อการตัดสินใจเลือกอพาร์ทเมนท์
ระดับกลาง กรณีศึกษา มายเฮ้าท์เซอร์วิส
อพาร์ทเมนท์. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลป
ศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ,
บัณฑิตวิทยาลัย*.
- เอี่ยมพร วิสมหมาย. (2530). *หลักการจัดสวนใน
บ้าน (home landscaping)*. กรุงเทพมหานคร:
ไอ.เอส.พรินติ้งแฮ็ลส์.
- เอสซีจี [SCG Experience]. (2559). *รอบรู้เรื่อง
บ้าน*. สืบค้นเมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2560 จาก
[http://www.scgbuildingmaterials.com/th/
LivingIdea/NewBuild/Hardscape](http://www.scgbuildingmaterials.com/th/LivingIdea/NewBuild/Hardscape).
- Nastasi, B. K., & Schensul, S. L. (2005).
Contributions of qualitative research to
the validity of intervention research.
Journal of School Psychology, 43(3), 177-
195.

ตัวแปรที่ส่งผลต่อมูลค่าที่ดินขนาดเล็ก ที่มีศักยภาพในการพัฒนา โครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการอยู่อาศัย บริเวณกรุงเทพฯ ผังตะวันออก

Factors Affecting the Value of Small-Size Land Plots for Residential Development in Eastern Bangkok

ศรัณยพงศ์ เตชโรจนภาคิน¹ และ วรากร ลิขิตอนุภาค²

Saranyapong Techarajanapakin¹ and Warakorn Likitanupak²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: saranyapong.tch@gmail.com¹, warakorn@ap.tu.ac.th²

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันการแข่งขันในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่บริเวณกรุงเทพฯ ผังตะวันออก มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้นักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายย่อย มองหาที่ดินขนาดเล็กที่มีศักยภาพ ในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการอยู่อาศัย โดยต้องวิเคราะห์ราคาที่ดินให้แม่นยำมากขึ้น และทำการซื้อที่ดินในราคาเหมาะสมที่สุด ซึ่งงานวิจัยนี้วิเคราะห์ราคาที่ดินด้วยแบบจำลองเฮโดนิค (Hedonic Price Model) โดยใช้ราคาที่ดินเป็นตัวแปรตาม และใช้ลักษณะทางกายภาพของที่ดินจำนวน 17 ตัวแปรเป็นตัวแปรอิสระ โดยเก็บข้อมูลจากที่ดินที่ประกาศขาย ที่มีขนาดเนื้อที่ตั้งแต่ 56.25 – 450.0 ตารางวา ซึ่งถูกเสนอขายในช่วงเดือนมกราคม ปี พ.ศ. 2561 จำนวน 144 ตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า สมการแบบ Log-Log เป็นสมการที่เหมาะสมที่สุดโดยมีค่า Adjusted R-Square เท่ากับ 0.821 โดยมีตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในแบบจำลองมีอยู่ 5 ตัวแปร เรียงอันดับอิทธิพลของตัวแปร ได้ดังนี้ 1) ลักษณะผิวจราจรของถนนหน้าที่ดิน 2) ข้อจำกัดในการสร้างที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว บ้านแฝดและทาวน์เฮาส์ 3) ระยะห่างที่ตั้งที่ดินไปยังพื้นที่ที่มีมูลค่าสูงสุดต่อตารางวาในเขตกรุงเทพฯ 4) ระยะเดินทางของที่ตั้งที่ดินไปยังถนนสายหลัก และ 5) ระยะทางจากที่ตั้งที่ดินไปยังจุดขึ้นหรือลง ที่ใกล้ที่สุดของทางพิเศษ โดยสองอันดับแรก เป็นตัวแปรที่ส่งผลโดยตรงสำหรับการพัฒนาโครงการ อสังหาริมทรัพย์เพื่อการอยู่อาศัย และสามอันดับถัดมา ส่งผลต่อมูลค่าที่ดินน้อยกว่าสองอันดับแรก อยู่มาก เนื่องจากเป็นตัวแปรที่ไม่ได้ส่งผลโดยตรงสำหรับการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการ อยู่อาศัย ผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทหรือนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายย่อย ซึ่งจะช่วยใน การเลือกซื้อที่ดินในราคาที่เหมาะสมที่สุดและในด้านวิชาการ ผลการวิจัยนี้ สามารถนำไปใช้ขยายองค์ ความรู้เกี่ยวกับการซื้อขายที่ดินให้กับผู้ที่ทำการศึกษาได้

คำสำคัญ: แบบจำลองเฮโดนิค การพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ กรุงเทพมหานคร ผังตะวันออก ราคาที่ดิน

Abstract

Nowadays, as the competition of real estate development in the east side of Bangkok became increasingly intense, a number of small and medium-sized developers are searching for potential small land plots to develop them for residential projects. More precise analysis on the value of land is necessary to make right purchases at the appropriate prices. Hedonic Price Model was applied to this research. Land price was dependent variable and other seventeen physical determinants of land as independent variables. The 144 samples were gathered from land sales announcements with size from 56.25 to 450.00 square wah during the period of 2018, Results showed that log-log equation is the best fit with 0.821 adjusted R-square value that statistically significant at a 0.05. Furthermore, five major determinants affecting the land prices, ranked from most to least, consist of 1) road surface or pavement of the frontage, 2) construction limitations of residential properties, i.e. single-detached houses, semi-detached houses, and townhouses, 3) proximity of the land to the most expensive property per square wah in Bangkok, 4) proximity of the land to main roads and, 5) proximity of the land to the nearest entrances or exits of the expressways. However, the latter three seemed to have minimal or indirect impact to the value of land when compared to the first two since this report focuses solely on residential real estate development. These findings can help small to medium-sized real estate developers as well as entrepreneurs making the purchase decision at the most appropriate prices. As to academic purposes, the findings can be used to develop knowledge to the researchers regarding property purchase.

Keywords: Hedonic Price Model, Real Estate Development, Eastern Bangkok, Land Value

1. บทนำ

ในปัจจุบันที่ดินในกรุงเทพฯ มีอยู่อย่างจำกัด และมีแนวโน้มที่มูลค่าจะเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ โดยขึ้นอยู่กับความเจริญที่เข้ามาสู่พื้นที่บริเวณที่ดินนั้น ทำให้ผู้อยู่อาศัยเริ่มมองหาที่อยู่อาศัยในพื้นที่ใกล้ย่านธุรกิจและสามารถจับจองได้นั้นคือที่อยู่อาศัยโซนบางนาอ่อนนุชมอเตอร์เวย์ เนื่องจากพื้นที่อยู่อาศัยเหล่านี้มีเส้นทางคมนาคมเชื่อมต่อใจกลางเมืองได้อย่างสะดวก เช่น ถนนสุขุมวิท ถนนเทพารักษ์ และทางด่วนมอเตอร์เวย์ ทำให้การขยายพื้นที่เมืองเริ่มออกไปยังพื้นที่

กรุงเทพตะวันออก (เรียลลิสต์, 2559) จึงทำให้บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายย่อย และนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายย่อย มองหาที่ดินขนาดเล็กที่มีศักยภาพในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการอยู่อาศัยสถานการณดังกล่าว ส่งผลให้บริษัท และนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายย่อย ต้องประเมินราคาที่ดินอย่างละเอียดและแม่นยำในปัจจุบันพบว่า มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาที่ดินมีอยู่ 9 ประเด็นซึ่งอ้างอิงจากแบบสำรวจที่ดินเพื่อการประเมินราคา สำนักงานกลางประเมินราคาทรัพย์สิน

ตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าที่ดินขนาดเล็ก ที่มีศักยภาพในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการอยู่อาศัย บริเวณกรุงเทพฯ ผังตะวันออก ศรีนครินทร์ เขตราชเทวี และ วรจักร ลีขิตอนาค

กรมที่ดิน ซึ่งประกอบด้วย 1) ทำเลที่ตั้ง 2) การเข้าถึงสาธารณูปโภค 3) สภาพแวดล้อมโดยรอบ 4) รูปร่างที่ดิน 5) ปริมาณเนื้อที่ดิน 6) การใช้ประโยชน์ของที่ดิน 7) ภาระผูกพันของที่ดิน 8) ความสะดวกทางคมนาคม และ 9) แผนพัฒนาโครงการบริเวณโดยรอบที่ดิน (อนุชา กุลวิสุทธิ, 2554)

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าที่ดินขนาดเล็ก ที่มีศักยภาพในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการอยู่อาศัย บริเวณกรุงเทพฯ ผังตะวันออก เพื่อนำเสนอแบบจำลองที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ราคาที่ดินสำหรับ บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายย่อย หรือนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายย่อยให้สามารถตัดสินใจลงทุนและพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และสามารถสร้างผลตอบแทนที่ดีกว่าในปัจจุบัน

2. นิยามศัพท์เฉพาะ

ที่ดินขนาดเล็กที่มีศักยภาพในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ หมายถึง ที่ดินที่มีพื้นที่ตั้งแต่ 56.25 - 450.0 ตารางวา (เอกภณ จิวสุวรรณ, 2553)

กรุงเทพมหานคร ผังตะวันออก หมายถึง พื้นที่ผังทิศตะวันออกของกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบไปด้วย เขตบางกะปิ เขตสะพานสูง เขตบึงกุ่ม เขตคันนายาว เขตลาดกระบัง เขตมีนบุรี เขตหนองจอก เขตคลองสามวา และเขตประเวศ (ข้อมูลพื้นฐานของกรุงเทพมหานคร, 2554)

3. วัตถุประสงค์

เพื่อนำเสนอแบบจำลองการวิเคราะห์ราคาที่ดินที่มีศักยภาพในการพัฒนาโครงการอสังหา-

ริมทรัพย์เพื่อการอยู่อาศัยในพื้นที่เขตกรุงเทพฯ ตะวันออก และจัดลำดับความสำคัญของตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าที่ดิน

4. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ จากการนำข้อมูลเชิงปริมาณที่เก็บได้มาสร้างแบบจำลองทางสถิติและประมวลผลโดยใช้สถิติวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อราคาที่ดินกับราคาซื้อขายที่ดิน ที่ได้จากข้อมูลที่เก็บได้ในตลาดอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งมีขั้นตอนการวิจัย 3 ขั้นตอน ดังนี้

4.1 กำหนดตัวแปร

ในขั้นตอนแรกผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรจากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้น นำตัวแปรที่กำหนด ไปสอบถามผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีคุณสมบัติเป็นผู้ประเมินหลัก จำนวน 3 ท่าน เพื่อสอบถามความเห็น ว่า ตัวแปรที่กำหนดมีความเหมาะสมต่อการนำตัวแปรไปใช้ในงานวิจัยและการเก็บข้อมูลหรือไม่ โดยตัวแปรที่มีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้ในงานวิจัย ประกอบไปด้วย ตัวแปรตาม 1 ตัวคือ มูลค่าที่ดินต่อตารางวาที่ประกาศขายภายในพื้นที่ที่ทำการวิจัยและตัวแปรอิสระ 17 ตัว ซึ่งเป็นปัจจัยตั้งต้นที่ส่งผลต่อราคาที่ดิน

4.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

หลังจากการกำหนดตัวแปรดังข้อ 4.1 ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยดำเนินการเก็บข้อมูลประกาศขายที่ดินผ่านสื่อออนไลน์เว็บไซต์ DDProperty.com ซึ่งเป็นแหล่งรวมประกาศขายอสังหาริมทรัพย์ อันดับ 1 ของประเทศไทย

(หนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์, 2560) ในขอบเขตของที่ดินขนาดเล็กที่มีศักยภาพในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ ภายในพื้นที่ฝั่งตะวันออกของกรุงเทพมหานคร ซึ่งเก็บในช่วงเดือนมกราคม ปี พ.ศ. 2561 โดยพบว่า มีจำนวนทั้งหมด 404 ประกาศ โดยผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกที่ดินที่อยู่ในบริเวณโครงการจัดสรรและที่ดินที่ถูกประกาศขายซ้ำออก โดยมีจำนวนที่เหลือหลังจากคัดเลือกที่ดินออกเท่ากับ 144 ประกาศ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลที่ดินที่เหลือทั้งหมด จึงทำให้ได้ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 144 ตัวอย่าง ซึ่งคิดเป็น 8.5 เท่าของจำนวนตัวแปรอิสระตั้งต้น ทั้งหมด 17 ตัวแปร ซึ่งมากกว่าจำนวนกลุ่มอย่างขั้นต่ำที่ต้องเก็บตามสถิติของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่ต้องการจำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 5 ตัวอย่าง ต่อ 1 ตัวแปร (Bartlett, Kotlik & Higgins, 2001) หรือขั้นต่ำ 85 ตัวอย่างในงานวิจัยนี้

4.3 การคัดเลือกตัวแปรก่อนนำไปวิเคราะห์ข้อมูลและการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

ผู้วิจัยได้กำหนดคัดเลือกตัวแปรอิสระ ก่อนนำข้อมูลไปสร้างแบบจำลองทางสถิติดังนี้ 1) คัดแยกตัวแปรอิสระที่พบว่าข้อมูลมีเงื่อนไขของตัวแปรอิสระเหมือนกันมากกว่าร้อยละ 90 ซึ่งไม่จำเป็นต่อการนำตัวแปรไปสร้างแบบจำลองทางสถิติ และ 2) กำหนดตัดหรือรวมตัวแปรที่มีค่าสถิติสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Correlation) มากกว่า 0.80 ออกเพื่อแก้ปัญหาชุดตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กันเองสูงเกินไป (ประยูรศรี บุตรแสนคม, 2555) หลังจากคัดเลือกข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้ง 114 ชุด มาสร้างแบบจำลองด้วยการ

วิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณแบบสมการเส้นตรง แบบ Stepwise โดยใช้แบบจำลอง 4 รูปแบบ ในการสร้างสมการคือ 1) Linear-Linear 2) Ln-Linear 3) Linear-Ln 4) Ln-Ln โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณแบบสมการเส้นตรง ดังตารางที่ 3 ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดค่าสถิติที่ใช้ในการเลือกสมการที่เหมาะสม เงื่อนไขของค่าสถิติในการยอมรับสมการ ดังตารางที่ 1 โดย เครื่องหมาย ✓ หมายถึงผ่าน เงื่อนไขการยอมรับสมการ และ เครื่องหมาย X หมายถึงไม่ผ่าน

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณแบบสมการเส้นตรง Linear-Linear, Ln-Linear, Linear-Ln และ Ln- Ln

ค่าสถิติ	Linear-Linear	Ln-Linear	Linear-Ln	Ln-Ln
Adjusted R-Square	0.652	0.809	0.700	0.821
VIF < 10	✓	✓	✓	✓
ค่าส่วนที่เหลือมีการแจกแจงปกติ	X	✓	X	✓
ค่าส่วนที่เหลือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0	✓	✓	✓	✓
ค่าส่วนที่เหลือมีความแปรปรวนคงที่	✓	✓	✓	✓
ค่าส่วนที่เหลือไม่มีความสัมพันธ์กัน	✓	✓	✓	✓
จำนวนตัวแปรที่เหลือจากการวิเคราะห์	5	6	5	5

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 1 พบว่า มีเพียงสมการ Ln-Linear และ Ln- Ln ที่ผ่านเงื่อนไขการยอมรับสมการทั้งหมด และเมื่อพิจารณาค่า Adjusted R-Square จะพบว่าสมการ

ตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าที่ดินขนาดเล็ก ที่มีศักยภาพในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการอยู่อาศัย บริเวณกรุงเทพฯ ฝั่งตะวันออก
ศรัณยพงศ์ เตชโรจนภาคิน และ วรกร ลิขิตอนาค

Ln- Ln นั้นมีค่าสูงกว่าสมการ Ln-Linear ดังนั้นสมการ Ln- Ln จึงเหมาะสมที่สุด โดยมีค่า Adjusted R-Square เท่ากับ 0.821 ผู้วิจัยจึงนำสมการ Ln- Ln ไปใช้ทดสอบความแม่นยำของแบบจำลองด้วย Paired Sample T-test กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่างจาก 144 ตัวอย่างที่ไม่ได้นำไปทำการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ และได้ค่าความน่าจะเป็นจากการทดสอบสมมติฐานแบบสองด้าน (Sig. 2-tailed) ของ Paired Sample T-test เท่ากับ 0.899 โดยมีค่ามากกว่า 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งแสดงว่าค่าที่คำนวณได้กับค่าที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติหมายถึงสมการมีความน่าเชื่อถือ ดังนั้นสมการ Ln-Ln จึงเป็นสมการที่เหมาะสมที่สุดในการนำไปใช้ในการวิเคราะห์ราคาที่ดินตามงานวิจัยนี้โดยสมการถดถอยเชิงพหุคูณแบบสมการเส้นตรง (Ln-Ln Model) มีค่าสัมประสิทธิ์ของสมการ ดังตารางที่ 2 และมีสมการดังตัวอย่างสมการที่ 2 โดยการแทนค่าเป็นไปตามตารางที่ 3

$$\ln(Y) = -28.777 + (-1.426)\ln(X_1) + (-0.151)\ln(X_2) + (-51.568)(X_3) + (-41.085)(X_4) + (-0.091)\ln(X_5) \quad (2)$$

ตารางที่ 2 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอยเชิงพหุคูณแบบสมการเส้นตรง (Ln- Ln Model)

X	ชื่อตัวแปร	B
	ค่าคงที่	-28.777
X ₁	ระยะห่างที่ตั้งที่ดินไปยังพื้นที่ที่มีมูลค่าสูงสุดต่อตารางวาในกรุงเทพฯ	-1.426
X ₂	ระยะเดินทางของที่ตั้งที่ดินไปยังถนนสายหลัก	-0.151
X ₃	ลักษณะผิวจราจรของถนนหน้าที่ดิน มีผิวหน้าคอนกรีตเสริมเหล็กหรือลาดยาง	-51.568
X ₄	ที่ดินสามารถพัฒนาทำที่อยู่อาศัยประเภท บ้านเดี่ยว บ้านแฝด และทาวน์เฮาส์ได้โดยไม่มีข้อจำกัด	-41.085
X ₅	ระยะเดินทางจากที่ตั้งที่ดินไปยังจุดขึ้นหรือลงที่ใกล้ที่สุดของทางพิเศษ	-0.091

ตารางที่ 3 แสดงการแทนค่าในสมการถดถอยเชิงพหุคูณแบบสมการเส้นตรง (Ln- Ln Model)

X	กรณีใช่	กรณีไม่ใช่	ค่าเชิงปริมาณ
X ₁	-	-	/
X ₂	-	-	/
X ₃	-0.553	-0.546	X
X ₄	-0.366	-0.359	X
X ₅	-	-	/

5. ผลการวิจัย

จากสมการถดถอยพหุคูณแบบสมการเส้นตรง (Ln- Ln Model) ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ว่าตัวแปรอิสระใดส่งผลกระทบต่อตัวแปรตามมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (B) ซึ่งสามารถจัดอันดับตัวแปรอิสระที่ส่งผลกระทบต่อตัวแปรตามของสมการพยากรณ์แบบสมการเส้นตรง (Ln- Ln Model) ได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงอันดับอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อตัวแปรตามของสมการถดถอยเชิงพหุคูณแบบสมการเส้นตรง (Ln- Ln Model)

อันดับ	ชื่อตัวแปร
1	ลักษณะผิวจราจรของถนนหน้าที่ดิน (X_3)
2	ที่ดินสามารถพัฒนาทำที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว บ้านแฝด และทาวน์เฮาส์ได้โดยไม่มีข้อจำกัด (X_2)
3	ระยะห่างที่ตั้งที่ดินไปยังพื้นที่ที่มีมูลค่าสูงสุดต่อตารางวาในกรุงเทพฯ (X_1)
4	ระยะเดินทางของที่ตั้งที่ดินไปยังถนนสายหลัก (X_2)
5	ระยะเดินทางจากที่ตั้งที่ดินไปยังจุดขึ้นหรือลงที่ใกล้ที่สุดของทางพิเศษ (X_4)

โดยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ลักษณะผิวจราจรของถนนหน้าที่ดินส่งผลต่อมูลค่าที่ดินมากที่สุด และถ้ายิ่งลักษณะผิวจราจรของถนนหน้าที่ดินมีผิวหน้าคอนกรีตเสริมเหล็กหรือลาดยางจะส่งผลให้มูลค่าที่ดินต่อตารางวาเพิ่มขึ้น

2. หากที่ดินนั้นสามารถพัฒนาเป็นที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว บ้านแฝด และทาวน์เฮาส์ได้โดยไม่มีข้อจำกัดจะส่งผลให้มูลค่าที่ดินต่อตารางวาเพิ่มขึ้น

3. ระยะห่างที่ตั้งที่ดินไปยังพื้นที่ที่มีมูลค่าสูงสุดต่อตารางวาในกรุงเทพฯ ส่งผลต่อราคาที่ดินต่อตารางวาและมูลค่าที่ดินต่อตารางวาจะลดลงแปรผกผันตามระยะห่างที่ตั้งที่ดินไปยังพื้นที่ที่มีมูลค่าสูงสุดต่อตารางวาในกรุงเทพฯ

4. ระยะเดินทางของที่ตั้งที่ดินไปยังถนนสายหลัก ส่งผลต่อราคาที่ดินต่อตารางวา และมูลค่าที่ดินต่อตารางวาจะลดลงแปรผกผันตามระยะเดินทางของที่ตั้งที่ดินไปยังถนนสายหลัก

5. มูลค่าที่ดินต่อตารางวามีมูลค่าลดลงแปรผกผันตามระยะห่างจากที่ตั้งที่ดินไปยังจุดขึ้นหรือลงที่ใกล้ที่สุดของทางพิเศษ

6. อภิปรายผลและสรุปผล

ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ พบว่า 1) ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อมูลค่าที่ดินต่อตารางวามากที่สุดในงานวิจัยนี้ คือ ลักษณะผิวจราจรของถนนหน้าที่ดิน ซึ่งสอดคล้องกับ บทความวิจัยของ (สุกุลพัฒน์ คุ่มไพศาล, อิศเรศ วีระประจักษ์ และการุณย์ เดชพันธุ์, 2559) 2) แบบจำลองที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการวิเคราะห์มูลค่าที่ดินของงานวิจัยนี้คือ สมการถดถอยเชิงพหุคูณแบบสมการเส้นตรง (Ln- Ln Model) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยโดย Chong Chongyosying (2007) และสมการที่ได้มีค่า Adjusted R-Square ที่สูงสุดและผ่านการทดสอบความแม่นยำของแบบจำลองด้วย Paired Sample T-test โดยพบว่าจำลองประกอบไปด้วย ตัวแปรอิสระที่เป็นตัวแปรอิสระส่วน จำนวน 3 ตัวแปร ดังนี้ 1) ระยะห่างที่ตั้งที่ดินไปยังพื้นที่ที่มีมูลค่าสูงสุดต่อตารางวาในกรุงเทพฯ 2) ระยะเดินทางของที่ตั้งที่ดินไปยังถนนสายหลัก และ 3) ระยะเดินทางจากที่ตั้งที่ดินไปยังจุดขึ้นหรือลงที่ใกล้ที่สุดของทางพิเศษตัวแปรอิสระที่เป็นตัวแปรหุ่น จำนวน 2 ตัวแปร คือ 1) ลักษณะผิวจราจรของถนนบริเวณหน้าที่ดินและ 2) ที่ดินสามารถพัฒนาทำที่อยู่อาศัยประเภท บ้านเดี่ยว บ้านแฝด และทาวน์เฮาส์ได้โดยไม่มีข้อจำกัด โดยแบบจำลองที่ได้นำไปใช้วิเคราะห์มูลค่าที่ดินว่ามูลค่าราคาที่เหมาะสมมีความเหมาะสมต่อศักยภาพของที่ดินหรือไม่

ตัวแปรที่ส่งผลต่อมูลค่าที่ดินขนาดเล็ก ที่มีศักยภาพในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการอยู่อาศัย บริเวณกรุงเทพฯ ผังตะวันออก
ศรัณยพงศ์ เตชโรจนภาคิน และ วรากร ลิขิตอนาค

รายการอ้างอิง

- บริษัท เรียลลิสต์ โกลด์ จำกัด. (2558). *ศักยภาพทำเลกรุงเทพฯ ตะวันออก*. สืบค้นเมื่อ 8 กันยายน 2560 จาก <http://www.realist.co.th/blog/ศักยภาพกรุงเทพตะวันออก>.
- สกุลพัฒน์ คุ่มไพศาล อิศเรศ วีระประจักษ์ และ การุณย์ เดชพันธุ์. (2559). การพยากรณ์มูลค่าที่ดินเพื่อพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในพื้นที่ ตำบลคลองหนึ่ง จังหวัดปทุมธานี. *วารสารสำนักบัณฑิตอาสาสมัคร*, 12(2).
- หนังสือพิมพ์ฐานผู้จัดการออนไลน์. (2559). *DD Property เผยผู้เข้าชมเว็บไซต์โตกว่า 11%*. สืบค้นเมื่อวันที่ 19 พฤศจิกายน 2560, จาก <http://www.thansettakij.com/content/24408>.
- อนุชากุลวิสุทธิ. (2554). *ลงทุนในอสังหาริมทรัพย์แบบมีอาชีพ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไฮมบายเออร์ไกด์.
- เอกภณจีระสุวรรณ. (2553). *แผนธุรกิจการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อการอยู่อาศัยบนที่ดินขนาดเล็กในเขตกรุงเทพฯ ชั้นในและชั้นกลาง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Bartlett, J., Kotrlík, J., & Higgins, C. (2001). Organizational research: Determining appropriate sample size in survey research. *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 19, 43-50.
- Chongyosying, C. (2007). Application of a hedonic pricing model for real estate valuation in Bangkok metropolis. *Ramkhamhaeng Research Journal*, 23, 3.

กระบวนการเตรียมการและการเปลี่ยนแปลงพื้นที่และผลกระทบ
ต่อความพึงพอใจของบุคลากรในองค์กร:
กรณีศึกษา ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ กรุงเทพมหานคร
The Preparation and Implementation Process of
Changing Area and Impact on Employees Satisfaction: A Case Study
of Thailand Creative and Design Center

สิรินันท์ พุฒเมือง¹ และ ผศ.ดร. ชัยวัฒน์ ธีรตันพงษ์²

Sirinan Putmuang¹ and Asst. Prof. Chaiwat Riratanaphong, Ph.D.²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: minesirinan@gmail.com¹, chaiwat@tu.ac.th²

บทคัดย่อ

การเปลี่ยนแปลงและย้ายพื้นที่ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบซึ่งเป็นอาคารศูนย์กลางการเรียนรู้ด้านการออกแบบขนาดใหญ่ไปยังอาคารไปรษณีย์กลางต้องมีการเตรียมการที่มีประสิทธิภาพและเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อพนักงาน การวิจัยนี้มุ่งศึกษาเปรียบเทียบลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ทั้งก่อนและหลังการเปลี่ยนแปลง รวมถึงกระบวนการและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนประเมินความพึงพอใจของพนักงาน ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการเปลี่ยนแปลง จำนวน 3 ราย และใช้แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจของพนักงาน จำนวน 20 ราย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและสถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า พื้นที่ใหม่แตกต่างจากพื้นที่เดิมทุกด้าน ผู้ที่เกี่ยวข้องได้จัดทำแผนการดำเนินการร่วมกัน เพื่อให้การดำเนินการมีประสิทธิภาพและรองรับความแตกต่างของพื้นที่อย่างลงตัว ซึ่งพนักงานขององค์กรมีความรู้สึกพึงพอใจต่อการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ในภาพรวมในระดับมาก

คำสำคัญ: การเปลี่ยนแปลงพื้นที่ ความพึงพอใจ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ

Abstract

The changing and move of Thailand Creative and Design Center (TCDC), a large space used as a learning center on design, to the Postal Office needs to be efficiently prepared and to improve users satisfaction. This research aims to compare physical characteristics of the area before and after the change including the change process and related factors, and evaluates employee satisfaction of change. The researcher collected data by interview of 3 respondents involving the change process and using questionnaires to evaluate the satisfaction of 20 samples. Data were analyzed by content analysis and descriptive statistics to see if and

how the new areas differ from the old one. The participants of this change setting a plan to make the operation more efficient and able to accommodate the differences of space more effective. The employees were satisfied with the changes at a high level.

Keywords: Area Changing, Satisfaction, Thailand Creation and Design Center

1. บทนำ

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (Thailand Creative and Design Center: TCDC) เป็นพื้นที่สาธารณะขนาดใหญ่ที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้และแหล่งค้นคว้าข้อมูลด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ให้กับสังคมไทย สร้างโอกาสให้ประชาชนเข้าถึงองค์ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนเพิ่มขีดความสามารถของนักออกแบบและผู้ประกอบการไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างภาคภูมิใจ (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ, 2560) เปิดให้บริการครั้งแรกในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2548 ณ ชั้น 6 ศูนย์การค้าเอ็มโพเรียม ปัจจุบันศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ได้ย้ายที่ทำการไปยังอาคารไปรษณีย์กลาง บางรัก ซึ่งได้เปิดให้บริการตลอดทั้งปีตั้งแต่วันที่ 5 พฤษภาคม พ.ศ. 2560 เนื่องจากหมดสัญญาเช่าพื้นที่กับศูนย์การค้าเอ็มโพเรียม ทางคณะผู้บริหารศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบจึงพิจารณาตัดสินใจย้ายศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบไปยังอาคารไปรษณีย์กลาง บางรัก เพราะมีขนาดพื้นที่ที่เพียงพอและสามารถรองรับบริการของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบได้ทั้งหมด รวมถึงต้องการให้เป็นตัวอย่างที่ดีในการใช้พื้นที่อาคารเก่าให้เต็มประสิทธิภาพ โดยการผสมผสานบริการสมัยใหม่ให้เข้ากับการรีโนเวทอาคารเก่า 80 ปี ให้คงไว้ซึ่งองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมและวัสดุเดิมของอาคารเดิมให้มากที่สุดเพื่อให้กลายเป็นpublic

space ขนาดใหญ่ที่จะเกิดกิจกรรมขึ้นมากมาย และเกิดการใช้งานพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ (อภิสิทธิ์ ไล่ศัตรูไกล, 2559) การเปลี่ยนแปลงพื้นที่ของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบมีปัจจัยและกระบวนการที่มีความสำคัญซึ่งส่งผลต่อการดำเนินการของผู้ที่เกี่ยวข้อง จึงต้องคำนึงถึงกระบวนการบริหารการเปลี่ยนแปลง (change management) การจัดการพื้นที่ (space management) และการบริหารทรัพยากรอาคาร (Facility Management: FM) เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์ในพื้นที่อย่างเหมาะสมที่สุด ผู้ใช้อาคารมีความพึงพอใจในระดับที่ยอมรับได้ และลดค่าใช้จ่ายขององค์กรให้ได้มากที่สุด (เสรีชัย โชติพานิช, 2549) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยและกระบวนการเตรียมการและการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบเพื่อเป็นต้นแบบด้านกระบวนการกระบวนการเตรียมการและการเปลี่ยนแปลงพื้นที่สำนักงานขนาดใหญ่ที่มีรูปแบบการจัดสรรพื้นที่หลากหลายและการใช้อาคารเก่าในฟังก์ชันใหม่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ทั้งก่อนและหลังเปลี่ยนแปลง
2. เพื่อศึกษาแนวคิด นโยบาย บริบท ภายในองค์กร กระบวนการเตรียมการและการเปลี่ยน-

แปลงพื้นที่ ตลอดจนปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ

3. เพื่อสำรวจความพึงพอใจของพนักงานของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงพื้นที่

3. ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยทำการศึกษาระบบการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ภายใต้หลักการบริหารทรัพยากรอาคารและหลักการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ (space change) ตลอดจนสำรวจความพึงพอใจของพนักงานในองค์กรต่อการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ โดยทำการศึกษาลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการเปลี่ยนแปลงพื้นที่และพนักงานของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ระหว่างวันที่ 1 - 31 มีนาคม พ.ศ. 2561 โดยพื้นที่ในการศึกษา คือ ที่ทำการศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบเดิม ตั้งอยู่ที่ชั้น 6 ศูนย์การค้าเอ็มโพเรียม เลขที่ 622 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร และที่ทำการศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบแห่งใหม่ ตั้งอยู่ที่อาคารโปรซิเนียกลาง บางรัก เลขที่ 1160 ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร มีพื้นที่ใช้สอย 9,000 ตารางเมตร

4. วิธีการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย (1) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ได้แก่ ผู้บริหาร คณะทำงาน และทีมผู้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ จำนวน 3 ราย และ (2) พนักงานของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบซึ่งเข้าทำงานตั้งแต่

ช่วงที่ยังดำเนินการที่ศูนย์การค้าเอ็มโพเรียมจำนวน 20 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ (1) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ โดยแบ่งข้อคำถามออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ นโยบายและบริบทภายในองค์กร และกระบวนการและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ และ (2) แบบสอบถาม ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ โดยแบ่งข้อคำถามออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ความพึงพอใจต่อการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ และความคิดเห็นเพิ่มเติม

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยทำการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมจากตำราบทความทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรรวจลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบทั้งก่อนและหลังเปลี่ยนแปลง โดยศึกษารูปแบบการวางผังและการจัดสรรพื้นที่ใช้สอยจากรูปแปลนอาคาร การสังเกต การจดบันทึก และการบันทึก ภาพถ่าย รวมถึงทำการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ โดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ตลอดจนทำการประเมินความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบโดยใช้แบบสอบถาม

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ ดังนี้ (1) ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจลักษณะทางกายภาพใช้การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ

(comparative analysis) (2) ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา(content analysis) และ (3) ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistic) ได้แก่ ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

5. ผลการศึกษา

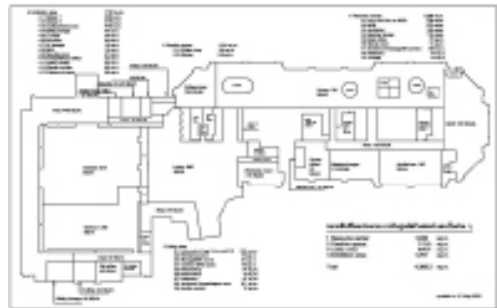
5.1 ผลการศึกษาลักษณะทางกายภาพ (ก่อนและหลังเปลี่ยนแปลง)

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบมีที่ทำการเดิมก่อนการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ ตั้งอยู่บนชั้น 6 ศูนย์การค้าเอ็มโพเรียม อาคารมีอายุการใช้งาน 21 ปี การจัดสรรพื้นที่ใช้งานของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ แบ่งเป็นส่วนต่าง ๆ ประกอบด้วย Resource Center ขนาดพื้นที่ 1,638.00 ตารางเมตร Creative Center ขนาดพื้นที่ 113.50 ตารางเมตร Lobby ขนาดพื้นที่ 876.70 ตารางเมตร และ Exhibition ขนาดพื้นที่ 1,761.00 ตารางเมตร รวมพื้นที่โดยประมาณ 4,389.20 ตารางเมตร ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ มีที่ทำการใหม่หลังการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ ตั้งอยู่ ณ อาคารไप्रษณีย์กลาง บางรัก อาคารมีอายุการใช้งาน 78 ปี พื้นที่ใช้งานของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ เป็นพื้นที่ปีกซ้ายของอาคารรวมถึงชั้น 5 ของอาคาร ซึ่งทางศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบได้ทำการต่อเติมใหม่ ขนาดพื้นที่รวม 5,126.00 ตารางเมตร แบ่งเป็นส่วนต่าง ๆ ประกอบด้วย ชั้น 1 Lobby และ Gallery ขนาดพื้นที่ 1,207.00 ตารางเมตร ชั้น M Auditorium ขนาดพื้นที่ 218.00 ตารางเมตร ชั้น 2 TCDC Office/Material and Design/Innovative Center ขนาดพื้นที่ 1,179.00 ตารางเมตร ชั้น 3

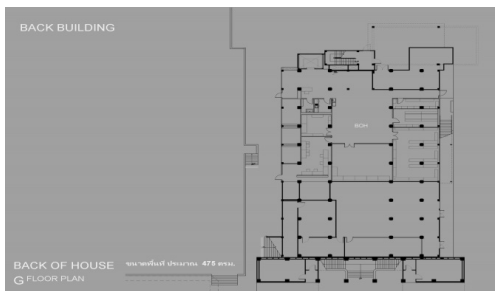
Meeting Room/Maker Space ขนาดพื้นที่ 493.00 ตารางเมตร ชั้น 4 Function Room/Resource Center ขนาดพื้นที่ 764.00 ตารางเมตร และชั้น 5 Creative Space ขนาดพื้นที่ 1,265.00 ตารางเมตร

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบลักษณะทางกายภาพก่อนและหลังการเปลี่ยนแปลง

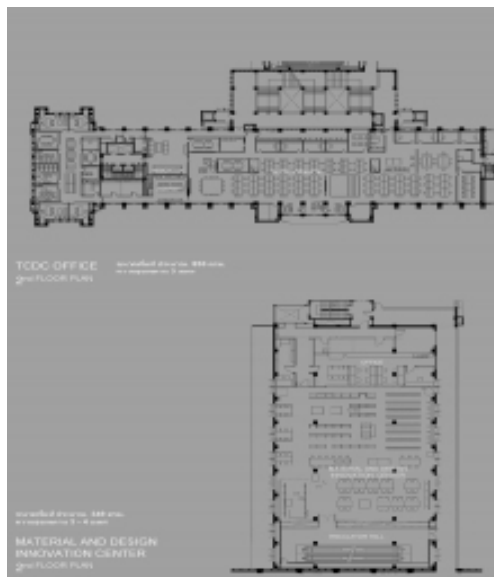
ลักษณะทางกายภาพ	ที่ทำการเดิม (เอ็มโพเรียม)	ที่ทำการใหม่ (ไประษณีย์กลาง)
ปีที่เปิดใช้อาคาร	พ.ศ. 2540	พ.ศ. 2483
อายุอาคาร (นับถึง พ.ศ. 2561)	21 ปี	78 ปี
จำนวนชั้น	1 ชั้น	5 ชั้น
ขนาดพื้นที่	4,389.20 ตร.ม.	5,126.00 ตร.ม.
ระบบทางสัญจร		
ทางเข้า-ออก	1 ทาง	3 ทาง
บันไดหนีไฟ	มี	มี
ลิฟต์โดยสาร	ใช้ร่วมกับเอ็มโพเรียม	แยกจากไประษณีย์กลาง (มี 4 ตัว)
ลิฟต์ขนของ	ใช้ร่วมกับเอ็มโพเรียม	แยกจากไประษณีย์กลาง (มี 1 ตัว)
ที่จอดรถ	ใช้ร่วมกับเอ็มโพเรียม	ใช้ร่วมกับไประษณีย์กลาง



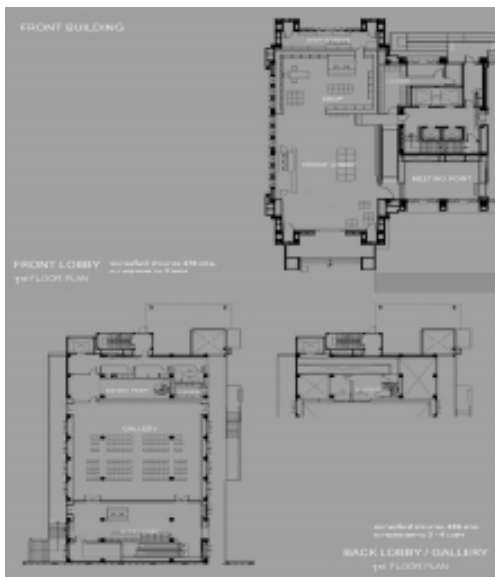
รูปที่ 1 แปลนพื้นที่ทำการของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ณ ชั้น 6 ศูนย์การค้าเอ็มโพเรียม (ที่ทำการเดิม)



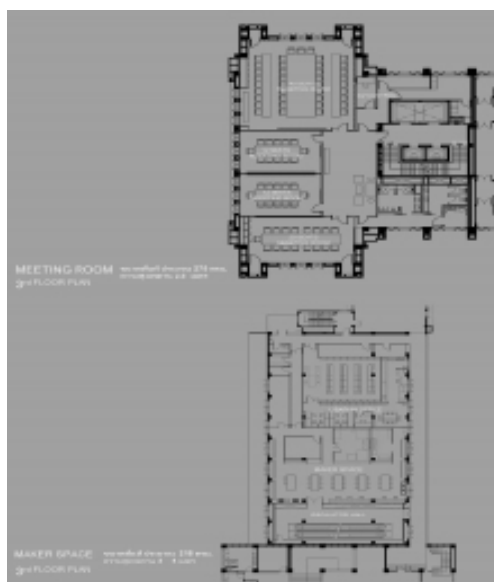
รูปที่ 2 แลนพื้นที่ทำการของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ อาคารประชณีย์กลาง บางรัก (ที่ทำการใหม่) ชั้น G



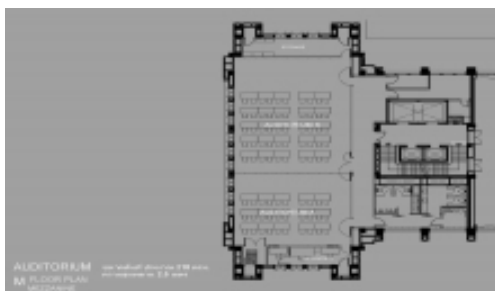
รูปที่ 5 แลนพื้นที่ทำการของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ อาคารประชณีย์กลาง บางรัก (ที่ทำการใหม่) ชั้น 2



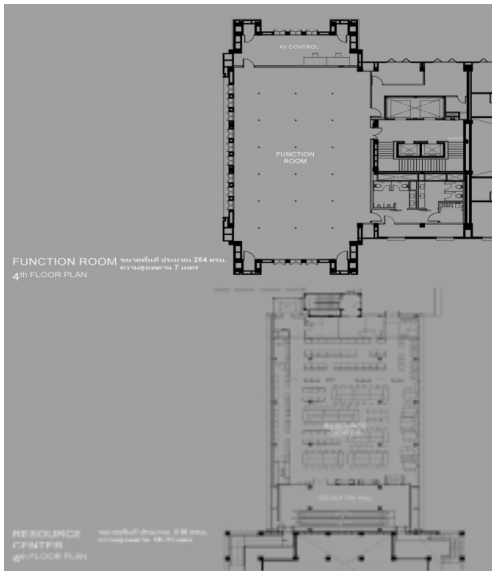
รูปที่ 3 แลนพื้นที่ทำการของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ อาคารประชณีย์กลาง บางรัก (ที่ทำการใหม่) ชั้น 1



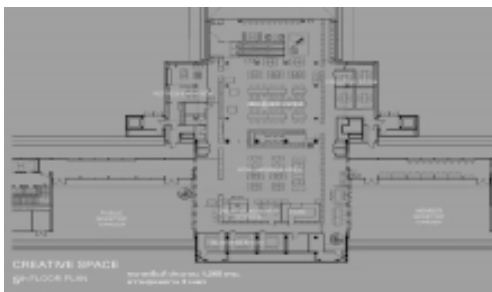
รูปที่ 6 แลนพื้นที่ทำการของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ อาคารประชณีย์กลาง บางรัก (ที่ทำการใหม่) ชั้น 3



รูปที่ 4 แลนพื้นที่ทำการของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ อาคารประชณีย์กลาง บางรัก (ที่ทำการใหม่) ชั้น M



รูปที่ 7 แปลนพื้นที่ทำการของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ณ อาคารไพบรณีย์กลาง บางรัก (ที่ทำการใหม่) ชั้น 4



รูปที่ 8 แปลนพื้นที่ทำการของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ณ อาคารไพบรณีย์กลาง บางรัก (ที่ทำการใหม่) ชั้น 5

5.2 ผลการศึกษานโยบาย บริบทภายในองค์กร กระบวนการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงพื้นที่

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ พบว่า “ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบหมดสัญญาเช่าที่ทำไว้กับศูนย์การค้าเอ็มโพเรียมเมื่อเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2560 จึงต้องคืนพื้นที่ให้กับศูนย์การค้าเอ็มโพเรียมโดยด่วนซึ่งตอนนั้นไม่ได้เก็บค่า

เช่าแล้ว ซึ่งทางศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบต้องการพื้นที่ 9,600 ตารางเมตร ซึ่งพื้นที่ที่อาคารไพบรณีย์กลาง บางรักในขณะนี้อยู่ที่ 8,000 ตารางเมตร โดยออกแบบใหม่ทั้งหมด การก่อสร้างจะแบ่งออกเป็น 2 เฟส คือ (1) การก่อสร้างชั้น 2 และ (2) การก่อสร้างพื้นที่สำนักงานสำหรับบุคลากรขององค์กรซึ่งมีความล่าช้าจากแผนงานค่อนข้างมาก ตอนแรกทำการพิจารณาเลือกพื้นที่เกิน 10 แห่ง อาทิเช่น จามจุรีสแควร์ ซึ่งพื้นที่ไม่เพียงพอ ระยะเวลาช่วงสั้นได้เกินไป อาคาร FYI ซึ่งระยะเวลาการเปิด-ปิดอาคารไม่สอดคล้องกับระยะเวลาทำการของ TCDC Siam Discoveryซึ่งมีความเหมาะสมมากที่สุดค่าเช่าถูก แต่ติดตรงที่ว่าเป็นการย้ายจากห่างไปห่าง นอกจากนี้ยังมีพื้นที่ตรงข้าม MBK ซึ่งค่าเช่าถูก แต่ต้องเสียค่าเปิดหน้าดิน 200 ล้านบาท และ TCDC เองไม่อยากจะอิงกับสถาบันการศึกษาใด สุดท้ายไพบรณีย์กลางบางรัก จึงกลายเป็นพื้นที่ที่มีความเหมาะสมที่สุด เนื่องจากมีพื้นที่ขนาดใหญ่เพียงพอต่อการทำงานหลาย “Function” ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าว

เมื่อพิจารณาถึงลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ พบว่า “ในเชิงกายภาพไม่มีอะไรที่เหมือนกันเลย อาทิเช่น ด้าน Facility เมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินต่าง ๆ ต้องอิงตามห้าง ในขณะที่ที่ทำการใหม่เราสามารถจัดการได้เอง การจราจร/การขนส่งห้างทำได้ยากในขณะที่ที่ทำการใหม่สามารถทำได้สะดวกกว่า การเข้า-ออกอาคาร ห้างต้องเข้า-ออกตามเวลาทำการของห้าง ในขณะที่ที่ทำการใหม่ มีความยืดหยุ่นมากกว่า” และ “การเดินทางจะไกลกว่าเดิมแต่ของกินจะเยอะและมีราคาถูกกว่าเดิม ส่วนวัฒนธรรมองค์กรมีการเปลี่ยนแปลง เช่น เน้นส่วนของธุรกิจมากขึ้น จึงมีกิจกรรมมากขึ้น เป็นต้น โครงการหนึ่งของ TCDC คือ การ

พัฒนาย่านถนนเจริญกรุงให้เป็นย่านสร้างสรรค์ เนื่องจาก TCDC เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่นี้ จึงต้องทำการพัฒนาพื้นที่นี้ด้วย พอเป็นหน่วยราชการจึงทำการพัฒนาองค์กรว่าจะทำการต่อยอดได้อย่างไร” ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าว

สำหรับการออกแบบอาคารและพื้นที่ใช้งานพบว่า “การออกแบบจะเป็นแนวมีด ๆ ซึ่งไม่ตอบโจทย์ขององค์กร อาคารมี Front Building และ Back Building ตอนแรกมีแต่ส่วนหน้า ต้องมีการเช่าพื้นที่เชื่อมอาคาร” และ “การก่อสร้างที่อาคารไปรษณีย์กลางไม่สามารถควบคุมให้ดำเนินการได้เร็ว พื้นที่อาคารรวม 12,000 ตารางเมตร โดยไปรษณีย์กลางเข้ามาจากกรมธนารักษ์อีกที ซึ่งตอนแรก TCDC ต้องการพื้นที่ 9,600 ตารางเมตร ซึ่งอาจเป็นพื้นที่ที่ถือครองที่มากเกินไป กรมธนารักษ์จึงไม่ยอมให้ TCDC มาเช่า ไปรษณีย์กลางตัดพื้นที่ชั้นล่างออก เหลือพื้นที่ 8,000 ตารางเมตร TCDC ก็คำนึงถึงการทำงาน จึงมีการสร้างพื้นที่ต่อเนื่องไปที่ชั้น 5 ซึ่งเป็นชั้นดาดฟ้า” ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าว

ในส่วนของกระบวนการเปลี่ยนแปลงพื้นที่พบว่า ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ มีวิธีการดำเนินการ ดังนี้ “เริ่มเข้ามาก่อสร้างเมื่อเดือน พฤษภาคม 2560 มีเวลาเตรียมการก่อสร้าง 1 เดือนและมีเวลาให้พนักงานเตรียมความพร้อม 2 เดือน ย้ายเข้ามาที่อาคารไปรษณีย์กลางบางรัก เมื่อเดือนพฤศจิกายนที่ผ่านมาโดยเริ่มย้ายเข้ามาที่ชั้น 2 ก่อน” “มีการเรียกประชุมเพื่อชี้แจงให้ทราบและเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน มีการ Service Design ทำให้ Office เป็น Office เดียวกัน มีการทำวิจัยกับกลุ่มพนักงาน เจ้าของพื้นที่และชุมชนโดยรอบ” และ “มีการแจ้งให้สมาชิกและผู้ให้บริการทราบผ่านทาง Facebook ป้ายประชาสัมพันธ์และจัดหา Co-Working VISA

