

## บทที่ 5 บทสรุปและเสนอแนะ

การศึกษาบทบาทของศูนย์นันทนาการต่อการพัฒนาโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับรายได้ปานกลางมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความสำคัญของศูนย์นันทนาการที่มีผลต่อการจัดทำโครงการและการซื้อที่อยู่อาศัย รวมทั้งประสิทธิภาพของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านปัจจุบันที่จะตอบสนองการใช้บริการตลอดจนปัญหาและแนวทางแก้ไข เพื่อหาแนวทางการพัฒนาต่อไปในอนาคต

วิธีการศึกษาเป็นการศึกษาเชิงสำรวจ ด้วยการเก็บแบบสอบถามจำนวน 326 ตัวอย่าง ซึ่งประกอบไปด้วยผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านจัดสรรทั้งที่มีและไม่มีศูนย์นันทนาการ อยู่ในระดับราคา 2 - 5 ล้านบาท ผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านดังกล่าว , และผู้ต้องการจะซื้อบ้านในปัจจุบันที่มีระดับรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท โดยมีผลสรุปดังนี้

### 5.1 บทบาทของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรในปัจจุบัน

#### 5.1.1 ความสำคัญของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน

แม้ว่าเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยต่างๆของการจัดทำโครงการ หรือปัจจัยการเลือกซื้อบ้านในโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับรายได้ปานกลาง ศูนย์นันทนาการมีความสำคัญน้อยกว่าปัจจัยอื่น แต่เมื่อพิจารณาเฉพาะคุณสมบัติของศูนย์นันทนาการเอง ซึ่งมีความสำคัญต่อคุณภาพชีวิตและสภาพแวดล้อมของการอยู่อาศัย ทำให้ตอบสนองมติฐานได้ว่าศูนย์นันทนาการจำเป็นต้องมีในโครงการหมู่บ้าน และผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการจะได้เปรียบผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ ซึ่งจะมีโอกาสที่จะใช้ประโยชน์จากศูนย์นันทนาการได้มากกว่า รวมทั้งได้รับคุณประโยชน์ต่างๆที่เกิดจากศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านด้วย

#### 5.1.2 บทบาทของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านต่อการจัดทำโครงการ

โครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับราคาปานกลางในปัจจุบัน มีทั้งที่เตรียมศูนย์นันทนาการและไม่เตรียมศูนย์นันทนาการไว้ในโครงการ ซึ่งการจัดเตรียมศูนย์นันทนาการไว้ในโครงการหรือไม่

---

\* จากการประเมินความสำคัญของศูนย์นันทนาการจากผู้ประกอบการและผู้ต้องการซื้อบ้านในแง่การเป็นปัจจัยการพิจารณาซื้อบ้านพบว่าศูนย์นันทนาการเป็นความต้องการในอันดับท้ายๆเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยพื้นฐาน เช่น ทิวทัศน์ การคมนาคม หรือ ราคาบ้าน

\* จากการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้บริโภคต่อความสำคัญของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรร ที่เห็นว่าจำเป็นต้องมีถึง 70.7% ของผู้บริโภคทั้งหมด.

ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการว่า ให้นำหนักบทบาทของศูนย์นันทนาการในโครงการในด้านที่เป็นกลยุทธ์การตลาด หรือเพื่อประโยชน์ต่อการอยู่อาศัยของสมาชิกในหมู่บ้าน

ซึ่งผู้ประกอบการที่จัดเตรียมศูนย์นันทนาการให้ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อลูกบ้านเป็นหลัก เนื่องจากผลการวิเคราะห์ พบว่า ประโยชน์โดยตรงของศูนย์นันทนาการที่มีต่อโครงการหมู่บ้านจัดสรรจะแสดงออกทางกายภาพของโครงการ และการอยู่อาศัยของสมาชิกในหมู่บ้าน และผู้ประกอบการก็รับทราบดีว่า ศูนย์นันทนาการเป็นได้เพียงสิ่งจูงใจให้สนใจโครงการเท่านั้น ไม่ใช่ปัจจัยการตัดสินใจซื้อ ซึ่งสามารถใช้เป็นกลยุทธ์การตลาดด้านการเป็นสิ่งจูงใจได้ และตอบสมมติฐานได้ว่า ศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านสามารถใช้เป็นกลยุทธ์การตลาดอย่างได้ผล เป็นจริง

ดังนั้น ถ้าผู้ประกอบการให้ความสำคัญของการมีศูนย์นันทนาการเพื่อเป็นกลยุทธ์การตลาดแล้ว ก็อาจไม่จัดทำศูนย์นันทนาการ เพราะถือว่าจูงใจผู้บริโภคได้น้อยเมื่อเทียบกับปัจจัย หรือคุณสมบัติอื่นของโครงการ ซึ่งสามารถชดเชยการไม่มีศูนย์นันทนาการได้ แต่ถ้าพิจารณาคุณประโยชน์ของศูนย์นันทนาการนอกเหนือจากการตลาดแล้ว พบว่า ไม่สามารถให้คุณสมบัติอื่น ๆ ของโครงการมาทดแทนกันได้ เพราะศูนย์นันทนาการเป็นสถานที่ที่ผู้ใช้บริการ จะมี "ประสบการณ์" ร่วมกันด้วยความพอใจ<sup>1</sup> ดังนั้นการไม่มีศูนย์นันทนาการก็จะทำให้ผู้อยู่อาศัยเสียเปรียบด้านสถานที่พักผ่อนและออกกำลังกาย , ทำให้คุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยไม่สมบูรณ์แบบเท่าการอยู่อาศัยในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ เพราะไม่สามารถดำเนินกิจกรรมหลักของชีวิตได้อย่างสะดวก และทำให้โครงการที่อยู่ออาศัยนั้นไม่สมบูรณ์แบบด้วย

เพราะฉะนั้น การจัดทำศูนย์นันทนาการในโครงการในปัจจุบันที่มีขึ้น จะเป็นไปเพื่อประโยชน์ของการอยู่อาศัยเป็นหลัก โดยที่สามารถใช้เป็นกลยุทธ์การตลาด เป็นผลพลอยได้เท่านั้น

### 5.1.3 บทบาทของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านต่อขั้นตอนการซื้อที่อยู่ออาศัย

ในขั้นตอนการซื้อที่อยู่ออาศัย พบว่าการรับรู้ความสำคัญของศูนย์นันทนาการมีผลโดยตรงต่อการกระตุ้นให้สนใจในโครงการหมู่บ้าน แต่มีผลทางอ้อมต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ

เนื่องจากเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ ในการพิจารณาซื้อ พบว่า ศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านไม่มีความสำคัญมาก แต่ผู้บริโภคก็รับรู้ดีว่า ศูนย์นันทนาการมีความสำคัญต่อโครงการหมู่บ้านที่ให้ประโยชน์ด้านกายภาพและคุณภาพ เช่น ทำให้สภาพแวดล้อมโครงการดีกว่า

<sup>1</sup> George D. Butter. Introduction to Community Recreation. McGraw - Hill Company Inc., 1959 , p.543.

โครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ เพราะมีสถานที่ที่เป็นศูนย์รวมการใช้บริการของสมาชิกในหมู่บ้าน ทำให้เกิดการดูแลรักษาอยู่เสมอเพื่อรองรับการใช้บริการนั้น ส่งผลให้เกิดความเป็นระเบียบสวยงามและสภาพแวดล้อมที่ดี<sup>2</sup> , ทำให้เป็นโครงการที่อยู่อาศัยที่สมบูรณ์แบบ หรือมีองค์ประกอบโครงการครบถ้วนสามารถตอบสนองกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันของมนุษย์ได้ , หรือทำให้ผู้อยู่อาศัยในโครงการได้เปรียบผู้อยู่อาศัยในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ ด้านความสะดวกในการพักผ่อนหย่อนใจและออกกำลังกาย ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ส่งผลโดยตรงที่จะกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภคในปัจจุบันให้สนใจโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการ เพราะเป็นปัจจัยที่เป็นสาเหตุของความพอใจ (Satisfaction) ต่อโครงการนั้นที่ก่อให้เกิดการจูงใจ ตามทฤษฎีของฟลอยด์<sup>3</sup>

แต่สาเหตุหลักที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการจากนี้ไป จะมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคเอง ที่ต้องการใช้บริการในศูนย์นันทนาการนั้น หรือเป็นเพราะรูปแบบชีวิตของชนชั้นกลางที่ต้องการคุณภาพชีวิตที่ดี และให้ความสำคัญกับการใช้เวลาว่างมากขึ้น<sup>4</sup> มีพฤติกรรมออกกำลังกายมากขึ้น อันเป็นสาเหตุที่ ผู้บริโภครับรู้ความต้องการของตนเอง (Need Recognition)<sup>5</sup> และเลือกซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการนั้น

#### 5.1.4 สาเหตุของความเหลื่อมล้ำ

จากการศึกษาทราบว่า การมีหรือไม่มีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านทำให้เกิดความแตกต่างทางคุณภาพ หรือความเหลื่อมล้ำทางคุณภาพ ทั้งทางด้านกายภาพของโครงการ และคุณภาพชีวิตของการอยู่อาศัย ทั้งนี้ สรุปลักษณะที่มาจากทัศนคติทั้งของผู้บริโภค ที่เป็นตัวแปรให้เกิดการเลือกซื้อหรือไม่เลือกซื้อ และทัศนคติของผู้ประกอบการที่เป็นตัวแปรให้เกิดการจัดทำหรือไม่จัดทำโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการได้ดังนี้

##### 5.1.4.1 จากทัศนคติของผู้บริโภค

1). ผู้บริโภคไม่ได้คิดว่าศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านจัดสรร เป็นสิ่งที่ เป็น "ผลิตภัณฑ์ควบ" (Augment Product) ของโครงการ หรือเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องจัด

<sup>2</sup> Philip Kotler. *Marketing Management*. Prentice - Hall , 1994 , p. 184.

<sup>3</sup> George Torkildstn. *Leisure and Recreation Management*. E \$ Fn SPON , 1992 , p. 171 - 173.

<sup>4</sup> จากผลการวิเคราะห์ที่ผู้ต้องการซื้อบ้าน 79% จะซื้อบ้านในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการ .

<sup>4</sup> Philip Kotler. *Ibid.*, p. 193 - 194.

<sup>5</sup> George Torkildstn. *Ibid.*

<sup>6</sup> "ผลิตภัณฑ์ควบ" (Augment Product) หมายถึง ผลประโยชน์เพิ่มเติม หรือบริการที่ผู้ซื้อจะได้รับควบคู่ไปกับการซื้อสินค้า ทราย

เตรียมให้พร้อมๆกับ "บ้าน" ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักของโครงการหรือเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องซื้อเพื่อที่จะได้มา ส่วนมากคิดว่าศูนย์นันทนาการของโครงการเป็นเหมือน "ส่วนเพิ่ม" ที่บางโครงการก็จัดเตรียมให้ ซึ่งอาจทำให้มีค่าใช้จ่ายเพิ่ม หรือต้องจ่ายเงินซื้อบ้านในราคาที่สูงกว่าเพื่อให้ได้อยู่ในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการ ดังนั้นถ้าผู้บริโภคผู้ใดมีข้อจำกัดในด้านค่าใช้จ่ายหรือมีทุนทรัพย์จำกัด ก็อาจไม่ได้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการ หรือเห็นว่าศูนย์นันทนาการเป็นความจำเป็นที่น้อยมากเมื่อเทียบกับปัจจัยในการพิจารณาซื้อบ้านประเภทอื่น ศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านจึงตกอยู่ในสถานะ "สิ่งจูงใจ" เท่านั้นไม่ใช่ "ผลิตภัณฑ์" ของโครงการ

2). ผู้บริโภคในอดีต หรือผู้ที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านแล้วในช่วงประมาณ 5 ปีที่ผ่านมา มีบางส่วนเท่านั้นที่เห็นว่า ศูนย์นันทนาการของโครงการเป็นปัจจัยหนึ่งที่แสดงคุณภาพของโครงการหมู่บ้านได้ หรือเป็นสิ่งที่ใช้วัดคุณภาพของโครงการ และได้พิจารณาข้อมูลของศูนย์นันทนาการอย่างชัดเจนนักก่อนที่จะเลือกซื้อบ้านในโครงการต่างๆ เช่น ในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ได้พิจารณาว่าผู้ประกอบการจะจัดเตรียมกิจกรรมใดให้กับผู้อยู่อาศัย หรือจะมีการก่อสร้างที่แน่นอนเมื่อใด หรือในด้านความรับผิดชอบบริหารจัดการศูนย์นันทนาการของโครงการว่า จะให้ฝ่ายใดเป็นผู้รับผิดชอบ ฝ่ายที่รับผิดชอบนั้นมีศักยภาพเพียงพอหรือไม่

#### 5.1.4.2 จากทัศนคติของผู้ประกอบการ

1). ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าการมีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจะทำให้ราคาขายของบ้านเพิ่มสูงขึ้นจริง โดยมีผู้ประกอบการ 65.4% ของทั้งหมด ที่ยอมรับในข้อนี้ เนื่องจากต้นทุนในการก่อสร้างสูงขึ้น ภาระนี้อย่างไรก็ต้องตกอยู่ที่ผู้บริโภค ซึ่งบางรายเมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่า การมีศูนย์นันทนาการเป็นเพียงสิ่งกระตุ้นความสนใจในโครงการเท่านั้น และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่นๆน้อย อาจไม่คุ้มค่าที่จะก่อสร้างเพียงเพื่อกระตุ้นความสนใจนั้น และทำให้ราคาบ้านเพิ่มขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ แม้ว่าจะยอมรับถึงการมีศูนย์นันทนาการเป็นกลยุทธ์การตลาดที่ได้ผล

\* จากผลการวิเคราะห์ มีผู้ประกอบการยอมรับว่า ศูนย์นันทนาการของโครงการทำให้ราคาบ้านสูงขึ้นจริง 65.4% ของผู้ประกอบการทั้งหมด.

