



การศึกษารูปแบบอาคารชุดพักอาศัยทางด้านกายภาพเพื่อตอบสนอง
คนเจนเอเรชั่นวัยที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวอริสรา แก่นเพชร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การศึกษารูปแบบอาคารชุดพักอาศัยทางด้านกายภาพเพื่อตอบสนอง
คนเจนเอเรชั่นวายที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวอริสรา แก่นเพชร



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



AN EXAMINATION OF CONDOMINIUM PHYSICAL ELEMENTS
RESPONDING TO THE GENERATION Y LIFESTYLE IN
BANGKOK'S CENTRAL BUSINESS DISTRICT

BY

MISS ARISARA KAENPECH

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER DEGREE OF SCIENCE
INNOVATIVE REAL ESTATE DEVELOPMENT
FACULTY OF ARCHITECTURE AND PLANNING
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2015
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง

วิทยานิพนธ์

ของ

นางสาวอริสรา แก่นเพชร

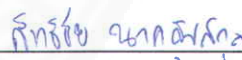
เรื่อง

การศึกษารูปแบบอาคารชุดพักอาศัยทางด้านกายภาพเพื่อตอบสนอง
คนเจนเอเรชั่นวัยที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (นวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์)

เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ. 2559

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(ดร. สิทธิชัย นาคสุขสกุล)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์



(อาจารย์ ดร. ดำรงค์ศักดิ์ รินชุมภู)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(อาจารย์ ดร. ศิวาพร กลิ่นมาลัย)

คณบดี



(รองศาสตราจารย์ เกลิมวัฒน์ ตันตสวัสต์)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษารูปแบบอาคารชุดพักอาศัยทางด้านกายภาพเพื่อตอบสนองคนเจนเอเรชั่นวายที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	นางสาวอริสรา แก่นเพชร
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	นวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	อาจารย์ ดร. ดำรงค์ดี รินชุมภู
ปีการศึกษา	2558

บทคัดย่อ

เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางรายได้และอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ของประเทศไทย โดยเฉพาะในเขตศูนย์กลางธุรกิจ (Central Business District, CBD) เช่น สีลม สาทร เพลินจิต ชิดลม อโศก สยาม เป็นต้น มีระบบขนส่งมวลชนที่สะดวกสบายเชื่อมจากศูนย์กลางธุรกิจไปถึงย่านต่าง ๆ ทำให้มีประชากรเข้ามาประกอบอาชีพหรือทำการศึกษาในย่านดังกล่าวเป็นจำนวนมาก ซึ่งจากประชากรที่เข้ามาทำงานหรือทำการศึกษาในย่านดังกล่าวในปัจจุบันคนกลุ่มใหญ่จะอยู่ในช่วงช่วงอายุ 19 - 35 ปี มากที่สุด ทำให้เกิดความต้องการที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมกับการใช้ชีวิตในเมืองหลวงของกรุงเทพมหานคร ที่ใกล้แหล่งงานเพื่อรองรับคนกลุ่มนี้

การวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวทางในการพัฒนารูปแบบทางด้านกายภาพโครงการที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดพักอาศัย ที่ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มคนที่เกิดในช่วง ปี 2523 - 2538 (ค.ศ. 1980 - 1995) ซึ่งเป็น “คนกลุ่มใหญ่” ที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร และเริ่มเข้าสู่วัยการทำงาน มีรายได้เป็นของตัวเอง โดยได้มีการนิยามคนกลุ่มนี้ในภาษาอังกฤษไว้ว่า เจเนอเรชั่นวาย (“Generation Y”) (วีรพงษ์ ชุตินันท์, 2556) ซึ่งในปัจจุบันปี พ.ศ. 2558 อยู่ในช่วงอายุ 19 - 35 ปี โดยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านออกแบบโครงการอาคารชุดพักอาศัยสำหรับกลุ่มเป้าหมายเจเนอเรชั่นวาย และนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ มาวิเคราะห์เปรียบเทียบและแปลความหมายในรูปของการวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อนำมาคัดกรองจัดทำเครื่องมือแบบสอบถาม จากนั้นได้นำเครื่องมือแบบสอบถามมาเก็บข้อมูลประชากรที่มีอายุ 19 - 35 ปี จำนวน 400 คน ในเขตพื้นที่ สีลม สาทร

เพลินจิต ชิตลม อโศก สยาม ที่อยู่ในพื้นที่ศึกษาของงานวิจัย เพื่อเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ และนำผลมาวิเคราะห์แนวทางและรูปแบบในการพัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่ตอบสนองต่อแนวคิดต่อความต้องการของกลุ่มประชากรเจนเอเรชั่นวาย

จากการวิจัยนั้น ผลการวิจัยที่ได้แสดงให้เห็นว่าประชากรกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ที่ใช้ชีวิตในย่านศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานคร มีความต้องการที่พักอาศัยพื้นที่ใช้สอยเล็กลง แต่มีรูปแบบการออกแบบที่มีพื้นที่ใช้สอยครบครัน ใกล้เคียงงานและสะดวกในการเดินทาง เพื่อประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย โดยมีปัจจัยด้านรูปแบบการเดินทางเป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นรูปแบบการพักอาศัยในห้องชุดหรืออาคารชุดพักอาศัยที่มีทำเลติดถนนใหญ่ และมีสาธารณูปโภคอยู่ใกล้บริเวณรอบโครงการที่สามารถขับรถส่วนตัวได้สะดวกและรวดเร็ว สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการที่เพิ่มมากขึ้นจากอดีต เช่น ร้านค้าสะดวกซื้อ ส่วนกลางที่มีขนาดและอุปกรณ์ที่เพียงพอต่อผู้อยู่อาศัยในโครงการ รวมถึงด้านราคาของโครงการที่สอดคล้องต่อรายได้ของกลุ่มประชากรเจนเอเรชั่นวายแต่ละช่วงอายุ สิ่งเหล่านี้สามารถตอบสนองความต้องการต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตและกำลังผ่อนชำระของกลุ่มประชากรเจนเอเรชั่นวายได้ในยุคปัจจุบัน

คำสำคัญ: อาคารชุดพักอาศัย, เจนเอเรชั่นวาย, ศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร, ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ

Thesis Title	AN EXAMINATION OF CONDOMINIUM PHYSICAL ELEMENTS RESPONDING TO THE GENERATION Y LIFESTYLE IN BANGKOK'S CENTRAL BUSINESS DISTRICT
Author	Miss Arisara Kaenpech
Degree	Master of Science
Department/Faculty/University	Innovative Real Estate Development Architecture and Planning Thammasat University
Thesis Advisor	Damrongsak Rinchumphu, Ph.D
Academic Years	2015

ABSTRACT

Bangkok, especially in the Central Business District (CBD) areas such as Silom, Sathorn, Ploenchit, Chitlom, Asoke, and Siam Square, is the center of Thailand, in terms of revenue generation and large-scale industries. The convenience of mass transit systems connecting CBD with outer areas draws people into the heart of the city either to work or to have better education. Majority of these influxes ages from 19 to 35 years old raises the needs for midtown residential that can accommodate the young generation's lifestyle.

This study is to examine the physical attributes of condominium in response to the needs of those who were born during 1980-1995, also known as the Generation Y or Gen Y, who are the main stream spenders starting to earn their livings in the center of the city. Primary data was gathered by interviewing several experts with experiences in designing on Gen Y condominiums in the CBD. The qualitative data was then analyzed and used to construct the corresponding set of

questions. Following quantitative survey from 400 samples in Silom, Sathorn, Ploenchit, Chidlom, Asoke, Siam Square areas was conducted and the data was used to develop Gen Y's condominium planning guidelines.

Result of the study shows that the Gen Y living in the CBD requires smaller living space yet with more complete functional attributes. They prefer locations closer to their work places for convenience; therefore they can save time and reduce traveling expense. Transportation pattern is the key that influences their decision-making on buying. Gen Y condominiums should be on main roads and close to living facilities. Amenities such as convenience stores should be included in the project to meet their living requirements. Also the price of the condominium should be corresponding to their purchasing power.

Keywords: Condominium, Generation Y, Bangkok Central Business District (CBD), Bangkok mass transit.

กิตติกรรมประกาศ

ผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณ ดร. ดำรงค์ศักดิ์ รินชุมภู ผู้เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา และ ดร. สิทธิชัย นาคสุขสกุล ประธานกรรมการ รวมทั้ง ดร. ศิวาพร กลิ่นมาลัย ที่กรุณาเสียสละเวลาเป็นคณะกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์และให้ความอนุเคราะห์อย่างสูงเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือเพื่อการวิจัย และให้คำแนะนำในการวิจัยครั้งนี้ รวมถึงคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และสั่งสอนประสบการณ์ต่าง ๆ อันนำมาซึ่งความรู้และความเข้าใจในการวิจัยครั้งนี้ ตลอดจนผู้มีส่วนร่วมในความสำเร็จทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และ อำนวยความสะดวกในการทำการวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ ให้เป็นไปด้วยดีตลอดมา

ขอบพระคุณ บริษัท แพลนแอสโซซิเอส จำกัด และ บริษัท ปาล์มเมอร์ แอนด์ เทอร์เนอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่การทำวิจัยในครั้งนี้ ผู้จัดทำได้รู้สึกซาบซึ้งถึงความกรุณาและความเมตตาที่มีให้แก่ผู้จัดทำตลอดมา และกราบขอบพระคุณด้วยความเคารพเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ สาขาวิชานวัตกรรมกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ทุกท่าน ที่เป็นกำลังใจซึ่งกันและกันอยู่เสมอมาตลอดจนให้ความช่วยเหลือ และคำแนะนำที่มีให้เป็นอย่างดี ท้ายที่สุดผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณ บุญคุณของบิดา และ มารดา พี่ชายพร้อมครอบครัว ผู้ให้สติปัญญาและชีวิต เป็นกำลังใจแก่ผู้จัดทำมาโดยตลอดเสมอมา จนประสบความสำเร็จจุลวงได้ในวันนี้

นางสาวอริสรา แก่นเพชร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(11)
สารบัญภาพ	(15)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการค้นคว้า	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ทำการศึกษา	4
1.3.2 ขอบเขตของกลุ่มตัวอย่าง	4
1.3.3 ขอบเขตเนื้อหาการวิจัย	4
1.3.4 ขอบเขตด้านเครื่องมือการวิจัย	4
1.4 ระเบียบการวิจัย	5
1.4.1 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	5
1.4.2 กรอบแนวความคิด	6
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในงานวิจัย	6

บทที่ 2 แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 ความหมายศูนย์กลางธุรกิจ (Central Business District: CBD)	8
2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างเมือง (CBD) กับระบบขนส่งมวลชน (mass transit)	9
2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างระบบขนส่งมวลชน (mass transit) กับที่อยู่อาศัย (residence)	10
2.3.1 สถานการณ์ภาวะของตลาดอาคารชุดในกรุงเทพมหานคร	10
2.3.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มด้านทำเลที่ตั้งอาคารชุดในกรุงเทพมหานคร	11
2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัย (residence) กับกลุ่มคนแต่ละรุ่น (generation)	18
2.5 ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนแต่ละรุ่น (Generation) กับเมือง (CBD)	20
2.6 กลุ่มคนเจนเอเรชั่นวาย	21
2.6.1 การแบ่งกลุ่มคนเจนเอเรชั่น	21
2.6.2 เจนเอเรชั่นวายในเมืองไทย	21
2.6.3 กลยุทธ์การตลาดด้านผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวาย	22
2.6.4 การจัดระดับความสามารถในการซื้อหาที่อยู่อาศัยของกลุ่มคนเจนเอเรชั่นวาย	22
2.7 การพิจารณาองค์ประกอบและประเภทของอาคารชุดพักอาศัย	23
2.7.1 ความหมายของคอนโดมิเนียม	23
2.7.2 ประเภทตามการใช้งานของอาคารชุด (คอนโดมิเนียม)	24
2.7.3 ส่วนองค์ประกอบที่สำคัญของอาคารชุดพักอาศัย (คอนโดมิเนียม)	25
2.7.4 การจัดกลุ่มและระดับอาคารชุดพักอาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร	29
2.7.5 ข้อกำหนดเบื้องต้นทางด้านกฎหมาย ห้องชุดพักอาศัย ในด้านการออกแบบ	30
2.7.6 แนวคิดการพัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัยในด้านการออกแบบ	31
2.8 กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทอาคารชุดพักอาศัย	33
2.9 ทฤษฎีและแนวคิดการสร้างเครื่องมือในงานวิจัย	34
2.9.1 แบบสัมภาษณ์ (Interview Form)	34
2.9.2 แบบสอบถาม (Questionnaire)	36
2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	39
2.11 บทสรุปจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	41

บทที่ 3 วิธีการวิจัย	44
3.1 รูปแบบของการวิจัย	44
3.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล	45
3.2.1 กลุ่มตัวอย่าง	45
3.2.2 การวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่าง	46
3.2.3 วิธีการสุ่มตัวอย่างและขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง	46
3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	46
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	47
3.4.1 แบบสัมภาษณ์ผู้ออกแบบโครงการ	47
3.4.2 แบบสอบถาม	47
3.5 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย	48
3.5.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	48
3.5.2 ลักษณะของแบบสัมภาษณ์	49
3.5.3 ลักษณะของแบบสอบถาม	49
3.6 การทดสอบเครื่องมือ	49
3.6.1 การทดสอบหาความตรง (validity)	49
3.6.2 การหาคุณภาพเครื่องมือด้านความเที่ยง (reliability)	50
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล	50
3.8 แผนการดำเนินงาน	51
บทที่ 4 ผลวิเคราะห์ข้อมูล	52
4.1 ตารางความเที่ยงตรง (validity)	52
4.1.1 ความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม	52
4.1.2 ความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์	54
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์ผู้ออกแบบวางผังโครงการ อาคารชุดพักอาศัย	55
4.2.1 คุณลักษณะของผู้ให้สัมภาษณ์	56
4.2.2 ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อแนวคิดในการเลือกที่อยู่อาศัย ของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร	56

4.2.3 แนวความคิดต่อการตัดสินใจซื้อในด้านการออกแบบกายภาพ ภายในโครงการ	58
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป	60
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในการเปลี่ยนที่อยู่อาศัย	63
4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในการเลือกที่อยู่อาศัย	64
4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดต่อความต้องการ ในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด	67
4.7 ผลการทดสอบสมมติฐาน	72
4.7.1 สถานภาพ	72
4.7.2 อายุ	77
4.7.3 อาชีพ	82
4.8 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	88
4.9 ผลการเปรียบเทียบระหว่างผู้สัมภาษณ์กับผู้ตอบแบบสอบถาม	89
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	92
5.1 สรุปผลการศึกษา	93
5.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป	93
5.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในการเปลี่ยนที่อยู่อาศัย	93
5.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในการเลือกที่อยู่อาศัย	94
5.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดต่อความต้องการใน ด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด	94
5.1.5 การทดสอบสมมติฐาน	94
5.2 อภิปรายผล	94
5.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป	94
5.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในด้านรูปแบบการออกแบบ พื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุด และลักษณะของพื้นที่ใช้สอยส่วนกลาง ของโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของ กลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ที่ใช้ชีวิตในเขต ศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร	95

5.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของ คุณลักษณะของกลุ่มผู้บริโภค ในการเลือกที่อยู่อาศัยที่ส่งผลต่อการออกแบบ พื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุด และลักษณะของพื้นที่ใช้สอยส่วนกลาง ของโครงการอาคารชุดพักอาศัยเพื่อตอบสนองกลุ่มประชากรเจนเอเรชั่นวาย ที่ใช้ชีวิตในเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร	95
5.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนารูปแบบพื้นที่ใช้สอย ภายในห้องชุดและลักษณะของพื้นที่ใช้สอยส่วนกลางของโครงการอาคาร ชุดพักอาศัยเพื่อตอบสนองกลุ่มประชากรเจนเอเรชั่นวาย ที่ใช้ชีวิตในเขต ศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร ต่อการตัดสินใจซื้อในด้านกายภาพ เกี่ยวกับห้องชุด	96
5.2.5 การทดสอบสมมติฐาน	97
5.3 ข้อเสนอแนะ	98
5.3.1 ข้อเสนอแนะและประโยชน์จากการวิจัยครั้งนี้	98
5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	99
รายการอ้างอิง	100
ภาคผนวก	104
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์	105
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	111
ภาคผนวก ค ตารางตัวอย่างของ Taro Yamane	117
ภาคผนวก ง บทความวิชาการ การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต	119
ประวัติผู้เขียน	129

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 การแบ่งระดับราคาอาคารชุดพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร	29
2.2 การสรุปข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวรรณกรรม	43
3.1 แผนและระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย	51
4.1 แสดงความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม	52
4.2 แสดงความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์	54
4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อแนวคิดในการเลือกที่อยู่อาศัย ของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร	57
4.4 ผลการวิเคราะห์แนวคิดกับแนวความคิดต่อการความต้องการด้านการออกแบบ กายภาพภายในโครงการ	58
4.5 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	60
4.6 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ	60
4.7 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	61
4.8 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	61
4.9 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	62
4.10 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามย่าน/เขต สถานที่ประกอบอาชีพ หรือสถานที่ศึกษา	62
4.11 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลของการเปลี่ยน ที่อยู่อาศัย (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)	63
4.12 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภททรัพย์สิน ที่ต้องประกอบอาชีพ/ธุรกิจ/ศึกษา ในย่านธุรกิจกรุงเทพมหานคร (CBD) (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)	64
4.13 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทำเลที่ตั้งโครงการ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)	64
4.14 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบการเดินทาง ที่จำเป็นในการใช้ชีวิต (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)	65
4.15 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่อำนวยความสะดวก ใกล้โครงการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	66

4.16 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบโครงการที่ต้องการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	66
4.17 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับราคาห้องชุดที่รับได้	67
4.18 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามขนาดห้องชุดที่ต้องการ	68
4.19 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะห้องชุดที่ต้องการ	68
4.20 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะห้องครัวภายในห้องชุด ที่ต้องการ	69
4.21 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการออกแบบห้องชุด	69
4.22 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการออกแบบพื้นที่ใช้สอยพิเศษ ในห้องชุด	70
4.23 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการตกแต่งภายในห้องชุด ที่ต้องการ	70
4.24 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสาธารณูปโภคส่วนกลาง ที่ต้องการและใช้บ่อยมากที่สุดในการ(ตอบมากกว่า 1 คำตอบ)	71
4.25 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวก ที่อยากให้มีในการ(ตอบมากกว่า 1 คำตอบ)	71
4.26 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับแนวความคิดต่อ ความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามระดับราคาห้องชุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05	73
4.27 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับแนวความคิดต่อ ความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามระดับราคา ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05	73
4.28 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับแนวความคิดต่อ ความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามลักษณะห้องชุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05	74
4.29 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับแนวความคิดต่อ ความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามลักษณะห้องครัว ภายในห้องชุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05	75

- 4.30 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับแนวความคิดต่อ
ความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามการออกแบบห้องชุด
ที่ให้ความสำคัญมากที่สุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05 75
- 4.31 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับแนวความคิดต่อ
ความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามการออกแบบ
พื้นที่ใช้สอยพิเศษในห้องชุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05 76
- 4.32 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับแนวความคิดต่อความต้องการ
ในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามลักษณะการตกแต่งภายในห้องชุด
ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05 76
- 4.33 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับแนวความคิดต่อ
ความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามระดับราคาห้องชุด
ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05 77
- 4.34 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับแนวความคิดต่อการ
ความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามขนาดห้องชุดที่ต้อง 78
- 4.35 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับแนวความคิดต่อ
ความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามลักษณะห้องชุด
ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05 79
- 4.36 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับแนวความคิดต่อ
ความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามลักษณะห้องครัว
ภายในห้องชุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05 79
- 4.37 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับแนวความคิดต่อ
ความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามการออกแบบห้องชุด
ที่ให้ความสำคัญมากที่สุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05 80
- 4.38 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับแนวความคิดต่อ
ความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามการออกแบบพื้นที่
ใช้สอยพิเศษในห้องชุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05 81
- 4.39 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับแนวความคิดต่อ
ความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามลักษณะ
การตกแต่งภายในห้องชุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05 81

- 4.40 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแนวความคิดต่อ
ความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามระดับราคาห้องชุด
ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05 82
- 4.41 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแนวความคิดต่อ
ความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามขนาดห้องชุดที่ต้องการ
ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05 83
- 4.42 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแนวความคิดต่อ
ความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามลักษณะห้องชุด
ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05 84
- 4.43 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแนวความคิดต่อ
ความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุดจำแนกตามลักษณะห้องครัว
ภายในห้องชุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05 84
- 4.44 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแนวความคิดต่อ
ความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามการออกแบบห้องชุด
ที่ให้ความสำคัญมากที่สุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05 85
- 4.45 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแนวความคิดต่อ
ความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามการออกแบบ
พื้นที่ใช้สอยพิเศษในห้องชุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05 86
- 4.46 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแนวความคิดต่อ
ความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้อง จำแนกตามลักษณะ
การตกแต่งภายในห้องชุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05 87
- 4.47 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับแนวความคิด
ต่อความต้องการซื้อในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด 88
- 4.48 สรุปผลการเปรียบเทียบระหว่างผู้สัมภาษณ์กับผู้ตอบแบบสอบถาม
กับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด 89

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบตัวแปร	6
2.1 ภาพแสดงย่านธุรกิจ ในเขตกรุงเทพมหานคร (Central business district, CBD) (ที่ใช้ในงานวิจัย)	9
2.2 ภาพแสดงระบบขนส่งมวลชน (mass transit) ย่านธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร (Central business district, CBD.)	10
2.3 ผังเส้นทางขนส่งระบบรางในเขตกรุงเทพมหานครในปัจจุบัน (2554) 56 สถานี	12
2.4 ผังเส้นทางขนส่งระบบรางในเขตกรุงเทพมหานครภายใน 10 ปี (2565)	13
2.5 ภาพแสดงโครงการคอนโดมิเนียมเปิดใหม่ตั้งแต่ ม.ค ถึง ต.ค.ปี 2550	14
2.6 ยอดขายคอนโดมิเนียมเปิดตัวใหม่ในปี 2555 แยกตามระยะทางจากระบบขนส่งราง	16
2.7 ราคาเฉลี่ยคอนโดมิเนียมเปิดตัวใหม่ในปี 2555 แยกตามระยะทางระบบขนส่งราง	17
3.1 แผนผังขั้นตอนในการวิจัย	45
3.2 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย	47

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบันกรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางรายได้ และอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ของประเทศไทย โดยเฉพาะในเขตศูนย์กลางธุรกิจ (Central Business District, CBD) ตัวอย่าง เช่น สีลม สาทร เพลินจิต ชิดลม อโศก สุขุมวิท เป็นต้น จึงมีประชากรเข้ามาอยู่อาศัยเป็นจำนวนมาก ทั้งที่อยู่อาศัยเดิมและผู้ที่ต้องการเข้ามาประกอบอาชีพต่าง ๆ อีกทั้งยังเพื่อศึกษาต่อ ส่งผลให้จำนวนประชากรในกรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น ผนวกกับความต้องการที่อยู่อาศัยสำหรับประชากรที่เพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย โดยเฉพาะใกล้แหล่งประกอบธุรกิจในเขตเมือง (Central Business District, CBD) แต่เนื่องจากกรุงเทพมหานครมีพื้นที่และข้อจำกัดในการพัฒนาที่อยู่อาศัยในแนวราบให้เพียงพอต่อจำนวนผู้ที่ต้องการมีที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร จึงส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในปัจจุบัน เลือกว่าที่จะพัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัย เพื่อตอบสนองกลุ่มคนเมือง

ซึ่งสอดคล้องกับบทวิจัยของ Sanit et al., (2013) ว่าพื้นที่กรุงเทพมหานคร (กทม) เป็นเมืองหลวงของราชอาณาจักรไทยและเป็นมหานครขนาดใหญ่ นครหนึ่งในภูมิภาคเอเชียโดยมีประชากรทั้งหมดจากการสำมะโนประชากรปี 2554 ประมาณ 12 ล้านคน เป็นอัตราความหนาแน่นที่สูงมาก ดังนั้นกรุงเทพมหานคร จึงมีนโยบายในการกระจายการเติบโตของตัวเมือง (decentralization) ของเขตศูนย์กลางธุรกิจ (Central Business District: CBD) กรุงเทพมหานครไปยังย่าน (node) ทั้งหมด 7 ย่าน ที่ตั้งอยู่บริเวณชานเมืองหรือบริเวณห่างจากศูนย์กลางธุรกิจ แต่มีระบบขนส่งทั้งทางถนนหรือทางรางที่สะดวกสบายเชื่อมจากศูนย์กลางธุรกิจไปถึงยังย่านดังกล่าว และกรุงเทพมหานครได้กำหนดนโยบายเพื่อพัฒนาจัดหาแหล่งงานและที่อยู่อาศัยรองรับอีกด้วย

จากการวิเคราะห์จำนวนประชากรข้างต้น ได้สอดคล้องกับรายงานการสำรวจของเด็กและเยาวชน พ.ศ. 2545 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติสรุปว่า ประชากรร้อยละ 17.8 ของจำนวนประชากรทั้งหมดของประเทศไทย หรือจำนวน 11.3 ล้านคน เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วง ปี 2523 – 2538 (ค.ศ. 1980 - 1995) เป็น “คนกลุ่มใหญ่” ที่เริ่มเข้าสู่การทำงาน มีรายได้เป็นของตัวเอง ในปัจจุบันปี พ.ศ. 2558 อายุเฉลี่ยอยู่ที่ 19 - 35 ปี โดยได้มีการนิยามคนกลุ่มนี้ในภาษาอังกฤษไว้ว่า เจเนอเรชันวาย “Generation Y” ซึ่งคนกลุ่มนี้ว่า เป็นกลุ่มประชากรที่เข้ามาทำงานในกรุงเทพมหานครและมีพลังขับเคลื่อนทางด้านธุรกิจมากกว่ากลุ่มคนรุ่นอื่น ๆ อีกทั้งยังมีกำลังการซื้อจับจ่ายสินค้ามากขึ้นและสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากบทความ บ้านของคนแต่ละ Gen (2556) ได้ให้นิยามที่อยู่อาศัยของกลุ่มคนเจเนอเรชันวาย ว่าคนรุ่นนี้มีภัก

เป็นกลุ่มมนุษย์ที่อยู่ใน “City Condo” หรือคอนโดในเมืองเพราะครอบครัวของตนมีขนาดเล็กเมื่อเทียบกับรุ่นพ่อแม่หรือแยกออกมาอยู่คนเดียว จึงไม่ต้องการสถานที่กว้างขวางมากนัก ชอบสิ่งของรูปทรงกะทัดรัดเพรียวบางแต่ทันสมัย

จากการวิจัยของ Lerman et al., (1980) และ Sirikolkarn, P. (2008) ได้ให้ข้อมูลสนับสนุนไว้ว่ารูปแบบการเลือกที่พักอาศัยของประชาชนในกรุงเทพมหานครมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยที่ประชากรผู้มีระดับรายได้ปานกลางถึงสูงได้เลือกที่จะพักอาศัยในย่านในหรือศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร เนื่องจากมีโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยจำนวนมากที่พัฒนาโครงการตามแนวระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน แต่ยังคงพบว่าประชากรผู้มีระดับรายได้น้อยเลือกที่จะพักอาศัยในย่านที่ที่ดินราคาสูงในกรุงเทพมหานครเช่นกัน เนื่องจากต้องการลดค่าใช้จ่ายและเวลาในการเดินทางไปยังแหล่งงาน

จากปรากฏการณ์ดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ประชากรที่มีกำลังซื้อที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดอยู่ในวัยทำงาน ซึ่งหมายถึงกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวายเป็นกลุ่มใหญ่ จากแนวโน้มดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า ประชากรกลุ่มเจนเนอเรชันวายที่ทำงานในเขตศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานคร ต้องการพักอาศัยพื้นที่ใช้สอยเล็กใกล้แหล่งงานและสะดวกในการเดินทางเพื่อประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย เนื่องจากรูปแบบการพักอาศัยในห้องชุดหรืออาคารชุดพักอาศัย สามารถตอบสนองความต้องการต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตและกำลังผ่อนชำระของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวายได้ในยุคปัจจุบัน

จากการวิเคราะห์เบื้องต้น ตระหนักได้ว่าความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มิได้หมายถึงการบริการหรือราคาเพียงอย่างเดียว แต่อาจต้องตระหนักถึง รูปแบบทางกายภาพอาคาร การออกแบบสถาปัตยกรรม ทำเล ที่ตั้ง ความคล่องตัวในการเดินทาง ที่ต้องมีความสอดคล้องกับการใช้ชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย ซึ่งมีทัศนคติ และรูปแบบความพึงพอใจที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้ จึงมุ่งศึกษาความต้องการต่อรูปแบบด้านกายภาพที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดด้านการออกแบบกายภาพ ภายในโครงการ เช่น รูปแบบห้องชุด ลักษณะพื้นที่ส่วนกลาง ของกลุ่มเจนเนอเรชันวายที่ประกอบอาชีพหรือศึกษาในย่านศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร เนื่องจากผู้วิจัยได้พิจารณาแล้วว่า ย่านศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร ได้แก่บริเวณเขตสีลม สาทร เพลินจิต ชิดลม อโศก เป็นย่านที่มีการดำเนินธุรกิจและการขับเคลื่อนพลวัตอย่างเข้มข้น และยังคงมีการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยเพื่อรองรับประชากรที่ต้องทำงานในศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานครอย่างต่อเนื่อง แต่ด้วยเหตุที่ราคาที่ดินในบริเวณดังกล่าวนี้มีราคาสูงขึ้น ทำให้การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยมีข้อจำกัด การวิจัยนี้ จึงได้ศึกษารูปแบบทางกายภาพอาคารชุดพักอาศัยตามแนวเส้นทางการคมนาคมที่ประหยัดและสะดวกสบายในการเดินทางเพื่อกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย ที่ต้องการเดินทางเข้ามาใช้ชีวิตในย่านศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานครพึงพอใจ และเป็นแนวทางในการพัฒนาโครงการ

อาคารชุดพักอาศัยเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวให้มีประสิทธิภาพในการลงทุนมากยิ่งขึ้น โดยการวิจัยครั้งนี้จะเป็นการวิจัยเชิงผสม (mixed method) โดยเก็บข้อมูลเชิงลึกจากการสัมภาษณ์ผู้ออกแบบสถาปัตยกรรมประเภทอาคารชุดพักอาศัยเพื่อกลุ่มเจนเอเรชั่นวายโดยเฉพาะ และสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มประชากรเจนเอเรชั่นวายที่มีอายุในช่วงระหว่าง 19 - 35 ปี ซึ่งประกอบอาชีพหรือศึกษาในเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร

ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมานั้น จะเอื้อประโยชน์ต่อกลุ่มผู้บริโภคเอง ให้ได้มีทางเลือกและได้รับข้อมูลที่เหมาะสมและตรงกับความต้องการ ต่อการลงทุนซื้อที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุด อีกทั้งยังเป็นแนวทางและข้อมูลเชิงลึกเพื่อต่อยอดแก่ผู้ประกอบการวิชาชีพทางด้าน การออกแบบ ให้มีความน่าเชื่อถือต่อนักลงทุนผู้ว่าจ้าง รวมไปถึงการเอื้อประโยชน์ต่อนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทโครงการอาคารชุดพักอาศัยได้มีข้อมูลสนับสนุนในการตัดสินใจลงทุนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการค้นคว้า

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นการศึกษารูปแบบทางกายภาพในการออกแบบพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุดและลักษณะของพื้นที่ใช้สอยส่วนกลางของโครงการอาคารชุดพักอาศัย เพื่อตอบสนองคนเจนเอเรชั่นวาย ที่ประกอบอาชีพ หรือศึกษาในเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร Central Business District (CBD) โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1.2.1 ศึกษาคุณลักษณะของผู้บริโภคของกลุ่มลูกค้าเจนเอเรชั่นวาย ที่ใช้ชีวิตในเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร

1.2.2 ศึกษารูปแบบการออกแบบพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุด และลักษณะของพื้นที่ใช้สอยส่วนกลางของโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่มีผลต่อความต้องการของกลุ่มประชากรเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) ที่ใช้ชีวิตในเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร

1.2.3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของกลุ่มผู้บริโภค ที่ส่งผลต่อการออกแบบพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุด และลักษณะของพื้นที่ใช้สอยส่วนกลางของโครงการอาคารชุดพักอาศัย เพื่อตอบสนองกลุ่มประชากรเจนเอเรชั่น ที่ใช้ชีวิตในเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร

1.2.4 นำเสนอแนวทางในการพัฒนารูปแบบพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุดและลักษณะของพื้นที่ใช้สอยส่วนกลางของโครงการอาคารชุดพักอาศัยเพื่อตอบสนองกลุ่มประชากรเจนเอเรชั่นวาย ที่ใช้ชีวิตในเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ทำการศึกษา

ศึกษาปัจจัยที่มีผลกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามลักษณะห้องชุดในการเลือกอาคารชุดพักอาศัยของกลุ่มประชากรเจนเอเรชั่นวาย ที่ใช้ชีวิตในเขตศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้ กำหนดขอบเขตด้านพื้นที่การศึกษา คือ เขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร ดังนี้ เขตสาทร สีลม เพลินจิต ชิดลม อโศก ซึ่งเป็นเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร (Central Business District CBD) ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ตั้งอยู่ในเขต สาทร ปทุมวัน และวัฒนาตามลำดับ ซึ่งพื้นที่ดังกล่าว ประกอบไปด้วย โครงการอสังหาริมทรัพย์มากมายหลายภาคส่วน ทั้งภาครัฐและเอกชน เช่นอาคารสำนักงาน ห้างร้านสรรพสินค้า ซึ่งพื้นที่ดังกล่าวยังมีระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่รองรับ

1.3.2 ขอบเขตของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้ กำหนดขอบเขตของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ การสัมภาษณ์บุคคลผู้เกี่ยวข้อง และมีความชำนาญในการออกแบบพัฒนาโครงการประเภทอาคารชุดพักอาศัย และเก็บแบบสอบถามกลุ่มประชากรเจนเอเรชั่นวาย ที่ประกอบอาชีพหรือศึกษาในเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร จากนิยามที่ได้กำหนดไว้เบื้องต้น กลุ่มตัวอย่างจะมีอายุเฉลี่ยประมาณ 19 - 35 ปี หรือเกิดในช่วงปี 2523 - 2538 (ค.ศ. 1980 - 1995)

1.3.3 ขอบเขตเนื้อหาการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามลักษณะห้องชุดในความต้องการของกลุ่มประชากรเจนเอเรชั่นวาย ต่อแนวคิดและรูปแบบการออกแบบภายในห้องชุดและลักษณะพื้นที่ใช้สอยของส่วนกลาง ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ ศึกษาปัจจัยความต้องการด้านกายภาพของที่พักอาศัยประเภทอาคารชุดพักอาศัย ที่มีผลต่อกลุ่มเป้าหมาย ตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 4P (marketing mixes) โดยมุ่งเน้นศึกษาเฉพาะส่วนประสมของ ผลิตภัณฑ์ (Product) และราคาโครงการ (Price) ซึ่งทำการศึกษช่วงการออกแบบโครงการอาคารชุดพักอาศัยด้านการออกแบบพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุดและลักษณะพื้นที่ส่วนกลาง

เนื่องจากขอบเขตงานวิจัยฉบับนี้ ไม่ได้มุ่งเน้นศึกษาเชิงลึกในด้านการตลาด จึงไม่นำส่วนประสมของ รายการส่งเสริมการขาย (Promotion) และช่องทางการขาย (Place) มาทำการศึกษาในวิจัยนี้

1.3.4 ขอบเขตด้านเครื่องมือการวิจัย

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงผสม (mixed method) ดังนั้น ผู้ศึกษา จึงได้ประยุกต์เครื่องมือการวิจัยประกอบด้วย

1.3.4.1 แบบสัมภาษณ์ผู้ออกแบบวางผังโครงการอาคารชุดพักอาศัย จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูง ของบริษัทออกแบบระดับใหญ่ที่ก่อตั้งบริษัทขึ้นไม่ต่ำกว่า 10 ปี โดยมีประสบการณ์ดูแลโครงการอาคารชุดพักอาศัยตั้งแต่เริ่มต้นออกแบบโครงการจนกระทั่งก่อสร้างโครงการจำนวน 4 ท่าน

1.3.4.2 แบบสอบถาม เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มประชากรเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ที่ใช้ชีวิตในเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ย่านสาทร สีลม เพลินจิต ชิดลม อโศก และนำมาวิเคราะห์หาผลสรุป ตามลำดับ

1.4 ระเบียบการวิจัย

1.4.1 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

1.4.1.1 ศึกษาข้อมูลจากทฤษฎีคุณลักษณะผู้บริโภค เพื่อหาตัวแปรที่เป็นปัจจัยในด้านแนวความคิดต่อการตัดสินใจซื้อ ในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามลักษณะห้องชุดต่อรูปแบบอาคารชุดพักอาศัยเพื่อตอบสนองกลุ่มประชากรเจนเนอเรชั่นวาย ที่ใช้ชีวิตในเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร

1.4.1.2 นำตัวแปรที่ได้มาวิเคราะห์และสรุป เพื่อมาสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัย ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม

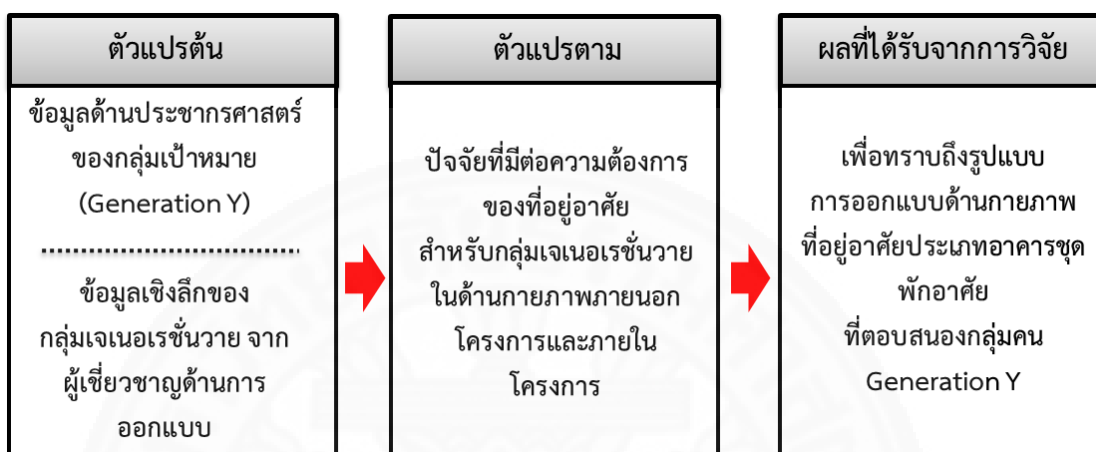
1.4.1.3 ทำการสัมภาษณ์ผู้มีประสบการณ์ออกแบบวางผังโครงการอาคารชุดพักอาศัย ตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง ของบริษัทออกแบบระดับใหญ่ ที่ก่อตั้งมาไม่ต่ำกว่า 10 ปี โดยมีประสบการณ์ดูแลโครงการอาคารชุดพักอาศัย ตั้งแต่เริ่มต้นออกแบบโครงการจนกระทั่งดำเนินการก่อสร้างและนำมาวิเคราะห์หาผลสรุปของรูปแบบกายภาพการออกแบบห้องชุดและพื้นที่ส่วนกลาง ตามลำดับจำนวนรวม 4 ท่าน

1.4.1.4 นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่ได้มาวิเคราะห์และสรุป เพื่อมาสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัย ประกอบด้วยแบบสอบถาม

1.4.1.5 ดำเนินการสำรวจด้วยเครื่องมือสอบถาม ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนรุ่นใหม่ จำนวน 400 คน ในเขตพื้นที่ที่ทำการศึกษ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างคิดจากสูตรของ Taro Yamane (1967)

1.4.2 กรอบแนวความคิด

ศึกษารูปแบบการออกแบบห้องชุดและพื้นที่ส่วนกลางของโครงการอาคารชุดพักอาศัย เพื่อตอบสนองคนเจนเนอเรชันวาย ใช้ชีวิตอยู่ในเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร สามารถกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบตัวแปร.

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 เพื่อผู้ประกอบการธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทโครงการอาคารชุดพักอาศัย ได้รับแนวทางในการพัฒนารูปแบบทางด้านกายภาพของพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุด และพื้นที่ส่วนกลางภายในโครงการอาคารชุดพักอาศัย เพื่อตอบสนองกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย ที่ใช้ชีวิตในเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร

1.5.2 เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ออกแบบทางด้านกายภาพของประเภทโครงการอาคารชุดพักอาศัยเพื่อตอบสนองกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย ที่ใช้ชีวิตในเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร

1.5.3 เพื่อเอื้อประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการหรือมีแนวโน้มซื้อที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดที่ตอบสนอง ความต้องการของผู้บริโภค

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในงานวิจัย

1.6.1 อาคารชุดพักอาศัย (Condominium) เป็นศัพท์ภาษาอังกฤษตามพจนานุกรมภาษาไทยใช้คำว่า “อาคารชุด” หมายถึงอาคารที่บุคคลสามารถแยกกรรมสิทธิ์ออกได้เป็นส่วน ๆ โดยแต่ละส่วนประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคลและกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินส่วนกลาง หรือผู้ที่มี

กรรมสิทธิ์ในห้องชุดที่ตนเองเป็นเจ้าของอยู่แล้วยังมีกรรมสิทธิ์ร่วมกันอยู่อีกส่วนหนึ่ง คือ ทรัพย์สินส่วนกลาง เช่น ทางเดิน ลิฟท์ ที่จอดรถ หรือสระว่ายน้ำ ที่อยู่ในอาคารชุดนั้น ๆ โดยหลักการถือครองกรรมสิทธิ์ คือ “นิติกรรมอาคารชุด (อช. 2)” เปรียบเสมือนโฉนดที่ดินและสามารถใช้ประโยชน์ได้เช่นเดียวกับโฉนดที่ดินทุกประการ (อรุณ ศิริงานุสรณ์, 2552)

1.6.2 เจเนอเรชันวาย (Generation Y) ซึ่งในงานวิจัยนี้ คือ คนกลุ่มที่เกิดในช่วงปี 1980 - 1995 เน้นเฉพาะกลุ่มคนเจเนอเรชันวายที่ต้องการใช้ชีวิตในเขตย่านธุรกิจกรุงเทพมหานคร เป็นเจเนอเรชันที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในไทย โดยมีจำนวนประมาณ 19 ล้านคน หรือเกือบ 1 ใน 3 ของประเทศ และมีรายได้ค่อนข้างสูงรวมทั้งยังมีอัตราการใช้จ่ายต่อรายได้ที่สูงที่สุด เมื่อเทียบกับคนเจเนอเรชันก่อนหน้าในช่วงอายุเดียว (PWC, 2013)

1.6.3 ศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร (Bangkok Central Business District) ในการวิจัยนี้ ครอบคลุมเขต สาทร สีลม เพลินจิต ชิดลม อโศก โดยพิจารณาจากสภาวะการขับเคลื่อนของสภาพธุรกิจ ในพื้นที่ดังกล่าว นอกจากนี้แล้วยังพิจารณาถึงคุณภาพและปริมาณของระบบขนส่งมวลชนที่จะต้องมิตั้งแต่ 2 ระบบขึ้นไป ซีบีอาร์อี (2558).

1.6.4 ระบบขนส่ง (Mass transit) ในงานวิจัยนี้เน้นเฉพาะระบบขนส่งในกรุงเทพมหานคร ซึ่งระบบขนส่งกรุงเทพ ได้มีการพัฒนาเพื่อตอบสนองคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยการให้บริการระบบขนส่งมวลชนที่ปลอดภัยและตรงต่อเวลา การบริการของบีทีเอสยังมีบทบาทสำคัญในการช่วยแก้ปัญหาการจราจรติดขัดในกรุงเทพมหานคร รวมทั้งยังช่วยสนับสนุนระบบขนส่งมวลชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อรองรับประชากรวัยทำงานอย่างเช่นกลุ่มคนเจเนอเรชันวายที่มีจำนวนมากในกรุงเทพมหานคร และเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของคนกรุงเทพ Sanit, et al. (2013)

บทที่ 2

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากสภาวะการณ์ปัจจุบัน จำนวนประชากรในกรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น ผนวกกับความ ต้องการที่อยู่อาศัยสำหรับประชากรที่เพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย โดยเฉพาะใกล้แหล่งประกอบธุรกิจ ในเขต เมือง (Central Business District, CBD) แต่เนื่องจากกรุงเทพมหานคร มีพื้นที่และข้อจำกัดในการพัฒนา ที่อยู่อาศัยในแนวราบให้เพียงพอต่อจำนวนผู้ที่ต้องการมีที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร จึงส่งผลให้ ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในปัจจุบัน เลือกที่จะพัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัย เพื่อ ตอบสนองกลุ่มคนเมือง ดังนั้น ในงานวิจัยเรื่องการศึกษาารูปแบบอาคารชุดพักอาศัยทางด้านกายภาพ เพื่อตอบสนองคนเจนเนอเรชันวาย ที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้ศึกษา ค้นคว้าและนำแนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่เกี่ยวข้อง มาศึกษา อธิบาย และ วิเคราะห์ ซึ่งจำแนกความสัมพันธ์เชื่อมโยงและมีประโยชน์ต่อเนื้อหาของงานวิจัย ดังต่อไปนี้

- 2.1 ความหมายศูนย์กลางธุรกิจ (Central Business District: CBD)
- 2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างเมือง (CBD) กับระบบขนส่งมวลชน (mass transit)
- 2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างระบบขนส่งมวลชน (mass transit) กับที่อยู่อาศัย (residence)
- 2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัย (residence) กับกลุ่มคนแต่ละรุ่น (Generation)
- 2.5 ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนแต่ละรุ่น (Generation) กับเมือง (CBD)
- 2.6 กลุ่มคนเจนเนอเรชันวาย
- 2.7 การพิจารณาองค์ประกอบของอาคารชุดพักอาศัย
- 2.8 กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทอาคารชุดพักอาศัย
- 2.9 ทฤษฎีและแนวคิดการสร้างเครื่องมือในงานวิจัย
- 2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.11 บทสรุปจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความหมายศูนย์กลางธุรกิจ (Central Business District: CBD)

ศูนย์กลางธุรกิจ หมายถึง ทำเลที่ตั้งจุดศูนย์กลางธุรกิจการค้า เป็นแหล่งการค้าที่มีความ เคลื่อนไหวพลวัตตลอดเวลา ในศูนย์กลางธุรกิจของแต่ละเมืองจะประกอบด้วยโครงการ อสังหาริมทรัพย์หลากหลายภาคส่วนทั้ง ภาคเอกชน และภาครัฐ และหลากหลายประเภทการใช้งาน เช่น อาคารสำนักงาน ห้างร้านสรรพสินค้าอาคารชุดพักอาศัย เนื่องจากบริเวณศูนย์กลางธุรกิจจะได้รับ

ความสะดวกราบรื่นจากระบบขนส่งต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม ศูนย์กลางธุรกิจแต่ละเมืองจะพบปัญหาการจราจรหนาแน่น และค่าที่ดินที่มีราคาสูง จึงเป็นการกำหนดรูปแบบของที่อยู่อาศัยให้เขตศูนย์กลางธุรกิจให้เป็นลักษณะอาคารสูงหรืออาคารชุดขนาดใหญ่ (Sirikolkarn, 2008)

สำหรับกรุงเทพมหานครนั้น ซีบีอาร์อี (2558) ได้ระบุพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจ ได้แก่ ย่าน สาทร สีลม เพลินจิต ชิดลม อโศก ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ตั้งในเขต สาทร ปทุมวัน และวัฒนา ตามลำดับ



ภาพที่ 2.1 ภาพแสดงย่านธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร (Central business district, CBD) (ที่ใช้ในงานวิจัย). จัดทำโดยผู้วิจัย.

2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างเมือง (CBD) กับระบบขนส่งมวลชน (mass transit)

จากพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจที่ได้กล่าวมาข้างต้นพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจ ได้แก่ ย่านสาทร สีลม เพลินจิต ชิดลม อโศก ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ตั้งอยู่ในเขต สาทร ปทุมวัน และวัฒนา ตามลำดับ พื้นที่ดังกล่าวยังมีระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่มากกว่า 2 ระบบขึ้นไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sanit, et al. (2013) ที่ได้ระบุว่า ระบบขนส่งกรุงเทพมหานคร (Bangkok Transit System: BTS) เป็นระบบขนส่งมวลชนระบบรางแรก que พัฒนาขึ้นในพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ ที่ความหนาแน่นของประชากรสูงที่สุดในประเทศ และได้รับผลกระทบจากปัญหาวิกฤตการจราจร โดยระบบ

รถไฟฟ้าดังกล่าวจะวางขนานไปกับถนนสีลม ซึ่งเป็นถนนหลักที่มีกิจกรรมทางธุรกิจต่าง ๆ มากที่สุดของกรุงเทพมหานคร และอีกสายที่มีระยะทางยาวกว่าจะวางขนานกับถนนสุขุมวิท ที่มีการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรม ศูนย์การค้าและอาคารชุดพักอาศัยราคาสูง และยังพบว่า ในย่านศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานครนั้น พื้นที่บริเวณใกล้เคียงสถานีระบบขนส่งมวลชนระบบราง เช่น สถานีรถไฟฟ้า BTS หรือสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT ในบริเวณดังกล่าว เป็นที่ต้องการของประชากรที่มีแหล่งงานหรือที่พักอาศัยในกรุงเทพมหานคร และผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ต่าง ๆ ดังจะเห็นได้จากจำนวนโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทอาคารชุดพักอาศัยแนวสูง (high - rise condominium) ที่พัฒนามากขึ้น กระจายตามแนวรางระบบขนส่งมวลชนต่าง ๆ



ภาพที่ 2.2 ภาพแสดงระบบขนส่งมวลชน (mass transit) ย่านธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร (Central business district, CBD.) (ที่ใช้ในงานวิจัย). จาก ซีบีอาร์อี (2558). ดัดแปลงโดยผู้วิจัย.

2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างระบบขนส่งมวลชน (mass transit) กับที่อยู่อาศัย (residence)

2.3.1 สถานการณ์ภาวะของตลาดอาคารชุดในกรุงเทพมหานคร

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2550) ได้ทำการวิเคราะห์ด้วยเรื่อง คอนโดมิเนียมปี 2551: ความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทานภายใต้ความเสี่ยงที่ไม่ควรมองข้าม ไว้ดังที่กล่าวต่อไปนี้ว่า

ภาพรวมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ยังคงประสบภาวะการณ์ชะลอตัวต่อเนื่อง เนื่องจากเศรษฐกิจไทยที่ยังคงเผชิญกับปัจจัยลบ ความไม่แน่นอนทางการเมือง ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย แต่ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทอาคารชุดกลับเติบโตสวนกระแสตลาด โดยในช่วง 2 - 3 ปีที่ผ่านมา ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ได้หันมาพัฒนาโครงการอาคารชุดมากขึ้น โดยเฉพาะทำเลในย่านธุรกิจใจกลางเมืองและตามเส้นทางรถไฟฟ้าใต้ดินผ่าน และจากการที่ภาวะเศรษฐกิจไทยที่ชะลอตัวลง ประกอบกับผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากการปรับขึ้นราคาของสิ่งของอุปโภคบริโภค อาทิเช่น น้ำมัน เป็นต้น ส่งผลให้ค่าครองชีพสูงขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการบางกลุ่มได้ปรับวิกฤตให้เป็นโอกาสทางธุรกิจ โดยได้หันมาเน้นการพัฒนาโครงการอาคารชุดระดับราคาปานกลาง ราคาประมาณ 1 - 3 ล้านบาท และยังคงพัฒนาโครงการตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าทั้ง 2 ระบบ เนื่องจากผู้ประกอบการมองว่าลูกค้าระดับที่มีรายได้ปานกลาง เป็นฐานตลาดลูกค้ากลุ่มที่มีขนาดใหญ่และลูกค้าส่วนใหญ่ที่ทำงานในย่านธุรกิจดังกล่าว ยังคงต้องการที่จะหาซื้อที่อยู่อาศัยใกล้ที่ทำงานตนเอง สะดวกสบายในการเดินทาง ประหยัดเวลา เป็นต้น และโครงการอาคารชุดที่ถูกเปิดตัวออกมานั้น ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค ทำให้เกิดกระแสการเปิดโครงการอาคารชุดระดับราคาประมาณ 1 - 3 ล้านบาท ทำเลใกล้รถไฟฟ้า 2 ระบบ เกิดขึ้นมากมาย ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีทั้งผู้ประกอบการรายเก่า ที่มีความชำนาญในการพัฒนาโครงการอาคารชุด ยังคงเปิดโครงการอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งผู้ประกอบการที่เคยเน้นการพัฒนาโครงการแนวราบได้หันมาพัฒนาโครงการอาคารชุด และผู้ประกอบการรายใหม่หรือผู้ประกอบการจากวงการธุรกิจอื่น ที่มีที่ดินเป็นของตนเองในทำเลดังกล่าว ได้หันมาลงทุนพัฒนาโครงการอาคารชุด เช่นกัน ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าการเปิดตัวโครงการใหม่ ๆ ในทำเลดังกล่าว ยังคงมีออกมาสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้ทำการวิเคราะห์ถึงแนวโน้มปัจจัยสนับสนุน เช่น ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่น่าจะฟื้นตัวขึ้น ภายหลังจากเลือกตั้งและความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจอาคารชุด ในปี 2551 อาทิ สถานการณ์ทางการเมือง ราคาน้ำมันที่ยังคงปรับเพิ่มสูงขึ้น แนวโน้มภาวะเงินเฟ้อที่ปรับเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นแรงกดดันต่อการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ย เป็นต้น

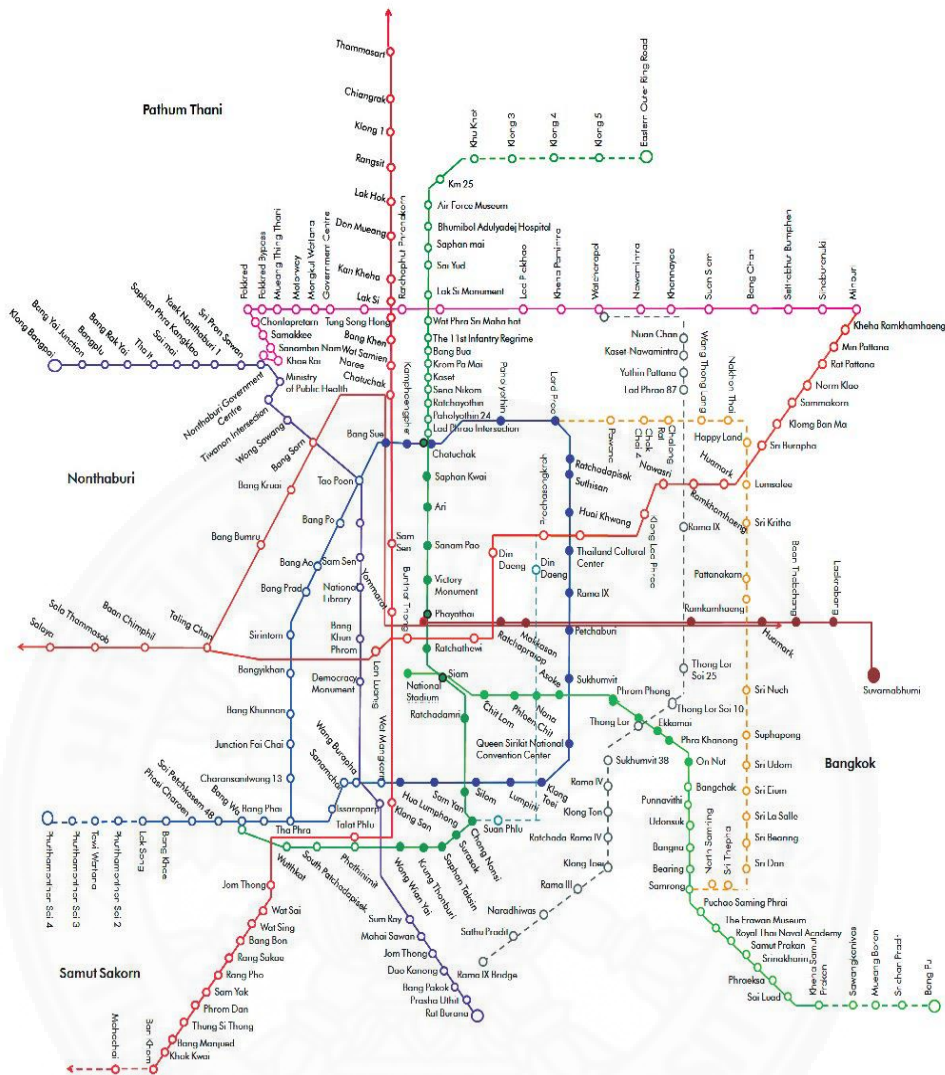
2.3.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มด้านทำเลที่ตั้งอาคารชุดในกรุงเทพมหานคร

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2550) ได้วิเคราะห์ประเด็นที่เป็นที่จับตามองในตลาดอาคารชุด คือ ที่ผ่านมาอาคารชุดในแถบย่านธุรกิจย่านใจกลางเมือง และตามเขตแนวเส้นทางรถไฟฟ้า BTS หรือ MRT เป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งจากผู้ที่ต้องการซื้อเพื่ออยู่อาศัยเอง ซื้อเพื่อปล่อยให้เช่าและผู้ซื้อเพื่อการเก็งกำไรทำให้ผู้ประกอบการพัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์หันมาพัฒนาโครงการอาคารชุดกันเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะระดับราคากระหว่าง 1 - 3 ล้านบาท เนื่องจากเห็นว่าความต้องการในกลุ่มนี้มีอยู่จำนวนมาก อย่างไรก็ตามการที่ผู้ประกอบการจำนวนมากต่างหันมาพัฒนาโครงการอาคารชุด โดยเน้นกลุ่มลูกค้าระดับเดียวกันพร้อมกันนั้น อาจมีความเสี่ยงเกิดขึ้น โดยเฉพาะผู้ประกอบการราย

ใหม่ หรือผู้ประกอบการที่ไม่มีประสบการณ์ในการแข่งขันในตลาดนี้มาก่อน ซึ่งอาจเสียเปรียบผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจพัฒนาอาคารชุดมาเป็นเวลายาวนาน มีการผลิตสินค้าออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีความได้เปรียบมากกว่าทั้งในด้านการหาทำเล ชื่อเสียง รวมถึงความเชี่ยวชาญในการบริหารการผลิตและการตลาดสำหรับสินค้าประเภทนี้

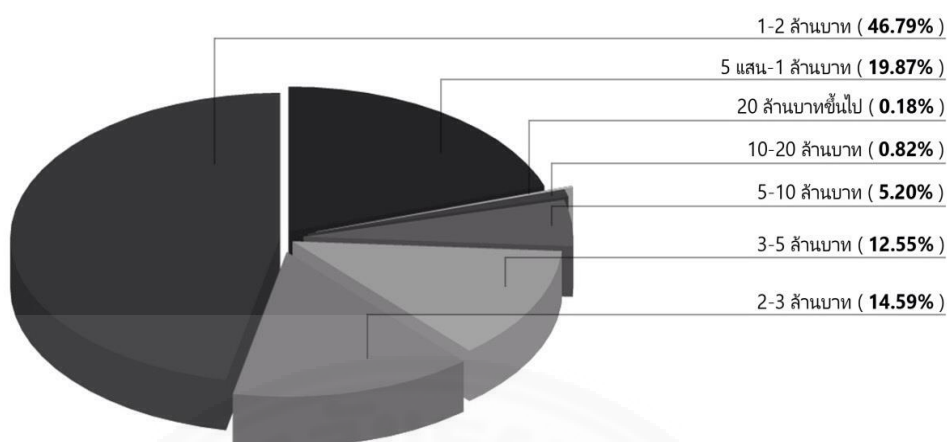


ภาพที่ 2.3 ผังเส้นทางขนส่งระบบรางในเขตกรุงเทพมหานครในปัจจุบัน (2554) 56 สถานี. จาก CBRE (2555).



ภาพที่ 2.4 ผังเส้นทางขนส่งระบบรางในเขตกรุงเทพมหานครภายใน 10 ปี (2565). จาก CBRE (2555).

สำหรับผลการสำรวจตัวเลขการเปิดโครงการอาคารชุด ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึงเดือนตุลาคม ปี 2550 ของบริษัท เอเจนซี ฟอเรียลเอสเตทแอฟแฟรส์ จำกัด พบว่าการเปิดโครงการอาคารชุดยังคงมีความร้อนแรงต่อเนื่อง จะเห็นได้ว่ามีจำนวนโครงการอาคารชุดเปิดใหม่ประมาณ 34,810 หน่วย



ภาพที่ 2.5 ภาพแสดงโครงการอาคารชุดเปิดใหม่ตั้งแต่ ม.ค ถึง ต.ค. ปี 2550. จาก บริษัท เอเจนซี ฟอร์ เรียลเอสเตทแอฟแฟร์ส, 2550.

โดยระดับราคาระหว่าง 1 - 2 ล้านบาท มีจำนวนประมาณ 16,286 หน่วย สาเหตุมาจากผู้ประกอบการบางรายเริ่มหันมาเน้นการเปิดโครงการในทำเลพื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นกลาง และพื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นนอก โดยเน้นการเปิดโครงการในเขตชุมชน ทั้งนี้ ราคาที่ดินในพื้นที่แถบนี้ยังไม่สูงเท่ากับเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน และตามเส้นทางรถไฟฟ้าซึ่งทำให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาโครงการในราคาต่ำกว่าได้ ทั้งนี้ปัจจัยที่ทำให้โครงการอาคารชุดเป็นที่ต้องการของตลาด ได้แก่

(1) ราคาน้ำมันที่ปรับสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อภาระรายจ่ายของผู้บริโภคที่ปรับตัวสูงขึ้น โดยเฉพาะการเดินทาง ส่งผลให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อที่อยู่อาศัยลดลง แต่เลือกที่จะซื้อที่อยู่อาศัยใกล้เมืองมากขึ้น ดังนั้น อาคารชุดระดับราคาไม่สูง ในทำเลที่เดินทางสะดวก จึงเป็นสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของตลาดได้ดี

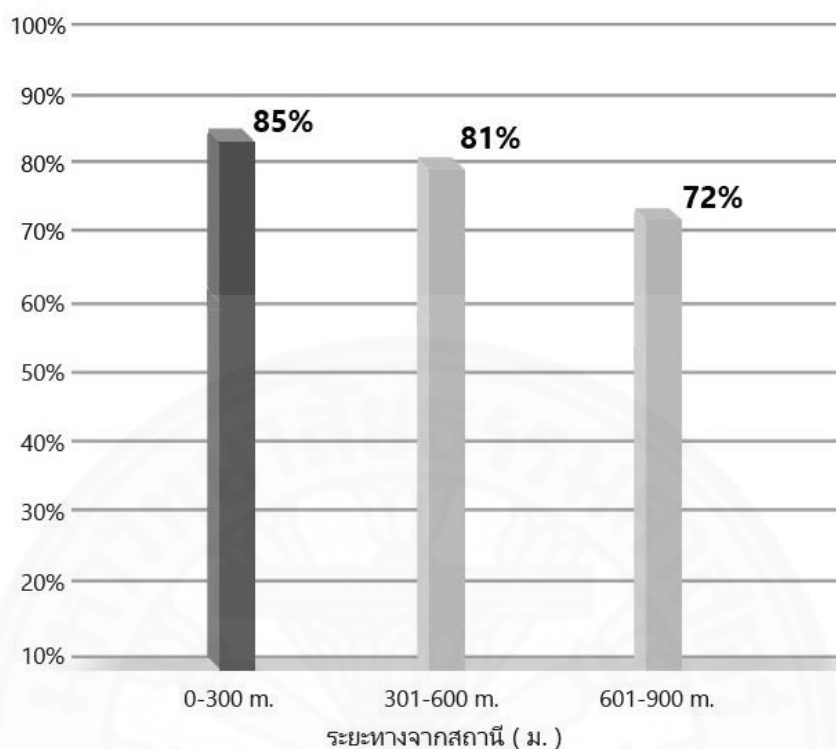
(2) ราคาที่ดินในเมืองปรับเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะราคาที่ดินในเขตพื้นที่ชั้นในของกรุงเทพมหานคร ที่มีราคาที่ดินสูงถึงตารางวาละ 100,000 บาท ขึ้นไปในบางพื้นที่ ซึ่งทำให้ราคาที่อยู่อาศัยโดยเฉพาะบ้านเดี่ยวที่อยู่ใกล้ใจกลางเมืองมีราคาแพงขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการที่มีที่ดินในเขตพื้นที่ชั้นในและชั้นกลางของกรุงเทพมหานคร จึงนำที่ดินมาพัฒนาโครงการอาคารชุดโดยหันมาเน้นการทำโครงการระดับราคาเริ่มต้นที่ประมาณ 1 - 3 ล้านบาท ซึ่งเป็นฐานใหญ่ของตลาดและสอดคล้องกับกำลังซื้อ

(3) พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง ไปตามค่านิยมและยุคสมัยวิวัฒนาการ วิธีชีวิตเปลี่ยนไปตามกาลเวลา การต้องการความเป็นอิสระส่วนตัวมากขึ้น ขนาดครอบครัวที่มีจำนวนสมาชิกน้อยลง คนที่อยู่เป็นโสดมากขึ้น นอกจากนี้วิถีชีวิตของคนกรุงเทพมหานครที่มีแหล่งงานอยู่ในเมืองและการอพยพของแรงงานจากต่างจังหวัดเข้ามาสู่ในเมืองมากขึ้น ความต้องการที่อยู่อาศัยในย่านธุรกิจ หรือใจกลางที่อยู่ใกล้ระบบคมนาคมที่สะดวก โดยเฉพาะใกล้ระบบรถไฟฟ้า ซึ่งหลังจากราคาน้ำมันปรับตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ก็ทำให้ผู้บริโภคหันมาหาที่อยู่อาศัยในทำเลใกล้รถไฟฟ้ามากขึ้น เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

(4) รูปแบบของโครงการอาคารชุด เนื่องจากการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดอาคารชุด ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการพัฒนารูปแบบของโครงการ เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า อาทิ การเน้นการออกแบบที่เป็นแบบสมัยใหม่ (Modern style) สำหรับลูกค้าที่ขอความเป็นอิสระก้าวตามแฟชั่น และมีสวนสาธารณะ สถานที่ออกกำลังกายครบครันในตัวโครงการ เป็นต้น

ซึ่งสอดคล้องกับผลการค้นคว้าเก็บข้อมูลของฝ่ายวิจัยจากบริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นต์ (2557) ว่านอกจากจำนวนผู้ที่เดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนแบบใหม่จะเพิ่มขึ้นแล้ว ความต้องการที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดทั้งที่ตั้งอยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้า หรือรถไฟฟ้าใต้ดินก็เพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงระยะเวลาไม่กี่ปีด้วยเช่นเดียวกัน ที่จริงแล้วอาคารชุดเป็นภาคส่วนที่เติบโตเร็วที่สุดของตลาดอสังหาริมทรัพย์ถึงร้อยละ 24 เมื่อเทียบกับตลาดบ้านทาวน์เฮ้าส์ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 12 และบ้านเดี่ยวที่โตขึ้น ร้อยละ 3 นับว่าเกินกว่ากึ่งหนึ่งของตลาดอสังหาริมทรัพย์ทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร ภายในปี 2553 อาคารชุดที่ตั้งอยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้าและรถไฟฟ้าใต้ดินมีอัตราการจับจองซื้อขายมากที่สุดเมื่อเทียบกับอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่นในกรุงเทพมหานคร

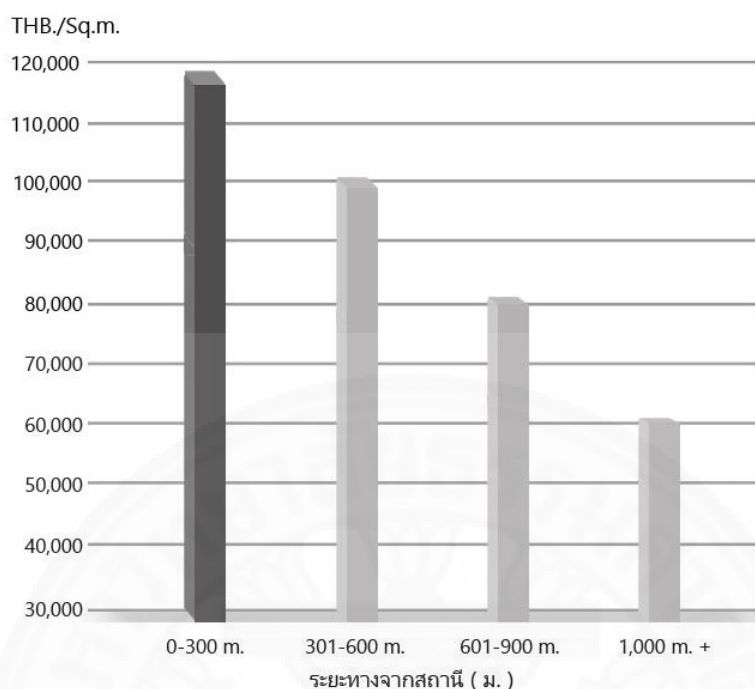
ระดับราคา



ภาพที่ 2.6 ยอดขายอาคารชุด เปิดตัวใหม่ในปี 2555 แยกตามระยะทางจากระบบขนส่งราง. จาก CBRE, 2555.

ซึ่งจากข้อมูลกราฟด้านบน ยกตัวอย่าง เช่น โครงการอาคารชุดของบริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ ที่มีทำเลที่ตั้งใกล้บริเวณสถานีรถไฟฟ้า ได้มีการเปิดตัวในเดือนกุมภาพันธ์ 2555 จำนวน 4 โครงการ ได้แก่

- (1) “ไอดีโอโมบิสาทร” 0 เมตร จากสถานีรถไฟฟ้า BTS กรุงเทพมหานคร
- (2) “ไอดีโอโมบิพญาไท” 190 เมตร จากสถานีรถไฟฟ้า BTS พญาไท
- (3) “ไอดีโอโมบิสุขุมวิท” 32 เมตร จากสถานีรถไฟฟ้า BTS อ่อนนุช
- (4) “ไอดีโอโมบิพระราม 9” 80 เมตร จากสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT พระราม 9



ภาพที่ 2.7 ราคาเฉลี่ยอาคารชุด เปิดตัวใหม่ในปี 2555 แยกตามระยะทางระบบขนส่งราง. จาก บมจ. อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์, 2555.

ด้วยระยะห่างโดยเฉลี่ยจากสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินเพียงแค่ 36 เมตร อาคารชุดของบริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ จึงเป็นอาคารชุดที่มีทำเลดีและด้วยการเปิดตัวกว่า 9.6 พันล้านบาทในปี 2555 ห่างจากสถานีขนส่งมวลชนไม่เกิน 300 เมตร บริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ จึงเป็นผู้นำในตลาดอาคารชุดที่อยู่ใกล้เคียงระบบขนส่งมวลชนแบบใหม่

ซึ่งจากรายการประกอบการ บริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์, (2557) ได้กล่าวถึงเป้าหมายการดำเนินธุรกิจแนวความคิดด้านการออกแบบไว้ว่า เป้าหมายการดำเนินธุรกิจยังคงพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ ส่วนใหญ่เป็นโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่มีทำเลที่ตั้งตามแนวสถานีขนส่งมวลชนระบบรางในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งได้แก่รถไฟฟ้า BTS รถไฟฟ้าใต้ดิน MRT และแอร์พอร์ตลิงค์ APL

ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่างก็มีแนวโน้มในการใช้ระบบขนส่งมวลชน ระบบรางมากขึ้นในแต่ละวัน โดยได้เพิ่มจากจำนวนผู้โดยสารเฉลี่ยที่ 217,133 คนต่อวัน ในปี 2545 เป็น 464,475 คน ต่อวัน ในปี 2554 อย่างไรก็ตาม เนื่องจากที่อยู่อาศัยของประชาชนส่วนมากไม่ได้อยู่ใกล้กับสถานี จึงทำให้ผู้คนยังคงต้องใช้รถยนต์ส่วนตัวหรือพาหนะอื่น ๆ ในการเดินทางจากสถานีระบบขนส่งมวลชนต่าง ๆ เพื่อไปยังที่พักอาศัย จากจุดนี้เองบริษัทอนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ จึงได้วาง

แนวทางในการเลือกพัฒนาโครงการอาคารชุด ในทำเลที่ติดกับสถานีขนส่งมวลชนระบบรางต่าง ๆ ขึ้นมา ซึ่งได้แก่รถไฟฟ้า BTS รถไฟฟ้าใต้ดิน MRT และแอร์พอร์ตลิงค์ APL เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้ที่ต้องการใช้ชีวิตในเมือง สามารถเดินทางไปมาเพียงใช้ระบบขนส่งมวลชนระบบรางอย่างเดียว โดยมีต้องเดินทางต่อจากสถานีไปยังที่พักอาศัยที่อยู่ไกลออกไป ซึ่งจะช่วยลดทั้งปัญหาการจราจร ประหยัดเวลาและลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางได้อีกด้วย

โดยบริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ ยังได้ทำการวิเคราะห์ลักษณะเฉพาะของกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลายในตลาดปัจจุบัน ซึ่งทางบริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ได้ผลลัพธ์ที่สำคัญในการพัฒนาตราสินค้า โดยเป็นการมุ่งเน้นที่มีลักษณะเฉพาะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เรียกว่า “Generation C” หรือคนรุ่นใหม่ นั้น จะเน้นทำเลที่ตั้งที่ห่างไม่เกิน 300 เมตรจากสถานีรถไฟฟ้า นอกจากนี้บริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ได้พัฒนาตราสินค้าขึ้นมาอีก โดยเน้นไปที่ทำเลที่ตั้งในระยะห่าง 300 - 600 เมตรจากสถานีรถไฟฟ้ากลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ “Generation C” ที่ต้องการที่พักอาศัยใกล้รถไฟฟ้าในราคาย่อมเยา

จากการทบทวนวรรณกรรม ความสัมพันธ์ระหว่างระบบขนส่งมวลชน (mass transit) กับที่อยู่อาศัย (Residence) พบได้ว่า ผู้ประกอบการที่เคยเน้นการพัฒนาโครงการแนวราบได้หันมาพัฒนาโครงการอาคารชุดมากขึ้น ซึ่งยังคงเติบโตสวนกระแส โดยเฉพาะทำเลในย่านธุรกิจใจกลางเมืองและตามเส้นทางรถไฟฟ้าและรถไฟใต้ดินพาดผ่าน และได้เน้นการพัฒนาโครงการอาคารชุดระดับราคาปานกลางที่ราคาประมาณ 1 - 3 ล้านบาท เนื่องจากผู้ประกอบการมองว่าลูกค้าระดับที่มีรายได้ปานกลางเป็นฐานตลาดลูกค้ากลุ่มที่มีขนาดใหญ่ และลูกค้าส่วนใหญ่ที่ทำงานในย่านธุรกิจยังคงต้องการที่จะหาซื้อที่อยู่อาศัยใกล้ที่ทำงานตนเอง สะดวกสบายในการเดินทาง ประหยัดเวลา เป็นต้น และที่ผ่านมาโครงการอาคารชุดในแถบย่านธุรกิจย่านใจกลางเมืองและตามเขตแนวเส้นทางรถไฟฟ้า BTS หรือ MRT เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งจากผู้ที่ต้องการซื้อเพื่ออยู่อาศัยเองซื้อเพื่อปล่อยให้เช่าและผู้ซื้อเพื่อการเก็งกำไร

2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัย (residence) กับกลุ่มคนแต่ละรุ่น (generation)

จากการสำรวจของ พลัส พร็อพเพอร์ตี้ (2554) เผยผลวิจัยความต้องการที่อยู่อาศัยในอนาคตของคนรุ่นใหม่ Generation Y พบว่า ทำเลกรุงเทพมหานครชั้นใน และกรุงเทพมหานครตะวันตกได้รับความนิยมสูงสุด โครงการอาคารชุดไม่เกิน 2 ล้านบาท เป็นที่ต้องการมากที่สุด นายอนุกุล รัฐพิทักษ์สันติ รองกรรมการผู้จัดการ สายงานบริหารสินทรัพย์ บริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด กล่าวว่า จากการวิจัยกลุ่มตัวอย่างอายุระหว่าง 19 - 30 ปี ที่ถือเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่เจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) จำนวน 400 คน ที่อาศัยในกรุงเทพมหานครหรือปริมณฑล พบว่า ทำเลที่กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายสนใจซื้อที่อยู่อาศัยในอนาคต ได้แก่

กรุงเทพมหานครชั้นใน คิดเป็น ร้อยละ 23.5

กรุงเทพมหานครตะวันตก คิดเป็น ร้อยละ 23.5

กรุงเทพมหานครตอนบน คิดเป็น ร้อยละ 21.3

ด้วยเหตุที่อาคารชุดในเมืองจึงเป็นที่ต้องการของคนรุ่นใหม่ เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ ในทำเลดังกล่าว คือ ทำเลน่าสนใจและมีความขึ้นชอภคัยภาพของทำเลนั้น ๆ ส่วนการคมนาคมสะดวก เป็นปัจจัยรองลงมา นอกจากนั้นทำเลที่ใกล้แหล่งธุรกิจและใกล้ที่ทำงาน รวมทั้งใกล้ที่พักอาศัยเดิมของครอบครัว ส่วนนี้ก็ยังเป็นองค์ประกอบสำคัญในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยเช่นกัน

อายุยังเป็นตัวแปรหนึ่งที่ทำให้การตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกัน เพราะกลุ่มคนอายุน้อยกว่า (อายุระหว่าง 19 - 26 ปี) จะเลือกซื้ออาคารชุดมากกว่าคนอายุระหว่าง 27 - 30 ปี เพราะคนที่อายุน้อยหรือเพิ่งเริ่มต้นทำงาน ต้องการความสะดวกรวดเร็วและมีความคล่องตัวในการใช้ชีวิตสูง ส่วนทำเลที่อยู่ปัจจุบันก็เป็นอีกปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงเวลาเลือกซื้อที่อยู่อาศัยเช่นกัน เพราะคนที่เคยชินกับการอยู่อาศัยในเมืองหรือกรุงเทพมหานครชั้นในจะมีการตัดสินใจเลือกซื้ออาคารชุดสูงกว่าคนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อื่น ๆ ของกรุงเทพมหานคร ซึ่งเหตุผลประการหนึ่งอาจจะ เป็นเพราะความเคยชินกับสภาพแวดล้อม ตลอดจนความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตและการคมนาคมที่รับกับสถานการณ์ปัจจุบัน นอกจากนั้น คนที่ปัจจุบันอาศัยอยู่ในอาคารชุดหรือหอพัก อพาร์ทเมนต์ ยังมีแนวโน้มที่จะซื้อที่พักอาศัยประเภทอาคารชุดในอนาคตมากกว่าคนที่อยู่บ้านหรือทาวน์เฮาส์อีกด้วย และในอนาคตอาคารชุดระดับราคาไม่เกิน 2 ล้านบาท ยังคงเป็นที่ต้องการของตลาดโดยเฉพาะกับเจนเนอเรชั่นวาย ที่มีอายุน้อย (19 - 26 ปี) แม้ว่าจะมีการกล่าวว่าจะเป็น demand แฝงในตลาดอาคารชุดระดับนี้ เนื่องจากท้ายที่สุดคนกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับการซื้อบ้านเดี่ยวหรือบ้านแฝดซึ่งเป็นเป้าหมายหลักของชีวิต

แต่อย่างไรก็ตาม จากความต้องการซื้อที่มีสัญญาณบางอย่างสะท้อนให้เห็นว่าความต้องการอาคารชุดของคนในกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย มีส่วนแบ่งทางการตลาดมากขึ้น จากในอดีตบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮาส์เป็นความต้องการสูงสุด แต่ปัจจุบันปรับมาเป็นบ้านเดี่ยว และอาคารชุด ทั้งนี้ คาดว่าเป็นผลจากระยะไม่กี่ปีมานี้ที่ supply อาคารชุดมีจำนวนมากขึ้น คนทุนน้อยหรือมีความต้องการความคล่องตัว จะหันมาพักอาศัยในอาคารชุดเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ วัฒนธรรมเหล่านี้อาจแทรกซึมจนเกิดเป็น real demand ใหม่ในระบบตลาดได้ในที่สุด

ซึ่งทำให้มองเห็นว่าปัจจุบันแม้อาคารชุดยังไปได้ดีกับคนเจนเนอเรชั่นวายที่พักอาศัยในโซนกรุงเทพมหานครชั้นใน เช่น สาทร พญาไท สุขุมวิท ฯลฯ และอาจจะเป็นที่ต้องการน้อยในโซนกรุงเทพมหานครตะวันออก ตะวันออกเฉียงเหนือและตะวันตก แต่ในบางพื้นที่ที่มีย่านธุรกิจ แหล่งงานหรือแหล่งชุมชนหนาแน่น เช่น บริเวณใกล้ศูนย์ราชการ ถนนแจ้งวัฒนะ รามคำแหง รามอินทรา หรือปิ่นเกล้า ก็ยังเป็นพื้นที่ที่อาคารชุดได้รับความสนใจจากคนกลุ่มนี้เช่นเดียวกัน เนื่องจากต้องการ

ตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิต ที่ต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการเดินทางไปยังสถานที่ทำงาน

ดังนั้น หากมีโครงการอาคารชุดที่ราคาไม่เกิน 2 ล้านบาทขึ้นไปในบริเวณดังกล่าว ก็น่าจะได้รับการตอบรับจากกลุ่มเจเนอเรชันวายเป็นอย่างดี

2.5 ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนแต่ละรุ่น (Generation) กับเมือง (CBD)

จากวรรณกรรมเรื่องวัฒนธรรมและชีวิตในเมืองของนิลส์ แอนเดอร์สัน (Anderson 1971) ได้อธิบายถึงคติแบบเมืองว่ามีหลายลักษณะ ดังนี้

- (1) มีการแบ่งแยกแรงงาน (Division of labor)
 - (2) วิถีชีวิต (Lifestyle) ความเป็นอยู่ในเมืองสัมพันธ์กับระบบอุตสาหกรรม
 - (3) การเคลื่อนที่ทางสังคม (Social mobility) มีการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัยมากครั้งตามตำแหน่งและหน้าที่การงาน
 - (4) อาศัยอยู่ในสภาพแวดล้อม (Environments) ที่สร้างสรรค์โดยมนุษย์มากกว่าสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ เช่น ถนน อาคาร และสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ สิ่งแวดล้อมในเมืองที่เพิ่มขึ้นมีลักษณะเป็นจักรกลและรวมถึงเครื่องใช้ภายในบ้านด้วยเช่นกัน
 - (5) การดำเนินชีวิตประจำวันผูกพันกับเวลา (Implications of the clock) การทำงาน การเดินทางและกิจกรรมต่าง ๆ ของคนในเมืองจะถูกกำหนดโดยเวลา
 - (6) ความเป็นอยู่แบบปัจเจกบุคคลและครอบครัวนิยม (The individual and familism) คนส่วนใหญ่ต้องพึ่งตนเอง ทำงานเพื่อตนเองหรือเพื่อครอบครัวของตัวเอง
 - (7) มีความสัมพันธ์แบบทุติยภูมิ (Secondary relationships) ทำงานในองค์กร
 - (8) มีความสามารถในการปรับตัว (Adaptation) ให้เข้ากับวิถีชีวิตแบบเมือง การอาศัยอยู่ในเมืองจะต้องไม่กลัวต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
 - (9) มีความผูกพันและยอมเทคโนโลยี (Commitment to superlatives) เนื่องจากในเมืองจะเป็นดินแดนที่มีความก้าวหน้าในทุก ๆ ด้าน ผู้ผลิตจะต้องใช้ความสามารถทางด้านความคิด และศิลปะทำให้ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา
 - (10) เงินตราเป็นตัวกำหนดราคาและคุณค่า (Money as the definer of values)
 - (11) ให้ความสำคัญกับเอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร (Writing records and bureaucracy)
- ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมของนิล แอนเดอร์สัน พบว่า บุคคลที่มีรูปแบบการใช้ชีวิตในเมืองดังกล่าวนั้น คือ ผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี มีความคิดสร้างสรรค์ มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง สามารถรับมือกับความเปลี่ยนแปลง ต้องการทำงาน

ที่มีความก้าวหน้า สามารถแสดงความคิดเห็นและบริหารจัดการด้วยตนเอง ต้องการความคล่องตัว สะดวกทั้งในเรื่องเวลาและสถานที่ให้ความสำคัญต่อสัมพันธภาพที่ดีในการทำงาน สอดคล้องกับ “เจเนอเรชั่นวาย” ดังกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในวิจัยนี้

2.6 กลุ่มคนเจเนอเรชั่นวาย

2.6.1 การแบ่งกลุ่มคนเจเนอเรชั่น

จากบทความทางธุรกิจ เจเนอเรชั่นวาย ทำไม่น่าสนใจ (2558) ได้กล่าวไว้ว่า เจเนอเรชั่นคนทำงานแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม ตามช่วงอายุและคุณลักษณะเด่น ได้แก่

2.6.1.1 เบบี้บูมเมอร์ส (Baby Boomers) คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1946 - 1964 (พ.ศ. 2489 - 2507) หรือประมาณช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ลักษณะนิสัยมักยึดมั่นไม่เปลี่ยนแปลงความคิดง่าย ๆ อนุรักษ์นิยม เป็นกลุ่มเจเนอเรชั่นที่ให้ความสำคัญกับผลงานแม้ว่าจะต้องใช้เวลา นานกว่าจะประสบความสำเร็จ และมีความทุ่มเทกับการทำงานและองค์กรมาก กลุ่มเจเนอเรชั่นนี้มีกำลังซื้อสูงหาริมทรัพย์มาก เนื่องจากสะสมเงินไว้เป็นระยะเวลานานและมีครอบครัวที่ใหญ่พอจะซื้ออสังหาริมทรัพย์เป็นของตัวเอง

2.6.1.2 เจเนอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) หรือ (Baby Buster, Slacker) เป็นกลุ่มประชากรที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1965 - 1976 (พ.ศ. 2508 - 2519) อุปนิสัยชอบเสี่ยง ยินดีรับการเปลี่ยนแปลง ใช้เทคโนโลยีในการทำงานได้ดี ให้ความสำคัญต่อสัมพันธภาพทั้งเพื่อนร่วมงานและครอบครัวเจเนอเรชั่นเอ็กซ์บางคนมีวิถีชีวิตแบบยัปปี้ (Yuppy) คือ ใช้จ่ายเงินเพื่อความสุขของชีวิต ซื้อหาสิ่งของเครื่องใช้ที่หรูหรา

2.6.1.3 เจเนอเรชั่นวาย (Generation Y) หรือ Y - Why, Generation next, Echo boom, Digital Generation หรือประชากรที่เกิดระหว่าง ค.ศ. 1977 - 1994 (พ.ศ. 2520 - 2537) เจเนอเรชั่นวายจะมีบุคลิกภาพที่แตกต่างจากกลุ่มคนทำงานเจเนอเรชั่นอื่น ๆ และนิยมการแสดงออกแบบตรงไปตรงมา มีความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์ เทคโนโลยี แสวงหาเหตุผลเพื่อประกอบการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ แต่มีลักษณะด้านลบ คือ มีความมั่นใจในตัวเองสูง ความอดทนต่ำ และขาดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

2.6.2 เจเนอเรชั่นวายในเมืองไทย

ณัฐวุฒิ ศรีศักดิ์ (2540), รัชฎา อธิสนธิสกุล และอ้อยอุม่า รุ่งเรือง (2558) ได้ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมร่วมของเจเนอเรชั่นวายว่า เจเนอเรชั่นวายเปิดรับสื่อมากขึ้น ชอบเล่นกีฬา อยากรมีอนาคตที่ดี ทราบความสำคัญของสิ่งแวดล้อมและยาเสพติด ใช้เสื้อผ้าล้าลองกีฬาและยีนส์ ซึ่งตรงตามค่านิยมทางการตลาด คือ ชอบฟังเพลง ตามแฟชั่นใช้เสื้อผ้าจากต่างประเทศ ต้องการสิทธิเสรีภาพและการยอมรับจากสังคม เล่นเกมคอมพิวเตอร์เป็นงานอดิเรก และใช้

โทรศัพท์มือถือในชีวิตประจำวัน โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2545) สรุปว่า ประชากรร้อยละ 17.8 ของจำนวนประชากรทั้งหมดของประเทศ หรือจำนวน 11.3 ล้านคน เป็นกลุ่มเยาวชนอายุระหว่าง 15 - 24 ปี เป็น “คนกลุ่มใหญ่” ที่เริ่มเข้าสู่การทำงานมีรายได้ของตนเองและมีความสามารถในการผ่อนชำระอสังหาริมทรัพย์ได้ จัดเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายใหม่ที่นักการตลาดให้ความสนใจกับวิถีชีวิตและพฤติกรรมด้านการรับสื่อของคนกลุ่มนี้ เพื่อใช้พัฒนาสินค้าและบริการเฉพาะกลุ่ม

2.6.3 กลยุทธ์การตลาดด้านผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย

ธุรกิจไทยให้ความสำคัญกับกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้กำลังมีอิทธิพลสูงต่อตลาดอุปโภคบริโภคในประเทศเจนเนอเรชั่นวาย เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี 1981 - 2000 เป็นเจนเนอเรชั่นที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในไทยโดยมีจำนวนประมาณ 19 ล้านคน หรือเกือบ 1 ใน 3 ของประเทศ นอกจากขนาดตลาดที่ใหญ่แล้ว คนกลุ่มนี้มีรายได้ค่อนข้างสูงแม้จะอยู่ในวัยหนุ่มสาวอายุเพียง 15 - 34 ปี และยังมีอัตราการใช้จ่ายต่อรายได้ที่สูงที่สุด เมื่อเทียบกับคนเจนเนอเรชั่นก่อนหน้าในช่วงอายุเดียวกัน (สำนักวิจัยธนาคารไทยพาณิชย์, 2557)

ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ควรวางกลยุทธ์ให้เหมาะสมหากต้องการจับกลุ่มเป้าหมายนี้ในระยะยาว เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product) ที่ทันสมัยเป็นส่วนหนึ่งที่กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ให้ความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ ผลิตภัณฑ์ต้องมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยีหรือการออกแบบ สินค้าที่ดึงดูดให้ลูกค้าแชร์กันทางออนไลน์ รวมถึงการทำการตลาดแบบบอกต่อทางออนไลน์ เพื่อใช้ประโยชน์จากการชอบมีสังคมของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย อีกทั้งการสร้างผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้ประกอบการต้องทราบถึงจุดเด่นและความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ของตนกับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง และต้องสื่อสารจุดเด่น ความแตกต่าง รูปลักษณ์ ลักษณะทั้งภายนอกและในของอสังหาริมทรัพย์และการใช้งาน ความคงทน และความปลอดภัยให้กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ได้รับรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ออกแบบที่เน้นความสวยงามตรงตามความต้องการและความพึงพอใจให้เหนือความคาดหมายของลูกค้ากลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย แต่ยังคงอยู่ในราคาที่ผู้บริโภคในกลุ่มเจนเนอเรชั่นนี้สามารถผ่อนชำระอีกด้วย ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการดำเนินธุรกิจสำหรับบริษัททั้งใน และต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่คุ้มค่า และยังคงตรงตามความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ต้องเน้นสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานภายในห้องพักและตั้งราคาให้ถูกลง เพิ่มการออกแบบทันสมัยและมีเทคโนโลยีการสื่อสารที่เพียงพอ เช่น มีระบบอินเทอร์เน็ตให้ใช้หรือออกแบบเค้าเสียบสำหรับอุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นต้น (สำนักวิจัยธนาคารไทยพาณิชย์, 2557)

2.6.4 การจัดระดับความสามารถในการซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย

สำนักวิจัยธนาคารไทยพาณิชย์ (2557) สรุปความสามารถในการซื้อที่อยู่อาศัยซึ่งประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่

- (1) รายได้ประจำเดือน
- (2) อายุผู้กู้ ซึ่งส่งผลต่อระยะเวลาการกู้
- (3) อัตราดอกเบี้ยชำระเงินกู้

นอกจากนี้แล้ว ทางสำนักวิจัยธนาคารไทยพาณิชย์, (2557) ยังได้ระบุถึงรายได้และความสามารถในการผ่อนชำระเงินกู้ของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย โดยได้จำแนกออกเป็น 3 ช่วงอายุ ได้แก่

(1) ช่วงเริ่มทำงานใหม่ (First Jobber) อายุ 23 - 25 ปี ซึ่งเป็นช่วงเริ่มทำงาน คนช่วงอายุนี้อาจใช้จ่ายฟุ่มเฟือยและมีการเปลี่ยนงานบ่อยครั้ง คนช่วงอายุนี้อาจมีรายได้ 12,000 - 19,000 บาท ต่อเดือน และสามารถผ่อนชำระหนี้ซื้อบ้านระดับช่วงราคา 780,000 - 1,300,000 บาท (ระยะเวลากู้ 35 ปี)

(2) ช่วงมุ่งมั่นทำงาน (executive) ช่วงอายุ 26 - 30 ปี กลุ่มคนช่วงอายุมีความมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ และมีโอกาสก้าวหน้าหรือล้มเหลวในอาชีพได้ คนช่วงอายุนี้จะมีรายได้ 20,000 - 40,000 บาทต่อเดือน และสามารถผ่อนชำระหนี้ซื้อบ้านระดับช่วงราคา 1,650,000 - 2,600,000 บาท (กู้ 35 ปี)

(3) ช่วงเริ่มต้นชีวิตคู่ (Newly married couple) ช่วงอายุ 31 - 35 ปี กลุ่มคนช่วงอายุนี้อาจเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงโยกย้ายที่อยู่อาศัยตามคู่ครอง จะมีระดับรายได้ 41,000 - 70,000 บาทต่อเดือน และสามารถผ่อนชำระหนี้ซื้อบ้านระดับช่วงราคา 2,950,000 - 4,400,000 บาท (กู้ 30 ปี)

จากแนวโน้มดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ประชากรกลุ่มที่ใช้ชีวิตหรือที่ทำงานและพักอาศัยในบริเวณศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร มีแนวโน้มจะเลือกซื้อห้องชุดพักอาศัยที่ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้สถานีระบบขนส่งต่าง ๆ เนื่องจากรูปแบบการพักอาศัยในห้องชุดหรืออาคารชุดพักอาศัย สามารถตอบสนองความต้องการ พฤติกรรมการใช้ชีวิตและกำลังผ่อนชำระของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชั่นวายได้ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวแปรในบทวิจัยนี้

2.7 การพิจารณาองค์ประกอบและประเภทของอาคารชุดพักอาศัย

2.7.1 ความหมายของคอนโดมิเนียม

“คอนโดมิเนียม” เป็นศัพท์ภาษาอังกฤษตามพจนานุกรมภาษาไทยใช้คำว่า “อาคารชุด” หมายถึง “อาคารที่บุคคลสามารถแยกการถือกรรมสิทธิ์ออกได้เป็นส่วน ๆ โดยแต่ละส่วนประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคลและกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินกลาง” ซึ่งแปลไทยเป็นไทยได้อีกที่หนึ่งว่าผู้ที่มีกรรมสิทธิ์ในอาคารชุด คือ ห้องชุดที่ตนเองเป็นเจ้าของอยู่แล้วนั้นยังมีทรัพย์สินที่มีกรรมสิทธิ์ร่วมกันอยู่อีกส่วนหนึ่ง คือ ทรัพย์สินส่วนกลาง เช่น ทางเดินลิฟต์ ที่จอดรถหรือสระว่ายน้ำที่อยู่ในอาคารชุดนั้น ๆ กรรมสิทธิ์เหล่านี้มีหลักฐานการถือครอง คือ “นิติกรรมอาคารชุด” ซึ่งเปรียบเสมือนโฉนดที่ดิน และสามารถซื้อขายกันได้เช่นเดียวกับโฉนดที่ดินทุกประการ

อลงกรณ์ จำฟู (2554) ได้ทำการศึกษาวิจัยไว้ว่า การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางสังคมเศรษฐกิจ และวิถีชีวิตกับปัจจัยในการเลือกอาคารชุดพักอาศัยเป็นบ้านหลังที่สอง และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอาคารชุดพักอาศัยเป็นบ้านหลังที่สองระหว่างเขตชั้นในกับชั้นกลางของกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า มีผู้เลือกอาคารชุดเป็นบ้านหลังที่สองอยู่ร้อยละ 10.5 ส่วนใหญ่ผู้ที่เลือกอาคารชุดพักอาศัยเป็นบ้านหลังที่สอง จะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีช่วงอายุระหว่าง 25 - 35 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสดและสมรสในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ประกอบอาชีพในบริษัทเอกชนเป็นกลุ่มที่มีขนาดครอบครัว 1 - 3 คนและมีรายได้เฉลี่ยครัวเรือนมากกว่า 100,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป มีที่อยู่อาศัยปัจจุบันเป็นบ้านเดี่ยว มีแหล่งที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและมีแหล่งงานอยู่ในเขตชั้นในของกรุงเทพมหานครและสุดท้ายส่วนใหญ่จะมีกรรมสิทธิ์โดยสมบูรณ์ในบ้านหลังปัจจุบัน ก่อนเลือกอาคารชุดเป็นบ้านหลังที่สอง นอกจากนี้ สาเหตุความต้องการบ้านหลังที่สอง คือ ต้องการที่อยู่อาศัยใกล้แหล่งงาน หากมองโดยภาพรวมแล้วจะสื่อให้เห็นถึงการให้ความสำคัญด้านเศรษฐกิจ คือ ด้านการประกอบอาชีพและระยะทางจากที่อยู่อาศัยสู่แหล่งงาน ด้านปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามในเขตชั้นในของกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยทางด้านกายภาพ มีค่าเฉลี่ยการให้คะแนนความสำคัญอยู่ที่ 4.27 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับที่จอดรถที่เป็นสัดส่วน เป็นปัจจัยการเลือกอาคารชุดเป็นบ้านหลังที่สอง ที่เห็นได้ชัดในเขตชั้นในของกรุงเทพมหานคร ส่วนปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามในเขตชั้นกลางของกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ปัจจัยทางด้านตัวสินค้า มีค่าเฉลี่ยการให้คะแนนความสำคัญอยู่ที่ 4.31 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับห้องพัก มีระบบป้องกันการโจรกรรมที่ดี ดังนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพ เช่น ที่จอดรถที่เป็นสัดส่วนและเพียงพอกับความต้องการของผู้เลือกอาคารชุดเป็นบ้านหลังที่สองในเขตชั้นในของกรุงเทพมหานครและให้ความสำคัญในด้านตัวสินค้า เช่น การป้องกันการโจรกรรมในห้องพักของผู้เลือกอาคารชุดเป็นบ้านหลังที่สองในเขตชั้นกลางของกรุงเทพมหานคร จึงจะดึงดูดความสนใจจากผู้ที่ต้องการอาคารชุดเป็นบ้านหลังที่สอง

2.7.2 ประเภทตามการใช้งานของอาคารชุด (คอนโดมิเนียม)

การแบ่งประเภทของอาคารชุดตามการใช้งาน 3 ประเภท คือ

2.7.2.1 อาคารชุดเพื่อการอยู่อาศัย เป็นอาคารชุดที่จัดสร้างขึ้นโดยมีจุดประสงค์หลักคือเพื่อเป็นที่อยู่อาศัยจะมีขนาดในแต่ละหน่วยใหญ่หรือเล็กแตกต่างกันไปตามทำเลที่ตั้งของโครงการนั้น ซึ่งจะประกอบด้วยห้องต่าง ๆ หลายห้องและมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รวมอยู่ด้วย เช่น สระว่ายน้ำ ห้องประชุม ห้องออกกำลังกาย ซุปเปอร์มาร์เก็ต

2.7.2.2 อาคารชุดเพื่อการพักผ่อน มีลักษณะเดียวกับอาคารชุดเพื่อการอยู่อาศัย แต่ทำเลที่ตั้งนั้น จะอยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวตากอากาศที่สำคัญ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่

เหมาะกับการพักผ่อนมากขึ้น ผู้ซื้ออาคารชุดประเภทนี้ จึงมีจุดประสงค์เพื่อต้องการความเป็นส่วนตัว ในการพักผ่อนในสุดสัปดาห์ของครอบครัว หรือบริษัทซึ่งพร้อมจะใช้งานตลอดเวลา

2.7.2.3 อาคารชุดเพื่อธุรกิจการค้า เป็นอาคารชุดเพื่อใช้สำหรับสำนักงานหรือสถานประกอบธุรกิจการค้ามีลักษณะและการใช้งานเหมือนสำนักงานอาคารชุดทั่วไป แต่บริษัทสามารถซื้อเป็นกรรมสิทธิ์ได้

อาคารชุดนั้น หลักสำคัญควรพิจารณาในด้านความสมบูรณ์ของตัวอาคารและด้านกฎหมาย คือกรรมสิทธิ์หรือเจ้าของ ซึ่งต่อไปนี้จะกล่าวถึงการพิจารณาตัวอาคารก่อน คือ ทำเลที่ตั้งอาคารชุด ปัจจัยข้อนี้ถือว่าสำคัญที่สุดเพราะการตัดสินใจซื้ออาคารชุดนั้น คนส่วนใหญ่จะมีเหตุผลมาจากความสะดวกในการเดินทางจากที่พักที่ทำงาน แต่การพิจารณาเรื่องทำเลที่ตั้งนั้น ไม่ควรพิจารณาแต่เพียงว่าอยู่ใกล้ที่ทำงานเท่านั้น แต่ควรพิจารณาประการอื่น ๆ ด้วย ประการแรกพิจารณาในภาพกว้างว่าจุดที่ตั้งของอาคารชุด สามารถเดินทางติดต่อกับสถานที่ต่าง ๆ ได้สะดวกเพียงใด โดยจะดูได้จากโครงข่ายสำคัญที่มีอยู่ในปัจจุบัน ทั้งนี้เพราะแหล่งงานในปัจจุบันหากเป็นการทำงานในสำนักงานก็จะมีแหล่งรวมสำนักงานกระจุกตัวกันอยู่บริเวณใจกลางเมือง อีกหนึ่งประเด็นที่จะต้องพิจารณาคือในบริเวณรัศมีใกล้ ๆ กับตัวอาคารชุดที่จะเลือกซื้อ เริ่มตั้งแต่ที่ตั้งของอาคารและอาคารข้างเคียง สภาพแวดล้อมบริเวณรอบอาคารชุดน่าอยู่หรือไม่ ทางเข้าออกโครงการสะดวกหรือไม่ ไม่ควรห่างจากถนนใหญ่จนเกินไป และถนนซอยจะต้องกว้างพอ

2.7.3 ส่วนองค์ประกอบที่สำคัญของอาคารชุดพักอาศัย (คอนโดมิเนียม)

2.7.3.1 ส่วนองค์ประกอบหลักที่สำคัญของอาคารชุดพักอาศัย (คอนโดมิเนียม) ได้แก่

- (1) ห้องรับแขกและห้องพักผ่อน
- (2) ห้องอาหาร
- (3) ห้องนอน
- (4) ห้องน้ำและห้องส้วม
- (5) ห้องแต่งตัว
- (6) เฉลียง
- (7) ห้องครัว
- (8) บริเวณซักล้าง
- (9) ห้องคนใช้
- (10) ห้องเก็บของ
- (11) โถงทางเข้า
- (12) ห้องทำงาน (สำหรับอาคารชุดพิเศษ)
- (13) พื้นที่จัดสวน (สำหรับอาคารชุดพิเศษ)

(14) ห้องรับแขก (สำหรับอาคารชุดพิเศษ)

2.7.3.2 องค์ประกอบเสริมของอาคารชุดพักอาศัย (คอนโดมิเนียม) ได้แก่

- (1) สระว่ายน้ำผู้ใหญ่และเด็กเล็กพร้อมห้องแต่งตัว
- (2) ห้องออกกำลังกายชาย - หญิง
- (3) ห้องสควอชหรือสนามเทนนิส
- (4) ส่วนพักผ่อนในร่มและส่วนพักผ่อนภายนอก
- (5) สนามเด็กเล่น
- (6) ห้องกีฬาในร่มและเอนกประสงค์
- (7) ห้องจัดเลี้ยงและส่วนเตรียมอาหาร
- (8) ห้องเก็บของรวม
- (9) ที่จอดรถ

การบริการในสภาพทั่ว ๆ ไป เช่น ไฟฟ้า ประปา การกำจัดขยะและของเสียลิฟต์ ที่วิงจรปิด เสาอากาศทีวีรวมวิดีโอ โทรศัพท์รวมถึงการป้องกันภัยและการรักษาความปลอดภัย ตลอดจนการให้บริการด้านการจัดโปรแกรมต่าง ๆ เพื่อความบันเทิงหรือเพื่อสัมพันธ์ภาพของผู้ที่อาศัยอยู่ในอาคารชุดนั้น ๆ เป็นต้น

ทรัพย์สินส่วนกลาง ในเรื่องของทรัพย์สินส่วนกลางเป็นอีกเรื่องหนึ่งที่ควรพิจารณาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคต่าง ๆ มีพร้อมเพียงใด ที่จำเป็น คือ ที่จอดรถลิฟต์ บันไดใหญ่และบันไดหนีไฟ ระบบป้องกันอัคคีภัยในอาคาร ระบบทิ้งขยะ ระบบน้ำประปา ไฟฟ้า ระบบการกำจัดน้ำเสีย ระบบสื่อสารทางโทรศัพท์สายตรงหรือผ่านศูนย์ เหล่านี้ควรมีและได้มาตรฐานเพียงพอต่อการใช้งานในอาคาร ส่วนอื่น ๆ ที่อาจจะมีเสริมเข้ามา เช่น สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส ห้องออกกำลังกาย สวนหย่อม หอประชุม สิ่งเหล่านี้เมื่อมีเสริมเข้ามาก็จะทำให้ราคาของอาคารชุดต่อหน่วยสูงขึ้นด้วย

การจัดห้องในอาคารชุด ห้องต่าง ๆ ภายในอาคารชุดอันที่จริงก็มีส่วนคล้ายคลึงหรือเหมือนกับห้องต่าง ๆ ภายในบ้านนั่นเอง คือ จะเป็นห้องที่สามารถใช้งานได้ตามความต้องการของสมาชิกแต่ละคนในครอบครัว แต่พื้นที่ของอาคารชุดจะเป็นเนื้อที่ที่จำกัดและมีเนื้อที่ใช้สอยไม่มากมายเท่ากับพื้นที่ในบริเวณบ้าน และอยู่ภายในสิ่งแวดล้อมที่ดีและสวยงาม ตกแต่งให้มุ่มมองต่าง ๆ ให้เหมาะสม

2.7.3.3 การจัดห้องสำหรับอาคารชุด มีหลักเกณฑ์การแบ่งองค์ประกอบของการใช้สอยพื้นที่ได้ ดังนี้

(1) ห้องนอน เป็นห้องที่มีความสำคัญมากที่สุด ถ้าคิดตามความจำเป็นในการดำเนินชีวิต ห้องจะมีมากตามจำนวนสมาชิกของครอบครัวหรือน้อยกว่า ขึ้นอยู่กับความจำเป็นและงบประมาณเป็นหลัก ซึ่งแต่ละห้องควรมีการออกแบบให้ถูกสุขลักษณะ มีการระบายอากาศดี ได้รับแสงสว่างพอเพียง ไม่มากเกินไปจนร้อน มีทางลมเข้าและทางลมออก เพราะจะทำให้มีการระบายอากาศได้อย่างทั่วถึงในห้องนอน

ตำแหน่งที่ตั้ง การคำนึงในการจัดห้องนอนนั้น ไม่ควรอยู่ใกล้กับห้องรับแขก เพราะจะทำให้ขาดความเป็นส่วนตัว โดยเฉพาะเสียงจากห้องนอนเด็ก จะเป็นการรบกวนต่อแขกได้ ภายในห้องนอนควรมีแสงสว่างเพียงพอ มีการระบายอากาศที่ดีและสะดวกต่อการใช้ห้องน้ำ โดยที่ไม่ต้องเดินไกล

(2) ห้องน้ำ-ห้องส้วม นับว่ามีความจำเป็นมากอีกห้องหนึ่ง จะต้องเป็นห้องที่ใหญ่เพียงพอ มีสุขภัณฑ์และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จำเป็น ดังนี้

อ่างล้างหน้า โถส้วม ชักโครก อ่างอาบน้ำ ที่อาบน้ำ ฝักบัว ราวจับ และที่ใส่สบู่ที่อ่างอาบน้ำ ที่ใส่กระดาษชำระใกล้กับโถส้วม ที่ใส่สบู่สำหรับอ่างล้างหน้า ราวพาด ผ้าเช็ดตัว กระจกเงาและตู้แขวน

การจัดสุขภัณฑ์แต่ละอย่าง ควรจะมีเนื้อที่เพียงพอสำหรับการใช้สอย โดยสะดวก มีที่สำหรับให้ประตูเปิดกว้างถึง 90 องศา ขนาดของห้องน้ำจะใหญ่หรือเล็ก ขึ้นอยู่กับความจำเป็นในการใช้ห้องนั้น ในบางครั้งอาจจะแยกห้องน้ำและห้องส้วมออกจากกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจำนวนสมาชิกในครอบครัว หากมีความจำเป็นมาก และต้องออกไปทำธุรกิจพร้อมกัน ก็ควรจะแยกห้องน้ำและห้องส้วมออกจากกัน จะทำให้ไม่ต้องเสียเวลารอคอย

ตำแหน่งที่ตั้งและข้อคำนึงในการจัดห้องน้ำห้องส้วม ควรอยู่ในตำแหน่งที่สะดวกในการติดต่อกับห้องต่าง ๆ ควรอยู่ในที่มิดชิดพอสมควร ประตูของห้องน้ำไม่ควรหันไปทางห้องอาหารหรือห้องรับแขก เพราะจะทำให้เกิดความรู้สึกที่ไม่ดีแก่ผู้มาเยือนได้ ภายในห้องควรมีการระบายอากาศที่ดีและมีแสงสว่างที่เพียงพอ วัสดุภายในห้องน้ำควรทำความสะอาดได้ง่าย

บริเวณซักล้าง เป็นส่วนหนึ่งที่ต้องจัดให้มีทุกห้องชุด เพื่อเป็นบริเวณซักผ้า ซักล้าง ตากผ้า ซึ่งมักจะมีการเปียกชื้นอยู่เสมอ ดังนั้นจึงควรจัดเป็นส่วนหนึ่งของเฉลียงหรือที่เฉพาะด้าน เพื่อการระบายอากาศด้วย และที่สำคัญควรจะสามารถติดต่อกับห้องครัวได้โดยตรง

(3) ห้องคนใช้ เป็นห้องที่ใช้พักผ่อนหลับนอน และใช้เป็นที่พักผ่อนส่วนตัว ทำงานและแต่งตัวของคนใช้ โดยทั่วไปจะจัดให้มีห้องน้ำห้องส้วมซึ่งติดต่อกันได้โดยตรง ห้องคนใช้นี้ จะจัดแยกออกจากส่วนผู้อยู่อาศัย ซึ่งเป็นเจ้าของ โดยจะจัดให้รวมอยู่กับส่วนห้องครัวหรือห้องเก็บของ

(4) ห้องเก็บของ เป็นที่สำหรับเก็บเครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ทั้งที่ใช้และไม่ได้ใช้ ซึ่งไม่เหมาะที่จะนำไปเก็บในห้องอื่น ลักษณะห้องจัดเป็นห้องโถงอยู่ใกล้กับห้องคนใช้ ห้องครัวและส่วนโถงทางเข้า

(5) โถงทางเข้า ในส่วนของโถงทางเข้า เป็นส่วนที่อยู่ใกล้ที่สุดของห้องชุด ซึ่งแยกจากส่วนโถงบันได ลิฟต์ ควรจัดให้แยกแต่ละยูนิตมองเห็นเด่นชัด และมีลักษณะที่เชื้อเชิญให้เข้าไป

(6) ห้องทำงาน เป็นห้องที่ใช้ติดต่อบริการพร้อมกับทำงานเฉพาะของเจ้าของ ซึ่งแยกต่างหากออกจากห้องพักผ่อนและห้องรับแขก เพื่อความเป็นส่วนตัวควรอยู่ในตำแหน่งที่ต่อเนื่องกับห้องรับแขกและห้องพักผ่อนได้สะดวก ห้องนี้จะจัดให้เป็นห้องเฉพาะของแต่ละคน

ส่วนมากจะมีอยู่ในห้องชุดประเภทห้องชุดพิเศษเป็นส่วนมาก

(7) พื้นที่จัดสวน เป็นส่วนพื้นที่สีเขียว ซึ่งประกอบด้วยสนามหญ้าต้นไม้สวนประดับและสวนหย่อม สำหรับพักผ่อนสายตาของผู้อยู่อาศัยส่วนนี้ ใช้พื้นที่มากพอสมควรและต้องจัดให้ได้รับแสงแดดและการระบายอากาศที่ดีด้วย ดังนั้นจึงให้จัดอยู่ชั้นบนอาคารชุดในส่วนของห้องชุดพิเศษเท่านั้น

(8) ห้องรับรองแขก ห้องนี้ เป็นห้องรับรองแขก หรือญาติสนิท ประกอบด้วยเตียงนอน ตู้เสื้อผ้า โต๊ะทำงาน สามารถติดต่อกับบริเวณส่วนตัวและห้องน้ำห้องส้วมได้สะดวก โดยอาจจัดแยกจากส่วนที่พักอาศัยของเจ้าของก็ได้ ห้องนี้มักจัดให้มีในส่วนของห้องชุดพิเศษเท่านั้น

2.7.3.4 ส่วนองค์ประกอบเสริมของอาคารชุดพักอาศัย อาคารชุดพักอาศัยที่ได้มาตรฐาน ควรจัดให้มีความสะดวกสบายทั้งในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องมี ดังต่อไปนี้

(1) สระว่ายน้ำผู้ใหญ่และเด็กเล็กพร้อมห้องแต่งตัวของสระว่ายน้ำ เป็นส่วนหนึ่งของที่พักผ่อนหย่อนใจของผู้อยู่อาศัย ซึ่งให้บริการเฉพาะผู้อยู่อาศัย ส่วนนี้จะอยู่ในที่ซึ่งมีบรรยากาศเป็นธรรมชาติที่สุด มีมุมมองที่ดีและมีความเป็นส่วนตัวโดยไม่ถูกรบกวนจากคนภายนอก ในส่วนของสระน้ำนี้ ควรจะมีการบริการอาหารเบา ๆ และเครื่องดื่มด้วย นอกจากนั้นอาจจัดให้มีที่นั่งนอนพักผ่อนหรือนั่งพักผ่อนด้วยก็ได้

ที่เปลี่ยนเครื่องแต่งตัว บริเวณนี้จะมีห้องอาบน้ำเพื่อทำความสะอาดร่างกายก่อนและหลังการใช้สระว่ายน้ำ ดังนั้นควรจะมีอยู่ในที่ซึ่งไปใช้ได้สะดวกและมิดชิดพอสมควร ซึ่งควรจะมีอยู่ใกล้หรือติดกับส่วนสระว่ายน้ำ แต่ไม่ควรอยู่ในบริเวณเดียวกันจนทำให้เสีย

(2) สนามเทนนิส เป็นที่สำหรับพักผ่อนเล่นกีฬา ซึ่งสนามเทนนิสนี้มีไว้บริการเฉพาะผู้อยู่อาศัยเท่านั้น โดยคิดค่าตอบแทนเพียงเล็กน้อยเพื่อเป็นค่าบำรุงสนาม การจัดส่วนนี้ควรคำนึงถึงการได้ร่มเงาจากตัวอาคารด้วย เพื่อให้สนามมีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถบริการได้ทั้งวันโดยไม่ร้อนมาก และตำแหน่งควรอยู่ใกล้ห้องเก็บของเก็บเครื่องมือทำความสะอาดสนามและบริเวณร้านค้าขายอุปกรณ์เครื่องกีฬา

(3) สนามเด็กเล่น การจัดสนามเด็กเล่นนั้นควรแยกเด็กเล็กและเด็กโตออกจากกัน เพราะการเล่นมักจะต่างกัน บริเวณสนามเด็กเล่นควรอยู่ในที่ที่เห็นได้ง่ายเพื่อความสะดวก ควรมีที่พักสำหรับผู้ปกครองหรือพนักงานที่คอยดูแลด้วย

จากการทบทวนวรรณกรรมของ วสวส์ดี โขติวงศ์อริยะ และ กงกฤษณ์ โตะชัยวัฒน์ (2556) สรุปได้ว่า อาคารชุดพักอาศัยควรมีองค์ประกอบภายในห้องชุด ดังนี้ มีประโยชน์ใช้สอยสะดวก สวยงามและทันสมัย รวมถึงพิจารณาถึงสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคต่าง ๆ ที่มีในโครงการ เช่น ที่จอดรถ ระบบป้องกันความปลอดภัยในอาคารและภายในโครงการ เป็นต้น รวมทั้ง

พื้นที่อำนวยความสะดวกเพิ่มเติม เช่น สระว่ายน้ำสนามเทนนิส ห้องออกกำลังกาย สวนหย่อม หอประชุม ร้านสะดวกซื้อภายในโครงการ รูปแบบความสวยงามทางด้านการออกแบบกายภาพ โครงการ ขนาด วัสดุและเครื่องเรือนที่ติดตั้งพร้อมในห้องชุด ผู้ซื้อห้องชุดพักอาศัยควรพิจารณาเนื้อที่ ภายในห้องชุดเท่าใด การแบ่งพื้นที่ จำนวนห้องภายใน ระเบียงและส่วนพื้นที่อื่น ๆ รวมถึงวัสดุตกแต่ง วัสดุที่ใช้ปูพื้น ประตูหน้าต่าง สุขภัณฑ์ อุปกรณ์ไฟฟ้ามีมาตรฐาน รวมถึงคุณภาพและจำนวนของ เครื่องเรือน เฟอร์นิเจอร์ที่ติดตั้ง

ซึ่งสรุปได้ว่า การจัดพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุดในอาคารชุดพักอาศัย ห้องต่าง ๆ ภายในห้องชุด สามารถใช้งานได้ตามความต้องการได้สะดวกสบายและทันสมัย โดยมีความน่าสนใจใน ด้านการออกแบบภายในห้องชุดและและรูปลักษณ์อาคาร รวมไปถึงการจัดวางผังและการออกแบบ รายละเอียดทั้งหมด จะเพิ่มคุณค่าให้กับห้องชุดพักอาศัยของโครงการในด้านความงาม ถือว่าเป็น จุดสำคัญที่นักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์จะต้องให้ความสำคัญไม่น้อยกว่าองค์ประกอบอื่น ๆ

2.7.4 การจัดกลุ่มและระดับอาคารชุดพักอาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร

ติงศ์ ออฟ ลีฟวิง (Think of living, 2556) ได้จัดแบ่งกลุ่มและระดับอาคารชุดพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครตามลำดับราคา โดยใช้เกณฑ์และปัจจัยประกอบการพิจารณา เช่น ทำเล ที่ตั้ง สิ่งแวดล้อม การออกแบบอาคารและการตกแต่ง คุณภาพการก่อสร้าง สิ่งอำนวยความสะดวก ที่ จอดรถ และระบบการบริหารจัดการ โดยสามารถแบ่งระดับอาคารชุดพักอาศัยได้ 6 กลุ่ม หรือ 6 ระดับ (ตามราคาต่อตารางเมตร) ดังนี้

ตารางที่ 2.1

การแบ่งระดับราคาอาคารชุดพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่ม	ระดับ	ราคาต่อตารางเมตร (บาทต่อตารางเมตร)
หรูหราเหนือระดับ	อัลติเมต (Ultimate)	250,000 ขึ้นไป
หรูหรา	ซูเปอร์ ลักซูรี (Super Luxury)	200,000 ถึง 249,999
หรู	ลักซูรี (Luxury)	160,000 ถึง 199,999
บน	ไฮคลาส (High Class)	120,000 ถึง 159,999
กลางถึงสูง	กลางถึงสูง (Upper class)	90,000 ถึง 119,999
กลาง	กลาง (Main class)	70,000 ถึง 89,999
มาตรฐาน	มาตรฐาน (Economy)	50,000 ถึง 69,999
ราคาประหยัด	พื้นฐาน (Super Economy)	ราคาต่ำกว่า 50,000

หมายเหตุ. จาก ทิงค์ออฟลีฟวิง (Think of living, 2556).

(1) อัลติเมต (Ultimate) เป็นอาคารชุดระดับบนสุด เช่น 185 ราชดำริ เซนตรีจิส สุโขทัย เรสซิเดนซ์ อสังหาริมทรัพย์ประเภทนี้มีสิ่งที่มีความเป็นพิเศษ เช่น รูปแบบเปลือกอาคารที่มีการออกแบบเป็นพิเศษ หรือแม้แต่สถาปนิกออกแบบที่มีชื่อเสียงระดับโลก ไม่ใช่เพียงคุณภาพวัสดุหรือทำเลที่ตั้ง การตัดสินใจในการลงทุนซื้อจึงประกอบไปด้วยความรู้สึกส่วนตัว (Emotion) เป็นส่วนใหญ่

(2) ซูเปอร์ ลักซูรี (Super Luxury) เป็นอาคารชุดระดับรองลงมา จากอัลติเมต และยังคงมีแรงจูงใจในการตัดสินใจด้วยความรู้สึกส่วนตัว (Emotion) เป็นส่วนประกอบ

(3) ลักซูรี (Luxury) เป็นอาคารชุดติดแบรนด์ระดับสูงสุด

(4) ไฮคลาส (High Class) เป็นอาคารชุดชั้นสูง ตั้งอยู่บนทำเลดีเกาะแนวรถไฟฟ้า วัสดุเกรดเยี่ยม

(5) กลางถึงสูง (Upper class) เป็นอาคารชุดชั้นดี ทำเลไม่ห่างจากรถไฟฟ้ามาก

(6) กลาง (Main class) เป็นเกรดอาคารชุดที่นิยมทำกันมาก จับตลาดกลุ่มใหญ่ของลูกค้าระดับกลาง

(7) มาตรฐาน (Economy) เป็นอาคารชุดชั้นประหยัด ที่นิยมกันมากเช่นกัน จับทั้งกลุ่มลูกค้าระดับกลางและคนทำงานเริ่มต้น อาทิ อาคารชุดราคาเริ่มต้นที่ล้านต้น ส่วนใหญ่อยู่ในระดับพื้นฐานทั้งสิ้น

(8) พื้นฐาน (Super Economy) เป็นอาคารชุดราคาประหยัด มีไม่กี่บริษัทสามารถทำได้เพราะต้องทำให้ต้นทุนต่ำ

ดังนั้น ในปัจจุบันจะเห็นได้จากจำนวนโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทอาคารชุดพักอาศัยแนวสูง (High-rise condominium) ที่พัฒนามากขึ้นกระจายตามแนวรางระบบขนส่งมวลชนต่าง ๆ ในช่วงตั้งแต่ปี 2554 จนถึงปัจจุบัน ได้เกิดอาคารชุดพักอาศัยตามแนวรางระบบขนส่ง ซึ่งมีระดับราคาหลากหลายตั้งแต่ ระดับกลางไปจนถึงระดับหรูราคาที่สุด จากข้อมูลของศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ (Real-estate information center: REIC) ในปี 2552 อ้างใน Khumpaisal (2011) ได้สรุปว่า ขนาดของที่อยู่อาศัยมีแนวโน้มจะลดลง และประชากรมีแนวโน้มจะซื้อห้องชุดพักอาศัยที่มีขนาดเล็กกว่าแต่อยู่ในบริเวณใกล้กับสถานีระบบขนส่งมวลชน

2.7.5 ข้อกำหนดเบื้องต้นทางด้านกฎหมาย ห้องชุดพักอาศัย ในด้านการออกแบบ

เมธาวิ กนกวงศ์ (2556) ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาอาคารชุดที่สอดคล้องกับมาตรการแรงจูงใจในผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร โดยอ้างอิงประกอบและมาตรฐานขั้นพื้นฐานที่พักอาศัย จากกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นกระทรวงมหาดไทย ปี พ.ศ. 2549 โดยระบุได้ ดังนี้

2.7.5.1 มาตรฐานสำหรับหน่วยที่อยู่อาศัยเป็นการกำหนดในเรื่องขนาดในพื้นที่ขององค์ประกอบ หน่วยที่อยู่อาศัยขนาดพื้นที่เล็กที่สุดที่ผู้อยู่อาศัยสามารถอยู่ได้ และมีความจำเป็น

ในการใช้งานจริง ที่เก็บของ ความสูงของเพดาน ปริมาตรแสงธรรมชาติ การระบายอากาศ ประตูและการจัดห้องมาตรฐานที่ถูกกำหนดขึ้นมา นี้ จัดทำโดยคำนึงถึงคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยความสะดวกสบายและความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้อยู่อาศัย โดยการเคหะแห่งชาติได้กำหนดมาตรฐานเบื้องต้นไว้ ดังนี้

(1) ส่วนมิดชิด เป็นพื้นที่ที่ต้องการความเป็นส่วนตัวสูงสุดเพื่อใช้กับกิจกรรมการอยู่อาศัยเฉพาะบุคคล ได้แก่ ห้องนอน และห้องน้ำ

(2) ส่วนเอนกประสงค์ ได้แก่ ห้องรับแขกพักผ่อน ห้องครัว และห้องรับประทานอาหาร เป็นต้น

2.7.5.2 การกำหนดพื้นที่ภายในห้องชุด โดย กฎกระทรวงฉบับที่ 55 (พ.ศ. 2543) ออกตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 ได้กำหนดไว้ ดังนี้

(1) อาคารอยู่อาศัยรวม ต้องมีพื้นที่ภายในแต่ละหน่วยที่ใช้เพื่อการอยู่อาศัยไม่น้อยกว่า 20 ตารางเมตร

(2) ห้องนอนในอาคารให้มีความกว้างด้านแคบที่สุดไม่น้อยกว่า 2.50 เมตร และมีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 8 ตารางเมตร

(3) ระยะดิ่งภายในห้องชุดพักอาศัยต้องไม่น้อยกว่า 2.60 เมตร

2.7.6 แนวคิดการพัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัยในด้านการออกแบบ

เมธาวิ กนกวงศ์ (2556) ได้กล่าวไว้ในงานศึกษาว่า การพัฒนาของอาคารชุดพักอาศัยเป็นจุดเริ่มต้นของพัฒนาการที่อยู่อาศัยในเมือง ที่มีเศรษฐกิจดีและบ้านเมืองเจริญขึ้น เนื่องจากประชากรเพิ่มจำนวนอย่างรวดเร็วและมีความหนาแน่นทำให้เมืองเกิดการขยายตัว และปัญหาที่ดินราคาแพงในย่านธุรกิจ จึงจำเป็นต้องสร้างตึกให้สูงขึ้นเพื่อให้การใช้ที่ดินในเขตเมืองให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ตลอดจนความคิดใหม่ ๆ ของผู้ประกอบการที่ต้องการสร้างที่อยู่อาศัย ที่ราคาถูกลงกว่าบ้านเดี่ยว ซึ่งในประเทศไทยโครงการอาคารชุดได้เกิดขึ้นและมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบันดังต่อไปนี้

2.7.6.1 การแบ่งยุคที่พักอาศัย และจากผลสรุปจากการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยพัฒนาจากอดีตจนถึงปัจจุบัน สามารถสรุปการพัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัยได้เป็น 4 ยุค ตามลักษณะรูปแบบการพัฒนาทั้งภายนอก และภายใน ไว้ดังนี้

(1) ยุคที่ 1 พ.ศ. 2520 - 2529 เศรษฐกิจฟื้นตัวเกิดอาคารชุดแห่งแรกของประเทศไทย แต่ยังคงเจาะกลุ่มเฉพาะคนรายได้สูงเท่านั้น รองรับการพัฒนาขยายตัวของชุมชนใจกลางเมือง การออกแบบเพื่อการอยู่อาศัยเท่านั้น

การออกแบบ ลักษณะเป็นอาคารสี่เหลี่ยมทึบตันใช้คอนกรีตเป็นหลัก สูงประมาณ 10 ชั้น เนื่องจากเทคโนโลยีก่อสร้างยังมีน้อย นิยมทาอาคารสีขาว

(2) ยุคที่ 2 พ.ศ. 2530 - 2539 เป็นช่วงที่อสังหาริมทรัพย์เฟื่องฟูโดยเฉพาะอาคารชุดกำลังได้รับการยอมรับจากคนทั่วไปมากขึ้น มีการขยายตัวออกไปในแหล่งชุมชน และไม่ใช้ที่อยู่อาศัยสำหรับคนรายได้สูงเท่านั้น มีวิวัฒนาการทางด้านวัสดุและการก่อสร้าง

การออกแบบลักษณะเป็นอาคารสี่เหลี่ยมแต่มีความโค้งมนมากขึ้น ใช้คอนกรีตเป็นหลัก เริ่มมีการพัฒนานวัตกรรมใหม่ทางด้านวัสดุ และนำมาใช้มากขึ้น เช่น กระจกที่สะท้อนความร้อนความสูงอาคารเริ่มสูงขึ้นเป็น 20 - 40 ชั้น นิยมทาสีอาคารเป็นสีขาวและทำให้มีลวดลาย

(3) ยุคที่ 3 พ.ศ. 2540 - 2545 เป็นช่วงที่อสังหาริมทรัพย์ตกต่ำหลังภาวะวิกฤติฟองสบู่ ทำให้การพัฒนาอาคารชุดแทบจะหยุดชะงัก และหลายแห่งขาดสภาพคล่องจนกลายเป็นอาคารร้าง

การออกแบบมีความหลากหลายมากขึ้นตกแต่งอาคารให้มีเอกลักษณ์ เริ่มมีการนำวัสดุผนังสำเร็จรูป (Precast) มาช่วยพัฒนาการก่อสร้างให้มีระยะเวลาในการก่อสร้างสั้นลง สามารถสร้างอาคารสูงได้จากวิวัฒนาการด้านการก่อสร้าง อาคารมีหลากหลายสีสันทันแต่เน้นสีสันดูหรูหรา

(4) ยุคที่ 4 พ.ศ. 2546 - ปัจจุบัน ยุคนี้เป็นยุคที่มีการพัฒนาทางด้านการก่อสร้าง วัสดุอุปกรณ์และการออกแบบมีแนวคิดใหม่ ๆ มีการแข่งขันในตลาดที่สูง ทำให้การพัฒนาโครงการมีลักษณะ

1. จุดสังเกต (landmark) มีความโดดเด่นสะท้อนถึงภาพลักษณ์ผู้อยู่อาศัย เป็นผลงานผู้ประกอบการและนักออกแบบ
2. ความหลากหลาย (mixed-use) การรวมพื้นที่ใช้ประโยชน์ที่แตกต่างเข้าไว้ด้วยกัน ทั้งที่อยู่อาศัย และพาณิชยกรรม (ร้านค้า ร้านอาหารและบริการต่าง ๆ)
3. ความแตกต่างของตัวโครงการ (product differentiation) การออกแบบให้แตกต่างจากโครงการอื่น ๆ เพื่อให้เป็นจุดขาย

การออกแบบอาคารให้มีความทันสมัยมากขึ้น และมีการวางแผนการออกแบบถึงอนาคตมากขึ้น (Futuristic) รูปทรงแปลกตาคำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการลดใช้พลังงาน วัสดุก่อสร้างมีความหลากหลายมีการพัฒนาวัสดุใหม่ ๆ มาใช้ตกแต่งทำให้ดูสวยงาม เทคโนโลยีด้านการก่อสร้างสมัยใหม่ทำให้สามารถสร้างอาคารที่มีความสูงได้กว่า 60 - 90 ชั้น ใช้สีสันทันที่หลากหลาย แต่เน้นความเรียบง่ายดูหรูหราทันสมัย

สังเกตได้ว่า โครงการอาคารชุดมีการพัฒนารูปแบบให้ทันสมัยตามกาลเวลารวมทั้งให้ความสำคัญกับการออกแบบรูปทรงเพื่อดึงดูดความสนใจมากขึ้น เนื่องจากแนวโน้มการแข่งขันในการพัฒนาโครงการอาคารชุดมีมากขึ้น จึงทำให้การออกแบบมีบทบาทมากขึ้นอย่างเห็นได้

ชัด โดยมีการให้ความสำคัญกับนวัตกรรมเรื่องการออกแบบวัสดุ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม การออกแบบ เป็นไปในรูปแบบทันสมัยนิยม แต่ยังคงรักษาสิ่งแวดล้อม พร้อมกับรูปทรงที่ถูกตัดทอน สีเส้นฉูดฉาด และลวดลายที่ดูลดน้อยลง เพื่อให้การออกแบบอาคารชุดมีความยั่งยืนทั้งในด้านความรู้สึก และการใช้งานที่มีประสิทธิภาพในระยะยาว โดยตัวผลิตภัณฑ์ไม่ดูตกยุคเมื่อเวลาผ่านไปนาน ๆ ไป

2.8 กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทอาคารชุดพักอาศัย

จากการจัดทำเนื้อหาองค์ความรู้ SMEs ภายใต้งานพัฒนาศูนย์ข้อมูล SMEs Knowledge Center (2556) ได้กล่าวไว้ว่า กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) คือ กลยุทธ์การตลาดที่ผู้ประกอบการจะต้อง ศึกษาและทำความเข้าใจผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ ทั้งความต้องการของผู้บริโภค กำลังซื้อของผู้บริโภค ความพึงพอใจในสินค้าและบริการของผู้บริโภค การสื่อสารและนำเสนอผลิตภัณฑ์สู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทั้งนี้ กลยุทธ์การตลาด 4P ประกอบไปด้วย

(1) ผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้ประกอบการต้องทราบถึงจุดเด่นและความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ของตนกับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง และต้องสื่อสารจุดเด่น ความแตกต่าง รูปลักษณ์ ลักษณะทั้งภายนอกและในของอสังหาริมทรัพย์หรือผลิตภัณฑ์ การใช้งาน ความคงทน และความปลอดภัย ให้ลูกค้ารับรู้

(2) ราคา (Price) ผู้ประกอบการจะต้องศึกษาศักยภาพหรือความสามารถในการชำระค่าสินค้า และลูกค้ายินดีที่จะจ่ายสำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์แล้ว ผู้ประกอบการยังต้องพิจารณาถึงความสามารถในการผ่อนชำระของกลุ่มผู้ซื้อและเงื่อนไขในการผ่อนชำระกับสถาบันการเงินด้วย

(3) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ผู้ประกอบการต้องศึกษากลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้ชีวิต (Lifestyle) และพฤติกรรมในการซื้อหาสินค้า (Customer - behavior) จึงสามารถกำหนดแนวทางการจัดวางหรือจัดตำแหน่งช่องทางการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ได้

(4) กิจกรรมประชาสัมพันธ์สนับสนุนการขาย (Promotion) คือการทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการ เช่น การโฆษณาในสื่อต่าง ๆ หรือการทำกิจกรรมกระตุ้นให้มีผู้ซื้อมากขึ้น เช่น การลดราคาประจำปี หรือประชาสัมพันธ์ในรูปแบบใด ๆ เพื่อให้ลูกค้าเกิดการบอกต่อ เป็นต้น ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาถึงศักยภาพของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ประกอบในการทำแผนการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์หรือโครงการต่าง ๆ

จากการทบทวนวรรณกรรมจึงเป็นที่มาว่า ในงานวิจัยฉบับนี้ ได้นำกลยุทธ์ทางการตลาด เฉพาะในส่วนของผลิตภัณฑ์ (Product) และราคา (Price) มาเป็นส่วนประกอบในการศึกษา เนื่องจากมีความสัมพันธ์กับเนื้อหาวิจัยทางการออกแบบให้ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายที่ทำการวิจัย

ซึ่งในส่วนของสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และกิจกรรมประชาสัมพันธ์ สนับสนุนการขาย (Promotion) นั้นเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตลาด อยู่ในขอบเขตการทำงาน หลังจากช่วงออกแบบ ทำให้ไม่มีผลต่องานวิจัยที่ต้องนำมาศึกษาในฉบับนี้

2.9 ทฤษฎีและแนวคิดการสร้างเครื่องมือในงานวิจัย

จากทฤษฎีเทคนิคการสร้างเครื่องมือในงานวิจัยโดย รศ.ดร.เกียรตินิสิตา ศรีสุข (2546) ได้กล่าวไว้ว่า งานวิจัยทั้งที่เป็นผลงานวิจัยเชิงบรรยาย งานวิจัยเชิงเปรียบเทียบ งานวิจัยเชิงหาความสัมพันธ์ หรืองานวิจัยเชิงสาเหตุ จะพบว่า งานวิจัยเหล่านี้มักนิยมใช้เครื่องมือในการวิจัยเพียง 4 ชนิด คือ

- (1) แบบสอบถาม
- (2) แบบสัมภาษณ์
- (3) แบบสังเกต
- (4) แบบทดสอบ

ก่อนจะตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือชนิดใด ต้องทำการวิเคราะห์ตัวแปรหรือสิ่งที่ต้องการศึกษากับแหล่งที่ต้องการรวบรวมข้อมูลว่าเหมาะสมที่จะใช้เครื่องมือชนิดใด

อย่างไรก็ตามในงานวิจัยเรื่องหนึ่ง ๆ ต้องมีการใช้เครื่องมืออย่างน้อย 1 ชนิด บางงานวิจัยอาจใช้เครื่องมือครบทั้ง 4 ชนิด ข้างต้นแต่อาจมีเครื่องมืออย่างอื่นเพิ่มอีก เช่น เครื่องบันทึกภาพ - เสียงแบบวัดผลงานภาคปฏิบัติ แบบบันทึกการวิเคราะห์เอกสาร เป็นต้น การจะเลือกใช้เครื่องมือใดบ้างขึ้นอยู่กับตัวแปรหรือสิ่งที่ต้องการศึกษาและแหล่งที่จะรวบรวมข้อมูลเป็นหลัก ในบทนี้จะกล่าวถึงรายละเอียดเกี่ยวกับเครื่องมือที่นำมาใช้ประกอบการวิจัยฉบับนี้ถึงหลักการสำคัญและขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือแต่ละแบบว่าเป็นอย่างไร

2.9.1 แบบสัมภาษณ์ (Interview Form)

เป็นชุดของประเด็นคำถามที่กำหนดขึ้นไว้เป็นกรอบในการสนทนา เพื่อการสอบถามสิ่งที่สนใจศึกษา แบบสัมภาษณ์มักนิยมใช้วัดความคิดเห็นความรู้สึกหรือทัศนคติต่าง ๆ โดยทั่วไปแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

- (1) แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง (Structured Interview Form)

(2) แบบสัมภาษณ์ที่ไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview Form)

2.9.4.1 แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง

แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างเป็นแบบสัมภาษณ์ที่มีประเด็นคำถามกำหนดขึ้นไว้ในการสนทนาอย่างเป็นขั้นเป็นตอน เรียงลำดับก่อนหลังไว้เป็นอย่างดี เมื่อจบคำถามสุดท้ายก็ปิดการสัมภาษณ์ อย่างไรก็ตามรูปแบบของข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์จะแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ แบบสัมภาษณ์ที่มีข้อคำถามแบบปลายปิดและแบบปลายเปิด เช่นเดียวกับประเภทของแบบสอบถาม

2.9.4.2 แบบสัมภาษณ์ที่ไม่มีโครงสร้าง

แบบสัมภาษณ์ที่ไม่มีโครงสร้างเป็นแบบสัมภาษณ์ที่มีประเด็นคำถามกำหนดขึ้นไว้ในการสนทนาอย่างกว้าง ๆ เพียงประเด็นหลัก ๆ ส่วนประเด็นอื่น ๆ มักจะมีเพิ่มเติมขึ้นระหว่างการสนทนา โดยไม่มีการเรียงลำดับคำถามไว้แน่นอนตายตัว จะปิดการสัมภาษณ์เมื่อไหร่ก็ได้ ตามที่ผู้สัมภาษณ์เห็นว่าได้ข้อมูลเป็นที่เพียงพอแล้ว

โดยในงานวิจัยนี้ เลือกใช้ลักษณะของแบบสัมภาษณ์ที่ไม่มีโครงสร้าง เนื่องจากผู้สัมภาษณ์ต้องการข้อมูลเชิงลึก ที่ถ่ายทอดออกมาจากประสบการณ์ของผู้ถูกสัมภาษณ์ โดยใช้ภาษาที่ง่ายและบรรยากาศที่ผ่อนคลายระหว่างทำการสัมภาษณ์ ซึ่งตัวอย่างและรายละเอียดของแบบสัมภาษณ์ที่ไม่มีโครงสร้าง จะบรรยายในบทถัดไป

2.9.4.3 หลักการสร้างแบบสัมภาษณ์มี ดังนี้

- (1) หัวข้อที่สัมภาษณ์ต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย
- (2) คำถามที่ละประเด็นด้วยภาษาที่ง่าย ๆ เหมาะกับผู้ตอบ
- (3) คำถามไม่ควรขึ้นคำถามตอบไปในทางใดทางหนึ่ง
- (4) หลีกเลี่ยงคำถามที่ทำให้ผู้ตอบหรือผู้ให้สัมภาษณ์รู้สึกอึดอัดใจ

2.9.4.4 ขั้นตอนการสร้างแบบสัมภาษณ์ในงานวิจัย มีขั้นตอนดังนี้

- (1) ศึกษาวัตถุประสงค์ของการวิจัย
- (2) กำหนดหัวข้อประเด็นที่ต้องการถามตามวัตถุประสงค์
- (3) รวบรวมข้อคำถามที่ต้องการสัมภาษณ์ตามประเด็นที่กำหนดไว้
- (4) พิจารณาแต่ละข้อคำถามว่ามีความเป็นปรนัยหรือความชัดเจนทางภาษาเหมาะกับการถามกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลหรือไม่

(5) พิจารณาข้อคำถามโดยรวมว่าครอบคลุมทุกประเด็นที่ต้องการสอบถามทั้งหมดหรือไม่ หากไม่แน่ใจในขั้นนี้จำเป็นต้องนำข้อคำถามไปขอให้ผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้นตรวจสอบ ว่าข้อคำถามแต่ละข้อวัดได้ตรงและครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษาทั้งหมดหรือไม่

- (6) ปรับปรุงข้อคำถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ
- (7) จัดทำแบบสัมภาษณ์ฉบับชั่วคราว

(8) นำแบบสัมภาษณ์ไปทดลองสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้รวบรวมข้อมูลจริงประมาณ 1 - 2 คน ว่ามีความเข้าใจตัวคำถามและสามารถตอบคำถามตามที่ต้องการได้หรือไม่

(9) ปรับปรุงข้อคำถาม

(10) จัดพิมพ์แบบสัมภาษณ์ฉบับสมบูรณ์

2.9.2 แบบสอบถาม (Questionnaire)

เป็นชุดของข้อคำถามที่ต้องการให้ผู้ตอบได้สะท้อนข้อมูลที่ต้องการศึกษา โดยส่วนใหญ่แบบสอบถามมักนิยมใช้วัดสภาพที่เป็นจริงความคิดเห็นความรู้สึกหรือทัศนคติต่าง ๆ โดยทั่วไปแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

(1) แบบสอบถามที่มีคำถามแบบปลายปิด (Close ended Form)

(2) แบบสอบถามที่มีคำถามแบบปลายเปิด (Open ended Form)

2.9.1.1 แบบสอบถามที่มีคำถามแบบปลายปิด เป็นแบบสอบถามที่ให้ผู้ตอบเลือกตอบตามตัวเลือกที่กำหนดให้ไว้แล้วเพียง 1 คำตอบ หรือหลายคำตอบ

ลักษณะของแบบสอบถามที่มีคำถามแบบปลายปิดแบ่งออกเป็น 4 แบบ คือ

(1) แบบให้เลือกตอบเพียง 1 คำตอบ

(2) แบบให้เลือกตอบได้หลายคำตอบ

(3) แบบให้เรียงลำดับ

(4) แบบให้ประมาณค่า

2.9.1.2 แบบสอบถามที่มีคำถามแบบปลายเปิด เป็นแบบสอบถามที่ให้ผู้ตอบเขียนตอบอย่างอิสระตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในข้อคำถาม

ลักษณะของแบบสอบถามที่มีคำถามแบบปลายเปิดแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

(1) แบบให้เขียนตอบสั้น

(2) แบบให้เขียนตอบยาว

โดยงานวิจัยฉบับนี้ เลือกใช้ลักษณะของแบบสอบถามที่มีคำถามแบบปลายปิด คือ แบบที่ 1 ให้เลือกตอบเพียง 1 คำตอบ และแบบที่ 4 แบบให้ประมาณค่า ซึ่งรายละเอียดและตัวอย่างของแบบสอบถาม จะบรรยายในบทถัดไป

2.9.1.3 หลักการในการสร้างแบบสอบถาม

(1) สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยในการสอบถาม เพื่อทำการวิจัยแบบสอบถามที่ใช้ตรวจสอบสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย การถามนอกเหนือจากวัตถุประสงค์จะเป็นการรบกวนผู้ตอบแบบสอบถามมากเกินไป และยังจะทำให้ข้อมูลที่ได้ไม่ได้ถูกนำมาใช้ประโยชน์ในการวิจัยอีกด้วย

(2) ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายเหมาะสมกับผู้ตอบ เช่น ถ้าต้องการถามว่า “อัตลักษณ์ที่ดีของเยาวชนไทยควรเป็นอย่างไร” ในการสอบถามกับเด็กนักเรียนมัธยมศึกษาจะเห็นว่า คำว่า “อัตลักษณ์” นี้ค่อนข้างเป็นคำที่เข้าใจยากสำหรับเด็กในระดับนี้ ดังนั้น ควรปรับการใช้ภาษาใหม่เป็น “ลักษณะเฉพาะตัวที่ดีของเยาวชนไทยควรเป็นอย่างไร”

(3) ใช้ข้อความที่สั้นกะทัดรัดได้ใจความ เช่น ถ้าต้องการถามว่า “ในยุคปัจจุบัน มีการคิดค้นวิธีการป้องกันโรคที่ได้รับการรับรองแล้วว่าได้ผลดีสามารถป้องกันโรคได้จริงคือ” จะเห็นว่าเป็นข้อความที่ค่อนข้างใช้ภาษาฟุ่มเฟือยมาก ดังนั้น ควรปรับการใช้ภาษาใหม่เป็น “วิธีการป้องกันโรคแบบใหม่ที่ได้รับการรับรองแล้วว่าได้ผลคือ”

(4) แต่ละข้อความควรมีนัยเพียงประเด็นเดียว กล่าวคือไม่ใช่ประธาน หรือกรรมมากกว่าหนึ่ง เช่น ถ้าผู้วิจัยต้องการถามว่า “ท่านเห็นด้วยมากน้อยเพียงใดต่อนโยบายการปรับโครงสร้างระบบราชการที่เน้นการมีจำนวนข้าราชการน้อยลงและมีการให้ค่าตอบแทนที่สูงขึ้น” จะเห็นว่าถ้าผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า “เห็นด้วยมากที่สุด” ก็ยังไม่สามารถสรุปได้แน่ชัดว่าผู้ตอบแบบสอบถามนี้ เขาเห็นด้วยมากที่สุดกับประเด็น “การมีจำนวนข้าราชการน้อยลง” หรือประเด็น “มีการให้ค่าตอบแทนที่สูงขึ้น” ดังนั้น เพื่อให้สามารถได้ข้อสรุปอย่างชัดเจน ควรแยกถามทีละประเด็น ๆ ไป

(5) หลีกเลี่ยงการใช้ประโยคปฏิเสธซ้อน เช่น ถ้าผู้วิจัยถามว่า “เมื่อออกกำลังกายเสร็จแล้วดื่มน้ำทันทีเป็นการปฏิบัติที่ไม่ถูกต้องใช่หรือไม่” จะเห็นว่าเป็นการเพิ่มความซับซ้อนของตัวคำถาม ซึ่งจะทำให้ผู้ตอบต้องใช้เวลาในการพิจารณามากขึ้นโดยไม่จำเป็นและมีโอกาสผิดพลาดจากความเข้าใจที่แท้จริงได้ง่าย ในที่นี้ควรปรับการใช้ภาษาใหม่เป็น “เมื่อออกกำลังกายเสร็จแล้วดื่มน้ำทันทีเป็นการปฏิบัติที่ถูกต้องใช่หรือไม่”

(6) ไม่ควรใช้คำย่อ เช่น ถ้าใช้คำว่า ศธ. ก็ค่อนข้างจะเป็นที่รู้จักและคุ้นเคยดีเฉพาะในวงการศึกษานี้แต่สำหรับคนอื่น ๆ ที่อยู่นอกวงการนี้แล้วก็มักจะไม่รู้จักคำว่า ศธ. ดังนั้น ควรใช้คำเต็มว่า “กระทรวงศึกษาธิการ” ซึ่งจะช่วยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจง่ายและไม่ต้องเสียเวลาในการแปลความหมายของคำย่ออื่น ๆ

(7) หลีกเลี่ยงการใช้คำที่เป็นนามธรรมมากเกินไป เช่น ดี-เลว เหมาะสม-ไม่เหมาะสม งดงาม-ไม่งดงาม เป็นต้น เนื่องจากคำในลักษณะเหล่านี้ ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคนค่อนข้างมีมาตรฐานในการตัดสินที่แตกต่างกันไป ทำให้ข้อความนั้นไม่มีความเป็นปรนัย

(8) ไม่ชี้้นำการตอบให้เป็นไปในแนวทางใดแนวทางหนึ่ง เช่น ถ้าต้องการถามว่า “ท่านไม่เห็นด้วยกับการปฏิรูปโครงสร้างระบบราชการใช่หรือไม่” จะเห็นว่าเป็นการชี้้นำการตอบไปในแนวทางที่ไม่เห็นด้วยกับสิ่งดังกล่าว ดังนั้นควรปรับภาษาใหม่ให้อยู่ในลักษณะกลาง ๆ เช่น “ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการปฏิรูปโครงสร้างระบบราชการ”

(9) หลีกเลี่ยงคำถามที่ทำให้ผู้ตอบเกิดความลำบากใจที่จะตอบ เช่น ถ้าต้องการถามว่า “คุณเคยนอกใจคู่ครองของคุณหรือไม่” ผู้ตอบแบบสอบถามอาจจะตอบว่า ไม่เคย เพราะการนอกใจคู่ครองเป็นสิ่งที่ผิดต่อหลักศีลธรรม เพื่อเป็นการปกป้องตนเองในการที่จะถูกมองว่าเป็นคนไม่ดีจึงตอบว่าไม่เคยเช่นนั้น ทั้ง ๆ ที่ความเป็นจริงแล้วเขาเคยนอกใจคู่ครองของเขา เป็นต้น

(10) คำตอบที่ให้เลือกตอบนั้น จะต้องชัดเจนและครอบคลุมคำตอบที่เป็นไปได้ เช่น ถ้าต้องการถามว่าท่านมีประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งนี้กี่ปี ตัวเลือก คือ

1. 1 - 5 ปี
2. 6 - 10 ปี
3. 11 - 15 ปี

จะเห็นว่าถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์การทำงาน 17 ปี ก็ไม่สามารถที่จะตอบได้ ดังนั้นควรต้องหาคำตอบเพื่อให้ครอบคลุมการตอบ โดยอาจเพิ่มตัวเลือกอีกข้อเป็น “มากกว่า 15 ปี” เป็นต้น

(11) หลีกเลี่ยงการใช้คำที่สื่อความหมายได้หลายอย่าง เช่น ถ้าต้องการถามว่า “ท่านออกกำลังกายกี่ชั่วโมง” ผู้ตอบแบบสอบถามอาจสื่อความหมายได้ว่า เป็นการถามในเฉพาะวันใดวันหนึ่ง เฉลี่ยต่อวัน เฉลี่ยต่อสัปดาห์หรือเฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น ดังนั้น ควรปรับคำถามให้เฉพาะลงไปเลยว่าเป็นการออกกำลังกายโดยเฉลี่ยต่อวัน หรือเฉลี่ยต่อทุกครั้งที่ออกกำลังกายอย่างไรอย่างหนึ่ง

2.9.1.4 ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามในงานวิจัย มีขั้นตอน ดังนี้

- (1) ศึกษาวัตถุประสงค์ของการวิจัย
- (2) กำหนดหัวข้อประเด็นและตัวบ่งชี้ที่ต้องการถามตามวัตถุประสงค์
- (3) รวบรวมข้อความข้อความหรือพฤติกรรมจากตัวบ่งชี้ที่กำหนดไว้ให้มากที่สุด
- (4) พิจารณาแต่ละข้อความว่ามีความเป็นปรนัย หรือความชัดเจนทางภาษาเหมาะสมที่จะใช้กับกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลที่จะไปสอบถามหรือไม่
- (5) กำหนดสเกล หรือคำตอบที่เหมาะสม
- (6) นำข้อความข้อความไปหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของข้อความโดยนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้นตรวจสอบว่าข้อความ ข้อความแต่ละข้อวัดได้ตรงกับประเด็นตัวบ่งชี้ที่เราต้องการศึกษาและข้อความ ข้อความทั้งหมดวัดได้ครอบคลุมสิ่งที่ต้องการศึกษาทั้งหมดหรือไม่
- (7) ปรับข้อความ ข้อความตามผู้เชี่ยวชาญแนะนำ
- (8) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกันกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย เพื่อหาคุณภาพแบบสอบถามเช่นหาค่าความเชื่อมั่นค่าอำนาจจำแนก
- (9) วิเคราะห์ผลการทดลองใช้

(10) ปรับปรุงข้อความและเลือกเฉพาะข้อที่ดีไว้

(11) จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์

2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิชญ์ โสมจุมจัง (2556) ทำการวิจัยอิสระเรื่องแนวทางพัฒนาอาคารชุดพักอาศัยสำหรับผู้ประกอบอาชีพอิสระเพื่อการศึกษาแนวทางในการพัฒนาอาคารชุดพักอาศัยของผู้บริโภคที่ประกอบอาชีพอิสระที่มีรายได้ต่ำ เน้นศึกษาความต้องการทางกายภาพพื้นฐาน และการดำเนินโครงการในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล 4 จังหวัด ด้วยการแจกแบบสอบถามจำนวน 100 ชุดวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่าจากพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่ประกอบอาชีพในเวลาที่ไม่แน่นอนและรายได้ที่ไม่คงที่ รูปแบบที่เหมาะสม ได้แก่ ห้องชุดพักอาศัยแบบ 1 ห้องนอน ขนาดพื้นที่ห้อง 30 - 40 ตารางเมตรระดับราคาอยู่ในช่วง 1.5 - 25 ล้านบาท โดยให้ความสำคัญที่องค์ประกอบของทำเลที่ตั้ง และการรักษาความปลอดภัยมากที่สุด

เมธาวิ กนกวงค์ (2556) ทำการวิจัยเรื่องแนวความคิดในการจัดทำโครงการพัฒนาที่อยู่อาศัยรวมแบบผสม ในพื้นที่ที่ได้รับแรงจูงใจ ในการพัฒนาจากผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556 กรณีศึกษาเขตบางพลัด เพื่อศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพในหัวข้อการออกแบบโครงการอาคารชุดแบบผสมให้สอดคล้องนโยบายจูงใจ จะเน้นการศึกษารูปแบบของการออกแบบโครงการตามเงื่อนไข แล้วนำมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการใช้งาน และผลตอบแทนในการลงทุนโดยการจำลองโครงการจากการศึกษาข้อมูลทางการตลาดอาคารชุดในเขตบางพลัดและนำมาจำลองโครงการใน 3 รูปแบบสำหรับกรณีการสร้างที่อยู่อาศัยจะมี 2 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้ต่ำเพื่อเชิงธุรกิจและรูปแบบประโยชน์สังคมสำหรับกรณีการสร้างที่อยู่ให้แก่อุบัติเหตุเดิมนอกพื้นที่โครงการ จำลอง 1 รูปแบบ แล้วนำรูปแบบทั้งหมดมาวิเคราะห์ โดยวิธีการคำนวณความเป็นไปได้ทางการเงินและสอบถามความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งจากชุมชนและผู้ประกอบ การผลการศึกษาแบบจำลองโครงการสำหรับกรณีแรก การสร้างที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้ต่ำในโครงการรูปแบบเพื่อกำไรธุรกิจสามารถสร้างผลตอบแทนการลงทุนได้สูงสุด แต่ไม่สามารถดึงดูดใจผู้พัฒนาโครงการได้ เนื่องจากผู้มีรายได้น้อยจะทำให้เสียภาพลักษณ์ทางการตลาด ส่วนรูปแบบเพื่อประโยชน์สังคมผลตอบแทนการลงทุนไม่น่าดึงดูดใจ และผู้มีรายได้น้อยเชื่อว่าจะต้องปรับตัวในการอยู่อาศัยอย่างมาก แม้ว่าจะมีการออกแบบให้เข้ากับชีวิตคนมีรายได้น้อย สำหรับกรณีการสร้างที่อยู่อาศัยให้ผู้อยู่อาศัยเดิมนอกพื้นที่โครงการสามารถดึงดูดใจผู้พัฒนาโครงการและผู้มีรายได้น้อยมากที่สุด เนื่องจากดีต่อภาพลักษณ์โครงการโดยไม่เสียระดับทางการตลาด สามารถบริหารจัดการอาคารได้ง่ายที่สุด รวมถึงที่อยู่อาศัยนอกพื้นที่ที่โครงการมีรูปแบบยืดหยุ่นในระยะทางที่ยอมรับได้ ซึ่งทั้งหมดได้นำมาสรุปเป็นข้อเสนอแนะ การ

ปรับปรุงนโยบายจูงใจให้ทางภาครัฐให้มีส่วนร่วมร่วมกับภาคเอกชน เพื่อให้การพัฒนาโครงการตามมาตรการแรงจูงใจประสบผลสำเร็จอย่างแท้จริง

สิริวิญญู คำกลั่น และกมลกฤษณ์ โตชัยวัฒน์ (2557) ทำการวิจัย เรื่องกระบวนการตัดสินใจเพื่อเลือกรูปแบบและปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ เพื่อมุ่งเน้นแสวงหารูปแบบของโครงการที่เหมาะสมที่สุด การวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและวิเคราะห์คุณลักษณะของที่ดิน คุณลักษณะของผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ ปัจจัยทางการตลาด สภาวะแวดล้อมภายนอก และกระบวนการตัดสินใจในการเลือกรูปแบบโครงการของผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ โดยใช้การสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จำนวน 5 ท่าน และสรุปด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาผลของการศึกษา พบว่า

(1) กฎหมายความชำนาญของผู้ประกอบการ ความต้องการของตลาด ทำเลและขนาดที่ดิน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประเภทโครงการ

(2) กฎหมายและรูปร่างที่ดิน มีผลต่อการกำหนดรูปแบบทางกายภาพโครงการ

(3) ราคาที่ดินและคู่แข่งมีผลต่อการกำหนดราคาขายของโครงการ

ในส่วนของกระบวนการตัดสินใจเลือกรูปแบบโครงการ สามารถแบ่งได้ 5 ขั้นตอน ได้แก่

(1) วิเคราะห์เป้าหมายของบริษัท

(2) สรรหาที่ดินที่สอดคล้อง

(3) วิเคราะห์และตรวจสอบที่ดิน

(4) กำหนดรายละเอียดโครงการ

(5) ซื้อที่ดิน

ซึ่งผลสรุปของการศึกษานี้ สามารถช่วยให้กระบวนการตัดสินใจเลือกรูปแบบโครงการมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ทราบถึงแนวโน้มตัวแปรที่สำคัญ ที่เชื่อมโยงกับงานวิจัยฉบับนี้ว่า โครงการที่อยู่อาศัยที่มีผู้อุปโภคบริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร คือ โครงการประเภทอาคารชุดมากที่สุด และให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งโครงการ อีกทั้งผู้ประกอบการยังให้ความสนใจต่อรูปลักษณะโครงการมากกว่าการพัฒนาโครงการให้มีราคาถูกเพียงอย่างเดียว

อีกทั้งยังสามารถนำแนวทางการใช้เครื่องมือวิเคราะห์หาผลสรุปวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรม มาพัฒนาปรับใช้เพื่อให้สอดคล้องกับงานวิจัย เพราะมีผลสรุปที่น่าเชื่อถือ โดยจากการศึกษารูปแบบเครื่องมือจากวรรณกรรม มีข้อสรุป ดังนี้

(1) ทบทวนวรรณกรรมเพื่อสรุปหาปัจจัยที่สำคัญ ที่มีผลต่อผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายในวิจัยฉบับนี้ คือ กลุ่มประชากรเจนเอเรชั่นวาย

(2) สร้างเครื่องมือโดยใช้การสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูง ของบริษัทผู้ดำเนินการด้านการออกแบบขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียงมากกว่า 10 ปี โดยมีประสบการณ์ดูแลโครงการอาคารชุดพักอาศัย ตั้งแต่เริ่มต้นออกแบบโครงการจนกระทั่งดำเนินการก่อสร้างโครงการ

(3) สร้างเครื่องมือแบบสอบถาม พร้อมคำอธิบายที่เป็นตัวอย่างตามวัตถุประสงค์กลุ่มเป้าหมาย และนำมาวิเคราะห์หาผลสรุป ตามลำดับ ซึ่งจะกล่าวถึงในบทต่อไป

2.11 บทสรุปจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมทั้งหมดสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกอาคารชุดพักอาศัยของกลุ่มคนเจนเนอเรชันวายที่ใช้ชีวิตในพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานคร คือ ให้ความสำคัญปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งสำหรับอาคารชุดพักอาศัยเป็นอันดับต้น ๆ เพราะการตัดสินใจซื้ออาคารชุดพักอาศัยนั้น ผู้เลือกซื้ออาคารชุดจะพิจารณาทำเลที่ตั้งที่มีความสะดวกในการเดินทางจากที่พักผู้เช่าทำงาน จึงเป็นตัวแปรสำคัญที่นำมาประกอบการจัดทำวิจัยนี้

และจากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวเนื่องกับรูปแบบทางกายภาพการออกแบบอาคารชุดพักอาศัย พบว่าการออกแบบมีบทบาทสำคัญอย่างเห็นได้ชัด เพราะมีส่วนสำคัญทั้งในด้านการลงทุนของผู้ประกอบการในเรื่องของการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและยังตอบโจทย์สภาพลักษณะต่อตัวบุคคลของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่วิจัยนี้ให้นิยามว่ากลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย (Generation Y)

จากการทบทวนวรรณกรรมทางด้านกายภาพภายในห้องชุด ปรากฏว่าข้อมูลวิจัยหลายฉบับมีผลลัพธ์ที่สอดคล้องกันว่า ห้องชุดที่ตอบสนองประชากรปัจจุบันนั้นมีขนาดห้องชุดที่เล็กลง ด้วยผลที่ว่า ผู้บริโภคมีสถานะโสด มีครอบครัวที่เล็กลง ต้องการพื้นที่ที่เหมาะสมกับราคาที่ลงทุน และลงทุนเพื่อเป็นที่พักอาศัยหลังที่สองเป็นต้น

ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มประชากรในวัยทำงานรุ่นเจนเนอเรชันวาย ที่แหล่งข้อมูลจากหลายวรรณกรรมที่ได้นำมาวิเคราะห์ในงานวิจัยฉบับนี้ มีผลวิจัยออกมาตรงกันว่ากลุ่มประชากรในวัยทำงานรุ่นเจนเนอเรชันวาย เป็นผู้ที่มีการเปลี่ยนแปลงในย่านแหล่งธุรกิจของกรุงเทพมหานครเป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด และต้องการที่พักอาศัยใกล้แหล่งงาน จึงทำให้ผู้ประกอบการสังหาริมทรัพย์ประเภทโครงการอาคารชุดที่พักอาศัยยังมีความต้องการพัฒนาอาคารชุดเพื่อตอบสนองความต้องการของประชากรกลุ่มนี้

จากปรากฏการณ์นี้ทำให้ทราบว่าในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ประกอบการยังมีการแข่งขันด้านการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ประเภทโครงการอาคารชุดพักอาศัยอย่างต่อเนื่อง และยังมีผู้บริโภคในกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ที่มีกำลังซื้อสูงและมีความต้องการที่อยู่อาศัยเพื่อตอบสนองวิถีการใช้ชีวิตในเมือง อีกทั้งการออกแบบรูปแบบอาคารและการวางผังห้องชุดเป็นตัวแปรหนึ่งที่

สำคัญที่มีบทบาทในการตัดสินใจลงทุนทั้งในผู้ประกอบการเองและผู้บริโภค ซึ่งในปัจจุบันยังไม่มี การจัดทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว จึงเป็นแรงจูงใจในการจัดทำวิจัยฉบับนี้ขึ้น เพื่อศึกษาค้นคว้าแนวทางสิ่งที่ ตอบสนองความต้องการของกลุ่มประชากรเจเนอเรชั่นวายทางด้านกายภาพการออกแบบรูปลักษณ์ โครงการประเภทอาคารชุดพักอาศัย เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการลงทุนที่ ตรงเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ต่อทุกฝ่ายที่ได้รับผลประโยชน์จากงานวิจัยนี้

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงได้นำปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกอาคารชุดพักอาศัยของกลุ่มคน เจเนอเรชั่นวายที่ใช้ชีวิตในพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานคร เพื่อนำมาทำการศึกษาวินิจฉัยหา ข้อมูลสรุปผล ด้านรูปแบบทางกายภาพโครงการอาคารชุดพักอาศัย ให้เหมาะสมและตรงความ ต้องการของกลุ่มเจเนอเรชั่นโดยเฉพาะ และปัจจัยสำคัญที่ได้จากการศึกษาวรรณกรรมและนำมา ประกอบการวิจัยฉบับนี้ประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง โดยกล่าวรวม คือ สาธารณูปโภค รอบ โครงการสำหรับอาคารชุดพักอาศัย เพราะการตัดสินใจซื้ออาคารชุดพักอาศัยนั้น ผู้เลือกซื้ออาคารชุด จะพิจารณาทำเลที่ตั้งที่มีความสะดวกในการเดินทาง และสามารถพิจารณาเพิ่มเติมลงในงานวิจัยนี้ได้ ว่า ทำเลที่ตั้งของอาคารชุดพักอาศัยต้องสามารถเดินทางติดต่อกับสถานที่ต่าง ๆ สาธารณูปการ และ ระบบขนส่งมวลชนได้สะดวกรวดเร็ว นอกเหนือจากการคำนึงถึงเพียงอยู่ใกล้สถานที่แหล่งงาน มีสิ่ง อำนวยความสะดวก เช่น สถานที่ราชการ ห้างสรรพสินค้า โรงเรียน เหล่านี้ เป็นต้น และอีกหนึ่งตัว แปรสำคัญจากการศึกษาวรรณกรรมและได้นำมาประกอบข้อมูลการวิจัยนี้ คือ ขนาดของห้องชุดที่ ตอบสนองประชากรกลุ่มเจเนอเรชั่นวายปัจจุบันนั้น ประกอบไปด้วยขนาดห้องชุด ที่มีขนาดห้องชุดที่ เล็กกลง ด้วยผลที่ว่า ผู้บริโภคมีสถานะโสด มีครอบครัวที่เล็กลง ต้องการพื้นที่ที่เหมาะสมกับราคาที่ ลงทุน และลงทุนเพื่อเป็นที่พักอาศัยหลังที่สอง ปัจจัยด้านห้องชุดสะท้อนให้เห็นว่า สิ่งที่ควรพิจารณา เพิ่มเติมและมุ่งเน้นการศึกษาทำการวิจัยในงานฉบับนี้ คือกายภาพภายในโครงการ เพื่อตอบสนอง ความต้องการของกลุ่มบริโภคเจเนอเรชั่นวายที่กำลังเติบโตและมีปริมาณที่มากในเขตศูนย์กลางธุรกิจ ของกรุงเทพมหานคร เช่น จำนวนห้องนอน และพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุด รวมทั้งพื้นที่ส่วนกลาง ของโครงการ เช่น สวน ห้องกำลังกาย สระว่ายน้ำ พื้นที่อำนวยความสะดวกเพิ่มเติมในโครงการ เพื่อ หาแนวทางและรูปแบบที่ชัดเจนและตรงตามทีกลุ่มเป้าหมายต้องการ เป็นต้น

ตารางที่ 2.2

การสรุปข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวรรณกรรม

ลำดับ	เนื้อหาศึกษาในงานวิจัย วรรณกรรม	ตัวแปร	ตัวแปรภายนอก				ตัวแปรภายใน			เครื่องมือ		สมมุติฐาน		
		ต้น	โครงการ	โครงการ	โครงการ	โครงการ	โครงการ	โครงการ	วิจัย	วิจัย	สมมุติฐาน	สมมุติฐาน	สมมุติฐาน	
		เงินเนอเรนซ์นวย	ทำเล	การเดินทาง	สภาวะรอบโครงการ	ราคา	สภาวะภายในโครงการ	ออกแบบ	ห้องชุด,อาคารชุด	สัมภาษณ์	สอบถาม	สัมภาษณ์	อายุ	อาชีพ
1	Sirikolkan 2008			✓										
2	Sanit, et al. (2013)			✓										
3	ศูนย์วิจัยธนาคาร กสิกรไทย 2550		✓	✓	✓	✓			✓			✓	✓	✓
4	อนันดาดีเวลอปเม้น 2558		✓	✓	✓									
5	พลัสพร็อพเพอร์ตี้ 2554	✓							✓				✓	✓
6	นิลส์ แอนเดอร์สัน (Anderson 1971)	✓												
7	บทความ เงินเนอเรนซ์นวย 2558	✓											✓	✓
8	ณัฐวุฒิ ศรีกัตัญญ (2540)	✓						✓	✓				✓	✓
9	รัชฎา อสิสนธิสกุล และ อ้อยอุมา รุ่งเรือง (2558)	✓						✓	✓				✓	✓
10	ธนาคารไทยพาณิชย์ (2557)	✓	✓									✓	✓	✓
11	อลงกรณ์ จำฟู (2554)		✓		✓		✓		✓					
12	ดิงค์ ออฟ ลีฟวิ่ง (Think of living, 2556)		✓	✓	✓	✓			✓					
13	เมธาวิ กนกวงศ์ (2556)						✓	✓	✓					
14	ศูนย์ข้อมูล SMEs Knowledge Center (2556)	✓					✓							
15	รศ.ดร.เกียรติสุดา ศรีสุข (2546)									✓	✓			
16	วิชณ โสมจุมจัง (2556)							✓	✓					
17	สิริวิชญ์ คำกลั่น และก่องกฤษณ์ โตชัยวัฒน์ (2557)		✓					✓	✓					

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

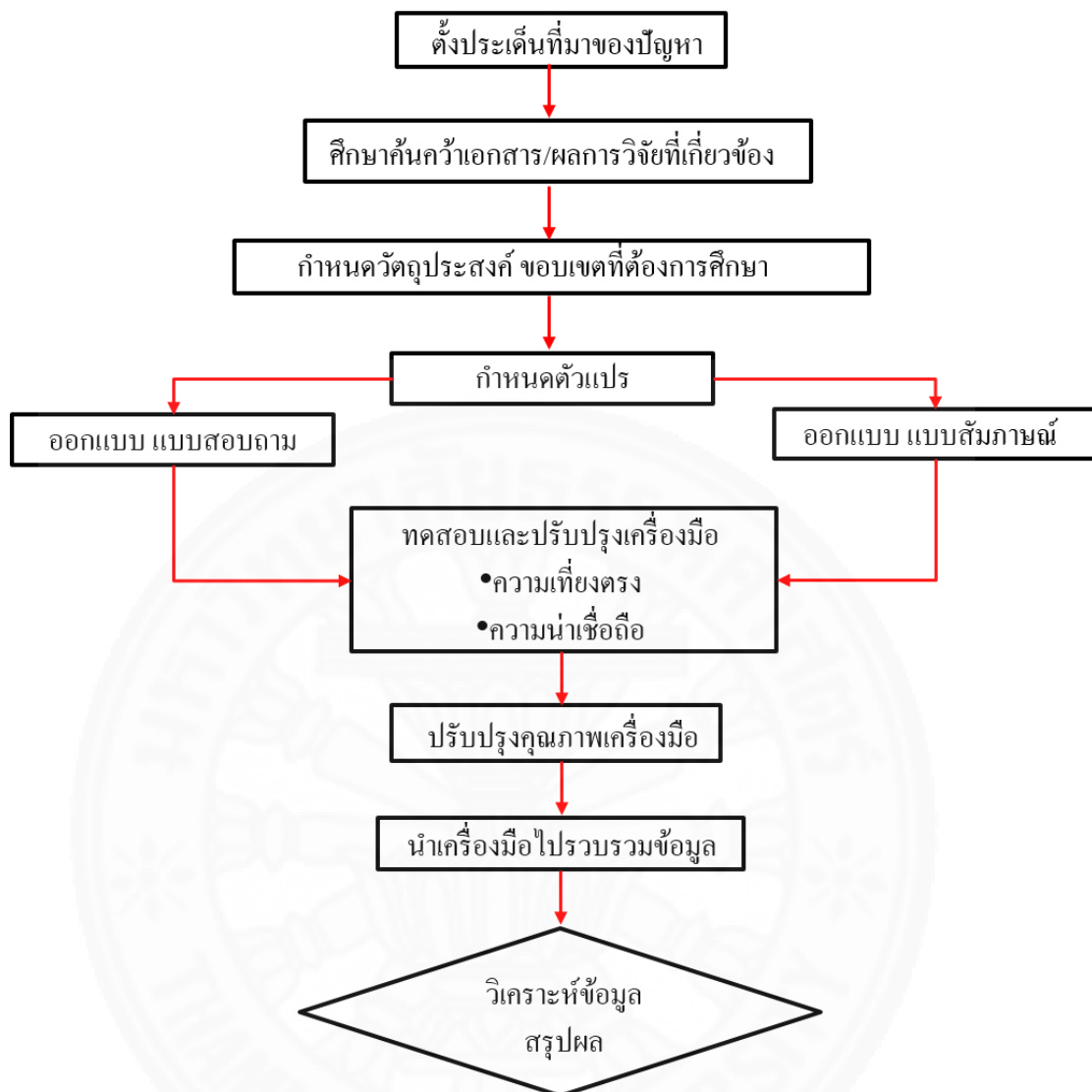
การศึกษาวิจัย เรื่องการศึกษารูปแบบอาคารชุดพักอาศัยทางด้านกายภาพเพื่อตอบสนองคนเจนเนอเรชันวายที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงผสม (mixed method) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณโดยทำการ วิเคราะห์บทสัมภาษณ์จากผู้ออกแบบโครงการอาคารชุดพักอาศัย โดยเน้นสรุปผลการวิจัยเป็นเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์และวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้นิยามกลุ่มประชากรศึกษา คือ เจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในพื้นที่ศึกษาย่านศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร ได้แก่ สีลม ชิดลม เพลินจิต ปทุมวัน อโศก และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการวิจัย โดยมีรายละเอียดในเรื่องการกำหนดประชากรการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูลการจัดทำ และการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

3.1 รูปแบบของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน โดยประกอบด้วย 2 ขั้นตอน โดยพิจารณาจากลักษณะของผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

3.1.1 เก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์ผู้ออกแบบวางผังโครงการอาคารชุดพักอาศัย โดยใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์ จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูง ของบริษัทออกแบบระดับใหญ่ ก่อตั้งมาไม่ต่ำกว่า 10 ปี โดยมีประสบการณ์ดูแลโครงการอาคารชุดพักอาศัยตั้งแต่เริ่มต้นออกแบบโครงการจนถึงขั้นดำเนินการก่อสร้างจำนวน 4 ท่าน

3.1.2 เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มคนเจนเนอเรชันวาย ในพื้นที่ศึกษา โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม และนำมาวิเคราะห์หาผลสรุป ตามลำดับ



ภาพที่ 3.1 แผนผังขั้นตอนในการวิจัย. จาก ผู้วิจัย.

3.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

3.2.1 กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงผสม ผู้วิจัยจึงจำแนกกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

3.2.1.1 กลุ่มผู้ออกแบบ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบอาคารชุดพักอาศัย

3.2.1.2 กลุ่มประชากรศึกษาเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) ในพื้นที่ศึกษา

3.2.2 การวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่าง

3.2.2.1 กลุ่มตัวอย่างของผู้พัฒนาโครงการ ในฐานะของผู้ออกแบบวางผังโครงการ อาคารชุดพักอาศัย โดยเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการออกแบบพัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัยประเภท อาคารสูง (High rise condominium) สำหรับคนเจนเนอเรชั่นวายที่อยู่ในพื้นที่ศึกษาจำนวน 4 ท่าน

3.2.2.2 กลุ่มตัวอย่างของกลุ่มประชากรศึกษาเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ใน พื้นที่ศึกษาโดยใช้ตารางกำหนดจำนวนตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ที่ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จะได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

3.2.3 วิธีการสุ่มตัวอย่างและขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง

การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และได้ใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง แบบทราบจำนวนประชากรโดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% ดังสูตรของ Taro Yamane (1967) ดังนี้

$$N = \frac{N}{1 + N(E)^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

$E = 0.05$ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

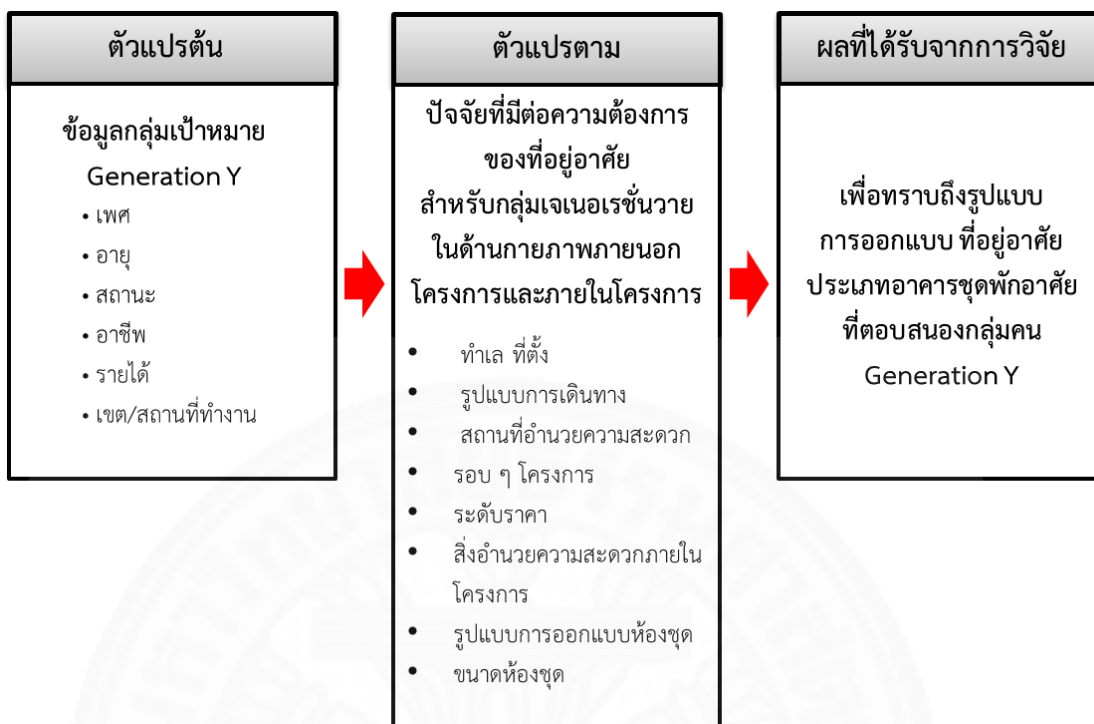
ขนาดของตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง และเพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามอย่างไม่สมบูรณ์จึงได้ทำการสำรองแบบสอบถามเพิ่มอีก 20 ชุด รวมแบบสอบถามทั้งสิ้น 420 ชุด

3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 ตัวแปรต้น ด้านกลุ่มตัวอย่างของการศึกษา สัมภาษณ์ผู้ออกแบบวางผังโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่มีประสบการณ์ออกแบบต่อกลุ่มเป้าหมาย และเก็บข้อมูลสอบถามกลุ่มประชากรเจนเนอเรชั่นวาย ที่ใช้ชีวิตในเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร

3.3.2 ตัวแปรตาม ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ และรูปแบบการเดินทางไปยังแหล่งสถานที่อำนวยความสะดวกต่าง ๆ

3.3.3 ตัวแปรทางด้านลักษณะทางกายภาพของโครงการอาคารชุดพักอาศัยประเภทอาคารสูง ลักษณะรูปแบบประเภทโครงการ ราคาขายของโครงการ ขนาดของห้องชุดพักอาศัยในโครงการ พื้นที่ใช้สอยของห้องชุดพักอาศัยในโครงการ และพื้นที่ส่วนกลางของโครงการ



ภาพที่ 3.2 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย.

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

3.4.1 แบบสัมภาษณ์ผู้ออกแบบโครงการ ที่มีความเชี่ยวชาญในการออกแบบอาคารชุดพักอาศัยประเภทอาคารสูง ข้อมูลในการสัมภาษณ์ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ถูกสัมภาษณ์ ข้อมูลด้านการออกแบบ เช่น พื้นที่ใช้สอยโครงการ การออกแบบพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุด ขนาดห้องชุดพักอาศัยในโครงการ สัดส่วนของขนาดห้องชุดพักอาศัยในโครงการ พื้นที่ส่วนกลางของโครงการต่อพื้นที่รวมของโครงการ และแนวทางรูปแบบการออกแบบรูปลักษณะโครงการ แล้วนำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์สรุป เพื่อนำไปเป็นข้อมูลสร้างแบบสอบถาม

3.4.2 แบบสอบถาม มุ่งเน้นการสอบถามกลุ่มประชากรเจนเนอร์เรชั่นวาย ที่ใช้ชีวิตในย่านศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร ในเขตพื้นที่การศึกษา ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (convenience) ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยใช้แบบสอบถามตามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ให้ตรงตามวัตถุประสงค์ แล้วจึงออกเก็บข้อมูลตามแหล่งชุมชน เช่น อาคารออฟฟิศ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคมากที่สุดซึ่งใช้เครื่องมือมีตัวแปรที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

3.4.2.1 ตัวแปรด้านปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ อาชีพ รายได้ ย่าน/สถานที่ศึกษา/ทำงาน

3.4.2.2 ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับลักษณะกายภาพของโครงการอาคารชุดพักอาศัย ได้แก่ โครงการอาคารชุดพักอาศัยประเภทอาคารสูง ราคาขายของโครงการ ขนาดของห้องชุดพักอาศัยในโครงการ พื้นที่ใช้สอยของห้องชุดพักอาศัยในโครงการ พื้นที่ส่วนกลางของโครงการ รูปแบบการเข้าถึงโครงการ เช่น ท่าเลที่ตั้งโครงการ บริบทโดยรอบโครงการ รูปแบบการเดินทางที่สะดวกจากโครงการ

3.5 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

3.5.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีขั้นตอน ดังนี้

3.5.1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ศึกษาจากตำราเอกสารบทความทฤษฎี หลักการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยและตัวแปรต้น ตัวแปรตาม ให้ครอบคลุมความมุ่งหมายของการวิจัย

3.5.1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ศึกษาวิธีการสร้างแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม จากเอกสารเพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาของแบบทดสอบ ให้มีความชัดเจนตามความมุ่งหมายการวิจัยยิ่งขึ้น

3.5.1.3 นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม

3.5.1.4 นำแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามที่ร่างได้ ทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) จากผู้เชี่ยวชาญ พิจารณาตรวจสอบ และขอคำแนะนำในการแก้ไขปรับปรุง เพื่อให้อ่านแล้วมีความเข้าใจง่ายและชัดเจนตามความมุ่งหมายของการวิจัย

3.5.1.4 นำแบบสัมภาษณ์ที่แก้ไขตามคำแนะนำแล้วมาดำเนินการทดสอบกับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 4 ท่าน และข้อมูลจากแบบสอบถามวิเคราะห์และสรุปประเด็น เพื่อปรับปรุงในแบบสอบถาม ให้ตรงประเด็นอ่านแล้วมีความเข้าใจง่ายและชัดเจนตามความมุ่งหมายของการวิจัย

3.5.1.6 นำแบบสอบถาม ที่ปรับปรุงตามคำแนะนำผู้ทรงคุณวุฒิและข้อมูลสรุปจากการสัมภาษณ์แล้ว นำมาดำเนินการทดสอบกับกลุ่มเป้าหมาย (pilottest) จำนวน 20 คน

3.5.1.7 นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้ทดสอบความเชื่อมั่น (reliability)

3.5.1.8 ปรับปรุงรูปแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิชุดเดิมเพื่อแก้ไขปรับปรุงจนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ

3.5.1.9 นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่าง

3.5.2 ลักษณะของแบบสัมภาษณ์

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมเพื่อการวิจัยเชิงพรรณนาในครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์ที่ไม่มีโครงสร้าง เป็นแบบสัมภาษณ์ที่มีประเด็นคำถามกำหนดขึ้นไว้ในการสัมภาษณ์ประกอบด้วย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ถูกสัมภาษณ์ ข้อมูลด้านการออกแบบพื้นที่ใช้สอยโครงการ การออกแบบพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุดขนาดห้องชุดพักอาศัยในโครงการ สัดส่วนของขนาดห้องชุดพักอาศัยในโครงการ พื้นที่ส่วนกลางของโครงการต่อพื้นที่รวมของโครงการ และรูปแบบการออกแบบรูปลักษณะโครงการ

ดำเนินการสนทนาเพียงประเด็นหลัก ๆ และอาจมีประเด็นอื่น ๆ เพิ่มเติมขึ้นระหว่างการสนทนา โดยไม่มีการเรียงลำดับคำถามไว้แน่นอนตายตัว จะปิดการสัมภาษณ์เมื่อไหร่ก็ได้ตามที่ผู้สัมภาษณ์เห็นว่าได้ข้อมูลเป็นที่เพียงพอแล้ว

3.5.3 ลักษณะของแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมเพื่อการวิจัยเชิงพรรณนาในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (questionnaire) ที่มีคำถามชนิดปลายปิดโดยแบ่งโครงคำถามออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (check list) ตอบเพียง 1 คำตอบ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในการเปลี่ยนที่อยู่อาศัย มีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (check list) ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในการเลือกที่อยู่อาศัยมีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (check list) ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด มีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (check list) ตอบเพียง 1 คำตอบ

3.6 การทดสอบเครื่องมือ

เมื่อได้สร้างแบบสอบถามสำหรับการวิจัยเสร็จแล้ว ได้นำไปทดสอบหาความตรง (validity) และทดสอบความเที่ยง (reliability) ดังนี้

3.6.1 การทดสอบหาความตรง (validity)

นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัย เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม และเนื้อหา ของคำถามในแต่ละส่วนว่าตรงตามจุดมุ่งหมายในการวิจัย หรือไม่ โดยผลการพิจารณาให้คะแนนเป็น ดังนี้

+1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงเนื้อหา/นิยาม/จุดประสงค์
 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงเนื้อหา/นิยาม/จุดประสงค์
 -1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามวัดไม่ตรงเนื้อหา/นิยาม/จุดประสงค์

หลังจากนั้น จึงนำผลการตรวจสอบความสอดคล้องของผู้ทรงคุณวุฒิ มาคำนวณหา ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม กับเนื้อหา/จุดประสงค์ (Item objective congruence: IOC) โดยใช้สูตร ดังนี้ (วรรรณี แกมเกตุ, 2551)

$$IOC = \frac{\Sigma R}{N}$$

IOC คือ ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา/จุดประสงค์
 ΣR คือ ผลรวมของคะแนนผลการตัดสินข้อคำถามของผู้ทรงคุณวุฒิ
 N คือ จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

โดยมีเกณฑ์การตัดสินความสอดคล้องของคำถามกับเนื้อหา/จุดประสงค์ ดังนี้
 ถ้า $IOC > 0.50$ ถือว่าข้อความนั้นวัดได้สอดคล้องกับเนื้อหา/จุดประสงค์
 ถ้า $IOC \leq 0.50$ ถือว่าข้อความนั้นวัดได้ไม่สอดคล้องกับเนื้อหา/จุดประสงค์

3.6.2 การหาคุณภาพเครื่องมือด้านความเที่ยง (reliability)

การหาคุณภาพของเครื่องมือด้านความเที่ยงของแบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัยนี้ ใช้วิธีทดสอบก่อน (pilot test) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ความเชื่อมั่นโดยหาความสอดคล้องภายใน (internet consistency method) ของอัลฟาครอนบาค (Cronbach's alpha method) ให้ได้ค่าเท่ากับ 0.6 เพื่อให้ได้ค่าอยู่ในเกณฑ์สูง แสดงว่าเครื่องมือ มีความน่าเชื่อถือ และความเที่ยงตรง

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในส่วนของการสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยการตีความหมายในรูปของการวิเคราะห์เนื้อหา

ในส่วนของแบบสอบถาม ในการวิจัย ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ (percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม เพื่อหาความสัมพันธ์สถิติ (Chi-square)

บทที่ 4

ผลวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษารูปแบบอาคารชุดพักอาศัยทางด้านกายภาพเพื่อตอบสนองคนเจนเนอเรชันวัยที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานครผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ซึ่งจัดเรียงลำดับการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์ผู้ออกแบบวางผังโครงการอาคารชุดพักอาศัย
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในการเปลี่ยนที่อยู่อาศัย
- 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในการเลือกที่อยู่อาศัย
- 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด
- 4.6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ตารางความเที่ยงตรง (validity)

4.1.1 ความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1

แสดงความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม

ลำดับ	แบบสอบถาม	คะแนนความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	สรุปผล
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม							
1	เพศ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
2	สถานภาพ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
3	อายุ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
4	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
5	อาชีพหลัก	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
6	ย่าน/เขต สถานที่ประกอบอาชีพหรือสถานที่ศึกษา	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้

ตารางที่ 4.1

แสดงความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (ต่อ)

ลำดับ	แบบสอบถาม	คะแนนความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	สรุปผล
		คนที่	คนที่	คนที่			
		1	2	3			
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในการเปลี่ยนที่อยู่อาศัย							
1	ถ้าท่านต้องการเปลี่ยนที่อยู่อาศัย เหตุผลเพราะอะไร	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
2	ถ้าท่านต้องประกอบอาชีพ/ธุรกิจ/ศึกษา ในย่านธุรกิจ กรุงเทพมหานคร (CBD) ท่านจะเลือกที่อยู่อาศัยประเภทใด ที่ท่านคิดว่าเหมาะสมกับท่าน	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในการเลือกที่อยู่อาศัย							
1	ทำเลที่ตั้งโครงการ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
2	รูปแบบการเดินทางที่จำเป็นในการใช้ชีวิต	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
3	สถานที่อำนวยความสะดวกใกล้โครงการ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
4	รูปแบบโครงการที่ต้องการ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด							
1	ระดับราคาห้องชุดที่รับได้	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
2	ขนาดห้องชุดที่ท่านต้องการ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
3	ลักษณะห้องชุดที่ท่านต้องการ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
4	ลักษณะห้องครัวภายในห้องชุดที่ท่านต้องการ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
5	การออกแบบห้องชุด สิ่งใดที่ท่านให้ความสำคัญมากที่สุด	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
6	การออกแบบพื้นที่ใช้สอยพิเศษในห้องชุดสิ่งใดที่ท่านอยากให้มี	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
7	ลักษณะการตกแต่งภายในห้องชุดที่ต้องการ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
8	สาธารณูปโภคส่วนกลางที่ท่านต้องการและใช้บ่อยมากที่สุด ในโครงการ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
9	สิ่งอำนวยความสะดวก ที่อยากให้มีในโครงการ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้

4.1.2 ความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์

ตารางที่ 4.2

แสดงความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์

ลำดับ	แบบสอบถาม	คะแนนความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	สรุปผล
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์							
1	ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
2	ตำแหน่ง	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
3	บริษัท	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
4	ลักษณะงานของบริษัท	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
5	ประสบการณ์ด้านการออกแบบอาคารชุดพักอาศัย เป็นเวลา.....ปี / จำนวน.....โครงการ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
6	หน้าที่รับผิดชอบ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
7	เคยมีโอกาสออกแบบคอนโดมิเนียมอยู่ในกลุ่มเงินเนอ เรชั่นวายหรือไม่	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
8	ทำการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ วันที่.....	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
ส่วนที่ 2 ขั้นตอนการเตรียมข้อมูลก่อนการออกแบบ							
1	ท่านมีความคิดเห็นหรือเข้าใจว่า กลุ่มคนเงินเนอเรชั่น วาย คือ กลุ่มคนประเภทไหน มีลักษณะ พฤติกรรมและคุณสมบัติอย่างไร	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
2	ข้อมูลที่จำเป็นและต้องการค้นคว้า ก่อนการตัดสินใจ ออกแบบโครงการเกี่ยวกับเงินเนอเรชั่นวาย ได้แก่ อะไรบ้าง	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
3	ท่านมีความคิดเห็นต่อ เรื่องทำเลที่ตั้งโครงการนั้น มี ความสำคัญต่อรูปแบบโครงการและการตัดสินใจเลือก ของกลุ่มเงินเนอเรชั่นวายหรือไม่ อย่างไร	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
4	ลำดับความสำคัญของข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจต่อ การออกแบบรูปแบบโครงการให้ตอบสนองกลุ่มเงิน เนอเรชั่นวาย	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้

ตารางที่ 4.2

แสดงความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์ (ต่อ)

ลำดับ	แบบสอบถาม	คะแนนความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	สรุปผล
		คนที่	คนที่	คนที่			
		1	2	3			
ส่วนที่ 3 ขั้นตอนการพัฒนาการออกแบบ							
1	ปัจจัยและข้อมูลสำคัญที่นำมาใช้เป็นเหตุผลในการตัดสินใจเลือกรูปแบบการออกแบบโครงการให้ตอบสนองคนเจนเนอเรชันวาย	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
2	ลักษณะห้องชุดที่ตอบสนองคนเจนเนอเรชันวายต้องประกอบไปด้วยอะไรบ้าง	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
3	สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ (Facility) ที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะสำหรับกลุ่มเจนเนอ-เรชันวาย นอกเหนือจาก สระว่ายน้ำ ฟิตเนส สวน ในประสบการณ์ของท่าน ท่านคิดว่าควรมีสิ่งใดเพิ่มเติมเข้าไปอีกบ้าง เพราะอะไร	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
ส่วนที่ 4 อุปสรรคและผลของการออกแบบ							
1	อุปสรรคของการออกแบบเพื่อคนกลุ่มนี้มีอะไรบ้าง	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
2	จากประสบการณ์ ผลของการออกแบบที่ประสบผลสำเร็จและไม่สำเร็จมีอะไรบ้าง ยกตัวอย่าง เช่น โครงการอะไรบ้าง	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
ส่วนที่ 5 แนวทางการออกแบบในอนาคต							
1	สิ่งที่ควรมีการศึกษาและพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อการออกแบบโครงการอาคารชุดพักอาศัย ที่ตอบสนองกลุ่มเจนเนอเรชันวายในอนาคต มีอะไรบ้าง	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผ่านทางการสัมภาษณ์ผู้ออกแบบวางผังโครงการอาคารชุดพักอาศัย

การเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้มีประสบการณ์ด้านการออกแบบอาคารชุดพักอาศัยเพื่อกลุ่มคนเจนเนอเรชันวายที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร จำนวน 4 ท่าน สามารถสรุป

ข้อมูลด้านการออกแบบอาคารชุดพักอาศัยเพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว สามารถสรุปผลวิเคราะห์ ดังนี้

4.2.1 คุณลักษณะของผู้ให้สัมภาษณ์

คุณลักษณะของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 4 ท่าน พบว่า

(1) ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 มีตำแหน่ง ตำแหน่งงานกรรมการผู้จัดการ มีลักษณะงานเป็นสถาปนิก ประสบการณ์ด้านการออกแบบ 25 ปี มีโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่ออกแบบอาคารชุดจำนวน มากกว่า 40 โครงการ ออกแบบอาคารชุดพักอาศัย สำหรับคน เจเนอเรชันวาย (Generation Y) จำนวน มากกว่า 5 โครงการ โดยมีหน้าที่ในการออกแบบแนวคิดและวางแผนการตลาด

(2) ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 มีตำแหน่ง ตำแหน่งงานผู้จัดการโครงการ มีลักษณะงานเป็นสถาปนิก ประสบการณ์ด้านการออกแบบ 19 ปี มีโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่ออกแบบอาคารชุดจำนวน 42 โครงการ ออกแบบอาคารชุดพักอาศัย สำหรับคน เจเนอเรชันวาย (Generation Y) จำนวน มากกว่า 5 โครงการ โดยมีหน้าที่ในการออกแบบ/วางผังผู้จัดการโครงการ

(3) ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 มีตำแหน่ง ตำแหน่งงานผู้จัดการโครงการ มีลักษณะงานเป็นสถาปนิก ประสบการณ์ด้านการออกแบบ 12 ปี มีโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่ออกแบบอาคารชุดจำนวน 4 โครงการ ออกแบบอาคารชุดพักอาศัย สำหรับคน เจเนอเรชันวาย (Generation Y) ซึ่งในการออกแบบนั้นจะออกแบบสำหรับคน Generation Y ผสมกับ Generation อื่น ๆ ในโครงการ โดยมีหน้าที่ในการออกแบบสถาปัตยกรรม

(4) ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 มีตำแหน่ง ตำแหน่งงานสถาปนิกอาวุโส มีลักษณะงานเป็นสถาปนิก ประสบการณ์ด้านการออกแบบ 10 ปี มีโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่ออกแบบอาคารชุดจำนวน 20 โครงการ ออกแบบอาคารชุดพักอาศัย สำหรับคน เจเนอเรชันวาย (Generation Y) จำนวน มากกว่า 3 โครงการ โดยมีหน้าที่ในการออกแบบพัฒนาแบบ

4.2.2 ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อแนวคิดในการเลือกที่อยู่อาศัยของกลุ่มคนเจเนอเรชันวายที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อแนวคิดในการเลือกที่อยู่อาศัยของกลุ่มคนเจเนอเรชันวาย ที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร จากผู้พัฒนาโครงการที่เป็นผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 4 ท่าน ซึ่งมีสามารถสรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 4.3

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อแนวคิดในการเลือกที่อยู่อาศัยของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร

ผู้ให้ สัมภาษณ์	ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อแนวคิดในการเลือกที่อยู่อาศัยของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย ที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร		
	ด้านการเลือกที่ตั้งโครงการ และการเชื่อมโยงพื้นที่ ภายนอก (site selection)	ด้านรูปแบบการออกแบบ รูปลักษณะโครงการ	ด้านระดับราคาและเกรดความ หรูหราของโครงการ (segment)
ท่านที่ 1	มีความสำคัญมากเป็นอันดับ 1	มีความสำคัญเป็นอันดับ 3	มีความสำคัญเป็นอันดับ 2
ท่านที่ 2	มีความสำคัญมากเป็นอันดับ 1	มีความสำคัญเป็นอันดับ 3	มีความสำคัญเป็นอันดับ 2
ท่านที่ 3	มีความสำคัญมากเป็นอันดับ 1	มีความสำคัญมากเป็นอันดับ 2	มีความสำคัญมากเป็นอันดับ 3
ท่านที่ 4	มีความสำคัญมากเป็นอันดับ 2	มีความสำคัญมากเป็นอันดับ 3	มีความสำคัญมากเป็นอันดับ 1

จากตารางที่ 4.3 สรุปผลการสัมภาษณ์จากผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 4 ท่าน เกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อแนวคิดในความต้องการด้านกายภาพในที่อยู่อาศัยของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปแต่ละด้าน ดังนี้

(1) ด้านการเลือกที่ตั้งโครงการและการเชื่อมโยงพื้นที่ภายนอก (site selection) พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นว่า การเลือกที่อยู่อาศัยของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร จะให้ความสำคัญทำเลที่เกาะแนวขนส่งระบบรางมากที่สุด ที่จะทำให้นักเจนเนอเรชั่นวายตัดสินใจเลือกซื้อที่พักอาศัย และใช้ชีวิตในเมือง โดยผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวตรงกันว่า พิสูจน์ได้จากยอดขายห้องชุด จากประสบการณ์ออกแบบอาคารชุดเพื่อคนกลุ่มนี้

(2) ด้านรูปแบบการออกแบบ รูปลักษณะโครงการ พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นว่า การออกแบบที่โดดเด่น และมีเอกลักษณ์พิเศษต่อโครงการนั้น กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายจะให้ความสำคัญรองลงมา เนื่องจากคนกลุ่มนี้ต้องการโชว์ความเป็นตัวเองออกสู่ภายนอก ให้ถูกการยอมรับว่าเป็นผู้ที่มีรสนิยมที่โดดเด่นและสังคมยอมรับ แต่ทั้งนี้ก็ต้องมีการออกแบบที่สอดคล้องต่อการกำหนดราคาโครงการ

(3) ด้านระดับราคาและเกรดความหรูหราของโครงการ (segment) พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นว่า ราคาและเกรดความหรูหราของโครงการมีความสำคัญแต่ไม่มากพอที่ผู้อุปโภคบริโภคกลุ่มนี้จะตัดสินใจเลือกซื้อ เนื่องจากกลุ่ม เจเนอเรชั่นวาย ยังมีรายได้ต่อเดือนที่อาจจะ

ยังไม่สูงทำให้ราคายังไม่ใช่เหตุผลสำคัญในการตัดสินใจซื้อ แต่กลุ่ม เจเนอเรชันวาย จะเน้นในรูปลักษณะโครงการถูกออกแบบไม่มีความทันสมัยและไม่ตอบรับไลฟ์สไตล์ของคนกลุ่มนี้มากกว่า

จากผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.3 ผู้วิจัยได้นำความคิดเห็นด้านการเลือกทำเลที่ตั้งของโครงการจากการสัมภาษณ์ มาปรับปรุงในเครื่องมือแบบสอบถามเพื่อให้ได้คำถามที่ตรงประเด็นและชัดเจนมากที่สุด เนื่องจากผลที่ได้ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นในแนวทางเดียวกันว่า ปัจจัยด้านทำเลมีความสำคัญต่อกลุ่มคนเจเนอเรชันวายมาก และด้านระดับราคาเนื่องด้วยผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่าการกำหนดราคามีปัจจัยเชื่อมโยงต่อการออกแบบและสอดคล้องต่อรายได้ของเจเนอเรชันวาย ดังนั้นส่วนหนึ่งราคาจึงเป็นจุดตั้งต้นต่อการให้มูลค่าการลงทุนต่อการออกแบบ

4.2.3 แนวความคิดต่อการตัดสินใจซื้อในด้านการออกแบบกายภาพภายในโครงการ

การวิเคราะห์แนวความคิดต่อความต้องการด้านการออกแบบกายภาพภายในโครงการจากผู้พัฒนาโครงการที่เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 4 ท่าน ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 4.4

ผลการวิเคราะห์แนวความคิดต่อความต้องการในด้านการออกแบบกายภาพภายในโครงการ

ผู้ให้สัมภาษณ์	แนวความคิดต่อความต้องการด้านการออกแบบกายภาพภายในโครงการ		
	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ (Facility)	ด้านรูปแบบการออกแบบอาคารและห้องชุด	ขนาดพื้นที่ของห้องชุด
ท่านที่ 1	สวนกลางแจ้งมีลู่วิ่ง/ลู่วิ่งจักรยาน	เรียบ/โล่ง (มินิมอล สไตร์)	ไม่เกิน 2 ห้องนอนไม่เล็กกว่า 25 ตารางเมตร
ท่านที่ 2	สถานที่นั่งดื่มกาแฟ/เล่นอินเทอร์เน็ต/พื้นที่สำหรับใช้งานร่วมกัน	มีเอกลักษณ์/ปรับเปลี่ยนได้	ขนาด 1 ห้องนอนไม่เกิน 35 ตารางเมตร
ท่านที่ 3	สถานที่นั่งดื่มกาแฟ/ที่จอดรถจักรยาน/พื้นที่จัดกิจกรรม	ปรับเปลี่ยนได้/กะทัดรัด เหลี่ยม ฉียบ บาง	ขนาด 1/2 ไม่เล็กกว่า 25 ตารางเมตร
ท่านที่ 4	จักรยาน/ลู่วิ่งกลางแจ้งโยคะกลางแจ้ง	ทันสมัย นำแฟชั่นเข้ามามีส่วนในการออกแบบ	ขนาด 1 ห้องนอนไม่เกิน 35 ตารางเมตร

จากตารางที่ 4.4 สรุปผลการสัมภาษณ์จากผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 4 ท่าน เกี่ยวกับแนวความคิดต่อความต้องการ ด้านการออกแบบกายภาพภายในโครงการ สามารถสรุปแต่ละด้าน ดังนี้

(1) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ (Facility) พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นว่า ในโครงการห้องชุดพักอาศัยนั้นควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จะสามารถตอบสนองต่อ

ความต้องการของกลุ่ม เจเนอเรชันวาย ซึ่งต้องการพื้นที่เปิดโล่ง สามารถทำกิจกรรมส่วนตัวได้โดยที่มีบุคคลอื่นใช้พื้นที่เดียวกันได้ เช่นพื้นที่นั่งทำงานที่ไม่ใช่ในห้องสี่เหลี่ยม หรือในอาคารออฟฟิศ เช่นพื้นที่สำหรับใช้งานร่วมกัน พื้นที่นั่งดื่มกาแฟ มีอินเทอร์เน็ตตลอดเวลา มีอุปกรณ์เชื่อมต่ออิเล็กทรอนิกส์ และสามารถใช้พื้นที่หรือสถานที่นั้น ๆ ได้ตลอดเวลา ไม่มีข้อแม้ทางด้านเวลาการเปิดปิดสถานที่ มาเป็นตัวบังคับการใช้งาน เพราะคนกลุ่มนี้มีความคิดที่ไม่ต้องการทำงานหรือใช้ชีวิตเข้าออกตามเวลาออฟฟิศ

(2) ด้านรูปแบบการออกแบบอาคารและห้องชุด พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นว่า การออกแบบ ต้องทันสมัยรูปแบบการออกแบบเรียบ ตกแตงน้อยแต่ใช้ของดี มีน้อยชิ้นที่ผลิตหรือทำขึ้นมาเฉพาะ หรือที่เรียกว่า มินิมอลสไตล์ กระดาษรีด สื่อสารผ่านการออกแบบ แบบไม่ซับซ้อน โดดเด่นมีเอกลักษณ์ ทันยุคไอที ผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์มีความคิดเห็นเรื่องเอกลักษณ์และพฤติกรรมกลุ่มคนเจเนอเรชันวายที่สอดคล้องกันว่า ประชากรกลุ่มนี้ โดมาพร้อมกับคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และยุคไอที เป็นกลุ่มคนที่เป็นตัวของตัวเองสูง มีความกล้าแสดงออก ไม่ชอบอยู่ในกรอบ รักแฟชั่นและทุกสิ่งทุกอย่างที่จับต้องได้ ต้องผ่านการออกแบบ

(3) ด้านขนาดพื้นที่ของห้องชุด พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นว่า กลุ่มเจเนอเรชันวาย ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มิมีสถานภาพโสด เนื่องจากอายุยังน้อย จึงมีความต้องการขนาดห้องชุดมีขนาดกะทัดรัดไม่ใหญ่เกินไป แต่ต้องมีพื้นที่ใช้สอยครบครันและ สามารถปรับเปลี่ยนพื้นที่ใช้งานในห้องชุดได้ระหว่างวัน หรือตามความเหมาะสมกับความต้องการเพื่อตอบสนองกิจกรรมของคนกลุ่มนี้

สรุปกลุ่มเจเนอเรชันวาย เลือที่จะใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร และจะต้องใกล้แนวรถไฟฟ้า ซึ่งอาคารชุดจะต้องมีการออกแบบที่มีรูปลักษณ์ที่โดดเด่น ทันสมัยเหมาะสมกับการใช้ชีวิตของ กลุ่มเจเนอเรชันวาย ทั้งนี้ ระดับราคาจะต้องไม่สูงเกินไปเนื่องจาก กลุ่มเจเนอเรชันวาย อยู่ในช่วงเพิ่งเริ่มทำงาน มีรายได้ที่ยังไม่มาก อีกทั้งการออกแบบภายในโครงการที่จะต้องเน้นถึงสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ พื้นที่สำหรับทำกิจกรรมต่าง ๆ หรือมุมพักผ่อนที่มีอินเทอร์เน็ต โดยไม่มีข้อแม้ทางด้านเวลาการเปิดปิดสถานที่ มาเป็นตัวบังคับการใช้งาน เพราะคนกลุ่มนี้มีความคิดที่ไม่ต้องการทำงานหรือใช้ชีวิตเข้าออกตามเวลาออฟฟิศ และหากกล่าวถึงการตกแต่งภายในห้องชุดนั้นควรเน้นถึงความเรียบง่าย ใช้เฟอร์นิเจอร์ไม่มาก เพื่อให้ห้องชุดมีพื้นที่ใช้สอยมากขึ้น แต่วัสดุที่ใช้สำหรับการตกแต่งควรมีคุณภาพที่ดี

จากผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.4 ผู้วิจัยได้นำความคิดเห็นด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการและขนาดห้องชุด มาปรับปรุงในเครื่องมือแบบสอบถามเพื่อให้ได้คำถามที่ตรงประเด็นและชัดเจนมากที่สุด เนื่องจากผลที่ได้ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นในแนวทางเดียวกันว่า ปัจจัยด้านพื้นที่ส่วนกลางควรเพิ่มพื้นที่ให้มากกว่าอดีตเพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์คนเจเนอเรชันวาย เช่น ส่วนสระว่ายน้ำ พื้นที่ห้องออกกำลังกาย พื้นที่สวนเปิดโล่ง พื้นที่นั่งทำงานในส่วนกลาง และขนาดห้องที่มีผลไปในทิศทางเดียวกันว่าเป็นขนาดกะทัดรัด ไม่ใหญ่จนเกินไป ดังนั้นในชุด

แบบสอบถามจึงมุ่งเน้นในขนาดห้องที่ไม่ใหญ่เกิน 60 ตารางเมตร เพื่อควบคุมแบบสอบถามให้อยู่ในขอบเขตที่ไม่หลากหลายจนเกินไป ในด้านรูปแบบการออกแบบเนื่องจากกลุ่มคนทั่วไปจะไม่เข้าใจถึงรูปแบบที่ชัดเจนเนื่องจากมีความซับซ้อนทางด้านอารมณ์จำเพาะตัวบุคคลจนเกินไป จึงไม่นำมาเป็นประเด็นหลักประกอบลงไปแบบสอบถามในงานวิจัยครั้งนี้

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ของกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มประชากรศึกษาเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) โดยแสดงผลเป็นความถี่และร้อยละเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง

โดยการเก็บข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างตามขอบเขตการศึกษา โดยแยกเป็นแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 260 ชุด และแบบสอบถามแบบกระดาษ จำนวน 340 ชุด รวมทั้งสิ้น 600 ชุด และนำมาคัดกรองชุดที่สมบูรณ์และตรงวัตถุประสงค์ขอบเขตการศึกษา จำนวน 400 ชุด

