



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

คุณภาพชีวิตที่สมบูรณ์ของผู้ที่พักอาศัยในอาคารชุด ย่อมต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทต่าง ๆ รวมอยู่ในโครงการอาคารชุดพักอาศัย อาทิเช่น ลิฟท์ ที่จอดรถ เป็นต้น ดังนั้น สิ่งอำนวยความสะดวกจึงถูกนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ที่จะสนองความต้องการอย่างแท้จริงและจูงใจลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับโครงการอาคารชุดพักอาศัยระดับราคาปานกลางที่มีชนชั้นกลางอาศัยอยู่ ชนชั้นนี้จะมีความคาดหวังกับคุณภาพชีวิตที่ดี ต้องการประโยชน์ใช้สอยที่ดีและมีคุณภาพ รวมถึงมีแนวโน้มของวิถีชีวิตที่ค่านึงเรื่องสุขภาพและการใช้เวลาว่างมากขึ้นเรื่อย ๆ¹

จากภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอยประกอบกับภาวะการแข่งขันสูง ทำให้ทุกระดับโครงการต่างพากันค้นหากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้สามารถดำเนินโครงการไปได้ตามเป้าหมาย โดยมุ่งเน้นให้ผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง (Consumer Oriented)² หรือการเข้าใจผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความพึงพอใจสูงสุดของผู้บริโภค ผู้ประกอบการโครงการอาคารชุดพักอาศัยระดับราคาปานกลางต้องลงทุนในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อกระตุ้นปริมาณการขายและสถานภาพทางการตลาดของโครงการนั้น ๆ ประเด็นที่น่าสนใจคือ แม้ว่าสิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้ประกอบการมีไว้ในโครงการจะมีส่วนในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยในโครงการ แต่บางครั้งสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่ในโครงการก็ไม่มีคนเข้าไปใช้บริการ เพราะไม่สนองความต้องการของผู้อยู่อาศัยอย่างแท้จริง ประกอบกับต้องมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนและบำรุงรักษา สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่อาจกลับกลายเป็นปัญหาได้ เช่น การรกร้าง หรือ ก่อให้เกิดทัศนะอุจาดแก่รูปลักษณ์ของโครงการและของเมือง

¹ George Tokildsen, Leisure and Recreation Management. (E \$ EN SPON : 1992), pp. 171 – 173.

² ธนาคารอาคารสงเคราะห์, รายงานสถานการณ์ที่อยู่อาศัยปี 2538และแนวโน้มปี 2539. "กลยุทธ์การตลาดอสังหาริมทรัพย์ในภาวะการแข่งขันรุนแรง", (ธนาคารอาคารสงเคราะห์ : 2539) หน้า 70.

ดังนั้นการพัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่มีคุณภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริงและเป็นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า จำเป็นต้องคำนึงถึงความต้องการของชุมชนและสนองประโยชน์การใช้สอยอย่างแท้จริง การนำสิ่งอำนวยความสะดวกในชุมชนมาเป็นกลยุทธ์ในการจูงใจลูกค้า ทำให้ผู้อยู่อาศัยมีคุณภาพชีวิตที่ดี สามารถใช้เวลาว่างในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ข้อมูลด้านพฤติกรรมการอยู่อาศัยในโครงการอาคารชุดจึงมีความสำคัญ รายงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาสิ่งอำนวยความสะดวกของโครงการอาคารชุดพักอาศัยระดับราคาปานกลางที่มีราคา 810,000–1,500,000 บาท ตามเกณฑ์ที่ธนาคารอาคารสงเคราะห์ร่วมกับ Agency for Real Estate Affairs ใช้ในการแบ่งระดับราคาที่อยู่อาศัย ถึงทัศนคติด้านแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อ และปัญหาของสิ่งอำนวยความสะดวกของโครงการ เพื่อที่จะสามารถทราบความต้องการที่แท้จริงของผู้อยู่อาศัยเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกของโครงการอาคารชุดพักอาศัย ผลกระทบของสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการพัฒนาที่อยู่อาศัย และเป็นแนวทางในการพัฒนารูจรกิจอาคารชุดพักอาศัยระดับราคาปานกลางให้มีประสิทธิภาพทั้งทางด้านการส่งเสริมการตลาดและคุณภาพความเป็นอยู่ต่อไป