\* จากผลการวิเคราะห์ ผู้ซื้อบ้านเห็นว่า การมีศูนย์นันทนาการทำให้โครงการที่อยู่อาศัยน่าเชื่อถือและมีคุณภาพเทียบ 46%.

2). ยังมีข้อจำกัดสำหรับโครงการหมู่บ้านที่สามารถมีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านได้ โดยผู้ประกอบการให้ความเห็นถึงระดับโครงการหมู่บ้านหรือจำนวนหลังคาเรือนในโครงการ ที่ควรมีศูนย์นันทนาการแตกต่างกันไป ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่า โครงการหมู่บ้านที่จะต้องเตรียมศูนย์นันทนาการของโครงการ ขึ้นกับจำนวนผู้อยู่อาศัยในโครงการด้วยว่า มีมากเพียงพอที่จะจัดทำหรือไม่ โดยเฉพาะผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการในปัจจุบัน ก็จะเห็นว่าศูนย์นันทนาการควรมีในโครงการหมู่บ้านที่มีผู้อยู่อาศัยจำนวนมากเท่านั้น หรือเป็นโครงการหมู่บ้านขนาดใหญ่ ที่มีจำนวนหลังคาเรือนตั้งแต่ 500 หลังคาเรือนขึ้นไป ส่วนผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการในปัจจุบัน เห็นว่าศูนย์นันทนาการของโครงการควรมีเมื่อมีการอยู่อาศัยมากกว่า 100 หลังคาเรือน หรือเมื่อโครงการนั้นเข้าลักษณะโครงการขนาดกลางขึ้นไป ตาม พ.ร.บ.จัดสรร พ.ศ. 2535 ซึ่งเป็นปัญหาด้านความแตกต่างทางทัศนคติของผู้ประกอบการ

ดังนั้น จากปริมาณกลุ่มตัวอย่างและความเห็นที่แตกต่างกัน ของขนาดโครงการที่ควรมีศูนย์นันทนาการ ทำให้ไม่สามารถตอบสมมติฐานได้อย่างชัดเจนว่า ขนาดโครงการหมู่บ้านที่ควรมีศูนย์นันทนาการ เป็นขนาดกลาง หรือมีจำนวนหลังคาเรือนตั้งแต่ 100 หลังคาเรือนขึ้นไป เป็นจริง

#### 5.1.5 คุณภาพของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรปัจจุบัน

คุณภาพของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรร ระดับราคาปานกลางในปัจจุบัน ณ ที่นี้ วัดจากด้านกายภาพและประสิทธิภาพของศูนย์นันทนาการ ซึ่งพบว่ายังไม่มีคุณภาพมากเท่าที่ควร เพราะแม้ว่าทางกายภาพจะสามารถตอบสนองการใช้ประโยชน์จากสมาชิกในหมู่บ้านได้เป็นส่วนใหญ่ หรือมีผู้ใช้บริการถึง 83% ของลูกบ้านทั้งหมด โดยตำแหน่งที่ตั้งของศูนย์นันทนาการก็สามารถอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง (Accessibility) ต่อลูกบ้านได้ดี มีกิจกรรม รูปแบบสถาปัตยกรรม และเงื่อนไขค่าใช้จ่ายการใช้บริการ ตรงกับความต้องการของลูกบ้าน ซึ่งตอบสนองสมมติฐานได้ว่า ผู้ประกอบการจัดเตรียมด้านกายภาพของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน ไม่ตอบสนองกับการใช้บริการของผู้อยู่อาศัย ไม่เป็นจริง

\* จากผลการวิเคราะห์ ความเห็นของผู้ประกอบการถึงขนาดโครงการหมู่บ้านที่ควรมีศูนย์นันทนาการ พบว่า 30.8% เห็นว่าควรมีศูนย์นันทนาการที่โครงการขนาดกลาง 23.1% เห็นว่าควรมีที่ทุกขนาดโครงการ และอีก 23.1% เห็นว่าควรมีที่โครงการขนาดใหญ่ ซึ่งไม่สามารถชี้ชัดว่าควรมีศูนย์นันทนาการที่ขนาดโครงการใด.

\* จากทัศนคติของลูกบ้านถึงเหตุผลที่มาใช้บริการศูนย์นันทนาการของหมู่บ้าน เพราะสะดวกในการเข้าถึงมีค่าน้ำหนักมากที่สุดเป็น

แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาประสิทธิภาพของศูนย์นันทนาการจากปัจจัยทางปริมาณ (Quantifiable factors) ซึ่งเป็นตัวแทนวัดความพึงพอใจ<sup>6</sup> เช่น เวลา หรือความถี่ที่มาใช้บริการ พบว่า ผู้อยู่อาศัยไม่ได้ใช้ประโยชน์ในศูนย์นันทนาการอย่างเต็มที่ โดยใช้เวลาเฉลี่ยต่อครั้งประมาณหนึ่ง ชั่วโมงครึ่ง สำหรับศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรรอบเขตชานเมืองกรุงเทพฯ และมีความถี่ในการใช้บริการต่ำ โดยดูจากบ้านส่วนใหญ่ใช้บริการแบบนานๆครั้ง มีเพียง 20% เท่านั้น ที่ใช้บริการอย่างเป็นทางการ ซึ่งถือว่าเป็นเกณฑ์วัดการตอบสนองการให้ประโยชน์ศูนย์นันทนาการที่ค่อนข้างต่ำ

### 5.1.6 ปัญหาทางกายภาพของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านในปัจจุบัน

ปัญหาด้านกายภาพของศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านในด้านต่างๆ พบว่าไม่ใช่เรื่องที่ร้ายแรงนัก ซึ่งแต่ละหมู่บ้านมีการจัดเตรียมศูนย์นันทนาการที่แตกต่างกัน ขึ้นกับแนวความคิดของผู้ประกอบการและผู้ออกแบบในแต่ละโครงการนั้น<sup>7</sup> ดังนั้น แนวทางการแก้ไขปัญหาศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านแต่ละแห่งย่อมแตกต่างกัน ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลพฤติกรรมการใช้สอยของผู้ใช้บริการในแต่ละโครงการ รวมถึงข้อมูลเบื้องหลัง (Background) ทั้งทางด้านการจัดทำศูนย์นันทนาการของผู้ประกอบการ และรายละเอียดโครงการหมู่บ้านนั้นด้วย

อย่างไรก็ดี พบว่า การบริหารงานในศูนย์นันทนาการมีผลต่อการเกิดและแก้ปัญหาต่าง ๆ อย่างยิ่ง เพราะปัญหาด้านกายภาพของศูนย์นันทนาการ เช่น กิจกรรม หรือขนาดพื้นที่กิจกรรมมีน้อยเกินไป เป็นผลมาจากความต้องการที่ไม่สิ้นสุดของมนุษย์<sup>8</sup> ซึ่งไม่สามารถจำกัดขอบเขตได้ แต่หาข้อยุติได้ เมื่อผู้ใช้บริการเห็นว่าปัญหานั้นไม่ต้องการการแก้ไขจากทัศนคติของผู้ใช้บริการเอง และสามารถชดเชยได้จากการจัดระบบการบริหารที่ดี คือ ผู้ใช้บริการจะได้รับการบริการและมีประสบการณ์ในการร่วมกิจกรรมที่ดี ซึ่งเป็นหัวใจหลักของ "ผลิตภัณฑ์ของศูนย์นันทนาการ"<sup>9</sup>

<sup>6</sup> Seymour M. Gold. *Recreation Planning and Design*, McGraw - Hill Book Company, Inc., 1980, P. 102-108.

<sup>7</sup> ถ้าศูนย์นันทนาการใดสามารถทำให้มีผู้มาใช้อย่างเป็นกิจวัตร หรือเป็นลักษณะนิสัยได้ แสดงว่าศูนย์นันทนาการนั้นสามารถตอบสนองประโยชน์ใช้สอยได้ดี ดูรายละเอียดใน George Torkildsen. *Leisure and Recreation Management*. E & F n SPON, 1992, p. 171-173.

<sup>8</sup> ประดิษฐ์ ขวชาติ การประเมินโครงการบ้านจัดสรรเอกชนในด้านความพอใจของผู้ที่อยู่อาศัย ที่มีต่อองค์ประกอบชุมชนที่อยู่อาศัย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต ภาควิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

<sup>9</sup> จากการวิเคราะห์ตัวอย่างโครงการสุขาภิบาล 3 ที่ปัจจุบันมีปัญหา และต้องการให้เปลี่ยนผู้บริหารศูนย์นันทนาการอย่างเร่งด่วน เปรียบเทียบกับตัวอย่างโครงการรวมอินทราที่ในอดีตมีปัญหา และมีการปรับปรุงเรื่องระบบบริหารแล้ว พบว่า สามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ และเกิดการตอบสนองการให้ประโยชน์ในศูนย์นันทนาการอย่างดี.

<sup>8</sup> Maslow, *Motivation and Personality*. New York : Harper & Row, 1954, p. 80 - 160.

<sup>9</sup> George Torkildsen. Ibid.

ดังนั้น การจัดระบบการบริหารศูนย์นั้นธนาคาร จำเป็นต้องมีการวางแผนและถือว่ายู่ในส่วนของการบริการหลังการขาย (After Sale Service) ที่จะให้บริการต่อสมาชิกในหมู่บ้านต่อไปในช่วงการอยู่อาศัย ซึ่งการจัดการที่ดีก็จะทำให้ผู้อยู่อาศัยมีภาพพจน์ต่อโครงการในแง่ดีเกิดการตอบสนองการใช้บริการในศูนย์นั้นธนาคารและบรรเทาปัญหาให้ลดลงได้

5.1.7 บทบาทของศูนย์นั้นธนาคารในโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับราคาปานกลางในอนาคต  
 ในอนาคต บทบาทของศูนย์นั้นธนาคารจะถือว่าเป็น "สิ่งที่ต้องมีอยู่แล้ว" และต้องมีศักยภาพในตัวเอง เปรียบได้กับเป็น "ผลิตภัณฑ์" ที่เสนอขายมาพร้อมกับผลิตภัณฑ์หลัก หรือบ้านนั่นเอง มิใช่เป็น "สิ่งพิเศษ" ที่เมื่อต้องการก็ต้องเพิ่มความสามารถในการจ่ายอีกต่อไป เพราะเป็นสถานที่ที่สามารถก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมได้ ซึ่งเป็นการแสดงถึงภาพพจน์ของโครงการด้วยว่ามีความสมบูรณ์แบบในการอยู่อาศัยอย่างไร

และต่อไป ศูนย์นั้นธนาคารจะไม่เป็นเพียงการส่งเสริมภาพพจน์โครงการว่า "มี" หรือเป็นแค่ "สิ่งกระตุ้นยอดขาย" เท่านั้น กล่าวได้ว่าต่อไปจะหมดโอกาสของการใช้ศูนย์นั้นธนาคารเป็นโฆษณาชวนเชื่อแล้วเพราะผู้ซื้อบ้านในโครงการระดับรายได้ปานกลางในอนาคต มีคุณสมบัติและพฤติกรรม การซื้อของชนชั้นกลางอย่างชัดเจน เช่น พยายามมีกิจกรรมหรือทำกิจกรรมต่างๆ ที่สามารถส่งเสริมคุณภาพชีวิตของตนเองมากขึ้น และในฐานะผู้บริโภคเมื่อต้องการหาซื้อสินค้า ย่อมพิจารณาให้ได้สิ่ง ที่คุ้มค่าที่สุด โดยเฉพาะในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในปัจจุบันยิ่งส่งผลให้พิจารณารายละเอียดของ ผลิตภัณฑ์มากขึ้น ดังนั้น การจัดทำศูนย์นั้นธนาคารในโครงการหมู่บ้านจะต้องมีความจริงจังในการ ประกอบการด้วย คือ จัดเตรียมศูนย์นั้นธนาคารอย่างมีคุณภาพ และมีความต่อเนื่องด้านระบบการดูแลจัดการที่เหมาะสมกับโครงการนั้น เพราะเกณฑ์หนึ่งที่สามารถวัดคุณภาพโครงการได้ตามทัศนคติของผู้จะซื้อบ้านต่อไปในอนาคต คือ ศูนย์นั้นธนาคารของโครงการ

แต่ถ้าไม่มีศูนย์นั้นธนาคารในโครงการ จะมีผลต่อโครงการหมู่บ้านนั้นคือ ผู้บริโภคจะมองว่าเป็น "คนละระดับโครงการ" กับโครงการที่มีศูนย์นั้นธนาคาร เนื่องจากในอนาคตทัศนคติของผู้บริโภค จะมีศูนย์นั้นธนาคารเป็นเกณฑ์หนึ่งที่วัดระดับมาตรฐานโครงการ ซึ่งถ้าไม่มีศูนย์นั้นธนาคารก็ถือว่าการไม่เทียบเท่าในด้านต่างๆ เช่น การไม่เทียบเท่าทางสภาพแวดล้อมโครงการ การไม่เทียบเท่าหากคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัย และการไม่เทียบเท่าทางคุณภาพโครงการและความเชื่อถือที่ผู้บริโภคจะมีต่อโครงการ ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องหาสิ่งทดแทนอื่น ๆ เช่น ทำราคาบ้านให้ต่ำกว่า ซึ่งทำให้เกิดทัศนคติต่อผู้บริโภคว่า มีมาตรฐานต่ำกว่าได้

\* เหตุผลหนึ่งที่มีผู้คิดจะซื้อบ้านเลือกโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นั้นธนาคาร เพราะเชื่อว่าจะได้โครงการที่มีคุณภาพ มีค่าน้ำหนักเหตุผลเท่ากับ 1.36 .