ที่ให้สมาชิกของ TCDC เข้าไปทำงานได้ ซึ่งมีประมาณ 30 แห่ง” สำหรับขั้นตอนของการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ปรากฏรายละเอียด ดังต่อไปนี้ (1) แจ้งให้พนักงานทราบเพื่อเคลียร์ของใช้ส่วนตัว (2) ทรัพย์สินขององค์กรจะให้เบิกกล่อง 2 กล่อง/คน (3) มีการลงรหัสเพื่อแยกของตามแผนก (4) จุดพักสิ่งของจะอยู่บริเวณ Loading และหน้าลิฟต์ขนของ (5) ให้บริษัทที่ว่าจ้างให้ทำการขนย้ายเข้ามาขนของไปไว้ที่โกดังที่มีขนาด 500 ตารางเมตร และ (6) ในส่วนของพื้นที่สำนักงานต้องทำการจัดซื้อ/ย้ายโต๊ะทำงานเข้าในพื้นที่ให้แล้วเสร็จก่อนเดือนพฤศจิกายน ทั้งนี้ ในส่วนของ Exhibition และห้องสมุด จะมีสิ่งของปริมาณมากที่สุดซึ่งต้องทำการแยกหมวดหมู่ด้วย โดยการขนย้ายคนในทำงานกันเอง มีการจัดตั้งคณะกรรมการขนย้ายคณะกรรมการหรือคณะกรรมการก่อสร้างคละซูด โดยให้ตัวแทนของแต่ละฝ่ายที่สามารถตัดสินใจได้เข้าร่วมเป็นคณะทำงาน และมีการว่าจ้าง บริษัท Zebra จำกัด ซึ่งให้บริการด้าน Logistic มาทำการขนย้ายสิ่งของไปไว้ที่โกดัง ซึ่งมีพื้นที่เดิมอยู่แล้ว 525 ตารางเมตร และพื้นที่ใหม่อีก 500 ตารางเมตร มีค่าเช่าโกดังอยู่ที่ตารางเมตรละ 100-200 บาท ในขณะที่ห้างคิดค่าเช่าโกดัง 600-700 บาทต่อตารางเมตร” ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าว

การเปลี่ยนแปลงพื้นที่ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบจากศูนย์การค้าเอ็มโพเรียมไปยังอาคารไปรษณีย์กลาง บางรัก เป็นไปตามแผนงานที่เตรียมการไว้ แต่ยังคงพบปัญหาและอุปสรรคบ้าง ปรากฏตามข้อมูลที่ได้จากผู้ให้สัมภาษณ์ที่ “ต้องการให้การย้ายที่ทำการแล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนดและมีค่าใช้จ่ายไม่เกินงบประมาณที่ได้เตรียมการไว้ ซึ่งก็เป็นไปตามที่คาดหวังแต่พบปัญหาเฉพาะบุคคลมากกว่า

ความร่วมมือของพนักงานแต่ละคนไม่เท่ากัน ซึ่งต้องการเวลาในการจัดสรรไม่เท่ากัน” ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าว

5.3 ผลการสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน ของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ที่มีต่อ การเปลี่ยนแปลงพื้นที่

จากการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างพนักงานของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ จำนวน 20 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี (ร้อยละ 70) ทำงานในระดับปฏิบัติการ (ร้อยละ 90) มีประสบการณ์การทำงานกับศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบมาแล้วไม่เกิน 5 ปี (ร้อยละ 80) มีรายได้อยู่ระหว่าง 15,001-30,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 70)พักอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 75) เดินทางมาทำงานที่ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (ปริมณียกกลาง) โดยรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 60) นอกจากนี้ ยังพบว่า การเปลี่ยนแปลงพื้นที่ของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบทำให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าครองชีพเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 65) แต่ไม่ส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิต (ร้อยละ 60)

สำหรับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการสำรวจความพึงพอใจของพนักงานของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงพื้นที่

ปัจจัย	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านพื้นที่	4.00	.524	มาก
1. ตำแหน่งที่ตั้งของที่ทำการใหม่	3.00	.649	ปานกลาง
2. ความสวยงาม/สภาพแวดล้อมโดยรวม	3.60	.503	มาก
3. ขนาดพื้นที่ของอาคารที่ทำการใหม่	4.60	.503	มากที่สุด
4. การจัดสรรพื้นที่ใช้งานแต่ละส่วน	4.20	.410	มาก
5. ความยืดหยุ่นในการปรับพื้นที่ใช้งาน	4.00	.649	มาก
6. ความสะดวกในการเดินทางมาทำงาน	3.00	.649	ปานกลาง
7. บรรยากาศภายในพื้นที่ทำงาน	4.00	.000	มาก
8. การใช้สีและวัสดุตกแต่งภายใน	4.00	.649	มาก
9. อุณหภูมิและระบบการระบายอากาศ	4.20	.678	มาก
10. ความสว่างภายในพื้นที่ทำงาน	4.60	.503	มากที่สุด
11. ระดับเสียงภายในพื้นที่ทำงาน	4.40	.503	มาก
12. กลิ่นภายในพื้นที่ทำงาน	4.40	.503	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและวัสดุอุปกรณ์สำนักงาน	4.35	.457	มาก
13. ความเหมาะสมของการจัดวางพื้นที่สนับสนุนต่าง ๆ	4.60	.503	มากที่สุด
14. พื้นที่สนับสนุนต่าง ๆ มีความเพียงพอต่อความต้องการใช้	4.20	.410	มาก
15. ความเหมาะสมของการจัดวางวัสดุอุปกรณ์สำนักงาน	4.20	.410	มาก

ตารางที่ 2 ผลการสำรวจความพึงพอใจของพนักงานของศูนย์
สร้างสรรค์งานออกแบบ ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ (ต่อ)

ปัจจัย	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความพึง พอใจ
16. วัสดุอุปกรณ์สำนักงาน เพียงพอต่อความต้องการใช้	4.40	.503	มาก
ด้านการบริหารทรัพยากร อาคาร	4.60	.503	มากที่สุด
17. การรักษาความสะอาด และความเป็นระเบียบ เรียบร้อย	4.60	.503	มากที่สุด
18. ระบบการรักษาความ ปลอดภัย	4.60	.503	มากที่สุด
19. การบำรุงรักษาอาคาร และงานระบบต่าง ๆ	4.60	.503	มากที่สุด
ด้านกระบวนการ เปลี่ยนแปลงพื้นที่	3.77	.582	มาก
20. การประชาสัมพันธ์/ การกระจายข่าวสารเกี่ยวกับ การเปลี่ยนแปลงพื้นที่ ที่ทำการ	4.00	.649	มาก
21. การรับฟัง ความคิดเห็น ของบุคลากรในองค์กร	3.40	.503	ปานกลาง
22. การเตรียมความพร้อม ของพื้นที่ที่ทำการใหม่ ก่อนย้ายเข้า	4.00	.649	มาก
23. ระยะเวลาในการเตรียม การก่อนทำการย้าย ที่ทำการ	3.60	.503	มาก
24. ระยะเวลาในการย้าย ที่ทำการ	3.60	.503	มาก
25. กระบวนการ/วิธีการ ขนย้าย	4.20	.768	มาก
26. บริษัทผู้รับจ้างขนย้าย วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ	3.60	.503	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่าง
พึงพอใจต่อการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ในด้านการ
บริหารทรัพยากรอาคารมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ
4.60) รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
และวัสดุอุปกรณ์สำนักงาน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35)
ด้านพื้นที่ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00) และด้าน
กระบวนการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ
3.77) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

(1) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านพื้นที่
อยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในขนาด
พื้นที่ของอาคารที่ทำการใหม่และความสว่าง
ภายในพื้นที่ทำงานมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60)
ส่วนตำแหน่งที่ตั้งของที่ทำการใหม่และความ
สะดวกในการเดินทางมาทำงานได้รับความพึงพอใจ
จากกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00)

(2) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านสิ่ง
อำนวยความสะดวกและวัสดุอุปกรณ์สำนักงาน
อยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในความ
เหมาะสมของการจัดวางพื้นที่สนับสนุนต่าง ๆ
มากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60) ส่วนความเพียงพอ
ของพื้นที่สนับสนุนต่าง ๆ และความเหมาะสม
ของการจัดวางวัสดุอุปกรณ์สำนักงานได้รับความ
พึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 4.20)

(3) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านการ
บริหารทรัพยากรอาคารอยู่ในระดับมากที่สุด
โดยมีความพึงพอใจในการรักษาความสะอาด
และความเป็นระเบียบเรียบร้อย ระบบการรักษา
ความปลอดภัยและการบำรุงรักษาอาคารและ
งานระบบต่าง ๆ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60)

(4) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้าน
กระบวนการเปลี่ยนแปลงพื้นที่อยู่ในระดับมาก
โดยมีความพึงพอใจในกระบวนการ/วิธีการ
ขนย้ายมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20) ในขณะที่
มีความพึงพอใจในการรับฟังความคิดเห็นของ
บุคลากรในองค์กรน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40)

6. อภิปรายผลการศึกษา

ลักษณะทางกายของพื้นที่ของศูนย์สร้างสรรค์
งานออกแบบ ณ อาคารไพบรณีย์กลาง บางรัก
มีความแตกต่างจากพื้นที่ทำการเดิม ณ ศูนย์การ

คำเอเอ็มโพเรียม ประกอบกับความต้องการพื้นที่ขนาดใหญ่สำหรับรองรับรูปแบบการจัดสรรพื้นที่ที่มีความหลากหลาย ทำให้ต้องมีกรอบแบบการใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและรองรับพื้นที่กิจกรรมต่าง ๆ อย่างลงตัว ซึ่งในการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ดังกล่าวคาดหวังให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนดและมีค่าใช้จ่ายไม่เกินงบประมาณที่ได้เตรียมการไว้ ซึ่งสอดคล้องกับเสริชย์ โชติพานิช (2549) ที่กล่าวไว้ว่า การเปลี่ยนแปลงพื้นที่ต้องคำนึงถึงกระบวนการบริหารการเปลี่ยนแปลง (change management) การจัดการพื้นที่ (space management) และการบริหารทรัพยากรอาคาร (Facility Management: FM) เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์ในพื้นที่อย่างเหมาะสมที่สุด ผู้ใช้อาคารมีความพึงพอใจในระดับที่ยอมรับได้ และลดค่าใช้จ่ายขององค์กรให้ได้มากที่สุด

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่า แม้ว่าพื้นที่ของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ณ อาคารไพบรณีย์กลาง บางรัก จะมีขนาดใหญ่กว่าพื้นที่เดิมที่ศูนย์การค้าเอเอ็มโพเรียม แต่เนื่องด้วยรูปร่างพื้นที่ที่เข้าได้ซึ่งมีลักษณะเป็นรูปตัวที ทำให้การจัดสรรพื้นที่ใช้งานต่าง ๆ มีข้อจำกัดบางประการ อาทิ การจัดสรรพื้นที่ public service ไว้บนชั้น 5 เนื่องจากมีพื้นที่เชื่อมต่อระหว่าง front building ไปยัง back building เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะของพื้นที่ที่มีอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอาคารหลักของ Julianalaa ของมหาวิทยาลัยเดลฟท์ (Riratanaphong, 2009) ซึ่งมีข้อจำกัดด้านพื้นที่ แนวทางในการพัฒนาอาคารหลังดังกล่าวจึงอยู่ภายใต้แนวคิดการใช้พื้นที่ให้มีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายสูงสุด ประกอบกับแนวคิดเกี่ยวกับสถานที่ทำงานแบบยืดหยุ่น คือ ความสามารถในการปรับตัวของคนงานใน

สภาพแวดล้อมการทำงาน ซึ่งไม่เพียงตอบข้อจำกัดด้านพื้นที่ แต่ยังทำให้มีสถานที่ทำงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น แสดงให้เห็นว่าผลการศึกษาสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาอาคาร

7. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

พื้นที่เดิมและพื้นที่ใหม่ของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบมีความแตกต่างกันทุกด้านทั้งด้านลักษณะทางกายภาพและการบริหารทรัพยากรอาคาร ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการเปลี่ยนแปลงพื้นที่จึงได้ประชุมร่วมกันเพื่อจัดทำแผนงานและกำหนดขั้นตอนการดำเนินการให้การเปลี่ยนแปลงพื้นที่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถรองรับความแตกต่างของพื้นที่อย่างลงตัว เกิดประโยชน์สูงสุดในการใช้พื้นที่ ดำเนินการแล้วเสร็จตามหมายกำหนดการ และมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการไม่เกินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ทั้งนี้ ผลการประเมินความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

การบริหารการเปลี่ยนแปลงเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารทรัพยากรอาคาร ซึ่งประกอบด้วยความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ (place) คน (people) และกระบวนการ (process) ซึ่งผลการศึกษา พบว่า การเปลี่ยนแปลงพื้นที่ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ มีความแตกต่างในเรื่องของสถานที่ คือ มีความแตกต่างกันทั้งลักษณะทางกายภาพและการบริหารทรัพยากรอาคาร และคน คือ ความร่วมมือของพนักงานแต่ละคนไม่เท่ากันและต้องการการจัดสรรเวลาไม่เท่ากัน ดังนั้น กระบวนการที่ดีจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะขับเคลื่อนให้การเปลี่ยนแปลงพื้นที่ที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น ในการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ขนาดใหญ่

ที่มีรูปแบบกิจกรรมหลากหลายจึงควรทำการวางแผนการดำเนินการอย่างรอบคอบ ซึ่งต้องทำการจัดทำแผนร่วมกันระหว่างบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยเฉพาะการรับฟังความคิดเห็นของบุคลากรภายในองค์กร ซึ่งเป็นผู้ใช้งานหลัก เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมและรับทราบแนวทางการดำเนินการในทิศทางเดียวกัน อันจะส่งผลให้การเปลี่ยนแปลงพื้นที่ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ หากไม่มีการรับฟังความคิดเห็นของบุคลากรขององค์กร อาจส่งผลกระทบต่อด้านลบตามมาจนทำให้บุคลากรขององค์กรมีความพึงพอใจในด้านนี้อยู่ในระดับต่ำ

รายการอ้างอิง

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ.(2560).*รู้จัก TCDC*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กันยายน 2560, จาก <http://www.tcdc.or.th>.

เสริชัย โชติพานิช. (2549). *การบริหารทรัพยากรกายภาพ (เอกสารประกอบการสอน)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อภิสิทธิ์ ไล่ศัตรูไกล. (2560). *TCDC เจริญกรุง Design Center ใหม่ใหม่บนตึกเก่าไปรษณีย์กลางที่มีอายุเกือบ 80 ปี*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กันยายน 2560, จาก <http://www.adaymagazine.com/articles/draft-13>.

Loretto, W., Platt, S., & Popham, F. (2010). Workplace change and employee mental health: results from a longitudinal study. *British Journal of Management*. 21(2), 526-540.

Riratanaphong, C. (2009). Innovative workplace design: a case study of the Faculty of Architecture, Delft University of Technology. *Journal of Architectural/Planning Research and Studies*. 6(3), 67-86.

การศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกเช่าหอพักของนักศึกษา
เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการออกแบบสถาปัตยกรรม
กรณีศึกษา ชุมชนย่านมหาวิทยาลัยของจังหวัดนครราชสีมา
A Study of Important Factors Regarding the Selection of Student
Dormitory for Adding Value Through Architectural Design:
The Case Study of Campus Community in Nakhon Ratchasima

ธีระเดช จินจะโปะ¹ และ ผศ. กรุง กุลชาติ²
Teeradat Jenjapoo¹ Asst. Prof. Krung Kullachart²
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
E-mail: teeradat_jen@vu.ac.th¹, krung_kul@vu.ac.th²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกเช่าหอพักของนักศึกษา เพื่อนำมาวิเคราะห์แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดผ่านการออกแบบสถาปัตยกรรม โดยการประยุกต์ใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดในการศึกษาและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษา จำนวน 367 คน ที่อาศัยอยู่ในเขตชุมชนย่านมหาวิทยาลัยที่มีหอพักหนาแน่น ครอบคลุมพื้นที่ ตำบลบ้านเกาะ ตำบลในเมือง และตำบลหมีนไวย อำเภอเมืองนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด อยู่ในระดับสำคัญมากตามลำดับดังนี้ 1) ด้านกระบวนการให้บริการ 2) ด้านบุคคลผู้ให้บริการ 3) ด้านการตลาด 4) ด้านทำเลที่ตั้ง 5) ด้านกายภาพอาคาร 6) ด้านภาพลักษณ์องค์กร 7) ด้านราคา โดยปัจจัยทั้งหมดเป็นองค์ประกอบในการวิเคราะห์แนวทางในการออกแบบปรับปรุงหอพักเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการออกแบบสถาปัตยกรรม

คำสำคัญ: การเลือกเช่า หอพัก นักศึกษา จังหวัดนครราชสีมา การสร้างมูลค่าเพิ่ม

Abstract

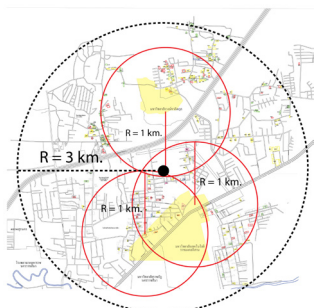
This study focuses on important factors regarding the selection of student dormitory for adding marketing value through architectural design by applying the theory of marketing mix into the method of studying and using questionnaire as a mean to collect data. From the samples of 367 students in the crowded communal area with several dormitories of Ban Koh subdistrict, Central subdistricts including Muen Wai subdistrict, the result shows that the marketing mix plays an important role in the matter in a very significant manner as follows: 1) process of providing

service, 2) service provider, 3) promotion, 4) place and location, 5) physical of building, 6) Price and 7) organizational image. All mentioned factors are the elements concerning the model which serves as an architectural design for adding value.

Keywords: Renting Option, Dormitory, University Student, Nakhon Ratchasima, Adding Value

1. บทนำ

ปัจจุบันจังหวัดนครราชสีมา เป็นแหล่งที่ตั้งของสถาบันอุดมศึกษากว่า 6 แห่ง และมีจำนวนวิทยาลัยต่างๆ อีกเป็นจำนวนมาก ส่งผลทำให้เกิดธุรกิจให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นหอพักจำนวนมาก จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2560 พบว่า ย่านที่มีการมีจดทะเบียนธุรกิจหอพักหนาแน่นมากที่สุด คือ ย่านที่เป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัย 3 มหาวิทยาลัยที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน ได้แก่ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานและมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา (สำนักงานสถิติจังหวัดนครราชสีมา 2560) ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบ้านเกาะ ตำบลในเมือง และตำบลห้วยไผ่ อำเภอเมืองนครราชสีมา จากการลงพื้นที่ศึกษา พบว่า ที่ตั้งหอพักมีระยะห่างรัศมีการกระจายตัวหนาแน่นอยู่ที่ระยะ 3 กิโลเมตร จากมหาวิทยาลัยทั้ง 3 สถาบันรวมมากกว่า 600 แห่ง (สำนักงานสถิติจังหวัดนครราชสีมา 2560) ดังตัวอย่างรูปที่ 1



รูปที่ 1 การกระจายของที่ตั้งหอพักจากรัศมี 3 กิโลเมตร จากมหาวิทยาลัยทั้ง 3 สถาบัน

จากการสำรวจพบว่า ธุรกิจหอพักในจังหวัดนครราชสีมา เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายในท้องถิ่นที่มีที่ดินเดิมอยู่และนำมาพัฒนาเป็นอาคารเพื่อประกอบธุรกิจหอพัก การสำรวจปัญหาผ่านผู้ประกอบการผ่านแบบสอบถาม จำนวน 250 หอพัก พบว่าปัญหาร้อยละ 76 คือปัญหาผู้เช่าน้อยลง ส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคา โดยการตั้งราคาต่ำลงให้ต่ำกว่าคู่แข่ง (Pricing Below the Competition) เมื่อวิเคราะห์ลักษณะปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการในพื้นที่ บนหลักส่วนผสมทางการตลาด 4P (Marketing Mix) ได้แก่ อาคารหอพักและการบริการ (Product) ราคาเช่า (Price) สถานที่ตั้ง (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะใช้การแข่งขันเพียงด้านปัจจัยราคาเช่า (Price) จึงเกิดการแข่งกันในเรื่องการธุรกิจหอพักขนาดย่อม โดยใช้วิธีลดราคาเช่าให้ต่ำ ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องลดต้นทุนต่างๆ ให้ต่ำลง เช่น ลดต้นทุนด้านสถานที่ การตกแต่ง การรักษาความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวก ส่งผลต่อมูลค่าทางธุรกิจ (Value) ที่ลดลง การที่ธุรกิจหอพักขนาดย่อมมักมุ่งเน้นเพียงการแข่งขันทางด้านราคา (Price) แต่ขาดการสร้างมูลค่า (Value) ให้กับอาคารหอพักและการบริการ

จากปัญหาดังกล่าวจึงนำมาสู่การศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกเช่าหอพักของนักศึกษา เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการออกแบบสถาปัตยกรรมกรณีศึกษาชุมชนย่านมหาวิทยาลัย

การศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกเช่าหอพักของนักศึกษา เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการออกแบบสถาปัตยกรรมกรณีศึกษา ชุมชนย่านมหาวิทยาลัยของจังหวัดนครราชสีมา ธีระเดช จินจะโปะ และ ผศ. กฤษ กุลชาติ

ของจังหวัดนครราชสีมาเพื่อนำมาวิเคราะห์และนำเสนอแนวทางในการออกแบบปรับปรุงหอพักเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการออกแบบสถาปัตยกรรม

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของนักศึกษาในชุมชนย่านมหาวิทยาลัยของจังหวัดนครราชสีมา

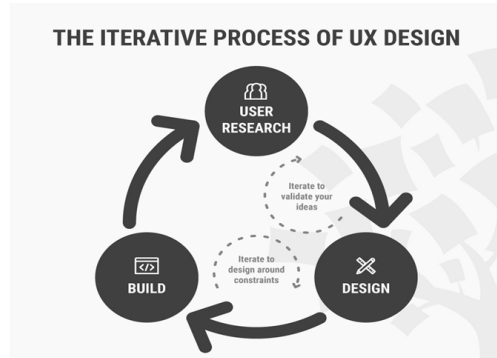
2. นำเสนอแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจหอพักผ่านการออกแบบสถาปัตยกรรม และหลักการบริหารจัดการอาคาร

3. ทบทวนวรรณกรรม

3.1 ประสบการณ์จากผู้ใช้งานสถาปัตยกรรม

ประสบการณ์จากผู้ใช้งานสถาปัตยกรรมหรือ User experience architecture (UXA) คือการออกแบบที่ผ่านการวิเคราะห์ประสบการณ์ผู้ใช้อาคาร โดยเริ่มศึกษาจากกรณีศึกษาผู้ใช้งานสูงงานออกแบบและนำไปสู่การก่อสร้าง หลังการก่อสร้างจะต้องมีการศึกษาหลังการใช้งานอาคารเพื่อเป็นฐานข้อมูลในการออกแบบสู่การปรับปรุงหรือเป็นแนวทางในการสร้างอาคารใหม่ (Hekkert, & van Dijk, 2011) ดังตัวอย่างรูปที่ 2

หลักดังกล่าวทำให้สามารถทราบความต้องการของผู้ใช้งาน และนำมากำหนดกลยุทธ์และแนวคิดทางการออกแบบหรือปรับปรุงอาคารเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งานและในกรณีอาคารเชิงพาณิชย์ผู้ประกอบการจะได้รับอาคารเหมาะสมกับความต้องการทางการใช้งานของกลุ่มลูกค้า



ที่มา: Hekkert & Van Dijk, 2011

รูปที่ 2 วงจรการกระของบวนการของการออกแบบที่ผ่านการวิเคราะห์ประสบการณ์ผู้ใช้ (UXA)

3.2 ส่วนประสมการตลาด 7Ps (Marketing Mix)

เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ Philip Kotler ได้สร้างกรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการหอพักถือเป็นธุรกิจบริการรูปแบบหนึ่งที่ประกอบไปด้วย ปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7 ปัจจัย ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ ตัวอาคาร (bundling) รวมไปถึงสภาพแวดล้อม (environment) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (facility) ที่ผู้ประกอบการสร้างและนำเสนอขายให้แก่ผู้เช่า

2. ราคา (Price) คือ รายจ่ายที่ผู้เช่าต้องชำระไม่ว่าจะเป็น ค่าเช่าห้อง เงินประกัน ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าบริการอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

3. การจัดจำหน่าย (Place) คือด้านทำเลที่ให้คนมาใช้บริการ (location) ช่องทางในการนำเสนอบริการ (channels) เช่น การจองหรือชำระค่าบริการผ่านระบบออนไลน์

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ กลยุทธ์เพื่อส่งเสริมให้เกิดการสนใจในการเข้าใช้บริการ

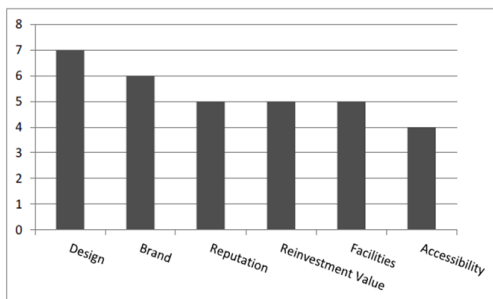
5. กระบวนการให้บริการ (Process) คือ สิ่งที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบวิธีการทำงาน ที่ผู้ประกอบการเสนอให้ผู้เช่า เพื่อสร้างความพึงพอใจในการอยู่อาศัย

6. บุคลากรผู้ให้บริการ (People) คือการบริการของพนักงานผู้ดูแลหอพักเช่นองค์ประกอบของความสุภาพให้ข้อมูลได้ถูกต้องรวดเร็ว เป็นต้น

7. ด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) การสร้างคุณภาพความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการผ่าน ชื่อเสียงของหอพัก (แบรนด์) โดยการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เช่น ลักษณะทางกายภาพของอาคาร ระบบการบริการ การแต่งกายของพนักงาน เป็นต้น

3.3 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Added Values)

การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบอสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่กรุงเทพมหานครประเทศอินโดนีเซียโดย Raden Aswin Rahadi 2013 ได้ศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าและราคาที่อยู่อาศัย พบว่า คุณสมบัตินี้ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาในมุมมองของลูกค้า ได้แก่ การออกแบบสถาปัตยกรรม แบรินด์ของผู้ประกอบการ ชื่อเสียงขององค์กร มูลค่าทางการลงทุน, สิ่งอำนวยความสะดวกการเข้าถึงโครงการตามลำดับ ดังตัวอย่างรูปที่ 3



ที่มา: Raden Aswin Rahadi, 2013

รูปที่ 3 คุณสมบัตินี้ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาของลูกค้า นอกจากปัจจัยดังกล่าวข้าง พบว่า ปัจจัยด้านผู้ประกอบการ ความเชื่อเรื่องโชคลางและผี

พื้นที่ใช้สอยของอาคาร ทั้งตามปัจจัยมีผลต่อความตั้งใจซื้อสังหาริมทรัพย์ (Julius Chia, 2016) จากข้างต้นแสดงให้เห็นว่าการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบอสังหาริมทรัพย์นั้นมีหลากหลายวิธีการ ซึ่งในบริบทที่แตกต่างต้องคำนึงถึงความเชื่อในสังคมวัฒนธรรมของที่ตั้งร่วมด้วย เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อ

ซึ่งทฤษฎีข้างต้นจะถูกนำมาประยุกต์ใช้เป็นกรอบในการเก็บข้อมูลและสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและนำมาวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกเช่าหอพักของนักศึกษา เพื่อเสนอแนวทางผ่านการออกแบบสถาปัตยกรรม

4. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (survey research) ซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้

4.1 พื้นที่ศึกษา

คือ ย่านที่มีผู้ประกอบการหอพักหนาแน่นเป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัย 3 แห่งได้แก่มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน และมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล ครอบคลุมพื้นที่รัศมีแนวราบระยะ 3 กิโลเมตร จากที่ตั้งของทั้ง 3 มหาวิทยาลัย ในขอบเขตตำบลบ้านเกาะตำบลในเมืองและตำบลหมื่นไวย อำเภอเมืองนครราชสีมา ดังรูปที่ 1

4.2 กลุ่มตัวอย่าง

คือ นักศึกษาในระดับปริญญาตรีที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ศึกษา จำนวน 396 คน จากยอดการสำรวจ ปี พ.ศ. 2560 มีจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 39,000 คน ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 ตามวิธีของยามาเน่ (Taro Yamane)

การศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกเช่าหอพักของนักศึกษา เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการออกแบบสถาปัตยกรรม
กรณีศึกษา ชุมชนย่านมหาวิทยาลัยของจังหวัดนครราชสีมา
ธีระเดช จินจะโปะ และ ผศ. กฤษ กุลชาติ

4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผ่านการประยุกต์ใช้กรอบทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 7Ps (Marketing Mix) และการออกแบบสถาปัตยกรรม เพื่อวัดปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกเช่าหอพักของนักศึกษา โดยใช้มาตรวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ มาตรวัดแบบ Likert 3 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูล ผ่านสถิติเชิงพรรณนา

5. อภิปรายและวิเคราะห์ผลการศึกษา

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกเช่าหอพักของนักศึกษา สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการสำรวจข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่า

(1) เพศของกลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศชาย ร้อยละ 34.4 และเพศหญิง 65.6

(2) ภูมิลำเนาของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ร้อยละ 26.6 ต่างอำเภอ ในจังหวัดนครราชสีมา ร้อยละ 44.4 ต่างจังหวัดไม่ได้อยู่ในนครราชสีมา ร้อยละ 29.8

(3) ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 13.2 ปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 ร้อยละ 50 ปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 ร้อยละ 26.3 ปริญญาตรี ชั้นปีที่ 4 ร้อยละ 8.1 ปริญญาตรีชั้นปีที่ 5 ขึ้นไป ร้อยละ 2.4

(4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างต่ำกว่า 2,500 บาท ร้อยละ 14 ระหว่าง 2,501 - 4,500 บาท ร้อยละ 31.5 ระหว่าง 4,501 - 6,500

บาท ร้อยละ 19.6 ระหว่าง 6,501 - 8,500 บาท ร้อยละ 15.9 ระหว่าง 8,501 - 15,000 บาท ร้อยละ 12.9 มากกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 5.9

(5) การเดินทางมายังมหาวิทยาลัยของกลุ่มตัวอย่างการเดินทางร้อยละ 1.1 จักรยานส่วนตัว ร้อยละ 10.8 ขนส่งมวลชน ร้อยละ 14.5 จักรยานยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 60.5 รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 13.2

(6) ราคาเช่าหอพักต่อเดือนที่สนใจเช่าต่ำกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 7.8 ระหว่าง 1,000 - 2,000 บาท ร้อยละ 29.8 ระหว่าง 2,001 - 3,000 บาท ร้อยละ 34.4 ระหว่าง 3,001 - 4,000 บาท ร้อยละ 16.7 ระหว่าง 4,000 - 5,000 บาท ร้อยละ 4.8 5,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 3.2

(7) จำนวนเพื่อนร่วมห้อง (Roommates) ที่ต้องการ ไม่ต้องการเพื่อนร่วมห้อง ร้อยละ 65 ต้องการเพื่อนร่วมห้อง 1 คน ร้อยละ 22.3 ต้องการเพื่อนร่วมห้อง 2 คน ร้อยละ 2.7 ต้องการเพื่อนร่วมห้อง 3 คน ขึ้นไป ร้อยละ 5.6

5.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกเช่าหอพัก

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7 ด้านดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) นักศึกษาให้ความสำคัญกับระบบรักษาความปลอดภัยมากที่สุด เช่น ระบบกล้อง CCTV เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ระบบคีย์การ์ด หรือระบบควบคุมการเข้า-ออกประตูของสถานที่ ดังตารางที่ 1

2) ด้านราคา (Price) นักศึกษาให้ความสำคัญกับอัตราค่าเช่าจ่ายนอกเหนือจากค่าเช่ามากที่สุด เช่น ค่าไฟฟ้าและน้ำประปา ค่าส่วนกลาง ค่าอินเทอร์เน็ต ค่าเคเบิลทีวี เป็นต้น ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (กายภาพอาคารและสิ่งอำนวยความสะดวก)			
ตัวแปร	\bar{X}	SD.	แปลค่า
ระบบรักษาความปลอดภัย	2.48	0.75	สำคัญมาก
สื่อสารโทรคมนาคม	2.43	0.76	สำคัญมาก
ที่จอดรถยนต์	2.43	0.77	สำคัญมาก
ที่จอดรถจักรยานยนต์	2.41	0.74	สำคัญมาก
สภาพแวดล้อมโดยรอบ	2.36	0.72	สำคัญมาก
เฟอร์นิเจอร์-เครื่องใช้ไฟฟ้า	2.35	0.77	สำคัญมาก
ขนาดของห้องพัก	2.34	0.74	สำคัญมาก
ความสวยงามภายในห้องพัก	2.34	.721	สำคัญมาก
ส่วนกลางของหอพัก	2.30	0.75	สำคัญมาก
กายภาพภายนอกหอพัก	2.28	0.70	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	2.37	0.74	สำคัญมาก
สัมประสิทธิ์ของความผันแปร (Coefficient of variation)			

ตารางที่ 2 ปัจจัยด้านด้านราคา

2. ด้านราคา (รายจ่ายที่ผู้เช่าต้องชำระ)			
ตัวแปร	\bar{X}	SD.	แปลค่า
อัตราค่าเช่ารายนอกเหนือ- จากค่าเช่า	2.45	0.72	สำคัญมาก
ค่าเช่าห้อง	2.37	.728	สำคัญมาก
เงินประกัน	2.31	.705	ปานกลาง
มีระดับราคาห้องพักให้เลือก	2.30	.732	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	2.35	0.75	สำคัญมาก
สัมประสิทธิ์ของความผันแปร (Coefficient of variation) 31%			

3) *ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)*
นักศึกษาให้ความสำคัญกับทำเลอยู่ใกล้กับมหาวิทยาลัยมากที่สุด ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ปัจจัยด้านด้านราคา

3. ด้านการจัดจำหน่าย (ทำเลและนำเสนอบริการ)			
ตัวแปร	\bar{X}	SD.	แปลค่า
อยู่ใกล้กับมหาวิทยาลัย	2.43	0.75	สำคัญมาก
อยู่ติดถนนสายหลัก	2.40	0.75	สำคัญมาก
จองและจ่ายออนไลน์	2.32	0.75	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	2.38	0.75	
สัมประสิทธิ์ของความผันแปร (Coefficient of variation) 32%			

4) *ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)*
นักศึกษาให้ความสำคัญเกี่ยวกับค่าสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การส่งเสริมการตลาด

4. การส่งเสริมการตลาด			
ตัวแปร	\bar{X}	SD.	แปลค่า
เกี่ยวกับค่าสิ่งอำนวยความสะดวก	2.51	0.66	สำคัญมาก
ส่วนลดค่าเช่าห้อง	2.33	0.73	สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	2.38	0.75	สำคัญมาก
สัมประสิทธิ์ของความผันแปร (Coefficient of variation) 29%			

5) *ด้านภาพลักษณ์องค์กร (Physical Evidence and Presentation)* นักศึกษาให้ความสำคัญกับผู้ประกอบการที่ดูน่าเชื่อถือผ่านแบรนด์กล่าวคือ สัญลักษณ์ รูปแบบ ดีไซน์ การสื่อสารกับผู้ใช้บริการเพื่อให้หอพักมีความน่าเชื่อถือและสร้างความแตกต่าง ดังตารางที่ 5

การศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกเช่าห้องพักของนักศึกษา เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการออกแบบสถาปัตยกรรมกรณีศึกษา ชุมชนย่านมหาวิทยาลัยของจังหวัดนครราชสีมา
ธีระเดช จินจะโปะ และ ผศ. กฤษ กุลชาติ

ตารางที่ 5 ด้านภาพลักษณ์องค์กร

5. ด้านภาพลักษณ์องค์กร			
ตัวแปร	\bar{X}	SD.	แปลค่า
ชื่อเสียงของผู้ประกอบการ	2.44	0.63	สำคัญมาก
ระบบบริหารงาน	2.33	0.66	สำคัญมาก
ชื่อเสียงของห้องพัก	2.27	0.63	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม		2.35	0.64
สัมประสิทธิ์ของความผันแปร (Coefficient of variation) 27%			

6) *ด้านบุคคล (People)* นักศึกษาให้ความสำคัญกับความสุภาพ ของผู้ให้บริการห้องพักมากที่สุด เช่น กิริยามารยาทในการบริการ การพูดจา ทักทายเพื่อสร้างประสบการณ์เชิงบวกให้กับแขกที่เข้าพักได้ ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ด้านบุคคล

6. ด้านบุคคล			
ตัวแปร	\bar{X}	SD.	แปลค่า
ความสุภาพ	2.55	0.59	สำคัญมาก
ให้ข้อมูลได้ถูกต้องรวดเร็ว	2.47	0.62	สำคัญมาก
บุคลิกภาพ/การแต่งกาย	2.44	.617	สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	2.49	0.60	สำคัญมาก
สัมประสิทธิ์ของความผันแปร (Coefficient of variation) 24%			

7) *ด้านกระบวนการ (Process)* นักศึกษาให้ความสำคัญกับความเป็นธรรมและความน่าเชื่อถือของสัญญาเช่ามากที่สุด เช่น การปรับเปลี่ยนค่าเช่าหรือระยะเวลาเช่าในอัตราที่เป็นธรรมดัง การต่อสัญญาเช่า เป็นต้น ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 กระบวนการ

7. กระบวนการ			
ตัวแปร	\bar{X}	SD.	แปลค่า
ความเป็นธรรมและความน่าเชื่อถือของสัญญาเช่า	2.60	0.59	สำคัญมาก
คุณภาพของการให้บริการมีช่องทางให้สามารถ	2.56	.604	สำคัญมาก
ชำระเงินค่าเช่าได้หลากหลาย	2.48	.633	สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	2.55	0.61	สำคัญมาก
สัมประสิทธิ์ของความผันแปร (Coefficient of variation) 24%			

6. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

จากการสำรวจปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกเช่าห้องพักของนักศึกษา โดยการประยุกต์ใช้ส่วนประสมการตลาด ทั้งหมด 7 ปัจจัย ผ่านสมการตัวชี้วัดความมีอิทธิพล ดังนี้

ตัวชี้วัดระดับความมีอิทธิพล = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 8 ค่าอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องพัก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	\bar{X}	SD	อิทธิพล
1.ด้านกระบวนการ	2.55	0.61	4.18
2.ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	2.49	0.60	4.10
3.ด้านภาพลักษณ์องค์กร	2.35	0.64	3.65
4.ด้านราคา	2.35	0.72	3.26
5.ด้านผลิตภัณฑ์	2.37	0.74	3.18
6.ด้านการจัดจำหน่าย	2.38	0.75	3.15
7.ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.38	0.75	3.15

จากตารางที่ 8 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเช่าห้องพัก 3 ลำดับแรก คือ ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านภาพลักษณ์องค์กร เป็นที่น่าสังเกต

ว่าปัจจัยด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านทำเลที่ตั้ง ไม่ได้อยู่ใน 3 ลำดับแรก เนื่องจากขอบเขตของพื้นที่ศึกษาที่มีหอพักหนาแน่นนั้นมีระยะทางไม่แตกต่างกันมากนักคือระยะ 3 กิโลเมตรจากสถาบันการศึกษา ราคาจากการสำรวจ พบว่าร้อยละ 75 มีราคาอยู่ในระดับ 2,000 – 3,000 บาท ด้านผลิตภัณฑ์คือตัวหอพัก ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่จะก่อสร้างอาคารที่มีรูปแบบอาคาร แบบผังพื้นที่และขนาดห้องคล้ายคลึงกันทำให้ด้านผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกันมากนัก

จากการที่นักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการด้านภาพลักษณ์องค์กร สามอันดับแรกนั้นสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาในการพัฒนาของหอพักในพื้นที่นครราชสีมา เนื่องจากปัญหาที่ผู้ประกอบการพบคือผู้เช่าน้อยลง ส่งผลทำให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคา ซึ่งผลวิจัยได้ชี้ให้เห็นว่าหากผู้ประกอบการหอพักขนาดกลางและขนาดย่อมหันมาพัฒนาด้านกระบวนการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านภาพลักษณ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่นักศึกษาให้ความสำคัญอาจช่วยลดปัญหาการแข่งขันกันเพียงด้านราคาเพียงอย่างเดียว

6.1 แนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจหอพัก ผ่านการออกแบบสถาปัตยกรรม และ หลักการบริหารจัดการอาคาร

จากปัญหาการแข่งขันทางด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ประเภทหอพักให้เช่า ที่พบในพื้นที่ชุมชนย่านมหาวิทยาลัยของจังหวัดนครราชสีมา การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอสังหาริมทรัพย์ถือเป็นแนวทางการแก้ไขแนวทางหนึ่งที่จะสามารถตั้งราคาในสัดส่วนที่มีกำไรในระดับที่

เหมาะสม และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม (Added Values) ให้กับผู้ใช้บริการหอพักได้หลากหลายช่องทางเช่น ด้านการออกแบบสถาปัตยกรรม, ด้านการสร้างแบรนด์ของผู้ประกอบการ, ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก, เป็นต้น ซึ่งองค์ประกอบดังกล่าวส่งผลต่อการตั้งราคาขายในอสังหาริมทรัพย์ ดังนั้น แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจหอพัก จากผลการวิจัยและแนวทางขั้นต้นสามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. *ด้านอารมณ์ความรู้สึก (Emotional)* คือ องค์ประกอบที่ทำให้ผู้เช่าเกิดความพึงพอใจ อาจสื่อสารผ่านทางองค์ประกอบต่างๆ ผ่านส่วนประสมทางการตลาด คือ ด้านกระบวนการ เช่น เพิ่มการอธิบายเรื่องสัญญาเช่า และสามารถให้ผู้เช่าตรวจสอบสัญญาเช่าและข้อกำหนดต่างๆ ได้อย่างมีมาตรฐาน หรือการพัฒนาระบบการให้บริการและด้านบุคลากรผู้ให้บริการที่มีคุณภาพ ผนวกกับการส่งเสริมการตลาด เช่น ส่วนลดลูกค้าเก่าหรือส่วนลดค่าส่วนกลาง ที่ส่งเสริมให้ราคาเช่าต่อเดือนลดลง เป็นต้น

2. *กายภาพ (Physical)* คือ องค์ประกอบทางกายภาพที่ผู้ใช้บริการจับต้องได้ ด้านผลิตภัณฑ์จากผลการวิจัยพบว่าระบบรักษาความปลอดภัย สื่อสารโทรคมนาคม จอดรถยนต์และจักรยานยนต์ เป็นสิ่งที่นักศึกษาให้ความสำคัญ ดังนั้นการลงทุนในการพัฒนาองค์ประกอบดังกล่าวเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเช่ามากที่สุดการพัฒนาภาพลักษณ์องค์กรผ่านการออกแบบตกแต่งอาคาร และหอพักควรบริหารจัดการพื้นที่ส่วนกลางของหอพักให้ไม่ทอดทิ้ง ควรให้บริการส่วนกลางที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของนักศึกษา เช่น ห้องอ่านหนังสือ ร้านกาแฟ ร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น

การศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกเช่าหอพักของนักศึกษา เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการออกแบบสถาปัตยกรรม
กรณีศึกษา ชุมชนย่านมหาวิทยาลัยของจังหวัดนครราชสีมา
ธีระเดช จินจะโปะ และ ผศ. กฤษ กุลชาติ

3. *ด้านวัฒนธรรมและความเชื่อ (Culture and beliefs)* ผู้ประกอบการควรศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมเฉพาะของที่ตั้งโครงการ เช่น เรื่องความเชื่อเรื่องโชคลางและผี, กับพื้นที่ใช้สอยของอาคาร เช่น การจัดวางเตียงนอน การวางประตูห้อง หรือ เรื่องฮวงจุ้ย เป็นต้น ซึ่งความเชื่อเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งในการตัดสินใจเช่าของกลุ่มลูกค้าในพื้นที่บริบทที่มีความเชื่อเฉพาะ

4. *ตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market)* ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมกับผู้ประกอบการรายใหญ่ มีความแตกต่างทางด้านเงินลงทุน ผู้ประกอบการขนาดย่อมจึงขาดงบประมาณวิจัยและพัฒนาสินค้า ผู้ประกอบการหอพักรายใหญ่จึงสามารถตอบสนองความต้องการของมวลชนจำนวนมากหรือ แมส มาร์เก็ต (Mass Market) ได้มากกว่า ดังนั้น หอพักขนาดกลางและขนาดย่อม จึงควรศึกษาและให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่ม หรือ นิช มาร์เก็ต (Niche Market) ที่มีการแข่งขันน้อยกว่า เช่น ทำการตลาดกับนักศึกษาที่ต้องการเพื่อร่วมห้องในการแชร์ค่าใช้จ่าย ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มนักศึกษาร้อยละ 22.3 ต้องการเพื่อนร่วมห้อง 1 คน ซึ่งจากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างพบว่าปัญหาที่พบในการอยู่อาศัยแบบมีเพื่อนร่วมห้องคือ ความเป็นส่วนตัว และขนาดของห้องพักที่เล็ก ดังนั้นหอพักอาจต้องทำการปรับปรุงหอพัก เช่น การสร้างพื้นที่ส่วนกลางให้นักศึกษาได้ทำกรบ้านหรืออ่านหนังสือ การจัดผังห้องนอนให้เป็นเตียงแยกและจัดพื้นที่ภายในให้มีพื้นที่ส่วนตัวเพียงพอสำหรับการอยู่สองคน เป็นต้น

รายการอ้างอิง

- สำนักงานสถิติจังหวัดนครราชสีมา. (2560). *รายงานสถิติจังหวัดนครราชสีมา*. สืบค้นเมื่อ 18 เมษายน 2560, จาก <http://nkrat.nso.go.th>
- Chia, J. (2016). Understanding factors that influence house purchase intention among consumers in kota kinabalu An application of buyer behavior model theory. *Journal of Technology Management and Business*, 3(2), 94-108.
- Hekkert, P., & van Dijk, M. (2011). *Vision in Design: A guidebook for innovators*. Amsterdam: BIS.
- Rahadi, R. A. (2013). Attributes influencing housing product value and price in Jakarta metropolitan region: AMER international conference on quality of life. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 101, 368-378.

**การสำรวจความพึงพอใจในการใช้พื้นที่ส่วนกลาง
ของอาคารชุดพักอาศัยประเภทอาคารสูง ในพื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน**
**A Survey of Customers Occupancy Satisfaction
of Common Area in High Rise Residential Condominium Projects:
Case Study of Bangkok Inner CBD Area**

วิฑูรย์ ภาวนาเจริญ¹ และ วรากร ลิขิตอนุภาค²

Vitoon Pawanacharum¹ and Warakorn Likitanupak²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: vitoon.paw@supalai.com¹, warakorn@ap.tu.ac.th²

บทคัดย่อ

พื้นที่ส่วนกลางที่รองรับกิจกรรมต่างๆ ของผู้อยู่อาศัยในอาคารชุดประเภทอาคารสูง เป็นองค์ประกอบสำคัญในโครงการที่ผู้ประกอบการใช้กำหนดเป็นจุดขายในปัจจุบัน การได้ทราบถึงข้อมูลความต้องการของผู้อยู่อาศัยที่แท้จริง จะช่วยให้การออกแบบเพื่อสร้างความพึงพอใจในการใช้พื้นที่ส่วนกลางทำได้เหมาะสม สามารถลดทอนพื้นที่บางประเภทที่ผู้อยู่อาศัยเห็นว่ามีความสำคัญน้อย และยังใช้เป็นแนวทางในการสนับสนุนการขายได้ งานวิจัยนี้ได้เก็บข้อมูลจากผู้อยู่อาศัยในอาคารชุดเกรดเอ จำนวน 364 ตัวอย่าง จาก 14 โครงการในพื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน นำมาวิเคราะห์รายการพื้นที่ส่วนกลางที่ผู้อยู่อาศัยพึงพอใจและต้องการให้มีในโครงการเรียงลำดับจากมากไปน้อย 5 ลำดับแรก ดังนี้ 1) พื้นที่สันทนาการ 2) ห้องสมุด 3) ร้านค้า 4) ห้องชมวิวยุคทันสมัย 5) ห้องซาวน่าและสปา โดยผลการเรียงลำดับดังกล่าวเมื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกับราคาขายของแต่ละโครงการที่ได้ปรับฐานราคาด้วยปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโดยใช้วิธีคะแนนคุณภาพถ่วงน้ำหนักพบว่ามีความสัมพันธ์สอดคล้องกัน นอกจากนี้ประเภทของพื้นที่ส่วนกลางที่ผู้อยู่อาศัยนำเสนอให้มีเพิ่มเติมมากที่สุดนอกเหนือจากที่ระบุไว้ในรายการของแบบสอบถาม คือ พื้นที่ทำงานร่วมกัน รองลงมาคือพื้นที่สำหรับเด็ก และที่จอดรถเฉพาะของห้องพัก ซึ่งแสดงถึงแนวโน้มการอยู่อาศัยแบบครอบครัวในอาคารชุดที่เพิ่มมากขึ้น และเป็นข้อมูลสำคัญในการพัฒนาการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางได้ในอนาคต

คำสำคัญ: มูลค่าเพิ่ม พื้นที่ส่วนกลาง อาคารชุดพักอาศัยประเภทอาคารสูง พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน

Abstract

A common area that supports the activities of condominium residents. They are important elements in the project which were used as selling points. The understanding of residents' insight need can increase satisfaction into the commons area design. Moreover, it can remove some elements which residents consider less important and also serve as a guideline for sales support. This research collected 364 samples data from 14 high end residential buildings projects in the Bangkok inner CBD area. Analyze the list of commons area that the residents satisfaction and need to have in the project. The top 5 most important elements are: 1) Social club 2) Library 3) Shop 4) Sky lounge and 5) Sauna and Steam respectively. The results are consistent with the sales price of each project which were adjusted by using the weighted quality score method. In addition, the type of common area that most residents offer, other than those listed in the questionnaires, is Coworking space kids area and fixed parking. This reflects the trend of increasing family living in condominiums. It is important to develop a commons area in the future.