ตารางที่ 4.5

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	203	50.80
หญิง	197	49.20

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.80 และเป็นเพศหญิง จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.20

ตารางที่ 4.6

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	281	70.25
สมรส	118	29.50
หย่า	1	0.25

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.25 รองลงมา คือ สถานภาพสมรส จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 และ สถานภาพหย่า จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

ตารางที่ 4.7

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
19-24 ปี	26	6.50
25-30 ปี	139	34.75
31-35 ปี	235	58.75

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 - 35 ปี จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.75 รองลงมาอายุระหว่าง 25 - 30 ปี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 และอายุระหว่าง 19 - 24 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50

ตารางที่ 4.8

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ยังไม่มีรายได้	6	1.50
น้อยกว่า 12,000 บาท	6	1.50
12,001 - 19,000 บาท	31	7.75
19,001 - 40,000 บาท	197	49.25
40,001 - 70,000 บาท	145	36.25
มากกว่า 70,000 บาท	15	3.75

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 19,001 - 40,000 บาท จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.25 รองลงมา คือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 - 70,000 บาท

จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 12,001 - 19,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 70,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 12,000 บาทและไม่มีรายได้ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50

ตารางที่ 4.9

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานประจำ	288	72.00
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	39	9.80
ธุรกิจส่วนตัว	61	15.20
นักศึกษา	12	3.00

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานประจำ จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 72 รองลงมา มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.20 มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 และมีอาชีพนักศึกษา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

ตารางที่ 4.10

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามย่าน/เขต สถานที่ประกอบอาชีพหรือสถานที่ศึกษา

ย่าน/เขต สถานที่ประกอบอาชีพหรือสถานที่ศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สาทร	162	40.50
สีลม	78	19.50
สยาม	26	6.50
อโศก	56	14.00
ชิดลม	38	9.50
เพลินจิต	40	10.00

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานที่ประกอบอาชีพ หรือสถานศึกษาในย่านสาทร จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมา คือ มีสถานที่ประกอบอาชีพหรือสถานศึกษาในย่านสีลม จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 มีสถานที่ประกอบอาชีพหรือสถานศึกษาในย่านอโศกจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14 มีสถานที่ประกอบอาชีพหรือสถานศึกษาในย่านเพลินจิตจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10 มีสถานที่ประกอบอาชีพหรือสถานศึกษาในย่านชิดลมจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในการเปลี่ยนที่อยู่อาศัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในการเปลี่ยนที่อยู่อาศัย โดยแสดงผลเป็นความถี่และร้อยละเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.11

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลของการเปลี่ยนที่อยู่อาศัย (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

เหตุผลของการเปลี่ยนที่อยู่อาศัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ย้ายที่ทำงาน	60	15.00
ขยายครอบครัว	156	39.00
สมรส	18	4.50
ใกล้สถานที่ศึกษา/สถานที่ทำงาน	114	28.50
อื่น ๆ	101	25.25

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปลี่ยนที่อยู่อาศัยเพราะต้องการขยายครอบครัว จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมา เปลี่ยนที่อยู่อาศัยเพราะใกล้สถานที่ศึกษา/สถานที่ทำงาน จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 เปลี่ยนที่อยู่อาศัยด้วยเหตุผลอื่น ๆ จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 เปลี่ยนที่อยู่อาศัยเพราะย้ายที่ทำงาน จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และ เปลี่ยนที่อยู่อาศัยเพราะสมรส จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50

ตารางที่ 4.12

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภททรัพย์สินที่ต้องประกอบอาชีพ/ธุรกิจ/ศึกษา
ในย่านธุรกิจกรุงเทพมหานคร (CBD) (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภททรัพย์สินที่ต้องประกอบอาชีพ/ธุรกิจ/ศึกษา ในย่านธุรกิจ กรุงเทพมหานคร (CBD)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คอนโดมิเนียม	321	80.25
บ้านเดี่ยว	11	2.75
ทาวเฮ้าส์	57	14.25
อื่น ๆ	52	13.00

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการประเภททรัพย์สินที่ประกอบอาชีพ/
ธุรกิจ/ศึกษา ในย่านธุรกิจกรุงเทพมหานคร (CBD) เป็นคอนโดมิเนียม จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ
80.25 รองลงมา ต้องการประเภททรัพย์สินที่ประกอบอาชีพ/ธุรกิจ/ศึกษา ในย่านธุรกิจกรุงเทพมหานคร
(CBD) เป็นทาวเฮ้าส์ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 ต้องการประเภททรัพย์สินที่ประกอบอาชีพ/
ธุรกิจ/ศึกษา ในย่านธุรกิจกรุงเทพมหานคร (CBD) อื่น ๆ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และ
ต้องการประเภททรัพย์สินที่ประกอบอาชีพ/ธุรกิจ/ศึกษา ในย่านธุรกิจกรุงเทพมหานคร (CBD) เป็นบ้าน
เดี่ยว จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในการเลือกที่อยู่อาศัย

วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในการเลือกที่อยู่อาศัย โดยแสดงผลเป็นความถี่และ
ร้อยละเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.13

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทำเลที่ตั้งโครงการ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ทำเลที่ตั้งโครงการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีระบบขนส่งรางผ่าน	2	0.50
ติดถนนใหญ่	321	80.25

ตารางที่ 4.13

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทำเลที่ตั้งโครงการ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ) (ต่อ)

ทำเลที่ตั้งโครงการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อยู่ในแหล่งชุมชน	76	19.00
ติดแม่น้ำ	85	21.25
อื่น ๆ	22	5.50

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการทำเลที่ตั้งโครงการที่ติดถนนใหญ่ จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 80.25 รองลงมา มีความต้องการทำเลที่ตั้งโครงการที่ติดแม่น้ำ จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 มีความต้องการทำเลที่ตั้งโครงการที่อยู่ในแหล่งชุมชน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 มีความต้องการทำเลที่ตั้งโครงการที่อื่น ๆ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 และมีความต้องการทำเลที่ตั้งโครงการที่มีระบบขนส่งผ่านจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ตารางที่ 4.14

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบการเดินทางที่จำเป็นในการใช้ชีวิต (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

รูปแบบการเดินทางที่จำเป็นในการใช้ชีวิต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระบบขนส่งราง	7	1.75
รถยนต์ส่วนตัว	283	70.75
รถประจำทาง	127	31.75
เรือ	64	16.00
อื่น ๆ	11	2.75

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรูปแบบการเดินทางที่จำเป็นในการใช้ชีวิต โดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 70.75 รองลงมา มีรูปแบบการเดินทางที่จำเป็นในการใช้ชีวิตโดยรถประจำทางจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75 มีรูปแบบการเดินทางที่จำเป็นในการใช้ชีวิตโดยเรือจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 มีรูปแบบการเดินทางที่จำเป็นในการใช้ชีวิตโดยรูปแบบอื่น ๆ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 และ มีรูปแบบการเดินทางที่จำเป็นในการใช้ชีวิตโดยระบบขนส่งรางจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75

ตารางที่ 4.15

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่อำนวยความสะดวกใกล้โครงการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สถานที่อำนวยความสะดวกใกล้โครงการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ห้างสรรพสินค้า/ศูนย์การค้า	8	2.00
สถานที่ราชการ โรงพยาบาล/สถานีตำรวจ	298	74.50
แหล่งงานเพื่อประกอบอาชีพ	105	26.25
สถานศึกษา	103	25.75
อื่น ๆ	38	9.50

จากตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการสถานที่อำนวยความสะดวกใกล้โครงการ คือ สถานที่ราชการ โรงพยาบาล/สถานีตำรวจ จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 74.50 รองลงมา มีความต้องการสถานที่อำนวยความสะดวกใกล้โครงการ คือ แหล่งงานเพื่อประกอบอาชีพ จำนวน 105 คนคิดเป็นร้อยละ 26.25 มีความต้องการสถานที่อำนวยความสะดวกใกล้โครงการ คือ สถานศึกษา จำนวน 103 คนคิดเป็นร้อยละ 25.75 มีความต้องการสถานที่อำนวยความสะดวกใกล้โครงการ คือ สถานที่อื่น ๆ จำนวน 38 คนคิดเป็นร้อยละ 9.50 และ ความต้องการสถานที่อำนวยความสะดวกใกล้โครงการ คือ ห้างสรรพสินค้า/ศูนย์การค้า จำนวน 8 คนคิดเป็นร้อยละ 2.00

ตารางที่ 4.16

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบโครงการที่ต้องการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

รูปแบบโครงการที่ต้องการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โครงการอาคารชุดพักอาศัยแบบผสม	7	1.75
โครงการอาคารชุดพักอาศัยอย่างเดียว	140	35.00
โครงการอาคารชุดพักอาศัยประหยัดพลังงาน	127	31.75
อื่น ๆ	168	42.00

จากตารางที่ 4.16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการรูปแบบโครงการอาคารชุดพักอาศัยแบบอื่น ๆ จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมา มีความต้องการรูปแบบ

โครงการอาคารชุดพักอาศัยอย่างเดียว จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 มีความต้องการรูปแบบโครงการอาคารชุดพักอาศัยประหยัดพลังงาน จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75 และมีความต้องการรูปแบบโครงการอาคารชุดพักอาศัยแบบผสม จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75

4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด โดยแสดงผลเป็นความถี่และร้อยละเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.17

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับราคาห้องชุดที่รับได้

ระดับราคาห้องชุดที่รับได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000,000 บาท	25	6.25
1,000,001 - 3,000,000 บาท	179	44.75
3,000,001 - 5,000,000 บาท	179	44.75
5,000,001 - 7,000,000 บาท	16	4.00
9,000,000 บาท ขึ้นไป	1	0.25

จากตารางที่ 4.17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการระดับราคาห้องชุด 1,000,001 - 3,000,000 บาท และ 3,000,001 - 5,000,000 บาท จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75 รองลงมา มีความต้องการระดับราคาห้องชุด ต่ำกว่า 1,000,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 มีความต้องการระดับราคาห้องชุด 5,000,001 - 7,000,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4 และมีความต้องการระดับราคาห้องชุด 9,000,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

ตารางที่ 4.18

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามขนาดห้องชุดที่ต้องการ

ขนาดห้องชุดที่ต้องการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20 - 25 ตารางเมตร	8	2.00
26 - 30 ตารางเมตร	64	16.00
31 - 35 ตารางเมตร	162	40.50
36 - 40 ตารางเมตร	96	24.00
41 - 45 ตารางเมตร	31	7.75
45 ตารางเมตร ขึ้นไป	39	9.75

จากตารางที่ 4.18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการขนาดห้องชุด 31 - 35 ตารางเมตร จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมา มีความต้องการขนาดห้องชุด 36 - 40 ตารางเมตร จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24 มีความต้องการขนาดห้องชุด 26 - 30 ตารางเมตร จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16 มีความต้องการขนาดห้องชุด 45 ตารางเมตร ขึ้นไป จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 มีความต้องการขนาดห้องชุด 41 - 45 ตารางเมตร จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 และ มีความต้องการขนาดห้องชุด 20 - 25 ตารางเมตร จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2

ตารางที่ 4.19

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะห้องชุดที่ต้องการ

ลักษณะห้องชุดที่ต้องการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สตูดิโอ	27	6.75
1 ห้องนอน	220	55.00
2 ห้องนอน	126	31.50
3 ห้องนอน	23	5.75
มากกว่า 3 ห้องนอน	4	1.00

จากตารางที่ 4.19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการลักษณะห้องชุดเป็นแบบ 1 ห้องนอน จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมา มีความต้องการลักษณะห้องชุดเป็นแบบ 2 ห้องนอน จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 มีความต้องการลักษณะห้องชุดเป็นแบบ สตูดิโอจำนวน 27 คน คิดเป็น

ร้อยละ 6.75 มีความต้องการลักษณะห้องชุดเป็นแบบ 3 ห้องนอน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 และมีความต้องการลักษณะห้องชุดเป็นแบบ มากกว่า 3 ห้องนอน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1

ตารางที่ 4.20

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะห้องคร้วภายในห้องชุดที่ต้องการ

ลักษณะห้องคร้วภายในห้องชุดที่ต้องการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คร้วแบบเปิด ประกอบอาหารหนักไม่ได้	54	13.50
คร้วแบบปิด ประกอบอาหารหนักได้	67	16.75
คร้วแบบปรับให้เปิดปิดได้ตามความต้องการ	278	69.50
อื่น ๆ	1	0.25

จากตารางที่ 4.20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกมีความต้องการลักษณะห้องคร้วภายในห้องชุดแบบคร้วแบบปรับให้เปิดปิดได้ตามความต้องการจำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.50 รองลงมา มีความต้องการลักษณะห้องคร้วภายในห้องชุดแบบคร้วแบบปิด ประกอบอาหารหนักได้จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 มีความต้องการลักษณะห้องคร้วภายในห้องชุดแบบคร้วแบบเปิด ประกอบอาหารหนักไม่ได้จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และมีความต้องการลักษณะห้องคร้วภายในห้องชุดแบบอื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

ตารางที่ 4.21

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการออกแบบห้องชุด

การออกแบบห้องชุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วัสดุกรุพื้น/ผนัง/ฝ้า/สุขภัณฑ์	20	5.00
การถ่ายเทอากาศ/แสงธรรมชาติ	131	32.75
รูปแบบการออกแบบตกแต่ง	54	13.50
การแบ่งสัดส่วนพื้นที่ใช้สอยในห้องชุด	195	48.75

จากตารางที่ 4.21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการออกแบบห้องชุดโดยเน้นการแบ่งสัดส่วนพื้นที่ใช้สอยในห้องชุด จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75 รองลงมา ให้ความสำคัญในการออกแบบห้องชุดโดยเน้นการถ่ายเทอากาศ/แสงธรรมชาติ จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 ให้ความสำคัญในการออกแบบห้องชุดโดยเน้นรูปแบบการออกแบบตกแต่ง จำนวน 54

คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และ ให้ความสำคัญในการออกแบบห้องชุดโดยการใช้วัสดุกรุพื้น/ผนัง/ฝ้า/ สุขภัณฑ์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5

ตารางที่ 4.22

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการออกแบบพื้นที่ใช้สอยพิเศษในห้องชุด

การออกแบบพื้นที่ใช้สอยพิเศษในห้องชุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พื้นที่เก็บรองเท้า/ร่ม	10	2.50
ห้องแต่งตัว (walk in closet)	107	26.75
พื้นที่หรือห้องเก็บของ	173	43.25
ระเบียงพักผ่อน	110	27.50

จากตารางที่ 4.22 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการออกแบบพื้นที่ใช้สอยพิเศษในห้องชุด โดยเน้นพื้นที่หรือห้องเก็บของจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 รองลงมา ให้ความสำคัญในการออกแบบพื้นที่ใช้สอยพิเศษในห้องชุด โดยเน้นระเบียงพักผ่อนจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 ให้ความสำคัญในการออกแบบพื้นที่ใช้สอยพิเศษในห้องชุด โดยเน้นห้องแต่งตัว (walk in closet) จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 และให้ความสำคัญในการออกแบบพื้นที่ใช้สอยพิเศษในห้องชุด โดยเน้นพื้นที่เก็บรองเท้า/ร่มจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

ตารางที่ 4.23

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการตกแต่งภายในห้องชุดที่ต้องการ

ลักษณะการตกแต่งภายในห้องชุดที่ต้องการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ห้องชุดแบบตกแต่งภายในครบชุดจากโครงการ	302	75.50
ห้องชุดแบบห้องโล่งเพื่อตกแต่งด้วยตัวเอง	98	24.50

จากตารางที่ 4.23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการลักษณะการตกแต่งภายในห้องชุดแบบตกแต่งภายในครบชุดจากโครงการจำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 75.50 และต้องการลักษณะการตกแต่งภายในห้องชุดแบบห้องโล่งเพื่อตกแต่งด้วยตัวเองจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50

ตารางที่ 4.24

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสาขารัฐบุโภคส่วนกลางที่ต้องการและใช้บ่อยมากที่สุดใโครงการ (ตอบมากกว่า 1 คำตอบ)

สาขารัฐบุโภคส่วนกลางที่ต้องการและใช้บ่อยมากที่สุดใโครงการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สวนสาธารณะ	141	35.25
ที่จอดจักรยาน	18	4.50
ฟิตเนส	189	47.25
สระว่ายน้ำ	110	27.50
ห้องซาวนน่า	24	6.00
อื่น ๆ	3	0.75

จากตารางที่ 4.24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการสาขารัฐบุโภคส่วนกลาง และใช้บ่อยมากที่สุดใโครงการคือฟิตเนส จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 รองลงมา ต้องการสาขารัฐบุโภคส่วนกลาง และใช้บ่อยมากที่สุดใโครงการคือสวนสาธารณะจำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.25 ต้องการสาขารัฐบุโภคส่วนกลางและใช้บ่อยมากที่สุดใโครงการคือสระว่ายน้ำ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 ต้องการสาขารัฐบุโภคส่วนกลางและใช้บ่อยมากที่สุดใโครงการคือห้องซาวนน่า จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ต้องการสาขารัฐบุโภคส่วนกลางและใช้บ่อยมากที่สุดใโครงการคือที่จอดจักรยาน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50

ตารางที่ 4.25

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวก ที่อยากให้มีใโครงการ (ตอบมากกว่า 1 คำตอบ)

สิ่งอำนวยความสะดวก ที่อยากให้มีใโครงการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้านอาหาร	43	10.75
ร้านซักรีด	44	11.00
ร้านกาแฟ	26	6.50
ร้านเสริมสวย	14	3.50
ร้านสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง	332	83.00
อื่น ๆ	2	0.50

จากตารางที่ 4.25 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการร้านสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง เป็นสิ่งอำนวยความสะดวก ที่อยากให้มีในโครงการ จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 83 รองลงมา ต้องการร้านซักรีด เป็นสิ่งอำนวยความสะดวก ที่อยากให้มีในโครงการ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11 ต้องการร้านอาหาร เป็นสิ่งอำนวยความสะดวก ที่อยากให้มีในโครงการ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 ต้องการร้านกาแฟเป็นสิ่งอำนวยความสะดวก ที่อยากให้มีในโครงการ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ต้องการร้านเสริมสวยเป็นสิ่งอำนวยความสะดวก ที่อยากให้มีในโครงการ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.05 ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่อยากให้มีในโครงการ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

4.7 ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการศึกษาทฤษฎี ตาราง 2.2 การสรุปข้อมูลที่ได้จากวรรณกรรม ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงตามสภาวะการเติบโตของเจเนอเรชันวาย คือ ด้านสถานภาพ อายุ รายได้ และทั้ง 3 ปัจจัยนี้ ทำให้ส่งผลต่อการลงทุนของผู้ประกอบการและนักออกแบบประเภทธุรกิจอาคารชุดพักอาศัย ดังนั้น ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งสมมติฐาน จึงมีดังต่อไปนี้

- (1) สถานะ การเปลี่ยนแปลงสถานะของคนกลุ่มนี้มีการอ้างอิงถึงผลกระทบต่อ การเลือก ขยายที่อยู่อาศัยของจำนวนสมาชิกที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงในครอบครัว
- (2) อายุ อายุของคนกลุ่มนี้มีผลต่อสภาวะอารมณ์และความชอบส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน เนื่องจากวุฒิภาวะและประสบการณ์จึงจำเป็นต่อการตั้งสมมติฐานขึ้น
- (3) อาชีพ การประกอบอาชีพของคนกลุ่มนี้มีความหลากหลายและเปลี่ยนแปลงบ่อยทำให้มีผล ต่อรายได้และความสามารถในการเลือกซื้อทรัพย์สินประเภทที่อยู่อาศัยจึงทำการตั้งเป็นสมมติฐานขึ้น

4.7.1 สถานภาพ

สมมติฐานที่ 1 สถานภาพของกลุ่มประชากรเจเนอเรชันวาย มีความสัมพันธ์กับแนวความคิด ต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : สถานภาพของกลุ่มประชากรเจเนอเรชันวาย ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวความคิด ต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด

H_1 : สถานภาพของกลุ่มประชากรเจเนอเรชันวาย มีความสัมพันธ์กับแนวความคิด ต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด

การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ สถิติ ไคสแควร์ (χ^2) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อนัยสำคัญ (α) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบดัง แสดง ในตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามระดับราคาห้องชุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05

ราคาห้องชุด	สถานภาพ			รวม	χ^2	นัยสำคัญ
	โสด	สมรส	หย่า			
ต่ำกว่า 1,000,000 บาท	21	4	0	25	25.359	0.001*
1,000,001 - 3,000,000 บาท	141	37	1	179		
3,000,001 - 5,000,000 บาท	113	66	0	179		
5,000,001 - 7,000,000 บาท	6	10	0	16		
9,000,000 บาท ขึ้นไป	0	1	0	1		

จากตารางที่ 4.26 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสถิติแบบไคสแควร์ พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบนัยสำคัญ เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามที่กำหนดไว้ จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 แสดงว่า สถานภาพของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย มีความสัมพันธ์ต่อราคาห้องชุดที่จะทำให้เกิดแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.27

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามขนาดห้องชุดที่ต้องการ ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05

ขนาดห้องชุดที่ต้องการ	สถานภาพ			รวม	χ^2	นัยสำคัญ
	โสด	สมรส	หย่า			
20 - 25 ตารางเมตร	7	1	0	8	24.836	0.006*
26 - 30 ตารางเมตร	53	11	0	64		
31 - 35 ตารางเมตร	123	39	0	162		
36 - 40 ตารางเมตร	52	43	1	96		
41 - 45 ตารางเมตร	18	13	0	31		
45 ตารางเมตร ขึ้นไป	28	11	0	39		

จากตารางที่ 4.27 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสถิติแบบไคสแควร์ พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบนัยสำคัญเท่ากับ 0.006 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามที่กำหนดไว้ จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 แสดงว่า สถานภาพของกลุ่มประชากรเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) มีความสัมพันธ์ต่อขนาดห้องชุดที่ต้องการที่จะทำให้เกิดแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.28

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับแนวความคิดความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามลักษณะห้องชุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05

ลักษณะห้องชุด	สถานภาพ			รวม	χ^2 นัยสำคัญ
	โสด	สมรส	หย่า		
สตูดิโอ	25	2	0	27	1.129 0.000*
1 ห้องนอน	157	63	0	220	
2 ห้องนอน	85	41	0	126	
3 ห้องนอน	11	12	0	23	
มากกว่า 3 ห้องนอน	3	0	1	4	

จากตารางที่ 4.28 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสถิติแบบไคสแควร์ พบว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบนัยสำคัญเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามที่กำหนดไว้ จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 แสดงว่า สถานภาพของกลุ่มประชากรเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) มีความสัมพันธ์ต่อลักษณะห้องชุดที่จะทำให้เกิดแนวความคิดต่อการตัดสินใจซื้อในด้านกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.29

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามลักษณะห้องครัวภายในห้องชุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05

ลักษณะห้องครัวภายในห้องชุด	สถานภาพ			รวม	χ^2 นัยสำคัญ
	โสด	สมรส	หย่า		
ครัวแบบเปิด ประกอบอาหารหนักไม่ได้	41	13	0	54	7.173 0.305
ครัวแบบปิด ประกอบอาหารหนักได้	53	14	0	67	
ครัวแบบปรับให้เปิดปิดได้ตามความต้องการ	187	90	1	278	
อื่น ๆ	0	1	0	1	

จากตารางที่ 4.29 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสถิติแบบไคสแควร์ พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบนัยสำคัญ เท่ากับ 0.305 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามที่กำหนดไว้ จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_1 แสดงว่า สถานภาพของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อลักษณะห้องครัวภายในห้องชุดที่จะทำให้เกิดแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.30

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามการออกแบบห้องชุด ที่ให้ความสำคัญมากที่สุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05

การออกแบบห้องชุด ที่ให้ความสำคัญมากที่สุด	สถานภาพ			รวม	χ^2 นัยสำคัญ
	โสด	สมรส	หย่า		
วัสดุกรุพื้น/ผนัง/ฝ้า/สุขภัณฑ์	14	6	0	20	9.987 0.125
การถ่ายเทอากาศ/แสงธรรมชาติ	98	33	0	131	
รูปแบบการออกแบบตกแต่ง	40	13	1	54	
การแบ่งสัดส่วนพื้นที่ใช้สอยในห้องชุด	129	66	0	195	

จากตารางที่ 4.30 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสถิติแบบไคสแควร์ พบว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบนัยสำคัญ เท่ากับ 0.125 ซึ่งมีค่ามากกว่า

ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามที่กำหนดไว้ จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_1 แสดงว่า สถานภาพของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการออกแบบห้องชุด ที่ให้ความสำคัญมากที่สุดที่จะทำให้เกิดแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.31

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามการออกแบบพื้นที่ใช้สอยพิเศษในห้องชุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05

การออกแบบพื้นที่ใช้สอยพิเศษในห้องชุด	สถานภาพ			รวม	χ^2 นัยสำคัญ
	โสด	สมรส	หย่า		
พื้นที่เก็บรองเท้า/ร่ม	9	1	0	10	5.110 0.530
ห้องแต่งตัว (walk in closet)	75	32	0	107	
พื้นที่หรือห้องเก็บของ	115	57	1	173	
ระเบียงพักผ่อน	82	28	0	110	

จากตารางที่ 4.31 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสถิติแบบไคสแคว์ พบว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบนัยสำคัญ เท่ากับ 0.530 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามที่กำหนดไว้ จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_1 แสดงว่า สถานภาพของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการออกแบบพื้นที่ใช้สอยพิเศษในห้องชุด ที่ให้ความสำคัญมากที่สุดที่จะทำให้เกิดแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.32

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามลักษณะการตกแต่งภายในห้องชุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05

ลักษณะการตกแต่งภายในห้องชุด	สถานภาพ			รวม	χ^2 นัยสำคัญ
	โสด	สมรส	หย่า		
ห้องชุดแบบตกแต่งภายในครบชุดจากโครงการ	15	52	196	302	1.357 0.507
ห้องชุดแบบห้องโล่งเพื่อตกแต่งด้วยตัวเอง	11	34	39	98	

จากตารางที่ 4.32 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสถิติแบบไคสแควร์ พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบนัยสำคัญ เท่ากับ 0.507 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามที่กำหนดไว้ จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_1 แสดงว่า สถานภาพของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อลักษณะการตกแต่งภายในห้องชุดที่ให้ความสำคัญมากที่สุดที่จะทำให้เกิดแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.7.2 อายุ

สมมติฐานที่ 2 อายุของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย มีความสัมพันธ์กับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : อายุของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด

H_1 : อายุของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย มีความสัมพันธ์กับแนวความคิดต่อความต้องการซื้อในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด

การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ สถิติ ไคสแควร์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อนัยสำคัญ มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบดังแสดงในตารางที่ 4.31

ตารางที่ 4.33

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามระดับราคาห้องชุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05

ราคาห้องชุด	อายุ			รวม	χ^2 นัยสำคัญ
	19 - 24 ปี	25 - 30 ปี	31 - 35 ปี		
ต่ำกว่า 1,000,000 บาท	5	14	6	25	96.969 0.000*
1,000,001 - 3,000,000 บาท	18	90	71	179	
3,000,001 - 5,000,000 บาท	3	25	151	179	
5,000,001 - 7,000,000 บาท	0	9	7	16	
9,000,000 บาท ขึ้นไป	0	1	0	1	

จากตารางที่ 4.33 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสถิติแบบไคสแควร์ พบว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบนัยสำคัญ เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่า

น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามที่กำหนดไว้ จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 แสดงว่า อายุของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) มีความสัมพันธ์ต่อราคาห้องชุดที่จะทำให้เกิดแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.34

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามขนาดห้องชุดที่ต้องการ ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05

ขนาดห้องชุดที่ต้องการ	อายุ			รวม	χ^2 นัยสำคัญ
	19-24 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี		
20-25 ตารางเมตร	5	3	1	8	84.220 0.000*
26-30 ตารางเมตร	8	37	19	64	
31-35 ตารางเมตร	5	43	114	162	
36-40 ตารางเมตร	3	26	67	96	
41-45 ตารางเมตร	1	13	17	31	
45 ตารางเมตร ขึ้นไป	4	18	17	39	

จากตารางที่ 4.34 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสถิติแบบ ไคสแคว์ พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบนัยสำคัญ เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามที่กำหนดไว้ จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 แสดงว่า อายุของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) มีความสัมพันธ์ต่อขนาดห้องชุดที่ต้องการที่จะทำให้เกิดแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.35

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามลักษณะห้องชุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05

ลักษณะห้องชุด	อายุ			รวม	χ^2 นัยสำคัญ
	19 - 24 ปี	25 - 30 ปี	31 - 35 ปี		
สตูดิโอ	4	12	11	27	36.444 0.000*
1 ห้องนอน	8	57	155	220	
2 ห้องนอน	11	53	62	126	
3 ห้องนอน	2	15	6	23	
มากกว่า 3 ห้องนอน	1	2	1	4	

จากตารางที่ 4.35 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสถิติแบบไคสแควร์ พบว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบนัยสำคัญ เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามที่กำหนดไว้ จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 แสดงว่า อายุของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) มีความสัมพันธ์ต่อลักษณะห้องชุดที่จะทำให้เกิดแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.36

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามลักษณะห้องคร้วภายในห้องชุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05

ลักษณะห้องคร้วภายในห้องชุด	อายุ			รวม	χ^2 นัยสำคัญ
	19-24 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี		
คร้วแบบเปิด ประกอบอาหารหนักไม่ได้	6	12	36	54	18.696 0.005*
คร้วแบบปิด ประกอบอาหารหนักได้	9	30	28	67	
คร้วแบบปรับให้เปิดปิดได้ตามความต้องการ	11	97	170	278	
อื่น ๆ	0	0	1	1	

จากตารางที่ 4.36 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสถิติแบบไคสแควร์ พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบนัยสำคัญ เท่ากับ 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามที่กำหนดไว้ จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 แสดงว่า อายุของกลุ่มประชากรเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) มีความสัมพันธ์ต่อลักษณะห้องครัวภายในห้องชุดที่จะทำให้เกิดแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.37

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามการออกแบบห้องชุด ที่ให้ความสำคัญมากที่สุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05

การออกแบบห้องชุด ที่ให้ความสำคัญมากที่สุด	อายุ			รวม	χ^2 นัยสำคัญ
	19-24 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี		
วัสดุกรุพื้น/ผนัง/ฝ้า/สุขภัณฑ์	4	5	8	20	21.190 0.002*
การถ่ายเทอากาศ/แสงธรรมชาติ	6	51	74	131	
รูปแบบการออกแบบตกแต่ง	9	15	30	54	
การแบ่งสัดส่วนพื้นที่ใช้สอยในห้องชุด	7	65	123	195	

จากตารางที่ 4.37 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสถิติแบบไคสแควร์ พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบนัยสำคัญ เท่ากับ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามที่กำหนดไว้ จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 แสดงว่า อายุของกลุ่มประชากรเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) มีความสัมพันธ์ต่อการออกแบบห้องชุด ที่ให้ความสำคัญมากที่สุดที่จะทำให้เกิดแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.38

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามการออกแบบพื้นที่ใช้สอยพิเศษในห้องชุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05

การออกแบบพื้นที่ใช้สอยพิเศษในห้องชุด	อายุ			รวม	χ^2 นัยสำคัญ
	19-24 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี		
พื้นที่เก็บรองเท้า/ร่ม	1	4	5	10	28.942 0.000*
ห้องแต่งตัว (walk in closet)	5	34	68	107	
พื้นที่หรือห้องเก็บของ	9	44	120	173	
ระเบียงพักผ่อน	11	57	42	110	

จากตารางที่ 4.38 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสถิติแบบไคสแคว์ พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบนัยสำคัญ เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามที่กำหนดไว้ จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 แสดงว่า อายุของกลุ่มประชากรเจเนอเรชันวาย (Generation Y) มีความสัมพันธ์ต่อการออกแบบพื้นที่ใช้สอยพิเศษในห้องชุด ที่ให้ความสำคัญมากที่สุดที่จะทำให้เกิดแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.39

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามลักษณะการตกแต่งภายในห้องชุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05

ลักษณะการตกแต่งภายในห้องชุด	อายุ			รวม	χ^2 นัยสำคัญ
	19-24 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี		
ห้องชุดแบบตกแต่งภายในครบชุดจากโครงการ	15	91	196	302	19.958 0.000*
ห้องชุดแบบห้องโล่งเพื่อตกแต่งด้วยตัวเอง	11	48	39	98	

จากตารางที่ 4.39 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสถิติแบบไคสแควร์ พบว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบนัยสำคัญ เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามที่กำหนดไว้ จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 แสดงว่า อายุของกลุ่มประชากรเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) มีความสัมพันธ์ต่อลักษณะการตกแต่งภายในห้องชุดที่ทำให้ความสำคัญมากที่สุดที่จะทำให้เกิดแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.7.3 อาชีพ

สมมติฐานที่ 3 อาชีพของกลุ่มประชากรเจนเอเรชั่นวาย มีความสัมพันธ์กับแนวความคิดต่อการตัดสินใจซื้อในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : อาชีพของกลุ่มประชากรเจนเอเรชั่นวาย ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวความคิดต่อการตัดสินใจซื้อในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด

H_1 : อาชีพของกลุ่มประชากรเจนเอเรชั่นวาย มีความสัมพันธ์กับแนวความคิดต่อการตัดสินใจซื้อในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด

การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ สถิติ ไคสแควร์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่านัยสำคัญ มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบดังแสดงในตารางที่ 4.40

ตารางที่ 4.40

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามระดับราคาห้องชุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05

ราคาห้องชุด	อาชีพ					รวม	χ^2	นัยสำคัญ
	พนักงานประจำ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	นักศึกษา	พนักงานประจำ			
ต่ำกว่า 1,000,000 บาท	18	0	4	3	18	25	35.977	0.000*
1,000,001-3,000,000 บาท	140	11	20	8	140	179		
3,000,001-5,000,000 บาท	121	27	30	1	121	179		
5,000,001-7,000,000 บาท	8	1	7	0	8	16		
9,000,000 บาท ขึ้นไป	1	0	0	0	1	1		

จากตารางที่ 4.40 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสถิติแบบไคสแควร์ พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบนัยสำคัญ เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามที่กำหนดไว้ จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 แสดงว่า อาชีพของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) มีความสัมพันธ์ต่อราคาห้องชุดที่จะทำให้เกิดแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.41

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามขนาดห้องชุดที่ต้องการ ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05

ขนาดห้องชุดที่ต้องการ	อาชีพ				รวม	χ^2 นัยสำคัญ
	พนักงานประจำ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	นักศึกษา		
20-25 ตารางเมตร	8	0	0	0	8	31.537 0.007*
26-30 ตารางเมตร	55	2	5	2	64	
31-35 ตารางเมตร	114	23	21	4	162	
36-40 ตารางเมตร	64	10	19	3	96	
41-45 ตารางเมตร	16	2	12	1	31	
45 ตารางเมตร ขึ้นไป	31	2	4	2	39	

จากตารางที่ 4.41 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสถิติแบบไคสแควร์ พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบนัยสำคัญ เท่ากับ 0.007 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามที่กำหนดไว้ จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 แสดงว่า อาชีพของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) มีความสัมพันธ์ต่อขนาดห้องชุดที่ต้องการที่จะทำให้เกิดแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.42

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามลักษณะห้องชุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05

ลักษณะห้องชุด	อาชีพ				รวม	χ^2 นัยสำคัญ
	พนักงานประจำ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	นักศึกษา		
สตูดิโอ	21	1	2	3	27	32.520 0.001*
1 ห้องนอน	165	27	26	2	220	
2 ห้องนอน	83	10	28	5	126	
3 ห้องนอน	18	1	3	1	23	
มากกว่า 3 ห้องนอน	1	0	2	1	4	

จากตารางที่ 4.42 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสถิติแบบไคสแคว์ พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบนัยสำคัญเท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามที่กำหนดไว้ จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 แสดงว่า อาชีพของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) มีความสัมพันธ์ต่อลักษณะห้องชุดที่จะทำให้เกิดแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.43

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามลักษณะห้องครัวภายในห้องชุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05

ลักษณะห้องครัวภายใน ห้องชุด	อาชีพ				รวม	χ^2 นัยสำคัญ
	พนักงาน ประจำ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	นักศึกษา		
ครัวแบบเปิด ประกอบอาหาร หนักไม่ได้	36	7	10	1	54	13.971 0.123
ครัวแบบปิด ประกอบอาหาร หนักได้	57	1	5	4	67	

ตารางที่ 4.43

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามลักษณะห้องครัวภายในห้องชุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05 (ต่อ)

ลักษณะห้องครัวภายใน ห้องชุด	อาชีพ				รวม	χ^2 นัยสำคัญ
	พนักงานประจำ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	นักศึกษา		
ครัวแบบปรับให้เปิดปิด ได้ตามความต้องการ	194	31	46	7	278	
อื่น ๆ	1	0	0	0	1	

จากตารางที่ 4.43 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสถิติแบบไคสแควร์ พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบนัยสำคัญ เท่ากับ 0.123 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามที่กำหนดไว้ จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_1 แสดงว่า อาชีพของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อลักษณะห้องครัวภายในห้องชุดที่จะทำให้เกิดแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.44

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามการออกแบบห้องชุด ที่ให้ความสำคัญมากที่สุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05

การออกแบบห้องชุด ที่ให้ความสำคัญ มากที่สุด	อาชีพ				รวม	χ^2 นัยสำคัญ
	พนักงาน ประจำ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	นักศึกษา		
วัสดุกรุพื้น/ผนัง/ฝ้า/สุขภัณฑ์	15	0	4	1	20	6.983 0.639
การถ่ายเทอากาศ/แสงธรรมชาติ	89	16	21	5	131	
รูปแบบการออกแบบตกแต่ง	39	5	7	3	54	
การแบ่งสัดส่วนพื้นที่ใช้สอยในห้องชุด	145	18	29	3	195	

จากตารางที่ 4.44 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสถิติแบบไคสแควร์ พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบนัยสำคัญ เท่ากับ 0.639 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามที่กำหนดไว้ จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_1 แสดงว่า อาชีพของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการออกแบบห้องชุด ที่ให้ความสำคัญมากที่สุดที่จะทำให้เกิดแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.45

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามการออกแบบพื้นที่ใช้สอยพิเศษในห้องชุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05

การออกแบบพื้นที่ใช้สอยพิเศษใน ห้องชุด	อาชีพ				รวม	χ^2	นัยสำคัญ
	พนักงาน ประจำ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	นักศึกษา			
พื้นที่เก็บรองเท้า/ร่ม	8	1	1	0	10	7.700	0.565
ห้องแต่งตัว (walk in closet)	74	12	18	3	107		
พื้นที่หรือห้องเก็บของ	117	20	29	7	173		
ระเบียงพักผ่อน	89	6	13	2	110		

จากตารางที่ 4.45 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสถิติแบบไคสแควร์ พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบนัยสำคัญ เท่ากับ 0.565 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามที่กำหนดไว้ จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_1 แสดงว่า อาชีพของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการออกแบบพื้นที่ใช้สอยพิเศษในห้องชุด ที่ให้ความสำคัญมากที่สุดที่จะทำให้เกิดแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.46

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด จำแนกตามลักษณะการตกแต่งภายในห้องชุด ที่ระดับนัยสำคัญ (α) 0.05

ลักษณะการตกแต่งภายในห้องชุด	อาชีพ			รวม	χ^2 นัยสำคัญ		
	พนักงานประจำ	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ					
ห้องชุดแบบตกแต่งภายในครบชุดจากโครงการ	208	39	48	7	302	16.575	0.001*
ห้องชุดแบบห้องโล่งเพื่อตกแต่งด้วยตัวเอง	80	0	13	5	98		

จากตารางที่ 4.46 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสถิติแบบไคสแคว์ พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบนัยสำคัญ เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามที่กำหนดไว้ จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 แสดงว่า อาชีพของกลุ่มประชากรเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) มีความสัมพันธ์ต่อลักษณะการตกแต่งภายในห้องชุดที่ให้ความสำคัญมากที่สุดที่จะทำให้เกิดแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.8 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.47

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด

ปัจจัยส่วนบุคคล	สถานภาพ	อายุ	อาชีพ
แนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพ			
ราคาห้องชุด	✓	✓	✓
ขนาดห้องชุด	✓	✓	✓
จำนวนห้องนอน	✓	✓	✓
รูปแบบห้องครัว	✗	✓	✗
การออกแบบ/วัสดุ/พื้นที่/อากาศ	✗	✓	✗
พื้นที่ใช้สอยพิเศษ	✗	✓	✗
การตกแต่งภายใน	✗	✓	✓

✓ = มีความสัมพันธ์

✗ = ไม่มีความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.47 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับแนวความคิดต่อการตัดสินใจซื้อในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด สามารถสรุปได้ว่า สถานภาพ ของกลุ่มประชากรเจเนอเรชั่นวาย มีความสัมพันธ์กับแนวความคิดต่อการตัดสินใจซื้อในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุดในประเด็นของราคาห้องชุด ขนาดห้องชุด จำนวนห้องนอน ส่วนอายุของกลุ่มประชากรเจเนอเรชั่นวาย มีความสัมพันธ์กับแนวความคิดต่อการตัดสินใจซื้อในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุดในทุกประเด็น อีกทั้ง อาชีพของกลุ่มประชากรเจเนอเรชั่นวาย มีความสัมพันธ์กับแนวความคิดต่อการตัดสินใจซื้อในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุดในประเด็นของราคาห้องชุด ขนาดห้องชุด จำนวนห้องนอน และการตกแต่งภายใน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้น ปัจจัยที่สำคัญด้านแนวคิดที่มีผลต่อความต้องการของเจเนอเรชั่นวายด้านกายภาพภายในโครงการอาคารชุดพักอาศัยมากที่สุด ได้แก่ ราคาของห้องชุด ขนาดของห้องชุด จำนวนห้องนอนในห้องชุด 3 ปัจจัยนี้ มีอิทธิพลมากในความต้องการของเจเนอเรชั่นวายที่ต้องการซื้อที่พัก

อาศัยรูปแบบอาคารชุดพักอาศัย ดังนั้นผู้ประกอบการและนักออกแบบควรพิจารณาและมุ่งเน้นนำข้อมูลจากการวิจัยฉบับนี้ ในปัจจัยทั้ง 3 ด้านมาประกอบการตัดสินใจเป็นอันดับแรกในการทำการศึกษานโยบายของโครงการอาคารชุดพักอาศัย เพื่อผลที่ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเจเนอเรชั่นวัยมากที่สุด

4.9 ผลการเปรียบเทียบระหว่างผู้สัมภาษณ์กับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.48

สรุปผลการเปรียบเทียบระหว่างผู้สัมภาษณ์กับผู้ตอบแบบสอบถามกับแนวคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด

แนวคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด	ผู้ให้สัมภาษณ์	ผู้ตอบแบบสอบถาม
1. ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อแนวคิดในการเลือกที่อยู่อาศัย		
1.1 ด้านการเลือกที่ตั้งโครงการและการเชื่อมโยงพื้นที่ภายนอก (site selection)		
1.1.1 แนวขนส่งระบบราง	✓	X
1.1.2 ดิถถนนใหญ่	X	✓
1.2 ด้านรูปแบบการออกแบบ รูปลักษณะโครงการ		
1.2.1 การออกแบบที่โดดเด่น และมีเอกลักษณ์พิเศษต่อโครงการ	✓	X
1.2.2 รูปแบบการออกแบบเรียบ การแบ่งสัดส่วนพื้นที่ใช้สอยครบ	✓	✓
1.3 ด้านระดับราคาและเกรดความหรูหราของโครงการ (segment)	X	✓

ตารางที่ 4.48

สรุปผลการเปรียบเทียบระหว่างผู้สัมภาษณ์กับผู้ตอบแบบสอบถามกับแนวคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด (ต่อ)

แนวคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด	ผู้ให้สัมภาษณ์	ผู้ตอบแบบสอบถาม
2. แนวความคิดต่อความต้องการด้านการออกแบบกายภาพภายในโครงการ		
2.1 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ (Facility)		
2.1.1 ที่จอดรถยนต์	✓	✓
2.1.2 ฟิตเนส สวน สระว่ายน้ำ	✓	✓
2.1.3 ร้านกาแฟ ร้านอาหาร	✓	X
2.1.4 ร้านค้าสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง	✓	X
2.2 ด้านรูปแบบการออกแบบอาคารและห้องชุด		
2.2.1 การแบ่งสัดส่วนพื้นที่ใช้สอยในห้องชุดครบ	✓	✓
2.2.2 โดดเด่นมีเอกลักษณ์	✓	X
2.3 ขนาดพื้นที่ของห้องชุด		
2.3.1 ไม่เกิน 35 ตารางเมตร	✓	✓
2.3.2 ขนาด 1 ห้องนอน	✓	✓

✓ = มีความสัมพันธ์

X = ไม่มีความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.48 แสดงผลการเปรียบเทียบระหว่างผู้สัมภาษณ์กับผู้ตอบแบบสอบถามกับแนวคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด สามารถสรุปได้ว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นที่ตรงกับผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวแนวคิดต่อความต้องการด้านการออกแบบกายภาพภายในโครงการ ประเด็นด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ (Facility) ด้านรูปแบบการออกแบบอาคารและห้องชุด และ ขนาดพื้นที่ของห้องชุด ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อแนวคิดในการเลือกที่อยู่อาศัยนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์และผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่ไม่เหมือนกัน ทั้งในด้านการเลือกที่ตั้งโครงการและการเชื่อมโยงพื้นที่ภายนอก (site selection) ที่ผู้ให้

สัมภาษณ์ต้องการให้สถานที่ตั้งโครงการจะต้องอยู่แนวขนส่งระบบราง แต่ผู้ตอบแบบสอบถามนั้น ต้องการให้ที่ดินใหญ่ ด้านรูปแบบการออกแบบ รูปลักษณะโครงการ ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่ารูปแบบ การออกแบบ รูปลักษณะโครงการควรจะต้องมีความโดดเด่น เอกลักษณ์พิเศษ แต่ทางผู้ตอบ แบบสอบถามนั้นมีความเห็นต่างกันว่า รูปแบบการออกแบบ รูปลักษณะโครงการควรมีการจัดแบ่ง สัดส่วนพื้นที่ใช้สอยห้องชุดอย่างลงตัว อีกทั้ง ด้านระดับราคาและเกรดความหรูหราของโครงการ (segment) ที่ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่าไม่ควรกำหนดราคาที่สูงเกินไปเพราะจะทำให้กลุ่มคนเจเนอเรชั่น วยไม่สามารถซื้อได้ แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มคนเจเนอเรชั่นวย ให้ความสำคัญของระดับ ราคา รวมถึงระดับความหรูหราของโครงการ



บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นการศึกษารูปแบบทางกายภาพในการออกแบบพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุดและลักษณะของพื้นที่ใช้สอยส่วนกลางของโครงการอาคารชุดพักอาศัย เพื่อตอบสนองคนเจนเนอเรชันวาย ที่ประกอบอาชีพ หรือศึกษาในเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร (Central Business District , CBD) โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

(1) ศึกษาคุณลักษณะของผู้บริโภคของกลุ่มลูกค้าเจนเนอเรชันวาย ที่ใช้ชีวิตในเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร

(2) ศึกษารูปแบบการออกแบบพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุด และลักษณะของพื้นที่ใช้สอยส่วนกลางของโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ที่ใช้ชีวิตในเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร

(3) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของกลุ่มผู้บริโภค ที่ส่งผลการออกแบบพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุด และลักษณะของพื้นที่ใช้สอยส่วนกลางของโครงการอาคารชุดพักอาศัยเพื่อตอบสนองกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย ที่ใช้ชีวิตในเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร

(4) นำเสนอแนวทางในการพัฒนารูปแบบพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุด และลักษณะของพื้นที่ใช้สอยส่วนกลางของโครงการอาคารชุดพักอาศัยเพื่อตอบสนองกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย ที่ใช้ชีวิตในเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้เครื่องมือการสัมภาษณ์ผู้มีประสบการณ์ด้านการออกแบบอาคารชุดพักอาศัยเพื่อกลุ่มคนเจนเนอเรชันวายที่อาศัยอยู่ในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร จำนวน 4 ท่าน และแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยการเชื่อมโยงของเครื่องมือทั้ง 2 ชนิดนี้ คือ แบบสัมภาษณ์ผู้ออกแบบโครงการ ที่มีความเชี่ยวชาญในการออกแบบอาคารชุดพักอาศัยประเภทอาคารสูง ข้อมูลในการสัมภาษณ์จะได้รับการวิเคราะห์ผลสรุปแล้ว จะนำมาเป็นข้อมูลเพื่อลดทอนจำนวนคำถามและเนื้อหาให้ชัดเจน ครอบคลุมในการสร้างเครื่องมือแบบสอบถามกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ที่ใช้ชีวิตในย่านศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร ในเขตพื้นที่การศึกษาต่อไป ซึ่งจัดเรียงลำดับการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

(1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์ผู้ออกแบบวางผังโครงการอาคารชุดพักอาศัย โดยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่ได้มาวิเคราะห์และสรุป เพื่อมาสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัย ประกอบด้วยแบบสอบถาม โดยได้หัวข้อสรุปแบบสอบถามดังต่อไปนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในการเปลี่ยนที่อยู่อาศัย
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในการเลือกที่อยู่อาศัย
- ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด

- (2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป
- (3) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในการเปลี่ยนที่อยู่อาศัย
- (4) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในการเลือกที่อยู่อาศัย
- (5) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับ

ห้องชุด

- (6) ผลการทดสอบสมมติฐาน

การศึกษารูปแบบอาคารชุดพักอาศัยทางด้านกายภาพเพื่อตอบสนอง คนเจนเนอเรชันวาย ที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) จำนวน 400 คน โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ในการจัดการวิจัยครั้งนี้ เจือใจในการสรุปผล ทำการมุ่งเน้นศึกษาและสรุปผลเพื่อหารูปแบบด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด และด้านลักษณะกายภาพพื้นที่ใช้สอยของส่วนกลางของโครงการ รวมถึงความต้องการด้านอุปโภค บริโภค รอบโครงการ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย ที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีผลข้อมูลวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

5.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ของกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสถานภาพโสด อายุระหว่าง 31 - 35 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 19,001 - 40,000 บาท อาชีพ พนักงานประจำ และประกอบอาชีพ หรือสถานศึกษาในย่านสาทร

5.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในการเปลี่ยนที่อยู่อาศัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในการเปลี่ยนที่อยู่อาศัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปลี่ยนที่อยู่อาศัยเพราะต้องการขยายครอบครัว โดยมีความต้องการคอนโดมิเนียมเพื่อประกอบอาชีพ/ธุรกิจ/ศึกษา ในย่านธุรกิจกรุงเทพมหานคร (CBD)

5.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในการเลือกที่อยู่อาศัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในการเลือกที่อยู่อาศัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการทำเลที่ตั้งโครงการที่ติดถนนใหญ่ สามารถใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางในชีวิตประจำวันได้ อีกทั้งยังต้องการให้โครงการใกล้ สถานที่ราชการ โรงพยาบาล/สถานีดำรงจ

5.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการระดับราคาห้องชุด 1,000,001 - 5,000,000 บาท ซึ่งห้องชุดนั้นจะต้องมีขนาด 31 - 35 ตารางเมตร แบบ 1 ห้องนอน โดยลักษณะห้องครัวภายในห้องชุดแบบครัวแบบปรับให้เปิดปิดได้ตามความต้องการ ทั้งนี้ได้ให้ความสำคัญในการออกแบบห้องชุดโดยเน้นการแบ่งสัดส่วนพื้นที่ใช้สอยในห้องชุด การออกแบบพื้นที่ใช้สอยพิเศษในห้องชุด ที่เน้นพื้นที่หรือห้องเก็บของ อีกทั้งจะต้องมีการตกแต่งภายในแบบครบชุดจากโครงการ โดยสาธารณูปโภคที่มีความต้องการและใช้บ่อยที่สุดคือ ฟิตเนส ร้านสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง ที่อยากให้มีในโครงการ

5.1.5 การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด สามารถสรุปได้ว่า สถานภาพ ของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย มีความสัมพันธ์กับแนวความคิดต่อการตัดสินใจซื้อในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุดในประเด็นของราคาห้องชุด ขนาดห้องชุด จำนวนห้องนอน ส่วนอายุของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย มีความสัมพันธ์กับแนวความคิดต่อการตัดสินใจซื้อในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุดในทุกประเด็น อีกทั้ง อาชีพของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย มีความสัมพันธ์กับแนวความคิดต่อการตัดสินใจซื้อในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุดในประเด็นของราคาห้องชุด ขนาดห้องชุด จำนวนห้องนอน และการตกแต่งภายใน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย เป็นกลุ่มเป้าหมายที่ผลกระทบต่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียม ที่ต้องการผลิตสินค้าเพื่อรองรับต่อกลุ่มประชากรในเมืองหลวง กทม. โดยกลุ่มคนที่อายุ 25 - 35 ปี จะมีรายได้ตั้งแต่ 19,000 - 70,000 บาท เนื่องจากเป็นพนักงานประจำ บริษัทเอกชน ที่มีความมั่นคง และมีรายได้ที่แน่นอน

ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวรรณกรรมของ อลงกรณ์ จำฟู (2554) ได้ทำการศึกษาวิจัยไว้ว่า การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางสังคมเศรษฐกิจ และวิถีชีวิตกับปัจจัยในการ

เลือกอาคารชุดพักอาศัยเป็นบ้านหลังที่สองและเพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอาคารชุดพักอาศัยเป็นบ้านหลังที่สองระหว่างเขตชั้นในกับชั้นกลางของกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า มีผู้เลือกอาคารชุดเป็นบ้านหลังที่สอง มีช่วงอายุระหว่าง 25 - 35 ปี ประกอบอาชีพในบริษัทเอกชน นอกจากนี้ สาเหตุความต้องการบ้านหลังที่สอง คือต้องการที่อยู่อาศัยใกล้แหล่งงาน หากมองโดยภาพรวมแล้วจะสื่อให้เห็นถึงการให้ความสำคัญด้านเศรษฐกิจ คือ ด้านการประกอบอาชีพและระยะทางจากที่อยู่อาศัยสู่แหล่งงาน

5.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในด้านรูปแบบการออกแบบพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุด และลักษณะของพื้นที่ใช้สอยส่วนกลางของโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชั่นวาย ที่ใช้ชีวิตในเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในด้านรูปแบบ พบว่า ในการเปลี่ยนที่อยู่อาศัยแต่ละครั้งของกลุ่มตัวอย่างมีผลกระทบต่อรูปแบบการออกแบบ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปลี่ยนที่อยู่อาศัยเพราะต้องการขยายครอบครัว โดยมีความต้องการคอนโดมิเนียม เพื่อประกอบอาชีพ/ธุรกิจ/ศึกษา ในย่านธุรกิจกรุงเทพมหานคร (CBD) เพราะกลุ่มเป้าหมายเลือกการเปลี่ยนที่อยู่อาศัยให้เหมาะกับ Life style ตัวเอง โดยเลือกที่พักที่ใกล้แหล่งงานไม่ต้องมีพื้นที่ใหญ่เกินไปอย่างเช่นคอนโดมิเนียม แต่สามารถปรับพื้นที่ใช้สอยให้รองรับการ Share พื้นที่แบบคู่หรือมากกว่า 1 คนในอนาคต

ซึ่งสอดคล้องกับผลการค้นคว้าเก็บข้อมูลของฝ่ายวิจัยจากบริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นต์ (2557) ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง ไปตามค่านิยมและยุคสมัยวิวัฒนาการ วิถีชีวิตเปลี่ยนไปตามกาลเวลา การต้องการความเป็นอิสระส่วนตัวมากขึ้น ขนาดครอบครัวที่มีจำนวนสมาชิกน้อยลง คนที่อยู่เป็นโสดมากขึ้น นอกจากนี้วิถีชีวิตของคนกรุงเทพมหานครที่มีแหล่งงานอยู่ในเมือง และการอพยพของแรงงานจากต่างจังหวัดเข้ามาสู่ในเมืองมากขึ้น ความต้องการที่อยู่อาศัยในย่านธุรกิจ หรือใจกลางที่อยู่ใกล้ระบบคมนาคมที่สะดวก เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

รูปแบบของโครงการอาคารชุด เนื่องจากการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดอาคารชุด ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการพัฒนารูปแบบของโครงการ เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า อาทิ การเน้นการออกแบบที่เป็นแบบสมัยใหม่ (Modern style) สำหรับลูกค้าที่ชอบความเป็นอิสระก้าวตามแฟชั่น และมีสวนสาธารณะ สถานที่ออกกำลังกายครบครันในตัวโครงการ เป็นต้น

5.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของกลุ่มผู้บริโภค ในการเลือกที่อยู่อาศัย ที่ส่งผลต่อการออกแบบพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุด และลักษณะของพื้นที่ใช้สอยส่วนกลางของโครงการอาคารชุดพักอาศัยเพื่อตอบสนองกลุ่มประชากรเจนเนอเรชั่นวาย ที่ใช้ชีวิตในเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการทำเลที่ตั้งโครงการที่ติดถนนใหญ่ สามารถใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางในชีวิตประจำวันได้ อีกทั้งยังต้องการ

ให้โครงการใกล้เคียง สถานที่ราชการ โรงพยาบาล/สถานีดำรงจ เพราะกลุ่มเป้าหมายนั้นมีความต้องการที่อยู่อาศัยที่มีพื้นที่โดยรอบต้องติดถนนใหญ่เพราะจำเป็นต้องใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางและมีสาธารณูปโภคใกล้ ๆ ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต เช่น โรงพยาบาล.

จากการทบทวนวรรณกรรม ความสัมพันธ์ระหว่างระบบขนส่งมวลชน (mass transit) กับที่อยู่อาศัย (Residence) ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2550) ได้ทำการวิเคราะห์ด้วยเรื่อง คอนโดมิเนียมปี 2551 พบว่าผลที่ได้จากงานวิจัยพิสูจน์ได้ว่ากลุ่มเป้าหมายมีการเปลี่ยนแปลงความต้องการในปัจจุบันที่ทำการศึกษาวินิจฉัยขึ้นในปี 2558 จากเดิมที่ ผู้ประกอบการที่เคยเน้นการพัฒนาโครงการแนวราบได้หันไปพัฒนาโครงการอาคารชุดมากขึ้น ซึ่งเคยเติบโตในทำเลย่านธุรกิจใจกลางเมืองและตามเส้นทางรถไฟฟ้า และรถไฟฟ้าใต้ดินพาดผ่าน แม้กลุ่มลูกค้าที่ผลวิจัยออกมาจะบ่งกลุ่มเป้าหมายเดียวกันก็ตาม คือ ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ทำงานในย่านธุรกิจยังคงต้องการที่จะหาซื้อที่อยู่อาศัยใกล้ที่ทำงานตนเอง สะดวกสบายในการเดินทาง ประหยัดเวลา เป็นต้น และโครงการอาคารชุดในแถบย่านธุรกิจย่านใจกลางเมืองแต่ไม่จำเป็นต้องติดแนวเส้นทางรถไฟฟ้า BTS หรือ MRT เหมือนในปี 2551 แต่กลับพิจารณาเลือกสาธารณูปโภครอบโครงการแทน ดังผลวิจัยที่ปรากฏ

5.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนารูปแบบพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุดและลักษณะของพื้นที่ใช้สอยส่วนกลางของโครงการอาคารชุดพักอาศัยเพื่อตอบสนองของกลุ่มประชากรเจนเอเรชั่นวาย ที่ใช้ชีวิตในเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร ต่อการตัดสินใจซื้อในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนารูปแบบพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุดและลักษณะของพื้นที่ใช้สอยส่วนกลางของโครงการอาคารชุดพักอาศัย ที่มีผลต่อความต้องการห้องชุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการระดับราคาห้องชุด 1,000,001 - 5,000,000 บาท ซึ่งห้องชุดนั้นจะต้องมีขนาด 31 - 35 ตารางเมตร แบบ 1 ห้องนอน โดยลักษณะห้องครัวภายในห้องชุดแบบครัวแบบปรับให้เปิดปิดได้ตามความต้องการ ทั้งนี้ได้ให้ความสำคัญในการออกแบบห้องชุดโดยเน้นการแบ่งสัดส่วนพื้นที่ใช้สอยในห้องชุด การออกแบบพื้นที่ใช้สอยพิเศษในห้องชุด ที่เน้นพื้นที่หรือห้องเก็บของ อีกทั้งจะต้องมีการตกแต่งภายในแบบครบชุดจากโครงการ โดยสาธารณูปโภคที่มีความต้องการและใช้บ่อยที่สุดคือ ฟิตเนส ร้านสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง ที่อยากให้มีในโครงการ เพราะกลุ่มเป้าหมายมีความสามารถซื้อในราคา 1 - 5 ล้านบาท ซึ่งก็สอดคล้องกับรายได้ที่ได้รับ เน้นความสะดวกสบายในการใช้งานภายในห้อง มีครบทุก Function สำหรับการใช้ประโยชน์ และมีการตกแต่งพร้อมอยู่จากโครงการจะสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อมากกว่า

ผลการศึกษาวินิจฉัยนี้สอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมของ วรวัสส์ โชติวงศ์ อริยะ และ กองกฤษณ์ โต้ชัยวัฒน์ (2556) สรุปได้ว่า อาคารชุดพักอาศัยควรมีองค์ประกอบภายในห้องชุด ดังนี้ มีประโยชน์ใช้สอยสะดวก สวยงามและทันสมัย รวมถึงพิจารณาถึงสิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวกและสาธารณูปโภคต่าง ๆ ที่มีในโครงการ เช่น สระว่ายน้ำ ห้องออกกำลังกาย สวนหย่อม ร้านสะดวกซื้อภายในโครงการ รูปแบบความสวยงามทางด้านการออกแบบกายภาพโครงการ ขนาด วัสดุและเครื่องเรือนที่ติดตั้งพร้อมในห้องชุด ผู้ซื้อห้องชุดพักอาศัยควรพิจารณาเนื้อที่ภายในห้องชุดเท่าใด การแบ่งพื้นที่ จำนวนห้องภายใน รวมถึงคุณภาพและจำนวนของเครื่องเรือน เฟอร์นิเจอร์ที่ติดตั้ง

ซึ่งสรุปได้ว่า การจัดพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุดในอาคารชุดพักอาศัย ห้องต่าง ๆ ภายในห้องชุด สามารถใช้งานได้ตามความต้องการได้สะดวกสบายและทันสมัย โดยมีความน่าสนใจในด้านการออกแบบภายในห้องชุดและและรูปลักษณ์อาคาร รวมไปถึงการจัดวางผังและการออกแบบรายละเอียดทั้งหมด จะเพิ่มคุณค่าให้กับห้องชุดพักอาศัยของโครงการในด้านความงาม ถือว่าเป็นจุดสำคัญที่นักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์จะต้องให้ความสำคัญไม่น้อยกว่าองค์ประกอบอื่น ๆ

5.2.5 การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับแนวความคิดต่อการตัดสินใจซื้อในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด สามารถสรุปได้ว่า สถานภาพ ของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชั่นวาย มีความสัมพันธ์กับแนวความคิดต่อการตัดสินใจซื้อในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุดในประเด็นของราคาห้องชุด ขนาดห้องชุด จำนวนห้องนอน เพราะกลุ่มประชากรเจนเนอเรชั่นวาย นั้นมีสถานภาพโสด อยู่อาศัยไม่เกิน 2 คน ทำให้ขนาดพื้นที่ห้องชุดมีขนาดที่ไม่กว้างเกินไป หรือ ขนาด 31 - 35 ตารางเมตร และจะต้องมีราคาที่สามารถซื้อหรือผ่อนชำระได้ ส่วนอายุของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชั่นวาย มีความสัมพันธ์กับแนวความคิดต่อการตัดสินใจซื้อในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุดในทุกประเด็น เพราะกลุ่มประชากรเจนเนอเรชั่นวาย จะมีอายุไม่เกิน 35 ปี ซึ่งบุคคลกลุ่มนี้จะเป็นช่วงที่กำลังสร้างครอบครัว มีรายได้และอาชีพที่มั่นคง มีการใช้ชีวิตในเมืองหลวงมากกว่า เดินทางสะดวก ใกล้สถานที่สำคัญอาทิ ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล มหาวิทยาลัย เป็นต้น จึงทำให้กลุ่มประชากรเจนเนอเรชั่น ให้ความสนใจห้องชุดที่ตั้งอยู่ในบริเวณดังกล่าว อีกทั้ง อาชีพของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชั่นวาย มีความสัมพันธ์กับแนวความคิดต่อการตัดสินใจซื้อในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุดในประเด็นของราคาห้องชุด ขนาดห้องชุด จำนวนห้องนอน และการตกแต่งภายใน เพราะ การมีอาชีพการงานที่มั่นคง ทำให้เกิดรายได้ประจำ ทำให้กลุ่มประชากรเจนเนอเรชั่นวาย สามารถเป็นเจ้าของอาคารชุดได้ด้วยตนเอง รวมถึงมีความชอบในการตกแต่งภายในที่มุ่งเน้นถึงความทันสมัย ความลงตัวของการจัดวางพื้นที่ภายในห้องเน้นวัสดุที่มีคุณภาพ แต่ไม่จำเป็นจะต้องมีเฟอร์นิเจอร์ที่เยอะเกินไปจนทำให้ห้องชุดดูแคบเกินไป

จากการตั้งสมมติฐานเนื่องจาก สำนักวิจัยธนาคารไทยพาณิชย์ (2557) ได้กล่าวไว้ว่า ธุรกิจไทยให้ความสำคัญกับกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้กำลังมีอิทธิพลสูงต่อตลาดอุปโภคบริโภคในประเทศเจนเนอเรชั่นวาย เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี 1981 - 2000 เป็นเจนเนอเรชั่นที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในไทยโดยมีจำนวนประมาณ 19 ล้านคน หรือเกือบ 1 ใน 3 ของประเทศ

นอกจากขนาดตลาดที่ใหญ่แล้ว คนกลุ่มนี้มียาได้ค่อนข้างสูงแม้จะอยู่ในวัยหนุ่มสาวอายุเพียง 15 - 34 ปี และยังมีอัตราการใช้จ่ายต่อรายได้ที่สูงที่สุด เมื่อเทียบกับคนเจนเนอเรชันก่อนหน้านี้นี้ในช่วงอายุเดียวกัน แต่ทั้งนี้ในกลุ่มคนที่มียาดังกล่าวก็มีการแบ่งช่วงอายุเนื่องจากสภาวะอายุ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความคิด รายได้ และสถานะภาพ ทำให้มีผลต่อความสามารถในการซื้อหรือผ่อนชำระ โดยสำนักวิจัยธนาคารไทยพาณิชย์ ได้สรุปความสามารถในการซื้อที่อยู่อาศัยซึ่งประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่

- (1) รายได้ประจำเดือน
- (2) อายุผู้กู้ ซึ่งส่งผลต่อระยะเวลาการกู้
- (3) อัตราดอกเบี้ยชำระเงินกู้

โดยอายุยังเป็นตัวแปรหนึ่งที่ทำให้การตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกัน เพราะกลุ่มคนอายุน้อยกว่า (อายุระหว่าง 19 - 26 ปี) จะเลือกซื้ออาคารชุดมากกว่าคนอายุระหว่าง 27 - 30 ปี เพราะคนที่อายุน้อยหรือเพิ่งเริ่มต้นทำงาน ต้องการความสะดวกรวดเร็วและมีความคล่องตัวในการใช้ชีวิตสูง

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะและประโยชน์จากการวิจัยครั้งนี้

5.3.1.1 ควรออกแบบห้องชุดให้เหมาะสมกับการใช้ชีวิตของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย ที่เน้นถึงการจัดวางพื้นที่ทั้งภายในและภายนอกห้องชุด ซึ่งกลุ่มคนดังกล่าวสามารถทำอะไรให้หลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกัน ซึ่งมีประโยชน์ต่อผู้ออกแบบในการศึกษาข้อมูลการจัดวางผังให้มีความหลากหลายและสามารถเพิ่มเติมความน่าสนใจลงไปโครงการมากกว่าอดีต ทำให้ผู้ประกอบการมีโครงการที่แปลกใหม่แตกต่างจากคู่แข่ง

5.3.1.2 ควรเพิ่มพื้นที่ส่วนกลางให้รองรับและให้ใช้ประโยชน์มากขึ้น ทุกพื้นที่ควรมีอินเทอร์เน็ตเพื่อตอบสนองคนเจนเนอเรชันวายที่ติดมือถือหรือชอบสังคมออนไลน์ เช่น ฟิตเนส และ สระว่ายน้ำ เป็นต้น ดังนั้นผู้ประกอบการควรพิจารณาลงทุนในพื้นที่ส่วนกลางมากขึ้น เพราะเนื่องจากอดีตผู้ประกอบการคิดว่ามีส่วนกลางไว้เป็นพื้นที่ ที่ขายไม่ได้จึงมีเพียงขนาดเล็กๆเหมือนโครงการอื่นทั่วไป แต่ขาดการใส่ใจความต้องการของกลุ่มลูกค้า

5.3.1. การกำหนดระดับราคาห้องชุด ควรแบ่งเกรดและศึกษาข้อมูลเจนเนอเรชันวาย ตามช่วงอายุที่ได้ทำการศึกษามาจากการวิจัยนี้เพื่อให้สอดคล้องกับรายได้ต่อเดือนของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชัน จะทำให้มีการออกแบบและวางผลิตภัณฑ์ได้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อความต้องการของตลาดกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ในส่วนนี้ทั้งผู้ประกอบการและนักออกแบบควรตระหนักให้

มาก และนำมาวิเคราะห์จริงจัง เนื่องจากประเด็นดังกล่าวมีผลต่อระยะยาวในการลงทุนเป็นอย่างสูง และสามารถเชื่อมต่อได้หลายปัจจัย เช่น การมองหาทำเลที่เหมาะสมกับราคาการขายของผู้ประกอบการ การออกแบบวัสดุที่เหมาะสมรายได้และราคาโครงการของนักออกแบบ

5.3.1.4 ทำเลที่ตั้งของห้องชุดควรมีสภาพแวดล้อมที่ใกล้กับถนนใหญ่หรือติดถนนใหญ่ได้ยิ่งเป็นผลดีกว่าทำเลที่อยู่ในซอย รวมถึงสาธารณูปโภคด้านสถานที่ราชการและโรงพยาบาล ควรเดินทางไม่ไกลจากโครงการ ซึ่งผลวิจัยดังกล่าวนี้มีประโยชน์เป็นอย่างสูงต่อกลุ่มผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวาย เพราะจากอดีตผู้ประกอบการหลายเจ้าหันไปสนใจการลงทุนติดระบบขนส่งราง เช่น รถไฟฟ้า แต่ปัจจุบัน ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีความต้องการใช้รถยนต์ส่วนตัวสูง ดังนั้นผู้บริโภคต้องการทำเลที่มีทางคมนาคมหรือถนนเชื่อมต่อสาธารณูปโภครอบด้านได้สะดวกโดยวิธีการขับรถ ดังนั้นปัจจัยนี้ทำให้นักออกแบบและผู้ประกอบต้องคำนึงถึงที่จอดรถภายในโครงการให้มากขึ้นเป็น ร้อยละเปอร์เซ็นต์ของจำนวนผู้อยู่อาศัยต่างจากอดีตซึ่งจัดเตรียมไว้เพียงข้อกำหนดกำหนด

5.3.1.5 ควรจัดเตรียมการวางผังสำหรับพื้นที่สำหรับร้านสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง โดยพิจารณาจากระดับเฉพาะโครงการนั้น ๆ เนื่องจากมีความต้องการในการวิจัยนี้สูง ดังนั้นในการนำเสนอรูปแบบอาคารชุดพักอาศัยสำหรับคนเจนเอเรชั่นวาย นอกจากพิจารณาจากปัจจัยภายนอกโครงการแล้ว ส่วนสำคัญคือการจัดพื้นที่เพิ่มเติม และวางผังในโครงการโดยการนำสิ่งที่ต้องการของกลุ่มผู้บริโภคจัดให้ครบทุกพื้นที่ โดย สัดส่วนห้องชุด 25 – 35 ตารางเมตร สวน สระว่ายน้ำ ฟิตเนส มีขนาดใหญ่ขึ้น มีพื้นที่จอดรถที่มากขึ้น การตกแต่งในห้องพักและตัวโครงการให้พิจารณาเป็นแบบมินิมอลสไตล์ การจัดภายในห้องชุดนอกจากพื้นที่ใช้สอยที่ครบครันแล้ว ควรมีการออกแบบห้องครัวให้มีลักษณะใช้งานจริงได้แบบบ้านพัก เพิ่มห้องเก็บของให้มีสัดส่วนที่เพียงพอ

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

(1) ควรศึกษาโดยเปลี่ยนรูปแบบวิธีการวิจัยจากเชิงปริมาณที่เก็บแบบสอบถามเฉพาะกลุ่มประชากรเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) เป็นเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์จากกลุ่มประชากรเจนเอเรชั่นวาย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความละเอียดและได้ข้อมูลในเชิงลึก

(2) ควรเปลี่ยนกลุ่มประชากรในการศึกษาเป็น กลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) เพื่อเปรียบเทียบแนวคิดการตัดสินใจซื้ออาคารชุดระหว่างกลุ่มเจนเอเรชั่นทั้ง 2 กลุ่ม

รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

- กรมที่ดิน และฝ่ายวิชาการ คอลลิเออร์ส อินเตอเนชั่นแนล ประเทศไทย. (2556). รายงานการตลาด
คอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร ณ ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2556.
- รองศาสตราจารย์ ดร.กัลยา วานิชย์บัญชา.(2553). หนังสือการวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหาร
และวิจัย. ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรสวัสดิ์ โชติวงศ์อริยะ และ กองกฤษณ์ โตชัยวัฒน์. (2556). เคมพ์การคัดเลือกผู้ออกแบบตึกต่าง
ภายใน โครงการอาคารชุดพักอาศัย: Build Environment Research Associates
Conference, BERAC 4, 2013 Faculty of Architecture and Planning, Thammasat
University, May 24, 2013.
- ศูนย์วิจัยธนาคารไทยพาณิชย์.(2557). เรื่องกลยุทธ์การมัดใจผู้บริโภค Gen Y. อ้างในสื่ออิเล็กทรอนิกส์
ประชาชาติธุรกิจออนไลน์.

วิทยานิพนธ์

- ณัฐวุฒิ ศรีกตัญญู. (2540). รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการ
เปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของ เจเนอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร,
วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชา
การโฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์.
- เกียรติสุดา ศรีสุข. (2546). เอกสารประกอบการบรรยายกระบวนวิชา 055400 เรื่องการวัดและ
ประเมินผลทางการศึกษา. เชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะศึกษาศาสตร์.
- วิษณุ โหมจุมจิง. (2556). แนวทางพัฒนาอาคารชุดพักอาศัยสำหรับผู้ประกอบอาชีพอิสระเพื่อ
การศึกษาแนวทางในการพัฒนาอาคารชุดพักอาศัยของผู้ประกอบอาชีพอิสระที่มี
รายได้น้อย. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, สาขาวิชานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์.
- เมธาวิ กนกวงศ์. (2556). แนวความคิดในการจัดทำโครงการพัฒนาที่อยู่อาศัยรวม แบบผสมในพื้นที่ที่
ได้รับแรงจูงใจในการพัฒนาจากผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556 กรณีศึกษาเขตบาง
พลัด.วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการ
ผังเมือง, สาขาวิชานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์.

สุदारัตน์ รักบำรุง และ ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะบริหารธุรกิจ.

สิริวิชัย คำกลิน และกมลคุณท์ โตชัยวัฒน์ (2557). *กระบวนการตัดสินใจเพื่อเลือกรูปแบบและปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์*. การค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, สาขาวิศวกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์.

อภิวัฒน์ รัตนวรราชะ. (2549). *แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐาน. โครงสร้างพื้นฐานกับการพัฒนาระบบนวัตกรรม*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะสถาปัตยกรรม.

อลงกรณ์ จำฟู (2554). *การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยการเลือกอาคารชุดเป็นบ้านหลังที่สอง*. วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์, ภาควิชาการเคหะ, สาขาวิชาการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

A global generational study 2013 ของ PWC (ไพร์ซวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส) อังโน กรุงเทพธุรกิจ หัวข้อข่าว เจนเนอเรชั่นวาย โจทย์ใหญ่แห่งยุคสืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2558 จาก www.bangkokbiznews.com.

จากการจัดทำเนื้อหาองค์ความรู้ SMEs ภายใต้งานพัฒนาศูนย์ข้อมูล SMEs Knowledge Center (2556) สืบค้นเมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2557 จาก www.smeservicecenter.net.

ซีเทรนด์ที่พักอาศัยแนวสูงยังฮอต ปี'55 ยอดขายสูงสุดในรอบ 8 ปี จากการสำรวจของ พลัสพร็อพเพอร์ตี้ อนุกุล รัฐพิทักษ์สันติ (2554) สืบค้นเมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2557 จาก www.ThinkOfLiving.com.

ซีบีอาร์อี (2557) Bangkok Overall MarketView Q3 2015 สืบค้นเมื่อ 22 12 2558 จาก www.cbre.co.th.

ทิงค์ออฟลิฟวิ่ง Think of living. (2556). *ประเภท Segment ของคอนโดมิเนียมกับการรีวิวจาะลึก* สืบค้นเมื่อวันที่ 24 กันยายน 2558 จาก www.ThinkOfLiving.com.

ทิงค์ออฟลิฟวิ่ง Think of living. บ้านของคนแต่ละ Gen (2556) สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2558 จาก www.ThinkOfLiving.com.

บทความทางธุรกิจ. (2558). *เจนเนอเรชั่นวาย ทำไม่น่าสนใจ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 กันยายน 2558 จาก www.bizexcenter.com.

บริษัท เอเจนซี ฟอเรียลเอสเตทแอฟแฟรส จำกัด. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 กันยายน 2558 จาก
www.area.co.th

วารสารประกอบการบริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์, (2557) สืบค้นเมื่อวันที่ 24 กันยายน 2558 จาก
www.ananda.co.th.

วรรณกรรมเรื่องวัฒนธรรมและชีวิตในเมืองของนิลส์ แอนเดอร์สัน (Anderson 1971) ได้สืบค้นเมื่อ
วันที่ 24 กันยายน 2558 จาก www.dpt.go.th.

รัชฎา อีสานธิสกุลและอ้อยอุมา รุ่งเรือง.(2558).*เจนเนอร์เรชั่นวาย ทำไมน่าสนใจ*: สืบค้นเมื่อวันที่ 5
พฤศจิกายน 2558 จาก www.bizexcenter.com.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2550) ได้ทำการวิเคราะห์ด้วยเรื่อง คอนโดมิเนียมปี 2551: ความสมดุลระหว่าง
อุปสงค์และอุปทานภายใต้ความเสี่ยงที่ไม่ควรมองข้าม สืบค้นเมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2557
จาก www.kasikornresearch.com.

(อรุณ ศิริงานุสรณ์, 2552) การออกแบบและการจัดการลักษณะทางกายภาพอาคารชุดสืบค้นเมื่อ
วันที่ 27 มีนาคม 2557 จาก digi.library.tu.ac.th

Books and Book Articles

Peamsook SANIT, Fumihiko NAKAMURA, Shinji TANAKA, Rui WANG. (2013).*Location and Mode Choice Decision Mechanism Analysis of Multi-Worker Household in Bangkok, Thailand*, Proceedings of the Eastern Asia Society for Transportation Studies, Vol.9, 2013.

Sirikolkarn, P. (2008). The Effect of Mass Transit Systems on Price of Condominium in Bangkok. Undergraduate Honor Thesis, Department of Economics University of California Berkeley.

Weisbrod, G., Ben-Akiva, M. and Lerman, S. (1980). Tradeoffs in residential location decisions: Transportation versus other factors. Transportation Policy and Decision-Making, Vol.1, No.1. pp. 13-26.

Electronic Media

REIC, (2009), Summary of Thailand Real Estate Condition, Real Estate Information Center, Thailand, http://www.reic.or.th/SummaryRealEstate/SummaryRealEstate_index.asp,

อ้างอิงใน Khumpaisal, S. (2011) ANALYTIC APPROACH TO RISK ASSESSMENT IN THAILAND'S REAL ESTATE DEVELOPMENT INDUSTRY, PhD. Thesis, Liverpool John Moores University, Liverpool, U.





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์

วิทยานิพนธ์เรื่อง

“การศึกษารูปแบบอาคารชุดพักอาศัยทางด้านกายภาพเพื่อตอบสนอง
คนเจนเอเรชั่นวัยที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร”



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

อาคารคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120
โทรศัพท์ 0-2986-9434, 0-2986-9605-6 โทรสาร 0-2986-6067 <http://www.arch.tu.ac.th> e-mail: info@arch.tu.ac.th

ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์

วิทยานิพนธ์เรื่อง “การศึกษารูปแบบอาคารชุดพักอาศัยทางด้านกายภาพเพื่อตอบสนอง
คนเจนเอเรชั่นวัยที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร”

คำชี้แจงในการให้สัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์นี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลด้านความคิดเห็น เกี่ยวกับ
แนวคิดและประสบการณ์การออกแบบ สำหรับอาคารชุดพักอาศัยเพื่อตอบสนองคนเจนเอเรชั่นวัยที่
ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร โดยจะสัมภาษณ์ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

ตำแหน่ง.....

บริษัท

ลักษณะงานของบริษัท.....

ประสบการณ์ด้านการออกแบบอาคารชุดพักอาศัยเป็นเวลา.....ปี/จำนวน.....โครงการ

หน้าที่รับผิดชอบ.....

เคยมีโอกาสดูแบบคอนโดมิเนียม ที่มีกลุ่มเป้าหมายอยู่ในกลุ่มเจนเอเรชั่นวัยใหม่.....

ทำการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ วันที่.....

ส่วนที่ 2 ขั้นตอนการเตรียมข้อมูลก่อนการออกแบบ

2.1 ท่านมีความคิดเห็นหรือเข้าใจว่า กลุ่มคนเจเนอเรชันวาย คือ กลุ่มคนประเภทไหน มีลักษณะพฤติกรรมและคุณสมบัติอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

2.2 ข้อมูลที่จำเป็นและต้องการค้นคว้า ก่อนการตัดสินใจออกแบบโครงการเกี่ยวกับเจเนอเรชันวาย ได้แก่อะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

2.3 ท่านมีความคิดเห็นต่อ เรื่องทำเลที่ตั้งโครงการนั้น มีความสำคัญต่อรูปแบบโครงการและการตัดสินใจเลือกของกลุ่มเจเนอเรชันวายหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

2.4 ลำดับความสำคัญของข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจต่อการออกแบบรูปแบบโครงการให้ตอบสนอง
กลุ่มเจเนอเรชันวาย

.....

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 3 ขั้นตอนการพัฒนาการออกแบบ

3.1 ปัจจัยและข้อมูลสำคัญที่นำมาใช้เป็นเหตุผลในการตัดสินใจเลือกรูปแบบการออกแบบโครงการให้
ตอบสนองคนเจเนอเรชันวาย คือ

.....

.....

.....

.....

.....

3.2 ลักษณะห้องชุดที่ตอบสนองคนเจเนอเรชันวายต้องประกอบไปด้วยอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

3.3 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ (Facility) ที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะสำหรับกลุ่มเจเนอเรชั่น วาย นอกเหนือจาก สระว่ายน้ำ ฟิตเนส สวน ในประสบการณ์ของท่าน ท่านคิดว่าควรมีสิ่งใดเพิ่มเติม เข้าไปอีกบ้าง เพราะอะไร

.....

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 4 อุปสรรคและผลของการออกแบบ

4.1 อุปสรรคของการออกแบบเพื่อคนกลุ่มนี้มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

4.2 จากประสบการณ์ ผลของการออกแบบที่ประสบผลสำเร็จและไม่สำเร็จมีอะไรบ้าง ยกตัวอย่าง เช่น โครงการอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 5 แนวทางการออกแบบในอนาคต

5.1 สิ่งที่คุณควรมีการศึกษาและพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อการออกแบบโครงการอาคารชุดพักอาศัย ที่ตอบสนองกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในอนาคต มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้วิจัยรับรองว่าจะใช้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เพื่อการศึกษาเท่านั้น และขอขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้รับจะเป็นประโยชน์แก่วงการวิชาการต่อไป

นางสาวอริสรา แก่นเพชร

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

081-995 3099

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

วิทยานิพนธ์เรื่อง

“การศึกษารูปแบบอาคารชุดพักอาศัยทางด้านกายภาพเพื่อตอบสนอง
คนเจนเอเรชั่นวัยที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร”



THAMMASAT
DESIGN SCHOOL

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

อาคารคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120
โทรศัพท์ 0-2986-9434, 0-2986-9605-6 โทรสาร 0-2986-6067 <http://www.arch.tu.ac.th> e-mail: info@arch.tu.ac.th

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

วิทยานิพนธ์เรื่อง “การศึกษารูปแบบอาคารชุดพักอาศัยทางด้านกายภาพเพื่อตอบสนอง คนเจนเอเรชั่นวัยที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร”

คำชี้แจงในการสอบถาม

แบบสอบถามนี้ จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ได้มาซึ่ง แนวทางการพัฒนาอาคารชุดพักอาศัย เพื่อตอบสนองคนเจนเอเรชั่นวัยที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในการเปลี่ยนที่อยู่อาศัย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในการเลือกที่อยู่อาศัย

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด

ขอขอบพระคุณที่สละเวลาให้ข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้

นางสาวอริสรา แก่นเพชร

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชานวัตกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ศูนย์รังสิต

โทรศัพท์ 081-995 3099 email: arisara_arch@hotmail.com

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง

โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านหรือใกล้เคียงมากที่สุด เลือกเพียง 1 คำตอบ

1.1 เพศ

 ชาย

 หญิง

1.2 สถานภาพ

 โสด

 สมรส

 หย่า

1.3 อายุ

 น้อยกว่า 19 ปี

 19-24 ปี

 25-30 ปี

 31-35 ปี

 มากกว่า 35 ปี

1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน

 ยังไม่มีรายได้

 น้อยกว่า 12,000 บาท

 12,001 - 19,000 บาท

 19,001 - 40,000 บาท

 40,001 - 70,000 บาท

 มากกว่า 70,000 บาท

1.5 อาชีพหลักของท่าน

 พนักงานประจำ

 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

 ธุรกิจส่วนตัว

 นักศึกษา

 อื่น ๆ (ระบุ).....

1.6 ย่าน/เขต สถานที่ประกอบอาชีพหรือสถานที่ศึกษาของท่าน

 สาทร

 สีลม

 สยาม

 อโศก

 ชิดลม

 เพลินจิต

 อื่น ๆ (ระบุ).....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในการเปลี่ยนที่อยู่อาศัย

คำชี้แจง

โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับความต้องการของท่านหรือใกล้เคียงมากที่สุด เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

2.1 ถ้าท่านต้องการเปลี่ยนที่อยู่อาศัย เหตุผลเพราะอะไร

- | | |
|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ย้ายที่ทำงาน | <input type="checkbox"/> ขยายครอบครัว |
| <input type="checkbox"/> เรียนจบ | <input type="checkbox"/> สมรส |
| <input type="checkbox"/> ใกล้สถานศึกษา/สถานที่ทำงาน | |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... | |

2.2 ถ้าท่านต้องประกอบอาชีพ/ธุรกิจ/ศึกษา ในย่านธุรกิจกรุงเทพมหานคร (CBD) ท่านจะเลือกที่อยู่อาศัยประเภทใดที่ท่านคิดว่าเหมาะสมกับท่าน

- | | |
|---|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> คอนโดมิเนียม | <input type="checkbox"/> บ้านเดี่ยว |
| <input type="checkbox"/> ทาวน์เฮ้าส์ | |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... | |

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดในการเลือกที่อยู่อาศัย

คำชี้แจง

โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับความต้องการของท่านหรือใกล้เคียงมากที่สุด เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

3.1 ทำเลที่ตั้งโครงการ

- | | |
|---|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> มีระบบขนส่งรางผ่าน | <input type="checkbox"/> ติดถนนใหญ่ |
| <input type="checkbox"/> อยู่ในแหล่งชุมชน | <input type="checkbox"/> ติดแม่น้ำ |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... | |

3.2 รูปแบบการเดินทางที่จำเป็นในการใช้ชีวิต

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ระบบขนส่งราง | <input type="checkbox"/> รถยนต์ส่วนตัว |
| <input type="checkbox"/> รถประจำทาง | <input type="checkbox"/> เรือ |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... | |

3.3 สถานที่อำนวยความสะดวกใกล้โครงการ

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ห้างสรรพสินค้า/ศูนย์การค้า | <input type="checkbox"/> สถานที่ราชการ โรงพยาบาล/สถานีตำรวจ |
| <input type="checkbox"/> แหล่งงานเพื่อประกอบอาชีพ | <input type="checkbox"/> สถานศึกษา |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... | |

3.4 รูปแบบโครงการที่ต้องการ

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> โครงการอาคารชุดพักอาศัยแบบผสม | <input type="checkbox"/> โครงการอาคารชุดพักอาศัยอย่างเดียว |
| <input type="checkbox"/> โครงการอาคารชุดพักอาศัยประหยัดพลังงาน | |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... | |

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวความคิดต่อความต้องการในด้านกายภาพเกี่ยวกับห้องชุด คำชี้แจง

โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับความต้องการของท่านหรือใกล้เคียงมากที่สุด เลือกเพียง 1 คำตอบ

4.1 ระดับราคาห้องชุดที่รับได้

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 1,000,000 บาท | <input type="checkbox"/> 1,000,001-3,000,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3,000,001-5,000,000 บาท | <input type="checkbox"/> 5,000,001-7,000,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 7,000,001-9,000,000 บาท | <input type="checkbox"/> 9,000,000 บาท ขึ้นไป |

4.2 ขนาดห้องชุดที่ท่านต้องการ

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 20-25 ตารางเมตร | <input type="checkbox"/> 26-30 ตารางเมตร |
| <input type="checkbox"/> 31-35 ตารางเมตร | <input type="checkbox"/> 36-40 ตารางเมตร |
| <input type="checkbox"/> 41-45 ตารางเมตร | <input type="checkbox"/> 45 ตารางเมตร ขึ้นไป |

4.3 ลักษณะห้องชุดที่ท่านต้องการ

- | | |
|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> สตูดิโอ | <input type="checkbox"/> 1 ห้องนอน |
| <input type="checkbox"/> 2 ห้องนอน | <input type="checkbox"/> 3 ห้องนอน |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 3 ห้องนอน | |

4.4 ลักษณะห้องครัวภายในห้องชุดที่ท่านต้องการ

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ครัวแบบเปิด ประกอบอาหารหนักไม่ได้ | <input type="checkbox"/> ครัวแบบปิด ประกอบอาหารหนักได้ |
| <input type="checkbox"/> ครัวแบบปรับให้เปิดปิดได้ตามความต้องการ | |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... | |

4.5 การออกแบบห้องชุด สิ่งใดที่ท่านให้ความสำคัญมากที่สุด

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> วัสดุกรุพื้น/ผนัง/ฝ้า/สุขภัณฑ์ | <input type="checkbox"/> การถ่ายเทอากาศ/แสงธรรมชาติ |
| <input type="checkbox"/> รูปแบบการออกแบบตกแต่ง | <input type="checkbox"/> การแบ่งสัดส่วนพื้นที่ใช้สอยในห้องชุด |

4.5 การออกแบบพื้นที่ใช้สอยพิเศษในห้องชุด สิ่งใดที่ท่านอยากให้มี

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> พื้นที่เก็บรองเท้า/ร่ม | <input type="checkbox"/> ห้องแต่งตัว (walk in closet) |
| <input type="checkbox"/> พื้นที่หรือห้องเก็บของ | <input type="checkbox"/> ระเบียงพักผ่อน |

4.7 ลักษณะการตกแต่งภายในห้องชุดที่ต้องการ

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ห้องชุดแบบตกแต่งภายในครบชุดจากโครงการ | <input type="checkbox"/> ห้องชุดแบบห้องโล่งเพื่อตกแต่งด้วยตัวเอง |
|--|--|

4.8 สาธารณูปโภคส่วนกลางที่ท่านต้องการและใช้บ่อยมากที่สุดในโครงการ

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> สวนสาธารณะ | <input type="checkbox"/> ที่จอดรถจักรยาน |
| <input type="checkbox"/> ฟิตเนส | <input type="checkbox"/> สระว่ายน้ำ |
| <input type="checkbox"/> ห้องซาวหน้า | |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... | |

4.9 สิ่งอำนวยความสะดวกที่อยากให้มีในโครงการ

- | | |
|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ร้านอาหาร | <input type="checkbox"/> ร้านซักรีด |
| <input type="checkbox"/> ร้านกาแฟ | <input type="checkbox"/> ร้านเสริมสวย |
| <input type="checkbox"/> ร้านสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง | |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... | |

ภาคผนวก ค

ตารางตัวอย่างของ Taro Yamane



ภาคผนวก ค

ตารางแสดงตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ขนาดประชากร	ขนาดตัวอย่างความคลาดเคลื่อน			
	± 3%	± 5%	± 7%	± 10%
500	a	222	145%	83%
600	a	240	152	86
700	a	255	158	88
800	a	267	163	89
900	a	277	166	90
1000	a	286	169	91
2000	714	333	185	95
3000	811	353	191	97
4000	870	364	194	98
5000	909	370	196	98
6000	938	375	197	98
7000	959	378	198	99
8000	976	381	199	99
9000	989	383	200	99
10000	1000	385	200	99
15000	1034	390	201	99
20000	1053	392	204	100
25000	1064	394	204	100
50000	1087	397	204	100
100000	1099	398	204	100
>100000	1111	400	204	100

a = Assumption of normal population is poor (Yamane, 1967) The entire population should be sampled.

หมายเหตุ. จาก Yamane (1967).



ภาคผนวก ง

บทความวิชาการ การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2559
เรื่อง “การศึกษารูปแบบอาคารทางด้านกายภาพ และพื้นที่ใช้สอยภายในโครงการของ
ชุดพักอาศัยเพื่อตอบสนองคน “เจนเนอเรชั่นวาย” ที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของ
กรุงเทพมหานคร จากมุมมองประสบการณ์ของผู้ออกแบบ”

ภาคผนวก ง

บทความวิชาการ การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2559
เรื่อง “การศึกษารูปแบบอาคารทางด้านกายภาพ และพื้นที่ใช้สอยภายในโครงการ
ของชุดพักอาศัยเพื่อตอบสนองคน “เจนเนอเรชั่นวาย” ที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจ
ของกรุงเทพมหานคร จากมุมมองประสบการณ์ของผู้ออกแบบ”

การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2559 (RSU National Research Conference 2016)

วันที่ 29 เมษายน 2559

การศึกษารูปแบบอาคารทางด้านกายภาพ และพื้นที่ใช้สอยภายในโครงการของชุดพักอาศัย
เพื่อตอบสนองคน “เจนเนอเรชั่นวาย” ที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร
จากมุมมองประสบการณ์ของผู้ออกแบบ

An Examination of Condominiums Physical Elements and Function to Respond
the Lifestyles of Generation Y in Bangkok Central Business District:
The Experienced Designers' Perspectives

อริสรา แก่นเพชร^{1*} และ ดำรงศักดิ์ รินชุมภู²

Arisara Kaenpech^{1*} and Damrongsak Rinehumpu²

¹นักศึกษาริทยูนิโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมพัฒนามอสังหาริมทรัพย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120

²อาจารย์ประจำหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมพัฒนามอสังหาริมทรัพย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผัง
เมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120

¹Graduate student in Master of Science (Innovative Real Estate Development) of Architecture and planning Faculty,
Thammasat University, Rangsit Campus, Pathumthani 12120

²Lecturer in Master of Science (Innovative Real Estate Development) of Architecture and planning Faculty,
Thammasat University, Rangsit Campus, Pathumthani 12120

Thammasat University, Rangsit Campus, Pathumthani 12120

*Corresponding author, E mail: arisara_arch@hotmail.com

บทคัดย่อ

ปัจจุบันกรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางรายได้และอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ของประเทศไทย โดยเฉพาะในเขตศูนย์กลางธุรกิจ Central Business District (CBD) เช่น สีลม สาทร เพลินจิต จิตลม อโศก สุขุมวิท เป็นต้น มีระบบขนส่งมวลชนที่สะดวกสบายเชื่อมจากศูนย์กลางธุรกิจไปถึงย่านต่าง ๆ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบทางด้านกายภาพและพื้นที่ใช้สอยภายในโครงการอาคารชุดพักอาศัย ที่ตอบสนองต่อความพึงพอใจกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ที่เกิดในช่วงปี 2523-2538 (ค.ศ. 1980 – 1995) มีอายุอยู่ในช่วงอายุ 19 – 35 ปี เป็นประชากรหรือ “คนกลุ่มใหญ่” ที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร พฤติกรรมของเจนเนอเรชั่นวายในเมืองไทยเป็ครีบสื่อมากขึ้น ชอบเล่นกีฬา ออกกำลังกายที่ ทรานความสำคัญของสิ่งแวดล้อมและสุขภาพดี ให้สื่อค้าสำคัญกีฬาและฮีส ซึ่งตรงตามค่านิยมทางการตลาด คือ ชอบฟังเพลง ตามแฟชั่นใช้สื่อค้าจากต่างประเทศ ต้องการสิทธิเสรีภาพและการยอมรับจากสังคม เล่นเกมคอมพิวเตอร์เป็นงานอดิเรก และใช้โทรศัพท์มือถือในชีวิตประจำวัน ชอบสินค้าที่มีการออกแบบเฉพาะ ซึ่งคนกลุ่มนี้เริ่มเข้าสู่การทำงานมีรายได้ของตนเองและมีความสามารถในการผ่อน

ชำระอสังหาริมทรัพย์ได้ จัดเป็นลูกค้ำกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่นักการตลาดให้ความสำคัญกับวิถีชีวิต และพฤติกรรมด้านการรับสื่อของคนกลุ่มนี้ เพื่อใช้พัฒนาสินค้าและบริการเฉพาะกลุ่ม

โดยการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้มีประสบการณ์ด้านออกแบบโครงการอาคารชุดพักอาศัยสำหรับกลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชันวาย เพื่อให้ได้แนวทางและรูปแบบในการพัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่ตอบสนองต่อความพึงพอใจของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าประชากรกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ที่ใช้ชีวิตในช่วงศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานคร ต้องการที่พักอาศัยพื้นที่ใช้สอยเล็กลง แต่มีรูปแบบการออกแบบที่ทันสมัย ใกล้เคียงงานและสะดวกในการเดินทาง เพื่อประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย โดยมีปัจจัยด้านรูปแบบการเดินทางเป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจ ดังนั้นรูปแบบการพักอาศัยในห้องชุดหรืออาคารชุดพักอาศัยที่มีทั้งเคเบิลทีวี (BTS) รถไฟฟ้าใต้ดิน (MRTA) จึงสามารถตอบสนองความต้องการต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตและกำลังก่อนชำระของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวายได้ในยุคปัจจุบัน

คำสำคัญ: อาคารชุดพักอาศัย, เจเนอเรชันวาย, ศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร, ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ

Abstract

Bangkok is a heartland of Thailand business sector, particularly in the Central Business District (CBD) of Bangkok, for example Silom, Sathorn, Ploenchit, Chitlom, Asoke and Sukhumvit. These areas are facilitated by the high quality mass transit and transportation system. This paper aims to examine the physical attributions and usable areas of condominiums in order to respond to the "Y" Generation. In this regard, Generation Y means the people who born between 1980 – 1995 (age of 19-35 years), which are the large portion of people living in the Bangkok's CBD who are continuously working and gather their own incomes, as well as enable to pay for their household expense included purchasing their residents. According to our literature reviews, it is found that Thai Gen Y are mostly open wide to the new media, they like playing sports, future achievements, concern on the environmental change and narcotics; they prefer casual sport-wears, denims, thus these lifestyles are in accordance with the marketing definitions that Gen Y prefer imported clothes and require the liberation in speech as well as social recognitions. Their hobbies are computer games and internet surfing, daily usage of smartphones, and prefer unique design products.

Generation Y is becoming the new marketing segment that the marketers focus on their life styles, media consumption behavior, in order to develop the housing products that conform to the Generation Y requirements. The main methodology was qualitative method by the interviewing the key informants. The solid experiences designers in residential condominiums design for Generation Y were recruited in the study, expecting the information to form up the Generation Y condominium development guideline.

The results show that Generation Y living in Bangkok CBD require the smaller residential area, but indeed need the modern style. Their residents must locate nearby the working places, as well as convenient transportation,

as the transportation is a key decision making criteria towards their residents. It is concluded that the Generation Y condominiums shall be located alongside the Bangkok Transit System (BTS) or Mass Rapid Transit (MRT) in order to respond to their lifestyles and their residential installments.

Keywords: Condominium, Generation Y, Bangkok Central Business District (CBD), Bangkok Mass Transit

1. บทนำ

การลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทอาคารชุดพักอาศัยกำลังเป็นที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน รูปแบบการเลือกที่พักอาศัยของประชาชนในกรุงเทพมหานครมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยที่ประชากรผู้มีระดับรายได้ปานกลางถึงสูง ได้เลือกที่จะพักอาศัยในย่านกรุงเทพมหานครชั้นในหรือศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร (CBD) เนื่องจากมีโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยจำนวนมาก ที่พัฒนาโครงการตามแนวระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน แต่ยังคงพบว่าประชากรผู้มีระดับรายได้น้อยเลือกที่จะพักอาศัยในย่านที่ที่ดินราคาสูงในกรุงเทพมหานครเช่นกัน เนื่องจากต้องการลดค่าใช้จ่ายและเวลาในการเดินทางไปยังแหล่งงาน (Lermanet al, 1980) และ (Sirikolkam P, 2008)

สอดคล้องกับประชากรที่มีกำลังซื้อ ที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดพักอาศัย อยู่ในวัยทำงาน ซึ่งหมายถึงกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย เป็นกลุ่มใหญ่นี้อายุเฉลี่ยประมาณ 19 - 35 ปี หรือเกิดในช่วงปี 2523 - 2538 (ค.ศ. 1980 - 1995) โดยพฤติกรรมของเจนเนอเรชันวายในเมืองไทย เจนเนอเรชันวายเป็นกลุ่มที่เกิดรับสื่อมากขึ้น ให้ความสำคัญของสิ่งแวดล้อมและสุขภาพดี ตามแฟชั่น ต้องการสิทธิเสรีภาพและการยอมรับจากสังคม เล่นเกมคอมพิวเตอร์เป็นงานอดิเรก และใช้โทรศัพท์มือถือในชีวิตประจำวัน ชอบสินค้าที่มีการออกแบบเฉพาะ เริ่มมีความสามารถในการผ่อนชำระอสังหาริมทรัพย์ได้ จัดเป็นลูกค้ายุคใหม่ที่มีการตลาดให้ความสนใจกับวิถีชีวิตและพฤติกรรม เพื่อใช้พัฒนาสินค้าและบริการ

เฉพาะกลุ่ม ประชากรกลุ่มเจนเนอเรชันวายที่ทำงานในเขตศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานคร ต้องการพักอาศัยพื้นที่ใช้สอยเล็กกลางใกล้แหล่งงานและสะดวกในการเดินทางเพื่อประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย เนื่องจากรูปแบบการพักอาศัยในห้องชุดหรืออาคารชุดพักอาศัยสามารถตอบสนองความต้องการต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตและกำลังผ่อนชำระของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวายได้ในยุคปัจจุบัน (วิรัชพงษ์ ชุตติภรณ์ 2556)

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย มิได้หมายถึง การบริการหรือราคาเพียงอย่างเดียว แต่อาจต้องตระหนักถึง รูปแบบทางกายภาพอาคาร, การออกแบบสถาปัตยกรรม, ทำเลที่ตั้ง, ความคล่องตัวในการเดินทางที่ต้องมีความสอดคล้องกับการใช้ชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย ซึ่งมีทัศนคติและรูปแบบความพึงพอใจที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้ จึงมุ่งศึกษาความพึงพอใจในการเลือกที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดด้านการออกแบบกายภาพ ภายใน โครงการ เช่น รูปแบบห้องชุดลักษณะพื้นที่ส่วนกลาง ของกลุ่มเจนเนอเรชันวายที่ประกอบอาชีพหรือศึกษาในย่านศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร เนื่องจาก ย่านศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้แก่บริเวณ เขตสีลม สาทร เพลินจิต ชิดลม อโศก เป็นย่านที่มีการดำเนินธุรกิจและการขับเคลื่อนพลวัตอย่างเข้มข้น และยังคงมีการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยเพื่อรองรับประชากร ที่ต้องทำงาน ใน ศูนย์กลางธุรกิจ กรุงเทพมหานครอย่างต่อเนื่อง แต่ด้วยเหตุที่ราคาที่ดินในบริเวณดังกล่าวนี้มีราคาสูงขึ้น ทำให้การพัฒนา

อสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยมีข้อจำกัด การวิจัยนี้จึงได้ศึกษารูปแบบทางกายภาพอาคารชุดพักอาศัยตามแนวเส้นทางคมนาคม ที่ประชิดและสะดวกสบายในการเดินทางเพื่อกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ที่ต้องการเดินทางเข้ามาใช้ชีวิตในย่านศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานครพึงพอใจและเป็นแนวทางในการพัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัยเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวให้มีประสิทธิภาพในการลงทุนมากขึ้น

โดยการวิจัยครั้งนี้จะเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลเชิงลึกจากการสัมภาษณ์ผู้ออกแบบที่มีประสบการณ์ในการออกแบบสถาปัตยกรรมประเภทอาคารชุดพักอาศัยของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย โดยเฉพาะเพื่อสะท้อนมุมมองของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวายต่อการเลือกที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุด ที่มีอายุในช่วงระหว่าง 19-35 ปี ซึ่งประกอบอาชีพหรือศึกษาในเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร

2. วัตถุประสงค์

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษารูปแบบในการออกแบบพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุดและลักษณะของพื้นที่ใช้สอยส่วนกลาง ของโครงการอาคารชุดพักอาศัยเพื่อตอบสนองคนเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ที่ประกอบอาชีพหรือศึกษาอยู่ในเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร Central Business District (CBD) จากมุมมองของผู้ออกแบบที่มีประสบการณ์

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (qualitative approach) โดยการทบทวนวรรณกรรมประกอบการวิเคราะห์เนื้อหาและทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ออกแบบอาคารชุดพักอาศัยที่มีประสบการณ์การออกแบบอาคารชุดสำหรับกลุ่มคน

เจนเนอเรชันวาย จำนวน 4 ท่าน โดยมีขอบเขตในการค้นคว้าวิจัย ดังนี้

3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ทำการศึกษา

ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกอาคารชุดพักอาศัยของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ที่ใช้ชีวิตในเขตศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้กำหนดขอบเขตด้านพื้นที่การศึกษา 1 คือ เขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร ดังนี้ เขตสาทร สีลม เพลินจิต รัชดาภิเษก ซึ่งเป็นเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร (Central Business District CBD) ตั้งอยู่ในเขตสาทร ปทุมวัน และวัฒนาตามลำดับ ซึ่งพื้นที่ดังกล่าวประกอบไปด้วย โครงการอสังหาริมทรัพย์มากมายหลายภาคส่วน ทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น อาคารสำนักงาน ห้างร้านสรรพสินค้าและยังมีระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่รองรับ

3.2 ขอบเขตของผู้ให้ข้อมูล

ทำการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีประสบการณ์ด้านการออกแบบอาคารชุดพักอาศัยเพื่อกลุ่มคนเจนเนอเรชันวาย จำนวน 4 ท่าน โดยข้อมูลคุณลักษณะผู้ให้สัมภาษณ์ มีประสบการณ์ด้านการออกแบบเป็นระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 10 ปี ดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารระดับสูง ในบริษัทขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียงในประเทศไทยไม่ต่ำกว่า 10 ปี ซึ่งมีอำนาจต่อรองและนำเสนอรูปแบบการออกแบบต่อผู้มีอำนาจการตัดสินใจ

3.3 ขอบเขตเนื้อหาการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความความเห็นของผู้ที่มีประสบการณ์ในการออกแบบโครงการเพื่อตอบสนองกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ซึ่งเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพเพื่อสะท้อนความเห็นของผู้ที่เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ต่อแนวคิดและรูปแบบการออกแบบภายในห้องชุดและลักษณะพื้นที่

ใช้สอยของส่วนกลาง เพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมาย ตามวัตถุประสงค์ของโครงการอาคารชุดพักอาศัย

3.4 ขอบเขตด้านเครื่องมือการวิจัย

โดยใช้การสร้างตารางและวิเคราะห์เปรียบเทียบ และสรุปประเด็นจากการให้สัมภาษณ์ผู้ออกแบบอาคารชุดพักอาศัยที่มีประสบการณ์การออกแบบอาคารชุดสำหรับกลุ่มคนเจนเนอเรชันวาย จำนวน 4 ท่าน

3.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปกรอบแนวคิดการวิจัย ได้ดังนี้

ตัวแปรต้น

ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อแนวคิดในการเลือกที่อยู่อาศัยของกลุ่มคนเจนเนอเรชันวายที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานคร

ที่ตั้งที่ตั้ง

รูปแบบการเดินทาง

ระดับราคาโครงการ

สถานที่อำนวยความสะดวกและพักผ่อนหย่อนใจรอบ ๆ โครงการ

แนวคิดด้านความพึงพอใจด้านกายภาพ

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ (Facility)

รูปแบบการออกแบบอาคารและห้องชุด

ขนาดพื้นที่ของห้องชุด

ตัวแปรตาม

เพื่อทราบถึงรูปแบบการออกแบบที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดพักอาศัยที่ตอบสนองกลุ่มคนเจนเนอเรชันวาย

รูปที่ 1 กรอบการวิจัย

ตัวแปรต้นคือ ปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายใน ของโครงการอาคารชุดพักอาศัย ซึ่งจะกำหนดตัวแปรตามคือ การตัดสินใจเลือกรูปแบบโครงการอาคารชุดพักอาศัยของกลุ่มคนเจนเนอเรชันวาย

จากการวิเคราะห์และจัดกลุ่ม ปัจจัยตัวแปรต้น จึงทำการเก็บ ข้อมูล จากการ สัมภาษณ์ ผู้มีประสบการณ์ด้านการออกแบบอาคารชุดพักอาศัยเพื่อกลุ่มคนเจนเนอเรชันวาย จำนวน 4 ท่าน โดยข้อมูลคุณลักษณะผู้ให้สัมภาษณ์ สามารถสรุปได้ในตาราง 2

ตารางที่ 2 คุณลักษณะผู้ให้สัมภาษณ์

คุณลักษณะของผู้ให้สัมภาษณ์	ผู้ให้สัมภาษณ์ 1	ผู้ให้สัมภาษณ์ 2	ผู้ให้สัมภาษณ์ 3	ผู้ให้สัมภาษณ์ 4
ตำแหน่ง	กรรมการผู้จัดการ	ผู้จัดการโครงการ	ผู้จัดการโครงการ	สถาปนิกอาวุโส
ลักษณะงานของบริษัท	สถาปนิก	สถาปนิก	สถาปนิก	สถาปนิก
ประสบการณ์ประกอบอาชีพ	25 ปี	19 ปี	12 ปี	10 ปี
โครงการอาคารชุดพักอาศัยที่ออกแบบ	> 40 โครงการ	42 โครงการ	4 โครงการ	20 โครงการ
อาคารชุดพักอาศัยที่ออกแบบ			มี GEN Y	
สำหรับคน GEN Y ที่ใช้	> 5 โครงการ	> 5 โครงการ	ผสม GEN อื่นในโครงการ	> 3 โครงการ
ออกแบบ / โครงการ	ออกแบบแนวคิด และวางแผนการตลาด	ออกแบบ / วางผัง และผู้จัดการโครงการ	ออกแบบสถาปัตย์กรรม	ออกแบบพัฒนาแบบ
เก็บข้อมูลเมื่อ	3 กพ 59	4 กพ 59	5 กพ 59	5 กพ 59

ภาพที่ 5 บทความการประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2559 แผ่นที่ 5.

4. ผลการวิจัย

จากการเก็บ ข้อมูล การสัมภาษณ์ ผู้มีประสบการณ์ด้านการออกแบบอาคารชุดพักอาศัยเพื่อกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของตารางที่ 3 หัวข้อเกณฑ์การเปรียบเทียบและวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์

กรุงเทพมหานคร จำนวน 4 ท่าน สามารถสรุปข้อมูลด้านการออกแบบอาคารชุดพักอาศัยเพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว สามารถสรุปผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบข้อมูล ได้ดังตารางที่ 3

ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อแนวคิดในการเลือกที่อยู่อาศัยของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร	ผู้ให้สัมภาษณ์ 1	ผู้ให้สัมภาษณ์ 2	ผู้ให้สัมภาษณ์ 3	ผู้ให้สัมภาษณ์ 4
ด้านการเลือกที่ตั้งโครงการและการเชื่อมโยงพื้นที่ภายนอก (site selection)	มีความสำคัญมากเป็นอันดับแรก	มีความสำคัญมากเป็นอันดับแรก	มีความสำคัญมากเป็นอันดับแรก เน้นการตั้งอยู่เป็นหลัก	ให้ความสำคัญรองลงมาจากการออกแบบและราคา
ด้านรูปแบบการออกแบบ รูปสัญลักษณ์ โครงการ	มีความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ รองจากราคา	ให้ความสำคัญรองลงมาจาก ทำเลและราคา	ให้ความสำคัญรองลงมาจากทำเล เพราะกลุ่มนี้ต้องการใช้ทรัพย์สินของตัวเอง	มีความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ รองจากราคา
ด้านระดับราคาและครุภัณฑ์หรือเฟอร์นิเจอร์โครงการ (segment)	มีความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ รองจากทำเลที่ตั้ง	มีความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ รองจากทำเลที่ตั้ง	ราคามีความสำคัญ รองจากทำเลและการออกแบบ เพราะเงินเนอเรชั่นวายให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ตัวเอง	มีความสำคัญรองลงมาจากทำเลที่ตั้งและการออกแบบที่เข้ากับคนเจนเนอเรชั่นวาย
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านการออกแบบสภาพภายในโครงการ	ผู้ให้สัมภาษณ์ 1	ผู้ให้สัมภาษณ์ 2	ผู้ให้สัมภาษณ์ 3	ผู้ให้สัมภาษณ์ 4
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ (Facility)	สวนกลางแจ้ง มีลู่วิ่ง/ลู่วิ่งจักรยาน	สถานที่นั่งดื่มกาแฟ/เล่นอินเทอร์เน็ต/Co Working space	สถานที่นั่งดื่มกาแฟ/ที่จอดรถจักรยาน พื้นที่จัด EVEN	จักรยาน/ลู่วิ่งกลางแจ้ง โยคะกลางแจ้ง
ด้านรูปแบบการออกแบบอาคารและห้องชุด	เรียบ/โล่ง (มินิมอล สไตล์)	มีเอกลักษณ์/ปรับเปลี่ยนได้	ปรับเปลี่ยนได้/กะทัดรัด เหลี่ยม เจียบ บาง	ทันสมัย นำแฟชั่นเข้ามา มีส่วนในการออกแบบ
ขนาดพื้นที่ของห้องชุด	ไม่เกิน 2 ห้องนอน ไม่เล็กกว่า 25 ตารางเมตร	ขนาด 1 ห้องนอนไม่เกิน 35 ตารางเมตร	ขนาด 1/2 ไม่เล็กกว่า 25 ตารางเมตร	ขนาด 1 ห้องนอนไม่เกิน 35 ตารางเมตร

5. การอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูล จากเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ผู้มีประสบการณ์ด้านการออกแบบอาคารชุดพักอาศัยพักอาศัยเพื่อกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย พบว่า

ด้านปัจจัย : ที่มีผลต่อแนวคิดในการเลือกที่อยู่อาศัยของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย ที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร ด้านการเลือกที่ตั้งโครงการและการเชื่อมโยงพื้นที่ภายนอก (site selection)

1. ทำเลที่เกาะแนวขนส่งระบบราง มีความสำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกซื้อของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย ที่ใช้ชีวิตในเมือง โดยผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวตรงกันว่า พิสูจน์ได้จากยอดขายห้องชุด จากประสบการณ์ออกแบบอาคารชุดเพื่อคนกลุ่มนี้

2. การออกแบบที่โดดเด่น และมีเอกลักษณ์พิเศษต่อโครงการนั้น กลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายจะให้ความสำคัญลงมา เนื่องจากคนกลุ่มนี้ต้องการใช้ความเป็นตัวเองออกสู่ภายนอก ให้ออกมารับว่าเป็นผู้ที่มีรสนิยมที่โดดเด่นและสังคมยอมรับ

3. ด้านราคายังคงมีความสำคัญแต่ไม่มากพอที่ผู้อุปโภคบริโภคกลุ่มนี้จะตัดสินใจเลือกซื้อ ถ้ารูปลักษณ์โครงการถูกออกแบบมานั้น ไม่มีความทันสมัยและไม่รองรับรูปแบบการใช้ชีวิต (life style) ของคนกลุ่มนี้

ด้านการออกแบบ : แนวคิดและความพึงพอใจด้านการออกแบบกายภาพภายในโครงการ

1. ขนาดห้องชุดมีขนาดกะทัดรัดไม่ใหญ่เกินไป แต่ต้องมีพื้นที่ใช้สอยครบครันและ สามารถปรับเปลี่ยนพื้นที่ใช้งานในห้องชุดได้ระหว่างวัน หรือตามความเหมาะสมกับความต้องการเพื่อตอบสนองกิจกรรมของคนกลุ่มนี้

2. การออกแบบ ต้องทันสมัยรูปแบบการออกแบบเรียบ ตกแต่งน้อยแต่ใช้ของดี มีน้อยชิ้นที่ผลิตหรือทำขึ้นมาเฉพาะ หรือที่เรียกว่า minimal style กะทัดรัด สื่อสารผ่านการออกแบบแบบไม่ซับซ้อน โดดเด่นมีเอกลักษณ์ ทันยุคไอที ผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์มีความคิดเห็นเรื่องเอกลักษณ์และพฤติกรรมกลุ่มคนเจนวายที่สอดคล้องกันว่า ประชากรกลุ่มนี้ โดมาพร้อมกับคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และยุคไอทีเป็นกลุ่มคนที่เป็นตัวของตัวเองสูง มีความกล้าแสดงออก ไม่ชอบอยู่ในกรอบ รักแฟชั่นและทุกสิ่งทุกอย่างต้องได้ ต้องผ่านการออกแบบ

3. พื้นที่ส่วนกลาง (facility) ต้องการพื้นที่เปิดโล่ง สามารถทำกิจกรรมส่วนตัวได้โดยที่บุคคลอื่นใช้พื้นที่เดียวกันได้ เช่นพื้นที่นั่งทำงานที่ไม่ใช่ในห้องสี่เหลี่ยม หรือในอาคารออฟฟิศ เช่น co-working space พื้นที่นั่งดื่มกาแฟ มีอินเทอร์เน็ตตลอดเวลา มีอุปกรณ์เชื่อมต่ออิเล็กทรอนิกส์ และสามารถใช้นั่งที่หรือสถานที่นั้น ๆ ได้ตลอดเวลา ไม่มีข้อแม้ทางด้านเวลาการเปิดปิดสถานที่ มาเป็นตัวบังคับการใช้งาน เพราะคนกลุ่มนี้มีความคิดที่ไม่ต้องการทำงานหรือใช้ชีวิตเข้าออกตามเวลาออฟฟิศ

6. บทสรุป

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งหมดสามารถสรุปได้ว่า เจนเนอเรชั่นวายหรือประชากรที่เกิดระหว่าง ค.ศ. ในช่วงปี 2523 - 2538 (ค.ศ. 1980 - 1995) มีอายุเฉลี่ยประมาณ 19 - 35 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ที่อยู่อาศัยของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย นิยมอยู่อาศัยอาคารชุด หรือคอนโดมิเนียมในเมือง ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกอาคารชุดพักอาศัยของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายที่ใช้ชีวิตในพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานครคือ ให้มีความสำคัญปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งสำหรับอาคารชุดพัก

อาศัยเป็นอันดับต้น ๆ เพราะการตัดสินใจซื้ออาคารชุดพักอาศัยนั้น ผู้เลือกซื้ออาคารชุดจะพิจารณาทำเลที่ตั้งที่มีความสะดวกในการเดินทางจากที่พักผู้แหล่งที่ทำงาน จึงเป็นตัวแปรสำคัญที่นำมาประกอบการจัดทำวิจัยนี้ และพิจารณาเพิ่มเติมได้ว่า ทำเลที่ตั้งของอาคารชุดพักอาศัยต้องสามารถเดินทางติดต่อกับสถานที่ต่างๆ สาธารณูปการ และระบบขนส่งมวลชนได้สะดวกรวดเร็ว นอกเหนือจากการคำนึงถึงเพียงอยู่ใกล้สถานที่แห่งงาน

ในเรื่องรูปแบบทางด้านกายภาพ การออกแบบอาคารชุดพักอาศัย พบว่าการออกแบบมีบทบาทสำคัญอย่างเห็นได้ชัด เพราะมีส่วนสำคัญทั้งในด้านการลงทุนของผู้ประกอบการในเรื่องของการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและยังตอบโจทย์สภาพลักษณะต่อตัวบุคคลของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่วิจัยนี้ให้นิยามว่ากลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) สอดคล้องกับการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้มีประสบการณ์ด้านการออกแบบ พบว่ากลุ่มเจนเนอเรชันวายชอบการออกแบบที่กะทัดรัด สื่อสารผ่านการออกแบบ แบบไม่ซับซ้อน โดยมีลักษณะออกแบบเรียบง่ายใช้ของดีโดยใช้พื้นที่ช่วยในการออกแบบ โดดเด่นมีเอกลักษณ์ทันสมัย ทันยุคไอที

ดังนั้นประชากรกลุ่มเจนเนอเรชันวายที่ทำงานในเขตศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานคร ต้องการที่พักอาศัย ที่มีพื้นที่ใช้สอยเล็กกะทัดรัด สะดวกในการเดินทางเพื่อประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย เนื่องจากรูปแบบการพักอาศัยในห้องชุดหรืออาคารชุดพักอาศัย สามารถตอบสนองความต้องการต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตและกำลังซื้อของประชากรเจนเนอเรชันวายได้ในยุคปัจจุบัน

นอกจากนี้ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ควรทำการศึกษาต่อถึงรูปแบบที่อยู่อาศัยของกลุ่มเจนเนอเรชันวายที่ใช้ชีวิตในเขตพื้นที่ จังหวัดรอบ

กรุงเทพมหานคร เช่น จังหวัดปทุมธานี เพราะมีส่วนขยายทางการลงทุนของอสังหาริมทรัพย์หลายรูปแบบ จึงเป็นพื้นที่ที่น่าสนใจต่อการวิเคราะห์ข้อมูลค้นคว้า เพื่อเป็นประโยชน์ต่อไป

7. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้จะเสร็จสมบูรณ์ไม่ได้หากไม่ได้รับการสนับสนุนและร่วมมือจาก บุคคลและสถาบันต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ คณะอาจารย์ สาขาวิชาบัณฑิตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ขอขอบคุณสถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่เป็นแหล่งข้อมูลในการทำงานวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณ บริษัท แปลน แอสโซซิเอต และสถาปนิกผู้ออกแบบที่ให้ข้อมูลศึกษาค้นคว้า และสุดท้ายนี้ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยรังสิต ที่ให้โอกาสสนับสนุนบทวิจัยนี้

8. เอกสารอ้างอิง

- วศวัตต์ โชติวงค์อริยะ และ กงกฤษณ์ โศขวิวัฒน์ (2556).เกณฑ์การคัดเลือกผู้ออกแบบตกแต่งภายใน โครงการอาคารชุดพักอาศัย: Build Environment Research Associates Conference, BERAC 4, 2013 Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University, May 24, 2013.
- อลงกรณ์ จำปู (2554) การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกอาคารชุดเป็นบ้านหลังที่สองในเขตชั้น ในกับชั้นกลางของกรุงเทพมหานคร. ตกแต่งภายใน โครงการอาคารชุดพักอาศัย : Chulalongkorn University Intellectual Repository, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554.
- Sirikolkam, P. (2008). The Effect of Mass Transit Systems on Price of Condominium in

Bangkok. Undergraduate Honor Thesis, Department of Economics University of California Berkeley.

Weisbrod, G., Ben-Akiva, M. and Lerman, S. (1980). Tradeoffs in residential location decisions: Transportation versus other factors. Transportation Policy and Decision-Making, Vol.1, No.1. pp. 13-26.

ณัฐวุฒิ ศรีภักดิ์. (2540). รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของ เจเนอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท สาขาจิตวิทยา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร.

รัชฎา อธิสนธิสกุล และช้อยอุมา รุ่งเรือง. (2558). เจเนอเรชั่นวาย ทำไม่น่าสนใจ: สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2558 จาก www.bizcenter.com

วีรพงษ์ ชุตินันท์ (2556). 10 โลกที่สไคส์ของคนในยุค Gen Y: สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2558 จาก www.bangkokbiznews.com

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นางสาวอริสรา แก่นเพชร
 วันเดือนปีเกิด 2 มีนาคม 2525
 วุฒิการศึกษา ปีการศึกษา 2548 สถาปัตยกรรมบัณฑิต
 สาขาวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
 ตำแหน่ง สถาปนิกอาวุโส บริษัท แพลน แอสโซซิเอต จำกัด

ผลงานทางวิชาการ

บทความเรื่อง การศึกษาการศึกษารูปแบบอาคารทางด้านกายภาพ และพื้นที่ใช้สอยภายใน
 โครงการของชุดพักอาศัย เพื่อตอบสนองคน “เจนเนอเรชั่นวาย” ที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของ
 กรุงเทพมหานคร จากมุมมองประสบการณ์ของผู้ออกแบบ ตีพิมพ์ในงานประชุมวิชาการ
 ระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต (29 เมษายน 2559)

ประสบการณ์ทำงาน 2548 - 2550 บริษัท ชิโนไท จำกัด (มหาชน)
 2551 - 2557 บริษัท ปาล์มเมอร์ แอนด์ เทอร์เนอร์
 (ประเทศไทย) จำกัด
 2558 - ปัจจุบัน บริษัท แพลน แอสโซซิเอต จำกัด