## 5.2 บทบาทศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านต่อการพัฒนาที่อยู่อาศัยในอนาคต

การมีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านมีผลต่อการพัฒนาที่อยู่อาศัยในอนาคตคือ

1). โครงการที่อยู่อาศัยมีระบบมากขึ้น ซึ่งแสดงออกทางความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้ซื้อ - ผู้ขาย และผลิตภัณฑ์ โดย

ได้ผู้ซื้อชนชั้นกลางที่ต้องการคุณภาพชีวิตอย่างแท้จริง และมีความสามารถเพื่อให้ได้คุณภาพต่างๆของการอยู่อาศัย โดยรับรู้ว่า ในโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับราคาปานกลาง มิได้มีเพียงแค่ "บ้าน" ที่เป็นผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว แต่ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆอย่างครบครัน เช่น สาธารณูปโภค สาธารณูปการ แหล่งพักผ่อนหย่อนใจ หรือ ศูนย์นันทนาการ

ได้ผู้ขาย หรือ ผู้ประกอบการที่มีคุณภาพ จัดทำโครงการหมู่บ้านโดยรับรู้ว่า ศูนย์นันทนาการ เป็นสิ่งที่ "ต้องทำ" เพื่อระดับคุณภาพโครงการที่ชัดเจน และต้องรับผิดชอบดูแล หรือติดตามผลหลังการขายอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะด้วยวิธีใดก็ตาม ทำให้ผู้ประกอบการเกิดความผูกพันต่อโครงการ ไม่ละเลยหรือทอดทิ้ง

ได้ผลิตภัณฑ์การอยู่อาศัยประเภทโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับราคาปานกลาง ที่มีระดับมาตรฐานใกล้เคียงกัน มีองค์ประกอบทางกายภาพของโครงการหมู่บ้านที่ชัดเจน และไม่ได้เน้นความสำคัญเพียงที่พักอาศัยเท่านั้น แต่ให้ความสำคัญกับทุกองค์ประกอบเพื่อการอยู่อาศัย หรือมีทั้ง "ผลิตภัณฑ์หลัก" คือบ้าน , "ผลิตภัณฑ์ควบ" คือศูนย์นันทนาการ , "ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง" คือคุณภาพชีวิตในการอยู่อาศัย , และ "ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์" คือการตอบสนองประโยชน์ต่อกิจกรรมในชีวิตประจำวันของมนุษย์ได้มากที่สุด ได้ชุมชนที่อยู่อาศัยมีความสมบูรณ์ในตัวเอง ทั้งปัจจุบันและอนาคต

2). การอยู่อาศัยในอนาคตมีคุณภาพมากขึ้น เพราะแหล่งนันทนาการถูกกระจายออกครอบคลุมทั่วชุมชนที่อยู่อาศัย ทำให้ผู้อยู่อาศัยในชุมชนมีความสะดวกทั้งในด้านการเกิดกิจกรรม (Active) และด้านการพักผ่อน หรือประโยชน์ที่ไม่ได้เกิดจากการกระทำ (Passive) นอกจากนี้ ยังสามารถช่วยลดปัญหาการขาดแคลน แหล่งพักผ่อนและพื้นที่สีเขียวของชุมชนด้วย

3). เป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย ให้เกิด "ศักยภาพสูงสุด" ที่มีผลต่อทั้งทางด้านการเศรษฐกิจ กายภาพ และสังคม หรือเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้ระบบการลงทุนประเภทที่อยู่อาศัยมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ได้รับผลตอบแทนจากการมีศูนย์นันทนาการในทุกๆทาง เช่น



ในด้านการตลาด ซึ่งแม้ว่าจะเป็นผลพลอยได้เท่านั้น แต่ก็กระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความไวในการตัดสินใจเร็วขึ้น ตลาดที่อยู่อาศัยประเภทโครงการระดับรายได้ปานกลาง ได้กลุ่มผู้ต้องการซื้อ (Demand) ที่ชัดเจน

ในด้านกายภาพ มีการพัฒนาทั้งทางด้านรูปแบบศูนย์นันทนาการและสภาพแวดล้อมของโครงการ ส่งผลต่อการพัฒนาระบบที่อยู่อาศัยในอนาคตด้านการใช้ประโยชน์ที่ดินอย่างมีค่ามากขึ้น อันส่งผลต่อกายภาพของเมืองด้วย ในการกระจายแหล่งนันทนาการไว้ตามชุมชนที่อยู่อาศัย

และที่สำคัญที่สุดคือ ในด้านสังคม ให้ผลตอบแทนกลับคืนต่อคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

### 5.3 เสนอแนะแนวทางการพัฒนาศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านในอนาคต

การเสนอแนะทางการพัฒนาศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านในอนาคต ได้แนะแนวทางการจัดทำโครงการทั้งโดยด้านทัศนคติและการปฏิบัติดังนี้

#### 5.3.1 เสนอแนะด้านทัศนคติการจัดทำ

ทัศนคติการจัดทำศูนย์นันทนาการในปัจจุบัน ดังที่สรุปแล้วว่า ถ้าผู้ประกอบการเห็นแก่ประโยชน์ของลูกบ้านเป็นหลัก ก็จะจัดทำศูนย์นันทนาการ แต่ถ้าผู้ประกอบการเห็นแก่ประโยชน์ด้านการตลาดมากกว่า ก็มีโอกาที่จะไม่จัดทำศูนย์นันทนาการ แต่จากการวิจัย ขอเสนอแนะด้านแนวความคิดในการจัดทำว่า

แม้การลงทุนทางอสังหาริมทรัพย์มีจุดประสงค์หลัก คือ ต้องการ "ความมั่งคั่งสูงสุด" หรือบรรลุศักยภาพสูงสุด แต่ที่มาของความมั่งคั่งนั้นจะต้องมี "ความภาคภูมิใจในการประกอบการ" ด้วย<sup>10</sup> ซึ่งหลังจากที่ผู้ประกอบการได้รับผลตอบแทนทางการเงิน หรือ ในรูปกำไรจากการขายแล้ว จุดประสงค์เพื่อความภาคภูมิใจของผู้ประกอบการ ควรสร้างคุณค่าให้กับโครงการ หรือ ให้ผลตอบแทนกลับคืนกับสังคมด้วย โดยการจัดเตรียมศูนย์นันทนาการให้กับผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้าน

ส่วนภาวะที่เกิดขึ้นจากการจัดเตรียมศูนย์นันทนาการ ก็ไม่ควรผลักให้แก่ผู้บริโภคทั้งหมด โดยอาจลดกำไรส่วนเพิ่มที่จะได้จากการมีศูนย์นันทนาการลง และถือว่าเป็นการลงทุนเพื่อให้ได้กำไรในอนาคต หรือเป็นการตลาดเพื่อเหตุผลทางสังคม<sup>11</sup> เพราะโครงการหมู่บ้านจัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ที่มี

<sup>10</sup> Austin J. Jaffe, C.F. Sirmans. *Fundamentals of Real Estate Investment*. Prentice - Hall, Inc, 1989, p.4 .

<sup>11</sup> Austin J. Jaffe, C.F. Sirmans. *Fundamentals of Real Estate Investment*. Prentice - Hall, Inc, 1989, p.93 .