Keywords: Value Added, Common Area, High Rise Residential Condominium, Bangkok Inner CBD Area

1. บทนำ

ความเจริญและการขยายตัวของชุมชนเมือง โดยมีกรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางทั้งในด้านสังคมและเศรษฐกิจ ส่งผลให้เกิดความต้องการที่อยู่อาศัยที่สามารถเชื่อมโยงกับย่านธุรกิจและแหล่งงานเพิ่มขึ้นต่อเนื่องทุกปี และเป็นเหตุผลที่ผู้ประกอบการด้านอสังหาริมทรัพย์ต่างเร่งพัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัยในพื้นที่ใจกลางเมืองจนเกิดการแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบัน สอดคล้องกับสถิติการขอจดทะเบียนนิติบุคคลอาคารชุดในเขตกรุงเทพมหานครชั้นใน ปี พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2560 ที่มากถึงร้อยละ 57 เมื่อเทียบกับพื้นที่กรุงเทพมหานครทั้งหมด (สำนักงานส่งเสริมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์, 2560) ซึ่งนอกเหนือจากการแข่งขันกันด้านราคาและทำเลที่ตั้งอาคารชุดเป็นหลักแล้ว แนวคิดเชิงธุรกิจรูปแบบใหม่คือการสร้างความหลากหลายและสมบูรณ์แบบของ

การใช้ชีวิตในเมือง ได้ถูกนำมาใช้เพื่อประโยชน์ทางการตลาด โดยเฉพาะในบริเวณพื้นที่ส่วนกลางของโครงการที่ผู้ประกอบการแต่ละรายต่างนำเสนอในรูปแบบที่แตกต่างเพื่อเป็นจุดขายที่สามารถตอบสนองการใช้ชีวิตของคนรุ่นใหม่ในเมืองมากขึ้น งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยที่ได้ใช้งานพื้นที่ส่วนกลางในอาคารชุด เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการสามารถพิจารณาการลงทุนในรูปแบบและประเภทพื้นที่ส่วนกลางที่สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของผู้อยู่อาศัยได้

2. วัตถุประสงค์

งานวิจัยนี้ศึกษาการจัดลำดับผลสำรวจความต้องการและความพึงพอใจจากการใช้งานพื้นที่ส่วนกลางของผู้อยู่อาศัยรวมถึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีผลต่อรูปแบบพื้นที่

ส่วนกลางประเภทต่าง ๆ ในอาคารชุดพักอาศัย เพื่อนำเสนอแนวทางแก่ผู้ประกอบการในแง่ของการออกแบบพื้นที่ประโยชน์ใช้สอยและรูปแบบสถาปัตยกรรมซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในโครงการอาคารชุด รวมถึงผู้บริโภคสามารถรับรู้ถึงแนวคิดในการกำหนดรูปแบบการสร้างความพึงพอใจของพื้นที่ส่วนกลางที่แตกต่างกันไปในแต่ละผู้ประกอบการและนำข้อมูลมาใช้เปรียบเทียบประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้ออาคารชุด

3. ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องการสำรวจความพึงพอใจในการใช้พื้นที่ส่วนกลางของอาคารชุดพักอาศัย ประเภทอาคารสูง ในพื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน โดยอาคารสูงหมายถึงอาคารที่บุคคลเข้าใช้สอยได้โดยมีความสูงตั้งแต่ 23 เมตรขึ้นไป ตามกฎกระทรวงฉบับที่ 33 (พ.ศ. 2535) ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยเป็น 4 ด้านดังนี้

3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

สำรวจความต้องการและความพึงพอใจจากการใช้งานพื้นที่ส่วนกลางเท่านั้นไม่พิจารณาความพึงพอใจจากการบริการและไม่ครอบคลุมการใช้งานพื้นที่ในห้องชุด

3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษา

จัดเก็บข้อมูลจากโครงการอาคารชุดพักอาศัยประเภทอาคารสูงในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน ได้แก่ เขตพระนคร เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตสัมพันธวงศ์ เขตปทุมวัน เขตบางรัก เขตยานนาวา เขตบางคอแหลม เขตดุสิต เขตบางซื่อ เขตพญาไท เขตราชเทวี เขตห้วยขวาง เขตคลองเตย เขตจตุจักร เขตธนบุรี เขตคลองสาน

เขตบางกอกน้อย เขตบางกอกใหญ่ เขตดินแดง และเขตวัฒนา โดยศึกษาเฉพาะโครงการอาคารชุดเกรดเอขึ้นไป ตามข้อมูลการแบ่งระดับอาคารชุดพักอาศัยในปัจจุบัน (ทีมีวิจัยในท์แฟรงค์ ประเทศไทย, 2559) ที่มีราคาขายเฉลี่ยตั้งแต่ 150,000 บาท ต่อตารางเมตร

3.3 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล

โดยการเก็บแบบสอบถามกลุ่มประชากรที่อาศัยในโครงการอาคารสูงซึ่งพัฒนาโดยบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเป็นโครงการที่จดทะเบียนอาคารชุดตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2559 ถึง 30 มิถุนายน พ.ศ. 2560

3.4 ขอบเขตด้านเวลา

งานวิจัยนี้กำหนดระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ. 2561 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561

4. กรอบตัวแปรในงานวิจัย

4.1 ตัวแปรต้น (Independent variables)

ประกอบด้วยตัวแปรด้านปัจจัยส่วนบุคคลและตัวแปรด้านรูปแบบของพื้นที่ส่วนกลางในโครงการ ซึ่งในงานวิจัยนี้หมายถึงพื้นที่ที่สร้าง ความพึงพอใจเป็นพิเศษ เช่น บ่อออนเซน ไม่ใช่พื้นที่ใช้งานพื้นฐานที่อำนวยความสะดวกโดยทั่วไป เช่น โถงทางเดินหน้าห้องชุด และจากการสำรวจอาคารชุด จำนวน 14 โครงการที่อยู่ในขอบเขตของงานวิจัย พบว่า มีทั้งสิ้น 18 ประเภท แต่มี 3 ประเภทที่ทุกโครงการจัดให้มี ได้แก่ Fitness สระว่ายน้ำ และสวนส่วนกลาง จึงตัดทั้ง 3 ประเภทออก เป็นสาธารณูปโภคพื้นฐานที่ไม่ทำการศึกษา คงเหลือ 15 ประเภทที่กำหนดเป็นตัวแปรต้นในงานวิจัย

4.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

คือระดับความต้องการและความพึงพอใจจากการใช้งานกลุ่มตัวแปรด้านรูปแบบพื้นที่ส่วนกลาง 15 ประเภท ของกลุ่มประชากรที่อยู่อาศัยในโครงการ

5. ระเบียบวิธีวิจัย

5.1 ขั้นตอนการทำวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้หลักการของวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) คือรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้อยู่อาศัยใน 14 โครงการอาคารชุดพักอาศัยประเภทอาคารสูงโดยใช้แบบสอบถามแบบมาตรวัด พร้อมเก็บรวบรวมข้อมูลราคาขายของแต่ละโครงการ จากนั้นทำการปรับฐานราคาด้วยปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง (Location) โดยวิธีการให้คะแนนคุณภาพถ่วงน้ำหนัก (Weighted Quality Score) เพื่อให้ราคาสะท้อนความแตกต่างเฉพาะลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ส่วนกลางในแต่ละโครงการด้วย จากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับผลที่ได้จากการสำรวจ เพื่อหาความสัมพันธ์อันนำไปสู่ผลสรุปของงานวิจัย

5.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้ได้จำแนกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลการเก็บข้อมูล ตามลักษณะและรูปแบบ ออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

5.2.1 กลุ่มตัวอย่างอาคารชุดที่ทำการศึกษาโดยผ่านเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาคือเป็นโครงการอาคารชุดพักอาศัย ประเภทอาคารสูง ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ชั้นในกรุงเทพมหานคร ซึ่งพัฒนาโครงการโดยบริษัทมหาชนแห่งประเทศไทย และมีราคาขายเฉลี่ย 150,000 บาทต่อตารางเมตรขึ้นไปในวันเปิดตัวโครงการ

ตารางที่ 1 แสดงรายชื่อโครงการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ลำดับ	ชื่อนิติบุคคลอาคารชุด	ราคาขาย (บาท/ ตร.ม.)
1	ไอดีโอ ดิว ราชเทวี	150,000
2	ไอดีโอ ดิว จุฬา-สามย่าน	165,552
3	โนเบิล เพลลิจิต	270,000
4	เดอะซิกเนเจอร์ บายเออร์บาโน	170,000
5	333 ริเวอร์ไซด์	150,000
6	ริธีม อโคก 2	165,000
7	ริธีม สุขุมวิท 36-38	170,000
8	เดอะ ลอฟท์ เอกมัย	186,000
9	เดอะไลฟ์ สุขุมวิท 71	179,000
10	เดอะเทอร์ทิโน	290,000
11	เอ็มทองหล่อ 10	170,000
12	เดอะลุมินี 24	200,000
13	เดอะรุม เจริญกรุง 30	180,000
14	เดอะแบงค็อก สาทร์	210,000

5.2.2 กลุ่มประชากร ที่เป็นผู้อยู่อาศัยในโครงการที่จดทะเบียนอาคารชุด ในช่วงวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2559 ถึง 30 มิถุนายน พ.ศ. 2560

6. ผลการวิจัย

6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้งานพื้นที่ส่วนกลาง

เมื่อนำจำนวนห้องพักของทั้ง 14 โครงการมารวมกันจะได้ทั้งสิ้น 7,394 ห้อง จากนั้นใช้วิธีการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยการกำหนดความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% ตามสูตรของ Taro Yamane (1967) จะได้จำนวนแบบสอบถามทั้งสิ้น 380 ชุด ผู้วิจัยใช้การแจกแบบสอบถามโดยแบ่งสัดส่วนตามจำนวนห้องพักของแต่ละโครงการ ตั้งแต่วันที่ 1-26 กุมภาพันธ์ 2561 ซึ่งเก็บแบบสอบถามได้ทั้งสิ้น 397 ชุด

จากนั้นนำมาคัดกรองชุดที่สมบูรณ์และตรงตามวัตถุประสงค์ภายใต้ขอบเขตการศึกษาได้จำนวน 364 ชุด โดยข้อมูลทั่วไปกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกันเช่นเดียวกับมีสถานภาพโสดและสมรสที่ใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาโทและประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้ 150,000-200,000 บาทต่อครัวเรือน โดยร้อยละ 79.40 อาศัยในห้องพักประเภท 1 ห้องนอน และอาศัยอยู่ 2 คน

6.2 การวิเคราะห์ด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจในการเข้าใช้งานพื้นที่ส่วนกลางในอาคารชุดพักอาศัย

การวิจัยในส่วนนี้เพื่อหาคำตอบจากกลุ่มตัวอย่างที่อยู่อาศัยในอาคารชุดเกรตเอภายในขอบเขตพื้นที่ศึกษา จำนวน 14 โครงการ ใน 3 ประเด็น ดังนี้

6.2.1 รูปแบบพื้นที่ส่วนกลางที่ผู้ประกอบกิจการออกแบบให้มีในโครงการ มีความสำคัญและส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างน้อยเพียงใด โดยแบ่งให้ผลต่อการตัดสินใจซื้อเป็น 5 ระดับ และผลจากแบบสอบถามพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดเห็นว่าประเภทและรูปแบบของพื้นที่ส่วนกลางมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.24 รองลงคือ มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.54 มีผลต่อการตัดสินใจปานกลางคิดเป็นร้อยละ 4.95 และมีผลต่อการตัดสินใจน้อย คิดเป็นร้อยละ 0.27

จากผลการสำรวจพบว่า รูปแบบพื้นที่ส่วนกลางมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุดในระดับที่สูงมาก นำมาสู่การรวบรวมพื้นที่ส่วนกลางที่มีใน 14 โครงการพบว่า มีทั้งสิ้น 18 ประเภท แต่มี 3 ประเภทที่ทุกโครงการจัดให้มี คือ Fitness

สระว่ายน้ำและสวนส่วนกลาง จึงทำการตัดทั้ง 3 ประเภทออก เป็นสาธารณูปโภคพื้นฐานที่ไม่ทำการศึกษา คงเหลือ 15 ประเภท ที่จะนำมาใช้ในแบบสอบถาม ได้แก่ พื้นที่

สันทนาการ (social club) ห้องสมุด (library) ลานภาพยนตร์กลางแจ้ง (open air film) ศูนย์บริการธุรกิจ (business center) ห้องชมวิวนบนชั้นสูง (sky lounge) บ่อออนเซน (onsen) ลานสัตว์เลี้ยง (pet yard) ห้องออกกำลังกายแบบแอโรบิกซิ่ง (aero boxing) ลานอาบแดด (sunbathe area) ร้านค้า (store/shop) ที่จอดจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ (super bike) สถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า (ev station) ห้องซาวน่า/สตีม (sauna/steam) ลานบาร์บีคิว (barbecue area) และลิฟต์ส่วนตัว (private lift)

6.2.2 แบบสอบถามที่มีต่อผู้อยู่อาศัยในโครงการว่าพื้นที่ส่วนกลางที่ได้ใช้งานจริงในปัจจุบัน ว่าสามารถตอบสนองความต้องการได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าพื้นที่ส่วนกลางตอบสนองความต้องการมาก คิดเป็นร้อยละ 72.80 รองลงคือตอบสนองความต้องการมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 26.10 และตอบสนองความต้องการปานกลางคิดเป็นร้อยละ 1.10

6.2.3 ความคิดเห็นของผู้อยู่อาศัยในประเด็นเรื่องความยินดีจ่ายเพิ่มสำหรับพื้นที่ส่วนกลางประเภทที่มีความต้องการใช้งานว่ามีจำนวนมากน้อยอยู่ในระดับใด โดยแบ่งเกณฑ์คะแนนเป็น 5 ระดับและผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความยินดีมากที่สุดที่จะจ่ายเพิ่มสำหรับพื้นที่ส่วนกลางที่ต้องการใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 48.90 รองลงมีความยินดีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 46.43 มีความยินดีปานกลางคิดเป็นร้อยละ 3.85 และมีความยินดีน้อยคิดเป็นร้อยละ 0.82

โดยข้อมูลในส่วนข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าประเภทพื้นที่ส่วนกลางที่มีความต้องการและที่ยินดีจ่ายเพิ่มเพื่อให้มีมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พื้นที่สำหรับเด็ก (kids zone) พื้นที่ทำงานร่วมกัน (coworking space) และที่จอดรถเฉพาะของห้องพัก (fix parking)

6.3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติตามความต้องการใช้งานรูปแบบพื้นที่ส่วนกลางประเภทต่าง ๆ

งานวิจัยในส่วนนี้กำหนดกลุ่มตัวอย่างให้คะแนนในทุกประเภทพื้นที่ส่วนกลางมากน้อยตามระดับความต้องการ โดยพื้นที่ส่วนกลางนั้นอาจมีหรือไม่มีอยู่ในโครงการที่ตนเองพักอาศัยก็ได้ ซึ่งกำหนดความต้องการเป็น 3 ระดับ คือระดับที่ 1 มีหรือไม่มีก็ได้ ระดับที่ 2 ยินดีจ่ายเพิ่มเพื่อให้มี และระดับที่ 3 จำเป็นต้องมีในโครงการ โดยผู้วิจัยใช้หลักเกณฑ์การแบ่งระดับคะแนนจากการคำนวณหาค่าอันตรภาคชั้น (Class Interval) (วิชิต, 2550) เพื่อเทียบเป็นช่วงคะแนนจากผู้ตอบแบบสอบถาม 364 คนได้จึงสามารถระบุได้ว่าแต่ละระดับประกอบด้วยพื้นที่ส่วนกลางประเภทใดบ้าง วิเคราะห์คะแนนทำโดยการนำจำนวนคะแนนจากแบบสอบถามคูณตัวเลขค่าระดับแล้วรวมผลคะแนนในทุกระดับจึงได้เป็นคะแนนรวมของแต่ละประเภทพื้นที่ส่วนกลาง จากนั้นเมื่อนำผลคะแนนจากตารางที่ 7 วิเคราะห์หรือร่วมกับการแบ่งช่วงคะแนนในตารางที่ 6 พบว่าพื้นที่ส่วนกลางประเภทที่จำเป็นต้องมีในโครงการคือพื้นที่ส่วนกลางที่ได้คะแนนมากที่สุด 5 ลำดับแรก ได้แก่ 1.พื้นที่สันทนาการ 2.ห้องสมุด 3.ร้านค้า 4.ห้องชมวิวยุคทันสมัย และ 5.ห้องชานา/สตีม สำหรับพื้นที่ส่วนกลางที่กลุ่มตัวอย่างยินดีจ่ายเพิ่มเพื่อให้มีได้แก่พื้นที่ส่วนกลางในลำดับ

ที่ 6 ถึง 8 และพื้นที่ส่วนกลางประเภทที่มีหรือไม่มีก็ได้ได้แก่พื้นที่ส่วนกลางในลำดับที่ 9 ถึง 15 ซึ่งจากผลสำรวจนี้พิจารณาได้ว่าพื้นที่ส่วนกลางประเภทที่ใช้งานได้ง่ายและง่ายรองรับกลุ่มผู้ใช้งานทุกเพศทุกวัยและเป็นประเภทที่ส่งเสริมการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมมีแนวโน้มได้รับความนิยมมากกว่าพื้นที่ส่วนกลางประเภทที่เฉพาะเจาะจงกลุ่มผู้ใช้งาน

ตารางที่ 2 แสดงคะแนนพื้นที่ส่วนกลางประเภทต่าง ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีในโครงการเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ลำดับ	ประเภทพื้นที่ส่วนกลาง	คะแนน	ความหมาย
1	พื้นที่สันทนาการ	1,047	จำเป็นต้องมีในโครงการ
2	ห้องสมุด	991	
3	ร้านค้า	959	
4	ห้องชมวิวยุคทันสมัย	939	
5	ห้องชานา/สตีม	935	
6	ลานบาร์บีคิว	854	ยินดีจ่ายเพิ่มเพื่อให้มี
7	ศูนย์บริการธุรกิจ	775	
8	ลิฟต์ส่วนตัว	659	
9	ห้องออกกำลังกายแอโรบิกซิ่ง	582	มีหรือไม่มีก็ได้
10	บ่อออนเซน	574	
11	ลานภาพยนตร์กลางแจ้ง	555	
12	สถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า	536	
13	ที่จอดรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่	499	
14	ลานเลี้ยงสัตว์	474	
15	ลานอาบแดด	454	

6.4 การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติด้านปัจจัยทำเลที่ตั้งโครงการ

สำหรับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่ผู้วิจัยใช้ในการถ่วงน้ำหนักของเครื่องมือ Weight Quality

Score ประกอบด้วย ปัจจัยความกว้างถนนสายหลักหน้าโครงการ ปัจจัยระยะห่างจากสถานีรถไฟฟ้าที่ใกล้ที่สุด ปัจจัยสภาพแวดล้อมและทิวทัศน์โดยรอบโครงการ และปัจจัยระยะห่างจากสถานที่สำคัญต่าง ๆ ของโครงการ ซึ่งทั้ง 4 ปัจจัยล้วนมีผลต่อราคาขายโครงการอสังหาริมทรัพย์ การประเมินมูลค่าที่ดินและทรัพย์สินรวมถึงมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเมือง (สุรสิทธิ์, 2556)

ตารางที่ 3 ค่าน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโครงการ ตามผลสำรวจจากผู้อยู่อาศัย จำนวน 14 โครงการ

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง	คะแนน	คิดเป็นสัดส่วน (ร้อยละ)
1. ความกว้างถนนหน้าโครงการ (เมตร)	1794	25.9
2. ระยะห่างจากสถานีรถไฟฟ้า (เมตร)	1738	25.1
3. สภาพแวดล้อมรอบโครงการ	1709	24.6
4. ระยะห่างจากสถานที่สำคัญ	1694	24.4

ค่าคะแนนเพื่อกำหนดเป็นสัดส่วนร้อยละในตารางที่ 3 เกิดจากผลความเห็นในแบบสอบถามที่แบ่งการให้ความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลเป็น 5 ระดับ โดย 5 เป็นระดับมากที่สุดลดหลั่นไปจนถึง 1 เป็นระดับน้อยที่สุด จากนั้นนำจำนวนคะแนนที่ได้คูณตัวเลขค่าระดับและรวมผลคะแนนทุกระดับ จะได้คะแนนรวมของแต่ละปัจจัยซึ่งจะเห็นว่าคะแนนไม่ต่างกันมากนัก วิเคราะห์ในขั้นต้นได้ว่าปัจจัยที่กำหนดมีความเหมาะสมและผู้อยู่อาศัยให้ความสำคัญทัดเทียมกันในระดับสูง จากนั้นรวมผลคะแนนจาก 4 ปัจจัยเพื่อปรับอัตราส่วนเป็นจำนวนเต็ม 100 แล้วจึงคิดสัดส่วนร้อยละของแต่ละปัจจัยเพื่อใช้ร้อยละดังกล่าวใน

การถ่วงน้ำหนักของ Weight Quality Score

ในส่วนของการกำหนดค่าของแต่ละปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโครงการของแต่ละโครงการ แบ่งการเก็บข้อมูลเพื่อให้คะแนนเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกปัจจัยความกว้างถนนหน้าโครงการและปัจจัยระยะห่างจากสถานีรถไฟฟ้า เป็นข้อมูลทางกายภาพของโครงการสามารถกำหนดค่าจากการวัดระยะจริงได้ ในส่วนที่ 2 ปัจจัยสภาพแวดล้อมโดยรอบโครงการและระยะห่างจากสถานที่สำคัญ เป็นข้อมูลด้านทัศนคติที่ได้จากแบบสอบถาม ซึ่งค่าที่ได้มาจากความคิดเห็นของผู้อยู่อาศัยในโครงการ

โดยมีวิธีคิดคะแนนในแต่ละปัจจัย ดังนี้

ปัจจัยที่ 1 ความกว้างถนนหน้าโครงการ มีเกณฑ์การให้คะแนนโดยกำหนดให้ 5 เป็นคะแนนสำหรับถนนที่กว้างที่สุดคือ 45 เมตร และให้ 1 เป็นคะแนนสำหรับถนนที่กว้างน้อยที่สุด คือ 10 เมตรและกำหนดให้ถนนที่มีความกว้างอยู่ระหว่างนี้มีคะแนนมากขึ้นจากการเทียบสัดส่วนความกว้าง

ปัจจัยที่ 2 ระยะห่างจากสถานีรถไฟฟ้า มีเกณฑ์การให้คะแนนโดยกำหนดให้ 5 เป็นคะแนนสำหรับระยะห่างที่น้อยที่สุด คือ 20 เมตร และให้ 1 เป็นคะแนนสำหรับระยะห่างที่มากที่สุด คือ 1,300 เมตร และกำหนดให้ระยะห่างที่อยู่ระหว่างนี้มีคะแนนมากขึ้นจากการเทียบสัดส่วนตามระยะทาง

ปัจจัยที่ 3 สภาพแวดล้อมและทิวทัศน์ โดยรอบ และปัจจัยที่ 4 ระยะห่างจากสถานที่สำคัญ มีเกณฑ์การให้คะแนน โดยกำหนดให้ 5 แสดงถึงศักยภาพสูงสุดลดหลั่นไปจนถึง 1 แสดงถึงศักยภาพต่ำสุดโดยผลได้มาจากความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้คะแนนโครงการ

การสำรวจความพึงพอใจในการใช้พื้นที่ส่วนกลางของอาคารชุดพักอาศัยประเภทอาคารสูง
ในพื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน
วิฑูรย์ ภาวนาเจริญ และ วรากร ลิขิตอนาค

ของตนเอง ซึ่งแต่ละโครงการมีผู้ตอบแบบสอบถาม
ในจำนวนที่ต่างกันจึงต้องคิดคะแนนและปรับ
เป็นอัตราส่วนคะแนนเต็ม 5 แยกเป็นรายโครงการ

ตารางที่ 4 สรุปผลคะแนนในแต่ละปัจจัยที่จะนำไปปรับ
ราคาขายด้วย Weight Quality Score ของอาคารชุด 14
โครงการ

โครงการ	ความกว้างถนนหน้าโครงการ	ระยะห่างจากสถานีรถไฟฟ้า	สภาพแวดล้อมและวิวทัศนียภาพโดยรอบ	ระยะห่างจากสถานที่สำคัญ
1. อดีโอ คิว ราชเทวี	3.74	4.06	4.20	4.28
2. อดีโอ คิว จุฬา-สามย่าน	3.97	4.16	4.35	4.85
3. โนเบิล เฟลลิตจิต	3.28	5.00	5.00	5.00
4. เดอะซิกเนเจอร์ บายเออร์บาโน	3.28	4.97	4.33	4.22
5. 333 ริเวอร์ไซด์	1.91	4.69	4.79	3.82
6. วิถี อโคก 2	3.28	4.06	3.64	4.78
7. วิถี สุขุมวิท 36-38	1.00	3.44	3.65	4.14
8. เดอะลอฟท์ เอกมัย	2.71	4.37	4.38	4.75
9. เดอะไลน์ สุขุมวิท 71	2.71	3.44	4.24	4.84
10. เดอะเทอร์รี่ไนน์	1.00	4.21	4.35	4.80
11. เอ็มทองหล่อ 10	1.46	1.00	4.31	4.58
12. เดอะ ลุมพินี 24	1.91	1.93	4.26	4.71
13. เดอะ รุม เจริญกรุง 30	1.91	1.00	4.29	4.79
14. เดอะ แบงค็อก สาทร์	5.00	4.81	4.36	4.91
คะแนนเฉลี่ย	2.62	3.65	4.29	4.60
คะแนนเฉลี่ยรวม	15.16			

เมื่อนำข้อมูลทั้งหมดมาใช้ในการคำนวณ
ราคาขายใหม่ของแต่ละโครงการที่ทำการศึกษ
ด้วย Weight Quality Score โดยสืบค้นข้อมูล
ผ่าน www.hipflat.co.th เพื่ออ้างอิงราคาขาย
จริง ในช่วงวันเวลาเดียวกันทุกโครงการ ณ วันที่
1 มีนาคม พ.ศ. 2561 เพื่อให้ราคาขายสะท้อน

ความเป็นจริงด้านศักยภาพด้านทำเลที่ตั้งใน
ปัจจุบันและเพื่อตัดปัจจัยเรื่องช่วงเวลาเปิดขาย
ที่ไม่พร้อมกันของแต่ละโครงการ ซึ่งมีผลอย่าง
มากต่อการเปลี่ยนแปลงราคาห้องชุดในเขต
พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน ผลการวิจัยเป็นดังนี้

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบราคาขายจริงกับราคาขายที่ปรับ
ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งด้วย Weight Quality Score ของ
อาคารชุด 14 โครงการ

ชื่อโครงการ	ราคา (แสนบาท/ ตารางเมตร)	
	ราคา ขายจริง	ราคาขายที่ ปรับด้วย WQS
1. อดีโอ คิว ราชเทวี	1.94	1.91
2. อดีโอ คิว จุฬา-สามย่าน	1.98	2.12
3. โนเบิล เฟลลิตจิต	2.81	2.16
4. เดอะซิกเนเจอร์ บายเออร์บาโน	1.87	2.05
5. 333 ริเวอร์ไซด์	1.51	1.76
6. วิถี อโคก 2	1.66	1.89
7. วิถี สุขุมวิท 36-38	1.91	1.82
8. เดอะ ลอฟท์ เอกมัย	1.88	1.91
9. เดอะไลน์ สุขุมวิท 71	1.73	1.58
10. เดอะเทอร์รี่ไนน์	2.94	1.74
11. เอ็มทองหล่อ 10	1.79	1.62
12. เดอะ ลุมพินี 24	2.34	1.78
13. เดอะ รุม เจริญกรุง 30	1.87	1.78
14. เดอะแบงค็อก สาทร์	2.12	2.47
ราคาเฉลี่ย	2.03	1.89
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.395	0.343

จากตารางที่ 5 พบว่า เมื่อปรับราคาขาย
ของอาคารชุดด้วย Weight Quality Score มี
โครงการที่ราคาปรับสูงขึ้นจากราคาขายเดิม
จำนวน 6 โครงการ และราคาปรับลดลงจำนวน
8 โครงการ โดยทุกโครงการที่ราคาปรับขึ้นจะมี
ผลรวมคะแนนของปัจจัยด้านทำเลสูงกว่าคะแนน
เฉลี่ยรวมคือ 15.16 (ตามตารางที่ 4) ในขณะที่

5 ใน 8 ของโครงการที่ราคาปรับลดลงจะมีผลรวมของคะแนนต่ำกว่าคะแนนเฉลี่ย มีเพียง 3 โครงการที่ราคาปรับลดลงแต่มีคะแนนของปัจจัยด้านทำเลสูงกว่าค่าเฉลี่ย คือ โครงการโนเบิลเพลินจิต ซึ่งมีราคาขายจริงในปัจจุบันสูงมาก แตกต่างจากโครงการอื่นที่นำมาวิเคราะห์อย่างชัดเจน โครงการไอดีโอ คิว ราชเทวี และโครงการเดอะไลน์ สุขุมวิท 71 ซึ่งมีผลรวมคะแนนสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยเพียงเล็กน้อย จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่าโครงการที่มีทำเลที่ดีมีแนวโน้มที่ราคาขายจะถูกปรับให้สูงขึ้นเมื่อใช้เทคนิคของ Weight Quality Score เนื่องจากมีฐานคะแนนด้านปัจจัยทำเลที่ตั้งสูงกว่าหลายโครงการที่นำมาเปรียบเทียบ ทั้งนี้ ภาพรวมราคาขายใหม่ที่ปรับด้วย Weight Quality Score พบว่า มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานลดลง

จากนั้นเมื่อนำราคาขายในแต่ละโครงการที่ปรับด้วย Weight Quality Score มาเรียงลำดับจากราคาสูงไปหาราคาต่ำ แล้วเปรียบเทียบกับจำนวนพื้นที่ส่วนกลางของแต่ละโครงการมีพบว่าโครงการที่มีราคาขายสูง 5 ลำดับแรกจะประกอบไปด้วยพื้นที่ส่วนกลางหลายประเภทและเป็นประเภทที่จำเป็นต้องมีในโครงการตามผลวิจัยจากตารางที่ 2 และโครงการที่มีราคาขายตั้งแต่ลำดับ 6 ลงมา พบว่า ส่วนใหญ่มีจำนวนประเภทพื้นที่ส่วนกลางน้อย ถึงแม้ว่าบางโครงการจะมีจำนวนพื้นที่ส่วนกลางหลายประเภทแต่ก็พบว่าเป็นประเภทที่ผู้อยู่อาศัยมีความต้องการในสัดส่วนที่น้อย ผลวิจัยนี้จึงสะท้อนถึงความสัมพันธ์อันสอดคล้องระหว่างราคาขายกับจำนวนประเภทพื้นที่ส่วนกลางที่ไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งแสดงผลตามตารางที่ 6 ดังนี้

ตารางที่ 6 แสดงการเรียงลำดับราคาขายของแต่ละโครงการเปรียบเทียบกับจำนวนพื้นที่ส่วนกลางที่มีในโครงการ

ชื่อโครงการ	ราคาขายที่ปรับด้วย WQS (แผนภาพ/ ตารางเมตร)	จำนวนประเภทพื้นที่ส่วนกลางที่มีในโครงการ	จำนวนประเภทพื้นที่ส่วนกลางที่จำเป็นต้องมีตามผลวิจัย
1. เดอะแบงค์ค็อค สาทร์	2.47	6	4
2. โนเบิล เพลินจิต	2.16	5	3
3. ไอดีโอ คิว จุฬา-สามย่าน	2.12	6	4
4. เดอะซิกเนเจอร์ บายเออร์บาโน	2.05	3	3
5. ไอดีโอ คิว ราชเทวี	1.91	6	4
6. เดอะ ลอฟท์ เอกมัย	1.90	3	2
7. ริธีม อโคก 2	1.89	4	2
8. ริธีม สุขุมวิท 36-38	1.82	2	1
9. เดอะลุมพินี 24	1.78	2	1
10. เดอะรุม เจริญกรุง 30	1.78	4	2
11. 333 ริเวอร์ไซด์	1.76	2	1
12. เดอะเทอร์รี่ไนน์	1.74	2	1
13. เอ็มทองหล่อ 10	1.62	8	3
14. เดอะไลน์ สุขุมวิท 71	1.58	5	2

นอกจากนี้ หากวิเคราะห์ในรายละเอียดของโครงการที่มีจำนวนพื้นที่ส่วนกลางเท่ากัน แต่ถูกจัดลำดับจากราคาขายต่างกันเช่นโครงการในลำดับที่ 1 คือ เดอะแบงค์ค็อค สาทร์ กับโครงการ ไอดีโอ คิว จุฬา-สามย่าน ที่อยู่ในลำดับที่ 3 สามารถอธิบายได้ว่า โครงการเดอะแบงค์ค็อค สาทร์ มีพื้นที่ส่วนกลางประเภทที่ผู้อยู่อาศัยยินดีจ่ายเพิ่มเพื่อให้ได้ใช้งานมากกว่า 1 รายการ คือ ลิฟท์ส่วนตัว ซึ่งผลวิจัยสะท้อนว่ามีมูลค่าเพิ่มมากกว่าลานภาพยนตร์กลางแจ้งซึ่งถูกจัดให้อยู่ในประเภทมีหรือไม่มีก็ได้ตามที่โครงการไอดีโอ

การสำรวจความพึงพอใจในการใช้พื้นที่ส่วนกลางของอาคารชุดพักอาศัยประเภทอาคารสูง
ในพื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน
วิฑูรย์ ภาวนาเจริญ และ วรกร ลิขิตอนาค

จุฬา-สามย่านมี ดังนั้น โครงการเดอะแบงก์คือค
สาทรจึงมีราคาขายที่สูงกว่า ตามรายละเอียดที่
แสดงในตารางที่ 7 ดังนี้

ตารางที่ 7 เปรียบเทียบประเภทพื้นที่ส่วนกลางของ 2
โครงการ

ประเภทพื้นที่ส่วนกลาง	ความ หมาย	เดอะ แบงก์ค สาทร	ไอดีโอ คิงจุฬา- สามย่าน
พื้นที่สันทนาการ	จำเป็น ต้องมี	มี	มี
ห้องสมุด		-	มี
ร้านค้า		มี	มี
ห้องชมวิวนบนชั้นสูง		มี	-
ห้องชานา/ สติม		มี	มี
ศูนย์บริการธุรกิจ	ยินดี	มี	มี
ลิฟต์ส่วนตัว	จ่ายเพิ่ม	มี	-
ลานภาพยนตร์กลางแจ้ง	มี/ไม่มีก็ได้	-	มี

7. บทสรุป

งานวิจัยนี้เชื่อมโยงแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยได้แก่ทำเลที่ตั้ง/สภาพแวดล้อม ราคา ลักษณะทางกายภาพของโครงการ สาธารณูปโภคสิ่งอำนวยความสะดวกและชื่อเสียงผู้ประกอบการ (ยูวดี, 2544) ซึ่งสรุปได้ว่า รูปแบบพื้นที่ส่วนกลางมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุด สอดคล้องกับงานวิจัยของอริสรา แก่นเพชร (2558) ที่พบว่า ผู้บริโภคในเขตเมืองต้องการพื้นที่ส่วนกลางหลากหลายประเภท มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่มากขึ้น เช่น ร้านค้า และสามารถตอบสนองพฤติกรรมการใช้ชีวิตได้อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของทศธรรม สิงคาลวนิช (2553) ที่พบว่า ผู้บริโภคมีความต้องการพื้นที่พิเศษและบริการพิเศษจากพื้นที่ส่วนกลาง รวมถึงเทคโนโลยีใหม่ในอาคาร ซึ่งผู้ประกอบการในปัจจุบันต่างออกแบบพื้นที่ส่วนกลางโดยคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่าง

ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้บริโภค (Kotler, 2000) สะท้อนจากพื้นที่ส่วนกลางของโครงการเกรดเอที่ผู้ประกอบการได้ออกแบบไว้จนเป็นที่พึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในระดับสูง แต่ทั้งนี้ยังไม่มีโครงการใดที่ออกแบบพื้นที่ส่วนกลางประเภทที่จำเป็นต้องมีในโครงการครบ 5 รายการตามข้อสรุปจากงานวิจัยนี้ ได้แก่ 1.พื้นที่สันทนาการ 2.ห้องสมุด 3.ร้านค้า 4.ห้องชมวิวนบนชั้นสูง 5.ห้องชานาและสติม ซึ่งผู้ประกอบการควรออกแบบให้เป็นสาธารณูปโภคพื้นฐานอีกทั้งพื้นที่ส่วนกลางประเภทที่อยู่อาศัยยินดีจ่ายเพิ่มเพื่อให้ได้ใช้งาน 3 รายการ ได้แก่ 1.ลานบาร์บีคิว 2.ศูนย์บริการธุรกิจ และ 3.ลิฟต์ส่วนตัวที่ผู้ประกอบการสามารถออกแบบเพื่อใช้เป็นจุดขายในโครงการได้ และจากผลวิจัยนี้ เมื่อนำรายการพื้นที่ส่วนกลางที่อยู่อาศัยเห็นว่าจำเป็นต้องมีในโครงการมาวิเคราะห์ร่วมกับราคาขายของแต่ละโครงการที่ได้ปรับฐานราคาด้วยปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโดยวิธี Weight Quality Score พบว่า มีความสัมพันธ์สอดคล้องกัน กล่าวคือโครงการที่ออกแบบให้มีพื้นที่ส่วนกลางหลายประเภทและเป็นประเภทที่จำเป็นต้องมีตามความคิดเห็นของผู้อยู่อาศัย มีแนวโน้มที่จะสามารถตั้งราคาขายได้สูงและสร้างความพึงพอใจได้มาก โดยเฉพาะในโครงการเกรดเอที่ลูกค้ามีกำลังซื้อสูงและมีความต้องการมากกว่าการซื้อเพื่ออยู่อาศัยเพียงอย่างเดียว

รายการอ้างอิง

ทศธรรม สิงคาลวณิช. (2553). *รูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มในอาคารชุดพักอาศัยระดับกลางบนถึงระดับบนในเขตวัฒนา คลองเตย กรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, สาขาสถาปัตยกรรม.

ทีมวิจัย ไนท์แฟรงค์ ประเทศไทย. (2559). *การจัดระดับเกรดคอนโดมิเนียม*. สืบค้นเมื่อวันที่ 4 กันยายน 2560, จาก <http://thailandproperty-news.knightfrank.co.th>.

ยุวดี ศิริ. (2544). *การตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของประชากรในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, ภาควิชาเคหการ.

วิชิต อุ่ออัน. (2550). *การวิจัยและการสืบค้นข้อมูลทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: พรินท์แอนด์.

สุรสิทธิ์ พันธนาคง. (2556). *การพัฒนาแบบจำลองการประเมินมูลค่าห้องชุดพักอาศัยในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครโดยใช้วิธีการปรับแก้ข้อมูลด้วยการให้น้ำหนักตามระดับคะแนน*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, สาขาวิชาบัณฑิตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์.

สำนักงานส่งเสริมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์. (2560). *สถิติการขอจดทะเบียนนิติบุคคลอาคารชุดในเขตกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2560*. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 กันยายน 2560, จาก <http://www.dol.go.th>.

อริสรา แก่นเพชร. (2558). *การศึกษารูปแบบอาคารชุดพักอาศัยทางด้านกายภาพเพื่อตอบสนองคนเจนเอเรชั่นวายที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และการผังเมือง, สาขาวิชาบัณฑิตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์.

Kotler, P. (2000). *Marketing management: Analyzing consumer marketing and buyer behavior (The millennium)*. New Jersey: Prentice Hall.

แนวทางการบริหารความเสี่ยงนิติบุคคลอาคารชุด
กรณีศึกษา อาคารชุดพักอาศัยระดับราคาปานกลาง
กรุงเทพฯ เขตดอนเหนือ

An Examination of Risk Management Process of Juristic Person
Condominium: A Case Study of Middle Class Residential
Condominiums in Northern Bangkok

มนธิรา ปกป้อง¹ และ ผศ.ดร. สุกุลพัฒน์ คุ้มไพศาล²

Montira Pokpong¹ and Asst. Prof. Sukulpat Khumpaisal, Ph.D.²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: montira.mpp@gmail.com¹, sukulpat@hotmail.com²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อแสวงหาแนวทางการบริหารความเสี่ยงนิติบุคคลอาคารชุด โดยวิธีศึกษาเชิงคุณภาพ และใช้กรณีศึกษาอาคารชุดพักอาศัยระดับราคาปานกลาง กรุงเทพฯ เขตดอนเหนือ ซึ่งสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับการบริหารงานนิติบุคคล โดยการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 11 ท่าน ได้แก่ (1) ผู้บริหารบริษัทบริหารนิติบุคคลอาคารชุด 3 ท่าน และ (2) ผู้จัดการนิติบุคคล 8 ท่าน โดยประเมินโอกาสเกิดและผลกระทบของความเสี่ยงต่างๆ ที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริหารงาน ผลการวิจัยพบว่า คะแนนความเสี่ยงของปัจจัยในการบริหารงานมากที่สุด คือ พนักงานขาดประสบการณ์และไม่มีทักษะ การขาดบุคลากรในการทำงาน และการประมาณการค่าใช้จ่ายไม่ถูกต้อง ซึ่งแนวทางการบริหาร โดยการสรรหาบุคลากร จัดอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพและทักษะ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการ และวางแผนการใช้งบประมาณล่วงหน้า

คำสำคัญ: ความเสี่ยง การบริหารความเสี่ยง นิติบุคคลอาคารชุด

Abstract

This research aims to search for the comprehensive risk management guidelines for managing the juristic person condominium, employing the qualitative approach associated with the case studies method, and focus extensively on the middle class residential condominiums in Northern Bangkok. Eleven key informants were purposively selected, which were (1) 3 Executives of the property management companies, and (2) 8 Juristic Person Managers. This research is aiming to assess the likelihood and consequences of internal risks occurred in juristic person management process. The results revealed that the highest internal risk is (1) Staff, personally

lack of working experience and skills (2) lack of workforce (3) lack of effectively cost estimate. Management approach by recruitment, training to enhance ability and skills, including the use of technology to juristic person condominium management and budget planning.