ซึ่งจากข้อมูลของ Agency for Real Estate Affairs พบว่า อาคารชุดพักอาศัยระดับราคาปานกลางส่วนใหญ่กระจายตัวอยู่ในพื้นที่เขตห้วยขวาง จตุจักร และบางกะปิ และจากข้อมูลสถิติจำนวนอาคารชุดที่สร้างเสร็จและจดทะเบียนเพิ่มขึ้นของธนาคารอาคารสงเคราะห์ในกรุงเทพมหานครในช่วงปี พ.ศ. 2538 - 2542 พบว่า เขตบางกะปิมีจำนวนอาคารชุดที่สร้างเสร็จและจดทะเบียนเพิ่มขึ้นมากที่สุด ตามแสดงในตารางจำนวนอาคารชุดที่สร้างเสร็จและจดทะเบียนเพิ่มขึ้นด้านล่างนี้ ดังนั้น การศึกษาจึงเลือกทำการศึกษาในเขตบางกะปิ

ตารางที่ 1.1 ตารางจำนวนอาคารชุดที่สร้างเสร็จและจดทะเบียนเพิ่มขึ้นในเขตบางกะปิ
จตุจักร ห้วยขวาง ปี 2538-2542

พื้นที่	2538		2539		2540		2541		2542	
	จำนวน หน่วย	ร้อยละ	จำนวน หน่วย	ร้อยละ	จำนวน หน่วย	ร้อยละ	จำนวน หน่วย	ร้อยละ	จำนวน หน่วย	ร้อยละ
เขตบางกะปิ	8,171	13.5	9,189	13.1	11,565	19.1	1,009	3.5	608	4.7
เขตจตุจักร	3,361	5.5	4,176	6.0	3,428	5.7	3,498	12.0	560	4.3
เขตห้วยขวาง	3,457	5.7	3,490	5.0	1,996	3.3	455	1.5	0	-
อื่น ๆ	45,662	75.3	52,992	75.9	43,590	71.9	24,191	83.0	11,604	91.0
รวม	60,651	100	69,847	100	60,579	100	29,153	100	12,772	100

ที่มา : ปรับปรุงจากวารสารธนาคารอาคารสงเคราะห์ ฉบับประจำเดือนตุลาคม - ธันวาคม พ.ศ. 2538, 2539, 2540, 2541 และ 2542

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.2.1 ศึกษาการตอบสนองการใช้ประโยชน์สิ่งอำนวยความสะดวกของผู้อยู่อาศัย
- 1.2.2 ศึกษาสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่ในโครงการและแนวคิดของผู้ประกอบการในเรื่องของการมีสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ
- 1.2.3 ศึกษาแนวทางการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกของโครงการอาคารชุดพักอาศัย ระดับราคาปานกลาง

1.3 ขอบเขตการวิจัย

เกณฑ์ในการพิจารณาโครงการที่จะทำการศึกษามีดังนี้

1.3.1 ศึกษาโครงการอาคารชุดพักอาศัยระดับราคาปานกลางในเขตบางกะปิ ที่มีการจดทะเบียนระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542 เนื่องจาก เป็นโครงการใหม่ที่อยู่ระหว่างช่วงรุ่งเรืองของอาคารชุดพักอาศัยและต้องเผชิญกับสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ และห้องชุดที่มีขนาดใกล้เคียงกันทั้งจำนวนหน่วยพักอาศัยและระดับราคา

1.3.2 ศึกษาผู้อยู่อาศัยในอาคารชุดพักอาศัยระดับราคาปานกลาง ในเขตบางกะปิ ดังกล่าว โดยมีรายละเอียดคือ

1.3.2.1 โครงการนั้นมีจำนวนผู้อยู่อาศัยที่เป็นเจ้าของห้องชุดอาศัยอยู่เองไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ของจำนวนห้องชุดทั้งหมดในโครงการ