วงจรรายงานฉบับปี การจัดเตรียมโครงการที่ดีย่อมแสดงคุณภาพและชื่อเสียงไปอีกนาน ส่งผลต่อการผลิตในอนาคตไปด้วย จึงต้องกระทำอย่างมีประสิทธิภาพและความจริงใจ

### 5.3.2 เสนอแนะด้านการปฏิบัติ

การเสนอแนะแนวทางด้านการปฏิบัติหรือ แนวทางการจัดทำศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านจัดสรร ได้สรุปจากพฤติกรรมของผู้บริโภคทั้งที่ปัจจุบันได้ใช้บริการศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้าน และไม่ได้ใช้ศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้าน โดยถือว่าเป็นความต้องการที่จะเกิดขึ้นในอนาคตนั่นเอง รวมถึงปัญหาของศูนย์นันทนาการที่เกิดขึ้นในโครงการหมู่บ้านทำเลต่างๆในปัจจุบัน และวิธีแก้ไขปัญหาดังที่ผ่านมา ดังนั้นสามารถสรุปแนวทางพัฒนาศูนย์นันทนาการของโครงการที่จะเกิดขึ้นต่อไปในอนาคตได้ดังนี้

#### 5.3.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

1). การจัดเตรียมกิจกรรมประเภทใดจะขึ้นกับความเหมาะสมแต่ละโครงการเป็นหลัก เช่น ในโครงการขนาดเล็กที่มีจำนวนประชากรไม่มาก อาจจัดในรูปแบบกิจกรรมเดี่ยวที่ไม่ซับซ้อน เพื่อง่ายต่อการดูแลรักษาและระบบการจัดการ โดยที่สามารถตอบสนองประโยชน์ของผู้อยู่อาศัยได้อย่างสะดวกง่ายหรือสวนหย่อม

ในโครงการขนาดกลางก็ควรมีทั้งประเภทกิจกรรมในร่มและกลางแจ้งประกอบกัน เพื่อให้มีรูปแบบกิจกรรมหลากหลายสามารถเลือกใช้บริการได้ตามความพอใจ โดยกิจกรรมที่ควรมีในศูนย์นันทนาการมากที่สุด คือ สระว่ายน้ำ เครื่องออกกำลังกาย สวนหย่อมที่มีเครื่องเล่นเด็กประกอบด้วย เพื่อให้ผู้อยู่อาศัยวัยเด็กมีกิจกรรมได้ และวัยผู้ใหญ่ก็สามารถใช้พักผ่อน , ออกกำลังกายกลางแจ้ง , หรือวิ่งและเดินเล่นในสวนหย่อมนั้นได้ และสนามกีฬาเอนกประสงค์ที่สามารถประกอบกิจกรรมได้หลายประเภท เช่น แบดมินตัน ฟุตบอล บาสเกตบอล เป็นต้น ซึ่งทั้งสวนหย่อมและสนามกีฬาเอนกประสงค์ที่มีลักษณะดังกล่าว ถือเป็น Function ที่มีการใช้งานมากกว่าสายงานเดียว เป็นการรวมส่วนผสมของประโยชน์ใช้สอยไว้ด้วยกัน ทำให้เกิดการใช้ประโยชน์ และการลงทุนที่คุ้มค่า และยังสามารถพลิกแพลงหรือขยายการมีกิจกรรมอื่นๆได้ด้วย ส่วนกิจกรรมด้านพาณิชยกรรม หรือฝ่ายบริการ ที่มีความต้องการมากที่สุด เช่น ร้านอาหาร ถ้าโครงการหมู่บ้านนั้นมีบุคลากรที่มีศักยภาพพอและในละแวกใกล้เคียงนั้นยังมีความต้องการเช่นนี้อยู่ ก็อาจจัดทำได้ ส่วนกิจกรรมอื่นที่เริ่มมีบทบาทและผู้บริโภคเริ่มตระหนักถึงความจำเป็นคือ ห้องสมุด อันเป็นกิจกรรมที่ไม่ได้ใช้ความ

เคลื่อนไหว (Dynamic) แต่บุคคลทุกระดับสามารถมีส่วนร่วมได้ โดยสามารถจัดเตรียมได้หลายขนาดขึ้นกับขนาดโครงการ เช่น ห้องสมุดเคลื่อนที่สำหรับโครงการหมู่บ้านขนาดเล็ก และขนาดกลาง ห้องสมุดที่เป็นโครงสร้างถาวรสำหรับโครงการหมู่บ้านขนาดใหญ่<sup>12</sup>

ดังนั้น จากแนวทางการพัฒนาศูนย์นันทนาการด้านการจัดเตรียมกิจกรรม ทำให้ตอบสนองมาตรฐานได้ว่า องค์ประกอบของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับราคาปานกลางควรมีทั้งกิจกรรมภายใน (Indoor) และภายนอกอาคาร (Outdoor) เป็นจริง

2). มีการบริหารงานศูนย์นันทนาการตามความเหมาะสมของแต่ละโครงการ โดยต้องพิจารณาข้อมูลของผู้บริโภคประกอบการจัดการภายในศูนย์นันทนาการด้วย เช่น ถ้าเป็นขนาดโครงการที่ไม่ใหญ่นัก ศูนย์นันทนาการในโครงการไม่มี Function ชับซ้อน หรือไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดูแลมากนัก ลูกบ้านมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันและสามัคคีกัน ก็สามารถให้อยู่ในความรับผิดชอบของคณะกรรมการหมู่บ้านได้ หรือจ้างบริษัทภายนอกมาจัดการดูแล โดยให้ลูกบ้านเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย แต่ถ้าเป็นโครงการหมู่บ้านขนาดใหญ่ มีศูนย์นันทนาการในโครงการที่มี Function เพียบพร้อม ต้องมีการดูแลกิจกรรมต่างๆเพื่อไม่ให้กิจการขาดทุน ผู้ประกอบการอาจต้องรับภาระการดูแลเอง หรือตั้งบริษัทเพื่อดูแลศูนย์นันทนาการโดยเฉพาะ หรือจ้างบริษัทภายนอกมาดูแลโดยให้ฝ่ายผู้ประกอบการเป็นฝ่ายรับผิดชอบค่าใช้จ่าย ก็จะทำให้การทำงานมีความคล่องตัวกว่า

#### 5.3.2.2 ด้านค่าใช้จ่ายการใช้บริการ

การดำเนินกิจการในศูนย์นันทนาการตามจุดประสงค์ของผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่เป็นกิจการนันทนาการเชิงเศรษฐกิจ ที่เชื่อว่า ผู้ใช้บริการเป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์ที่สุด ดังนั้นการเรียกเก็บค่าบริการตามค่าใช้จ่ายหรือเพื่อให้คุ้มทุนเท่านั้น โดยคิดตามค่าบริการที่มาจากค่าใช้จ่ายจริงทั้งหมดที่เกิดขึ้นและครอบคลุมถึงจุดคุ้มทุน (Break-even)<sup>13</sup> ดังนั้นควรอยู่ในระดับราคาที่ผู้บริโภค "ยอมรับได้" โดยวิธีการเรียกเก็บค่าบริการมีหลากหลายรูปแบบ เช่น เก็บค่าบริการทุกครั้งที่มาใช้ศูนย์นันทนาการ , การสมัครสมาชิกเพื่อได้สิทธิใช้บริการก่อนและจ่ายค่าบริการอีกครั้งเมื่อมาใช้บริการ , การสมัครสมาชิกหรือจ่ายค่าบริการล่วงหน้าเพียงอย่างเดียว ในบางโครงการหมู่บ้านที่ใช้ศูนย์นันทนาการเป็นกลยุทธ์การตลาดโครงการ อาจ

<sup>12</sup> จากตารางการแนะนำกิจกรรมในศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้าน George Torkildsen. *Leisure and Recreation Management*. E § FN SPON, 1992 P. 148-151 .

<sup>13</sup> Howard, D.R. and Crompton, J.L. . *Financing, Managing and Marketing Recreation and Park Resources*. W.C. Brown, Dubuque, Iowa, 1989 .

ให้สิทธิที่จะใช้บริการฟรีในระยะเวลาที่กำหนด ก่อนที่จะมีการเรียกเก็บค่าบริการเพื่อเป็นการกระตุ้นในการใช้บริการศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้าน

ดังนั้นรูปแบบที่เหมาะสมด้านการเรียกเก็บค่าบริการ จะต้องพิจารณาตามนโยบายของแต่ละศูนย์นันทนาการนั้น โดยอาจมีหลายรูปแบบให้เลือก เช่น การสมัครสมาชิกควรมีหลายระยะเวลาที่ผู้บริโภครู้สึกพอใจเป็นสมาชิก เพราะการเป็นสมาชิกมีความยืดหยุ่นถึงความผูกพันให้มาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอตามระยะเวลาที่เป็นสมาชิคนั้น จึงเหมาะกับผู้บริโภคที่ร่วมกิจกรรมด้านนันทนาการแบบเป็นประจำหรือมีความแน่นอนในการใช้บริการ หรือถ้าศูนย์นันทนาการนั้นเปิดให้ใช้บริการกับบุคคลภายนอก ก็อาจมีวิธีเรียกเก็บค่าบริการต่อครั้งที่ให้บริการให้เลือกด้วย เพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้ใช้บริการในกรณีที่ไม่มีความแน่นอนว่าจะมาใช้เป็นประจำ

### 5.3.2.3 ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์

การวางตำแหน่งศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านตามทฤษฎีคือ การวางตำแหน่งที่สัมพันธ์กับองค์ประกอบต่างๆของประโยชน์ใช้สอย เช่น ทางเข้า (Accessibility) , ประโยชน์ใช้สอย (Function) ที่สัมพันธ์กัน และเวลาให้บริการ<sup>14</sup> ซึ่งจะต้องทราบพฤติกรรมของลูกค้า เช่น ความต้องการ และการใช้เวลาว่างของลูกค้า ซึ่งพบว่า

#### 1). ด้านการเข้าถึง (Accessibility)

ตามความพอใจของผู้บริโภคเห็นว่า ควรเป็นศูนย์นันทนาการที่มีตำแหน่งที่ตั้งอยู่ศูนย์กลางโครงการ หรือ เป็นตำแหน่งที่สมาชิกในหมู่บ้านในทุกส่วนพื้นที่ สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก โดยการคำนวณจำนวนประชากรที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย และวงล้อมที่เข้าถึงการบริการ<sup>15</sup> โดยคำนึงถึงระยะทางที่เหมาะสมจากการเดินทางของผู้อยู่อาศัย ที่ส่วนมากจะเดินหรือใช้จักรยานเป็นพาหนะหลักในการสัญจรในโครงการหมู่บ้าน<sup>16</sup>

แต่อย่างไรก็ดี การวางตำแหน่งศูนย์นันทนาการของโครงการอยู่ที่การวิเคราะห์ของแต่ละโครงการด้วย ไม่ใช่ให้ความสำคัญทางกายภาพของโครงการเพียงอย่างเดียว แต่ต้องคำนึงกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งเป็นผลพลอยได้จากการมีศูนย์นันทนาการด้วย เพื่อให้ศูนย์นันทนาการนั้นสามารถสร้างประโยชน์ได้สูงสุดต่อโครงการหมู่บ้าน เช่น วางตำแหน่งศูนย์

<sup>14</sup> George Torkildsen. *Leisure and Recreation Management*. E & FN SPON, 1992 .

<sup>15</sup> Seymour M. Gold. *Recreation Planning and Design*. McGraw - Hill Book Company, Inc., 1980, P. 102-108.

<sup>16</sup> ประดิษฐ์ ขวชาติ ย่างแล้ว หน้า 127-135.

\* จากการวิเคราะห์ที่ผ่านมาพบว่า ผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการ มีจุดประสงค์เพื่อใช้เป็นกลยุทธ์การตลาดด้วย

นันทนาการอยู่ด้านหน้าโครงการ เพื่อสนับสนุนภาพพจน์ของโครงการทั้งทางกายภาพโครงการ คือ ให้ทั่วไปให้เห็นความสวยงามและสภาพแวดล้อมโครงการตั้งแต่เริ่มเข้าโครงการและทางคุณภาพของการอยู่อาศัย ซึ่งศูนย์นันทนาการเป็นศูนย์รวมของการเกิดกิจกรรมต่างๆ ที่ทำให้ผู้ใช้บริการได้รับความพอใจ การวางศูนย์นันทนาการไว้ด้านหน้าโครงการทำให้ทั่วไปได้สัมผัสถึงความเคลื่อนไหวของการอยู่อาศัยในโครงการตั้งแต่แรก<sup>๑</sup> หรือการวางตำแหน่งศูนย์นันทนาการไว้ด้านหลังโครงการ เพื่อชดเชยตำแหน่งที่ดินที่เป็นจุดด้อย หรือ เป็นการสร้างมูลค่าให้กับที่ดินส่วนนั้นนั่นเอง ซึ่งก็ต้องพิจารณารายละเอียดของโครงการด้านอื่นๆ ประกอบด้วย

### 2). ด้านความสัมพันธ์ของประโยชน์ใช้สอย

ความต้องการด้านประโยชน์ใช้สอยในศูนย์นันทนาการได้กล่าวไว้ในเรื่องผลิตภัณฑ์ของศูนย์นันทนาการ ซึ่งในแต่ละ Function ต้องมีการติดต่อสัมพันธ์กัน หรือสามารถใช้บริการในแต่ละกิจกรรมได้อย่างสะดวก เช่น กิจกรรมที่ต้องสร้างไว้ในอาคารควรมี Hall หรือ Foyer เพื่อรองรับผู้มาใช้บริการขั้นต้นก่อน เพื่อดำเนินการด้านวัตถุประสงค์ที่มาศูนย์นันทนาการและการเรียกเก็บค่าบริการ แล้วจึงแจกจ่ายไปตามกิจกรรมต่างๆหรือตามวัตถุประสงค์ที่มาเยือน แต่เนื่องจาก Function ในศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านส่วนใหญ่แล้วไม่ซับซ้อนนัก หรือมีให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้อยู่อาศัยในโครงการเท่านั้น ไม่ได้จัดเตรียมเพื่อชุมชนอื่นๆ ดังนั้นความสัมพันธ์ของประโยชน์ใช้สอยศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจึงไม่มีปัญหามากนัก

### 3). ด้านเวลาให้บริการ

เวลาให้บริการของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านต้องมีเวลาให้บริการที่สอดคล้องกับเวลาว่างของผู้บริโภค หรืออำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคในเวลาที่สอดคล้องกับกิจวัตรของผู้บริโภคด้วย เช่น ในวันหยุดปลายสัปดาห์, วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ช่วงเย็น แต่อย่างไรก็ดี ต้องพิจารณากิจกรรมที่มีในศูนย์นันทนาการนั้นด้วย ถ้ามีกิจกรรมด้านพาณิชยกรรมประกอบ เช่น ร้านอาหาร ร้านขายของ ก็ควรให้บริการช่วงกลางวันทุกวันด้วย ซึ่งในการสำรวจพบว่าผู้บริโภคในอนาคตต้องการให้ศูนย์นันทนาการมีเวลาทำการ 6 วันต่อสัปดาห์ โดยมีวันหยุดในวันธรรมดาดังใดวันหนึ่ง และมีเวลาทำการทั้งวันหรือประมาณ 9.00-21.00น. สำหรับวันธรรมดา และเพิ่มเวลาพิเศษสำหรับวันเสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์เป็นเวลา 8.00-22.00น. เพื่อให้โอกาสสำหรับผู้ที่ไม่มีความสะดวกในช่วงวันธรรมดา

<sup>๑</sup> บทบรรยายของ ชนิษฐา ลิมเจวิญ จากการศึกษาโครงการการเดิน ชิตี ลากูต ประชาจีน

#### 5.3.2.4 ด้านการส่งเสริมการขาย

การส่งเสริมการขายกิจการศูนย์นันทนาการนั้น อาศัยหลักการทั่วไปในการดำเนินการส่งเสริมการขาย คือต้องสื่อสารถึงสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อศูนย์นันทนาการ เช่น กิจกรรมที่มีและการบริการที่ยอดเยี่ยม ให้กับกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพหรือมีความเป็นไปได้ที่จะมาใช้บริการศูนย์นันทนาการ<sup>17</sup> ดังนั้นการส่งเสริมการขายกิจการศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่สำคัญคือ การสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อผู้อยู่อาศัยในโครงการ หรือกลุ่มลูกค้าที่วางเป้าหมายไว้ โดยการจัดการและควบคุมประสิทธิภาพของศูนย์นันทนาการทั้งทางด้านกายภาพและระบบดูแลจัดการ อันเป็นหนทางที่ดีที่สุดที่มีอิทธิพลต่อภาพพจน์ศูนย์นันทนาการ เช่น การจัดการให้มีข่าวสารสู่สาธารณะในแง่ดีของศูนย์นันทนาการ ซึ่งจะช่วยให้สาธารณชนรู้สึกว่าจะเงินที่จ่ายไปคุ้มค่า<sup>18</sup>

ดังนั้น การสร้างภาพพจน์ศูนย์นันทนาการของโครงการจึงต้องเริ่มตั้งแต่ก่อนที่จะก่อสร้างโครงการ หรือ เริ่มพร้อมๆกับขั้นตอนการขายผลิตภัณฑ์ของโครงการ(บ้าน) ซึ่งถือได้ว่าเป็นขั้นตอนของการโฆษณา โดยสื่อสารให้ทราบว่าการหมู่บ้านที่จะขายนั้นมีศูนย์นันทนาการในโครงการด้วย ทำให้นอกจากผู้บริโภคจะเกิดภาพพจน์ที่ดีกับโครงการหมู่บ้านแล้ว ผู้บริโภคยังสามารถจินตนาการได้อย่างคร่าวๆว่า บรรยากาศที่เกิดขึ้นในโครงการจากการมีศูนย์นันทนาการนั้นเป็นอย่างไร

นอกจากนี้ การจัดทำศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านยังต้องมีความพร้อมที่จะให้ใช้บริการ เมื่อมีผู้เข้าอยู่อาศัยในโครงการ ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว อันเป็นการแสดงศักยภาพหรือประสิทธิภาพของศูนย์นันทนาการวิธีหนึ่ง และอาจมีการกระตุ้นให้มีการใช้บริการในศูนย์นันทนาการ โดยให้สิทธิพิเศษในการใช้บริการในช่วงแรกของการอยู่อาศัย หรือการลดราคาจากราคาปกติ สิ่งเหล่านี้สามารถใช้เป็นวิธีกระตุ้นให้ผู้บริโภคเริ่มมาใช้บริการศูนย์นันทนาการ และสร้างความต่อเนื่องในการใช้บริการเมื่อหมดวาระของสิทธิพิเศษนั้นได้

<sup>17</sup> Howard, D.R. and Crompton, J.L. *Financing, Managing and Marketing Recreation and Park Resources*. W.C. Brown, Dubuque, Iowa, 1989 .

<sup>18</sup> George Torkildsen. *Leisure and Recreation Management*. E & FN SPON, 1992 .

## การเสนอแนะงานวิจัยต่อไป

1. ศึกษาบทบาทของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับรายได้ต่างๆ เช่น โครงการหมู่บ้านสำหรับผู้บริโภคระดับรายได้ต่ำ หรือรายได้สูง เพื่อศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคระดับรายได้ต่างๆที่มีต่อศูนย์นันทนาการในโครงการ เปรียบเทียบทัศนคติว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
2. ศึกษาการตอบสนองประโยชน์ใช้สอยในศูนย์นันทนาการของผู้บริโภคในระยะเวลาต่างๆ เช่น ระยะเวลา 5 ปีแรกของโครงการ ระยะเวลา 5-10 ปีของโครงการ และระยะหลังจาก 10 ปีของโครงการ เพื่อเปรียบเทียบการตอบสนองประโยชน์ใช้สอยในศูนย์นันทนาการของโครงการในระยะเวลาต่างๆ ว่ามีประสิทธิภาพอย่างไร และควรมีการปรับปรุงอย่างไรเพื่อเป็นข้อมูลเพิ่มเติมแนวทางการพัฒนาโครงการหมู่บ้านต่อไปในอนาคต
3. ศึกษาผลกระทบจากศูนย์นันทนาการบริเวณทำเลโครงการและใกล้เคียงว่า มีผลต่อความเป็นไปได้ในการจัดเตรียมศูนย์นันทนาการที่จะมีขึ้นในโครงการใหม่หรือไม่ อย่างไร
4. ศึกษากระบวนการบริหารโครงการหมู่บ้านจัดสรร ซึ่งเป็นขั้นตอนหลังการซื้อบ้านที่มีผลต่อการจัดการดูแลศูนย์นันทนาการของโครงการด้วย เพื่อศึกษาว่าระบบหรือรูปแบบใดที่สามารถทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดทั้งทางการอยู่อาศัย และการใช้ประโยชน์ศูนย์นันทนาการของโครงการ