Keywords: Risk, Risk Management, Juristic Person Condominium

1. บทนำ

กรุงเทพมหานคร เป็นศูนย์กลางของความเจริญในทุกด้าน ทั้งเศรษฐกิจ ระบบสาธารณูปโภค สถาบันการศึกษา เมืองหลวงแห่งนี้จึงเป็นเป้าหมาย ของประชากรไทยและต่างชาติ โดยมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการกระจายตัวของที่อยู่อาศัยเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย หากแต่ที่ดินเป็นทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ประกอบกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ที่มีนิยมความเป็นส่วนตัว อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงความสะดวกในการเดินทาง ส่งผลให้ในปัจจุบันรูปแบบการอยู่อาศัยเปลี่ยนเป็นแนวสูง ปริมาณของอาคารชุดพักอาศัยจึงเพิ่มสูงขึ้น การบริหารจัดการทรัพยากรอาคารประเภทอาคารชุดพักอาศัย ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการบริหารและจัดการทรัพยากรกายภาพภายในโครงการฯ หรือทรัพย์ส่วนกลาง โดยมีการวางแผนและการจัดการอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ทรัพย์ส่วนกลางอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน มีการใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่า และให้เกิดสุขและความพึงพอใจแก่เจ้าของร่วม (เสรีชัย โชติพานิช, 2549) รัฐจึงได้กำหนดการดูแลสาธารณูปโภคและบริการสาธารณะ โดยกำหนดให้ “นิติบุคคลอาคารชุด” มีหน้าที่ดูแลทรัพย์ส่วนกลาง จัดการระบบสาธารณูปโภคหรือระบบประกอบอาคาร อีกทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แต่ยังคงพบว่ายังคงมีปัญหาเกิดขึ้นจากการบริหารงานของนิติบุคคลอาคารชุด จึงนำมาสู่ความเป็นเหตุเป็นผลและ

ความสำคัญของการวิจัยครั้งนี้ ภายใต้ปัญหาการวิจัยที่ว่า ปัจจัยความเสี่ยงของนิติบุคคลอาคารชุดมีอะไรบ้าง และทำการประเมินความเสี่ยงของนิติบุคคลอาคารชุด เพื่อทราบถึงผลกระทบและโอกาสของความเสี่ยง และนำไปสู่แนวทางในการบริหารความเสี่ยงเหล่านั้นต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อระบุปัจจัยความเสี่ยงด้านต่าง ๆ ของการบริหารงานนิติบุคคลอาคารชุด
- 2.2 เพื่อประเมินผลกระทบและโอกาสเกิดของปัจจัยความเสี่ยงของการบริหารนิติบุคคลอาคารชุด
- 2.3 เพื่อเสนอแนะแนวทางการบริหารความเสี่ยงของการบริหารงานนิติบุคคลอาคารชุด

3. ขอบเขตการศึกษา

- 3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ กรุงเทพฯ ตอนเหนือ จำนวน 7 เขตพื้นที่ ได้แก่ เขตจตุจักร เขตบางซื่อ เขตลาดพร้าว เขตหลักสี่ เขตดอนเมือง เขตสายไหม และเขตบางเขน
- 3.2 ขอบเขตด้านผู้ให้สัมภาษณ์ คือ ผู้จัดการนิติบุคคลอาคารชุด และผู้บริหารของบริษัทรับบริหารนิติบุคคลอาคารชุด
- 3.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาทฤษฎีของปัจจัยความเสี่ยงภายใน (Internal Factors) สามารถแบ่งตามลักษณะการเกิดความเสียหายได้ ดังนี้ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2558)

3.4 ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาศึกษาตั้งแต่
กันยายน 2560 – กุมภาพันธ์ 2561

4. วิธีกรวิจัย

วิธีศึกษาเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์
เชิงลึก จากกรณีศึกษาอาคารชุดพักอาศัยระดับ
ราคาปานกลาง กรุงเทพฯ เขตดอนเหนือ ซึ่ง
สัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับการบริหารงานนิติบุคคล
โดยการคัดเลือกแบบเจาะจงเจาะจง จำนวน 11
ท่าน ได้แก่

- (1) ผู้บริหารบริษัทบริหาร 3 ท่าน
- (2) ผู้จัดการนิติบุคคลอาคารชุด 8 ท่าน

กำหนดมิตความเสี่ยงเป็นความเสี่ยงภายใน
ซึ่งประกอบด้วย 4 ด้าน ดังนี้ (1) ความเสี่ยงด้าน
กลยุทธ์ (2) ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (3)
ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทาง
การเงิน และ (4) ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการ
ปฏิบัติตามกฎระเบียบ โดยอาศัยความสัมพันธ์
ระหว่างโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ (Likelihood)
และผลกระทบ (Impact) จากเหตุการณ์ความ
เสี่ยง และนำมาจัดอันดับความเสี่ยง เพื่อนำไป
ประกอบการตัดสินใจในการบริหารและจัดการ
ความเสี่ยง

5. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การบริหารจัดการทรัพยากรอาคารประเภท
อาคารชุดพักอาศัย (เสรีชัย โชติพานิช, 2549)
เป็นการบริหารและจัดการทรัพยากรกายภาพ
ภายในโครงการฯ หรือทรัพย์สินส่วนกลาง

การจัดตั้งนิติบุคคลที่อยู่อาศัย เพื่อการ
จัดการให้ทรัพย์สินส่วนกลางอยู่ในสภาพที่ดี โดย
ทำหน้าที่จัดการและดูแลทรัพย์สินส่วนกลางของ
โครงการฯ มีการกำหนดผู้ทำหน้าที่ คือ ผู้จัดการ

นิติบุคคล เป็นผู้บริหารจัดการดูแลทรัพย์สินส่วนกลาง
ในนามของนิติบุคคลอาคารชุด การปฏิบัติงาน
ต่าง ๆ จะเป็นไปตามข้อบังคับของนิติบุคคล
อาคารชุด ซึ่งอาคารชุดแต่ละแห่งจะมีระเบียบ
ภายในของแต่ละอาคารชุดที่ไม่เหมือนกัน แม้จะ
อยู่ภายใต้พระราชบัญญัติอาคารชุดฉบับเดียวกัน
ก็ตาม (สำนักส่งเสริมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ กรม
ที่ดิน, 2555) โดยดำเนินการทางกฎหมายมีการ
กำหนดให้จัดเก็บค่าใช้จ่ายส่วนกลางรายเดือน
และกองทุน การออกข้อกำหนดระเบียบและข้อ
ตกลงร่วมกันภายในชุมชน การประชุมประจำปี
และการจัดให้มีกรดูแลทรัพย์สินส่วนกลางให้
เป็นระเบียบเรียบร้อยและอยู่ในสภาพที่ดีใช้
งานได้ ในทางปฏิบัติ “นิติบุคคลที่อยู่อาศัย” ทำ
หน้าที่ดูแลงาน 2 ส่วน ได้แก่ งานด้านกฎหมาย
และงานด้านกายภาพ

- งานด้านกฎหมาย ภาระหน้าที่ที่กฎหมาย
กำหนดไว้ให้ดำเนินการรวมทั้งเพื่อให้มีงบ
ประมาณเพียงพอในการดูแลทรัพย์สินส่วนกลาง
- งานด้านทางกายภาพ ภาระหน้าที่ในการ
ดูแลหรือจัดให้ทรัพย์สินส่วนกลางของเจ้าของร่วมอยู่
ในสภาพที่ดี เจ้าของร่วมมีความสะดวกและ
ปลอดภัย

ความเสี่ยง (Risk) หมายถึง เหตุการณ์ที่มี
ความไม่แน่นอน ซึ่งมีโอกาสที่จะเกิดขึ้นในอนาคต
และมีผลกระทบ ทำให้การดำเนินงานขององค์กร
ไม่ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

ปัจจัยภายใน หมายถึง ปัจจัยภายในขององค์กร
ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของวัตถุประสงค์
เป็นปัจจัยที่ผู้บริหารสามารถจัดการควบคุมได้
ตัวอย่างเช่น

- 1) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)
เหตุการณ์ที่เกี่ยวกับความต้องการเงินทุน
- 2) พนักงาน (Personnel) เหตุการณ์ที่

เกี่ยวกับ การทุจริต การหมดอายุสัญญาจ้างการสูญเสียพนักงานสำคัญ

3) กระบวนการ (process) เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนการปฏิบัติงาน ความผิดพลาดในกระบวนการ ที่ส่งผลต่อความไม่มีประสิทธิภาพ

4) เทคโนโลยี (technology) เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับระบบและสารสนเทศภายในองค์กร การบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร จำแนกได้เป็น 4 ลักษณะ ดังนี้

- ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (strategic risk) คือ ความเสี่ยงที่เกิดจากการกำหนดแผนกลยุทธ์ อันส่งผลกระทบต่อการบรรลุวิสัยทัศน์ พันธกิจ

- ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (operational risk) คือ ความเสี่ยงที่เกิดจากการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับ กระบวนการ เทคโนโลยีสารสนเทศ บุคลากรในการปฏิบัติงาน เป็นต้น

- ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทางการเงิน (financial risk) คือ ความเสี่ยงที่เกิดจากการเบิกจ่ายงบประมาณไม่เป็นไปตามแผน งบประมาณที่ได้รับไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ของภารกิจที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้การจัดสรรไม่เพียงพอ

- ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามกฎระเบียบ (compliance risk) คือ ความเสี่ยงที่เกิดจากการไม่สามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบหรือกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติงาน การประเมินความเสี่ยง (risk assessment) หมายถึง กระบวนการระบุความเสี่ยง และการวิเคราะห์เพื่อจัดลำดับความเสี่ยงที่จะมีผลกระทบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยการประเมินจากโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ (likelihood) และผลกระทบต่อ (impact) จากเหตุการณ์ความเสี่ยงตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความหมายของระดับความเสี่ยง

ระดับความเสี่ยง	คะแนนของระดับความเสี่ยง
ระดับความเสี่ยงต่ำ (Low)	1 - 3
ระดับความเสี่ยงปานกลาง (Medium)	4 - 9
ระดับความเสี่ยงสูง (High)	10 - 16
ระดับความเสี่ยงสูงมาก (Extreme)	17 - 25

เมื่อได้ระดับความเสี่ยงแล้ว ควรนำความเสี่ยงที่มีความรุนแรงมาก สามารถก่อให้เกิดความเสียหายได้มาก มีโอกาสในการเกิดสูง มาเร่งจัดการก่อน การจัดอันดับความเสี่ยงจะช่วยให้สามารถวางแผนและจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องโดยเลือกการวัดความเสี่ยงที่มีความรุนแรงมากและมีโอกาสเกิดขึ้นบ่อยไปหาความเสี่ยงที่ไม่รุนแรงและโอกาสเกิดขึ้นไม่บ่อย (สุรการต์ รัตนวิฑูรย์, 2555) ตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การกำหนดระดับของความเสี่ยง

โอกาสเกิด	น้อยมาก (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	สูง (4)	สูงมาก (5)
ผลกระทบ					
สูงมาก (5)	5	10	15	20	25
สูง (4)	4	8	12	16	20
ปานกลาง (3)	3	6	9	12	15
น้อย (2)	2	4	6	8	10
น้อยมาก (1)	1	2	3	4	5

6. ผลการศึกษา

การศึกษาการวิจัยด้วยระเบียบวิธีวิจัยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อความเสี่ยงของการบริหารงานนิติบุคคลอาคารชุด ทั้งในแง่ของโอกาสที่จะเกิดและผลกระทบต่อความเสี่ยงพร้อมทั้งแนวทางการแก้ไขปัญหา

ผู้ศึกษาทำการประเมินความเสี่ยงเพื่อระบุความสำคัญของความเสี่ยงและจัดเรียงลำดับความเสี่ยงที่เกิดขึ้น เพื่อนำไปประกอบการตัดสินใจในการจัดการความเสี่ยงที่เกิดขึ้นอย่างเหมาะสม โดยใช้ความสัมพันธ์ระหว่างโอกาสที่จะเกิดและผลกระทบที่จะเกิด ตามสมการที่ 1

ระดับความเสี่ยง

$$= \text{โอกาสที่จะเกิด} \times \text{ระดับผลกระทบ} \quad (1)$$

เมื่อได้ระดับความเสี่ยงแล้ว ผู้วิจัยได้มาจัดเรียงระดับความเสี่ยง โดยใช้เกณฑ์การจัดอันดับความเสี่ยงของกลุ่มตรวจสอบภายในกระทรวงกระทรวงศึกษาธิการ (2560) ตามตารางที่ 3

ผู้วิจัยได้นำปัจจัยเสี่ยงมาระบุในแผนภาพความเสี่ยง เพื่อพิจารณาปัจจัยความเสี่ยงที่มีระดับความเสี่ยงอยู่ในระดับที่สูงและสูงมาก

1. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ คือ ขาดความน่าเชื่อถือขององค์กร/บุคคล การวางแผนกลยุทธ์ที่ผิดพลาดของนิติบุคคลฯ และนิติบุคคลฯขาดวิธีการตรวจสอบงานที่มีคุณภาพ ตามรูปที่ 1

โอกาสเกิด \ ผลกระทบ	น้อยมาก (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	สูง (4)	สูงมาก (5)
สูงมาก (5)					
สูง (4)		Risk 1.1	Risk 1.2 / Risk 1.3 / Risk 1.4		
ปานกลาง (3)					
น้อย (2)					
น้อยมาก (1)					

รูปที่ 1 แผนภาพปัจจัยความเสี่ยงด้านกลยุทธ์

2. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการคือพนักงานขาดประสบการณ์และไม่มีทักษะในการบริหารงานนิติบุคคลอาคารชุด การขาดบุคลากรในการทำงาน การขาดเทคโนโลยีในการบริหารงานหรือสื่อสารกับเจ้าของร่วม และการขาดการวางระบบการดำเนินงานภายในที่มีคุณภาพ เช่น การ

ทำงานที่ไม่ตรงตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายของตนตามรูปที่ 2

โอกาสเกิด \ ผลกระทบ	น้อยมาก (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	สูง (4)	สูงมาก (5)
สูงมาก (5)					
สูง (4)			Risk 2.3 / Risk	Risk 2.1 /	
ปานกลาง (3)		Risk 2.5	Risk 2.6		
น้อย (2)					
น้อยมาก (1)					

รูปที่ 2 แผนภาพปัจจัยความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ

3. ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทางการเงิน คือ การเก็บค่าส่วนกลางไม่ตรงตามเป้าหมายที่วางไว้ อันเกิดจากการไม่ได้รับความร่วมมือจากเจ้าของร่วมและการประมาณการค่าใช้จ่ายไม่ถูกต้อง ครบถ้วน ครบคลุม ซึ่งส่งผลให้การทำงานเกิดผลล่าช้า ไม่สำเร็จตามเวลาที่กำหนดไว้ ตามรูปที่ 3

โอกาสเกิด \ ผลกระทบ	น้อยมาก (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	สูง (4)	สูงมาก (5)
สูงมาก (5)					
สูง (4)		Risk 3.3	Risk 3.1	Risk 3.2	
ปานกลาง (3)					
น้อย (2)					
น้อยมาก (1)					

รูปที่ 3 แผนภาพปัจจัยความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทางการเงิน

4. ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติ (ตามกฎระเบียบ) คือ พนักงาน/เจ้าของร่วมไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบและนโยบายของอาคารชุด อาทิเช่น เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไม่แลกรับบัตรบุคคลภายนอกก่อนเข้าอาคาร และการทุจริตรับค่านายหน้าจากคู่ค้า/ช่องฉลเงิน (นิติบุคคล/คู่ค้า) มาจากการขาดจริยธรรมในการทำงาน ตามรูปที่ 4

ตารางที่ 3 คะแนนความเสี่ยงของแต่ละปัจจัยความเสี่ยง

1. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)					
No.	ปัจจัย	โอกาสที่เกิด	ระดับผลกระทบ	คะแนนความเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง
Risk 1.1	การลอกเลียนแบบในวิสัยทัศน์การทำงาน	2.00	4.00	8.00	ความเสี่ยงปานกลาง
Risk 1.2	ขาดความน่าเชื่อถือขององค์กร / บุคคล	3.00	4.00	12.00	ความเสี่ยงสูง
Risk 1.3	การวางแผนกลยุทธ์ที่ผิดพลาดของนิติบุคคลฯ / คณะกรรมการไม่ยอมรับแผนงาน	3.00	4.00	12.00	ความเสี่ยงสูง
Risk 1.4	นิติบุคคลฯขาดวิธีการประเมิน และการตรวจสอบงานที่มีคุณภาพ	3.00	4.00	12.00	ความเสี่ยงสูง
2. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (Operational Risk)					
Risk 2.1	พนักงานขาดประสบการณ์และไม่มีความรู้ในการทำงาน	4.00	4.00	16.00	ความเสี่ยงสูง
Risk 2.2	การขาดบุคลากรในการทำงาน	4.00	4.00	16.00	ความเสี่ยงสูง
Risk 2.3	ขาดเทคโนโลยีในการบริหารงานหรือสื่อสารกับเจ้าของร่วม	3.00	4.00	12.00	ความเสี่ยงสูง
Risk 2.4	ขาดการวางระบบการดำเนินการภายในที่มีคุณภาพ	3.00	4.00	12.00	ความเสี่ยงสูง
Risk 2.5	เจ้าของร่วมไม่พึงพอใจในการทำงาน	2.00	3.00	6.00	ความเสี่ยงปานกลาง
Risk 2.6	ไม่มีเอกสารการส่งมอบจากเจ้าของโครงการทำให้ดำเนินงานไม่เต็มประสิทธิภาพ	3.00	3.00	9.00	ความเสี่ยงปานกลาง
Risk 3.1	การเก็บค่าส่วนกลางไม่ตรงตามเป้าหมายที่วางไว้	3.00	4.00	12.00	ความเสี่ยงสูง
Risk 3.2	การประมาณการค่าใช้จ่ายไม่ถูกต้อง ครบถ้วนครอบคลุม	4.00	4.00	16.00	ความเสี่ยงสูง
Risk 3.3	การขึ้นค่าส่วนกลางไม่ได้	2.00	4.00	8.00	ความเสี่ยงปานกลาง
4. ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามกฎระเบียบ (Compliance Risk)					
Risk 4.1	ข้อบังคับเอื้อประโยชน์ให้ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดมากเกินไป	2.00	4.00	8.00	ความเสี่ยงปานกลาง
Risk 4.2	ขาดสัญญาจ้างกับบริษัทคู่ค้า	2.00	4.00	8.00	ความเสี่ยงปานกลาง
Risk 4.3	ข้อบังคับไม่ถูกบังคับใช้อย่างจริงจัง	3.00	3.00	9.00	ความเสี่ยงปานกลาง
Risk 4.4	พนักงาน / เจ้าของร่วมไม่ปฏิบัติตามกฎและนโยบาย	4.00	3.00	12.00	ความเสี่ยงสูง
Risk 4.5	การทุจริตรับค่านายหน้าจากคู่ค้า / ฉ้อฉลเงิน (นิติบุคคล/คู่ค้า)	3.00	4.00	12.00	ความเสี่ยงสูง

โอกาสเกิด ผลกระทบ	น้อยมาก (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	สูง (4)	สูงมาก (5)
สูงมาก (5)					
สูง (4)		Risk 4.1 /	Risk 4.5	Risk 4.4	
ปานกลาง (3)			Risk 4.3		
น้อย (2)					
น้อยมาก (1)					

รูปที่ 4 แผนภาพปัจจัยความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามกฎระเบียบ

ปัจจัยความเสียดังกล่าวข้างต้น สอดคล้องกับผลงานวิจัยของสมาคมฯ บุนนาค (2553) ที่พบว่า จริยธรรมที่จำเป็นต้องมีในการบริหารงานนิติบุคคลได้แก่ ความซื่อสัตย์ การปฏิบัติตามกฎหมาย การรับผิดชอบต่อหน้าที่ การปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทที่ได้รับ และการเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม

7. สรุปผลการศึกษา

ผลการวิจัย ได้วิเคราะห์ปัจจัยความเสี่ยงที่มีค่าความเสี่ยงในระดับสูงของทั้ง 4 ด้านความเสี่ยง และเสนอแนะแนวทางในการบริหารความเสี่ยงจากการสัมภาษณ์ โดยประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

7.1 ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์

การวางแผนกลยุทธ์ที่ผิดพลาดของนิติบุคคล โดยการวางแผนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานะความเป็นจริง และหากกรรมการฯ ไม่ยอมรับแผนฯ ให้ผู้จัดการนิติบุคคลมาจาก 1 ในคณะกรรมการฯ

7.2 ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตาม

การขาดบุคลากรบุคลากรขาดประสบการณ์และไม่มีความรู้ในการทำงาน ต้องมีการสรรหา

พร้อมทั้งจัดการอบรมบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการจัดการจัดหาเทคโนโลยีมาช่วยในการบริหารจัดการ เช่น โปรแกรม I-Prop หรือ Nabout

7.3 ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทางการเงิน

การประมาณการค่าใช้จ่ายไม่ถูกต้อง ให้วางแผนงบประมาณ ในการจัดซื้อล่วงหน้า และควรมีการตั้งงบประมาณไว้สำหรับเหตุฉุกเฉิน

7.4 ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามกฎระเบียบ

บุคลากรไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบดำเนินการว่ากล่าวตักเตือน หากยังละเลยก็จะพิจารณาตามเหตุและผลในการลงโทษ หรือการทุจริตรับค่านายหน้าจากคู่ค้า/ช่องฉลเงิน (นิติบุคคล/คู่ค้า) อาจทำโดยการเอาผิดทางวินัย หรือป้องกันกาทุจริตกำหนดนโยบายชำระเงินผ่านทางบัญชีธนาคาร หรือหากต้องการชำระเงินสด ให้รับใบเสร็จด้วยทุกครั้ง และต้องมีมาตรการในการนำเงินเข้าธนาคาร เช่น เจ้าหน้าที่ต้องนำเงินสดย่อยฝากทุกวัน อัปเดตสมุดธนาคารและรายงานทางผู้บังคับบัญชาด้วยทุกครั้ง

รายการอ้างอิง

- กลุ่มตรวจสอบภายใน กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). *การบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน*. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2560 จาก <http://audit.kpru.ac.th/pdf-Knowledge/internal-and-risk-Management.pdf>.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2558). *กรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กร*. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2560, จาก https://www.set.or.th/about/overview/files/Risk_2015.pdf

- สามภพ บุญนาค. (2553). *จริยธรรมที่พึงมีของผู้จัดการนิติบุคคลอาคารชุด*. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (นวัตกรรมการพัฒนา อสังหาริมทรัพย์), คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสรีชัย โชติพานิช. (2549). *แนวคิดการบริหาร จัดการทรัพย์สินอาคารประเภทอาคาร ชุดพักอาศัย*. *วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*.
- สำนักส่งเสริมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ กรมที่ดิน. (2555). *พระราชบัญญัติอาคารชุด*. *วารสาร ที่ดิน (ฉบับพิเศษ)*, 58(1), 16.

ปัจจัยในการเลือกทำเลพัฒนาโครงการหมู่บ้านจัดสรร
ในเขตกรุงเทพมหานคร
The Location Selection Factors for Housing Development
in Bangkok

ณัฐภัตสร สิริธนนนท์สกุล¹ และ ผศ.ดร. กองกoon โตชัยวัฒน์²

Natpatsorn Sirithanansakun¹ and Asst. Prof. Kongkoon Tochaiwat, Ph.D.²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: may_natpatsorn@hotmail.com¹, kongkoon@gmail.com²

บทคัดย่อ

การเลือกทำเลที่ตั้งในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจเป็นอย่างมาก จึงต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ของทำเลให้เหมาะสม ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาปัจจัยในการคัดเลือกทำเล เพื่อพัฒนาโครงการหมู่บ้านจัดสรร โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในบริษัท อสังหาริมทรัพย์ที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อที่ดิน จำนวน 5 คน เพื่อหาปัจจัยในการเลือกทำเล จากการวิเคราะห์พบว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัย 4 ปัจจัยหลัก คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน ได้แก่ ใกล้ร้านค้าสะดวกซื้อ/ตลาด (3.20) ใกล้แหล่งชุมชน (3.20) ใกล้ห้างสรรพสินค้า (3.00) ใกล้สวนสาธารณะ (2.80) ด้านการคมนาคม ได้แก่ ติดถนนสายหลัก (4.40) ติดถนนสายรอง (4.00) ใกล้รถไฟฟ้า BTS/MRT (3.80) ใกล้จุดขึ้น-ลงทางด่วน (3.80) ใกล้ป้ายรถประจำทาง/รถตู้โดยสาร/มอเตอร์ไซค์รับจ้าง (3.00) ด้านสาธารณูปโภค/สาธารณูปการ ได้แก่ ใกล้โรงพยาบาล (3.40) และด้านแหล่งทำงาน ได้แก่ ใกล้สถานศึกษา (3.80) ใกล้บริเวณอาคารสำนักงาน (3.00) ใกล้ศูนย์บริการราชการ (2.80) โดยผู้ประกอบกรสามารถนำผลที่ได้จากงานวิจัยนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการคัดเลือกทำเลเพื่อพัฒนาโครงการหมู่บ้านจัดสรรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การคัดเลือกทำเล หมู่บ้านจัดสรร ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ

Abstract

Location selection in the real estate business is very important to the success of the business. Therefore, the factors related to the location of lands should be appropriately focused. The researchers analyzed the location selection factors for development of the housing projects by interviews of 5 executives in housing estate companies who had contributions in making the decisions in buying lands. The analysis found that most experts focus on 4 factors; daily life facilities {near convenience store/market (3.20), community (3.20), shopping mall (3.00) and park (2.80)}, transportation {main road (4.40), secondary road (4.00), subway/sky train (3.80),

tollway (3.80) and bus stop/van/motorcycle taxi (3.00)}, public utilities {near hospital (3.40)} and workplaces {near academy (3.80), office building (3.00) and government service center (2.80)}. Finally, developers can take the results from this research in selecting locations to develop their housing projects efficiently.

Keywords: Location Selection, Housing Estate, Buying Decision Factor

1. บทนำ

ที่อยู่อาศัยถือเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตในปัจจุบัน ทำให้มีความต้องการมากขึ้นตามการเพิ่มปริมาณของประชากร อีกทั้งในปัจจุบันความเป็นอยู่ของมนุษย์มีการเปลี่ยนแปลงไป ครอบครัวใหญ่ก็มีแนวโน้มแยกเป็นครอบครัวเดี่ยว ทำให้เกิดที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น ซึ่งทำเลก็เป็นหนึ่งปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยในด้านศักยภาพและมูลค่าของที่ดินล้วนขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง เพราะทำเลที่ดีจะเป็นตัวกำหนดให้ที่ดินมีศักยภาพและราคาสูง (ชูชาติ เตชะไพจิตรคุณ, 2560)

ปัจจุบันประเทศไทยมีความต้องการด้านที่อยู่อาศัยในเขตเมืองเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเป็นจุดรวมความเจริญในด้านต่าง ๆ มากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตกรุงเทพฯ จากความต้องการที่อยู่เพิ่มขึ้น ทำให้เกิดธุรกิจที่อยู่อาศัยในรูปแบบบ้านจัดสรรเพิ่มขึ้น และมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทำให้การเลือกทำเลสำหรับการพัฒนาหมู่บ้านจัดสรรเพื่อจำหน่ายจึงถือเป็นเรื่องที่สำคัญ ซึ่งผู้ประกอบการต่างก็หวังว่าจะได้ผลตอบแทนเป็นอย่างดี เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้ที่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยประเภทหมู่บ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพฯ ซึ่งในปัจจุบันมีที่อยู่อาศัยมีสัดส่วนการสร้างใหม่มากกว่าร้อยละ 50 สืบเนื่องมาจากภาวะอุปทานห้องชุดที่ล้นตลาด (คิดเรื่องอยู่, 2560)

จากการศึกษาพบว่าทำเลที่มีความน่าสนใจในการลงทุนก็คือ ทำเลที่อยู่ระหว่างการพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นนโยบายการพัฒนาจากภาครัฐซึ่งผลักดันให้เกิดการพัฒนาพื้นที่ เช่น โครงการรถไฟฟ้า การตัดถนน การขยายช่องทางจราจร เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้ความสามารถในการใช้ประโยชน์ของที่ดินรวมไปถึงสิ่งก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ในทำเลนั้นเปลี่ยนแปลงไป ในปัจจุบันกรุงเทพมหานครมีการคมนาคมที่ดีขึ้น โดยเฉพาะการสร้างโครงการรถไฟฟ้า ซึ่งเป็นปัจจัยที่แสดงถึงการเติบโตของทำเล เพราะการเดินทางที่สะดวกขึ้นจะดึงดูดภาคเอกชนที่มองเห็นโอกาสในการลงทุนเข้ามาในพื้นที่ เพื่อจะทำการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ในรูปแบบต่าง ๆ โดยเฉพาะการพัฒนาในเชิงพาณิชย์ เช่น อาคารสำนักงานหรือห้างสรรพสินค้า ที่จะเปรียบเสมือนแม่เหล็กที่ดึงดูดคนเข้ามาทำกิจกรรมในพื้นที่มากยิ่งขึ้น และเมื่อนั้นก็เกิดความต้องการด้านที่อยู่อาศัยตามมา (เชษฐพล มานิตย์, 2559)

2. วัตถุประสงค์

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาปัจจัยในการเลือกทำเลของการพัฒนาหมู่บ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ขอบเขตการวิจัย

3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

ศึกษาเฉพาะทำเลหมู่บ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่านั้น

3.2 การเก็บข้อมูล

ใช้การสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลและความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการคัดเลือกที่ดินของบริษัทอสังหาริมทรัพย์เพื่อพัฒนาโครงการหมู่บ้านจัดสรรในกรุงเทพมหานคร มาแล้วไม่น้อยกว่า 3 โครงการ จำนวน 5 คน ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของ Nastasi และ Schensul ที่กำหนดจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักของการวิจัยเชิงคุณภาพในการสัมภาษณ์ (Interviewing key informants) ไว้อย่างน้อย 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005)

4. ระเบียบการวิจัย

1. ศึกษาทบทวนวรรณกรรมเพื่อสำรวจหาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกทำเลเพื่อพัฒนาหมู่บ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานคร
2. คัดกรองตัวแปรที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำเลพัฒนาโครงการหมู่บ้านจัดสรร
3. สร้างแบบสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลโดยให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อหลักเกณฑ์ ซึ่งใช้มาตรวัดของลิเคิร์ต แบบ 5 ระดับ กำหนดให้ 1 คือน้อยที่สุด 2 คือน้อย 3 คือปานกลาง 4 คือมาก และ 5 คือมากที่สุด เพื่อนำค่าที่ได้มาวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีความสำคัญ (Likert, 1932)
4. สรุปผลการศึกษาและปัจจัยในการคัดเลือกทำเลในการพัฒนาหมู่บ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานคร

5. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

5.1 การเลือกทำเลที่ตั้ง

ทำเลที่ตั้ง หมายถึง ที่ตั้งของหน่วยผลิตหนึ่งซึ่งใช้เป็นแหล่งผลิตหรือขายสินค้าหรือบริการต่างๆ การเลือกทำเลหรือที่ตั้งเหมาะสมของหน่วยผลิต จะมีความต่างกันขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจ โดยสรุปได้ว่าธุรกิจการค้าขายต้องการทำเลที่มีการคมนาคมขนส่งสะดวกเป็นสำคัญ ส่วนธุรกิจธนาคารจะเลือกตั้งในแหล่งที่เป็นย่านธุรกิจสำคัญๆ ธุรกิจโรงแรมจะเลือกทำเลที่ตั้งที่อยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวและแวดล้อมด้วยธรรมชาติที่ดึงดูดผู้เข้าพัก แต่สำหรับในอุตสาหกรรมมักเลือกทำเลที่อยู่ใกล้กับแหล่งวัตถุดิบ อย่างไรก็ตามนอกจากการเลือกทำเลที่ตั้งแล้วยังขึ้นอยู่กับข้อกำหนดและข้อบังคับของธุรกิจประเภทนั้นๆ ด้วย(มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2554)

ผู้ที่บุกเบิกทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกทำเลที่ตั้งเป็นคนแรกๆ คือ นักเศรษฐศาสตร์ชาวเยอรมันโจฮันน์ ไฮน์ริช ฟอน ทุเนน (Johann Heinrich von Thünen) เป็นบุคคลแรกที่พัฒนาแบบจำลองการใช้ที่ดินเพื่อการเกษตร เป็นแบบจำลองเชิงวิเคราะห์ขั้นพื้นฐานว่าด้วยความสัมพันธ์ระหว่างตลาดการผลิตและระยะทางเพื่อแสวงหาแนวทางในการใช้ที่ดินให้เกิดกำไรสูงสุด (von Thünen, 1910) ซึ่งปัจจุบันแบบจำลองของฟอนทุเนนได้ถูกนำมาประยุกต์ในการค้นหาทำเลที่ตั้งของกิจกรรมต่างๆ โดยเฉพาะระยะทางมาเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกทำเลที่ตั้งสำหรับกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งการจัดทำผังเมืองเพื่อการใช้ที่ดินในแต่ละส่วนให้เกิดประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจสูงสุด (ภราดร ปริดาศักดิ์, 2551)

5.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อหาข้อมูล ปัจจัยและเกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกทำเล โดยได้ รวบรวมมาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีงานวิจัยของ Małgorzata Rymarzak (2012) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อสถานที่ตั้งของอสังหาริมทรัพย์ ประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะอุตสาหกรรม ที่อยู่อาศัย การค้าปลีกและสำนักงาน และมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สามารถจำแนกได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

5.2.1 งานวิจัยทำเลสำหรับโครงการที่อยู่อาศัย

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่ามีงานวิจัยที่กล่าวถึงเกณฑ์ในการเลือกทำเลของที่อยู่อาศัยหลายงาน อาทิ พิมลพร พันธุ์ถาวรนาวิน และ พงษ์ธนา วนิชย์กอบจินดา (2553) ศึกษาความเป็นไปได้และการหาทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมของอาคารชุด วิทยุ ฉลองศัพท์ปัญญา และ จันทร์ จิรา พยัคฆ์เทศ (2557) ศึกษาการตัดสินใจเลือกหอพักเอกชนบริเวณมหาวิทยาลัยนเรศวร ศิริรัตน์ กลิ่นพันธ์ และ พงษ์ธนา วนิชย์กอบจินดา (2552) ศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจอาคารชุดในจังหวัดนนทบุรี สุวดี คงสุข (2557) ศึกษาแบบจำลองการคัดเลือกทำเลพัฒนาอาคารชุดในเขตกรุงเทพมหานคร อลงกรณ์ จำฟู (2554) ศึกษาปัจจัยในการเลือกอาคารชุดเป็นบ้านหลังที่สองในกรุงเทพมหานคร อรทัย วานิชดี (2545) ศึกษาการเลือกทำเลที่ตั้งสถานประกอบการ และ Sabina Zróbek (2015) ศึกษาปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีต่อการเลือกทำเลอาศัยในประเทศโปแลนด์

5.2.2 งานวิจัยทำเลสำหรับโครงการพาณิชยกรรม

มีงานวิจัยที่กล่าวถึงเกณฑ์ในการเลือกทำเลของโครงการด้านพาณิชยกรรมหลายงาน อาทิ จุฑามาศ อินทร์แก้ว และ กาญจนา กาญ-

จนสุนทร (2556) ศึกษาปัจจัยการเลือกที่ตั้งสาขา หจก.เอสเอสค้าไม้ โดยกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ ณชนันท์ วัชรภรณ์ (2556) ศึกษาแนวทางการเลือกทำเลพัฒนาพื้นที่พาณิชยกรรม ประเภทรี สวิสดีอ้าไพร์กซ์ (2542) ศึกษาการเลือกตำแหน่งของโรงงานโดยใช้การตัดสินใจหลายเกณฑ์ กรณีศึกษาบริษัทบรรจุผลิตภัณฑ์ศรารุท ทองเนื้อห้า (2557) ศึกษาความเหมาะสมทางทำเลในการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ทางด้านการค้าและบริการของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ศิริรัตน์ แจ่มรักษ์สกุล (2552) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่ตั้งโรงงานในเขตพื้นที่อุตสาหกรรม และ R. K. Singh (2016) ศึกษาการเลือกทำเลที่ตั้งโรงงานโดยใช้กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์

5.3 ปัจจัยในการเลือกทำเล

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถรวบรวมข้อมูลปัจจัยและเกณฑ์การเลือกทำเล ซึ่งสามารถสรุปและแบ่งหมวดหมู่ได้ ดังตารางที่ 1

จากการคัดกรองและพิจารณาข้อมูลในตารางที่ 1 สรุปได้ว่า ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีผลต่อเกณฑ์การเลือกทำเล มี 4 ปัจจัย คือ ด้านสถานที่ตั้ง/เขตด้านระดับราคาที่ดิน (บาท/ตารางวา) ด้านระดับราคาบ้าน (บาท/ตารางเมตร) และด้านกายภาพของที่ดินและหลักเกณฑ์ในการเลือกทำเลสามารถจัดหมวดหมู่ได้ 4 เกณฑ์หลัก คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน ด้านการคมนาคม ด้านระบบสาธารณูปโภค/สาธารณูปการและด้านแหล่งงาน

ตารางที่ 1 ตัวแปรที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัย	พิมลพร พันธุ์ถาวรนาถิน และ พงษ์ธนา วนิชย์กอบจินดา (2553)	ศิริรัตน์ กลิ่นพันธ์ และ พงษ์ธนา วนิชย์กอบจินดา (2552)	จุฑามาศ อินทร์แก้ว และ กาญจนา กาญจนสุนทร (2556)	ประภาศรี สวัสดิ์อำไพรักษ์ (2542)	อลงกรณ์ จำฟู (2554)	ศิริตัน แจ่มรักษ์สกุล (2552)	ศราวุธ ทองเนื้อห้า (2557)	รพีกร ฉลองสัพพัญญู และ จันทรีจิรา พยัคฆ์ไพศ (2557)	สุวดี คงสุข (2557)	อรทัย วานิชดี (2545)	ณัฏฐนันท์ วัชรภรณ์ (2556)	Sabina Żróbek (2015)	Malgorzata Rymarzak (2012)	R. K. Singh (2016)
ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดหลักเกณฑ์														
สถานที่ตั้ง/เขต								+	+		+	+	+	
ราคาที่ดิน (บาท/ตารางวา)	+		+	+			+	+	+				+	+
ระดับราคาบ้าน (บาท/ตารางเมตร)								+	+					
กายภาพของที่ดิน		+							+		+	+	+	
ปัจจัยในการเลือกทำเล														
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน														
ใกล้แหล่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ	+	+						+	+	+	+	+	+	+
ใกล้ห้างสรรพสินค้า	+	+						+	+	+	+	+	+	+
ใกล้ร้านสะดวกซื้อ											+		+	
ใกล้ร้านอาหาร											+		+	
ใกล้สวนสาธารณะ											+		+	
ใกล้แหล่งชุมชน	+											+		+
ด้านการคมนาคม														
มีการคมนาคมสะดวก	+	+	+	+		+	+		+	+	+		+	+
การเข้าถึงโครงการ (ติด ถนนสายหลัก/รอง)		+											+	
ใกล้รถไฟฟ้า		+									+			+
ใกล้จุดขึ้น-ลงทางด่วน											+			
ด้านสาธารณูปโภค/สาธารณูปการ														
ใกล้สถานพยาบาล								+		+				
ใกล้สถานีตำรวจ								+		+				
ระบบสาธารณูปโภค/สาธารณูปการ	+	+	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+
ความพร้อมไฟฟ้า/ประปา		+												
สถานีดับเพลิง		+												
ใกล้แหล่งศาสนา		+												
ด้านแหล่งงาน														
ใกล้สถานศึกษา		+						+			+	+		
ใกล้แหล่งงาน อาคารสำนักงาน		+			+	+	+		+	+	+			+
ใกล้แหล่งราชการ		+			+	+	+		+	+	+			+

5.4 การวิเคราะห์หาค่าความสำคัญของเกณฑ์

นำข้อมูลการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย เพื่อหาระดับความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ โดยใช้มาตราวัดของลิเคิร์ต (Likert scale) แบบ 5 ระดับ ซึ่งแบ่งความกว้างของอันตรภาคชั้นเท่ากับ 0.08 (ชัชวาลย์ เรื่องประพันธ์, 2539) ดังนี้ 4.21-5.00 สำคัญมากที่สุด 3.41-4.20 สำคัญมาก 2.61-3.40 สำคัญปานกลาง 1.81-2.60 สำคัญน้อย 1.00-1.80 สำคัญน้อยที่สุด

6. ผลการศึกษา

จากการเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการคัดเลือกที่ดินของบริษัท อสังหาริมทรัพย์เพื่อพัฒนาโครงการบ้านจัดสรรในกรุงเทพฯมาแล้วไม่น้อยกว่า 3 โครงการ จำนวน 5 คน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์	บริษัท	ตำแหน่งงาน	ประสบการณ์ (โครงการ)
A	มหาชนจำกัด	Project Director	15
B	บริษัทจำกัด	Project Director	5
C	บริษัทจำกัด	Project Director	7
D	มหาชนจำกัด	Business Development	30
E	บริษัทจำกัด	Project Director	3

6.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกทำเลเพื่อพัฒนาโครงการหมู่บ้านจัดสรรในกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความสำคัญ ของปัจจัยที่ใช้กำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกทำเลเพื่อพัฒนาโครงการหมู่บ้านจัดสรร นำมาเฉลี่ยค่าได้ดังนี้ด้านระดับราคาที่ดิน (บาท/ตารางวา) มีค่าเฉลี่ย 4.80 รองลงมา คือ ด้านสถานที่ตั้ง/เขต

มีค่าเฉลี่ย 4.40 ด้านระดับราคาบ้าน (บาท) มีค่าเฉลี่ย 4.00 และด้านกายภาพที่ดิน มีค่าเฉลี่ย 3.20 ซึ่งจากข้อมูลที่ได้ พบว่า ในด้านระดับราคาที่ดิน (บาท/ตารางวา) มีผลต่อการกำหนดเกณฑ์หลักในการคัดเลือกทำเลเพื่อพัฒนาหมู่บ้านจัดสรรในกรุงเทพมหานครเป็นค่าที่มากที่สุด ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกทำเล

	ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกทำเล	ผลการสัมภาษณ์					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
		A	B	C	D	E		
1	ด้านสถานที่ตั้ง/เขต (กรุงเทพฯ ชั้นใน/ชั้นนอก/ชั้นกลาง)	5	5	4	5	3	4.40	มากที่สุด
2	ด้านระดับราคาที่ดิน (บาท/ตารางวา)	5	5	5	4	5	4.80	มากที่สุด
3	ด้านระดับราคาบ้าน (บาท/ตารางเมตร)	4	4	4	5	3	4.00	มาก
4	ด้านกายภาพที่ดิน	3	3	4	4	2	3.20	ปานกลาง

6.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของเกณฑ์ย่อยในแต่ละเกณฑ์หลักที่ใช้ในการคัดเลือกทำเลเพื่อพัฒนาโครงการหมู่บ้านจัดสรรในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาครั้งนี้ ได้แบ่งเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกทำเลเพื่อพัฒนาโครงการหมู่บ้านจัดสรรในกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเป็น 4 เกณฑ์หลัก คือ เกณฑ์หลักด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกในชีวิตประจำวัน เกณฑ์หลักด้านการคมนาคม เกณฑ์หลักด้านสาธารณูปโภค/สาธารณูปการ และเกณฑ์หลักด้านแหล่งงาน จากการวิเคราะห์ข้อมูลในการสัมภาษณ์ตามเกณฑ์ย่อยของทั้ง 4 เกณฑ์หลัก เพื่อคัดกรองหาเกณฑ์ย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง มาก และมากที่สุด เพื่อมาเป็นเกณฑ์ย่อยในการคัดเลือกทำเล ดังตารางที่ 4 ถึงตารางที่ 7

ตารางที่ 4 ระดับความสำคัญของเกณฑ์ย่อยด้าน
สิ่งอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน

เกณฑ์ย่อยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน	ผลการสัมภาษณ์					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	A	B	C	D	E		
1 โกล้ร้านค้าสะดวกซื้อ/ตลาด	4	3	3	4	2	3.20	ปานกลาง
2 โกล้แหล่งชุมชน	2	3	5	4	2	3.20	ปานกลาง
3 โกล้ห้างสรรพสินค้า	3	3	4	3	2	3.00	ปานกลาง
4 โกล้สวนสาธารณะ	2	2	3	5	2	2.80	ปานกลาง
5 โกล้ร้านอาหาร	2	3	2	2	2	2.20	น้อย
6 โกล้สนามกีฬาฟิตเนส	2	2	2	3	2	2.20	น้อย
7 โกล้ศูนย์จัดนิทรรศการและการประชุม	2	1	3	2	2	2.00	น้อย

ตารางที่ 5 ระดับความสำคัญของเกณฑ์ย่อยด้านการคมนาคม

เกณฑ์ย่อยด้านการคมนาคม	ผลการสัมภาษณ์					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	A	B	C	D	E		
1 ติดถนนสายหลัก	4	5	3	5	5	4.40	มากที่สุด
2 ติดถนนสายรอง	4	4	3	4	5	4.00	มาก
3 โกล้รถไฟฟ้า BTS/MRT	4	5	4	5	1	3.80	มาก
4 โกล้จุดขึ้น-ลงทางด่วน	5	5	3	5	1	3.80	มาก
5 โกล้ป้ายรถประจำทาง/รถตู้โดยสาร/มอเตอร์ไซด์รับจ้าง	4	4	2	4	1	3.00	ปานกลาง
6 โกล้สนามบิน	2	3	3	3	1	2.40	น้อย
7 โกล้ท่าขึ้น-ลงเรือ	2	1	2	2	1	1.60	น้อยที่สุด

ตารางที่ 6 ระดับความสำคัญของเกณฑ์ย่อยด้าน
สาธารณูปโภค/สาธารณูปการ

เกณฑ์ย่อยด้านระบบสาธารณูปโภค/สาธารณูปการ	ผลการสัมภาษณ์					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	A	B	C	D	E		
1 โกล้โรงพยาบาล	4	4	4	4	1	3.40	ปานกลาง
2 โกล้สถานีตำรวจ	4	1	2	4	1	2.40	น้อย
3 โกล้สถานีไฟฟ้า/สถานีประปา	1	1	3	3	1	1.80	น้อยที่สุด
4 โกล้สถานีดับเพลิง	2	1	3	2	1	1.80	น้อยที่สุด
5 โกล้แหล่งศาสนา (วัด/โบสถ์/มัสยิด)	2	1	3	1	1	1.60	น้อยที่สุด

ตารางที่ 7 ระดับความสำคัญของเกณฑ์ย่อยด้าน
แหล่งงาน

เกณฑ์ย่อยด้านแหล่งงาน	ผลการสัมภาษณ์					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	A	B	C	D	E		
1 โกล้สถานศึกษา (โรงเรียน/มหาวิทยาลัย)	4	4	3	5	3	3.80	มาก
2 โกล้บริเวณอาคารสำนักงาน	3	3	3	5	1	3.00	ปานกลาง
3 โกล้ศูนย์บริการราชการ	3	2	4	4	1	2.80	ปานกลาง
4 โกล้บริเวณโรงงานอุตสาหกรรม	3	1	2	2	1	1.80	น้อยที่สุด

จากข้อมูลในตารางที่ 4 ถึงตารางที่ 7 ผู้วิจัยสามารถคัดกรองเกณฑ์ย่อยโดยเลือกเกณฑ์ย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง มาก และมากที่สุด เพื่อนำมาเป็นเกณฑ์ที่คำนึงถึงในการคัดเลือกทำเลเพื่อพัฒนาโครงการหมู่บ้านจัดสรรได้ดังนี้

6.2.1 เกณฑ์หลักด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน คัดกรองเกณฑ์ย่อยเหลือ 4 เกณฑ์ตามค่าเฉลี่ย คือ โกล้ร้านค้าสะดวกซื้อ/ตลาด (3.20) โกล้แหล่งชุมชน (3.20) โกล้ห้างสรรพสินค้า (3.00) และโกล้สวนสาธารณะ (2.80)

6.2.2 เกณฑ์หลักด้านการคมนาคม คัดกรองเกณฑ์ย่อยเหลือ 5 เกณฑ์ ตามค่าเฉลี่ย คือ ติดถนนสายหลัก (4.40) ติดถนนสายรอง (4.00) โกล้รถไฟฟ้า BTS/MRT (3.80) โกล้จุดขึ้น-ลงทางด่วน (3.80) และโกล้ป้ายรถประจำทาง/รถตู้โดยสาร/มอเตอร์ไซด์รับจ้าง (3.00)

6.2.3 เกณฑ์หลักด้านระบบสาธารณูปโภค/สาธารณูปการ คัดกรองเกณฑ์ย่อยเหลือ 1 เกณฑ์ตามค่าเฉลี่ย คือ โกล้โรงพยาบาล (3.40)

6.2.4 เกณฑ์หลักด้านแหล่งงาน คัดกรองเกณฑ์ย่อยเหลือ 3 เกณฑ์ ตามค่าเฉลี่ย คือ โกล้สถานศึกษา (3.80) โกล้บริเวณอาคารสำนักงาน (3.00) และโกล้ศูนย์บริการราชการ (2.80)

7. สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกณฑ์หลักและเกณฑ์ย่อยในการคัดเลือกทำเลเพื่อพัฒนาโครงการหมู่บ้านจัดสรรในกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อหาค่าความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ที่สามารถสรุปผลได้ว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดในการกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกทำเล คือ ราคที่ดิน (บาท/ตารางวา) และเกณฑ์ย่อยที่คำนึงถึงในแต่ละเกณฑ์หลักของการคัดเลือกทำเลเพื่อพัฒนาโครงการหมู่บ้านจัดสรร ดังนี้

เกณฑ์ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ทำเลใกล้ร้านค้าสะดวกซื้อ/ตลาด ใกล้แหล่งชุมชน ใกล้ห้างสรรพสินค้า และใกล้สวนสาธารณะ

เกณฑ์ด้านการคมนาคม ได้แก่ ทำเลติดถนนสายหลัก ติดถนนสายรอง ใกล้รถไฟฟ้า BTS/MRT ใกล้จุดขึ้น-ลงทางด่วน และใกล้ป้ายรถประจำทาง/รถตู้โดยสาร/มอเตอร์ไซด์รับจ้าง

เกณฑ์ด้านระบบสาธารณูปโภค/สาธารณูปการ ได้แก่ ทำเลใกล้โรงพยาบาล

เกณฑ์ด้านแหล่งงาน ได้แก่ ทำเลใกล้สถานศึกษา ใกล้บริเวณอาคารสำนักงาน และใกล้ศูนย์บริการราชการ

งานวิจัยนี้เป็นการหาปัจจัยที่มีผลต่อเกณฑ์และหลักเกณฑ์ต่างๆ ที่ควรคำนึงถึงในการคัดเลือกทำเลเพื่อพัฒนาโครงการหมู่บ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลข้อมูลทีวิเคราะห์ได้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางเบื้องต้นในการคัดเลือกทำเลได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้ทำเลที่มีศักยภาพและมีความเหมาะสมกับโครงการหมู่บ้านจัดสรรนั้น ๆ

รายการอ้างอิง

- คิดเรื่องอยู่. (2560). *REIC เผยสถิติการโอนอสังหาริมทรัพย์ไตรมาสแรก*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2560, จาก <http://www.thinkofliving.com>.
- จุฑามาศ อินทร์แก้วและกาญจนากาญจนสุนทร. (2556). *ปัจจัยการเลือกทำเลที่ตั้งสาขา หจก. เอสเอสค้าไม้*. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ชูชาติ เตชะไพฑูริคุณ. (2560). *โครงสร้างทำเลที่ตั้งส่วนสำคัญที่คุณต้องรู้*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2560, จาก <http://www.baania.com>.
- เชษฐพล มานิตย์. (2559). *คิดจะลงทุนอสังหาฯ ต้องคำนึงถึงทำเล*. สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2560, จาก <http://www.DDproperty.com>.
- ณชนันท์ วัชรภรณ์. (2556) *แนวทางการเลือกทำเลพัฒนาพื้นที่พาณิชย์ขนาดกลางและขนาดย่อม*. วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประภาศรี สวัสดิ์อำไพรักษ์. (2542). *การเลือกที่ตั้งของโรงงาน*. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิมลพร พันธุ์ถาวรนาวินและพงษ์ธนา วนิชย์-กอบจินดา. (2553). *การศึกษาทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมของอาคารชุด*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ภราดร ปรีดาศักดิ์. (2551). *นักเศรษฐศาสตร์* โจษันน์ ไชน์ริช ฟอน ทุเนน. *เศรษฐศาสตร์*. 22, 4-5.

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.(2554). *ข้อมูลศักยภาพเศรษฐกิจศาสตร์ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2560, จาก <http://library.cmu.ac.th>.

รพีกร ฉลองสัพพัญญู และจันทร์จิรา พยัคฆ์เพศ. (2557). *การตัดสินใจเลือกหอพักบริเวณมหาวิทยาลัยนเรศวร*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ศจีรัตน์กลิ่นพันธ์และพงษ์ธนา วณิชย์กอบจินดา. (2552). *การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจอาคารชุดในเขตถนนพหลโยธิน*. คั่นคว้าอิสระสถาปัตยกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ศราวุธ ทองเนื้อห้า (2557). *ความเหมาะสมทางทำเลในการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ทางการค้าของ จ.สุราษฎร์ธานี*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

ศิริรัตน์ แจ่มรักษ์สกุล. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่ตั้งโรงงานในเขตอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการ กรณีศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

สุวดี คงสุข. (2557). *แบบจำลองการคัดเลือกทำเลเพื่อการพัฒนาอาคารชุดพักอาศัยในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อลงกรณ์ จำฟู. (2554). *การศึกษาปัจจัยในการเลือกอาคารชุดพักอาศัยเป็นบ้านหลังที่สองในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อรทัย วานิชดี. (2545). *ธุรกิจทั่วไป*. กรุงเทพฯ: ประสานมิตร.

Likert, R. (1932). *A technique for the measurement of attitudes*, *Archives of psychology*. Retrieved from https://legacy.voteview.com/Likert_1932.pdf.

Nastasi, B. K., & Schensul, S. L. (2005). Contributions of qualitative research. *Journal of School Psychology, 43*(3), 177-195.

Rymarzak, M. (2012). Factors affecting the location of real estate. *Journal of Corporate Real Estate, 14*, 214-225.

Singh, R. K. (2016). Facility location selection using extent fuzzy AHP. *International Advanced Research Journal in Science, Engineering and Technology, 3*(2), 47-51.

Von Thünen, J. H. (1910). *Der isolierte staat*. Retrieved from <https://archive.org>.

Żróbek, S. (2015). The influence of environmental factors on property in Poland. *Journal of International Studies, 8*(3), 164-174.

ปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราผลตอบแทนห้องชุดพักอาศัยให้เช่า

Factors Affecting to the Yield of Condominiums for Rent

ธนานันต์ สุวรรณโพธิ์รุ่ง¹ และ ผศ.ดร. กองกoon โตชัยวัฒน์²

Thananun Suwanphorung¹ and Asst. Prof. Kongkoon Tochaiwat, Ph.D.²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: s.thananun@gmail.com¹, kongkoon@gmail.com²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราผลตอบแทนห้องชุดพักอาศัยให้เช่าในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้แบบตรวจสอบรายการในการเก็บรวบรวมปัจจัยจากเว็บไซต์ที่ลงประกาศให้เช่าห้องชุดพักอาศัย ได้แก่ Hipflat, Zmyhome, Condo-BKK, DD Property, Baanfinder, Prakard Property และ Knight Frank จากนั้นนำปัจจัยที่ได้ไปสอบถามนักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุนในห้องชุดพักอาศัยให้เช่า จำนวน 30 ราย เพื่อให้คะแนนความสำคัญของปัจจัย และนำผลที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราผลตอบแทนห้องชุดพักอาศัยให้เช่าในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ พื้นที่ห้องชุด เขตที่ตั้ง ระยะห่างจากสถานีรถไฟฟ้า จำนวนห้องนอน สิ่งอำนวยความสะดวก จำนวนห้องน้ำ ระยะห่างจากร้านสะดวกซื้อ เพอร์มิเตอร์ เครื่องใช้ไฟฟ้า ระบบรักษาความปลอดภัย ระยะห่างจากถนนสายหลัก ระยะห่างจากห้างสรรพสินค้า และชื่อผู้พัฒนาโครงการตามลำดับ

คำสำคัญ: อัตราผลตอบแทน การลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ห้องชุดพักอาศัยให้เช่า

Abstract

This research aimed to study the factors that affect to the yield of condominiums for rent in Bangkok by using the checklist to collect the factors for rental condominiums in the website including Hipflat, Zmyhome, Condo-BKK, DD Property, Baanfinder, Prakard Property, and Knight Frank, then ask 30 investors who have invested in condominiums for rent by using a questionnaire, and the result has been analyzed by descriptive statistic, mean. It was found that the factors that affecting to yield of condominiums for rent in Bangkok include unit area, location, distance to the BTS station, number of bedrooms, facilities, number of bathrooms, distance to convenience stores, furniture, electric appliances, safety system, distance to main road, distance to shopping malls, and developer, respectively.

Keywords: Rental Yield, Real Estate Investment, Condominium for Rent

1. บทนำ

ห้องชุดพักอาศัย (condominium) เป็นที่อยู่อาศัยที่ได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะเป็นรูปแบบที่อยู่อาศัยที่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตของคนในปัจจุบัน โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานคร ความนิยมที่แพร่หลายนี้เริ่มปรากฏให้เห็นอย่างเด่นชัดหลังเกิดวิกฤตการณ์น้ำท่วมในปี พ.ศ. 2554 นอกจากห้องชุดพักอาศัยจะได้รับความนิยมในการซื้อเพื่ออยู่อาศัยแล้ว ยังได้รับความนิยมซื้อเพื่อการลงทุนด้วย โดยถือเป็นการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ทางตรง คือ การได้มาซึ่งสิทธิในการครอบครองโดยคาดหวังผลกำไรจากราคาที่สูงขึ้นหรือรายได้ในรูปแบบของค่าเช่าในแต่ละเดือน ห้องชุดพักอาศัยจึงจัดเป็นอสังหาริมทรัพย์ที่มีสภาพคล่องค่อนข้างสูงคือ สามารถนำมาปล่อยเช่าและขายต่อได้ง่ายกว่าอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น เป็นผลมาจากความต้องการทั้งจากชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานและอาศัยในกรุงเทพมหานคร ประกอบกับความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจและการเมืองภายในประเทศ รวมถึงความผันผวนของตลาดสินทรัพย์การลงทุนประเภทต่าง ๆ ทำให้นักลงทุนจำนวนมากเริ่มให้ความสนใจกับสินทรัพย์แท้จริงที่มีความมั่นคง เพื่อกระจายการลงทุนและลดความเสี่ยงของอสังหาริมทรัพย์จึงเป็นทางเลือกหนึ่งในการกระจายการลงทุนเพื่อลดความเสี่ยงที่ดี เหมาะอย่างยิ่งกับการลงทุน เพราะเป็นสินทรัพย์ที่มีความมั่นคงสูง ความเสี่ยงต่ำ นอกจากนี้ ยังสามารถคุ้มครองเจ้าของจากเงินเฟ้อได้ค่อนข้างดี เพราะเมื่อราคาสินค้าและค่าครองชีพปรับสูงขึ้น อสังหาริมทรัพย์จะปรับราคาสูงขึ้นตาม (อนุชา กุลวิสุทธิ, 2555)

การซื้อห้องชุดพักอาศัยเพื่อปล่อยเช่ากลายเป็นการลงทุนที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน

เนื่องจากนักลงทุนเล็งเห็นผลตอบแทนที่จะได้รับ ทั้งในรูปของผลตอบแทนจากมูลค่าที่เพิ่มขึ้นตามกาลเวลา มีความเสี่ยงต่ำ มีรายได้จากค่าเช่าเข้ามาสม่ำเสมอ (passive income) การให้เช่าแบบรายเดือนเป็นรูปแบบการให้เช่าห้องชุดพักอาศัยที่นักลงทุนให้ความสำคัญโดยผลตอบแทน (yield) จากการให้เช่าห้องชุดพักอาศัย โดยทั่วไปอยู่ที่ร้อยละ 3-5 ต่อปี (ซีบีอาร์อี (ประเทศไทย), 2559) กอปรกับการลงทุนในห้องชุดพักอาศัยสามารถลงทุนที่ละยูนิตได้ทำให้นักลงทุนสามารถจำกัดวงเงินลงทุนได้ชัดเจนและง่ายต่อการลงทุน นอกจากนี้ การลงทุนในห้องชุดพักอาศัยเพื่อเก็งกำไรหรือให้เช่ายังเป็นสิ่งที่มีความยุ่งยากน้อยกว่าการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ขนาดใหญ่หรืออสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น และยังได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีจากภาครัฐ โดยผู้กู้ยืมซื้อห้องชุดพักอาศัยมีสิทธิในการนำดอกเบี้ยผ่อนชำระที่ต้องจ่ายในแต่ละปีมาหักเป็นค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษีได้สูงถึง 100,000 บาท และผู้ขายห้องชุดพักอาศัยเก่าเพื่อซื้อห้องชุดพักอาศัยใหม่มีสิทธิขอคืนภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่ายและค่าอากรได้ทั้งจำนวน (อนุชา กุลวิสุทธิ, 2555)

จากรายงานการวิจัยอาคารชุดพักอาศัย พ.ศ. 2556 (ฐานเศรษฐกิจ, 2556, อ้างถึงใน อัจฉมาติโลกวิชัย, 2557, น.3) พบว่าทำเลที่ตั้งของโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่ติดแนวรถไฟฟ้าเป็นปัจจัยสำคัญในอันดับต้นที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ ดังนั้น การลงทุนในเขตเมืองที่ใกล้สถานีรถไฟฟ้าจึงส่งผลให้หาผู้เช่าได้ง่ายและได้รับค่าเช่าที่ดีด้วย อัตราผลตอบแทน (yield) ต่อปีก็จะอยู่ในระดับที่สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคารในปัจจุบันและเมื่อต้องการถอนเงินลงทุนคืนก็มีความคล่องตัวสูงในการขายต่อเพื่อ

ทำกำไร หากอาคารชุดพักอาศัยตั้งอยู่ในทำเลที่ตั้งที่มีความต้องการสูง โอกาสในการเพิ่มค่า (growth value) ก็จะมีสูงขึ้น ส่งผลให้มูลค่าของอาคารชุดพักอาศัยสูงขึ้นตามกาลเวลา จากการสำรวจอัตราห้องชุดพักอาศัยให้เช่าในตลาดพื้นที่กรุงเทพมหานคร เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2556 พบว่า มีจำนวนห้องชุดพักอาศัยให้เช่ามากกว่า 6,100 ยูนิต จำนวนห้องชุดพักอาศัยให้เช่าโดยรวมเติบโตสูงขึ้นจากปี พ.ศ. 2555 ถึงร้อยละ 12 แสดงให้เห็นว่า ห้องชุดพักอาศัยให้เช่ายังคงมีความต้องการจากนักลงทุนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงได้รับการตอบรับที่ดีจากกลุ่มผู้เช่าอีกด้วย

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อค่าเช่าห้องชุดพักอาศัยในกรุงเทพมหานคร อันจะเป็นประโยชน์ต่อนักลงทุนที่สนใจลงทุนปล่อยเช่าห้องชุดพักอาศัยในการเลือกและตัดสินใจเลือกซื้อห้องชุดพักอาศัยเพื่อปล่อยเช่า และเป็นข้อมูลสนับสนุนให้ผู้พัฒนาโครงการนำไปใช้วางแผนพัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัย และการให้บริการที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของนักลงทุน ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มโอกาสในการขายและสร้างผลกำไรให้มากขึ้นต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราผลตอบแทนห้องชุดพักอาศัยให้เช่าในกรุงเทพมหานคร

3. ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราผลตอบแทนห้องชุดพักอาศัยให้เช่าในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ รูปแบบห้องชุด ขนาดพื้นที่ใช้สอย ชั้นที่ตั้ง ตำแหน่งห้อง สิ่งอำนวยความสะดวก

การตกแต่งภายในห้อง ระบบการรักษาความปลอดภัย และทำเลที่ตั้ง โดยผู้วิจัยเลือกทำการศึกษารายละเอียดของห้องชุดพักอาศัยให้เช่าเฉพาะเกรด A เกรด B และเกรด C เท่านั้น เนื่องจากตลาดห้องชุดพักอาศัยระดับระดับพรีเมียมและซูเปอร์พรีเมียมในกรุงเทพมหานคร มีจำนวนน้อยกว่าร้อยละ 5 ของจำนวนอุปทานห้องชุดพักอาศัยในกรุงเทพมหานครทั้งหมด ประกอบกับผู้ซื้อในตลาดนี้ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่ออยู่อาศัยเอง (ไนท์แฟรงค์, 2559) โดยผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 1 - 31 มีนาคม พ.ศ. 2561 ทั้งนี้ ผู้วิจัยอ้างอิงการจัดเกรดห้องชุดพักอาศัย ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ประเภทห้องชุดพักอาศัย จำแนกตามระดับราคา (ที่มา: ไนท์แฟรงค์, 2560 ปรับปรุงโดยผู้วิจัย)

ประเภท	ราคา (บาทต่อตารางเมตร)
ซูเปอร์พรีเมียม	สูงกว่า 280,000
พรีเมียม	200,001 - 280,000
เกรด A	150,000 - 200,000
เกรด B	80,000 - 149,999
เกรด C	ต่ำกว่า 80,000

4. วิธีการวิจัย

4.1 ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปัจจัยของห้องชุดพักอาศัยให้เช่าในกรุงเทพมหานคร จากเว็บไซต์ที่ลงประกาศให้เช่าห้องชุดพักอาศัย ได้แก่ Knight Frank, Baanfinder, Prakard Property, Hipflat, Zmyhome, Condo-BKK และ DD Property โดยใช้แบบตรวจสอบรายการ (checklist) เป็นเครื่องมือจากนั้นจึงทำการสรุปปัจจัยโดยพิจารณาเลือกเฉพาะปัจจัยที่มีในประกาศให้เช่าห้องชุดพักอาศัย อย่างน้อย 4 เว็บไซต์

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออัตราผลตอบแทนห้องชุดพักอาศัยให้เช่า
ธนานันต์ สุวรรณโพธิ์รุ่ง และ ผศ.ดร.กองกฤษณ์ ไตชัยวัฒน์

4.2 ผู้วิจัยนำปัจจัยที่สรุปได้ในข้อ 4.1 เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ราย เพื่อคัดกรองปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออัตราผลตอบแทนห้องชุดพักอาศัยให้เช่าในกรุงเทพมหานครในระดับต่ำออกซึ่งจะทำให้ได้ปัจจัยที่มีความเที่ยงตรงและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณา คือ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออัตราผลตอบแทนห้องชุดพักอาศัยให้เช่าในกรุงเทพมหานคร ต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้เชี่ยวชาญอย่างน้อย 2 ราย (มากกว่าร้อยละ 50) ตามวิธีการของสุวิมล ติรภานันท์ (2551)

4.3 ผู้วิจัยนำปัจจัยที่สรุปได้ในข้อ 4.2 เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการลงทุนให้เช่าห้องชุดพักอาศัยในกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 ราย เพื่อทำการให้คะแนนความสำคัญของปัจจัย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือซึ่งข้อคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ จากนั้นผู้วิจัยนำคะแนนการประเมินความสำคัญของปัจจัยของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 30 ราย มาหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (mean) โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2553) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง มีผลต่ออัตราผลตอบแทนในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง มีผลต่ออัตราผลตอบแทนในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง มีผลต่ออัตราผลตอบแทนในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง มีผลต่ออัตราผลตอบแทนในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง มีผลต่ออัตราผลตอบแทนในระดับน้อยที่สุด

ทั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การตัดสินใจให้ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.50 ขึ้นไป ถือว่าผ่านเกณฑ์ และเป็นปัจจัยที่มีผลต่ออัตราผลตอบแทนห้องชุดพักอาศัยให้เช่าในกรุงเทพมหานคร

5. ผลการศึกษา

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปัจจัยของห้องชุดพักอาศัยให้เช่าในกรุงเทพมหานคร จากเว็บไซต์ที่ลงประกาศให้เช่าห้องชุดพักอาศัย ได้แก่ 1) DD Property 2) Prakard Property 3) Baanfinder 4) Hipflat 5) Condo-BKK 6) Zymyhome และ 7) Knight Frank โดยใช้แบบบันทึกรายการเป็นเครื่องมือ พบว่า แต่ละเว็บไซต์มีการลงประกาศข้อมูลปัจจัยเกี่ยวกับการให้เช่าห้องชุดพักอาศัย ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ปัจจัยของห้องชุดพักอาศัยให้เช่าในกรุงเทพมหานคร จากเว็บไซต์

ปัจจัยที่มีในเว็บไซต์	เว็บไซต์*						
	1	2	3	4	5	6	7
1. ชื่อโครงการ	/	/	/	/	/	/	/
2. ชื่อผู้พัฒนาโครงการ	/	/	/	/	/	/	/
3. เขตที่ตั้ง	/	/	/	/	/	/	/
4. อายุอาคาร		/				/	
5. พื้นที่ห้องชุด	/	/	/	/	/	/	/
6. จำนวนห้องนอน	/	/	/	/	/	/	/
7. จำนวนห้องน้ำ	/	/	/	/	/	/	/
8. ชั้นที่ตั้ง	/	/	/	/	/	/	/
9. ตำแหน่ง ห้องชุด		/	/				
10. เพอร์มิเตอร์	/	/	/	/	/	/	/
11. เครื่องใช้ไฟฟ้า	/	/	/	/	/	/	/
12. สิ่งอำนวยความสะดวก	/	/	/	/	/	/	/
13. ระบบรักษาความปลอดภัย	/	/	/	/	/	/	/
14. ระยะห่างจาก ถนนสายหลัก	/	/	/	/	/	/	/
15. ระยะห่างจากทางด่วน	/	/	/	/	/	/	/
16. ระยะห่างจากสถานีรถไฟฟ้า	/	/	/	/	/	/	/
17. ระยะห่างจากห้างสรรพสินค้า	/	/	/	/	/	/	/
18. ระยะห่างจาก ร้านสะดวกซื้อ	/	/	/	/	/	/	/
19. ระยะห่างจากสถานพยาบาล	/	/	/	/	/	/	/
20. ระยะห่างจากสถานศึกษา	/	/	/	/	/	/	/

หมายเหตุ : * ตามลำดับเว็บไซต์

จากตารางที่ 2 จะเห็นว่า ปัจจัยที่มีในประกาศให้เข้าห้องชุดพักอาศัย อย่างน้อย 4 เว็บไซต์ มีทั้งสิ้น 18 ปัจจัย ได้แก่ ชื่อโครงการ ชื่อผู้พัฒนาโครงการเขตที่ตั้งพื้นที่ห้องชุดจำนวนห้องนอน จำนวนห้องน้ำ ชั้นที่ตั้ง เพอร์นิเจอร์ เครื่องใช้ไฟฟ้า สิ่งอำนวยความสะดวก ระบบรักษาความปลอดภัยระยะห่างจากถนนสายหลัก ระยะห่างจากทางด่วน ระยะห่างจากสถานีรถไฟฟ้า ระยะห่างจากห้างสรรพสินค้า ระยะห่างจากร้านสะดวกซื้อ ระยะห่างจากสถานพยาบาล และระยะห่างจากสถานศึกษา

ผู้วิจัยได้นำปัจจัยทั้ง 18 ปัจจัยเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ราย ทำการคัดกรองปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราผลตอบแทนห้องชุดพักอาศัยให้เข้าในกรุงเทพมหานครในระดับต่ำออกโดยใช้วิธีการหาดัชนีความสอดคล้อง พบว่า ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 รายมีความคิดเห็นตรงกันว่าปัจจัยทั้ง 18 ปัจจัย ล้วนส่งผลต่ออัตราผลตอบแทนห้องชุดพักอาศัยให้เข้าในกรุงเทพมหานคร หลังจากนั้นผู้วิจัยนำปัจจัยทั้ง 18 ปัจจัย เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ด้านการลงทุนให้เข้าห้องชุดพักอาศัยในกรุงเทพมหานคร เป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 30 ราย เพื่อทำการให้คะแนนความสำคัญของปัจจัย โดยแบ่งค่าคะแนนออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ ระดับ 1 คือ มีผลน้อยที่สุด ถึงระดับ 5 คือ มีผลมากที่สุด สามารถแสดงผลได้ดังตารางที่ 3

จากตารางที่ 3 จะเห็นได้ว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.50 ขึ้นไป ซึ่งจะถือว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่ออัตราผลตอบแทนห้องชุดพักอาศัยให้เข้าในกรุงเทพมหานคร มี 13 ปัจจัย ได้แก่ พื้นที่ห้องชุด เขตที่ตั้ง ระยะห่างจากสถานีรถไฟฟ้า จำนวนห้องนอน สิ่งอำนวยความสะดวกจำนวนห้องน้ำ ระยะห่างจากร้านสะดวกซื้อเพอร์นิเจอร์

เครื่องใช้ไฟฟ้า ระบบรักษาความปลอดภัย ระยะห่างจากถนนสายหลักระยะห่างจากห้างสรรพสินค้า และชื่อผู้พัฒนาโครงการ ตามลำดับโดยมีเพียง 4 ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยของคะแนนความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ พื้นที่ห้องชุด เขตที่ตั้ง ระยะห่างจากสถานีรถไฟฟ้าและจำนวนห้องนอน

ตารางที่ 3 ผลการประเมินความสำคัญของปัจจัยโดยผู้เชี่ยวชาญ

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	สรุปผล
1. พื้นที่ห้องชุด	4.87	มากที่สุด	มีผล
2. เขตที่ตั้ง	4.83	มากที่สุด	มีผล
3. ระยะห่างจากสถานีรถไฟฟ้า	4.67	มากที่สุด	มีผล
4. จำนวนห้องนอน	4.57	มากที่สุด	มีผล
5. สิ่งอำนวยความสะดวก	4.50	มาก	มีผล
6. จำนวนห้องน้ำ	4.33	มาก	มีผล
7. ระยะห่างจากร้านสะดวกซื้อ	4.33	มาก	มีผล
8. เพอร์นิเจอร์	4.23	มาก	มีผล
9. เครื่องใช้ไฟฟ้า	4.10	มาก	มีผล
10. ระบบรักษาความปลอดภัย	4.07	มาก	มีผล
11. ระยะห่างจากถนนสายหลัก	4.03	มาก	มีผล
12. ระยะห่างจากห้างสรรพสินค้า	3.97	มาก	มีผล
13. ชื่อผู้พัฒนาโครงการ	3.87	มาก	มีผล
14. ชื่อโครงการ	3.47	ปานกลาง	ไม่มีผล
15. ชั้นที่ตั้ง	3.43	ปานกลาง	ไม่มีผล
16. ระยะห่างจากทางด่วน	3.33	ปานกลาง	ไม่มีผล
17. ระยะห่างจากสถานศึกษา	3.30	ปานกลาง	ไม่มีผล
18. ระยะห่างจากสถานพยาบาล	2.87	ปานกลาง	ไม่มีผล

6. อภิปรายผลการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราผลตอบแทนห้องชุดพักอาศัยให้เข้าในกรุงเทพ

มหานคร มี 13 ปัจจัย ได้แก่ พื้นที่ห้องชุด เขตที่ตั้ง ระยะห่างจากสถานีรถไฟฟ้ํา จำนวนห้องนอน สิ่งอำนวยความสะดวก จำนวนห้องน้ํา ระยะห่างจากร้านสะดวกซื้อ เพอร์มิเตอร์ เครื่องใช้ไฟฟ้า ระบบรักษาความปลอดภัย ระยะห่างจากถนนสายหลัก ระยะห่างจากห้างสรรพสินค้า และชื่อผู้พัฒนาโครงการ ตามลำดับ โดยมีเพียง 4 ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยของคะแนนความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ พื้นที่ห้องชุด เขตที่ตั้ง ระยะห่างจากสถานีรถไฟฟ้ํา และจำนวนห้องนอน

ผลการศึกษาที่ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของพนทิพย์ ศุภชาติกุล (2558) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งพบว่ามี 2 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าห้องพัก ซึ่งเรียงลำดับตามค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอย (beta coefficient) จากมากไปน้อย ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านการจัดการภายใน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพประกอบด้วย สภาพแวดล้อมของที่พักรมีความปลอดภัยสูงมีการบริการ ด้านสาธารณูปโภคที่มีคุณภาพ และ 2) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ประกอบด้วย ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ศูนย์การค้า/ร้านสะดวกซื้อ และใกล้ความเจริญ และมีการคมนาคมที่สะดวกและยังสอดคล้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ตเมนต์ของผู้บริโภคในเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร (พจนารถ อิมสอน, 2558) ที่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้เช่าอพาร์ตเมนต์ในเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการความปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทาง ความน่าเชื่อถือของเจ้าของ/ผู้ดูแล และสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับงานวิจัยของรวมถึงสอดคล้องกับการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมเพื่อการลงทุนในกรุงเทพมหานคร (อัครมาติโลภวิชัย, 2558) โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ที่กำลังพิจารณาตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครเพื่อการลงทุน ซึ่งพบว่านักลงทุนตัดสินใจซื้อโดยพิจารณาจากทำเลที่ตั้ง และสอดคล้องกับงานวิจัยของวสุชญญ์ จันทร์ชู (2554) ที่ทำการศึกษาความต้องการของนักลงทุนในการเลือกซื้อห้องชุดพักอาศัย โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ซื้อห้องชุดพักอาศัย จำนวน 400 ราย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยในการลงทุนที่สำคัญ ได้แก่ ราคาค่าของผู้พัฒนาโครงการ นอกจากนี้ ยังพบว่านักลงทุนที่ปล่อยให้เช่าส่วนใหญ่ต้องการห้องชุดพักอาศัยที่มีทำเลที่ตั้งติดถนนสายหลักและอยู่ใกล้ระบบขนส่งมวลชน

7. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปัจจัยของห้องชุดพักอาศัยให้เช่าในกรุงเทพมหานครจากเว็บไซต์ และนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อประเมินความสำคัญของปัจจัย โดยกำหนดให้ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยของคะแนนตั้งแต่ 3.50 ขึ้นไป ถือว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่ออัตราผลตอบแทนห้องชุดพักอาศัยให้เช่าในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราผลตอบแทนห้องชุดพักอาศัยให้เช่าในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ พื้นที่ใช้สอย จำนวนห้องนอน จำนวนห้องน้ํา ระยะห่างจากถนนสายหลัก ระยะห่างจากสถานีรถไฟฟ้ํา ระยะห่างจากทางด่วน ระยะห่างจากห้างสรรพสินค้า

ระยะห่างจากร้านสะดวกซื้อ ระยะห่างจากสถานพยาบาล และระยะห่างจากสถานศึกษา

เนื่องจากผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราผลตอบแทนห้องชุดพักอาศัยให้เข้าในกรุงเทพมหานครจากเว็บไซต์ซึ่งเป็นเพียงข้อมูลที่ผู้สนใจเช่าห้องชุดพักอาศัยใช้ประกอบการพิจารณาในเบื้องต้นเพื่อเป็นตัวเลือกเท่านั้น ดังนั้น ผู้สนใจศึกษาจึงควรทำการศึกษาโดยการสอบถามหรือสัมภาษณ์นักลงทุนที่ให้เช่าห้องชุดพักอาศัยและ/หรือผู้เช่า เพื่อให้ทราบปัจจัยทั้งหมดที่ส่งผลต่ออัตราผลตอบแทนห้องชุดพักอาศัยให้เข้าในกรุงเทพมหานคร และควรทำการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ เพื่อให้ทราบถึงระดับอิทธิพลของปัจจัยแต่ละตัวที่มีต่ออัตราผลตอบแทนห้องชุดพักอาศัยให้เข้าในกรุงเทพมหานครด้วย

นอกจากนี้ ผู้พัฒนาเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่ให้ลงประกาศให้เช่าห้องชุดพักอาศัย ควรทำการใส่รายละเอียดในแต่ละปัจจัยอย่างละเอียด เพื่อให้ผู้สนใจเช่าทราบข้อมูลประกอบการพิจารณาเลือกเช่าห้องชุดพักอาศัยที่ครบถ้วนมากยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

ซีบีอาร์อี (ประเทศไทย). (2560). *กลยุทธ์การลงทุนคอนโดให้เช่าเพื่อผลตอบแทนสูงสุด*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2560, จาก <https://www.cbre.co.th/propertynews/condo-for-rent-investment-strategy>.

ไนท์แฟรงค์. (2559). *ไนท์แฟรงค์ฯ เผยระดับราคาคอนโด ชูเปอร์ไพร์มและไพร์ม ในกรุงเทพฯ ยังคงได้ระดับสูงขึ้น*. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2560, จาก <http://www.thansettakij.com/content/73574>.

ไนท์แฟรงค์. (2560). *การจัดระดับเกรดคอนโดมิเนียม*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2560, จาก <http://thailand-property-news.knightfrank.co.th/2016/08/03/การจัดระดับเกรดคอนโดมิเนียม/>.

บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 5)*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

พนทิพย์ วงศ์ศุภชาติกุล. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ.

พจนารถ อิมสอน. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร*. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 2(6), 134-144.

วสุชญญ์ จันทรชู. (2554). *การศึกษาความต้องการของนักลงทุนในการเลือกซื้อห้องชุดพักอาศัย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, สาขาวิชานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์.

สุวิมล ตีรกานันท์. (2551). *การสร้างเครื่องมือนวัตกรรมในการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อนุชา กุลวิสุทธิ. (2555). *ลงทุนให้รวยด้วยคอนโด (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: เฟิส ออฟ เซท (1993).

อัชฌา ทีโลกวิชัย. (2557). *ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมเพื่อการลงทุนในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด, คณะบริหารธุรกิจ.*

ปัจจัยเชิงการตลาดในธุรกิจโฮสเทลระดับหรู (Luxury Hostel) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

Marketing Factors in Luxury Hostel Business in Bangkok Metropolitan Area

นฐพร สุวรรณวิศลกิจ¹ และ วรากร ลิขิตอนุภาค²

Nataporn Suwanwisolkit¹ and Warakorn Likitanupak²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: nataporn.suw@gmail.com¹, warakorn@ap.tu.ac.th²

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งเน้นศึกษาถึงปัจจัยเชิงการตลาดในธุรกิจโฮสเทลระดับหรู (Luxury Hostel) โดยการเก็บข้อมูลเชิงลึก จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 9 ราย จากในพื้นที่กรุงเทพมหานคร 3 แห่ง คือ บริเวณย่านศูนย์กลางธุรกิจ บริเวณย่านวัฒนธรรมรอบเกาะรัตนโกสินทร์ และบริเวณที่อยู่ตามแนวรถไฟฟ้า (BTS) และรถไฟใต้ดิน (MRT) จำนวนบริเวณละ 3 ราย นอกจากนี้ยังได้สัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีประสบการณ์ในการวางแผนและดำเนินธุรกิจโฮสเทลมาไม่ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 2 ราย จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ปัจจัยทางด้านกายภาพ ในแง่ของห้องพัก โดยต้องคำนึงถึงความสะอาดมาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือพื้นที่ส่วนกลางและห้องน้ำ ตามลำดับ ปัจจัยด้านการตลาด ที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ คือด้านการบริการ และการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้เข้าพัก ช่องทางการขายที่ได้ผลดีที่สุดคือการขายผ่าน OTA (Online Travel Agency) และจากข้อมูลที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ระยะเวลาคุ้มทุนของโครงการอยู่ที่ประมาณ 5 ปี

คำสำคัญ: โฮสเทล โฮสเทลระดับหรู พอชเทล การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

Abstract

This research focuses on how to make a decision to invest in Luxury Hostel. The data were collected from 9 hostel entrepreneurs which located in 3 different areas in Bangkok; Rattanakosin Island Cultural Area, Central Business District and Hostels were located along the BTS and MRT lines. Moreover, this research was gathered more data from 2 hostel experts who have experience in planning and operating a hostel business at least 5 years. According to studies, The most important of factor in entrepreneurs' perspective is physical characteristics factor, the room which extremely focus on cleanness, common area and bathroom respectively. The most important aspect in marketing perspective is the service and creating a better experience

for guests. The most successful distribution channel is through the OTA (Online Travel Agency) Lastly, the break-even period of the project based on information from expert is about 5 years.

Keywords: Hostel, Luxury Hostel, Poshtel, Real Estate Development

1. บทนำ

ธุรกิจโฮสเทลเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวที่ต้องการที่พักราคาประหยัดโดยในอดีตประเทศไทยมีโฮสเทลเกิดขึ้นมากและส่วนมากไม่ได้มาตรฐานที่ดี เช่นที่พักคับแคบเกินไป ไม่สะอาด ไม่มีระบบการรักษาความปลอดภัย เป็นต้น โฮสเทลราคาประหยัดในปัจจุบันบางที่เป็นเพียงแค่นอนและที่เก็บของของนักท่องเที่ยวเท่านั้นเพราะเนื่องจากพื้นที่คับแคบ สิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ และเนื่องจากขายในราคาต่ำมากก็จะส่งผลให้ไม่สามารถคัดกรองลูกค้าที่เข้ามาพักได้ อาจส่งผลถึงความปลอดภัยของลูกค้ารายอื่นๆ ได้ เช่นปัญหาการขโมยของ การคุกคามทางเพศในกรณีห้องพักรวม รวมถึงปัญหาเรื่องความไม่เป็นส่วนตัว

ดังนั้นผู้ประกอบการรายใหม่ๆ จึงมีความจำเป็นต้องปรับตัวตามความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคต งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการลงทุนในธุรกิจโฮสเทลระดับหรู (Luxury Hostel) รวมถึงตัวแปรต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ เพื่อหารูปแบบความต้องการในด้านกายภาพ เช่น สถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง พื้นที่การใช้งานที่เหมาะสม หรือในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ การให้บริการที่น่าประทับใจ ส่งผลต่อการบอกต่อหรือกลับมาใช้ใหม่ของลูกค้า การเลือกหรือการเพิ่มกลุ่มลูกค้า การพัฒนาโครงการให้ทัดเทียมกับคู่แข่ง รวมไปถึงปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ประกอบการพึงทราบและนำ

ไปปรับใช้ในการวางแผนดำเนินธุรกิจโฮสเทลระดับหรู (Luxury Hostel) ในอนาคต

ธุรกิจโฮสเทลแบบใหม่ มีการปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น คือมีการให้บริการที่ครบครันมากขึ้น มีทางเลือกให้กับลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น ธุรกิจโฮสเทลบางแห่งจึงไม่ได้ขายแค่ราคาประหยัดเสมอไป แต่ยังสามารถขายประสบการณ์ ความคุ้มค่าและความประทับใจในราคาที่สูงกว่าที่ผู้บริโภคจับต้องได้ รวมถึงผู้ประกอบการพึงพอใจด้วยเช่นกัน ยกตัวอย่างโครงการในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เช่น 1) The Quarter Bangkok Poshtel & Coworking BTS พญาไท 2) The Posh: A Luxury Hostel BTS พญาไท 3) GN Luxury Hostel 4) The Printing House Poshtel ในเขตเกาะรัตนโกสินทร์ เป็นต้น

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยทางกายภาพและลำดับความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจที่พักประเภทโฮสเทลระดับหรู

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงการตลาด ที่กลุ่มผู้ประกอบการให้ความสำคัญมากที่สุด ในธุรกิจโฮสเทลระดับหรู

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านการเงินและการลงทุนของธุรกิจโฮสเทลระดับหรู

3. วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาข้อมูลและรวบรวมแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผู้วิจัยได้รวบรวมวรรณ-

กรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับที่พักประเภทโฮสเทล

3.1.1 โฮสเทล คือ ที่พักแรมราคาประหยัด ที่ได้รับความนิยมในหมู่แบ็กแพ็กเกอร์ โดยไม่คำนึงถึงความสะอาดสบายและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน เป็นที่พักที่เหล่านักเดินทางจะได้พักอาศัยร่วมกับผู้อื่น ในห้องนอนรวมที่อาจมีเตียงตั้งแต่ 2 4 6 8 ไปจนถึง 30 เตียง และผู้เข้าพักสามารถจ่ายค่าเข้าพักได้ในราคาประหยัด เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ จะเป็นพื้นที่ที่ใช้ร่วมกัน และมีจุดเด่นเรื่องของเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างเข้าพักห้องเดียวกัน (วรพันธ์ คล้ามไพบูลย์ และจิตติพันธ์ ศรีภักดิ์ , 2558, น. 37)

3.1.2 โฮสเทลระดับหรูหรา (Luxury Hostel) หรือพอสเทล (Poshtel) คือโฮสเทลที่เป็นการรวมตัวกันระหว่างความหรูหราในแบบของโรงแรมกับความเรียบง่ายในแบบของโฮสเทล ด้วยราคาที่ไม่สูงมากแต่ยังคงบรรยากาศสังคมตามแบบโฮสเทลดั้งเดิมและยังได้รับความนิยมสะอาดสบายเหมือนอยู่โรงแรม กล่าวคือ การหยิบเอาข้อดีข้อเสียของโฮสเทลและโรงแรม มาพัฒนา เพื่อหารูปแบบที่พักที่ตรงใจผู้บริโภคมากที่สุด (ไทยสมายล์บล็อก, 2559)

พอสเทล (Poshtel) เปรียบเสมือนขั้นสูงกว่าของโฮสเทล (Hostel) เป็นส่วนผสมที่ลงตัวระหว่างบรรยากาศเป็นกันเองของ โฮสเทล และความหรูหราแบบ “Posh คือ ความมีระดับ” ต้นกำเนิดของพอสเทลนั้น เกิดจากคนโรงแรมในยุโรปเล็งเห็นว่านักท่องเที่ยวที่อายุ 20 ต้น ๆ ถึง 30 ปลาย ๆ ซึ่งชอบการเข้าพักแบบโฮสเทลที่มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์

กัน ประกอบกับการที่คนกลุ่มนี้มีรายได้ที่สูงขึ้น เริ่มมีกำลังซื้อ มีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่เหมือนเข้าพักในโรงแรมปกติ และต้องการความเป็นส่วนตัวมากขึ้น แต่ขณะเดียวกันก็ต้องการบรรยากาศเหมือนพักโฮสเทล นั่นทำให้ พอสเทล (Poshtel) ถือกำเนิดขึ้นมา จากนั้นก็ได้แพร่กระจายไปสู่ที่ต่าง ๆ ทั่วยุโรป และอเมริกา (Raktham, 2016)

3.2 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดธุรกิจ

7Ps เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ Philip Kotler (2006) ได้วางไว้ เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการซึ่งใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ซึ่งประกอบด้วย Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence และ Process (กิตวัต รุ่งเรืองผล, 2559)

ตารางที่ 1 แสดงส่วนผสมทางการตลาดกับธุรกิจโฮสเทล

Marketing Mix (7Ps)	Meaning	Luxury Hostel
ผลิตภัณฑ์ (Product)	ห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ และตราสินค้า	พื้นที่ใช้งานที่สวยงามกว้างขวาง มีเอกลักษณ์
ราคา (Price)	ราคาขายห้อง	คุ้มค่ากับสินค้าที่ลูกค้าได้รับ
ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ช่องทางในการจอง เช่น เว็บไซต์ของโครงการ, Online Travel Agency	ช่องทางการจองห้องพักควรเข้าถึงได้ง่าย
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	การลดราคา การเพิ่มบริการอาหารหรือการแถมแพคเกจทัวร์	การขายรวมหรือแถมบัตรเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว
บุคลากร (People)	พนักงานที่ให้บริการมีคุณภาพ	พนักงานควรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเพราะเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าประทับใจ
ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	บรรยากาศโดยรวม การออกแบบพื้นที่ใช้สอยการตกแต่งอาคาร รูปแบบห้องพักและท่าเลที่ตั้ง	พื้นที่ต่าง ๆ ออกแบบให้ลงตัวและตรงจุด ประสงค์ สวยงาม ใช้วัสดุอุปกรณ์ที่มีคุณภาพ สะอาด ได้มาตรฐาน
กระบวนการให้บริการ (Process)	รูปแบบการบริการของโฮสเทล	มีการบริการที่เป็นกันเอง สร้างความประทับใจให้ลูกค้า มีบริการพิเศษที่เหนือความคาดหมาย

3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.3.1 งานวิจัยของอรุณีโลมเศรษฐี(2554) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานครมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องคือสามารถนำปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักของผู้บริโภคมาเป็นแนวทางในการให้ความสำคัญกับลักษณะทางกายภาพ การตลาดของธุรกิจลักซ์ซูรีโฮสเทลได้อย่างตรงเป้าหมาย

3.3.2 งานวิจัยของรุ่งชัยภรณ์สุกสี(2555) เรื่องแนวทางการพัฒนาตึกแถวเพื่อใช้เป็นโรงแรมขนาดเล็กในย่านศูนย์กลางธุรกิจ มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องคือ สามารถนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางการเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมที่สุดและทุกฝ่ายพึงพอใจมากที่สุด ประกอบกับคุ่มค่าแก่การลงทุนบนพื้นฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคและผู้ประกอบการ

3.3.3 งานวิจัยของกฤษฎา จัสมะ (2558) เรื่องการศึกษารูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มในการพัฒนาโครงการที่พักประเภทโฮสเทลในกรุงเทพมหานคร มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง คือ สามารถนำข้อมูลที่ได้มากำหนดทำเลที่ตั้งและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อนำไปสู่การออกแบบพื้นที่ใช้สอยที่มีประสิทธิภาพ มีความสวยงาม และการวางแผนการตลาดและการบริการให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

4. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการทบทวนวรรณกรรม และลงพื้นที่สำรวจ อีกทั้งศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต รวมถึงการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผู้ประกอบ การธุรกิจโฮสเทลระดับหรู 9 ราย ใน 3 พื้นที่สำคัญ คือ ย่านศูนย์กลางธุรกิจ ย่านวัฒนธรรมรอบเกาะรัตนโกสินทร์ และย่านที่อยู่ตามแนวรถไฟฟ้า (BTS) รถไฟใต้ดิน (MRT) ย่านละ 3 ราย และสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจมาเป็นระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 2 ราย รวมเป็น 11 ราย แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์สรุปผลในเชิงพรรณนา

4.1 การศึกษารูปแบบของโครงการ

เป็นการทบทวนวรรณกรรม และลงพื้นที่สำรวจ เพื่อกำหนดลักษณะทางกายภาพ และการบริการของโฮสเทลระดับหรู (Luxury Hostel) ในแง่ของการออกแบบตกแต่ง การเลือกวัสดุ การแบ่งพื้นที่ใช้งานที่มีความหลากหลาย การจัดแบ่งพื้นที่ห้องพักให้มีหลายทางเลือก เช่น มีทั้งเตียงนอนเดี่ยว และเตียงใหญ่ในห้องพักรวม มีห้องพักแบบส่วนตัวที่มีห้องน้ำในตัวและใช้ห้องน้ำรวมเป็นต้น รวมถึงการมีพื้นที่สำหรับจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ จากที่กล่าวมาข้างต้นเป็นการกำหนดขอบเขตของโครงสร้างพื้นฐานของโครงการที่จะนำมาเป็นตัวอย่างในงานวิจัยในครั้งนี้

4.2 การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

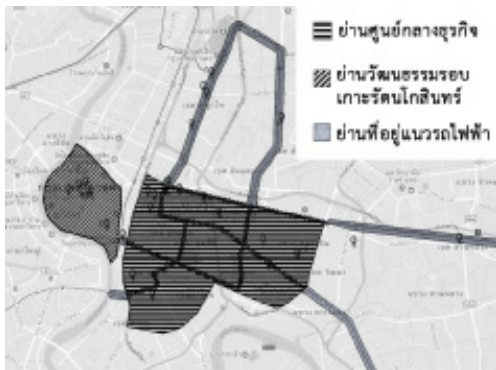
ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลจำนวน 11 รายโดยวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยเกณฑ์ในการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้วิจัยทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ตรงตามลักษณะของโฮสเทลระดับหรู (Luxury Hostel) ทั้งทางด้านกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยมีหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้ (SCB SME, 2560)

- ด้านห้องพักจะต้องมีรูปแบบของห้องพักที่หลากหลายทั้งในรูปแบบของห้องพักรวม (Dormitory Room) และห้องพักส่วนตัว (Private Room) มีพื้นที่ใช้งานที่กว้างขวางกว่าโฮสเทลธรรมดาทั่วไป

- ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จะต้องมีส่วนกลางที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน มีบริการฟรีอินเทอร์เน็ต อาหารเช้า ผ้าเช็ดตัว และอุปกรณ์เครื่องใช้ที่จำเป็น

- ด้านการตกแต่ง มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ใช้วัสดุที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน

- ด้านการบริการ คือมีการบริการที่เหนือความคาดหมายให้แก่ผู้เข้าพัก เช่น การให้คำแนะนำ การมีกิจกรรมพิเศษต่างๆ เป็นต้น



(ที่มา: ผู้วิจัย)
รูปที่ 1 แสดงย่านสำคัญทั้ง 3 ย่าน

4.3 การวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลเชิงลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 11 รายแล้วผู้วิจัยทำการวิเคราะห์คำตอบของผู้ให้ข้อมูลแต่ละราย เพื่อให้ได้เป็นปัจจัยเชิงการตลาดในธุรกิจโฮสเทลระดับหรู (Luxury Hostel) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ดังนี้

4.3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี บทบาทที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องของ

สาเหตุที่มีธุรกิจโฮสเทลระดับหรูเกิดขึ้น ลักษณะของโฮสเทลทั่วไป เปรียบเทียบกับโฮสเทลระดับหรู กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโครงการ เป็นต้น และศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และตัวแปรที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม มีตามรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงตัวแปรในงานวิจัย

ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	ผลลัพธ์
- ย่าน ท่าเล ที่ตั้ง - ความต้องการของกลุ่มลูกค้า - ปัญหาของโฮสเทลแบบเดิม	- กลุ่มลูกค้า - การออกแบบพื้นที่ใช้สอย - ราคาขาย - การบริการ	- ด้านลักษณะทางกายภาพ - ด้านการตลาด - ด้านการเงินการลงทุน

4.3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโฮสเทลระดับหรูในเขตกรุงเทพมหานครทางสื่อออนไลน์ การสำรวจ และการสัมภาษณ์เชิงลึก ในเรื่องของปัจจัยทางกายภาพและทำเลที่ตั้งที่ส่งผลต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายวิเคราะห์ในเรื่องของการออกแบบความสัมพันธ์ของพื้นที่การใช้งาน การออกแบบตกแต่งภายในและภายนอก แนวความคิดในการออกแบบลักษณะการให้บริการกับลูกค้าในแต่ละกลุ่ม และวิเคราะห์การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจอ้างอิงจากส่วนผสมการตลาด 7Ps ของ Philip Kotler (2006) จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุประเบียบการวิจัยได้ตามรูปที่ 2

5. ผลการศึกษา

ในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยเชิงการตลาดในธุรกิจโฮสเทลระดับหรู (Luxury Hostel) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ดังหัวข้อต่อไปนี้



รูปที่ 2 แผนผังสรุประเบียบวิธีการวิจัย

5.1 การศึกษาลำดับความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจที่พักประเภทลักซ์ซูรีโฮสเทล

เป็นการศึกษาปัจจัยทางด้านกายภาพเพื่อตรวจสอบสมมติฐานเบื้องต้นที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม และการออกสำรวจพื้นที่จริง โดยการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์หาลำดับความสำคัญของลักษณะทางกายภาพ เพื่อศึกษาถึงความสำคัญของพื้นที่ใช้สอย และการออกแบบตกแต่ง ที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า

5.1.1 ศึกษาถึงเหตุผลของการเลือกทำเลที่ตั้ง พบว่า โครงการในย่านศูนย์กลางธุรกิจ และย่านแนวรถไฟฟ้าและรถไฟฟ้าใต้ดิน มีแนวคิดว่าการเลือกทำเลที่ตั้งควรจะอยู่ในพื้นที่ที่เดินทางสะดวก ใกล้ระบบขนส่งสาธารณะ ใกล้สถานที่สำคัญทางเศรษฐกิจ เพราะจะทำให้ได้กลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย ส่วนโครงการในย่านวัฒนธรรมรอบเกาะรัตนโกสินทร์ให้ความสำคัญกับการเลือกทำเลที่ตั้งใกล้สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ ใน

ส่วนของผู้เชี่ยวชาญมีแนวคิดที่ว่าทำเลที่ตั้งไม่ได้มีความสำคัญเป็นอันดับแรกอีกต่อไป เพราะถ้าโครงการมีจุดขายที่ดีไม่ว่าจะมีทำเลที่ตั้งอยู่ไกลแค่ไหน ก็จะมีลูกค้าเสมอ

5.1.2 ศึกษาแนวความคิดในการออกแบบและการใช้วัสดุตกแต่ง พบว่า โครงการส่วนใหญ่มีการใช้เอกลักษณ์ความเป็นไทยเข้ามาเป็นแนวคิดของโครงการ แต่จะใช้ในลักษณะที่แตกต่างกันไป ตามความชอบของผู้ประกอบการ โครงการส่วนใหญ่นิยมตกแต่งในโทนสว่าง เรียบง่ายแต่ใช้วัสดุตกแต่งที่ดี ใช้อุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีคุณภาพ และสิ่งที่สำคัญที่สุดคือการที่ลูกค้าเข้ามาพักด้วยความรู้สึกผ่อนคลาย เหมือนพักอยู่ที่บ้าน

พื้นที่ภายในที่ผู้ประกอบการในย่านศูนย์กลางธุรกิจและย่านที่อยู่ตามแนวรถไฟฟ้า ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ พื้นที่ห้องพักเพราะกลุ่มลูกค้านิยมพักในห้องพักส่วนตัว ความสะอาดควรมาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือพื้นที่ส่วนกลาง ควรมีความสะดวกสบายในการใช้งาน มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานไว้บริการ ในส่วนพื้นที่ของห้องน้ำ ก็ควรให้ความสำคัญเพราะโครงการส่วนใหญ่ปรับปรุงมาจากตึกแถวเก่า เมื่อมีการปรับเปลี่ยนการใช้งานมาเป็นที่พักอาศัยรวม สิ่งที่ต้องคำนึงถึงคืองานระบบของอาคาร ห้องน้ำควรปูกระเบื้องภายใน จะช่วยลดปัญหาการเกิดน้ำซึม และเชื้อราได้ รวมถึงการเลือกสุขภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จะช่วยลดปัญหาการซ่อมแซมในอนาคต

กลุ่มทำเลที่ตั้งในย่านวัฒนธรรมรอบเกาะรัตนโกสินทร์ให้ความสำคัญกับพื้นที่ส่วนกลางมาเป็นอันดับแรก เพราะกลุ่มลูกค้าหลักเป็นชาวยุโรปที่นิยมพักในห้องพักรวม และชื่นชอบกิจกรรมพบปะสังสรรค์

5.1.3 ศึกษาการวางรูปแบบของห้องพัก พบว่า โครงการโฮสเทลในระดับหรรณานั้น นิยมมีรูปแบบห้องพักที่หลากหลาย เช่น ห้องพักรวม ห้องพักส่วนตัวสำหรับ 2 คน ห้องพักสำหรับ 3 คน ห้องพักส่วนตัวสำหรับลูกค้าที่มาเป็นกลุ่ม 4-6 คน ห้องพักสำหรับครอบครัว เป็นต้น โดยโครงการส่วนใหญ่เน้นไปที่ห้องพักส่วนตัวมากกว่าห้องพักรวม เพราะว่าโครงการลักษณะนี้เป็นโครงการที่สามารถรองรับลูกค้าได้หลากหลายกลุ่ม มีความต้องการที่หลากหลายรูปแบบ และลูกค้าส่วนใหญ่มีกำลังในการจ่าย เพื่อประสบการณ์ที่มากกว่าจากการพักโฮสเทล การมีทางเลือกที่หลากหลายจึงเป็นการขยายฐานลูกค้าให้มากขึ้น

5.1.4 ศึกษาถึงสิ่งอำนวยความสะดวกและพื้นที่ต่างๆในโครงการสรุปลักษณะทางกายภาพของโครงการ ในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกและพื้นที่ต่างๆ ในโครงการเปรียบเทียบกันทั้ง 9 โครงการใน 3 ย่านสำคัญ มีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3 ตารางเปรียบเทียบสิ่งอำนวยความสะดวก