1.3.2.2 ศึกษาโครงการอาคารชุดพักอาศัยประเภทอาคารสูงที่มีความสูงตั้งแต่ 8 ชั้นขึ้นไป

1.4 สมมติฐานการวิจัย

- 1.4.1 โครงการอาคารชุดพักอาศัยจำเป็นต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก เนื่องจากผู้พักอาศัยมีความต้องการใช้สอย
- 1.4.2 สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทสาธารณูปโภค ประเภทสาธารณูปการ ประเภทพักผ่อนหย่อนใจ และประเภทบริการ สามารถเป็นสิ่งจูงใจในการตัดสินใจซื้ออาคารชุดพักอาศัยได้

1.5 วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 1.5.1 ศึกษาความสำคัญประเด็นปัญหาและข้อมูลเบื้องต้น เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ ขอบเขตการศึกษา วิธีดำเนินการวิจัย สมมติฐาน และผลของการวิจัย
- 1.5.2 เก็บรวบรวมข้อมูล รายละเอียดเพื่อทำการวิเคราะห์ ประกอบด้วย
 - 1.5.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิโดย
 - ก) สํารวจความคิดเห็นและพฤติกรรมของผู้อยู่อาศัยในโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่คัดเลือกมาตามขอบเขตของงานวิจัย โดยใช้แบบสอบถามถามผู้อยู่อาศัย
 - ข) สํารวจสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่ในโครงการฯ ต่าง ๆ รวมทั้งแนวคิดของผู้ประกอบการโดยการสำรวจและการสัมภาษณ์ ตามขอบเขตของงานวิจัย ตามโครงการที่กำหนด ระยะเวลาการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนมีนาคม พ.ศ.2545 ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2545
 - 1.5.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิโดย
 - ก) รวบรวมข้อมูลเอกสารจากหน่วยงานราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมที่ดิน สำนักงานที่ดินเขตบางกะปิ และสำนักงานขายของโครงการ เป็นต้น
 - ข) ศึกษาทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น ทฤษฎีการจูงใจ และแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นต้น
 - 1.5.2.3 วิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้ทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิในประเด็นดังนี้
 - ก) ความต้องการและการใช้ประโยชน์ของผู้อยู่อาศัย
 - ข) แนวความคิดของผู้ประกอบการ

ค) องค์ประกอบของสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการอาคารชุดพักอาศัยระดับ
ราคาปานกลาง

1.5.2.4 สรุปผลจากการวิเคราะห์ เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก
ของโครงการอาคารชุดพักอาศัยระดับราคาปานกลางที่ตอบสนองกับ
การใช้งานของผู้บริโภค รวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้อง

1.5.3 การกำหนดกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัย ประกอบด้วย

กลุ่มประชากรที่ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 : ผู้อยู่อาศัยที่เป็นเจ้าของห้องชุดในโครงการอาคารชุดพักอาศัยระดับราคาปานกลางใน
เขตบางกะปิ ที่มีการจดทะเบียนอาคารชุดระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542 และเป็นอาคารสูง โดย
ศึกษาจากโครงการอาคารชุดพักอาศัยระดับราคาปานกลางที่มีผู้อยู่อาศัยและเป็นเจ้าของเองไม่
น้อยกว่า 60% ของแต่ละโครงการฯ จากการสำรวจเบื้องต้น มีโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่อยู่ใน
ขอบเขตของเงื่อนไขการวิจัยที่กำหนด จำนวน 2 โครงการ รวมเป็น 535 ราย โดยทฤษฎีการ
สุ่มตัวอย่างของ Herbert Arkin Raymond R, Colton ที่ระดับ ความ เชื่อมั่น 95% และ มี
ความคลาดเคลื่อน 5% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 135 ราย

กลุ่มที่ 2 : ผู้ประกอบการโครงการอาคารชุดพักอาศัยระดับราคาปานกลางในเขตบางกะปิ ที่มี
การจดทะเบียนระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542 รวมทั้งสิ้น 2 โครงการ