ย่าน	ศูนย์กลางธุรกิจ			วัฒนธรรม			แนวรถไฟฟ้า			ความถี่ของมูลค่า
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
โครงการ										
ร้านอาหาร	x	x	/	x	x	/	/	/	/	5
พื้นที่บาร์	x	/	/	/	/	/	/	/	/	8
พื้นที่ส่วนกลาง	/	/	/	/	/	/	/	/	/	9
พื้นที่ครัว	/	/	/	/	/	x	/	/	x	7
พื้นที่ซักผ้า	/	x	/	/	/	/	/	x	/	7
พื้นที่พิเศษ	/	x	/	x	x	/	/	x	/	5
พื้นที่สีเขียว	x	x	/	x	x	x	x	x	x	1
รวมสิ่งอำนวยความสะดวก	4	3	7	4	4	5	6	4	5	

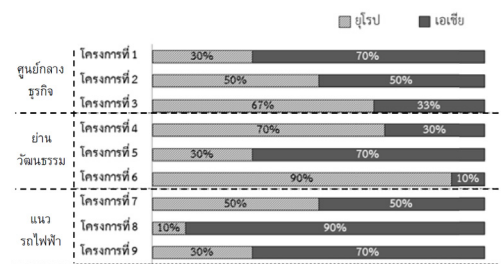
หมายเหตุ: พื้นที่พิเศษหมายถึงพื้นที่ ที่นอกเหนือจากพื้นที่ส่วนกลาง แต่มีไว้บริการให้ลูกค้า เช่น สระว่ายน้ำจาก Jacuzzi) พื้นที่คาดฟ้า ห้องดูหนัง ที่จอดรถ เป็นต้น

จากตารางที่ 3 พบว่า สิ่งที่สำคัญที่สุดคือทุกโครงการมีคือพื้นที่ส่วนกลาง รองลงมาเป็นอันดับ 2 คือพื้นที่บาร์ อันดับที่ 3 คือพื้นที่ซักผ้า และพื้นที่ครัว พื้นที่พิเศษและร้านอาหารเป็นอันดับที่ 4 ส่วนพื้นที่ที่สำคัญน้อยที่สุดคือพื้นที่สีเขียว เพราะเนื่องจากโครงการส่วนใหญ่ปรับปรุงมาจากตึกแถวเก่าที่อยู่ติดถนน จึงยากที่จะให้มีพื้นที่สวนในบริเวณโครงการ เพราะการมีพื้นที่สวนมาก ๆ นั้นหมายความว่าพื้นที่ขายจะลดน้อยลงไปด้วย

5.2 เปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาด

เป็นการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ มาวิเคราะห์หาประเด็นสำคัญทางด้านการตลาด และการบริการที่ควรให้ความสำคัญในการทำธุรกิจ และสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าประเภทต่างๆ โดยประเด็นในการศึกษามีดังนี้

5.2.1 สัดส่วนผู้เข้าพักจำแนกเป็นเชื้อชาติยุโรปและเอเชีย



รูปที่ 3 แสดงสัดส่วนผู้เข้าพักในโฮสเทลจำแนกตามเชื้อชาติ

ในทำเลที่ตั้งในย่านศูนย์กลางธุรกิจมีสัดส่วนชาวยุโรปและเอเชียใกล้เคียงกัน เพราะเป็นทำเลที่เดินทางสะดวก มีความหลากหลายของกลุ่มลูกค้า มีทั้งกลุ่มที่เดินทางมาติดต่อธุรกิจ และมา

จับจ่ายซื้อของ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวเอเชีย และคนไทย มาพักเพราะเดินทางสะดวก ไปสถานที่สำคัญต่างๆ รวมถึงสนามบินได้ง่าย

ในกลุ่มทำเลที่ตั้งในย่านวัฒนธรรมรอบเกาะรัตนโกสินทร์ พบว่า มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวยุโรปมากกว่าชาวเอเชียเพราะเป็นนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย สาเหตุที่โครงการที่ 6 มีลูกค้าชาวยุโรปมากถึงร้อยละ 90 เป็นเพราะโครงการเปิดบริการมายาวนาน มีกลุ่มลูกค้าประจำซึ่งเป็นกลุ่มแบ็คแพ็คเกอร์ชาวยุโรปบวกกับมีการตกแต่งในสไตล์ไทยผสมผสานกับสถาปัตยกรรมทางตะวันตก และการที่พนักงานดูแลเอาใจใส่ มีการจัดกิจกรรมพิเศษอยู่บ่อยๆ จึงทำให้เป็นที่ชื่นชอบของลูกค้าชาวยุโรปในส่วนของโครงการที่ 5 สาเหตุที่มีกลุ่มลูกค้าชาวเอเชียมากกว่าชาวยุโรปเป็นเพราะว่า ทางผู้ประกอบการเน้นทำการตลาดไปที่ชาวเอเชียเป็นส่วนใหญ่

ในกลุ่มโฮสเทลที่ตั้งอยู่ตามแนวรถไฟฟ้าและรถไฟฟ้าใต้ดินพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวเอเชีย เพราะเป็นย่านที่เดินทางสะดวกใกล้สถานที่ซื้อของ เช่นตลาดนัดจตุจักร และห้างสรรพสินค้า โดยสาเหตุที่โครงการที่ 7 มีสัดส่วนของผู้เข้าพักชาวยุโรปและชาวเอเชียเท่ากันนั้น เพราะว่าการมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันมากกว่าโครงการที่ 8 และ 9 โดยลักษณะพื้นที่ของห้องพักมีความกว้างขวางมากกว่า และผู้ประกอบการยังให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น การจัดงานปาร์ตี้สังสรรค์ทำให้เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปด้วย

5.2.2 ส่วนผสมทางการตลาด (7Ps)

ปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน อ้างอิงจากส่วนผสมการตลาด 7Ps ของ Philip Kotler (2006) ที่กลุ่มผู้ประกอบการให้ความสำคัญมากที่สุดสามอันดับแรก จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการมีผลดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงปัจจัยการตลาดที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ

ลำดับมากที่สุด =3 คะแนน ลำดับรองลงมา =2 คะแนน ลำดับเป็นอันดับที่ 3=1 คะแนน	ส่วนผสมการตลาด (7Ps)						
	ผลิตภัณฑ์	ราคา	ช่องทางการขาย	ส่งเสริมการขาย	กายภาพทำเล	พนักงาน	การบริการ
ศูนย์กลางธุรกิจ	โครงการ 1	3	2	/	/	/	1
	โครงการ 2	3	3	3	3	3	3
	โครงการ 3	1	3	/	/	2	3
รวมคะแนน	7	8	3	3	5	3	7
วัฒนธรรม	โครงการ 4	3	2	/	/	1	/
	โครงการ 5	3	2	/	/	1	/
	โครงการ 6	1	/	/	/	3	2
รวมคะแนน	7	2	2	0	5	0	2
แนวรถไฟฟ้า	โครงการ 7	3	/	/	/	2	1
	โครงการ 8	/	2	/	1	/	3
	โครงการ 9	2	3	/	/	1	/
รวมคะแนน	5	5	0	1	3	0	4
ผู้เชี่ยวชาญ	รายที่ 1	3	/	/	/	2	1
	รายที่ 2	3	1	1	1	2	1
รวมคะแนน	6	1	1	1	4	1	2
คะแนนทั้งสามกลุ่ม	25	16	6	5	17	4	15
คิดเป็นร้อยละ	75.7	48.5	18.2	15.1	51.5	12.1	45.4

ผู้ประกอบการในย่านศูนย์กลางธุรกิจ ให้ความสำคัญกับ ส่วนผสมการตลาดในด้านราคา มาเป็นอันดับแรก ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการบริการ ตามมาเป็นลำดับที่สอง ด้านลักษณะทางกายภาพตามมาเป็นลำดับที่สาม ส่วนผสมด้านอื่นๆ สำคัญรองลงมา สาเหตุเพราะว่าในย่านนี้มีการแข่งขันที่สูงมีกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายรูปแบบหลายวัตถุประสงค์ในการเข้าพัก การตั้งราคาจึงเป็นสาเหตุแรก ที่ลูกค้าจะเลือกเพื่อเปรียบเทียบกัน

ผู้ประกอบการในย่านวัฒนธรรมรอบเกาะรัตนโกสินทร์ให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์มาเป็นอันดับแรก ด้านลักษณะทางกายภาพเป็นอันดับสอง ด้านราคา ช่องทางการขาย และด้านการบริการตามมาเป็นอันดับที่สาม เพราะว่ากลุ่มลูกค้าหลักที่มารับบริการเป็นนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะ การสร้างผลิตภัณฑ์ที่ดึงดูดใจผู้บริโภคมาก ก็ทำให้การตัดสินใจเลือกที่พักได้เร็วขึ้น

ผู้ประกอบการในย่านที่ตั้งตามแนวรถไฟฟ้าและรถไฟใต้ดินให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์และราคามาเป็นอันดับแรก ด้านการบริการรองลงมาและลักษณะทางกายภาพ ทำเลที่ตั้งเป็นอันดับที่สาม เพราะว่าเป็นย่านที่เดินทางสะดวกจึงทำให้ลูกค้ามีหลายกลุ่มมีทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ที่มาติดต่อธุรกิจ การให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์จึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวเอเชียที่นิยมเลือกที่พักจากความคุ้มค่าเป็นอันดับแรก

สรุปผลรวมคะแนนของส่วนผสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านพบว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั้ง 11 ราย ให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์มาเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 75.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ ทำเลที่ตั้ง มาเป็นอันดับที่สองที่ร้อยละ 51.5 ด้านราคาตามมาเป็นอันดับที่สามที่คะแนนร้อยละ 48.5 ด้านการบริการเป็นอันดับที่ 4 ที่คะแนนร้อยละ 45.4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขายและด้านพนักงาน ตามมาเป็นอันดับที่ 5 6 และ 7 ที่คะแนนร้อยละ 18.2 15.1 และ 12.1 ตามลำดับ โครงการลักษณะนี้ มีกลุ่มลูกค้าหลักที่ค่อนข้างมีกำลังในการจ่าย แต่จะจ่ายเพื่อได้ในสิ่งที่มากกว่าและคุ้มค่ากับราคา ดังนั้น การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า และสอดคล้องกับราคาขายที่สมเหตุสมผลนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น

5.3 ด้านการเงินและการลงทุน

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พบว่า โครงการที่ใช้งบประมาณในการลงทุนต่ำสุดอยู่ที่ 3.8 ล้านบาท เป็นโครงการที่สามารถรองรับแขกได้สูงสุด 36 คน และโครงการที่ใช้งบประมาณสูงสุดอยู่ที่ 20 ล้านบาท เป็นโครงการที่สามารถรองรับผู้เข้าพักได้สูงสุด 100 คน มีงบประมาณเฉลี่ยทั้ง 9 โครงการอยู่ที่ 11 ล้านบาท ต่อจำนวนผู้เข้าพักสูงสุด 59 คน เมื่อดำเนินงบประมาณการลงทุนเฉลี่ยต่อเตียงพบว่าเท่ากับ 1.6 แสนบาทต่อเตียง โดยอัตราการเข้าพักเฉลี่ยตลอดระยะเวลา 1 ปี อยู่ที่ร้อยละ 60-90 โครงการมีต้นทุนในการบริหารโครงการที่ร้อยละ 50-60 ของรายได้โดยรวม โดยทุกโครงการบริหารงานเอง มีการจัดตั้งเป็นนิติบุคคล และจากการสัมภาษณ์พบว่า มีระยะเวลาในการคืนทุนของโครงการคือ 5-8 ปี

6. บทสรุป

สรุปผลทางด้านกายภาพ พบว่าโครงการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการออกแบบห้องพักที่กว้างขวาง สะอาด มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย มาเป็นอันดับแรก การออกแบบตกแต่งภายในและภายนอก ก็มีความสำคัญ เพราะเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นโฮสเทลในระดับหรูหร ผลทางด้านการตลาดที่สำคัญที่สุดในธุรกิจโฮสเทลคือการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค พร้อมทั้งคุ้มค่ากับราคาขาย มีการบริการที่เข้าใจในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเมื่อตอบใจถึงความต้องการของลูกค้าในทุกรูปแบบแล้วจะนำไปสู่การเป็นลูกค้าประจำ การบอกต่อ และสิ่งสำคัญที่สุดคือ การเขียนรีวิวใน OTA เพราะเป็นช่องทางการขายที่ผู้บริโภคนิยมใช้มากที่สุด

โดยสรุปแล้วเหตุผลที่ควรลงทุนในธุรกิจโฮสเทลระดับหรูเป็นเพราะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงจุด สามารถรองรับลูกค้าได้หลายกลุ่ม หลายเชื้อชาติ และหลายวัตถุประสงค์ในการเข้าพัก เป็นการขยายฐานลูกค้า และยกระดับกลุ่มลูกค้าให้มีคุณภาพมากขึ้น การริเริ่มทำธุรกิจนั้นจะต้องมีกระบวนการคิดมีกระบวนการทำการวางแผนทางการออกแบบตกแต่ง ที่มากกว่าโฮสเทลแบบธรรมดา เช่น การคิดถึงเรื่องตราสินค้า เรื่องระบบการบริหารจัดการและที่สำคัญที่สุดในเรื่องของผลตอบแทนโครงการที่โฮสเทลระดับหรูหรานั้น แม้จะลงทุนมากกว่าแต่ได้ผลตอบแทนที่ดีกว่าเพราะสามารถขายได้ในราคาที่แพงกว่าสอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีกำลังในการจ่ายที่สูงขึ้นในปัจจุบัน

รายการอ้างอิง

- กฤษฎา นัฐมะ. (2558). *การศึกษารูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มในการพัฒนาโครงการที่พักประเภทโฮสเทลในกรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, สาขาวิชาสถาปัตยกรรม.
- ไทยสมายล์บล็อก. (2559). *Poshtel ที่พักแนวใหม่ไฮโซในราคาเบาๆ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กันยายน 2560, จาก www.thaismileair.com.
- วิวัฒน์ รุ่งเรืองผล. (25 เมษายน 2560). *7Ps ที่ จะช่วยให้ธุรกิจบริการมีประสิทธิภาพมากขึ้น*. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2560, จาก www.thbusinessinfo.blogspot.com.
- วรพันธ์ คล้ามไพบูลย์ และ จิตติพันธ์ ศรีภักดิ์. (2558). *The Hostel Bible* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ชูเปอร์กรีน สตูดิโอ.

รุ่งชัยภรณ์สุกสี. (2555). *เรื่องแนวทางการพัฒนาตึกแถวเพื่อใช้เป็นโรงแรมขนาดเล็กในย่านศูนย์กลางธุรกิจ*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, สาขาวิชาวิศวกรรมกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์.

อรุณี ลอมเศรษฐี. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, คณะบริหารธุรกิจ, วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ.

Kotler, P. (2006). *Marketing for hospitality and tourism*. (6th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.

Raktham, T. (2560). *Poshtel โรงแรมแนวใหม่ที่จะมาฆ่า Hostel แบบดั้งเดิม*. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2560, จาก www.smartfinder.asia.

SCB SME. (28 กันยายน 2560). *Poshtel เทรนด์ที่พักสุดฮิปที่มาเหนือกว่าโฮสเทล*. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 เมษายน 2561, จาก <http://www.businesslinx.globallinker.com>.

การศึกษาเกณฑ์ในการวัดผลงานบริการทำความสะอาด
ในโรงพยาบาลเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
The Study of Cleaning Service Performance Assessment in Bangkok
Private Hospitals

กรกนก หาญวงษ์¹ และ ผศ.ดร. ชัยวัฒน์ ธีรรัตนพงษ์²

Kornkanok Harnwong¹ and Asst. Prof. Chaiwat Riratanaphong, Ph.D.²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: k.harnwong@gmail.com¹, chaiwatt07@hotmail.com²

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันพบว่าธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องตามทิศทางการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นและการเติบโตของกลุ่มผู้ป่วยชาวต่างชาติที่เข้ามาทั้งรูปแบบของการรักษาและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กระแสความนิยมในการดูแลสุขภาพรวมถึงจำนวนประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้การแข่งขันของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนมีแนวโน้มรุนแรงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครที่มีจำนวนโรงพยาบาลเอกชนมากถึง 104 แห่ง จากโรงพยาบาลเอกชนทั้งหมด 343 แห่งในประเทศไทย สะท้อนให้เห็นถึงการแข่งขันของโรงพยาบาลเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครที่มีการแข่งขันสูงมาก การบริหารจัดการด้านงานรักษาความสะอาดจึงมีบทบาทสำคัญต่อการบริหารจัดการโรงพยาบาลเอกชนและยังส่งผลต่อศักยภาพในการแข่งขันของโรงพยาบาลเอกชน ซึ่งเป็นงานบริการอาคารชั้นพื้นฐานที่สำคัญ และเป็นสิ่งแรกๆ ที่ผู้ใช้งานสามารถสัมผัสได้ สะท้อนถึงภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลเอกชนนั้นๆ งานวิจัยนี้ศึกษางานบริการอาคารในโรงพยาบาลเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยมุ่งเน้นศึกษาในด้านการรักษาความสะอาด วิธีการศึกษาประกอบด้วย การสังเกตและรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานบริการอาคารด้านงานรักษาความสะอาดจากโรงพยาบาลเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครที่เป็นกรณีศึกษา 4 แห่งด้วยกัน ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าเกณฑ์ในการวัดผลการทำความสะอาดมีผลสำคัญต่อการบริหารจัดการอาคาร

คำสำคัญ: โรงพยาบาลเอกชน คุณภาพงานบริการอาคาร กรุงเทพมหานคร

Abstract

At present, the private hospital business is likely to continue to expand in line with the improving economic growth and the increasing numbers of foreign patients who come in both treatment and medical tourism. Health tourism Trends in healthcare and the growing elderly population result in the competitiveness of the private hospital business. Especially in

Bangkok, there are 104 private hospitals from 343 private hospitals in Thailand that reflects the competitiveness of private hospitals in Bangkok metropolitan area. Cleaning management plays an important role in the management of private hospitals and affect the competitiveness of private hospitals, which is an important service perceived by customers and impact on hospitals' image. This research studies service quality in private hospitals in Bangkok with a focus on cleaning service. Research methods include observation and data collection by interviewing those involved in cleaning services from 4 private hospitals in Bangkok. The findings show that cleaning performance assessment plays an important role in facility management.

Keywords: Private Hospital, Service Quality, Bangkok

1. บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องตามทิศทางการขยายตัวของเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นและการเติบโตของกลุ่มผู้ป่วยชาวต่างชาติที่เข้ามารักษาและท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กระแสความนิยมในการดูแลสุขภาพ รวมถึงประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้การแข่งขันของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนมีแนวโน้มรุนแรงเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครที่มีจำนวนโรงพยาบาลเอกชนมากถึง 104 แห่ง จากโรงพยาบาลเอกชนทั้งหมด 343 แห่งในประเทศไทย สะท้อนให้เห็นถึงการแข่งขันของโรงพยาบาลเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครที่มีการแข่งขันสูงมาก นอกจากนี้ งานบริการอาคารด้านงานรักษาความสะอาดยังเป็นสิ่งแรกที่ผู้ใช้งานสามารถสัมผัสได้และสะท้อนถึงภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลเอกชนนั้น ๆ ทั้งยังส่งผลต่อศักยภาพในการแข่งขันของโรงพยาบาลเอกชน ซึ่งในโรงพยาบาลเอกชนส่วนใหญ่จะมีการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ (Facility Management) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการช่วยพัฒนาองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษางานบริการด้านงานรักษาความสะอาดสำหรับโรงพยาบาลเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

1.2.2 เพื่อศึกษาการตรวจสอบคุณภาพงานบริการด้านงานรักษาความสะอาดสำหรับโรงพยาบาลเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่ : คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากกรณีศึกษาโรงพยาบาลเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครทั้งหมด 4 กรณีศึกษา โดยมี การเลือกจากโรงพยาบาลเอกชนดังต่อไปนี้

- 1) เป็นโรงพยาบาลระดับตติยภูมิ
- 2) เป็นโรงพยาบาลที่มีเตียงจดทะเบียน 100 – 500 เตียง
- 3) ผ่านการรับรองคุณภาพจาก HA และ JCI
- 4) เป็นโรงพยาบาลที่มีขนาดพื้นที่ตั้งแต่ 30,000 ตารางเมตรขึ้นไป

1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

- 1) ปัจจัยด้านองค์กร
- วัดดูประสงค์องค์กร

- โครงสร้างองค์กร
 - วัฒนธรรมองค์กร
- 2) งบประมาณ
 - 3) กระบวนการในการทำงานด้านงาน
รักษาความสะอาด
 - จำนวนผู้ปฏิบัติงาน
 - การแบ่งพื้นที่การทำงาน
 - แผนการปฏิบัติงาน
 - 4) องค์กรประกอบกายภาพ
 - ลักษณะอาคาร
 - ลักษณะการใช้งานอาคาร
 - 5) คุณภาพงานรักษาความสะอาด

1.5 วิธีการวิจัย

1) การสืบค้นเอกสาร จากเว็บไซต์ของโรงพยาบาลที่เป็นกรณีศึกษาเพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานทางกายภาพของโรงพยาบาลที่เป็นกรณีศึกษา

2) การสำรวจและสังเกต จากข้อมูลเอกสารของโรงพยาบาลที่เป็นกรณีศึกษาเพื่อศึกษาลักษณะทางกายภาพของงานบริการอาคาร โดยมุ่งเน้นที่งานรักษาความสะอาด

3) การสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานบริการอาคาร โดยสัมภาษณ์จากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานบริการอาคาร ได้แก่ ผู้ควบคุมงาน เพื่อวัตถุประสงค์ตรวจสอบในงานบริการอาคารในส่วนของงานรักษาความสะอาด

2.วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 มาตรฐานโรงพยาบาล

2.1.1 การรับรองมาตรฐานโรงพยาบาล

(Healthcare Accreditation; HA)

สถาบันรับรองคุณภาพสถานพยาบาล (2555) ได้ให้ความหมายว่า คือ การรับรองจาก

ภายนอกเพื่อกระตุ้นให้สถานพยาบาลพัฒนาคุณภาพและความปลอดภัยในการดูแลผู้ป่วย โดยอาศัยมาตรฐานที่อิงหลักการสากลเป็นกรอบในการพัฒนา

2.1.2 การรับรองมาตรฐานโรงพยาบาลระดับสากล (Joint Commission International; JCI)

Joint Commission International (JCI) คือ สถาบันรับรองมาตรฐานโรงพยาบาลระดับสากล ตั้งขึ้นในปี ค.ศ.1998 มีพันธกิจ คือ การพัฒนาคุณภาพและความปลอดภัย การดูแลสุขภาพชุมชนนานาชาติ เป็นสถาบันการรับรองมาตรฐานสถานพยาบาลที่ใหญ่ที่สุดในประเทศสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้ JCI ยังเป็นหน่วยงานที่ไม่ใช่ภาครัฐและไม่หวังผลกำไรโดยมีภารกิจด้านการเข้าถึง ตรวจสอบโรงพยาบาล และโปรแกรมการดูแลด้านสุขภาพ การตรวจรับรองเกิดจากสถานพยาบาลสมัครใจเข้ารับการประเมินการนำมาตรฐานมาปฏิบัติ (จารุวรรณ, 2556)

2.2 การบริหารทรัพยากรอาคาร

หลักการสำคัญ คือ การกำกับและดูแลอาคารสถานที่ให้สอดคล้องและสมดุลย์ตามพันธกิจขององค์กรนั้น โดยมีวัตถุประสงค์ระยะสั้นเพื่อลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มมูลค่าในการใช้อาคารสถานที่ และมีวัตถุประสงค์ระยะยาว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ สมรรถภาพ และคุณภาพของอาคารสถานที่ที่ตอบสนองการดำเนินงานขององค์กรตามจุดมุ่งหมายเชิงกลยุทธ์ (บัณฑิต จุลาลัย, 2547)

การดำเนินงานจะเริ่มจากการมีความเข้าใจต่อโครงสร้าง นโยบาย และพันธกิจขององค์กร โดยนำมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดนโยบาย แนวคิด และแผนกลยุทธ์ในการบริหารจัดการดำเนินการ

ให้อาคารสถานที่สนองต่อความต้องการขององค์กร สร้างสัมฤทธิ์ผลในด้านการบริหารงาน และตอบสนองต่อความต้องการผู้ใช้อาคาร

3. ผลการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการสำรวจการบริหารจัดการคุณภาพงานบริการด้านงานรักษาความสะอาดสำหรับโรงพยาบาลเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร 4 แห่ง ได้แก่ 1.โรงพยาบาลวิภาวดี 2.โรงพยาบาลสินแพทย์ 3.โรงพยาบาลพญาไท 2 4.โรงพยาบาลเจ้าพระยา

ข้อมูลเบื้องต้นของโรงพยาบาลเอกชน

(1) โรงพยาบาลวิภาวดี

ตั้งอยู่บริเวณเขตหลักสี่, มีอาคาร 4 อาคาร ประกอบด้วย อาคาร 1 (9 ชั้น), อาคาร 2 (18 ชั้น), อาคาร 3 (24 ชั้น), อาคาร 4 (9 ชั้น), จำนวนเตียงทั้งหมด 350 เตียง, พื้นที่จอดรถ 350 คัน, เริ่มใช้งานอาคาร พ.ศ. 2529, อายุอาคาร 31 ปี

(2) โรงพยาบาลสินแพทย์

ตั้งอยู่บริเวณเขตรวมอินทรา, มีอาคาร 3 อาคาร ประกอบด้วย อาคาร 1 (17 ชั้น), อาคาร 2 (7 ชั้น), อาคาร 3 (7 ชั้น), จำนวนเตียงทั้งหมด 346 เตียง, พื้นที่จอดรถ 400 คัน, เริ่มใช้งานอาคาร พ.ศ. 2534, อายุอาคาร 26 ปี

(3) โรงพยาบาลพญาไท 2

ตั้งอยู่บริเวณเขตพญาไท, มีอาคาร 4 อาคาร ประกอบด้วย อาคาร A 16 ชั้น, อาคาร B (23 ชั้น), อาคาร Parking A (5 ชั้น), อาคาร Parking B (6 ชั้น), จำนวนเตียงทั้งหมด 250 เตียง, พื้นที่จอดรถ 850 คัน, เริ่มใช้งานอาคาร พ.ศ. 2530, อายุอาคาร 30 ปี

(4) โรงพยาบาลเจ้าพระยา

ตั้งอยู่บริเวณเขตบางกอกน้อย, มีอาคาร 1

อาคาร เป็น 2 ตึกเชื่อมกัน ประกอบด้วย ตึกแรก (9 ชั้น), ตึกที่สอง (4 ชั้น), จำนวนเตียงทั้งหมด 200 เตียง, พื้นที่จอดรถ 400 คัน, เริ่มใช้งานอาคาร พ.ศ. 2534, อายุอาคาร 26 ปี

ข้อมูลทางด้านกายภาพพบว่าลักษณะทางด้านกายภาพของโรงพยาบาลเอกชนที่ทำการศึกษามีลักษณะเป็นอาคารเดี่ยวจนถึง 4 อาคาร มีจำนวนเตียงน้อยที่สุด 200 เตียงและมากที่สุด 350 เตียง มีพื้นที่สำหรับการจอดรถน้อยที่สุด 350 คันและมากที่สุด 850 คัน โดยมีอายุอาคารน้อยที่สุดที่ 26 ปีและมากที่สุด 31 ปี

ลักษณะการใช้งานอาคารพบว่าในโรงพยาบาลเอกชนที่ทำการศึกษามีจำนวนแพทย์น้อยที่สุด 50 คนและมากที่สุด 200 คน จำนวนพนักงานน้อยที่สุด 700 คน และมากที่สุด 1,500 คน จำนวนผู้ป่วยนอกน้อยที่สุด 800 คน และมากที่สุด 2,500 คน จำนวนผู้ป่วยในน้อยที่สุด 100 คน และมากที่สุด 200 คน

การบริหารจัดการด้านงานรักษาความสะอาดพบว่าโรงพยาบาลเอกชนแต่ละแห่งมีการคัดเลือกหน่วยงานที่บริหารจัดการด้านงานรักษาความสะอาดแตกต่างกัน มีทั้งเลือกให้ผู้บริหารเพียงรายเดียวและหลายราย ซึ่งขึ้นอยู่กับนโยบายของทางโรงพยาบาลว่าต้องการการบริหารจัดการด้านงานรักษาความสะอาดในลักษณะใด

การแบ่งพื้นที่ในการดำเนินงานด้านงานรักษาความสะอาด พบว่า โรงพยาบาลเอกชนที่ทำการศึกษามีการแบ่งพื้นที่ในการดำเนินงานตามพื้นที่ เช่น แบ่งตามพื้นที่อาคาร (อาคาร 1, อาคาร 2) แบ่งตามพื้นที่ใช้งาน (แผนกผู้ป่วยในและแผนกผู้ป่วยนอก) ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะมีหัวหน้าควบคุมเพื่อตรวจสอบการทำงานในแต่ละส่วน การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและการกำจัดของเสียต่างๆ พบว่า โรงพยาบาลเอกชนที่ทำการ

ศึกษาส่วนใหญ่มีการคัดแยกขยะเป็น 4 ประเภทด้วยกัน ได้แก่ 1.ขยะทั่วไป 2.ขยะติดเชื้อ 3.ขยะรีไซเคิล 4.ขยะอันตราย และมีโรงพยาบาลแห่งหนึ่งได้เพิ่มประเภทการแยกขยะมาอีก 2 ประเภท ได้แก่ ขยะพิษและขยะเคมีบำบัด

งบประมาณและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานด้านงานรักษาความสะอาดพบว่าในโรงพยาบาลเอกชนที่ทำการศึกษาค่าใช้จ่ายงบประมาณในการดำเนินงานด้านงานรักษาความสะอาดน้อยที่สุด 9.9 ล้านบาทต่อปี และมากที่สุด 12.9 ล้านบาทต่อปี

แนวทางในการจัดการด้านคุณภาพด้านงานรักษาความสะอาดพบว่าจากโรงพยาบาลเอกชนที่ทำการศึกษาค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านจำนวนพนักงานมาปฏิบัติครบตามสัญญา ด้านคุณภาพงานในส่วนของห้องพัก ห้องน้ำในห้องพัก ห้องน้ำในพื้นที่ส่วนกลาง ด้านอัตราความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อความสะอาดของโรงพยาบาล และในด้านจำนวนข้อร้องเรียนของลูกค้าด้านความไม่สะอาด ซึ่งตัวชี้วัดแต่ละตัวส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กรอย่างมาก

จากการศึกษาโรงพยาบาลเอกชนทั้ง 4 แห่งพบว่า ปัจจัยต่างๆ มีผลต่อการบริหารจัดการด้านงานรักษาความสะอาด ได้แก่

- 1) ปัจจัยด้านองค์กร (วัตถุประสงค์ขององค์กร โครงสร้างองค์กร วัฒนธรรมองค์กร)
- 2) งบประมาณในการบริหารจัดการด้านงานรักษาความสะอาด
- 3) กระบวนการในการทำงานด้านงานรักษาความสะอาด ซึ่งประกอบด้วย จำนวนผู้ปฏิบัติงาน การแบ่งพื้นที่ในการทำงานในส่วนต่างๆ และแผนการปฏิบัติงาน
- 4) องค์กรประกอบทางด้านกายภาพ ได้แก่ ลักษณะของอาคารและลักษณะการใช้งาน

อาคาร ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการกำหนดเกณฑ์ในการประเมินผลด้านงานรักษาความสะอาดในแต่ละส่วนอีกด้วย

4. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การกำหนดตัวชี้วัดในการประเมินผลด้านงานรักษาความสะอาดควรให้ความสำคัญดังต่อไปนี้

1) ด้านจำนวนพนักงานมาปฏิบัติงานครบตามสัญญาเป็นสิ่งที่ทางโรงพยาบาลให้ความสำคัญอันดับต้นๆ เนื่องจากจำนวนผู้ปฏิบัติงานจะส่งผลกระทบต่อการทำงานในพื้นที่แต่ละส่วน หากมีจำนวนผู้ปฏิบัติงานไม่ครบตามกำหนด จะทำให้การทำงานเกิดความล่าช้าและประสิทธิภาพงานไม่สมบูรณ์ได้

2) ด้านคุณภาพงานในส่วนของห้องพัก ห้องน้ำในห้องพัก และห้องน้ำในพื้นที่ส่วนกลาง เป็นพื้นที่ส่วนกลางที่ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการสามารถสัมผัสได้โดยตรง หากพื้นที่ดังกล่าวไม่ได้รับการดูแลหรือไม่มีประสิทธิภาพจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กรได้

3) ด้านอัตราความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อความสะอาดของโรงพยาบาล ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นสิ่งที่สำคัญ เนื่องจากโรงพยาบาลเป็นสถานที่ที่ให้บริการด้านสุขภาพ ความสะอาดจึงเป็นสิ่งแรกๆ ที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ หากผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจก็จะมี การบอกต่อ แต่หากไม่พึงพอใจจะส่งผลเสียต่อองค์กรได้

4) ด้านจำนวนข้อร้องเรียนของลูกค้าด้านความไม่สะอาด ด้านจำนวนข้อร้องเรียนของลูกค้าด้านความไม่สะอาดเกิดจากความไม่พึงพอใจของผู้มาใช้บริการ หากมีจำนวนข้อร้องเรียนที่เกินกำหนดจะส่งผลเสียต่อองค์กรได้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้สนใจในการนำไปประยุกต์ใช้

1) ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหารงานด้านงานรักษาความสะอาดในโรงพยาบาลเอกชนสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการประกอบการตัดสินใจในการคัดเลือกผู้ให้บริการด้านงานรักษาความสะอาดได้ แต่มีข้อควรระวังคือ เนื่องจากการศึกษานี้ได้ทำการศึกษาจากโรงพยาบาลเอกชนเพียง 4 แห่งเท่านั้น ซึ่งแต่ละแห่งมีวัฒนธรรมขององค์กรที่แตกต่างกัน และมีลักษณะทางด้านกายภาพที่แตกต่างกัน ผู้นำไปใช้ควรพิจารณาในด้านความคล้ายคลึงในส่วนดังกล่าวก่อนนำไปประยุกต์ใช้ในองค์กรนั้น ๆ

2) ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ให้บริการด้านงานรักษาความสะอาดในโรงพยาบาลเอกชนสำหรับผู้ที่ต้องการให้บริการด้านงานรักษาความสะอาดในโรงพยาบาล สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาไปประกอบการวางแผนปฏิบัติงานการแบ่งพื้นที่ในการทำงานในแต่ละส่วนได้ แต่มีข้อควรระวังคือ ควรศึกษาถึงวัฒนธรรมในแต่ละองค์กรด้วยว่าองค์กรนั้น ๆ มีวัฒนธรรมอย่างไร เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการขององค์กรนั้น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

รายการอ้างอิง

จารุวรรณ ธาดาเดช.(2556). การรับรองมาตรฐานสากลโรงพยาบาลในประเทศไทย: สถานการณ์และแนวโน้ม. *วารสารสาธารณสุขศาสตร์*, 43(3), 313-321.

ชนิดา ทองมณีโท. (2547). *การบริหารจัดการในโรงพยาบาลเฉพาะทางที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ให้บริการ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ชัยวัช ไชวเจริญสุข. (2556). *ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน*. กรุงเทพมหานคร: ธนาคารแลนด์-แอนด์เฮาส์.

เทวีญู ท่วงษ์ศรี. (2559). *ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน (รายงานสถานการณ์และแนวโน้มธุรกิจ)*. กรุงเทพมหานคร: ธนาคารอสมสิน. บัณฑิต จุลาสัย และเสรีชัย ไชติพานิช. (2547). *การบริหารทรัพยากรกายภาพ (พิมพ์ครั้งที่1)*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปิยะนุช สถาพงศ์ภักดี. (2559). *ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน, แนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรม*. กรุงเทพมหานคร: ธนาคารกรุงศรีอยุธยา.

วิธดา ตั้งวงศ์เกษม. (2551). *แนวทางการจัดการคุณภาพงานบริการอาคารสำหรับโรงพยาบาลเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริพร พรศิริเวช. (2555). *สถาบันรับรองคุณภาพสถานพยาบาล*. นนทบุรี: สหพัฒน์ไพศาล.

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจผู้ใช้งานอาคาร:
กรณีศึกษา โค-เวิร์คกิงสเปซ ในเขตกรุงเทพมหานคร
Factors Impacting Building User Satisfaction:
Case Studies of Co-Working Spaces in Bangkok

ธัญญรัตน์ ทองถม¹ และ ผศ.ดร. ชัยวัฒน์ ธีรตันพงษ์²

Thanyarat Thongtom¹ and Asst. Prof. Chaiwat Riratanaphong, Ph.D.²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: thanyarat.arch13@gmail.com¹, chaiwat@tu.ac.th²

บทคัดย่อ

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีส่งผลต่อวิธีการทำงานในปัจจุบัน โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการ (startup) รวมถึงกลุ่มคนทำงานอิสระ (freelancer) ที่ใช้เทคโนโลยีเป็นส่วนสำคัญในการทำงาน เกิดรูปแบบใหม่ของพื้นที่ทำงาน ที่เรียกว่า “โค-เวิร์คกิงสเปซ” (Co-working space) การวิจัยนี้มุ่งศึกษาเปรียบเทียบลักษณะสภาพแวดล้อมกายภาพและงานบริการสนับสนุน รวมทั้งประเมินผลความพึงพอใจของผู้ใช้งานอาคาร ผู้วิจัยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ โดยการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลงานที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ข้อมูลจากผลที่ได้ประกอบกับหลักการทฤษฎีในเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า โค-เวิร์คกิงสเปซ ที่มีองค์ประกอบเหมาะสม ทั้งด้านสภาพแวดล้อมกายภาพและงานบริการสนับสนุนที่เหมาะสมช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงานและความพึงพอใจของผู้ใช้งานอาคาร

คำสำคัญ: โค-เวิร์คกิงสเปซ สภาพแวดล้อมกายภาพ งานบริการสนับสนุน

Abstract

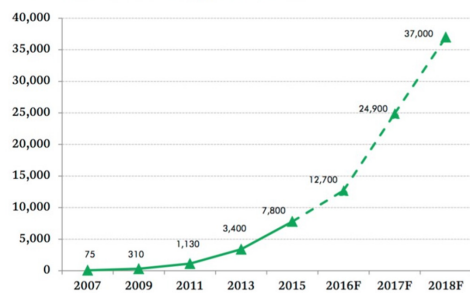
Technological changes have impacting on working present, especially startup and including freelancer who use the technology as important part of work. Having a new platform of workplace called “Co-working space.” This research aims to compare the physical environment and supporting services including satisfy evaluates of the user’s building. Researchers analyze two sources of data: primary data source using questionnaires for collecting data from a sample group, and secondary from related works; studied from the other related works. The result of research found that co-working space is to be suitable with both the physical environment and supporting services. The findings show that co-working space provided for proper physical environment and support services help promoting work efficiency and user satisfaction.

Keywords: co-working space, physical environment, supporting services

1. บทนำ

การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีในปัจจุบันส่งผลให้รูปแบบและวิธีการทำงานที่แตกต่างไปจากเดิมเกิดเป็นวัฒนธรรมการทำงานแบบใหม่ที่สามารถทำงานจากที่ใดก็ได้ โดยการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีช่วยในการทำงาน ทำให้สามารถติดต่อสื่อสารและทำงานร่วมกันได้อย่างไร้ขีดจำกัด โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการ (startup) รวมถึงกลุ่มคนทำงานอิสระ (freelancer) ที่ใช้เทคโนโลยีเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญในการทำงาน ธุรกิจให้บริการเช่าพื้นที่ทำงานร่วมกันหรือที่เรียกว่า โค-เวิร์คกิ้งสเปซ (co-working space) นั้นเกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการใช้งานพื้นที่ ในการค้นหาไอเดียใหม่ๆ ความคิดสร้างสรรค์ แรงบรรดาลใจ และสร้างประสบการณ์การทำงานผ่านองค์ประกอบทางสภาพแวดล้อมของพื้นที่ทำงานที่ใช้พื้นที่ร่วมกันกับผู้อื่น

Chart 1: Number of Co-working Spaces Worldwide



รูปที่ 1 แสดงจำนวน โค-เวิร์คกิ้งสเปซ จากทั่วโลก (CBRE Research, 2016)

โค-เวิร์คกิ้งสเปซ ในปัจจุบันมีให้เห็นมากขึ้นเรื่อยๆ และมีคู่แข่งที่เพิ่มสูงขึ้น เห็นได้จากงานวิจัยของคุณยิววิจัยซีปีอาร์ที่ระบุว่าปัจจุบัน โค-เวิร์คกิ้งสเปซ มีมากกว่า 37,000 แห่งจากทั่วโลก (รูปที่ 1) และจากงานวิจัยของบริษัท Jones Lang Lasalle (Nikkei, 2017) เปิดเผยว่าในอนาคตปี

2020 กลุ่มคนทำงานใน โค-เวิร์คกิ้งสเปซ จะเพิ่มขึ้นกว่า 3.8 ล้านคนในทั่วโลก และมีความเป็นไปได้ที่วัฒนธรรมรูปแบบการทำงานจะเปลี่ยนไป รวมถึงประเทศไทยในช่วง 3-5 ปีที่ผ่านมา ชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มของการเจริญเติบโตและแพร่ขยายของ โค-เวิร์คกิ้งสเปซ อย่างต่อเนื่องในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะทำเลใกล้กับสถานีรถไฟฟ้ามหานคร (BTS) ที่สามารถเดินทางได้สะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา และมีผู้ใช้บริการมากกว่า 900,000 คนต่อวัน (ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ, 2560) จึงปฏิเสธไม่ได้ว่าพัฒนาการของเทคโนโลยีนี้นั้นมีส่วนสำคัญในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานในหลายอาชีพ เช่น นักออกแบบ พนักงาน วิศวกร เป็นต้น บุคคลอาชีพเหล่านี้เริ่มก้าวเข้าสู่เส้นทางอาชีพอิสระกันมากขึ้น ต่างมองหาสถานที่เหมาะสมในการทำงาน นอกเหนือไปจากสำนักงานและบ้าน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมกายภาพของพื้นที่ทำงาน งานบริการสนับสนุน และความพึงพอใจของผู้ใช้งาน เพื่อวิเคราะห์สรุปผลร่วมกับแนวคิดและทฤษฎี สรุปเป็นแนวทางในการออกแบบ และการจัดการงานบริการสนับสนุน

2. วัตถุประสงค์

1. ศึกษาเปรียบเทียบสภาพแวดล้อมกายภาพของโค-เวิร์คกิ้งสเปซ จากกรณีศึกษาทั้ง 10 แห่ง
2. ศึกษาเปรียบเทียบงานบริการสนับสนุนของโค-เวิร์คกิ้งสเปซ จากกรณีศึกษาทั้ง 10 แห่ง
3. ประเมินผลความพึงพอใจของผู้ใช้งานอาคารโค-เวิร์คกิ้งสเปซ

4. ระบุปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจ
ผู้ใช้งานอาคาร โค-เวิร์คกิ้งสเปซ

3. ขอบเขตและวิธีการวิจัย

3.1 ขอบเขตพื้นที่ศึกษา

ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตพื้นที่ศึกษาคือ
พื้นที่ทำงานร่วมกันภายในโค-เวิร์คกิ้งสเปซที่
มีทำเลอยู่ใกล้กับสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขต
กรุงเทพมหานคร

3.2 วิธีการวิจัย

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้
ดังนี้

1) จากการสำรวจ (field survey) ใช้การ
วิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ จากกรณีศึกษาทั้ง 10
แห่ง ที่ทำเลอยู่ใกล้กับสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส
(BTS) ได้แก่ INN Office (A), The Cent (B),
Silver Lake (C), Joint Café (D), SYN HUB (E),
Growth Café (F), Space@Siam (G), KliqueX
Samyan (H), Draft Board (I), และ Wolf (J)

2) จากแบบสอบถามความพึงพอใจ
(satisfaction questionnaire) มาตรวัดเจตคติ
แบบลิเคอร์ท (Likert, 1967) การเก็บข้อมูลจาก
กลุ่มตัวอย่าง โดยการกำหนดจำนวนโควตา
(quota sampling) จำนวน 20 คน ต่อ โค-เวิร์ค
กิ้งสเปซ โดยการศึกษาวิเคราะห์และประเมินผล
เพื่อหาค่าเฉลี่ย จากเกณฑ์การแปลความหมาย
(ตารางที่ 1) ที่มีค่าคะแนน 4 กับ 5 คือ พึงพอใจ
และพึงพอใจมาก นำเสนอผลของความพึงพอใจ
ที่มีต่อปัจจัยด้านต่างๆ ในรูปแบบของร้อยละ
(percentage)

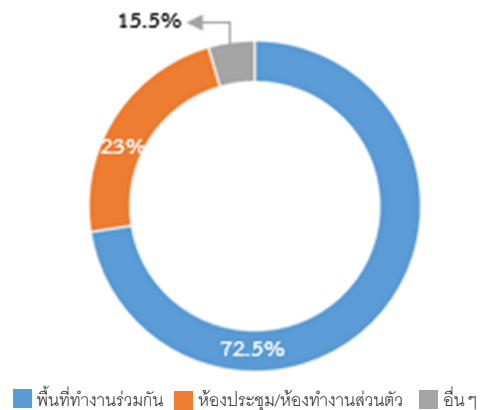
ตารางที่ 1 เกณฑ์การแปลความหมายค่าคะแนนของ
ความพึงพอใจ

การให้คะแนน	เกณฑ์การแปลความหมาย
1	ไม่พึงพอใจมาก
2	ไม่พึงพอใจ
3	ไม่รู้สึกทั้งพึงพอใจ และไม่พึงพอใจ
4	พึงพอใจ
5	พึงพอใจมาก

4. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

4.1 ผลการวิจัยจากการสำรวจข้อมูล

จากการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้
พื้นที่ทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเลือก
ใช้พื้นที่ทำงานร่วมกันมากถึง ร้อยละ 72.5
รองลงมาคือ ห้องประชุมหรือห้องทำงานส่วนตัว
ร้อยละ 23 และอื่นๆ ได้แก่ เวิร์คช็อป (workshop)
พื้นที่จัดงานนิทรรศการ (event) ร้อยละ 15.5
ตามลำดับ (รูปที่ 2)



รูปที่ 2 แสดงจำนวนกลุ่มผู้ใช้งาน โค-เวิร์คกิ้งสเปซ

1) สภาพแวดล้อมกายภาพของพื้นที่ทำงาน
ด้านการเลือกใช้แสงสว่างหลักที่ได้จากธรรมชาติ
และการเลือกใช้แสงสว่างที่ให้ค่าแสงวอร์มไวท์
(warm white) และคูลไวท์ (cool white) ซึ่งแสง
2 ประเภทนี้ ให้ค่าแสงสว่างที่พอเหมาะต่อการ
ทำงาน ด้านเสียงรบกวนของพื้นที่ทำงานร่วมกัน

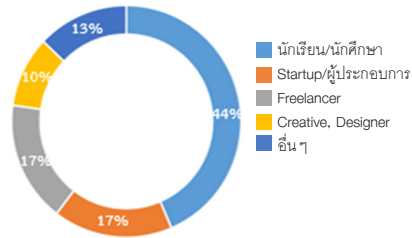
คือ เสี่ยงจากการสนทนาที่มีความดังของเสียง 60 เดซิเบล (Brendon, 2010) จึงไม่ถือเป็นเสียงรบกวนขณะทำงาน ด้านอุณหภูมิที่สำรวจได้ของพื้นที่ทำงานร่วมกัน นั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 23-25°C ด้านการปรับใช้งานพื้นที่ ที่ก่อให้เกิดความสมดุลระหว่างผู้ใช้งานกับพื้นที่ พบว่า มี 2 สถานะที่สำคัญ คือ Stimulate เป็นภาวะที่กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ เช่น มีมุมหนังสือ มีพื้นที่นั่งคุยกัน มีมุมที่สามารถมองเห็นวิวภายนอก และ Collaboration คือ ภาวะการทำงานแบบเป็นทีมเพื่อสร้างสรรค์งานให้สำเร็จบรรลุเป้าหมายงานร่วมกัน เช่น การปรับพื้นที่ทำงานให้นั่งหันหน้าเข้าหากัน ด้านเทคโนโลยีและอุปกรณ์สนับสนุนในการทำงานที่สำคัญ คือ อินเทอร์เน็ต ไวท์บอร์ด โปรเจคเตอร์ และเครื่องถ่ายเอกสาร นับว่าเป็นอุปกรณ์ที่จำเป็นที่ควรมีไว้เพื่อรองรับการทำงานผู้ใช้งาน

2) งานบริการสนับสนุน (เสริชชี โซติฟานิช, 2547) ด้านงานบริการอาคาร พบว่า งานรักษาความสะอาดมีความจำเป็นที่ต้องทำเป็นประจำทุกวัน เพื่อให้พื้นที่ทำงานร่วมกันนั้นอยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งาน ด้านงานรักษาความปลอดภัยที่ดูแลโดยพนักงาน ของ โค-เวิร์คกิ้งสเปซ และใช้ระบบกล้องวงจรปิด (CCTV) ด้านงานบริการสำนักงาน ที่ช่วยอำนวยความสะดวกต่อกิจกรรมในการสื่อสารและการทำงาน ได้แก่ บริการสอบถามข้อมูล บริการจองห้องทำงาน/ห้องประชุม ผ่านช่องทางต่าง ๆ และบริการฝากของ/อุปกรณ์การทำงาน เป็นต้น

4.2 ผลการวิจัยจากแบบสอบถาม

เมื่อจำแนกตามกลุ่มอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็น นักเรียน/นักศึกษา ถึงร้อยละ 44 รองลงมาคือ ผู้ประกอบการร้อยละ

17 ผู้ที่ทำงานอิสระ ร้อยละ 17 นักออกแบบ ร้อยละ 10 และอื่นๆ ได้แก่ พนักงานบริษัท วิศวกร ร้อยละ 13 (รูปที่ 3)



รูปที่ 3 แสดงอาชีพของผู้ใช้งาน โค-เวิร์คกิ้งสเปซ

ผลการวิจัยจากแบบสอบถามความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามกรณีศึกษาที่ละ 20 คน พิจารณาเปรียบเทียบผลเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อสภาพแวดล้อมกายภาพ และงานบริการสนับสนุน (ตารางที่ 2) พบว่า

ตารางที่ 2 ผลเฉลี่ยค่าคะแนนความพึงพอใจ

สภาพแวดล้อมกายภาพ	ผลเฉลี่ยค่าคะแนนความพึงพอใจ (ร้อยละ)									
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1.) ความเพียงพอของแสงสว่าง	40	95	85	65	90	85	85	95	75	85
2.) ความดังของเสียงรบกวน	40	85	60	80	65	80	85	85	55	90
3.) อุณหภูมิห้อง	45	80	75	70	60	75	80	95	55	85
4.) คุณภาพอากาศ (กลิ่น/ฝุ่น/เสียง)	50	85	90	60	80	85	80	90	70	90
5.) การปรับใช้งานพื้นที่ ในการทำกิจกรรมต่างๆ	30	75	80	60	85	70	75	100	65	95
6.) ความเหมาะสมของเฟอร์นิเจอร์/การใช้งาน	45	75	70	60	80	80	80	100	65	95
7.) ความเหมาะสมการติดตั้งเฟอร์นิเจอร์	35	70	75	65	75	85	75	95	55	95
8.) อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน	30	80	70	55	70	85	80	95	30	80
9.) ความเร็วของ อินเทอร์เน็ต (Internet)	40	80	75	60	85	45	80	90	60	75
10.) ความสวยงามของการออกแบบตกแต่ง	20	65	85	45	80	90	80	80	60	90
งานบริการสนับสนุน	ผลเฉลี่ยค่าคะแนนความพึงพอใจ (ร้อยละ)									
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
11.) การดูแลรักษาความสะอาด	50	65	90	55	90	85	80	95	65	75
12.) ระบบรักษาความปลอดภัย	45	70	80	60	80	90	80	90	60	80

1) สภาพแวดล้อมกายภาพของพื้นที่ทำงานด้านความเพียงพอของแสงสว่าง พบว่า กรณีศึกษา B และ H กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 95 ทั้งนี้เพราะแสงสว่างนั้นเพียงพอและเหมาะสมต่อการทำงาน ด้านความดังของเสียงรบกวน พบว่า กรณีศึกษา J กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจร้อยละ 90 ทั้งนี้ เพราะมีการควบคุมเสียงในแต่ละพื้นที่ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

และไม่รบกวนกันขณะทำงาน ด้านอุณหภูมิห้องพบว่า กรณีศึกษา H กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจร้อยละ 95 เพราะมีการควบคุมอุณหภูมิที่ไม่ร้อนหรือหนาวจนเกินไป นั้นทำให้คนส่วนใหญ่รู้สึกสบาย ด้านคุณภาพอากาศพบว่า กรณีศึกษา C, H และ J กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจร้อยละ 90 เนื่องจากอากาศภายในมีการหมุนเวียนที่ดีและเกี่ยวข้องกับกรดูแลรักษาความสะอาดที่ทำเป็นประจำ จะไม่ก่อให้เกิดการสะสมของฝุ่นละออง ด้านการปรับใช้งานพื้นที่ และความเหมาะสมของเฟอร์นิเจอร์ต่อการใช้งาน กรณีศึกษา H ที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจถึงร้อยละ 100 ทั้งนี้เพราะสามารถมองเห็นบรรยากาศภายนอกได้ มีการจัดมุมนั่งเล่น มุมให้ความรู้ และการจัดพื้นที่ที่เชื่อมต่อภาวะการทำงานเป็นทีม รวมไปถึงการเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ที่เน้นการนั่งสบายและมีน้ำหนักเบาสามารถขยับย้ายเปลี่ยนตำแหน่งได้ง่าย ด้านความเหมาะสมในการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ กรณีศึกษา H และ J กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากถึงร้อยละ 100 อาจเพราะการจัดวางเฟอร์นิเจอร์นั้นทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกถึงระยะห่างระหว่างบุคคล (Personal Space) ขณะทำงานและเหมาะสมต่อจุดประสงค์ในการใช้งาน ทั้งการทำงานคนเดียวและทำงานแบบเป็นทีม ด้านอุปกรณ์ในการทำงานและความเร็วอินเทอร์เน็ต ที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากถึงร้อยละ 95 และร้อยละ 90 ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเพราะอุปกรณ์ทำงานต่าง ๆ และอินเทอร์เน็ตนั้นช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้กระบวนการทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสุดท้ายด้านความสวยงามของการออกแบบตกแต่ง กรณีศึกษา F และ J กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากถึงร้อยละ 90 ด้วยการคำนึงถึงการสร้างสภาพแวดล้อมภายในทั้งด้านความสวยงาม ความทันสมัย ความมี

รสนิยม และกลมกลืนกับบรรยากาศ ที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้งาน

2) งานบริการสนับสนุน ด้านงานดูแลรักษาความสะอาดและงานรักษาความปลอดภัย กรณีศึกษา F และ H กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากถึงร้อยละ 95 และร้อยละ 90 ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเพราะว่ากลุ่มตัวอย่างรู้สึกไว้วางใจและรู้สึกปลอดภัยขณะใช้บริการ

5. สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวม ผู้วิจัยได้สรุป เป็นปัจจัยแนวคิดหลักที่สำคัญ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบพื้นที่ทำงานร่วมกัน และบริหารจัดการ โค-เวิร์กกิงสเปซ ที่มีองค์ประกอบเหมาะสม ทั้งด้านสภาพแวดล้อมกายภาพและงานบริการสนับสนุนที่เหมาะสม ช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงาน และความพึงพอใจของผู้ใช้งานอาคาร ดังนี้

1) ปัจจัยด้านการออกแบบ ความสวยงามเป็นสิ่งแรกที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้งาน จึงมีความสำคัญที่ต้องคำนึงถึงการจัดองค์ประกอบต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์ด้านการใช้งานที่คุ้มค่า ทั้งการวางตำแหน่งเฟอร์นิเจอร์ตามหน้าที่ของการใช้สอย ให้เกิดความเรียบร้อยสวยงามดูเป็นระเบียบ และสะดวกสบายในการหยิบใช้งานแล้วแต่เป็นภาพลักษณ์ที่ดีที่ช่วยส่งเสริมให้ผู้ใช้งานเลือกที่จะเข้ามาใช้บริการ

2) ปัจจัยด้านการจัดการสภาพแวดล้อมเป็นสิ่งต่อมาที่ผู้ใช้งานรับรู้ได้จากแสงสว่างที่เหมาะสม การควบคุมเสียงที่ไม่ก่อให้เกิดความรำคาญ การควบคุมอากาศที่ทำให้คนส่วนใหญ่รู้สึกสบาย การจัดการปัจจัยสภาพแวดล้อมเหล่านี้ ถือเป็นความพร้อมด้านสถานที่ให้บริการพื้นที่ทำงานที่

สำคัญที่สุด เพราะส่งผลโดยตรงต่อผู้ใช้งานทำให้เกิดภาวะที่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่เกิดปัญหาการทำงานที่ล่าช้า ขาดความสดชื่น เกิดความรู้สึกไม่อยากทำงาน หรือปัญหาอื่น ๆ ที่ตามมา

3) ปัจจัยด้านอุปกรณ์ในการทำงานและเทคโนโลยีนั้น มีบทบาทสำคัญต่อการทำงานที่ส่งผลโดยตรงต่อผู้ใช้งานเช่นกัน การมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยและอุปกรณ์ที่พร้อมสามารถช่วยอำนวยความสะดวก สนับสนุน และส่งเสริมต่อกิจกรรมในการทำงาน ให้ผู้ใช้งานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุเป้าหมายได้ง่ายยิ่งขึ้น

4) ปัจจัยด้านงานบริการสนับสนุน ทั้งงานบริการอาคาร ในการดูแลรักษาความสะอาดให้พร้อมใช้งานในทุก ๆ วัน และการดูแลรักษาความปลอดภัย มีส่วนช่วยให้ผู้ใช้บริการรู้สึกไว้วางใจ และปลอดภัย ขณะใช้บริการตลอดจนกลับออกไปและที่สำคัญกลุ่มงานบริการที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการสื่อสารและการทำงาน ได้แก่ การให้ข้อมูลบริการของห้องทำงาน/ห้องประชุม ผ่านช่องทางต่าง ๆ ก็นับเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกถึงความใส่ใจ และบริการของผู้ให้บริการ

รายการอ้างอิง

กฎกระทรวง. (2549). *กำหนดมาตรฐานในการบริหาร และการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานเกี่ยวกับความร้อน แสงสว่าง และเสียง*. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 กันยายน 2560 จาก http://www.klcbright.com/datasheet/thailand_law_safety_hot_sound_luminaire_2549.pdf.

ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ. (2560). *ผู้โดยสารที่ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS ในปี 2561*. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2561 จาก <https://mgronline.com>.

เสรีชัย โชติพานิช. (2547). *การบริหารทรัพยากรกายภาพ หลักการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Ambrose, B. (2010). *Vuvuzela noise level*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2560, จาก <http://www.techhuman.com/tech/misc/vuvuzela-2010-the-best-selling-app-in-the-itunes-store/attachment/vuvuzela-noise-level-in-french/>.

CBRE Research. (2016). *Workplace: Winning the war for talent*. สืบค้นเมื่อวันที่ 4 มกราคม 2561 จาก <https://www.cbre.com/research-and-reports/>.

Likert, R. (1967). The method of constructing and attitude scale. In Reading in Fishbein, M (Ed.). *Attitude theory and measurement*, (pp. 90-95). New York: Wiley & Son.

Nikkei Asian Review. (2017). *WeWork sets sights on Asia*. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2560, จาก <https://asia.nikkei.com>.

Wurkon & Baramizi Lab. (2016). *วิถีการออกแบบพื้นที่ออฟฟิศสมัยใหม่ (Office space design trend) ศูนย์วิจัยเทรนด์และการออกแบบแห่งประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อ 4 มกราคม 2561 จาก https://web.facebook.com/WURKONposts/1514930685477511:0?_rdc=1&_rdr.

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของโครงการก่อสร้าง

A Study of Success Factors for Construction of Housing Project

ภัทรชนน อัครวัฒน์สุนทร¹ ผศ.ดร. กองกoon โตชัยวัฒน์² และ ดร. สิทธิชัย นาคสุขสกุล³

Patchanon Akrawatsoonthorn¹, Asst. Prof. Kongkoon Tochaiwat, Ph.D.²

and Sittichai Naksusakul, Ph.D.³

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: patchanon-ak@hotmail.com¹, kongkoon@gmail.com², s_naksusakul@hotmail.com³

บทคัดย่อ

ปัญหาในการก่อสร้างที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของโครงการก่อสร้าง ได้แก่ ปัญหาด้านคุณภาพวัสดุ ด้านเศรษฐกิจ ด้านความล่าช้า ด้านบุคลากร ด้านการเงิน และด้านเครื่องจักร เป็นต้น โดยมีผลกระทบต่อ คุณภาพงาน ความล่าช้า การขาดสภาพคล่อง การขาดทุน และความพึงพอใจ ดังนั้น การศึกษานี้มุ่งเน้นศึกษาองค์ประกอบและคัดเลือกแบบจำลองในการประเมินโอกาสความสำเร็จของโครงการก่อสร้าง โดยใช้การระบวงการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการใช้เครื่องมือหาจากการทบทวนวรรณกรรม และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ พบว่า การประเมินตามแบบจำลองการประเมินแบบชิป (CIPP) จะเหมาะสมกับการประเมินโอกาสสำเร็จของโครงการก่อสร้าง ซึ่งประกอบด้วย การประเมิน 1) สภาพแวดล้อมโครงการ (Context) ได้แก่ เศรษฐกิจ ชุมชน สภาพภูมิอากาศ และการเมือง 2) ปัจจัยนำเข้าโครงการ (Input) ได้แก่ บุคลากร เครื่องมือ เครื่องจักร วัสดุ และการเงิน 3) กระบวนการดำเนินงาน (Process) ได้แก่ การควบคุมต้นทุน การควบคุมแผนงาน การควบคุมความปลอดภัย และการควบคุมคุณภาพ และ 4) ผลสำเร็จโครงการ (Product) ด้านเวลา ด้านคุณภาพ ด้านต้นทุน และด้านความพึงพอใจ จึงจะสามารถนำการประเมินแบบชิปโมเดลมาประเมินความสำเร็จของโครงการก่อสร้างได้ โดยการพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ข้างต้นและสามารถนำมาช่วยพิจารณาการเลือกผู้รับเหมาก่อนเริ่มโครงการได้

คำสำคัญ: ปัจจัยความสำเร็จ ประเมินความสำเร็จ ชิปโมเดล

Abstract

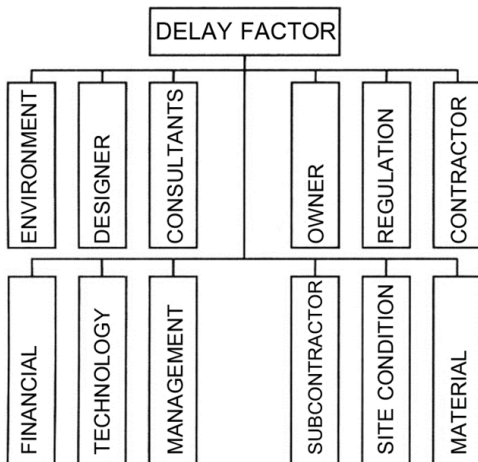
The construction problems that affect to the success of construction project are material quality, economics, lateness, personal, financial, and machine which affect to quality, delay, lack of liquidity, losing and satisfaction. This study aims to study components and to select the model for the evaluation of construction project success by applied the qualitative approach by content analysis method from literature review and expert interview. The results found that CIPP model is suitable for evaluation of construction project success. The CIPP model approach consists of 1) C-Context, which covers economics, community, weather, and politics, 2) I-Input, which

covers personnel, equipment, machines, materials, and finance, 3) P-Process, which covers cost control, process control, safety control and quality control and 4) P-Product, which covers time, quality, cost and satisfaction. CIPP model can be used to assess the success of construction project and can be used to determine the choice of contractors before the project starts.

Keywords: Success Factors, Evaluation of Success Project, CIPP Model

1. ที่มาและความสำคัญ

ความสำเร็จของงานก่อสร้างสามารถวัดได้ในด้านเวลา ต้นทุน และคุณภาพ (Sumesh & Sudhaka, 2015) ซึ่งมีปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของงานก่อสร้าง คือ ปัจจัยด้านความล่าช้าปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการควบคุม ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านเครื่องจักร ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม และปัจจัยด้านวัสดุ เป็นต้น (รูปที่ 1) (วุฒิมงคล อ่อนศรีสมบัติ, 2556)

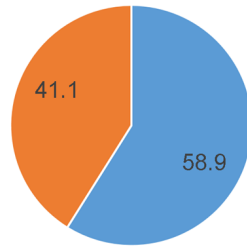


รูปที่ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อโครงการก่อสร้าง (วุฒิมงคล อ่อนศรีสมบัติ, 2556)

นอกจากนี้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโครงการก่อสร้างด้านอื่น ๆ มีดังนี้

1) ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ

จากงานวิจัยของ ภาณุมาศ แก้วตา (2551) พบว่าจากผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจฝืนพวนของประเทศ จึงทำให้ราคาค่าวัสดุ และค่าก่อสร้างมากขึ้น ทำให้อัตราผู้รับเหมาทั้งงานทั้งก่อนปี พ.ศ. 2550 และปี พ.ศ. 2551 มีแนวโน้มสูงขึ้น และหลังจากมีนโยบายของรัฐบาลเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการด้านการก่อสร้างจึงทำให้อัตราการจ้างงานของผู้รับเหมาลดลง (รูปที่ 2) ดังนั้น ปัจจัยด้านเศรษฐกิจจึงมีผลต่อโครงการก่อสร้าง



รูปที่ 2 สัดส่วนการจ้างงานของผู้รับเหมา ก่อน-หลัง ออกนโยบาย (ภาณุมาศ แก้วตา, 2551)

2) ปัจจัยด้านการเลือกใช้วัสดุ

สมนึก (2551) กล่าวว่า การเลือกใช้วัสดุส่งผลต่อคุณภาพของโครงการ ทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ คือ ปัญหาการเสื่อมสภาพของโครงสร้าง ปัญหาคอนกรีตเกิดการแยกตัว (รูปที่ 3) อันเนื่อง

มาจากการเลือกวัสดุโดยมิได้คำนึงถึงคุณสมบัติที่จำเป็น เช่น คุณสมบัติการป้องกันความร้อน และการหดตัว



รูปที่ 3 โครงสร้างเสื่อมสภาพเนื่องจากการแยกตัว (สมนึก ตังเด็มสิริกุล, 2551)

การประเมินโอกาสสำเร็จของโครงการก่อสร้าง (ความเสี่ยง) มีองค์ประกอบที่สำคัญตั้งแต่ การกำหนดปัจจัยที่เกี่ยวข้อง การคัดเลือกวิธีการประเมิน การดำเนินการประเมิน และการแปลผลการประเมิน (Dziadosz & Rejment, 2015) ดังนั้น จากปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมา จึงเป็นที่มาของการหาโมเดลการประเมินความสำเร็จของโครงการก่อสร้างที่มีปัจจัยที่ครอบคลุม และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ซึ่งเป็นการลดปัจจัยปัญหาต่าง ๆ ข้างต้นได้ ช่วยในการพิจารณาคัดเลือกผู้รับเหมาก่อนเริ่มโครงการ และเหมาะสมกับโครงการก่อสร้างปัจจุบัน

2. วัตถุประสงค์ในงานวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความสำเร็จของโครงการ

2.2 เพื่อเป็นแนวทางในการพิจารณาคัดเลือกผู้รับเหมาและช่วยลดปัญหาต่าง ๆ ในโครงการก่อสร้าง

3. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยได้ค้นหาคำนิยามและนิยามที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ได้ดังนี้

3.1 นิยามของความสำเร็จของโครงการก่อสร้าง

จากแนวคิดของ Bacarrini D. (2004) ปัจจัยความสำเร็จของโครงการ (Project Success Factor) หมายถึง สิ่งที่โครงการต้องมีหรือควรมีเพื่อให้โครงการประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริหารโครงการต้องตระหนักถึงวิธีการที่จะได้มาซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ เพราะนั่นหมายถึงโครงการจะมีโอกาสสำเร็จที่มากขึ้นตามเป้าหมาย โดยทั่วไปผู้บริหารโครงการมักจะไม่เห็นในเรื่องปัจจัยความสำเร็จของโครงการในมุมมองที่แตกต่างกัน ส่งผลให้รูปแบบและลักษณะการบริหารโครงการมีความแตกต่างกันออกไป

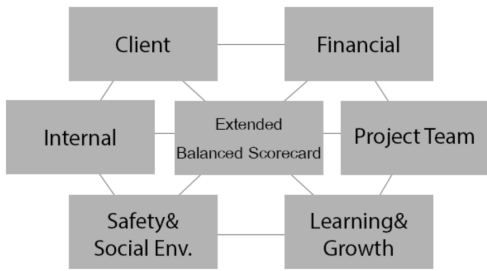
3.2 ทฤษฎีและแนวคิดทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการประเมินโครงการก่อสร้าง

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประเมินโครงการก่อสร้างนั้น ผู้วิจัยได้ค้นหาและสรุปได้ดังนี้

3.2.1 การประเมินโครงการก่อสร้างโดยใช้การวัดผลงานเชิงดุลยภาพ (Balanced Scorecard Evaluation)

จากแนวคิดของ Robert S. Kaplan และ David P. Norton (1992) การประเมินโครงการแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard Evaluation) เป็นเครื่องมือทางการบริหารจัดการเครื่องมือหนึ่งที่ใช้สำหรับการบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance Management) ซึ่งองค์กรที่มีการจัดการแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงานนิยมนำมาใช้ในการควบคุมและประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร โดยสำหรับการประเมิน

โครงการก่อสร้างนั้นจะคำนึงถึงมุมมองหลัก 6 ด้าน (รูปที่ 4) ได้แก่ 1) มุมมองด้านการเงิน 2) มุมมองด้านลูกค้า 3) มุมมองด้านปัจจัยภายใน 4) มุมมองด้านความปลอดภัยและสังคม 5) มุมมองด้านการเรียนรู้เติบโต 6) มุมมองด้านทีมงานและบุคลากร



รูปที่ 4 ปัจจัยการประเมินโครงการแบบดุลยภาพ (Wadugodapitiya, 2014)

3.2.2 การประเมินแบบชิปโมเดล (CIPP Model)

เกริกชัย ศิริวาท(2554) กล่าวว่า จากทฤษฎีของสตีฟเฟิลปิม (1960) ลักษณะเฉพาะของการประเมินโครงการโดยรูปแบบชิปโมเดล (CIPP Model) คือ การประเมินผลของโครงการโดยพิจารณาดังนี้ (รูปที่ 5)

1) การประเมินสภาพแวดล้อม (Context Evaluation: C) - เป็นการประเมินปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ เป็นขั้นต้นก่อนการดำเนินการโครงการเพื่อพิจารณาและวิเคราะห์โดยหลักการและเหตุผลที่ต้องดำเนินโครงการ รวมถึงประเด็นปัญหาต่างๆ และความเหมาะสมของเป้าหมายโครงการ

2) การประเมินปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation: I) - เป็นการประเมินเพื่อพิจารณาถึงความเป็นไปได้ของโครงการ ความเหมาะสมและความพอเพียงของทรัพยากรที่จะใช้ในโครงการ เช่น จำนวนบุคลากร ปริมาณวัสดุ อุปกรณ์ต่าง ๆ

3) การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation: P) - เป็นการประเมินกระบวนการในด้านต่าง ๆ เพื่อหาข้อบกพร่องของโครงการเพื่อเป็นข้อมูลในการพิจารณาการแก้ไขปรับปรุงและทำให้การดำเนินการช่วงต่อไปมีประสิทธิภาพคุณภาพมากขึ้น การประเมินกระบวนการนี้จะ เป็นประโยชน์ต่อการค้นหาจุดเด่นหรือจุดแข็ง (strengths) และจุดด้อย (weakness) ของนโยบาย/แผนงาน/โครงการซึ่งมักจะไม่สามารถศึกษาได้ภายหลัง จากสิ้นสุดโครงการแล้ว

4) การประเมินผลผลิต (Product Evaluation: P) - เป็นการประเมินเพื่อเปรียบเทียบผลผลิตที่เกิดขึ้นกับวัตถุประสงค์ของโครงการหรือมาตรฐานที่กำหนดไว้รวมทั้งการพิจารณาในประเด็นของการยุบ เลิกขยายหรือปรับเปลี่ยนโครงการ



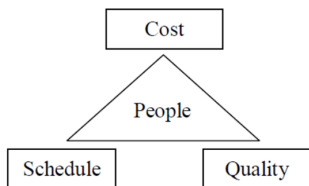
รูปที่ 5 ปัจจัยการประเมินโครงการแบบชิปโมเดล (ส่วนประเมินผล สำนักงานพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์, 2550)

3.3 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อโครงการก่อสร้าง

ปัจจัยที่มีผลต่อโครงการก่อสร้างนั้นมีหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับโครงการ จึงสรุปแนวคิดวรรณกรรมได้ ดังนี้

3.3.1 ปัจจัยหลักที่เกี่ยวข้องกับโครงการก่อสร้าง

ทฤษฎีสามเหลี่ยมทองคำ (Sumesh, 2015) กล่าวว่า องค์ประกอบหลักของการบริหารโครงการนั้น ได้แก่ คุณภาพ ต้นทุน และ เวลา (รูปที่ 7) ซึ่งคนเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่เชื่อมโยงองค์ประกอบอื่นเข้าด้วยกันโดยจะคำนึงถึงความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก



รูปที่ 6 องค์ประกอบหลักของการบริหารโครงการ (Sumesh, 2015)

3.3.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและนโยบายของภาครัฐ

จากงานวิจัยของ ภาณุมาศ แก้วตา (2551) พบว่า ปัญหาการทิ้งงานของผู้รับเหมางานก่อสร้างนั้นเกิดจาก ปัจจัยด้านเศรษฐกิจมหภาค เศรษฐกิจจุลภาค และปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐ โดยผลวิจัยพบว่า หลังจากภาครัฐออกนโยบายสนับสนุนช่วยผู้ประกอบการงานก่อสร้างโดยการขยายสัญญาจ้างทำให้ผู้รับเหมางานก่อสร้างมีอัตราการทิ้งงานลดน้อยลง

3.3.3 ปัจจัยด้านคุณภาพของวัสดุ

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อโครงการก่อสร้างคือคุณภาพของวัสดุและการเลือกใช้วัสดุ (สมนึก ตังเต็มสิริกุล, 2551) ระบุว่าไม่ได้คำนึงถึงปัจจัยดังกล่าวและเลือกใช้ให้ถูกต้อง โครงสร้างคอนกรีตที่ได้ก็จะมีคุณภาพและมีอายุการใช้งานสั้นลง

3.3.4 ปัจจัยด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อโครงการก่อสร้าง ซึ่งกระบวนการในการก่อสร้าง ได้แก่

- 1) การควบคุมต้นทุน
- 2) การควบคุมแผนงาน
- 3) การควบคุมคุณภาพ และ
- 4) การควบคุมความปลอดภัย และการควบคุม แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) การวางแผน 2) การตรวจสอบ 3) การปฏิบัติการ (มหาวิทยาลัยบูรพา, 2548) ซึ่งการควบคุมในด้านต่างๆมีส่วนช่วยให้โครงการเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ เช่น แผนงานประจำสัปดาห์ เป็นต้น

3.3.5 ปัจจัยด้านทรัพยากรนำเข้า 4M

ทฤษฎี 3M-11M เป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์การจัดการทรัพยากร และใช้สำหรับการประเมินโครงการต่างๆ ในด้านการจัดการทรัพยากรซึ่งในโครงการก่อสร้างจะใช้ทฤษฎี 4M เนื่องจากโครงการก่อสร้างต้องพิจารณาปัจจัย 4 ด้าน คือ 1) ทรัพยากรมนุษย์ 2) งบประมาณ 3) การบริหาร 4) วัสดุ (วิรัช วิรัช นิภาวรรณ, 2554)

3.3.6 ปัจจัยด้านสภาพอากาศ การคมนาคมและชุมชน

สภาพอากาศ การคมนาคมรวมถึงชุมชนในพื้นที่เป็นปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อความยากง่ายในการก่อสร้างเพราะสภาพอากาศที่ไม่เป็นใจอาจทำให้เทคอนกรีตไม่ได้หรืออาจทำให้คอนกรีตเซตตัวช้า การคมนาคมที่ไม่ดีหมายถึงการขนถ่ายวัสดุอุปกรณ์ในงานก่อสร้างที่ล่าช้าลง ชุมชนในพื้นที่ที่ฟ้องร้องโครงการเนื่องมีเกิดการรบกวนทางด้านต่างๆ เป็นต้น (วุฒิพงศ์ อ่อนศรี สมบัติ, 2556)

3.3.7 ปัจจัยด้านจำนวน ความรู้และความหลากหลายของบุคลากร

ปัญหาในงานก่อสร้างส่วนหนึ่งเกิดจาก

ปัญหาด้านการขาดแคลนแรงงาน การหยุดงานของแรงงานซึ่งแนวทางในการแก้ไขปัญหาคือการจัดหาเลือกจ้างช่างที่มีประสบการณ์ ความรู้ และศักยภาพในการทำงาน (วุฒิมงคล อ่อนศรีสมบัติ, 2556)

3.3.8 ปัจจัยด้านจำนวน ประสิทธิภาพและการดูแลรักษาเครื่องจักร

เครื่องจักรขาดแคลน ขาดการดูแลรักษา และเครื่องจักรที่ไม่มีประสิทธิภาพส่งผลให้งานก่อสร้างล่าช้า (สมัคร ต้นโล่ห์, 2555)

3.3.9 ปัจจัยด้านจำนวน คุณภาพของวัสดุ และแหล่งขายวัสดุในพื้นที่

หากมีปริมาณวัสดุไม่เพียงพอหรือหาซื้อได้ยากหรือต้องสั่งนำเข้าโดยใช้เวลานาน อาจส่งผลกระทบต่องานก่อสร้างเนื่องจากต้องเสียเวลาในการรอวัสดุในการติดตั้ง (สมัคร ต้นโล่ห์, 2555) และคุณภาพวัสดุมีผลต่อความคงทนของโครงสร้าง (สมนึก ตั้งเต็มสิริกุล, 2551)

3.3.10 ปัจจัยด้านเงินลงทุนและเงินทุนหมุนเวียน
เงินลงทุนมากหรือน้อยมีส่วนช่วยให้โครงการสามารถดำเนินต่อไปได้ โดยมีเงินทุนหมุนเวียนหรือการเบิกจ่ายเป็นตัวขับเคลื่อน (สมัคร ต้นโล่ห์, 2555)

3.4 สรุปทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

จากทฤษฎีต่าง ๆ จึงกล่าวได้ว่า

3.4.1 การประเมินโครงการแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard Evaluation) นั้นมีการประเมินโดยเน้นปัจจัยด้านประสิทธิภาพ (Performance) เป็นหลัก เพื่อใช้ในการพัฒนาการดำเนินงานสำหรับโครงการต่อไปในอนาคต ส่วนการประเมินแบบชิปโมเดล (CIPP Model) เป็นการประเมินที่คำนึงถึงภาพรวมของโครงการ

ตั้งแต่ขั้นตอนก่อนเริ่มโครงการ ขั้นตอนระหว่าง การดำเนินโครงการและการประเมินหลังจบโครงการโดยมีปัจจัยหลักที่เกี่ยวข้องกับงานก่อสร้าง ได้แก่ 1) คุณภาพ 2) ต้นทุน 3) เวลา และ 4) ความพึงพอใจของลูกค้า

3.4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อโครงการก่อสร้างนั้นมีหลายปัจจัยซึ่งผู้วิจัยจะทำการแจกแจงในขั้นตอนต่อไป

4. วิธีการวิจัยและเครื่องมือการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีขั้นตอนดังนี้

4.1 ศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยความสำเร็จของโครงการก่อสร้าง และโมเดลการประเมินโครงการก่อสร้าง

4.2 ทำแบบสัมภาษณ์โดยพิจารณาจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารโครงการก่อสร้าง และการประเมินความเสี่ยง จำนวน 3 ท่าน โดยการหาค่าความสอดคล้องของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของโครงการก่อสร้าง และใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

5. การวิเคราะห์ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 2 หัวข้อ ดังนี้

5.1 การวิเคราะห์โดยใช้การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อโครงการก่อสร้าง

ผู้วิจัยได้รวบรวมวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยหลักที่มีผลต่อโครงการก่อสร้างโดยแจกแจงเป็นดังตารางที่ 1

จากตารางที่ 1 สรุปได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อโครงการก่อสร้าง มีดังนี้

5.1.1 การประเมินผลผลิต

ได้แก่ 1) ด้านเวลา 2) ด้านต้นทุน 3) ด้านคุณภาพ 4) ลูกค้า ทฤษฎีดังกล่าวมีการพูดถึงในวรรณกรรมต่าง ๆ เป็นจำนวน 5 วรรณกรรม และแนวโน้มว่าปัจจัยดังกล่าวอาจมีผลกับโครงการก่อสร้าง

5.1.2 การประเมินปัจจัยนำเข้า

ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านบุคลากร 2) ปัจจัยด้านเครื่องมือ เครื่องจักร 3) ปัจจัยด้านวัสดุ 4) ปัจจัยด้านการเงิน ทฤษฎีดังกล่าวมีการพูดถึงในวรรณกรรมเป็น จำนวน 6 วรรณกรรม และแนวโน้มว่าปัจจัยดังกล่าวอาจมีผลกับโครงการก่อสร้าง

5.1.3 การประเมินสภาพแวดล้อม

ได้แก่ 1) สภาพแวดล้อมและสังคม 2) ปัจจัยด้านการเมือง 3) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ซึ่งแนวโน้มว่าปัจจัยดังกล่าวอาจมีผลกับโครงการก่อสร้าง

5.1.4 การประเมินด้านกระบวนการจัดการ

ได้แก่ 1) การควบคุมต้นทุน 2) การควบคุมแผนงาน 3) การควบคุมคุณภาพ 4) การควบคุมความปลอดภัย ทฤษฎีดังกล่าวมีการพูดถึงในวรรณกรรมทั้ง 4 วรรณกรรม และแนวโน้มว่าปัจจัยดังกล่าวอาจมีผลกับโครงการก่อสร้าง และผู้วิจัยได้รวบรวมวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยรองที่มีผลต่อโครงการก่อสร้าง ดังตารางที่ 2 จากตารางที่ 2 สรุปได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อโครงการก่อสร้าง มีดังนี้

5.1.5 สภาพอากาศ คมนาคมและชุมชน

ทฤษฎีดังกล่าวมีการพูดถึงในวรรณกรรมต่าง ๆ เป็นจำนวน 4 วรรณกรรม และแนวโน้มว่าปัจจัยดังกล่าวอาจมีผลกับโครงการก่อสร้าง

5.1.6 สภาพแวดล้อมทางการเมืองและนโยบาย

จากทฤษฎีดังกล่าวมีการพูดถึงในวรรณกรรมเป็นจำนวน 4 วรรณกรรม และแนวโน้มว่าปัจจัยดังกล่าวอาจมีผลกับโครงการก่อสร้าง

ตารางที่ 1 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อโครงการก่อสร้าง

ปัจจัย	พูชิต โพนทัน, 2555	คณะวารสาร มหาวิทยาลัยบูรพา, 2548	สมัคร ต้นโลห์, 2555	สมนึก ตั้งเต็มสิริกุล, 2551	ภานุมาศ แก้วตา, 2551	Ioana B., 2014	Sumesh S., 2015
ทฤษฎีสามเหลี่ยมทองคำ (Time, Cost, Quality, People)	/		/	/		/	/
ปัจจัยด้านทรัพยากรนำเข้า (4M)	/	/	/	/		/	/
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ และรัฐบาล	/		/		/	/	
ปัจจัยการจัดการ (การควบคุมต้นทุน แผนงาน คุณภาพ และความปลอดภัย)	/	/	/			/	

ตารางที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยรองที่มีผลต่อโครงการก่อสร้าง

ปัจจัย	พูซิต โพนทัน, 2555	คณะวารสาร มหาวิทยาลัย บูรพา, 2548	สมัคร ตันโลห์, 2555	วุฒิพงค์ อ่อนศรีสมบัติ, 2556	สมนึก ตั้งเต็ม สิริกุล, 2551	ภานมาศ แก้วตา, 2551	loana B.,2014
สภาพอากาศ, คมนาคม,ชุมชน			/	/		/	/
สภาพแวดล้อม ทางการเมืองและ นโยบาย			/	/		/	/
เศรษฐกิจ มหภาค,เศรษฐกิจ จุลภาค			/	/		/	/
ความหลากหลาย ของบุคลากร, จำนวน,ความรู้		/	/	/	/		/
จำนวนเครื่องจักร, คุณภาพเครื่องจักร, การดูแลรักษา		/	/	/	/		/
จำนวนวัสดุ, คุณภาพวัสดุ, มีแหล่งวัสดุในพื้นที่	/	/	/	/	/		/
เงินลงทุน,เงิน ทุนหมุนเวียน	/		/	/	/		/

5.1.7 เศรษฐกิจมหภาคและจุลภาค

จากทฤษฎีดังกล่าวมีการพูดถึงในวรรณกรรมเป็นจำนวน 4 วรรณกรรม และแนวโน้มว่าปัจจัยดังกล่าวอาจมีผลกับโครงการก่อสร้าง

5.1.8 ความหลากหลายของบุคลากร จำนวน และความรู้ของบุคลากร

จากทฤษฎีดังกล่าวมีการพูดถึงในวรรณกรรมเป็นจำนวน 5 วรรณกรรม และแนวโน้มว่าปัจจัยดังกล่าวอาจมีผลกับโครงการก่อสร้าง

5.1.9 จำนวน ประสิทธิภาพและการดูแลรักษาเครื่องจักร

จากทฤษฎีดังกล่าวมีการพูดถึงในวรรณกรรมเป็นจำนวน 5 วรรณกรรม และแนวโน้มว่าปัจจัยดังกล่าวอาจมีผลกับโครงการก่อสร้าง

5.1.10 จำนวน คุณภาพวัสดุและแหล่งจำหน่ายวัสดุในพื้นที่

จากทฤษฎีดังกล่าวมีการพูดถึงในวรรณกรรมเป็นจำนวน 6 วรรณกรรม และแนวโน้มว่าปัจจัยดังกล่าวอาจมีผลกับโครงการก่อสร้าง

5.1.11 เงินลงทุนและเงินลงทุนหมุนเวียน

จากทฤษฎีดังกล่าวมีการพูดถึงในวรรณกรรมเป็นจำนวน 6 วรรณกรรม และแนวโน้มว่าปัจจัยดังกล่าวอาจมีผลกับโครงการก่อสร้าง

จากการนำข้อมูลงานวิจัยและทฤษฎีต่างๆ มาจัดเรียงตามตาราง พบว่า ไม่มีทฤษฎีใดที่ครอบคลุมการประเมินโอกาสสำเร็จของโครงการ แต่สามารถนำทฤษฎีต่าง ๆ ดังกล่าว มาจำแนกและจัดหมวดหมู่ใหม่ให้สอดคล้องกับทฤษฎี CIPP Model ซึ่งเป็นรูปแบบการประเมินความสำเร็จของโครงการได้

5.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องและสอดคล้องกับซีบีโมเดล

ทำการจำแนกปัจจัยเพื่อให้สอดคล้องกับ CIPP Model เพื่อใช้ในการพิจารณาว่าโมเดลดังกล่าวมีความเหมาะสมในการประเมินโครงการก่อสร้างหรือไม่

5.2.1 แจกแจงปัจจัยด้วยชิปโมเดล เมื่อได้ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการก่อสร้างแล้วจึงนำชิปโมเดลมาแจกแจง เพื่อหาความสอดคล้องกับปัจจัยดังกล่าว ได้ตามตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อโครงการก่อสร้างโดยจำแนกตามชิปโมเดล

ปัจจัย	C- Context	I- Input	P- Process	P- Product
เวลา, ต้นทุน, คุณภาพ, ลูกค้า				/
บุคลากร, เงิน, วัสดุ, เครื่องจักร		/		
สภาพแวดล้อม, การเมือง, เศรษฐกิจ	/			
การจัดการต้นทุน, แขนงงาน, คุณภาพ และ ความปลอดภัย			/	

จากตารางที่ 3 พบว่าเมื่อนำปัจจัยดังกล่าวมาจำแนกตามแบบการประเมินชิปโมเดลซึ่งมีความเกี่ยวเนื่องกัน จึงสามารถสรุปได้ว่าผู้วิจัยจะนำการประเมินแบบชิปโมเดลที่แจกแจงปัจจัยต่างๆ มาใช้ในงานนี้

5.2.2 สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

หลังจากได้ตัวแปรที่แจกแจงตามรูปแบบชิปโมเดลแล้ว จึงทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารโครงการก่อสร้าง และการประเมินความเสี่ยง จำนวน 3 ท่าน โดยเป็นการประเมินความสอดคล้องของปัจจัย เพื่อพิสูจน์ว่าตัวแปรแต่ละตัวมีความเกี่ยวข้องกับความสำเร็จของโครงการหรือไม่ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ประเมินปัจจัยต่างๆ มีความสอดคล้องกับการประเมินความสำเร็จของโครงการ โดยมีค่าความสอดคล้อง (Item-Objective Congruence Index : IOC) เท่ากับ 1.00 ในทุกปัจจัยที่สอบถาม สรุปได้ว่าความเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน เห็น

ด้วยและสอดคล้องกันทุกปัจจัย แปลว่า ในทุกปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อความสำเร็จของโครงการก่อสร้าง เราจึงนำปัจจัยต่าง ๆ ที่เรากำหนดเป็นชิปโมเดลที่ประเมินความสอดคล้องมาใช้ในการประเมินแบบชิปโมเดลได้

6. สรุปผลการวิจัย

6.1 สรุปการวิเคราะห์ที่ใช้การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัย

กล่าวได้ว่าปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการก่อสร้างที่กล่าวมาทั้งหมดนั้นมีผลต่อความสำเร็จของโครงการก่อสร้าง หรือมีผลต่อวัตถุประสงค์ของโครงการโดยตรง

6.2 สรุปการวิเคราะห์โมเดลการประเมินด้วยรูปแบบชิป

กล่าวได้ว่าการประเมินแบบชิปโมเดล (CIPP Model) เป็นการประเมินที่คำนึงถึงภาพรวมของโครงการ ตั้งแต่ขั้นตอนก่อนเริ่มโครงการ ขั้นตอนระหว่างดำเนินการโครงการ และการประเมินหลังจบโครงการ จึงมีความเหมาะสมในการใช้ประเมินกับโครงการก่อสร้างในยุคปัจจุบัน และสามารถนำมาพิจารณาในการคัดเลือกผู้รับเหมา ก่อนเริ่มโครงการได้เพื่อช่วยลดปัญหาต่างๆ ในงานก่อสร้าง

6.3 ประโยชน์การนำไปใช้และต่อยอด

จากบทสรุปข้อที่ 6.1 และ 6.2 จึงสามารถนำปัจจัยต่าง ๆ มาช่วยสร้างรูปแบบการประเมินความสำเร็จของโครงการก่อสร้างและ ประเมินผู้รับเหมา ก่อนเริ่มโครงการได้

โดยการแบ่งค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละปัจจัย (Likert Scale) และทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในด้านการบริหารก่อสร้างเพื่อหา

น้ำหนักของแต่ละปัจจัยว่าปัจจัยใดมีความสำคัญที่ระดับใด และจะใช้ค่าน้ำหนักดังกล่าวมาวิเคราะห์โครงการก่อสร้างที่เราต้องการ เพื่อหาระดับความสำเร็จ เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาโครงการหรือคัดเลือกผู้รับเหมาต่อไป

รายการอ้างอิง

- เกริกชัย ศิริวาท. (2554). *การประเมินโครงการก่อสร้างโดยใช้ชิบิโมเดล. คณะวิศวกรรมและการบริหารก่อสร้างมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. คณะวารสารมหาวิทยาลัยบูรพา. (2548). การติดตามและการควบคุมโครงการ. วารสารหนังสือ มหาวิทยาลัยบูรพา. สืบค้นเมื่อ 14 ธันวาคม 2560, จาก <http://angsila.cs.buu.ac.th/~56660024/courses/887441%20:%20Information%20Technology%20Project%20Mangement/Lecture8.pdf>.*
- พูชิต โพนทัน. (2555). *ปัจจัยของความล่าช้าในงานก่อสร้าง: กรณีศึกษาท่าเรือกรุงเทพ. ภาควิชาวิศวกรรมโยธา คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.*
- ภาณุมาศ แก้วตา พุทธิพล ทองอินทร์ดำ และกองกฤษณ์ ไตชัยวัฒน์. (2551). *ปัญหาทำงานในโครงการภาครัฐที่จัดจ้างด้วยวิธีการสอบราคา ก่อนและหลังมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการก่อสร้าง. วารสารวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.*
- วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. (2554). *ปัจจัยที่มีส่วนต่อการบริหารจัดการ. สำนักพิมพ์นิติธรรม. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 ธันวาคม 2560, จาก <http://www.wiruch.com>.*
- วุฒิพงษ์ อ่อนศรีสมบัติ. (2556). *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความล่าช้าในโครงการก่อสร้าง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.*
- สมนึก ตั้งเต็มสิริกุล. (2551). *ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับงานก่อสร้างในประเทศไทยและแนวทางแก้ไข, การเลือกใช้วัสดุ. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยเทคโนโลยีการก่อสร้างและบำรุงรักษา สถาบันเทคโนโลยีนานาชาติสิรินธร.*
- สมัคร ต้นโลห์. (2555). *ปัญหาปัจจัยและการปรับปรุงงานก่อสร้างที่ล่าช้าของงานราชการ. ภาควิชาวิศวกรรมโยธา คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.*
- สำนักงานพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์. (2550). *การประเมินผลโครงการแบบชิบิโมเดล. ส่วนประเมินผลสำนักงาน. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2560, จาก <http://hq.prd.go.th>.*
- Bacarrini, D. (2004). Success criteria in project management. *PM Network*, 22(7), n.d.
- Dziadosz, S., & Rejment, M. (2015). *Risk analysis in construction project – chosen methods.* Institute of Structural Engineering, Poznan University of Technology, Piotrowo 5.
- Ioana, B. (2014). *Main factors influencing project success.* Bolyai University.
- Sudhakar, S. S. B. (2015). Critical success factors influencing performance of construction projects. *Innovative Research in Science, Engineering and Technology*, 4(5), 3285-3291.
- Wadugodapitiya, R. R. M. M. K. (2014). *Building project performance evaluation model.* Department of Building Economics, University of Moratuwa, 30-40.

ปัจจัยในการคัดเลือกเทคโนโลยีเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม สำหรับนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

The Factor of Technology's Selection for Value Added for Real Estate Developers

ปฐมพงศ์ เจริญสุข¹ ผศ.ดร. ดำรงค์ดี รินชุมภู² และ ดร. สิทธิชัย นาคสุขสกุล³
Pathompong Charoensuk¹, Asst. Prof. Damrongsak Rinchumphu, Ph.D.²
and Sittichai Naksuksakul, Ph.D.³

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: pathom.ch@gmail.com¹, damrongsak@ap.tu.ac.th², s_naksuksakul@hotmail.com³

บทคัดย่อ

จากยุทธศาสตร์การพัฒนาก่อสร้างประเทศไทย 4.0 การสร้างมูลค่าเพิ่มในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ด้วยการนำเทคโนโลยีมาใช้จึงมีความสำคัญ ดังนั้น การศึกษานี้จึงมุ่งเน้นการหาปัจจัยในการคัดเลือกเทคโนโลยีเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย โดยการศึกษาเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาจากการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญพบว่า ปัจจัยในการคัดเลือกเทคโนโลยีเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มในโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย ประกอบด้วยปัจจัยด้านการตลาด คือการวิเคราะห์ผู้บริโภค ทั้งเรื่องอิทธิพลทางสังคม ความเชื่อมั่น ความสนใจเทคโนโลยี ความสะดวกใช้งาน ปัจจัยด้านกายภาพ หมายถึง การวิเคราะห์ลักษณะและขีดความสามารถของเทคโนโลยี รวมถึงการบริการหลังการขาย ปัจจัยด้านการเงิน หมายถึง ศักยภาพของนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ด้านเงินลงทุน รวมถึงเงินระหว่างดำเนินการและผลตอบแทนโครงการ และปัจจัยด้านเทคนิค จะครอบคลุมถึงความพร้อมของเทคโนโลยีด้านการผลิต ทั้งกำลังการผลิต กระบวนการผลิต สถานที่ตั้งโครงการและวัตถุดิบ

คำสำคัญ: การคัดเลือกเทคโนโลยี เทคโนโลยี มูลค่าเพิ่ม อสังหาริมทรัพย์ นักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

Abstract

From Thailand Industrial Development Strategy 4.0, adding value to real estate with technology is important. Therefore, this study focuses on the factor of technology's selection for value added in residential real estate projects. This is a qualitative study. By analyzing content from literature review and expert interviews, it was found that the factor of technology's selection for value added in residential real estate projects. Include marketing factors is consumer analysis; the social influence, confidence in technology, technology interests and ease of use. Physical factors mean analysis of characteristics and capabilities of technology including after

sales service. Financial factors mean the potential of property developers including the proceeds and project returns. And technical factors will cover the availability of production technology; total capacity, calculate the production, location of project and raw materials.

Keywords: Technology's Selection, Technology, Value Added, Real Estate, Real Estate Developers

1. บทนำ

ในปี 2560 สถานการณ์ภาพรวมเศรษฐกิจไทย และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีภาพการขยายตัวที่ดีขึ้น จากตัวเลขประมาณการเศรษฐกิจของสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง ระบุว่า ภาพเศรษฐกิจไทยในปี 2560 คาดว่าจะสามารถขยายตัวได้ร้อยละ 3.6 เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าที่ขยายตัวร้อยละ 3.2 (สมาคมอสังหาริมทรัพย์ไทย, 2560) ฉะนั้นการพัฒนาประเทศในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 จำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อมเพื่อวางรากฐานของประเทศในระยะยาวโดยมีเป้าหมายรวมมุ่งหวังให้ระบบเศรษฐกิจมีความเข้มแข็งและแข่งขันได้ โดยการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจเข้าสู่เศรษฐกิจฐานบริการและดิจิทัล ทำให้ผู้ประกอบการที่สามารถใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการสร้างฐานรายได้เดิมให้มีมูลค่าสูงขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

ปัจจุบันผู้บริโภคกลุ่ม Gen Y คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี 2524-2543 ซึ่งปัจจุบันมีอายุระหว่าง 18 - 37 ปี ถือเป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 28 ของประชากรในประเทศที่จะมีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจ ซึ่งมีกำลังซื้อสูง มีรายได้สูงและมีอัตราการใช้จ่ายสูงเมื่อเทียบกับคนรุ่นก่อน มีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยีด้วยเหตุนี้ธุรกิจจึงควรนำมาปรับใช้เพื่อหากลยุทธ์

ที่เหมาะสมในระยะยาว และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ต้องพิจารณากับการออกแบบ และการเพิ่มเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภคกลุ่ม Gen Y นอกจากนี้ คนรุ่นต่อไป ที่มีแนวโน้มการใช้เทคโนโลยีที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้ธุรกิจต้องสร้างสรรคนวัตกรรมขึ้นมาใหม่ เพื่อมอบประสบการณ์ที่แปลกใหม่และเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น (Economic Intelligence Center, 2557)

ดังนั้นการดำเนินธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในปัจจุบันจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีในการสร้างมูลค่าเพิ่มที่เหมาะสมกับองค์กร เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ (นิติ รัตนปริชาเวช, 2554) และการคัดเลือกเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมต้องเลือกให้เหมาะสมกับความต้องการผู้บริโภค (เอกภณ จีวะสุวรรณ, กองกฤษ โตชัยวัฒน์, และ พรพรรณ วีระปริยากร, 2553) จึงเป็นที่มาสำหรับการศึกษาปัจจัยในการคัดเลือกเทคโนโลยีเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยของนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในครั้ง นี้ เพื่อสร้างแนวทางการคัดเลือกเทคโนโลยีที่มีอยู่ในปัจจุบัน สำหรับนำไปใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ให้ประสบความสำเร็จตามความต้องการของอุปสงค์ในตลาดอสังหาริมทรัพย์ต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาและนำเสนอ ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกเทคโนโลยีเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม

ของโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย
ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ขอบเขตของการศึกษา

3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษานี้เป็น
การศึกษาเพื่อระบุปัจจัยในการคัดเลือกเทคโนโลยี
สำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย
ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น

3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษานี้เป็น
การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจากบริษัทหรือหน่วย
งานที่ประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่มีการนำ
เทคโนโลยีมาใช้ในโครงการประเภทที่อยู่อาศัย
ในเขตกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2560

4. วิธีการดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ
ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการทบทวน
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความเป็น
ไปได้โครงการและการยอมรับเทคโนโลยี เพื่อ
วิเคราะห์เนื้อหาและออกแบบสัมภาษณ์ ใช้วิธี
การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำ
ข้อมูลมาวิเคราะห์เนื้อหาโดยวิธีการหาค่าเฉลี่ย
และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากความคิดเห็น
ของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ซึ่งเป็นผู้มีอำนาจ
บริหารหรือมีส่วนร่วมในการวางกลยุทธ์ของ
องค์กรและมีการดำเนินการธุรกิจต่อเนื่อง
ในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภท
ที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่า 5 ปี
และใช้มาตราวัดของ ลิเคิร์ต (Likert Scale) ใน
การแปรผลความหมายจากการสัมภาษณ์ด้วย
คะแนนเฉลี่ย เพื่อประเมินความสำคัญของแต่ละ
ปัจจัยและสรุปผลการศึกษา

5. วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เทคโนโลยี คือ การนำความรู้ไปใช้ในการ
ปฏิบัติให้เกิดผลเป็นสิ่งที่วัดได้หรือจับต้องได้
เทคโนโลยีจะอยู่ภายใต้อิทธิพลของปัจจัยทาง
เศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมดังนั้นเทคโนโลยี
จึงถูกกำหนดเป็นสินค้าอย่างหนึ่ง ที่มีราคาซื้อ
ขายกันในตลาด (กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี
และการพลังงาน, 2531) เทคโนโลยีสามารถ
จำแนกออกได้เป็น 3 ลักษณะ ดังนี้ (1) เทคโนโลยี
ในลักษณะของกระบวนการ (2) เทคโนโลยีใน
ลักษณะของผลผลิต (3) เทคโนโลยีในลักษณะ
ผสมของกระบวนการและผลผลิต (Heinich,
Molenda & Russell, 1993) ในการศึกษาครั้งนี้
ผู้ศึกษามุ่งเน้นที่จะศึกษาเทคโนโลยีในลักษณะ
ผลผลิตเป็นหลักที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้
อย่างเป็นรูปธรรมให้กับโครงการ

มูลค่าเพิ่ม คือ การพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้
เกิดความพึงพอใจต่อลูกค้าสูงสุด และเกินความ
คาดหวังของผู้บริโภค อีกทั้งมูลค่าเพิ่มอาจเกิด
จากการเพิ่มสิ่งทีนอกเหนือจากสิ่งทีผู้บริโภคควร
จะได้รับ (Nilson, 1992; Naumann, 1995) และ
เป็นการเพิ่มหรือเสริมสร้างสิ่งใหม่ ๆ ผู้ตัวผลิตภัณฑ์
ควรมีความเกี่ยวข้อง และเป็นสิ่งทีลูกค้าต้องการ
(Chernatony & Harris, 1998) สามารถสร้าง
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทีซึ่งจะนำไปสู่ความ
สำเร็จในระยะยาวของโครงการหรือผลิตภัณฑ์
(Chernatony & Harris, 1998; Naumann, 1995)
โดยมูลค่าเพิ่มสามารถแบ่งออกได้ 2 ลักษณะ คือ
จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ โดยสิ่งทีจับต้องได้
คือตัวผลิตภัณฑ์ซึ่งสามารถมีการเปลี่ยนแปลงได้
ตามเวลา สามารถลอกเลียนแบบได้ (McCracken,
1993) และสิ่งทีจับต้องไม่ได้ เช่น ตราสินค้าหรือ
บริการต่าง ๆ เป็นต้น (Doyle, 1990, pp. 5-19)
ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษามุ่งเน้นการสร้างมูลค่า

เพิ่มโดยการนำเทคโนโลยีมาใช้ในโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย เพื่อเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคและเป็นการเพิ่มรายรับที่นำไปสู่กำไรจากการดำเนินโครงการ การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้เทคโนโลยี ผู้วิจัยใช้หลักการวิเคราะห์ความเป็นไปได้โครงการมาเป็นแกนหลัก เนื่องจากการศึกษาการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการมีกระบวนการศึกษาและขั้นตอนการวิเคราะห์เพื่อหาผลทางเลือกที่ดีที่สุดเพื่อให้โครงการได้รับผล ตอบแทนจากการลงทุนมากที่สุด โดยทั่วไปการศึกษาความเป็นไปได้จะครอบคลุมหลายด้าน ทั้งนี้ ในการศึกษาเรื่องแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเทคโนโลยี มุ่งเน้นการเลือกใช้เทคโนโลยีเป็นหลัก ดังนั้น การศึกษาการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ ในการเลือกใช้เทคโนโลยีเข้ามาใช้ในโครงการ อสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย จะศึกษาการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ 4 ด้าน ดังนี้ (ประสิทธิ์ ตงยิ่งสิริ, 2542)

1. การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด เป็นเรื่องของการศึกษาในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับด้านการตลาดแล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์และคาดคะเนอุปสงค์หรือความต้องการที่มีผลต่อผลผลิตของโครงการ เพื่อหาข้อสรุปว่าสินค้าหรือบริการที่ผลิตหรือนำเข้ามาใช้จะสามารถจำหน่ายได้หรือไม่และคาดว่าได้มากน้อยเพียงไร โดย Davis (1989) ได้กล่าวถึงทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้านการตลาด คือ (1) อิทธิพลทางสังคม (2) ความเชื่อมั่นในเทคโนโลยี (3) ความสนใจเทคโนโลยีใหม่ส่วนบุคคล (4) สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน

2. การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านกายภาพ เป็นการศึกษาวิเคราะห์ถึงลักษณะความสามารถ

ของเทคโนโลยีและโครงการที่นำเทคโนโลยีนั้นมาใช้ ซึ่ง อนุรัตน์ ต้นบรรจง (2554) และเกษสุดานครศิลป์ (2556) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องคือ (1) วัตถุประสงค์การใช้งาน (2) ประสิทธิภาพ (3) ความคงทน (4) การบริการหลังการขาย

3. การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน เป็นการจัดทำประมาณการทางการเงินเพื่อตัดสินใจ คือการหาข้อสรุปว่าต้องใช้เงินลงทุนเท่าไร ผลตอบแทนจากการลงทุนจะมียอดขายและกำไรสุทธิเท่าไร สมควรลงทุนหรือไม่ รวมทั้งการวัดความคุ้มค่าหรือประเมินความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการโดยอาศัยเครื่องมือชี้วัดต่าง ๆ (เหตุย มีนะพันธ์, 2550) โดย เกษสุดานครศิลป์ (2556) และชนงกรณ์ กุณทลบุตร (2557) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้อง คือ (1) ด้านเงินลงทุนเริ่มต้น คือ ค่าใช้จ่ายลงทุนในตอนเริ่มโครงการ ก่อนการผลิตและเข้าสู่รอบระยะเวลาตามปกติ (2) ด้านการเงินระหว่างดำเนินโครงการ หมายถึงการประมาณรายรับรายจ่ายที่จะเกิดขึ้นในลักษณะของกระแสเงินไหลเข้าไหลออก (3) ผลตอบแทนโครงการ หมายถึงการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนโดยทั่วไปจะคิดจาก 3 วิธีการ คือ พิจารณาจากระยะเวลาการการลงทุนจากมูลค่าปัจจุบันจากอัตราผลตอบแทนการลงทุน

4. การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค วัตถุประสงค์หลักของการวิเคราะห์โดยทั่วไปจะทำการศึกษารวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการผลิตวัตถุดิบ การควบคุมการผลิต การวางแผนการผลิตและการให้ความสำคัญต่อเครื่องจักร อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิต ซึ่งประสิทธิ์ ตงยิ่งสิริ (2542) และชนงกรณ์ กุณทลบุตร (2557) ได้อธิบายปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย (1) กำลังการผลิต เป็นการวิเคราะห์ต่อ

ตารางที่ 1 ตารางแสดงปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตัวแปรที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม		Davis (1989)	อนันรัตน์ ต้นบรรจง (2554)	พรพรรณเนทา แอด้า (2549)	หฤทัย มินะพันธ์ (2544)	ประสิทธิ์ ตั้งยั้งศิริ (2542)	เกษสุดา นศรีศิลป์ (2556)	ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร(2557)
ด้านการวิเคราะห์ความ เป็นไปได้ด้านการ ตลาด	อิทธิพลทางสังคม	√		√		√	√	
	ความเชื่อมั่นในเทคโนโลยี	√		√				
	ความสนใจเทคโนโลยีใหม่ส่วนบุคคล	√					√	
	สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	√					√	
ด้านการวิเคราะห์ความ เป็นไปได้ด้านกายภาพ	วัตถุประสงค์การใช้งาน	√	√	√			√	
	ประสิทธิภาพ		√			√	√	
	ความคงทน		√				√	
	การบริการหลังการขาย		√				√	
ด้านการวิเคราะห์ความ เป็นไปได้ด้านการเงิน	ด้านเงินลงทุนเริ่มต้น				√	√	√	√
	ด้านการเงินระหว่างดำเนินโครงการ				√		√	√
	ผลตอบแทนโครงการ				√		√	√
ด้านการวิเคราะห์ความ เป็นไปได้ด้านเทคนิค	กำลังการผลิต					√		√
	กระบวนการผลิต					√	√	√
	สถานที่ตั้งโรงงานและบุคลากร					√	√	√
	วัตถุดิบ					√		√

เนื่องจากปริมาณยอดขาย จะเป็นตัวกำหนดว่า
กิจการต้องมีกำลังผลิตเท่าใด รวมถึงการตัดสินใจเลือกเครื่องจักรและกระบวนการผลิตที่แตกต่างกันออกไป (2) กระบวนการผลิต ลักษณะการผลิตและกำลังการผลิตเป็นปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการผลิต อาจพิจารณาความซับซ้อนและศักยภาพในการขยายกำลังผลิต (3) สถานที่ตั้งโรงงานและบุคลากร เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อต้นทุนการผลิต (4) วัตถุดิบ เป็นปัจจัยที่ส่งผลเนื่องจากวัตถุดิบเป็นที่ต้องการของตลาด ความยากง่ายในการหาความขาดแคลนวัตถุดิบ

6. ผลการศึกษา

จากการทบทวนวรรณกรรมก่อนหน้า ปัจจัยแต่ละตัวมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ดังตารางที่ 1) ทำให้ได้มาซึ่งกรอบปัจจัยหลัก และปัจจัยรอง (ดังรูปที่ 1)

รูปที่ 1 แสดงถึง กรอบปัจจัยในการคัดเลือกเทคโนโลยีเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นออกเป็น 4 ปัจจัยหลัก ดังนี้ (1) ปัจจัยด้านการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด ประกอบด้วย ปัจจัยรอง ได้แก่ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความ

เชื่อมั่นในเทคโนโลยี ปัจจัยด้านความสนใจในเทคโนโลยีใหม่ส่วนบุคคลและปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน (2) ปัจจัยด้านการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านกายภาพ ประกอบด้วยปัจจัยรอง ได้แก่ ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์การใช้งาน ปัจจัยด้านประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านความคงทนและปัจจัยด้านการบริการหลังการขาย (3) ปัจจัยด้านการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน ประกอบด้วยปัจจัยรอง ได้แก่ ปัจจัยด้านเงินลงทุนเริ่มต้น ปัจจัยด้านการเงินระหว่างดำเนินโครงการ และปัจจัยด้านผลตอบแทนโครงการ (4) ปัจจัยด้านการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค ประกอบด้วยปัจจัยรอง ได้แก่ ปัจจัยด้านกำลังการผลิต ปัจจัยด้านกระบวนการผลิต ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งโรงงานและบุคลากร และปัจจัยด้านวัตถุดิบ



รูปที่ 1 กรอบปัจจัยในการคัดเลือกเทคโนโลยีสำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินว่าปัจจัยแต่ละปัจจัยมีความเกี่ยวข้องกับการคัดเลือกเทคโนโลยีเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย ผู้วิจัยใช้เทคนิคการประเมินค่าเฉลี่ยพบว่า

กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้ค่าเฉลี่ยของปัจจัยหลักในการคัดเลือกเทคโนโลยีเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้ ด้านการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.67 รองลงมาคือด้านการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.00 ด้านการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ย 3.33 และด้านการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค มีค่าเฉลี่ย 3.00 จากข้อมูลพบว่า ด้านการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาดมีผลในการคัดเลือกเทคโนโลยีเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในระดับมากที่สุด (ดังตารางที่ 2) และได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในปัจจัยย่อยของทั้ง 4 ปัจจัยหลัก (ดังตารางที่ 3) เพื่อคัดกรองหาปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับปานกลางมาก และมากที่สุด ที่เหมาะสมเป็นปัจจัยในการคัดเลือกเทคโนโลยีเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการแปลความหมายค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกรณีมีมาตรฐานค่า 5 ระดับ หากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมากกว่า 1.75 หมายถึง ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความแตกต่างกันมาก (บุญมี พันธุ์ไทย, 2545: 174 - 175) ซึ่งจากตารางที่ 3 ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ตั้งโรงงานและบุคลากร และปัจจัยย่อยด้านวัตถุดิบ มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คือ 2.00 และ 2.08 ตามลำดับ ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความแตกต่างกันมาก เนื่องจากผู้เชี่ยวชาญ 1 ท่าน เป็นผู้มีส่วนร่วมในการพัฒนาโครงการโดยดูแลรายละเอียดทุกส่วนงาน ทำให้การประเมินความเกี่ยวข้องของปัจจัยน้อย ส่วน

ผู้เชี่ยวชาญอีก 2 ท่าน เป็นผู้มีส่วนร่วมในการพัฒนาโครงการโดยมองภาพรวมของโครงการให้คะแนนความเกี่ยวข้องของปัจจัยสูงและมีความคิดเห็นไปในทางเดียวกัน จึงทำให้ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแตกต่างกันมาก

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยหลักในการคัดเลือกเทคโนโลยีเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยหลักในการคัดเลือกเทคโนโลยีเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผลความหมายคะแนนเฉลี่ย
1. ด้านการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด	4.67	0.58	มากที่สุด
2. ด้านการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านกายภาพ	4.00	0.00	มาก
3. ด้านการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน	3.33	0.58	ปานกลาง
4. ด้านการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค	3.00	0.00	ปานกลาง

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยในการคัดเลือกเทคโนโลยีเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยย่อยในการคัดเลือกเทคโนโลยีเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผลความหมายคะแนนเฉลี่ย
ปัจจัยหลักด้านการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด			
1.1 ด้านอิทธิพลทางสังคม	4.33	0.58	มากที่สุด
1.2 ด้านความเชื่อมั่นในเทคโนโลยี	4.33	0.58	มากที่สุด
1.3 ด้านความสนใจในเทคโนโลยีใหม่ส่วนบุคคล	4.00	1.00	มาก
1.4 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	4.33	0.58	มากที่สุด
ปัจจัยหลักด้านการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านกายภาพ			
2.1 ด้านวัตถุประสงค์การใช้งาน	4.33	0.58	มากที่สุด
2.2 ด้านประสิทธิภาพ	4.00	1.00	มาก
2.3 ด้านความคงทน	3.67	0.58	มาก
2.4 ด้านการบริการหลังการขาย	5.00	0.00	มากที่สุด

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยในการคัดเลือกเทคโนโลยีเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร (ต่อ)

ปัจจัยย่อยในการคัดเลือกเทคโนโลยีเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผลความหมายคะแนนเฉลี่ย
ปัจจัยหลักด้านการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน			
3.1 ด้านเงินลงทุนเริ่มต้น	4.00	1.00	มาก
3.2 ด้านการเงินระหว่างดำเนินโครงการ	3.33	0.58	ปานกลาง
3.3 ด้านผลตอบแทนโครงการ	3.67	0.58	มาก
ปัจจัยหลักด้านการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค			
4.1 ด้านกำลังการผลิต	3.00	1.73	ปานกลาง
4.2 ด้านกระบวนการผลิต	3.67	0.58	มาก
4.3 ด้านสถานที่ตั้งโรงงานและบุคลากร	3.00	2.00	ปานกลาง
4.4 ด้านวัสดุดิบ	2.33	2.08	น้อย

จากตารางที่ 3 สามารถสรุปการคัดกรองปัจจัยย่อยของแต่ละปัจจัยหลัก ได้ดังนี้

6.1 ปัจจัยหลักด้านการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด สามารถคัดกรองปัจจัยเหลือ 4 ปัจจัยตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม (4.33) ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นในเทคโนโลยี (4.33) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (4.33) และปัจจัยด้านความสนใจในเทคโนโลยีใหม่ส่วนบุคคล (4.00)

6.2 ปัจจัยหลักด้านการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านกายภาพ สามารถคัดกรองปัจจัยเหลือ 4 ปัจจัยตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ปัจจัยด้านการบริการหลังการขาย (5.00) ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์การใช้งาน (4.33) ปัจจัยด้านประสิทธิภาพ (4.00) และปัจจัยด้านความคงทน (3.67)

6.3 ปัจจัยหลักด้านการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน สามารถคัดกรองปัจจัยเหลือ 3 ปัจจัยตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ปัจจัยด้านเงินลงทุน

เริ่มต้น (4.00) ปัจจัยด้านผลตอบแทนโครงการ (3.67) และปัจจัยทางด้านการเงินระหว่างดำเนินโครงการ (3.33)

6.4 ปัจจัยหลักด้านการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค สามารถคัดกรองปัจจัยเหลือ 3 ปัจจัยตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการผลิต (3.67) ปัจจัยด้านกำลังการผลิต (3.00) และปัจจัยด้านสถานที่ตั้งโรงงานและบุคลากร (3.00)

7. สรุปผลการศึกษา

ในปี 2560 ยุทธศาสตร์ของการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 การสร้างมูลค่าเพิ่มในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ด้วยการนำเทคโนโลยีมาใช้มีความสำคัญ ดังนั้นการหาปัจจัยในการคัดเลือกเทคโนโลยีเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ให้ประสบผลสำเร็จ โดยมุ่งเน้นศึกษาจากการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยในการคัดเลือกเทคโนโลยีเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 4 ด้าน ดังนี้ (1) ปัจจัยหลักด้านการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด ประกอบไปด้วย 4 ปัจจัยย่อย ได้แก่ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นในเทคโนโลยี ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน และปัจจัยด้านความสนใจในเทคโนโลยีใหม่ส่วนบุคคล (2) ปัจจัยหลักด้านการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านกายภาพ ประกอบไปด้วย 4 ปัจจัยย่อย ได้แก่ ปัจจัยด้านการบริการหลังการขาย ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์

การใช้งาน ปัจจัยด้านประสิทธิภาพ และปัจจัยด้านความคงทน (3) ปัจจัยหลักด้านการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน ประกอบไปด้วย 3 ปัจจัยย่อย ได้แก่ ปัจจัยด้านเงินลงทุนเริ่มต้น ปัจจัยด้านผลตอบแทนโครงการ และปัจจัยด้านการเงินระหว่างดำเนินโครงการ (4) ปัจจัยหลักด้านการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค ประกอบไปด้วย 3 ปัจจัยย่อย ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการผลิต ปัจจัยด้านกำลังการผลิต และปัจจัยด้านสถานที่ตั้งโรงงานและบุคลากร

8. อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกเทคโนโลยีเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม ในเรื่องของเทคโนโลยีการสร้างมูลค่าเพิ่ม และปัจจัยต่างๆ ในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้โครงการที่จะทำโครงการประสบความสำเร็จ ผลจากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้เชี่ยวชาญแสดงความสอดคล้องของปัจจัยในเรื่องการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาดมากที่สุด รองลงมาเป็นการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านกายภาพเป็นเพราะว่าผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญในแง่มุมมองที่ผู้บริโภคสนใจและจับต้องได้เป็นหลักซึ่งผลจากการศึกษาปัจจัยย่อยควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นในเทคโนโลยี ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์การใช้งาน และปัจจัยด้านการบริการหลังการขาย โดยเฉพาะปัจจัยด้านการบริการหลังการขาย ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นตรงกัน เพราะเป็นสิ่งที่สร้างความเชื่อมั่นในการบริการต่อผู้บริโภคซึ่ง

สอดคล้องกับการศึกษาปัจจัยที่ได้รับจากการ
ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ห้
ความสำคัญในปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม และ
ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์การใช้งาน

รายการอ้างอิง

กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและการพลังงาน.
(2531). *เอกสารวิชาการนโยบายวิทยาศาสตร์
และเทคโนโลยี: วิวัฒนาการและการจัดการ*.
กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
เกษสุดา นครศิลป์. (2556). *การศึกษาความเป็น
ไปได้ในการลงทุนทำธุรกิจร้านขายยาใน
ชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท*. วิทยานิพนธ์มหา
บัณฑิต. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์,
คณะบริหารธุรกิจ.
ชนงกรณ์ กุณชลบุตร. (2557). *การศึกษาความ
เป็นไปได้ในการลงทุนทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ:
โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*.
นิตติ รัตนปรีชาเวช. (2554). *นวัตกรรมในธุรกิจ
อสังหาริมทรัพย์*. *วารสาร JARS*, 8(2),
127-138.
บุญมี พันธุ์ไทย. (2545). *ประมวลสาระชุดวิชา
สัมมนาการประเมินหน่วย 5 สัมมนาการ
วิเคราะห์ข้อมูล การนำเสนอ และการใช้ผล
การประเมิน*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัย-
สุโขทัยธรรมมาธิราช.
ประสิทธิ์ ตงยิ่งศิริ. (2542). *การวางแผนและการ
วิเคราะห์โครงการ*. กรุงเทพฯ: เม็ดทราย
พรินติ้ง.
พรรณนิภา แอดำ. (2549). *การยอมรับเทคโนโลยี
สารสนเทศของข้าราชการสำนักงานปลัด
กระทรวงพลังงาน*. (ปัญหาพิเศษปริญญา
มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, วิทยาลัย
การบริหารรัฐกิจ.

สมาคมอสังหาริมทรัพย์ไทย. (2560). *Real estate
Journal*, 88, 2-11. สืบค้นจาก <http://thairealestate.org/content/download/470>.
สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ
และสังคมแห่งชาติ. (2560). *แผนพัฒนา
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่12พ.ศ.
2560-2564*. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 กันยายน
2560, จาก <http://www.mol.go.th>.
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด
ย่อม. (2560). *แผนการส่งเสริมวิสาหกิจ
ขนาดกลาง และขนาดย่อมฉบับที่4 (พ.ศ.
2560-2564)*. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 กันยายน
2560, จาก <http://www.sme.go.th>.
หฤทัย มินะพันธ์. (2550). *หลักการวิเคราะห์
โครงการ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
อนุรัตน์ ต้นบรรจง. (2554). *การตัดสินใจเลือก
เปลี่ยนเครื่องจักรในกระบวนการผลิตเพื่อ
เพิ่มผลผลิตของโรงไม้หินโดยการประยุกต์
ใช้การวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น*. (วิทยานิพนธ์
มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
เอกภณ จีระสุวรรณ, กองกฤษ โดชัยวัฒน์ และ
พรพรรณ วีระปรียากร. (2553). *ปัจจัย
การเพิ่มมูลค่าในครัวเรือนที่ส่งผลต่อการ
ตัดสินใจซื้อบ้านที่ไม่ใช่โครงการจัดสรร*.
วารสารสุทธปริทัศน์, 24(73), 89-100.
Chernatony, L. & Harris, F. (1998). Added
Value: It nature, Role and Sustainability.
European Journal of Marketing, 12(34),
39-56.
Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness,
perceived ease of use, and user
acceptance of information technology.
MIS Quarterly, 13(3), 319-339.

Doyle, P. (1990). Building successful brands: the strategic options. *Journal of Marketing Management*, 7(2), 5-19.

Economic Intelligence Center. (2014). *Insight กลยุทธ์มัดใจผู้บริโภค Gen Y*. สืบค้นจาก https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/130/dzi68owq5l/8372_20141112161337.pdf.

Heinich, R., Molenda, M., & Russell, J. D., (1993). *Instructional media and the new technologies of instruction*. New York: Macmillan.

Naumann, E. (1995). *Creating customer value. The part to sustainable competitive advantage*. Thompson Executive Press.

Nilson, T. H. (1992). *Value – added marketing. marketing management for superior results*. London: McGraw-Hill.

McCracken, G. (1993). *The value of the brand: an anthropological perspective*, in Aaker, D. A. & Biel, A. L. (Eds), Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

การศึกษาดัชนีชี้วัดในบริษัทอสังหาริมทรัพย์ขนาดใหญ่ในประเทศไทย

A Study of Key Performance Indicators of Big Real Estate Companies in Thailand

ณัฐชนก หาญกมลศิริ¹ และ ผศ.ดร. กองกoon โตชัยวัฒน์²

Natchanok Hankamolsiri¹ and Asst. Prof. Kongkoon Tochaiwat, Ph.D.²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: powderncn@gmail.com¹, kongkoon@ap.tu.ac.th²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาถึงมุมมองของผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ที่มีผลต่อการกำหนดดัชนีชี้วัดของบริษัทอสังหาริมทรัพย์แต่ละหมวด โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นผู้บริหารระดับสูงในบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมพัฒนาที่อยู่อาศัยและมีที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5 คน จากนั้นทำการวิเคราะห์เนื้อหา ซึ่งผลการวิจัยพบว่า บริษัทต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับมุมมองด้านการเงินมากเป็นอันดับหนึ่ง โดยมีระดับความสำคัญในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร ตามลำดับ ซึ่งผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการจัดทำระบบการวัดผลงานเชิงคุณภาพที่เหมาะสมสำหรับบริษัทอสังหาริมทรัพย์ขนาดใหญ่ในประเทศไทยได้

คำสำคัญ: ดัชนีชี้วัด การวัดผลงานเชิงคุณภาพ อสังหาริมทรัพย์

Abstract

This research aims to study the developers' perspective on the key performance indicators of residential real estate companies in Thailand. It was done by an interview of 5 high-level managements of Thai residential real estate companies which are listed in the Stock Exchange of Thailand and have headquarters in Bangkok. The acquired data were then analyzed by Content Analysis. The results showed that the companies ranked financial perspective as the most important perspective, followed by the customer, internal process, and learning & growth perspectives, respectively. The results of this research can be used to develop a suitable balanced scorecard for large real estate companies in Thailand.

Keywords: Keys Performance Indicator, Balanced Scorecard, Real Estate

1. บทนำ

การวัดผลงานเชิงดุลยภาพ (Balanced Scorecard: BSC) หรือ ดัชนีวัดความสำเร็จแบบสมดุลเป็นกระบวนการบริหารงานชนิดหนึ่ง ที่อาศัยการกำหนดตัวชี้วัด (Key Performance Indicators: KPI) เป็นตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน โดยกำเนิดมาจากแนวคิดของ Dr.Kaplan แห่งมหาวิทยาลัย Harvard และ Dr.Norton ประธานบริษัท Norton & Company โดยทั้งสองท่านมีความคิดเห็นว่า บริษัทต่าง ๆ มักวัดผลสำเร็จจากด้านการเงินเพียงด้านเดียว แต่ถ้าต้องการที่จะพัฒนาองค์กรให้ยั่งยืนนั้นควรมีการพัฒนาด้านอื่น ๆ ด้วย และการวัดผลงานเชิงดุลยภาพนั้นยังเป็นเครื่องมือทางการบริหารที่เชื่อมโยงการวัดผลกับวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ขององค์กรอีกด้วย (อัจฉรา จันทร์ฉาย, 2549, น. 12)

การบริหารจัดการในยุคปัจจุบันเป็นลักษณะของการบริหารงานตามวัตถุประสงค์ ซึ่งเป็นการบริหารงานอย่างเป็นระบบตั้งแต่การวางแผน การปฏิบัติ การตรวจสอบ และการดำเนินการ ซึ่งการประเมินผลการดำเนินงานจะเป็นการประเมินผลตามแผนงานที่ได้จัดทำขึ้น ซึ่งโดยทั่วไปจะกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จหรือที่เรียกว่า ดัชนีชี้วัด (KPI)

ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่ามีผู้ประกอบการธุรกิจหรือผู้บริหารขององค์กรธุรกิจต่าง ๆ ได้นำการวัดผลงานเชิงดุลยภาพเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการองค์กรทั้งทางด้านระบบบริหารงานด้านการประเมินผลทั่วทั้งองค์กร(กนกพรพรณ บรรลือทรัพย์, 2554, น. 1) ซึ่งมีการนำมาประยุกต์ใช้ในองค์กรต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศมากมาย เช่น Diageo, University of California, Ohio State University บริษัท เงินทุน ทีเอสโก้ จำกัด ธนาคารกสิกรไทย และบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด เป็นต้น

(พัชราพรรณ พุทธกาล, 2554, น. 2) จากข้อมูลข้างต้นนั้นจะเห็นได้ว่าการนำแนวคิดของการวัดผลงานเชิงดุลยภาพมาประยุกต์ใช้ในการบริหารงานและการประเมินผลองค์กรนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการวัดผลงานเชิงดุลยภาพจะช่วยปรับเปลี่ยนระบบการทำงานไปสู่ระบบร่วมมือร่วมใจทำงานกันเป็นหนึ่งเดียวขององค์กรและช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้อย่างชัดเจน (อริชัย ธนเหลืออร่าม, 2553, น. 3)

ด้วยสาเหตุดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาว่าในบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ในกลุ่มอุตสาหกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีลักษณะของดัชนีชี้วัดต่างๆ ไດบ้างที่มีบริษัทให้ความสำคัญ โดยดัชนีชี้วัดที่เหมาะสมสำหรับบริษัทอสังหาริมทรัพย์แต่ละลักษณะเป็นอย่างไร นอกจากนี้ ผลการศึกษาจะทำให้ผู้ประกอบการที่อยู่ในกลุ่มของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์สามารถรับรู้ได้ว่าการบริหารจัดการกิจการจะต้องให้ความสำคัญกับตัวชี้วัดใดบ้างโดยผู้ประกอบการสามารถเรียงลำดับความสำคัญของตัวชี้วัดได้อย่างเหมาะสม

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาถึงลักษณะของดัชนีชี้วัดต่างๆ ที่บริษัทอสังหาริมทรัพย์ให้ความสำคัญ

3. ขอบเขตการศึกษา

3.1 ศึกษาดัชนีชี้วัดของบริษัทอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งเลือกจากบริษัทอสังหาริมทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในกลุ่มอุตสาหกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2 เนื้อหาที่นำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับ การวัดผลงาน เชิงดุลยภาพ (Balanced Scorecard)

4. วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้ทำการศึกษาทัศนคติที่วัดในบริษัท อสังหาริมทรัพย์ขนาดใหญ่ในประเทศไทยโดยมี ขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 ทบทวนวัตถุประสงค์และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดทำแบบสัมภาษณ์เชิงลึก

4.2 ทำการสัมภาษณ์บุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งก็คือหัวหน้างานฝ่ายบริหารในบริษัท อสังหาริมทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย จำนวน 5 คน

4.3 วิเคราะห์ข้อมูลจากคำให้สัมภาษณ์ของ บุคคลกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อดัชนีชี้วัดในมุมมองต่าง ๆ ตามทฤษฎีการวัดผลเชิง ดุลยภาพ (Balance Scorecard) ซึ่งเป็นการ นำเสนอข้อมูลโดยการเขียนเชิงพรรณนา(Descriptive Writing) ทั้งนี้การประเมินลำดับความสำคัญ ของแต่ละมุมมองจะเป็นการประเมินลำดับ ความสำคัญโดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

มากที่สุด = 4 คะแนน

มาก = 3 คะแนน

ปานกลาง = 2 คะแนน

น้อย = 1 คะแนน

ผู้วิจัยจะใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) สำหรับการ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เพื่อเป็นการทราบ ถึงลักษณะพื้นฐานทั่วไปของข้อมูลกลุ่มใดกลุ่ม หนึ่ง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดค่าอันตรภาคชั้น สำหรับการแปลงข้อมูลโดยคำนวณค่าอันตรภาคชั้น เพื่อกำหนดช่วงชั้นด้วยการใช้สูตรคำนวณและ คำอธิบายสำหรับแต่ละช่วงชั้น (บุญชม ศรีสะอาด, 2542) ดังนี้

ช่วงชั้นของค่าคะแนน

คำอธิบายสำหรับการแปลผล

1.00 – 1.75 น้อยที่สุด

1.76 – 2.50 น้อย

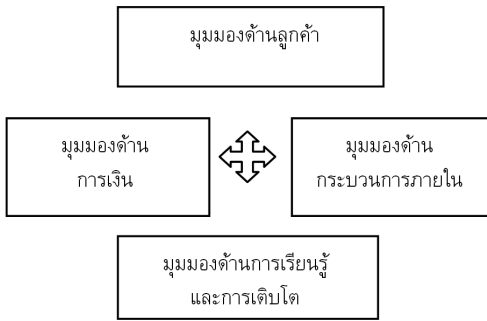
2.51 – 3.25 ปานกลาง

3.26 – 4.00 มาก

4.4 สรุปและวิเคราะห์ผลการวิจัยที่ได้จาก การศึกษาทัศนคติที่วัดในบริษัทอสังหาริมทรัพย์ ขนาดใหญ่ในประเทศไทย

5. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวัดผลงานเชิงดุลยภาพ (Balanced Scorecard หรือ BSC) เป็นเครื่องมือทางการ บริหารจัดการสมัยใหม่เครื่องมือหนึ่งที่ใช้สำหรับการ บริหารผลการปฏิบัติงาน ซึ่งองค์กรที่มีการ จัดการแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงานนิยมนำมาใช้ ในการควบคุมและประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่มีความสำคัญต่อ ความสำเร็จขององค์กร ซึ่งเครื่องมือดังกล่าวเป็น ผลงานของ Robert S. Kaplan และ Dr. David P. Norton โดยมีแนวคิดที่ว่า ความสำเร็จด้านการ เงินเพียงอย่างเดียวไม่อาจจะทำให้องค์กรธุรกิจ ที่หวังผลกำไรประสบผลสำเร็จได้อย่างยั่งยืน การที่องค์กรจะประสบผลสำเร็จได้อย่างยั่งยืน จะต้องประสบผลสำเร็จในปัจจุบันหลัก 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านการเงิน(financial perspective) 2) ด้านลูกค้า (customer perspective) 3) ด้าน กระบวนการภายใน(internal process perspective) และ 4) ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (learning and growth perspective) โดยมีการตีพิมพ์ลงในวารสาร Harvard Business Review ในปี ค.ศ. 1992 (จรินทร์ อาสาทรงธรรม, 2546, 140) ดังแสดงในรูปที่ 1



รูปที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวัดผลงานเชิงดุลยภาพ โดย Kaplan & Norton, 1996

นอกจากนี้ Kaplan & Norton (1996) ยังได้กล่าวไว้ว่าระบบการวัดผลงานเชิงดุลยภาพ จะทำให้องค์กรได้เห็นภาพขององค์กรใน 4 มุมมอง และนำไปสู่การพัฒนาเครื่องมือวัดผล โดยวิธีการรวบรวมข้อมูลและนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ ซึ่งมุมมองทั้ง 4 ดังกล่าว ประกอบด้วย

1. มุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต (learning and growth perspective) เช่น การพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน ความพึงพอใจของพนักงาน การพัฒนาระบบอำนวยความสะดวกในการทำงาน เป็นต้น

2. มุมมองด้านกระบวนการทำงานภายในองค์กร (internal process perspective) เช่น การคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ การจัดโครงสร้างองค์กรที่มีประสิทธิภาพ การประสานงานภายในองค์กร การจัดการด้านสายงานผลิตที่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น

3. มุมมองด้านลูกค้า (customer perspective) เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า ภาวลักษณะ กระบวนการด้านการตลาด การจัดการด้านลูกค้าสัมพันธ์ เป็นต้น

4. มุมมองด้านการเงิน (financial perspective) เช่น การเพิ่มรายได้ ประสิทธิภาพในการผลิตที่มีต้นทุนต่ำและมีการสูญเสียระหว่างผลิตน้อย

การหาแหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนต่ำ เป็นต้น การบริหารจัดการองค์กรอย่างเป็นระบบประกอบด้วย การวางแผน การนำแผนไปปฏิบัติ การตรวจสอบ และการดำเนินการซึ่งเป็นระบบการบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ หรือการบริหารที่ใช้ผลการปฏิบัติงานเป็นพื้นฐานในการประเมินผลจึงต้องกำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจนและสอดคล้องกับแผนงานโดยรวมขององค์กร โดยพิจารณาถึงความประหยัด ความมีประสิทธิภาพ และความสำเร็จ ซึ่งการวัดผลไม่เพียงแต่มองผลสุดท้ายเท่านั้นยังมองถึงกระบวนการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องรอบด้าน การวัดผลเชิงดุลยภาพจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญ เนื่องจากเครื่องมือดังกล่าวสามารถวัดผลการดำเนินการได้รอบด้านทั้งในมุมมองด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการเติบโต ซึ่งสามารถเชื่อมโยงความสำเร็จไปสู่ผลสำเร็จที่เป็นเป้าหมายหลักอย่างมีเหตุผล และมองผลสำเร็จทั้งอดีต ปัจจุบัน และอนาคต อันจะสามารถส่งผ่านวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ไปสู่บุคลากรในทุกระดับอีกทั้งยังสามารถสร้างความเข้าใจร่วมกันภายในองค์กรได้เป็นอย่างดี สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ถือได้ว่าเป็นหัวใจความสำเร็จขององค์กรได้เป็นอย่างดี

6. ผลการศึกษา

จากการสัมภาษณ์หัวหน้างานที่ปฏิบัติงานในบริษัทอสังหาริมทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยปฏิบัติหน้าที่ด้านการบริหาร และตั้งอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 5 บริษัท สามารถสรุปความคิดเห็นต่อดัชนีชี้วัดในมุมมองต่าง ๆ ตามทฤษฎีการวัดผลเชิงดุลยภาพ (Balance Scorecard) ได้ตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงถึงข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์

นั้นจะเห็นได้ว่ามีอยู่ 3 บริษัทที่มีทุนจดทะเบียนอยู่ในช่วง 1,000-9,999 ล้านบาท และอีก 2 บริษัทที่มีทุนจดทะเบียน มากกว่า 10,000 ล้านบาทขึ้นไปและจากการสัมภาษณ์นั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ความคิดเห็นในมุมมองต่าง ๆ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เป็นตารางที่แสดงถึงปัจจัยที่มีผลต่อมุมมองด้านการเงินตามความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ จากตารางพบว่า สิ่งที่ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ใช้เป็นปัจจัยในการวัดผลมุมมองทางการเงิน คือ กำไรสุทธิ/กำไรขั้นต้น และกระแสเงินสดหรือระดับเงินสดที่มีอยู่ของบริษัท สำหรับมุมมองถัดมาคือ มุมมองด้านลูกค้า ซึ่งจากการสัมภาษณ์นั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ข้อคิดเห็น ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 1 ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์

บริษัท	ตำแหน่งงาน	ประสบการณ์	ทุนจดทะเบียนบริษัท (บาท)
A	Managing Director	4 เดือน	1,100,000,000
B	Chief executive officer	3 ปี	10,714,426,091
C	Managing Director	1 ปี	1,475,698,768
D	Chief Financial Officer	22 ปี	1,969,413,525
E	Chief Financial Officer	3 ปี	12,031,105,828

สำหรับมุมมองทางด้านลูกค้านั้นจากตารางที่ 3 จะเห็นได้ว่าบริษัทส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ของลูกค้า/การทำตามสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า โดยพิจารณาจากผลการประเมินระดับความพึงพอใจในการทำตามข้อสัญญาที่ได้รับจากบริษัทฯ

มุมมองด้านกระบวนการภายใน ตามความคิดเห็นที่แสดงในตารางที่ 4 นั้น แสดงให้เห็นว่าบริษัทส่วนใหญ่คำนึงถึงความโปร่งใสโดยพิจารณาจากผลการตรวจสอบทางการบัญชี/เอกสารทางการบัญชีที่ตรวจสอบได้/การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่แต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 2 ดัชนีชี้วัดด้านการเงินตามความเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์

ความคิดเห็น	บริษัท				
	A	B	C	D	E
กำไรสุทธิ/ กำไรขั้นต้น	/	/			/
กระแสเงินสด/ ประสิทธิภาพในการบริหารเงินทุน /ระดับเงินสดที่มีอยู่	/		/		/
รายได้จากการดำเนินงานปกติ/ ยอดรับรู้รายได้		/		/	
ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร		/			/
สภาพคล่องทางการเงิน			/		
เงินปันผลของผู้ถือหุ้น			/		
ยอดขายโครงการต่าง ๆ				/	

ตารางที่ 3 ดัชนีชี้วัดด้านลูกค้าตามความเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์

ความคิดเห็น	บริษัท				
	A	B	C	D	E
ความพึงพอใจของลูกค้า	/	/	/		
จำนวนลูกค้า/จำนวนลูกค้าที่บอกต่อลูกค้าอื่น		/			/
การเข้าแวะชมของลูกค้า			/		/
ระยะเวลาในการเป็นลูกค้า			/		
ความไว้วางใจ				/	
จำนวนข้อร้องเรียน					/

ตารางที่ 4 ตัวชี้วัดด้านกระบวนการภายในตามความเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์

ความคิดเห็น	บริษัท				
	A	B	C	D	E
ความโปร่งใส	/		/	/	
ความถูกต้องตามกฎหมาย	/				
ความสามารถในการเปิดโครงการตามแผนงาน		/			
ความสามารถในการส่งมอบโครงการให้ได้ตามกำหนด		/	/		
ความต่อเนื่องในการดำเนินงาน				/	/
การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน				/	
การตรวจสอบมาตรฐานจากหน่วยงานผู้ควบคุมบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์					/

ตารางที่ 5 ตัวชี้วัดด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กรตามความเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์

ความคิดเห็น	บริษัท				
	A	B	C	D	E
ความพึงพอใจของพนักงาน		/			
การฝึกอบรมพนักงาน		/	/	/	/
การวัดผลการประเมินความพึงพอใจต่อ					
วิทยากรของผู้เข้าอบรม		/			
ระดับความขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในองค์กร			/		
ความมีชื่อเสียงที่เพิ่มขึ้น				/	
ระยะเวลาในการดำเนินงานให้คงอยู่ของบริษัท				/	
ทักษะของพนักงาน					/

มุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร ตามความคิดเห็นที่แสดงในตารางที่ 5 นั้น แสดงให้เห็นว่าบริษัทส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมพนักงาน

ตารางที่ 6 ลำดับความสำคัญของแต่ละมุมมอง

บริษัท	มุมมองด้านการเงิน	มุมมองด้านลูกค้า	มุมมองด้านกระบวนการภายใน	มุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร
A	4	1	3	2
B	3	4	2	1
C	4	2	1	3
D	1	3	4	2
E	3	4	2	1
ค่าเฉลี่ย	3.00	2.80	2.40	1.80
ระดับความสำคัญ	ปานกลาง	ปานกลาง	น้อย	น้อย

จากตารางที่ 6 นั้น บ่งบอกถึงความสำคัญของแต่ละมุมมองที่ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความคิดเห็นโดยส่วนใหญ่นั้นผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความสำคัญกับมุมมองด้านการเงินมากเป็นอันดับหนึ่ง โดยมีระดับความสำคัญในระดับปานกลาง รองลงมา ได้แก่ มุมมองด้านลูกค้า มีระดับความสำคัญในระดับปานกลาง มุมมองด้านกระบวนการภายใน มีความสำคัญในระดับน้อย และมุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กรมีความสำคัญในระดับน้อย ตามลำดับ โดยมุมมองด้านการเงินและมุมมองด้านลูกค้า นั้น บริษัทส่วนใหญ่ให้ความสำคัญพอ ๆ กัน

7. สรุปผลการศึกษา

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าบริษัทส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับมุมมองด้านการเงินมากเป็นอันดับหนึ่ง โดยมีระดับความสำคัญในระดับปานกลาง รองลงมา ได้แก่ มุมมองด้านลูกค้า ซึ่งมีระดับความสำคัญในระดับปานกลาง มุมมองด้านกระบวนการภายใน มี

ความสำคัญในระดับน้อย และมุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กรมีความสำคัญในระดับน้อยที่สุดตามลำดับ ทั้งนี้ ผลจากการสัมภาษณ์ พบว่า ตัวชี้วัดที่ใช้ในการวัดผลการดำเนินงานในแต่ละมุมมองนั้น ผู้วิจัยสามารถสรุปผลได้ ดังนี้

- ดัชนีชี้วัดด้านการเงินได้แก่กำไรสุทธิ/กำไรขั้นต้น และกระแสเงินสดหรือระดับเงินสดที่มีอยู่ของบริษัท

- ดัชนีชี้วัดด้านลูกค้า ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้า/การทำตามสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า โดยพิจารณาจากผลการประเมินระดับความพึงพอใจในการทำตามข้อสัญญาที่ได้รับจากบริษัท

- ดัชนีชี้วัดด้านกระบวนการภายใน ได้แก่ ความโปร่งใส โดยพิจารณาจากผลการตรวจสอบทางกฏบัญชี/เอกสารทางกฏบัญชีที่ตรวจสอบได้/การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่แต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- ดัชนีชี้วัดด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร ได้แก่ ความสำคัญกับการฝึกอบรมพนักงาน

ข้อจำกัดในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ข้อจำกัดด้านเวลาในการสัมภาษณ์ ความลับของข้อมูล นอกจากนี้ การให้ระดับความสำคัญของแต่ละมุมมองนั้นอาจจะมีผลจากปัจจัยภายนอก เช่น สภาวะเศรษฐกิจ พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นต้น จึงทำให้การให้ระดับความสำคัญของแต่ละมุมมองและแต่ละบริษัท นั้นมีความแตกต่างกัน

รายการอ้างอิง

กนกพรรณ บรรลือทรัพย์. (2554). *การประยุกต์ใช้ Balanced Scorecard (BSC) ในการบริหารจัดการองค์การ กรณีศึกษา บริษัทธุรกิจค้าปลีกหนังสือต่างประเทศในประเทศไทย*. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

จรินทร์ อาสาทรงธรรม. (2546). *Balanced Scorecard ช่วยกิจการได้จริงหรือ*. *วารสาร BU Academic Review*, 2(1),138-143.

บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ ครั้งที่ 7)*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

พัชราพรรณ พุทธกาล. (2554). *ปัญหาและอุปสรรคจากการจัดการองค์การด้วย Balanced Scorecard ของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 18 กรมสรรพากร*. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

อติชัย ธนเหลืออร่าม. (2553). *ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดเผยข้อมูลตามมุมมอง Balanced Scorecard กับผลปฏิบัติงานทางการเงินวัดโดยอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) และอัตราผลตอบแทนจากรายได้ (ROR) กรณีศึกษา: บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์*. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อัจฉรา จันทร์ฉาย. (2549). *สู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจ: คู่มือการวางแผนกลยุทธ์และจัดทำ BSC (Balanced Scorecard)*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *Using the balanced scorecard as a strategic management system*. Boston: Harvard Business School Press.