1.6 คำจำกัดความ

1. บทบาท แบ่งเป็น

บทบาทต่อผู้อยู่อาศัย ในเรื่องการตอบสนองการให้ประโยชน์ และความสำคัญในการ
อยู่อาศัยทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

บทบาทต่อผู้ประกอบการ ในเรื่องการนำมาเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดและการส่งเสริม
คุณภาพชีวิตที่ดีของผู้อยู่อาศัย

2. สิ่งอำนวยความสะดวก มีการแบ่งไว้ 4 ประเภท (นรินทร์ สกลกุลานุกัณฑ์และคณะ,
2526) ดังนี้คือ

- ประเภทสาธารณูปโภค ได้แก่ ลิฟท์ ที่จอดรถ ที่ทิ้งขยะ ฯลฯ

- ประเภทสาธารณูปการ ได้แก่ ร้านค้าย่อย ร้านอาหาร ห้องประชุม ฯลฯ
- ประเภทพักผ่อนหย่อนใจ ได้แก่ สวนหย่อม สระว่ายน้ำ สนามเด็กเล่น ฯลฯ
- ประเภทบริการ ได้แก่ บริการทำความสะอาด บริการซักรีด ฯลฯ

3. อาคารชุดพักอาศัยระดับราคาปานกลาง (Residential Condominium) หมายถึง อาคารที่บุคคลสามารถแยกการถือกรรมสิทธิ์ออกได้เป็นส่วน ๆ โดยแต่ละส่วนประกอบด้วย กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคล และกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนกลาง³ และใช้พื้นที่ส่วนใหญ่ในการพักอยู่อาศัยเป็นหลัก กำหนดราคาขายอยู่ในช่วง 810,000 – 1,500,000 บาท/หน่วย ตามเกณฑ์ของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์และ Agency for Real Estate Affairs

4. การตลาดแบบมุ่งเน้นผู้บริโภค (Customer Oriented) หมายถึง การให้ความสำคัญต่อผู้บริโภคเป็นหลักใหญ่ ศึกษาและเข้าใจผู้บริโภคอย่างถ่องแท้เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้บริโภค⁴

1.7 ข้อจำกัดของการวิจัย

1. โครงการอาคารชุดพักอาศัยระดับราคาปานกลางที่ทำการศึกษาในครั้งนี้มีเพียง 2 โครงการที่มีคุณสมบัติตรงตามขอบเขตของงานวิจัย ดังนั้น จึงไม่สามารถเป็นตัว แทนของอาคารชุดพักอาศัยระดับราคาปานกลางได้ทั้งหมด และผลที่ได้จากการ ศึกษาจะสามารถนำไปใช้กับโครงการอาคารชุดพักอาศัยระดับราคาปานกลางที่มี เงื่อนไขแบบเดียวกันเท่านั้น
2. ระยะเวลาการเก็บข้อมูลและการเข้าถึงข้อมูลของผู้อยู่อาศัยมีข้อจำกัดมาก

³ พระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. 2522. (กรุงเทพฯ : บริษัท ยูโรป้า จำกัด, 2538), หน้า ๘ 1.

⁴ เสรี วงษ์มณฑา, การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. (กรุงเทพฯ : Diamond in Business World, 2542), หน้า 16.

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบความต้องการและพฤติกรรมที่แท้จริงของผู้อยู่อาศัยในโครงการอาคารชุดพักอาศัยระดับราคาปานกลาง
2. ทำให้ทราบทัศนคติและแนวนโยบายดำเนินการของผู้ประกอบการโครงการอาคารชุดพักอาศัยในด้านการให้สิ่งอำนวยความสะดวกเป็นกลยุทธ์การตลาดของโครงการ
3. ทำให้ทราบประเด็นปัญหาและแนวทางการแก้ไขปรับปรุงพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกของโครงการอาคารชุดพักอาศัย ทั้งในทัศนะของผู้อยู่อาศัยและผู้ประกอบการ
4. ทำให้ทราบการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกของโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่ตอบสนองความต้องการของผู้อยู่อาศัย เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกของที่อยู่อาศัยในอนาคต และสามารถพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยที่ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชน