

การออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ
โครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพฯ
: กรณีศึกษา โครงการเพอร์เฟค เฟลส



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาภูมิสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาภูมิสถาปัตยกรรม ภาควิชาภูมิสถาปัตยกรรม
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

LANDSCAPE DESIGN OF PUBLIC AREAS INFLUENCING BUYING DECISION
FOR SINGLE HOUSING PROJECTS IN BANGKOK
: CASE STUDIES OF THE PERFECT PLACE PROJECTS



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Landscape Architecture in Landscape Architecture
Department of Landscape Architecture
FACULTY OF ARCHITECTURE
Chulalongkorn University
Academic Year 2020
Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจซื้อ โครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพฯ :
โดย	กรณีศึกษา โครงการเพอร์เฟค เฟลส
สาขาวิชา	น.ส.กชมน แก้วพรหม
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ภูมิสถาปัตยกรรม
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉมาวงศ์ สุริยจันทร์
	รองศาสตราจารย์นิลุบล คล่องเวสสะ

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาภูมิสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นรัชฎ์ กาญจนะจิติ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อังสนา บุญโยภาส)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉมาวงศ์ สุริยจันทร์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
(รองศาสตราจารย์นิลุบล คล่องเวสสะ)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.พัศตราภรณ์ ทิพย์โสธร)

กขมน แก้วพรหม : การออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ
โครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพฯ : กรณีศึกษา โครงการเพอร์เฟค เพลส. (

LANDSCAPE DESIGN OF PUBLIC AREAS INFLUENCING BUYING DECISION FOR
SINGLE HOUSING PROJECTS IN BANGKOK : CASE STUDIES OF THE PERFECT
PLACE PROJECTS) อ.ที่ปรึกษาหลัก : ผศ. ดร.ฉมาวงศ์ สุริยจันทร์, อ.ที่ปรึกษาร่วม :
รศ.นิลุบล คล่องเวสสะ

ปัจจุบันผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางมากขึ้นเพราะเป็นส่วนหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการขายและการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพฯ เพื่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่ดี น่าสนใจต่อการอยู่อาศัย ตรงความต้องการของผู้ตัดสินใจซื้อบ้าน และเป็นแนวทางสำหรับการวางแผนพัฒนาการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสูงสุด ขอบเขตการวิจัยคือโครงการเพอร์เฟค เพลส เนื่องจากเป็นโครงการบ้านเดี่ยวระดับราคา 5 - 10 ล้านบาท ที่มีหลายโครงการกระจายตัวทั่วไปในกรุงเทพฯ และมีจำนวนผู้ซื้อที่คาดว่าจะได้ผลสำรวจที่เชื่อถือได้ โดยงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อระบุลักษณะความต้องการส่วนบุคคลที่สัมพันธ์ต่อการออกแบบภูมิทัศน์ พื้นที่ส่วนกลางโครงการบ้านเดี่ยวระดับราคา 5 - 10 ล้านบาท ตลอดจนเพื่อเสนอแนะข้อพิจารณาการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางโครงการบ้านเดี่ยวระดับราคา 5 - 10 ล้านบาท

การวิจัยเริ่มต้นด้วยการทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ซึ่งมีตำแหน่งภูมิสถาปนิก สถาปนิกหรือผู้ออกแบบ ฝ่ายวางแผนโครงการและการตลาด และสำรวจความต้องการส่วนบุคคลโดยใช้แบบสอบถามกับผู้ซื้อและกำลังจะซื้อโครงการ ผลจากแบบสัมภาษณ์พบว่าองค์ประกอบหลักของพื้นที่ส่วนกลาง ได้แก่ ทางเข้าโครงการ ถนนและทางเท้าภายในโครงการ สวนส่วนกลาง และสโมสร และปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์ได้แก่ การวางตำแหน่งที่ตั้ง ลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบ ขนาด และรูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอย ผลจากแบบสอบถามพบว่าองค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลางที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ความปลอดภัยของพื้นที่ทางเข้าโครงการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเป็นลำดับแรก โดยที่รูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอยของสวนส่วนกลางติดกับซุ้มทางเข้าโครงการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเป็นลำดับสุดท้าย ข้อพิจารณาในการออกแบบทางเข้าโครงการ ถนนและทางเท้าภายในโครงการ สวนส่วนกลาง และสโมสร ควรพัฒนาให้เป็นไปตามพฤติกรรมตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ โดยพบว่าผู้ซื้อให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตในโครงการพักอาศัยในด้านความปลอดภัยและความสะดวกในชีวิตประจำวันมากกว่าเรื่องขนาดและตำแหน่งของภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง

สาขาวิชา ภูมิสถาปัตยกรรม

ปีการศึกษา 2563

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาร่วม

5973331025 : MAJOR LANDSCAPE ARCHITECTURE

KEYWORD: landscape design, common area, purchasing decision, influence the decision, single housing projects

Kochamol Kaewprom : LANDSCAPE DESIGN OF PUBLIC AREAS INFLUENCING BUYING DECISION FOR SINGLE HOUSING PROJECTS IN BANGKOK : CASE STUDIES OF THE PERFECT PLACE PROJECTS. Advisor: Asst. Prof. CHAMAWONG SURIYACHAN, Ph.D. Co-advisor: Nilubol Klongvessa, Assoc. Prof.

Now real estate industry pays much attention to landscape design of public areas since it could influence decisions in buying homes for single housing projects in Bangkok. Also, it helps create good environment, respond to the needs of residents, meet buyer's consideration, and effectively act as a guidance for a project development. This study chose the Perfect Place projects since it stands for single housing projects ranging from 5 - 10 million baht. In addition, their locations are spreading around Bangkok Metropolitan Area and has adequate number of buyers to confirm the study results. The purpose of the study is 1) to identify homebuyers' needs to design landscapes for single housing projects ranging from 5 - 10 million baht and 2) to suggest design consideration for landscape design of public areas for single housing projects ranging from 5 - 10 million baht.

Research methods includes reviewing related literature and theories, interviewing involved stakeholders: owner, designers, sale and marketing teams. Moreover, this study distributes questionnaires survey to the project's buyers and potential buyers. The interview results revealed main aspects of public areas which were consisted of main entrances, streetscape, park, and clubhouses. The aspects of landscape design included locations, physical characteristics, size, activities and function. Furthermore, the results of the questionnaire found the public area elements influenced the purchasing decision. The safety of the main entrance area was the first to influence the purchasing decision. Types of activities and function of park near main entrances influenced buyers the least. Main entrances, streetscape, park, and clubhouses should be developed in line with the buyer's purchasing behavior. It was found that buyers place greater emphasis on the quality of life for single housing projects in terms of safety and convenience in daily life than on the size and location of the public area landscape.

Field of Study: Landscape Architecture

Student's Signature

Academic Year: 2020

Advisor's Signature

Co-advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดีเพราะได้รับความกรุณาชี้แนะและช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉมวรงค์ สุริยจันทร์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ นิลุบล คล่องเวสสะ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมวิทยานิพนธ์ ที่กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา และเสียสละเวลาอันมีค่าในการอบรมสั่งสอน ให้กำลังใจและคำปรึกษาเมื่อประสบปัญหาต่าง ๆ ด้วยความทุ่มเท

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อังสนา บุญโยภาส ประธานสอบวิทยานิพนธ์และเป็นอาจารย์ประจำภาควิชา ผู้จุดประกายหัวข้อวิทยานิพนธ์ รวมถึงให้ความเมตตาและคำชี้แนะในการวิจัย รองศาสตราจารย์ ดร. พัสตราภรณ์ ทิพย์โสธร กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมหาวิทยาลัย ที่สละเวลาในการประเมินผลวิทยานิพนธ์

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาภูมิสถาปัตยกรรมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้

ขอขอบพระคุณบุคลากรในบริษัท พีร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค จำกัด (มหาชน) ฝ่ายออกแบบและพัฒนาโครงการ ฝ่ายวางแผนโครงการและการตลาด และบริษัทฟิล ดีไซน์ สตูดิโอ จำกัด ที่สละเวลาในการให้สัมภาษณ์ ให้คำปรึกษา และให้ความร่วมมือในการสืบค้นข้อมูล

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณครอบครัวและญาติพี่น้อง คนสำคัญ เพื่อนของข้าพเจ้า และเพื่อนร่วมปี การศึกษาในภาควิชาภูมิสถาปัตยกรรม ที่ให้กำลังใจสละเวลาและคอยช่วยเหลือในการดำเนินงานได้อย่างสำเร็จลุล่วง

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้คงไม่สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้หากไม่ได้รับความอนุเคราะห์จากทุกท่านที่กล่าวมาข้างต้น ขอได้รับคำขอบคุณจากข้าพเจ้าไว้ ณ โอกาสนี้

กชมน แก้วพรหม

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฎ
สารบัญแผนภูมิ.....	ฏ
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	2
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	2
1.4 นิยามคำศัพท์.....	2
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	3
1.6 ระเบียบวิธีวิจัย.....	4
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางของโครงการบ้านพักอาศัย.....	8
2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ.....	15
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	19
2.4 สรุปเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	25
3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	26

3.2	ระเบียบวิธีวิจัย.....	27
3.3	กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	28
3.4	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	30
3.5	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	33
3.6	การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัย.....	35
บทที่ 4	ภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง	37
4.1	เพอร์เฟค เพลส รามอินทรา - วงแหวน.....	38
4.2	เพอร์เฟค เพลส วงแหวน - รามคำแหง.....	49
4.3	เพอร์เฟค เพลส พระราม 9 - กรุงเทพกรีฑา	55
4.4	เพอร์เฟค เพลส3 รามคำแหง - สุวรรณภูมิ.....	61
บทที่ 5	ผลการศึกษา และอภิปรายผลการศึกษา.....	64
5.1	การสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ ภูมิสถาปนิก สถาปนิกหรือผู้ออกแบบ ฝ่ายวางแผนโครงการ และการตลาด.....	64
5.2	ข้อมูลจากแบบสอบถามผู้ซื้อและกำลังจะซื้อ.....	65
5.3	อภิปรายผลการศึกษา	77
บทที่ 6	สรุปผล และข้อเสนอแนะ.....	82
6.1	สรุปผลการศึกษา.....	82
6.2	ข้อเสนอแนะและข้อพิจารณา.....	83
บรรณานุกรม.....		86
ภาคผนวก.....		89
	ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ภูมิสถาปนิก สถาปนิกหรือผู้ออกแบบ	90
	ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายวางแผนโครงการและการตลาด	93
	ภาคผนวก ค แบบสอบถามผู้ซื้อ และผู้กำลังตัดสินใจซื้อ.....	96

ภาคผนวก ง สรุบบแบบสอบถามปลายเปิด ผู้ประกอบการ ภูมิสถาปนิก สถาปนิกหรือผู้ออกแบบ เจ้าหน้าที่ฝ่ายวางแผนโครงการและการตลาด.....	103
ประวัติผู้เขียน.....	108



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 กรณีศึกษาโครงการเพอร์เฟค เพลส	3
ตารางที่ 3.1 แจกแจงการศึกษาข้อมูลงานวิจัยออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพฯ กรณีศึกษา โครงการเพอร์เฟค เพลส .	28
ตารางที่ 3.2 จำนวนและสัดส่วนการขายบ้านเดี่ยว ปี 2562 โครงการเพอร์เฟค เพลส ในเขต กรุงเทพฯ สํารวจ ณ เดือน พ.ย. 2562	32
ตารางที่ 3.3 การให้ระดับความสำคัญขององค์ประกอบพื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจซื้อ	34
ตารางที่ 3.4 การแปลความหมายของคะแนนขององค์ประกอบพื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อ	34
ตารางที่ 3.5 การให้ระดับความสำคัญการตัดสินใจซื้อจากปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ ส่วนกลาง	35
ตารางที่ 3.6 การแปลความหมายของการตัดสินใจซื้อจากปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ ส่วนกลาง	35
ตารางที่ 5.1 สรุปผลการวิเคราะห์การให้ความสำคัญในองค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลางมีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม	68
ตารางที่ 5.2 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลางที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวเป็นรายคู่.....	69
ตารางที่ 5.3 สรุปผลการวิเคราะห์การให้ความสำคัญในการออกแบบภูมิทัศน์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โครงการบ้านเดี่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	70
ตารางที่ 5.4 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการออกแบบภูมิทัศน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อโครงการบ้านเดี่ยวเป็นรายคู่	71
ตารางที่ 5.5 สรุปผลการศึกษารายละเอียดปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์ทางเข้าโครงการที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม	72

ตารางที่ 5.6 สรุปผลการศึกษารายละเอียดปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์สวนส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม	74
ตารางที่ 5.7 สรุปผลการศึกษารายละเอียดปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์สโมสรที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม	75
ตารางที่ 5.8 สรุปผลการศึกษารายละเอียดปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์ถนนและทางเท้าภายใน โครงการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	76
ตารางที่ 5.9 ผลการศึกษาการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อและผู้กำลังตัดสินใจซื้อจากแบบสอบถาม	77
ตารางที่ ง.1 ข้อมูลในด้านแนวคิดและการให้ความสำคัญเรื่องการออกแบบภูมิทัศน์ของพื้นที่ ส่วนกลาง	105

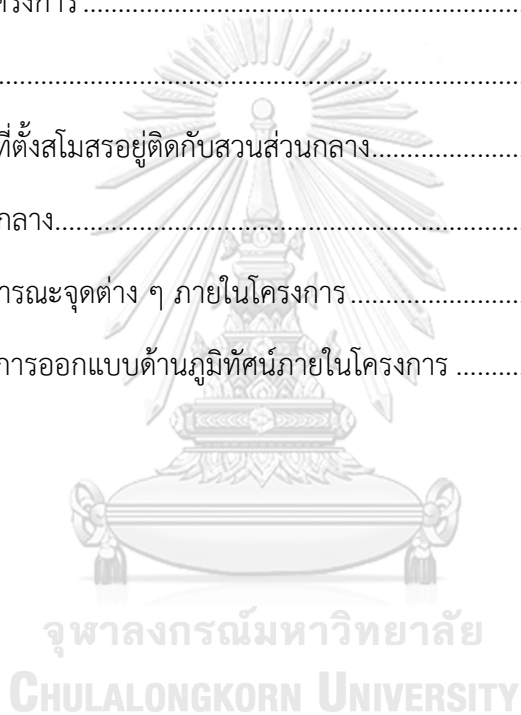


สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	4
ภาพที่ 1.2 ระเบียบวิธีวิจัย	5
ภาพที่ 2.1 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค 5 ขั้นตอน	16
ภาพที่ 3.1 แผนผังกรอบแนวคิด.....	26
ภาพที่ 3.2 ระเบียบวิธีวิจัย	27
ภาพที่ 4.1 ตำแหน่งที่ตั้งกรณีศึกษาโครงการเพอร์เฟคเพลส.....	38
ภาพที่ 4.2 แผนผังวางตำแหน่งที่ตั้ง.....	39
ภาพที่ 4.3 ทางเข้าโครงการหลัก A	39
ภาพที่ 4.4 ระบบรักษาความปลอดภัยและถนนหลักของทางเข้าโครงการหลัก B	39
ภาพที่ 4.5 ภาพรวมการออกแบบด้านภูมิทัศน์ภายในโครงการ.....	40
ภาพที่ 4.6 สโม่สรที่ใช้ร่วมกัน.....	41
ภาพที่ 4.7 แผนผังวางตำแหน่งที่ตั้ง.....	41
ภาพที่ 4.8 ทางเข้าโครงการ	42
ภาพที่ 4.9 สวนส่วนกลาง.....	42
ภาพที่ 4.10 สวนส่วนกลาง.....	43
ภาพที่ 4.11 ถนนและทางเท้าภายในโครงการ.....	43
ภาพที่ 4.12 แผนผังวางตำแหน่งที่ตั้ง	44
ภาพที่ 4.13 ทางเข้าโครงการ	45
ภาพที่ 4.14 ถนนและทางเท้าภายในโครงการ.....	45
ภาพที่ 4.15 แผนผังวางตำแหน่งที่ตั้ง	46
ภาพที่ 4.16 ทางเข้าโครงการติดกับสวนส่วนกลาง	46
ภาพที่ 4.17 ทางเข้าโครงการ	47

ภาพที่ 4.18 ส่วนส่วนกลาง.....	47
ภาพที่ 4.19 ผังการวางตำแหน่งที่ตั้ง	48
ภาพที่ 4.20 ทางเข้าโครงการเชื่อมต่อกับส่วนส่วนกลาง	48
ภาพที่ 4.21 ทางเข้าโครงการ	48
ภาพที่ 4.22 ส่วนส่วนกลาง.....	49
ภาพที่ 4.23 ประติมากรรมตกแต่งภายในโครงการ	49
ภาพที่ 4.24 ผังการวางตำแหน่งที่ตั้ง	50
ภาพที่ 4.25 ภาพรวมการออกแบบด้านภูมิทัศน์ภายในโครงการ	50
ภาพที่ 4.26 สโมสรรที่ใช้ร่วมกัน.....	51
ภาพที่ 4.27 ผังการวางตำแหน่งที่ตั้ง	52
ภาพที่ 4.28 ทางเข้าโครงการที่มา : Property Perfect.....	52
ภาพที่ 4.29 ส่วนส่วนกลาง.....	52
ภาพที่ 4.30 ประติมากรรมตกแต่งภายในโครงการ	53
ภาพที่ 4.31 ผังการวางตำแหน่งที่ตั้ง	54
ภาพที่ 4.32 ทางเข้าโครงการ	54
ภาพที่ 4.33 ถนนและทางเท้าภายในโครงการ.....	54
ภาพที่ 4.34 ส่วนส่วนกลาง.....	55
ภาพที่ 4.35 ลักษณะทางกายภาพของการออกแบบด้านภูมิทัศน์	55
ภาพที่ 4.36 ผังการวางตำแหน่งที่ตั้ง	55
ภาพที่ 4.37 ทางเข้าโครงการหลัก.....	56
ภาพที่ 4.38 ภาพรวมการออกแบบด้านภูมิทัศน์ภายในโครงการ	56
ภาพที่ 4.39 ผังการวางตำแหน่งที่ตั้ง	57
ภาพที่ 4.40 ทางเข้าโครงการ	57
ภาพที่ 4.41 ส่วนส่วนกลาง.....	58

ภาพที่ 4.42 ภาพรวมงานออกแบบภูมิทัศน์ภายในโครงการ	58
ภาพที่ 4.43 ถนนและทางเท้าภายในโครงการ	58
ภาพที่ 4.44 ผังการวางตำแหน่งที่ตั้ง	59
ภาพที่ 4.45 ทางเข้าโครงการ	60
ภาพที่ 4.46 สวนส่วนกลาง.....	60
ภาพที่ 4.47 ผังการวางตำแหน่งที่ตั้ง	61
ภาพที่ 4.48 ทางเข้าโครงการ	62
ภาพที่ 4.49 สโมสร	62
ภาพที่ 4.50 ตำแหน่งที่ตั้งสโมสรอยู่ติดกับสวนส่วนกลาง.....	62
ภาพที่ 4.51 สวนส่วนกลาง.....	62
ภาพที่ 4.52 พื้นที่สาธารณะจุดต่าง ๆ ภายในโครงการ	63
ภาพที่ 4.53 ภาพรวมการออกแบบด้านภูมิทัศน์ภายในโครงการ	63



สารบัญแผนภูมิ

หน้า

แผนภูมิที่ 5.1 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	66
แผนภูมิที่ 5.2 สรุปผลการศึกษารายองค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลางที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบ แบบสอบถาม	67
แผนภูมิที่ 5.3 สรุปผลการศึกษาปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบ แบบสอบถาม	70



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“บ้าน” เป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำรงชีวิตและมีราคาสูง ดังนั้น การเลือกและการตัดสินใจซื้อบ้านจึงเป็นเรื่องสำคัญ (มานพ พงศทัต, 2560) จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นในยุคเบบี้บูมเมอร์ (พ.ศ. 2548-2507) ทำให้ความต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น จำนวนอัตรการขยายครัวเรือนในปี 2553-2562 โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ ทำให้มีโครงการที่พักอาศัยแนวราบเกิดขึ้นหลายโครงการ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563) และบ้านระดับราคา 5 – 10 ล้านบาท มีสัดส่วนการขายได้มากที่สุด ในเขตกรุงเทพฯ (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2562) ผู้ประกอบการด้านอสังหาริมทรัพย์จึงสร้างจุดเด่นที่แตกต่างกันออกไป ที่ผ่านมามีการจัดสรรที่ดินจะดำเนินการภายใต้ประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 286 หรือ ปว.286 ซึ่งในช่วงเวลานั้นไม่ได้ให้ความสำคัญพื้นที่ส่วนกลางมากนัก ต่อมาเมื่อกรมที่ดินผลักดันให้มีการประกาศใช้ พ.ร.บ.การจัดสรรที่ดิน พ.ศ.2543 เริ่มมีการใช้พื้นที่ส่วนกลางเพื่อการแข่งขันทางการตลาดมากขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้พื้นที่ส่วนกลางเป็นส่วนสำคัญในการขายและการตัดสินใจซื้อ เพราะส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัย (เดชา บุญค้ำ และฉันทชัย โรจนะสมิต, 2544) พื้นที่ส่วนกลางที่มีในโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยวในปัจจุบันประกอบด้วย 1) ทางเข้าโครงการ 2) สวนส่วนกลาง 3) สโมสร 4) ถนน และทางเท้าภายในโครงการ (เสรีชัย โชติพานิช และคณะ, 2559)

การวิจัยนี้ต้องการศึกษาการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เพื่อเป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจแก่ผู้ประกอบการสำหรับการวางแผนพัฒนาการออกแบบพื้นที่ภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางของโครงการที่อยู่อาศัยประเภทเดียวกัน

ผู้วิจัยได้เลือกกรณีศึกษาเป็นโครงการเพอร์เฟค เพลส ที่มีระดับราคา 5 – 10 ล้านบาท ของบริษัท พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค ที่ดำเนินธุรกิจพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์โครงการที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮ้าส์ และคอนโดมิเนียมเพื่อขายเป็นหลัก มีการเปิดตัวโครงการใหม่อย่างต่อเนื่องที่กระจายอยู่ในเขตกรุงเทพฯ เป็นบริษัทที่ให้ความสำคัญกับการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางเพื่อคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัย มีการเพิ่มความร่มรื่นภายในโครงการด้วยต้นไม้ทะเลสาบ จัดสวนภายในโครงการเพื่อสร้างบรรยากาศธรรมชาติ จัดให้มีสโมสรส่วนกลางและบริการ

ต่าง ๆ เนื่องจากเป้าหมายงานวิจัยนี้เน้นเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้ที่ซื้อและกำลังจะซื้อ ซึ่งได้รับความร่วมมือจากบริษัท โดยพรีอเพอร์ดี เพอร์เฟค ให้เก็บข้อมูลในส่วนนี้

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาองค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลางที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์ของพื้นที่ส่วนกลางที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.3 เพื่อเสนอแนะข้อพิจารณาการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางโครงการบ้านในเขต กรุงเทพมหานคร

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1.3.1 การให้ความสำคัญขององค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลาง (Public Areas) ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

1.3.2 การให้ความสำคัญของการออกแบบภูมิทัศน์ (Landscape Design) ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

1.4 นิยามคำศัพท์

นิยามคำศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา มีดังต่อไปนี้

“ลักษณะส่วนบุคคลผู้ซื้อ” หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวโดยทั่วไปของผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, ระดับรายได้ต่อบุคคล และต่อครัวเรือน

“การตัดสินใจซื้อ” หมายถึง การนำแนวทางเลือกตั้งแต่ 2 ทางเลือกขึ้นไป นำมาใช้ประกอบการตัดสินใจทางเลือกที่ดีที่สุดในการซื้อสินค้า

“โครงการบ้านเดี่ยว” หมายถึง โครงการจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยว แบรินด์ เพอร์เฟค เพลส ในเขตกรุงเทพฯ ของบริษัท พรีอเพอร์ดี เพอร์เฟค ระดับราคา 5-10 ล้านบาท มีปัจจัยด้านราคาที่มีผลจากราคาที่ดิน, ทำเลที่ตั้งของโครงการ และขนาดพื้นที่บ้าน ที่มีขนาดใกล้เคียงกัน

“พื้นที่ส่วนกลาง” หมายถึง ทางเข้าโครงการ, สวนส่วนกลาง, สโมสร, ถนนและทางเท้า ภายในโครงการบ้านจัดสรร

“การออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง” หมายถึง ตำแหน่งที่ตั้ง, ขนาด, รูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอย และลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบ

“ ผู้ขาย ” หมายถึง ผู้ประกอบการ ภูมิสถาปนิก สถาปนิกหรือผู้ออกแบบ ฝ่ายวางแผนโครงการและการตลาด

“ ผู้ซื้อ ” หมายถึง บุคคลหรือนิติบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่ได้ซื้อหรือกำลังตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ในงานวิจัยนี้หมายถึง ผู้ซื้อที่ผ่านการโอนกรรมสิทธิ์ และผู้กำลังจะซื้อจริงที่ยังไม่ผ่านการโอนกรรมสิทธิ์

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านพื้นที่การศึกษา

คัดเลือกจากโครงการเพอร์เฟคเพลส ระดับราคา 5 - 10 ล้านบาท ที่เปิดขายในปี 2560-2562 ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 9 โครงการ ดังตาราง 1

ตารางที่ 1.1 กรณีศึกษาโครงการเพอร์เฟค เพลส

ลำดับ	ชื่อโครงการ	ลำดับ	ชื่อโครงการ
1	เพอร์เฟค เพลส รามอินทรา - วงแหวน	3	เพอร์เฟค เพลส พระราม 9 - กรุงเทพฯ
	1.1 เพอร์เฟค เพลส รามอินทรา - วงแหวน เฟส 1		กรีธา 3.1 เพอร์เฟค เพลส พระราม 9 - กรุงเทพฯ
	1.2 เพอร์เฟค เพลส รามอินทรา - วงแหวน (ดีเอ็กคลูซีฟ)		กรีธา เฟส 1
	1.3 เพอร์เฟค เพลส รามอินทรา - วงแหวน เฟส 2		3.2 เพอร์เฟค เพลส พระราม 9 - กรุงเทพฯ
	1.4 เพอร์เฟค เพลส รามอินทรา - วงแหวน เฟส 3		กรีธา เฟส 2
2	เพอร์เฟค เพลส วงแหวน - รามคำแหง	4	เพอร์เฟค เพลส รามคำแหง - สุวรรณภูมิ
	2.1 เพอร์เฟค เพลส วงแหวน - รามคำแหง เฟส 1		4.1 เพอร์เฟค เพลส 3 รามคำแหง - สุวรรณภูมิ
	2.2 เพอร์เฟค เพลส วงแหวน - รามคำแหง เฟส 2		

1.5.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ในการวิจัยเรื่อง การออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพฯ กรณีศึกษา โครงการเพอร์เฟค เพลส กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

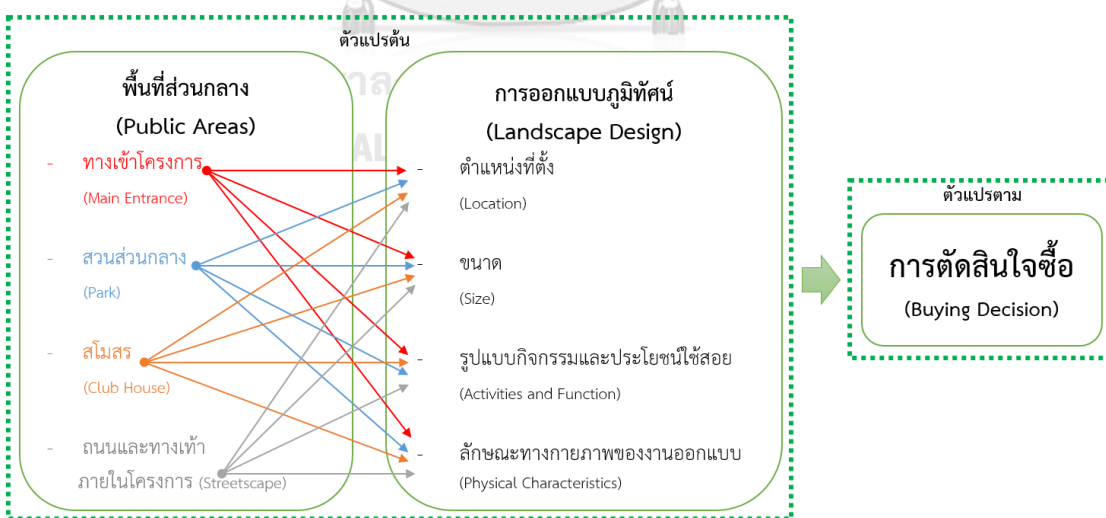
1.5.2.1 ตัวแปรต้น ประกอบด้วย

- 1) องค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลาง (Public Areas) ได้แก่
 - (1) ทางเข้าโครงการ (Main Entrance)
 - (2) สวนส่วนกลาง (Park)
 - (3) สโมสร (Club House)
 - (4) ถนนและทางเท้าภายในโครงการ (Streetscape)
- 2) การออกแบบภูมิทัศน์ (Landscape Design)
 - (1) ตำแหน่งที่ตั้ง (Location)
 - (2) ขนาด (Size)
 - (3) รูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอย (Activities and Function)
 - (4) ลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบ (Physical Characteristics)

1.5.2.2 ตัวแปรตาม

- 1) การตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยว

1.6 ระเบียบวิธีวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วัตถุประสงค์	วิธีเก็บข้อมูล	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	วิเคราะห์
- เพื่อศึกษาองค์ประกอบและลักษณะทางกายภาพของการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางโครงการบ้านเดี่ยว	แบบสอบถาม ชุดที่ 1	ผู้ประกอบการ ภูมิสถาปนิก สถาปนิก หรือผู้ออกแบบ ฝ่ายวางแผนโครงการ และการตลาด	- ผู้ประกอบการ 3 ชุด - ภูมิสถาปนิก สถาปนิก หรือผู้ออกแบบ 5 ชุด - ฝ่ายวางแผนโครงการ และการตลาด 4 ชุด	- เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างคำถามปลายเปิดของแบบสอบถามกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อและกำลังจะซื้อ
- เพื่อศึกษาลักษณะความต้องการส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์ต่อการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางโครงการบ้านเดี่ยว	แบบสอบถาม ชุดที่ 2	ชื่อและผู้ที่กำลังจะซื้อโครงการ	350 คน	- สถิติที่ใช้บรรยายสรุปคุณลักษณะของข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง สรุปและแปลความหมายเฉพาะกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายเท่านั้น โดยใช้การแจกแจงความถี่ เช่น ค่าร้อยละ ใช้การวัดแนวโน้มเข้าสู่ศูนย์กลาง เช่น ค่าเฉลี่ย และใช้การกระจายของข้อมูลเช่น ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- สรุปข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยว				

ภาพที่ 1.2 ระเบียบวิธีวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัยมีผังดำเนินงานวิจัยที่จะศึกษา ดังภาพ 1.2 มีวิธีเก็บข้อมูลของประชากรกลุ่มตัวอย่าง และเครื่องมือในการวิเคราะห์โดยเรียงตามวัตถุประสงค์

1. ทบทวนวรรณกรรมโดยศึกษาทฤษฎี ขององค์ประกอบและลักษณะทางกายภาพของการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง และลักษณะความต้องการส่วนบุคคล

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางของโครงการบ้านเดี่ยว

1.1.1 องค์ประกอบพื้นที่ส่วนกลางโครงการบ้านเดี่ยว

1.1.2 การออกแบบพื้นที่ส่วนกลางโครงการบ้านเดี่ยว

1.1.3 ลักษณะพฤติกรรมการใช้พื้นที่ส่วนกลางโครงการบ้านเดี่ยว

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

1.2.1 ความหมายของการตัดสินใจ

1.2.2 การระบุนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

1.2.3 ส่วนผสมการตลาด

1.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. ศึกษาข้อมูลจากประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามขอบเขตด้านพื้นที่ กำหนดกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง ตำแหน่งงานของเจ้าหน้าที่กลุ่มผู้ประกอบการ ได้แก่ ภูมิสถาปนิก สถาปนิกหรือผู้ออกแบบ เจ้าหน้าที่

ฝ่ายวางแผน โครงการและการตลาด เพื่อนำข้อมูลเชิงคุณภาพมาวิเคราะห์และกำหนดแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อและกำลังจะซื้อที่จะเก็บต่อไป

2.2 คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้ที่ซื้อและกำลังจะซื้อโครงการเพอร์เฟค เพลส ในเขตกรุงเทพฯ จากข้อมูลยอดขาย ณ เดือน พ.ย. 2560 ของบริษัท พร็อพเพอร์ตี้เพอร์เฟค ได้เป็นจำนวน 931 คน และใช้วิธีคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโรยามาเน่ (Yamane, 1967 : 887) ที่ช่วงความเชื่อมั่น 95% กำหนดความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05 ได้เป็นจำนวน 280 ตัวอย่าง สำหรับข้อมูลเชิงปริมาณ

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย

- แบบสัมภาษณ์ ใช้กับผู้ประกอบการ ภูมิสถาปนิก สถาปนิกหรือผู้ออกแบบ ฝ่ายวางแผนโครงการและการตลาด เป็นคำถามเกี่ยวกับประเด็นในด้านแนวคิดและการให้ความสำคัญเรื่องการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง โครงการบ้านเดี่ยว ราคา 5 - 10 ล้านบาท ในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาแนวโน้มการพัฒนาการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง

- แบบสอบถาม สอบถามจากผู้ซื้อและกำลังจะซื้อโครงการ

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนต่าง ๆ ดังนี้

- สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้บรรยายสรุปลักษณะของข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

- สถิติเชิงอนุมาน หรือสถิติอ้างอิง ซึ่งเป็นสถิติที่อธิบายลักษณะตัวแปรของกลุ่มประชากรเป้าหมาย ผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ และทำการทดสอบวิเคราะห์ข้อมูลตามคำถามงานวิจัยเพื่อวิเคราะห์เรื่องการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพฯ กรณีศึกษา โครงการเพอร์เฟค เพลส

- สังเคราะห์ข้อมูล โดยนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดมาสังเคราะห์กับแนวคิดของผู้ขาย เพื่อสรุปให้เกิดประโยชน์กับงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่เกี่ยวข้องเรื่องการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกันต่อไป

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 เป็นข้อมูลสำหรับนักวิชาการหรือนักออกแบบในการนำไปใช้เป็นแนวทางการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางของโครงการที่อยู่อาศัยประเภทอื่น ๆ ในครั้งต่อไป

1.7.2 ช่วยให้ผู้ออกแบบและผู้ประกอบการเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย และเห็นความสำคัญทางด้านภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางเพื่อนำมาวิเคราะห์เกณฑ์ในการออกแบบโครงการบ้านเดี่ยวที่มีระดับราคาขายตั้งแต่ 5 - 10 ล้านบาทขึ้นไปของผู้ขาย นำไปสู่งานออกแบบที่ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษางานวิจัยเรื่อง “การออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล : กรณีศึกษา โครงการเพอร์เฟค เพลส” โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิดทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยมีรายละเอียดดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางของโครงการบ้านเดี่ยว
 - 2.1.1 องค์ประกอบพื้นที่ส่วนกลางโครงการบ้านเดี่ยว
 - 2.1.2 การออกแบบพื้นที่ส่วนกลางโครงการบ้านเดี่ยว
 - 2.1.3 ลักษณะพฤติกรรมการใช้พื้นที่ส่วนกลางโครงการบ้านเดี่ยว
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ
 - 2.2.1 ความหมายของการตัดสินใจ
 - 2.2.2 การกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ
 - 2.2.3 ส่วนผสมการตลาด
- 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางของโครงการบ้านพักอาศัย

2.1.1 องค์ประกอบพื้นที่ส่วนกลางโครงการบ้านเดี่ยว

ในโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภท “โครงการบ้านเดี่ยว” มีองค์ประกอบหลายๆ อย่าง นอกจากการที่มีสาธารณูปโภคที่ดีและมีมาตรฐานแล้ว จากข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายจัดสรรที่ดิน พรบ. จัดสรรที่ดิน 2543 ได้กล่าวว่าพื้นที่ส่วนกลาง จะสามารถจำแนกออกได้เป็น 4 กลุ่มได้แก่

1. ระบบสาธารณูปโภคหรือระบบประกอบอาคารโดยที่ระบบสาธารณูปโภคของโครงการแนวราบ ได้แก่ ทางเท้า ระบบรักษาความปลอดภัย
 2. พื้นที่ส่วนกลางและสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการแนวราบ ได้แก่ สวนส่วนกลาง อาคารสโมสร ที่จอดรถ
 3. สิ่งแวดล้อมได้แก่ทะเลสาบ ลำน้ำสาธารณะที่ผ่านเข้ามาในหมู่บ้าน
 4. พื้นที่อื่น ๆ เช่น สิ่งที่ระดับโครงการ ได้แก่ ซุ้มทางเข้าโครงการ ประตูทางเข้าหมู่บ้าน
- พื้นที่ส่วนกลางของโครงการบ้านเดี่ยว ในเอกสารการจัดการนิติบุคคลหมู่บ้านจัดสรร (เสรีชัย โชติพานิช และคณะ, 2559) มีการแบ่งองค์ประกอบพื้นที่ส่วนกลางของโครงการบ้านเดี่ยว ได้แก่

2.1.1.1 ทางเข้าโครงการ

เป็นส่วนสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงความสวยงาม เป็นจุดขาย เป็นเอกลักษณ์ของโครงการ ประกอบด้วย ซุ้มประตูทางเข้า รั้วแสดงขอบเขต ภูมิทัศน์โดยรอบ จะมีทางเข้า-ออก(ไม่เป็นที่ดินตาบอด) มีตำแหน่งอยู่หน้าโครงการ มีการจัดระบบรักษาความปลอดภัยอย่างเป็นระบบและมีมาตรฐานให้ความรู้สึกมั่นใจ (เสริชย์ โชติพานิช และคณะ, 2559)

2.1.1.2 สโมสร หรือสิ่งปลูกสร้างที่จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวก

สโมสรเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจซื้อ เจ้าของโครงการได้จัดให้มีสโมสรเพื่อบริการผู้ซื้อ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ นอกจากนั้นยังมีกิจกรรมใช้สอยที่สอดคล้องกันของพื้นที่ภายในและภายนอกอาคาร สำหรับใช้ทำกิจกรรมคนเดียวหรือเป็นกลุ่ม (สมบัติ กาญจนกิจ, 2557: 4) ภายในสโมสรอาจจะประกอบไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคที่หลากหลาย เช่น ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ ที่จอดรถ สนามเด็กเล่นในอาคาร

2.1.1.3 สวนส่วนกลาง

นิยามทั่วไปของสวนส่วนกลาง หมายถึง บริเวณที่เว้นว่างในชุมชนที่ได้รับการจัดเตรียมและออกแบบไว้เป็นส่วน เป็นการใช้ประโยชน์ที่ดินรูปแบบหนึ่งที่มีความจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน ทำกิจกรรมพักผ่อนหย่อนใจในรูปแบบต่าง ๆ มักประกอบไปด้วย ต้นไม้หลากหลายชนิด สนามหญ้า สระน้ำ น้ำพุ รูปปั้น ที่นั่งพักผ่อน รวมทั้งลานอเนกประสงค์ เป็นต้น (เดชา บุญค้ำ และฉนวนชัย โรจนะสมิต, 2544)

สวนส่วนกลางและสถานที่พักผ่อนหย่อนใจในความหมายของ เอ็ดมุนด์ วิสมหมาย (2527) กล่าวว่า เป็นสถานที่ที่ช่วยให้เกิดความสมดุลระหว่างสิ่งก่อสร้างและธรรมชาติ โดยให้แนวคิดว่าเป็นพื้นที่ที่ใช้ออกกำลังกายและพักผ่อนทางด้านจิตใจ หลังจากภารกิจประจำวัน สถานที่เหล่านี้จะมีทางเดินที่ร่มรื่น อาจจะประดับด้วย น้ำพุ แก้วใส แสงไฟ เพื่อทำให้ผู้ใช้เกิดความพึงพอใจและปลอดภัย

(Arnold, 1974 อ้างถึงใน ฌภัทร ณ ลำพูน, 2556) ได้ให้ความหมายของ “สวนส่วนกลาง” ว่า คือ พื้นที่เปิดโล่งที่มีการจัดภูมิทัศน์ให้เกิดความสวยงามเท่าที่จะทำได้ องค์ประกอบภายในพื้นที่สาธารณะมักประกอบด้วยต้นไม้หลากหลายชนิด สนามหญ้า สระน้ำ น้ำพุ รูปปั้นที่ นั่งพักผ่อน รวมทั้งลานอเนกประสงค์

ในด้านกฎหมายข้อกำหนดเกี่ยวกับการจัดสรรที่ดินในกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2544 หมวด 8 เกี่ยวกับการอื่นที่จำเป็นต่อการรักษาสภาพแวดล้อม การส่งเสริมสภาพความเป็นอยู่และการบริหารชุมชนข้อ 12 กำหนดไว้ว่า ให้เจ้าของโครงการกันพื้นที่ไว้เพื่อจัดทำสวน สนามเด็กเล่น หรือสนามกีฬา โดยคำนวณจากพื้นที่จัดจำหน่ายไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ทั้งนี้ไม่ให้นำแบ่งแยกออกเป็นแปลง

ย่อยหลายแห่ง เว้นแต่เป็นการกันพื้นที่แต่ละแห่งไว้ไม่ต่ำกว่าหนึ่งไร่ โดยจะต้องมีขนาดและรูปร่างที่เหมาะสม สะดวกแก่การใช้สอย

เดชา บุญค้ำ และฉนวนชัย โรจนะสมิต (2544) ได้ให้ความหมาย พื้นที่ส่วนกลาง หมายถึง พื้นที่ที่ผู้ประกอบการจะเอาไว้ตามกฎหมาย สามารถใช้ประโยชน์และออกแบบวางผังให้ตรงกับพฤติกรรมการใช้ของผู้อยู่อาศัย ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องให้ความสำคัญในด้านคุณภาพ ซึ่งเนื้อหาที่ว่าด้วยคุณภาพนี้ ได้แก่ การออกแบบให้เหมาะสมต่อความต้องการและพฤติกรรมใช้งานของผู้อยู่อาศัยอย่างแท้จริง โดยเน้นย้ำว่าพื้นที่ส่วนกลางที่ดีจะต้องสนองประโยชน์ใช้สอยแก่ผู้ใช้สูงสุด และต้องสวยงาม โดยให้ข้อสังเกตว่าพื้นที่ส่วนกลางมักสร้างตามใจผู้สร้างมากกว่าผู้ใช้

พื้นที่ส่วนกลางเป็นปัจจัยสำคัญที่ถึงแม้จะเป็นปัจจัยเสริม แต่พื้นที่ส่วนกลางกับการอยู่อาศัยก็มีความสัมพันธ์กันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยในโครงการ หรือชุมชนนั้น ๆ ในปัจจุบันพื้นที่ส่วนกลางเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้อยู่อาศัยให้ความสนใจ และใช้เป็นปัจจัยในการเลือกซื้อโครงการทำให้ผู้ประกอบการโครงการแต่ละโครงการได้นำพื้นที่ส่วนกลางมาเป็นจุดขายของโครงการ

สวนส่วนกลางเป็นพื้นที่สำคัญสำหรับการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของผู้อยู่อาศัย สามารถจำกัดความหมายของสวนส่วนกลางว่า พื้นที่เปิดโล่งที่มีการจัดภูมิทัศน์ให้เกิดความสวยงาม โดยจัดให้เป็นพื้นที่พักผ่อนปะสนทนา หรือเดินเล่นเพื่อความสดชื่น (Whittick & Whittick, 1974) เนื่องจากสวนส่วนกลางนั้นมีความสำคัญที่สามารถใช้ประโยชน์ได้หลายรูปแบบจึงมีการกำหนดรายละเอียดของสวนส่วนกลางตามพระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดิน พ.ศ. 2543 ในหมวดสาธารณูปโภคและบริการสาธารณะกำหนดไว้ว่า ผู้จัดสรรจะต้องจัดให้มีพื้นที่สวนสาธารณะร้อยละ 5 ของพื้นที่จัดจำหน่าย หลักเกณฑ์การจัดทำแผนผัง โครงการ และวิธีในการจัดสรรที่ดิน ของสำนักส่งเสริมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ กรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย (2550) ข้อ 33 ได้กล่าวว่า สวนส่วนกลางต้องมีที่ตั้งขนาดและรูปร่างที่เหมาะสม สะดวกแก่การเข้าใช้ประโยชน์ มีระยะแต่ละด้านไม่ต่ำกว่า 10 เมตร และให้ปลูกไม้ยืนต้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของพื้นที่สวนตามหลักวิชาการของภูมิสถาปัตยกรรม และแบ่งสวนส่วนกลางตามลักษณะทางกายภาพได้เป็น 2 ประเภทคือ สวนสาธารณะแบบรวม กับสวนสาธารณะแบบกระจาย ("ราชกิจจานุเบกษา," 2550, 23 กุมภาพันธ์; ไอริน ภาณุวัฒน์วินัย, 2557) ซึ่งสวนส่วนกลางที่ดีต้องมีขนาดรูปร่างที่ชัดเจนไม่กำกวม (เดชา บุญค้ำ และฉนวนชัย โรจนะสมิต, 2544)

สวนส่วนกลางเป็นสถานที่ที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของคนในโครงการหมู่บ้านจัดสรร ("ราชกิจจานุเบกษา," 2543, 23 พฤษภาคม) องค์ประกอบภายในสวนส่วนกลางมักประกอบด้วยต้นไม้หลากหลายชนิด ทางเท้า สนามหญ้า สระน้ำ รูปปั้น ที่นั่งพักผ่อน รวมทั้งลานอเนกประสงค์ (ณภัทร ณ ลำพูน, 2556)

สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร (2542) ได้แบ่งแยกประเภทของพื้นที่สาธารณะที่แตกต่างกันออกไปในด้านต่าง ๆ ซึ่งความแตกต่างเหล่านี้จะบอกถึงลำดับชั้นของพื้นที่สาธารณะ ได้แก่ ตำแหน่งที่ตั้ง, ขนาด, รูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอย, ลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบ

2.1.1.4 ถนนและทางเท้าภายในโครงการ

ถนนและทางเท้าเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับชีวิตประจำวันของผู้อาศัย ซึ่งจะต้องมีการออกแบบและกำหนดสัดส่วนที่ชัดเจนและเหมาะสมกับโครงการ โดยการออกแบบวางผัง มี 2 รูปแบบ ดังนี้ 1) การวางผังแบบตาราง (Grid) 2) การวางผังแบบปลายตัน (Cul-de-sec) มีการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของลักษณะทางกายภาพของการออกแบบผังโครงการ ที่มีผลต่อความสำคัญของผู้อยู่อาศัย ได้ข้อสรุปว่า ผู้อยู่อาศัยแบบถนนปลายตันรู้จักเพื่อนบ้าน สามารถจดจำเพื่อนบ้าน มีระดับความสนิทสนม มีการร่วมมือระหว่างผู้อยู่อาศัย มีระดับความถี่ในการออกไปเดินเล่น และการใช้สถานที่ของเด็กภายในโครงการก็มีมากกว่าถนนแบบตาราง (ไอริณ ภาณุวัฒนวิชัย, 2557)

พ.ร.บ.จัดสรรที่ดิน พ.ศ. 2543 เรื่องถนนภายในโครงการ ถนนนั้นเป็นสิ่งที่เอาไว้สัญจร ไป - มา โดยถนนมีลักษณะคือมีความกว้างของหน้าที่ดินแปลงย่อยในโครงการแต่ละแปลงที่ติดถนนสำหรับใช้เป็นทางเข้าออกของรถยนต์ต้องกว้างไม่น้อยกว่า 4.00 เมตร ขนาดของถนนที่ต้องจัดให้มีการจัดสรรที่ดินแต่ละโครงการให้มีความกว้างของเขตทาง และผิวจราจร ซึ่งขึ้นอยู่กับแปลงย่อยของโครงการนั้น ๆ เช่น โครงการที่มีขนาด 19 – 50 ไร่ ต้องมีความกว้างของเขตทางไม่ต่ำกว่า 12.00 เมตร ขนาดพื้นที่ 50 ไร่ แต่ไม่เกิน 100 ไร่ ต้องมีความกว้างของเขตทางไม่ต่ำกว่า 16.00 เมตร ความยาวของถนนที่เป็นเส้นตรงไม่เกินกว่า 600 เมตร ถนนที่เป็นถนนตันต้องมีที่กักรถทุกระยะไม่เกิน 100 เมตร และที่ปลายตันที่กักรถ ต้องจัดให้มีมาตรฐาน ดังนี้

1. กรณีที่เป็นวงเวียน ต้องมีรัศมีความโค้งวัดถึงกึ่งกลางถนนไม่ต่ำกว่า 6.00 เมตร และผิวจราจรไม่ต่ำกว่า 4.00 เมตร
2. กรณีเป็นรูปตัวที ต้องมีความยาวสุทธิของไหล่ตัวที่ด้านละไม่ต่ำกว่า 5.00 เมตร ทั้งสองด้าน และผิวจราจรไม่ต่ำกว่า 4.00 เมตร
3. กรณีเป็นรูปตัวแอล ต้องมีความยาวสุทธิของขาแต่ละด้านละไม่ต่ำกว่า 5.00 เมตร และผิวจราจรไม่ต่ำกว่า 4.00 เมตร
4. กรณีเป็นรูปตัววาย ต้องมีความยาวสุทธิของแขนตัววาย ด้านละไม่ต่ำกว่า 5.00 เมตร และผิวจราจรไม่ต่ำกว่า 4.00 เมตร

ถนนของโครงการหมู่บ้านจัดสรรมักจะมีการจัดหรือการตกแต่งบริเวณไหล่ทาง (จรัสพิมพ์ บุญญานันต์, 2554) หรือบางโครงการจะทำถนนที่มีขนาดใหญ่พร้อมกับพื้นที่จอดรถบริเวณริมถนน ซึ่งการออกแบบถนนของโครงการในหมู่บ้านจัดสรรนั้นจะมีการออกแบบที่อิงกับ พ.ร.บ.จัดสรรที่ดิน พ.ศ. 2543 รายละเอียดพอสังเขป นอกจากนี้เรื่องของความกว้างและทางเท้าควรจะมี

กว้างอย่างน้อย 1.50 เมตร หรืออาจจะมี ความกว้างมากขึ้นหากบริเวณดังกล่าวมีกิจกรรมอื่นร่วมด้วย เช่น การวิ่ง เดิน หรือ การปั่นจักรยาน และความสูงของทางเท้าควรมีความสูงจากพื้นถนน 12–15 ซม. เพื่อความปลอดภัยของผู้ใช้ทางเท้า โดยการออกแบบบริเวณทางเท้าอาจจะมีการปรับภูมิทัศน์ เช่น ต้นไม้ ม้านั่ง ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่จะช่วยให้บริเวณทางเท้ามีความร่มรื่น น่าดึงดูดใจ เพิ่มชีวิตชีวาให้แก่ถนน (จรัสพิมพ์ บุญญานันต์, 2554)

รายละเอียดขององค์ประกอบทางกายภาพของพื้นที่ส่วนกลางข้างต้นทั้งที่จัดเตรียมขึ้นเพื่อการดำรงชีวิตและระดับคุณภาพชีวิตที่ดีในการอยู่อาศัย ซึ่งต้องสอดคล้องไปกับที่กฎหมายกำหนด จัดเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ทุกโครงการต้องจัดให้มี และมีบางส่วนที่จัดเตรียมขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือทางการตลาดของผู้ประกอบการให้เป็นที่ดึงดูดความสนใจและสร้างความรู้สึที่ดีแก่ผู้ที่สนใจและกำลังพิจารณาเลือกซื้อบ้านในโครงการ จัดเป็นส่วนเสริมพิเศษ แต่อย่างไรก็ต้องประกอบทางกายภาพที่มีขึ้นจะเป็นส่วนหนึ่งและตั้งอยู่คู่กับหมู่บ้านไปอีกเป็นระยะเวลายาวนาน

2.1.2 การออกแบบพื้นที่ส่วนกลางโครงการบ้านเดี่ยว

การออกแบบงานภูมิสถาปัตยกรรมมีมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ศิลปะมีบทบาทสำคัญในการสร้างสุนทรียภาพที่สามารถรับรู้ผ่านทางประสาทสัมผัสของมนุษย์ได้ การจัดวางอย่างเหมาะสมจะลงตัวของเส้นสาย รูปทรง สี สัน และที่ว่างในงานศิลปะ มีผลต่ออารมณ์ความรู้สึก และความรื่นรมย์ของมนุษย์ ดังนั้นการนำศิลปะเข้ามาเป็นแนวความคิดหลักในการออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมจึงมุ่งหวังเพื่อสร้างความประทับใจและความเป็นเอกลักษณ์ให้เป็นที่จดจำแก่ผู้พบเห็น (นวนัฐ โอศิริ, 2551)

งานออกแบบ หมายถึง การกำหนดรายละเอียดโครงการ การศึกษาข้อมูล การวางแผนการกำหนดขอบเขตของงาน กำหนดแนวคิดในการออกแบบ โดยจะคำนึงถึง 1) ความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมกับพื้นที่เดิม 2) ความสัมพันธ์กับประเภทกิจกรรมต่าง ๆ 3) การเชื่อมต่อกิจกรรมแต่ละประเภท ซึ่งกำหนดให้การออกแบบพื้นที่สัมพันธ์กับการวางตำแหน่งที่ตั้ง, ขนาด, รูปแบบกิจกรรม และประโยชน์ใช้สอย และลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบ

หลักการในการออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมจำแนกเป็น การออกแบบตามประโยชน์ใช้สอยทั้งกิจกรรมออกแรงและผ่อนคลาย (Active and passive reaction) การออกแบบทางกายภาพ และความหมายทางศิลปะ โดยศึกษาถึงประเภทของกิจกรรมการพักผ่อน และองค์ประกอบของการออกแบบ (ณภัทร ณ ลำพูน, 2556)

“พื้นที่ส่วนกลาง” กว่าจะมาเป็นจุดขายของโครงการได้นั้น ต้องผ่านกระบวนการคิดและขั้นตอนหลายขั้นตอนในการกำหนดกรอบแนวคิด การหาทำเลที่ตั้ง กำหนดขนาดพื้นที่การออกแบบ การกำหนดกรอบแนวคิดรูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอย และการออกแบบลักษณะทางกายภาพในงานภูมิทัศน์ และในแต่ละขั้นตอน ในกระบวนการนั้นมีบุคลากรหลากหลายตำแหน่งที่มี

บทบาทแตกต่างกันไป โดยเฉพาะหน้าที่ของ “ภูมิสถาปนิก” ซึ่งทำหน้าที่ออกแบบเพื่อสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากที่สุด

ภูมิสถาปนิก (Landscape Architect) คือ ผู้ที่มีหน้าที่พัฒนาสุนทรียภาพของพื้นที่ใช้สอยภายนอกอาคาร ที่จะต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมและเกื้อกูลต่อภาพลักษณ์โดยรวมของโครงการ รวมทั้งกำหนดรูปแบบแนวความคิด จะต้องมีส่วนที่สัมพันธ์ต่อเนื่องเป็นเรื่องราวเดียวกัน และสอดคล้องร่วมกับงานสถาปัตยกรรม และตกแต่งภายในด้วย ผ่านทางงานก่อสร้างทั้งในส่วนพรรณไม้ (Softscape) ที่ประกอบด้วยไม้ยืนต้น ไม้พุ่ม สนามหญ้า และในส่วนตกแต่งภูมิทัศน์ (Hardscape) ที่ประกอบด้วย รั้ว ป้ายโครงการ ชุมประตู่ สโมสรร สระว่ายน้ำ สนามเด็กเล่น สนามกีฬา หรืออื่นๆ

ดังนั้นเพื่อให้ได้รูปแบบของพื้นที่ส่วนกลางที่เหมาะสมกับพื้นที่นั้น จะต้องมีการออกแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มคนในโครงการ และดึงดูดความสนใจให้เข้ามาใช้งาน อีกทั้งยังมีประโยชน์ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ สอดคล้องกับวิถีชีวิต และกลุ่มอายุของผู้พักอาศัยในโครงการ การออกแบบพื้นที่ส่วนกลางของหมู่บ้านจัดสรรตามประเด็นสำคัญที่ผู้ออกแบบควรคำนึงถึง คือ ความสัมพันธ์กันระหว่างปัจจัย 6 ประการ (Rutledge, 1971) ได้แก่

1. องค์ประกอบทางธรรมชาติ เช่น ดิน น้ำ พืชพันธุ์ และสภาวะแวดล้อมโดยรอบ
2. พื้นที่การใช้งาน เช่น ทางเดิน ที่จอดรถ สนามเด็กเล่น หรือลานกิจกรรมต่าง ๆ
3. โครงสร้างหลัก ได้แก่ อาคาร หรือสิ่งปลูกสร้างข้างเคียง
4. โครงสร้างย่อย เช่น การระบายน้ำ ระบบแสงสว่าง รวมทั้งเฟอร์นิเจอร์สนาม และเครื่องเล่นต่าง ๆ
5. ผู้ใช้งาน ควรคำนึงถึง อายุ เพศ วัย รวมถึงการคำนึงในเรื่องของความปลอดภัยของการใช้งานด้วย
6. ลักษณะตามธรรมชาติในพื้นที่ เช่น ลม แสงแดด ฝน และภูมิอากาศในพื้นที่ และพื้นที่โดยรอบ

ความเป็นหมู่บ้านที่ดี ในหนังสือการจัดการนิติบุคคลหมู่บ้านจัดสรร (เสรีชัย โชติพานิช และคณะ, 2559) มีดังนี้

1. มีการจัดวางตำแหน่งที่ตั้ง และขนาดอย่างเป็นระบบ มีแผนงาน มีเกณฑ์มาตรฐาน มีระบบการดำเนินการที่ดี
2. มีการจัดรูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอยร่วมกันอย่างเป็นระเบียบ มีสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่ การใช้ประโยชน์พื้นที่ส่วนกลางที่เป็นไปตามระเบียบของหมู่บ้านนั้น ๆ และมีลักษณะตามที่กฎหมายกำหนด มีสภาพที่ปลอดภัย ภายในหมู่บ้านมีการรักษา และจัดให้มีพื้นที่ภายในหมู่บ้าน

ปราศจากจุดอับ ซอกมุม ที่อาจก่อให้เกิดอันตราย ความรกรุงรัง มีการจัดระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยอย่างเป็นระบบและมีมาตรฐานให้ความรู้สึกมั่นใจ

3. มีลักษณะทางกายภาพด้านภูมิทัศน์ มีสภาพแวดล้อมที่ดี มีสภาพของบรรยากาศ และองค์ประกอบแวดล้อม ซึ่งหมายรวมถึง ทิวทัศน์ อากาศ และกลิ่น และพื้นที่ส่วนกลางที่ให้ความรู้สึกน่าอยู่อาศัย สาธารณูปโภคไม่อยู่ในสภาพชำรุดทรุดโทรม

2.1.3 ลักษณะพฤติกรรมการใช้พื้นที่ส่วนกลางโครงการบ้านเดี่ยว

งานมีลักษณะการใช้อยู่ 3 กลุ่ม (อัครช อารัมภวีโรจน์, 2556) คือ

1. กลุ่มที่ใช้ประโยชน์พื้นที่ส่วนกลางตามที่กฎหมายกำหนด สาเหตุที่ผู้เข้าใช้พื้นที่ส่วนกลางตามที่กฎหมายกำหนดนั้นเป็นเพราะเป็นการใช้กิจกรรมที่ตรงกับพื้นที่ส่วนกลางที่จัดไว้ให้อาติการใช้สวนหรือสโมสร เป็นที่พักผ่อนหรือออกกำลังกายโดยไม่มีการใช้เป็นลักษณะอื่น

2. กลุ่มที่ใช้ประโยชน์พื้นที่ส่วนกลางจัดกิจกรรมอื่นๆ เพิ่มเติม สาเหตุเนื่องจากเพราะผู้เข้าใช้ต้องให้มีกิจกรรมตอบสนองต่อความต้องการ เช่น การใช้พื้นที่ส่วนกลางเป็นที่เดินออกกำลังกาย การจัดให้พื้นที่ส่วนกลางเป็นที่ทำบุญใส่บาตรเป็นประจำทุกสัปดาห์

3. กลุ่มที่ใช้ประโยชน์พื้นที่ส่วนกลางโดยมีการปรับเปลี่ยนการใช้งานจากเดิม สาเหตุเพราะพื้นที่ส่วนกลางไม่สามารถตอบสนองต่อการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ได้จึงต้องปรับเปลี่ยนการใช้ประโยชน์เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการในการใช้งานอาทิ การใช้ผิวจราจรเป็นที่ออกกำลังกายแทนพื้นที่ส่วนกลางที่เป็นสวน

เอกสารวิชาการเรื่องสวนสาธารณะหมู่บ้านจัดสรรในกรุงเทพมหานคร ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของโครงการที่ดีจะต้องคำนึงถึงพฤติกรรมการใช้ของผู้ใช้งานจริงมิใช่เกิดจากความคิดของสถาปนิกนักวางผังหรือเจ้าของโครงการด้านเดียว โดยทั่วไปเจ้าของโครงการมักมองการจัดสวนสาธารณะว่าเพื่อให้โครงการดูเด่น น่าสนใจ ทั้งที่บางครั้งอาจไม่เหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งาน ซึ่งบางครั้งผู้อยู่อาศัยเองก็ไม่สามารถรับรู้ได้จากภาพโฆษณาหรือบ้านตัวอย่างจนเมื่อได้ย้ายเข้ามาอยู่อาศัยและได้เข้ามาใช้งาน

จากแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางข้างต้นอาจกล่าวสรุปได้ว่า พื้นที่ส่วนกลางได้แก่ ทางเข้าโครงการ สวนส่วนกลาง สโมสร ถนนและทางเท้าภายในโครงการ โดยพื้นที่ส่วนกลางแต่ละแห่งจะมีองค์ประกอบภายในที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับ การวางตำแหน่งที่ตั้งของ ขนาดของพื้นที่ส่วนกลาง รูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอย ลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบ โดยมี “ภูมิสถาปนิก” ทำหน้าที่ออกแบบในส่วนของการตกแต่งภูมิทัศน์ และในส่วนของการพรรณไม้ เพื่อให้ได้รูปแบบของพื้นที่ส่วนกลางที่เหมาะสมกับพื้นที่นั้น และสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มคนในโครงการ อาจประกอบด้วย สระน้ำ ทางเดินเล่นที่มีพื้นที่ปลูกต้นไม้โดยรอบเป็นพื้นที่สีเขียว ที่นั่ง เป็นต้น เพื่อให้สมาชิกที่อยู่อาศัยได้มีสิ่งแวดล้อมที่ดีต่อคุณภาพชีวิต และได้ประกอบกิจกรรมภายนอก

อาคารร่วมกันในระดับที่เป็นส่วนตัว โดยพื้นที่ส่วนกลางที่ดีควรได้รับการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางที่สามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลายและยืดหยุ่นในเรื่องของการใช้งาน ซึ่งการพัฒนาพื้นที่ส่วนกลางที่สามารถตอบสนองประโยชน์ใช้สอยแก่ผู้ใช้สูงสุดและต้องมีความสวยงาม จะมีส่วนช่วยในการส่งเสริมให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านในโครงการ

ปัญหาด้านการออกแบบให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้พื้นที่ส่วนกลาง จึงได้ปรากฏชัดเจน (เดชา บุญค้ำ และฉมณฑชัย โรจนะสมิต, 2544) ซึ่งทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การออกแบบของนักออกแบบของแต่ละคนที่ออกแบบสวนให้เหมาะกับโครงการบ้านแต่ละโครงการ

2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

2.2.1 ความหมายของการตัดสินใจ

การตัดสินใจ หมายถึง วิธีการที่บุคคลรู้สึกโดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ส่วน ตีความ และเข้าใจ ถึงสิ่งเร้า ที่หลากหลาย (Arens, 2002) โดยการตัดสินใจเป็นกระบวนการของแต่ละบุคคล ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ การเลือก การจัดเก็บ ตีความข้อมูล และความคาดหวัง และยังได้รับอิทธิพลจากลักษณะของสิ่งเร้า (Characteristic Stimulus) เช่น ขนาด สี สัน ความหนาแน่น และบริบทที่แวดล้อมในขณะที่เห็นหรือได้ยิน (Belch & Belch, 2003)

Schiffman and Kanuk (2004) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึงกระบวนการที่บุคคลเลือกจัดการข้อมูล และตีความสิ่งเร้าให้เกิดเป็นความหมาย ซึ่งแม้ว่าบุคคลจะได้รับสิ่งเร้าเดียวกัน ในสถานการณ์เดียวกัน แต่บุคคลทั้งสองอาจตีความสิ่งเร้าที่ต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการ คุณค่า และความคาดหวังของแต่ละบุคคล

Assael (2005) ได้กล่าวว่า อิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ หมายถึง การสื่อสารหรือสิ่งกระตุ้นทางกายภาพ ที่ถูกออกแบบมาเพื่อให้มีอิทธิพลกับผู้บริโภค ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) สิ่งเร้าภายใน (Intrinsic or Primary stimuli) ได้แก่ สินค้าและส่วนประกอบอื่น ๆ ของสินค้า 2) สิ่งเร้าภายนอก (Extrinsic or Secondary Stimuli) ได้แก่ ถ้อยคำ รูปภาพ สัญลักษณ์ หรือสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสินค้า

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการในการจัดหาเพื่อให้ได้มาซึ่ง สินค้า หรือ บริการ และ รวมไปถึงพฤติกรรมหลังการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการดังกล่าว (ภาวิณี กาญจนานา, 2554: 94)

2.2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

Arens (2002) ได้กล่าวถึง กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อว่า ประกอบด้วยองค์ประกอบหลักดังต่อไปนี้

2.2.2.1 ข้อมูลทางกายภาพที่บุคคลรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5

2.2.2.2 การรับรู้ คือ ความเข้าใจในสิ่งเร้า เมื่อรับสิ่งเร้าและผ่านกระบวนการ แยกแยะการรับรู้ ผู้บริโภคก็จะสามารถเข้าใจและยอมรับ

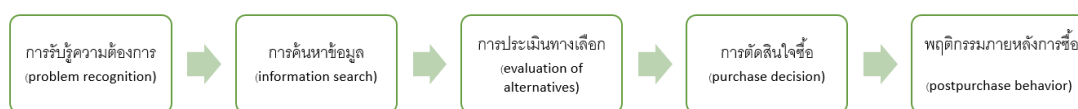
2.2.2.3 การแยกแยะการรับรู้ เป็นวิธีการที่บุคคลใช้ประสาทสัมผัสและตีความ ข้อมูลของสิ่งเร้า ซึ่งประกอบด้วย

1) การแยกแยะทางสรีรวิทยา (Physiological Screen) ทำหน้าที่คัดกรองข้อมูล ที่เข้ามา

2) การแยกแยะทางด้านจิตวิทยา (Psychological Screen) เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินกลิ่นกรองข้อมูลข่าวสารโดยใช้อารมณ์

2.2.2.4 ผู้บริโภคจะต้องจัดลำดับสินค้า และข้อมูลตามลำดับความสำคัญ

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค 5 ขั้นตอน ‘The five stage model in consumer behavior’ ของ Kotler (2012)



ภาพที่ 2.1 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค 5 ขั้นตอน

พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค 5 ขั้นตอน ดังที่แสดงในภาพที่ 5 ในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งจะมีความสัมพันธ์กับความนึกคิด ความรู้สึก การแสดงออก ในการดำรงชีวิตของมนุษย์แต่ละคนซึ่งไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน ทั้งนี้เพราะแต่ละคนมีทัศนคติ สิ่งจูงใจ ประสบการณ์ การรับรู้หรือสิ่งกระตุ้นทั้งภายในและภายนอกต่างกัน ปัจจัยดังกล่าวจะมีผลต่อความรู้สึกนึกคิดที่นำไปสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลัง การซื้อ การตัดสินใจของผู้ซื้อ

จากการสืบค้นข้อมูลสรุปได้ว่า พฤติกรรมของผู้ซื้อนั้น คือการกระทำต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ สินค้า หรือ บริการนั้น ๆ โดยที่พฤติกรรมของผู้บริโภคดังกล่าวเริ่มตั้งแต่การเลือกซื้อ จนกระทั่งไปถึง พฤติกรรมความชอบของแต่ละบุคคล ซึ่งผู้บริโภคแต่ละคนนั้นจะมีความแตกต่างในเรื่องของ เพศ อายุ ฐานะ การศึกษา ประเพณี รสนิยม เป็นต้น ทำให้พฤติกรรมกาซื้อของแต่ละคนแตกต่างกัน ออกไป

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นทำให้ได้ทราบถึงแนวทางการต้องการ การวาง รูปแบบ การออกแบบให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ เพราะผู้ซื้อที่มีความแตกต่างกันไป ทำให้ในแต่ละกลุ่ม ลูกค้านั้น รูปแบบของการออกแบบจะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปเช่นเดียวกัน

ดังนั้น ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคทำให้ทราบถึง พฤติกรรมในการ ตัดสินใจของผู้บริโภค ว่ามีเหตุผลอย่างไรถึงตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยว อะไรคือการออกแบบภูมิ ทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ หรือผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีแนวทางเลือกและให้ ความสำคัญกับองค์ประกอบและลักษณะทางกายภาพใดบ้าง เป็นต้น ดังนั้นการศึกษาในเรื่องของ พฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้ซื้อ ทำให้ทราบถึงความต้องการของผู้ซื้อส่วนใหญ่และนำความต้องการต่าง ๆ เหล่านั้นมาประกอบเป็นแนวทางการออกแบบ

นอกจากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคแล้ว ผู้วิจัยยังได้ ทำการศึกษาในเรื่องของส่วนผสมทางการตลาด 7P's ด้วยเพื่อที่จะนำปัจจัยทางการตลาดไปปรับ ใช้ให้เกิดประโยชน์

2.2.3 ส่วนผสมการตลาด

สุดาพร กุณฑลบุตร (2552: 42) ได้อ้างถึงส่วนผสมทางการตลาด ของ ฟิลลิปคอตเลอร์ (Philip & Lane, 2012) ว่า คือ “ชุดเครื่องมือทางการตลาดที่บริษัทนำมาใช้ให้บรรลุตามเป้าหมาย ที่ตั้งไว้”

ผู้วิจัยสรุปความหมายของส่วนผสมทางการตลาดจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยมีเนื้อหาที่ สรุปว่า ส่วนผสมทางการตลาดนั้นคือการใช้เครื่องมือทางการตลาด ทั้ง 7 P's คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้าน ราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านกระบวนการ และด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ โดยนำเครื่องมือเหล่านี้มาสร้างประโยชน์ให้แก่ผู้บริโภค

ส่วนผสมทางการตลาด เป็นเครื่องมือที่นำไปกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคสนใจและ ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า หรือ บริการต่าง ๆ โดยกลยุทธ์ที่ผู้วิจัยสนใจศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้คือ ส่วนผสมทางการตลาด 7P's เนื่องจากหลักการตลาด 7P's นั้นผู้วิจัยได้ศึกษาและมีส่วนเกี่ยวข้องกับ งานวิจัยนี้มีทั้งหมด 2 หัวข้อดังนี้

2.2.3.1. ผลิตภัณฑ์ (Product)

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุรยา (2549: 79) ให้ความหมายของผลิตภัณฑ์ไว้ว่า ผลิตภัณฑ์มี 2 แบบคือ แบบที่มองเห็นได้ เรียกว่า “สินค้า” และแบบที่ไม่สามารถมองเห็นได้เรียกว่า “บริการ” ซึ่ง ผลิตภัณฑ์ทั้งสองแบบนี้ไม่สามารถที่จะแยกจากกันได้

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2549: 102) ได้ให้ความหมายของระดับของผลิตภัณฑ์ (Product Levels) ว่า ระดับผลิตภัณฑ์ คือ การเพิ่มความคาดหวังเข้าไปในสินค้า หรือ บริการนั้น ๆ และได้ อธิบายว่าผลิตภัณฑ์หนึ่งๆ นั้นที่จะมีองค์ประกอบแบ่งเป็น 5 มิติ ได้แก่

1. คุณประโยชน์หลัก หมายถึง ประโยชน์พื้นฐานที่ผู้บริโภคจะได้รับจากผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยตรง เช่น ป๋อมยาม คุณประโยชน์คือ รักษาความปลอดภัย
 2. ผลิตภัณฑ์พื้นฐาน หมายถึง การเปลี่ยนคุณประโยชน์หลักเป็นผลิตภัณฑ์พื้นฐาน เนื่องจากผู้บริโภคเห็นว่าผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันจะมีคุณประโยชน์หลักที่เหมือนกันอยู่แล้ว
 3. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง หมายถึง การที่ผู้บริโภคนำเงินถึงคุณสมบัติหรือเงื่อนไขที่ผู้ซื้อคาดหวังว่าจะได้รับนอกเหนือจากผลิตภัณฑ์พื้นฐาน เช่น การซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรร นอกจากจะได้บ้านที่อยู่อาศัยแล้ว ยังมีบริการหลังการขาย เช่น การประกันตัวบ้านและโครงสร้าง
 4. ผลิตภัณฑ์ควบ หมายถึง ประโยชน์เพิ่มเติมที่ช่วยขยายศักยภาพของผลิตภัณฑ์พื้นฐาน เช่น การซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรและมีพื้นที่ส่วนกลางที่ดี
 5. ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ หมายถึง การที่มอบผลิตภัณฑ์ควบให้แก่ลูกค้าจนกลายเป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้จากการซื้อ เช่น การซื้อบ้านจะต้องมีความปลอดภัย
- จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงคำว่า ผลิตภัณฑ์ ที่เป็นลักษณะเป็นบ้านหรือที่อยู่อาศัยนั้น ผู้ซื้อจะมีกระบวนการในการตัดสินใจเลือกซื้อที่ค่อนข้างซับซ้อน และมองหลายมุมเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับผู้ซื้อเอง

2.2.3.2. ภาพลักษณ์ทางกายภาพ (Physical Evidence)

หมายถึง สิ่งที่เป็นรูปธรรมต่าง ๆ ที่สามารถรับรู้และมองเห็นได้ เช่น ภูมิทัศน์ การจัดสภาพแวดล้อมภายนอกอาคาร ในอาคาร เพื่อเอาใจผู้บริโภคให้เข้ามาใช้บริการ สิ่งที่ต้องได้ประเภทอื่น ๆ เช่น วัสดุก่อสร้าง สี บริเวณโดยรอบของโครงการ ป๋อมยามรักษาความปลอดภัย ซึ่งบทบาทของหลักฐานทางกายภาพที่สำคัญคือการจัดรูปแบบหรือสิ่งต่าง ๆ ให้มีความแตกต่างจากสินค้า หรือ ในเรื่องของการบริการ เช่น การมีสินค้าที่มีรูปแบบลักษณะที่ไม่เหมือนใคร หรือการมีบริการที่แปลกใหม่ หรือ การจัดตกแต่งสวน ตกแต่งอาคารให้มีลักษณะที่ดี สะอาดตา หรือมีความร่มรื่น

ภาพลักษณ์ของวัสดุที่ใช้ในการสร้างโครงการนั้น ความสะดวกสบายในเรื่องของการมีมุมให้ผู้อยู่อาศัยได้พักผ่อน เช่น การมีสวนสาธารณะ การมีสโมสรเพื่อออกกำลังกาย หรือการที่โครงการตั้งอยู่ใกล้สถานที่ใด เดินทางสะดวกหรือไม่ หรือมีสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านใดบ้าง

คุณไพโรจน์ สุขจัน ประธานและกรรมการผู้จัดการ บริษัท บัวทอง พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (2546) กล่าวถึงการจัดหาลักษณ์ประกอบทางกายภาพที่มีในโครงการบ้านจัดสรรให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคที่สำคัญ คือ ภูมิทัศน์ของโครงการ ถือเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึง ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ซื้อได้อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่มีคุณภาพ สวยงาม มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดให้มีต้นไม้อยู่รายรอบ การสร้างวงเวียน การสร้างสวนหย่อม

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พรชัย ศิริวัชรกุล (2549) ศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์พื้นที่ส่วนกลางในชุมชนบ้านจัดสรรขนาดใหญ่ระดับราคาปานกลาง พื้นที่กรุงเทพฯ ตอนเหนือ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์พื้นที่ส่วนกลางในรูปแบบต่าง ๆ และเพื่อศึกษาทัศนคติของชุมชนที่มีต่อการใช้ประโยชน์พื้นที่ส่วนกลาง โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า ผลการศึกษาลักษณะการเข้าใช้พื้นที่ส่วนกลาง และแนวทางการบริหารพื้นที่ส่วนกลาง ผลการศึกษานี้สามารถแบ่งออกได้ 2 เรื่องคือ

1. ผลการศึกษาลักษณะการเข้าใช้พื้นที่ส่วนกลาง ผู้เข้าใช้พื้นที่ส่วนกลางมีอายุ 31 – 40 ปี มากที่สุดเป็นอัตราร้อยละ 42.9 จะใช้เวลากับการเข้าใช้พื้นที่ส่วนกลางประมาณ 1 – 2 ชั่วโมง โดยจะใช้เวลาในช่วงเวลา 14.00 – 20.00 น. โดยจะเข้าใช้งานกับสมาชิกในครอบครัวของตนเอง 2 – 3 ท่าน วัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน และออกกำลังกาย โดยมีความคิดเห็นว่าการเข้าใช้ประโยชน์พื้นที่ส่วนกลางนั้นทำให้ได้รับประโยชน์อื่นๆ เพิ่มเติมคือการได้รู้จักเพื่อนบ้านมากขึ้น

ผู้เข้าใช้พื้นที่ส่วนกลางส่วนใหญ่เข้าใจความหมายของคำว่าพื้นที่ส่วนกลาง คือ สถานที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวกทุกอย่างที่ผู้ประกอบการจัดให้มีอยู่นั้นเป็นพื้นที่ส่วนกลางทั้งหมด โดยเฉพาะที่จอดรถคิดว่าเป็นพื้นที่ส่วนกลางมากที่สุด นอกจากนั้นจะเป็นเรื่องของสาธารณะ ถนน/ทางเท้า อาคารสโมสร บ่อบำบัด ชุม/ประตูทางเข้า ลานโล่ง ร้าน/ลานขายสินค้า อื่นๆ อาทิ ป้าย รั้ว/กำแพง ตามลำดับ

ด้านความคิดเห็นหรือทัศนคติที่มีต่อการใช้พื้นที่ส่วนกลางนั้น ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าขนาดพื้นที่ส่วนกลางที่มีอยู่มีขนาดเล็กเกินไป และยังเห็นอีกว่าความหลากหลายในประเภทการใช้งานนั้นน้อยเกินไป ส่วนความเห็นเกี่ยวกับความจำเป็นในการดูแลพื้นที่ส่วนกลางยังคงเห็นว่ามีจำเป็นมากสำหรับการที่จะต้องดูแลพื้นที่ส่วนกลาง

2. แนวทางการบริหารพื้นที่ส่วนกลาง จากผลการศึกษาพบว่าในการใช้พื้นที่ส่วนกลาง มีแนวคิดที่แตกต่างกันระหว่างผู้ประกอบการที่จัดให้มีพื้นที่ส่วนกลางกับการใช้งานของผู้อาศัยที่เน้นความสวยงาม แต่ผู้อยู่อาศัยมีความต้องการใช้พื้นที่ส่วนกลางให้เกิดประโยชน์สูงสุดหรือตอบสนองความต้องการในการทำกิจกรรมต่าง ๆ โดยสรุปมีดังนี้

- การใช้พื้นที่ส่วนกลางเป็นเครื่องมือสร้างความอบอุ่นในการอยู่อาศัย
- การใช้พื้นที่ส่วนกลางสร้างความเป็นสีเขียว
- การใช้พื้นที่ส่วนกลางให้สามารถจัดกิจกรรมเพิ่มเติมได้
- การใช้พื้นที่ส่วนกลางเป็นเครื่องมือสร้างคุณภาพชีวิต

วรลักษณ์ สงวนไชยไผ่วงศ์ (2540) ศึกษาเรื่องบทบาทของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับรายได้ปานกลาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงบทบาทของศูนย์นันทนาการใน

โครงการหมู่บ้านจัดสรร วิธีการศึกษาเป็นการศึกษาเชิงสำรวจ ด้วยการเก็บแบบสอบถามจากผู้ประกอบการและผู้อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับราคาปานกลาง 326 ตัวอย่าง พบว่า การมีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านมีผลต่อการพัฒนาที่อยู่อาศัยในอนาคต โดยแบ่งออกเป็น

“ผู้ซื้อ” ชนชั้นกลางที่ต้องการคุณภาพชีวิตอย่างแท้จริงและมีความสามารถเพื่อให้ได้คุณภาพต่าง ๆ ของการอยู่อาศัย โดยรับรู้ว่ามีโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับราคาปานกลาง มีได้มีเพียง “บ้าน” ที่เป็นผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว แต่ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อย่างครบครัน เช่น สาธารณูปโภค สาธารณูปการ แหล่งพักผ่อนหย่อนใจ หรือศูนย์นันทนาการ

“ผู้ขาย” หรือผู้ประกอบการที่มีคุณภาพ จัดทำโครงการหมู่บ้านโดยรับรู้ว่ามีศูนย์นันทนาการเป็นสิ่งที่จะต้องทำ เพื่อระดับคุณภาพโครงการที่ชัดเจนและต้องรับผิดชอบดูแล หรือติดตามผลหลังการขายอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะด้วยวิธีใดก็ตาม ทำให้ผู้ประกอบการเกิดความผูกพันต่อโครงการ ไม่ละเลยหรือทอดทิ้ง

วรินทร์ กุลินทรประเสริฐ (2558) แนวทางการออกแบบผังแม่บทสำหรับโครงการหมู่บ้านจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮาส์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า ตำแหน่งของสวนส่วนกลางโครงการจากการพิจารณาพบว่าทั้งประเภทบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮาส์ของทุกระดับกลุ่มราคา มีความต้องการสวนส่วนกลางให้อยู่กลางผังพื้นที่โครงการ นั้นหมายความว่าผู้อยู่อาศัยภายในโครงการต้องการที่จะสามารถเข้าถึงพื้นที่สวนส่วนกลางได้สะดวกสบาย ระหว่างที่พักอาศัยและสวนส่วนกลาง

การออกแบบรูปทรงองค์ประกอบต่าง ๆ ในพื้นที่สวนกลาง จากการพิจารณาพบว่าทั้งประเภทบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮาส์ของทุกระดับราคา จะเลือกให้รูปทรงพื้นที่สวนกลางเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมโดยเป็นทางเลือกหลัก โดยทางเลือกรองจะเลือกเป็นรูปทรงกลม และไม่ต้องทำให้พื้นที่สวนกลางเป็นรูปสี่เหลี่ยมคางหมูและสามเหลี่ยมเพราะพื้นที่จะเกิดมุมแคบเป็นเศษใช้งานไม่ได้เต็มประสิทธิภาพ

ขนาดพื้นที่ มีขนาดกลางที่เหมาะสม มีขนาดที่ไม่ใหญ่หรือเล็กจนเกินไป ซึ่งถ้าสวนส่วนกลางใหญ่เกินไปนั้น จะทำให้การจัดการในการบำรุงรักษาภายในโครงการมีค่าใช้จ่ายที่สูง และหากสวนส่วนกลางมีขนาดเล็กจะไม่สามารถใช้ประโยชน์ของพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

รูปแบบถนน จากการพิจารณาของประเภทบ้านเดี่ยวและประเภททาวน์เฮาส์ จากข้อมูลพบว่าบ้านเดี่ยวระดับราคา 2.01 – 3.00 ล้านบาท และทาวน์โฮมระดับราคา >2.00 ล้านบาท และ 2.01 – 3.00 ล้านบาท จะเห็นว่าระดับราคาต่ำมีความต้องการให้ถนนเป็นแบบกว้างปลา ส่วนบ้านเดี่ยวและทาวน์โฮมระดับราคา 3.01 – 5.00 ถึง >10.00 และ 3.01 – 5.00 ถึง >10.00 ในระดับราคากลางสูงนั้นมีความต้องการถนนให้เป็นแบบวงเวียนและรูปทรงอิสระ

รูปแบบทางเท้าริมถนนทั้งประเภทบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮาส์ของทุกกลุ่มระดับราคามีความต้องการทั้งรูปแบบทางเท้าริมถนนที่เป็นไม้พุ่มริมถนนก่อนแล้วจึงเป็นทางเท้าหรือทางเท้าติดริมถนนแล้วจึงเป็นไม้พุ่ม หรือรวมกันได้ทั้ง 2 รูปแบบ

สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่ควรมีในสโมสร จากการพิจารณาพบว่า ประเภทบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮาส์ของทุกกลุ่มทุกระดับราคามีความต้องการสระว่ายน้ำและห้องออกกำลังกายที่เป็นความต้องการหลัก โดยมีทางเลือกรองต้องการที่จอดรถยนต์ ที่จอดรถจักรยาน ร้านค้าและสวัสดิการ พื้นที่สนามเด็กเล่นในอาคาร พื้นที่รองรับการจัดงานแบบกลุ่มที่ควรมีในสโมสร

ณภัทร ณ ลำพูน (2556) ศึกษาเรื่องข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบสวนสาธารณะของหมู่บ้านจัดสรรขนาดกลาง ระดับราคาปานกลาง ในกรุงเทพมหานคร เขตต่อเมือง (ด้านตะวันออก) โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อนำไปสู่การเสนอแนะปรับปรุงและออกแบบสวนสาธารณะให้เหมาะสมกับการใช้งานและสภาพแวดล้อม เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยต่อไป พบว่า ขนาดและรูปร่างมีความแตกต่างกัน จากการศึกษ พบว่า มาตรฐานของขนาดสวนสาธารณะในแต่ละประเทศนั้น มีความแตกต่างกันไปตามสภาพทางสังคม เศรษฐกิจ ประชากร วัฒนธรรม การเมือง การปกครอง และสภาพพื้นฐานทางโครงสร้างของชุมชน ในการทบทวนวรรณกรรมมักกล่าวถึงขนาดสวนสาธารณะในประเทศตะวันตกซึ่งมีขนาดพื้นที่สูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานในประเทศไทย เช่น ในประเทศสหรัฐอเมริกา มีการกำหนดขนาดพื้นที่สวนสาธารณะ 25 ไร่ ต่อจำนวนประชากร 1,000 คน แต่ในประเทศไทยมีการกำหนดขนาดพื้นที่สวนสาธารณะสูงสุดเพียง 10 ไร่ ต่อจำนวนประชากร 1,000 คน อย่างไรก็ตามขนาดพื้นที่ของสวนสาธารณะอาจไม่สัมพันธ์กับขนาดของโครงการเสมอไป ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านรูปแบบที่พักอาศัยโดยโครงการที่มีรูปแบบที่พักอาศัยแบบทาวน์เฮาส์จะมีความต้องการสวนสาธารณะที่มีขนาดใหญ่กว่าโครงการประเภทบ้านเดี่ยว เนื่องจากขนาดพื้นที่ประกอบกิจกรรมบริเวณบ้านสวนสาธารณะที่มีขนาดใหญ่จะสามารถรองรับกิจกรรมได้หลากหลาย โดยเฉพาะกิจกรรมแบบรวมกลุ่มที่ต้องการพื้นที่กว้าง และสามารถรองรับการใช้งานของกิจกรรมกระฉับกระเฉง และกิจกรรมผ่อนคลายได้พร้อมกัน โดยไม่ก่อให้เกิดการรบกวนซึ่งกันและกัน

นอกจากนี้ เขตต่อเมือง (ด้านตะวันออก) ยังเป็นพื้นที่เสี่ยงประสบอุทกภัย จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงความเหมาะสมขององค์ประกอบต่าง ๆ ภายในสวนสาธารณะ เช่น การเลือกใช้พืชพรรณที่ทนทานต่อการถูกน้ำท่วมขัง การเลือกใช้วัสดุพื้นผิวที่น้ำสามารถซึมผ่านได้

การพัฒนาพื้นที่ส่วนกลางหมู่บ้านจัดสรรอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา เขตลาดกระบัง ของ พัสดราภรณ์ ทิพย์โสธร (2551) ผลการวิจัยพบว่า จำเป็นต้องมีการกำหนดรูปแบบการจัดการพื้นที่ส่วนกลางที่ชัดเจน เพื่อกำหนดแผนงานการพัฒนาได้อย่างครอบคลุม ครบถ้วน และต่อเนื่องตามช่วงเวลาที่เหมาะสม ทั้งนี้เป้าหมายหลักเพื่อให้พื้นที่ส่วนกลางดังกล่าว ตอบสนองความต้องการของผู้อยู่อาศัยมากที่สุด และจำเป็นต้องสร้างนโยบายการจัดการพื้นที่ส่วนกลาง ประกอบด้วย 1) ความตระหนักใน

การมีส่วนร่วมพัฒนาพื้นที่ส่วนกลาง 2) ความต้องการของผู้อยู่อาศัยในชุมชน 3) แนวทางการพัฒนาพื้นที่ส่วนกลางในระยะสั้นและระยะยาว ทั้งหมดนี้จะต้องนำมาประกอบการสร้างการจัดการหมู่บ้านจัดสรรเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (พัศตราภรณ์ ทิพย์โสธร และคณะ, 2551)

2.4 สรุปเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4.1 สรุปแนวคิดเรื่องการออกแบบพื้นที่ส่วนกลาง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกล่าวถึงเรื่องแนวคิดและการให้ความสำคัญเรื่องการออกแบบพื้นที่ส่วนกลาง ดังนี้

1) ทางเข้าโครงการเป็นส่วนสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงความสวยงาม การเป็นจุดขาย เป็นเอกลักษณ์ของโครงการ โดยมีป้ายชื่อโครงการที่เป็นจุดหมายตาหรือสัญลักษณ์สำคัญที่แสดงถึงการยอมรับ และความภาคภูมิใจในพื้นที่การอยู่อาศัยของตนเอง มีซุ้มประตูทางเข้า จะมีทางเข้าออกที่ชัดเจน มีรั้วแสดงขอบเขต การจัดภูมิทัศน์โดยรอบ ซึ่งสภาพซุ้มประตูและป้อมยามภายในโครงการเป็นส่วนที่ทำให้เกิดความรู้สึกปลอดภัยในการอยู่อาศัยโดยเฉพาะถ้าอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม (พัศตราภรณ์ ทิพย์โสธร, 2551) คือ ด้านหน้าโครงการและมีการจัดระบบรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐานทำให้เกิดความรู้สึกมั่นใจ (เสรีชัย โชติพานิช และคณะ, 2559)

2) สวนส่วนกลาง สวนส่วนกลางเป็นพื้นที่สำคัญสำหรับการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของผู้ที่อยู่อาศัย สามารถจำกัดความหมายของสวนส่วนกลางว่า พื้นที่เปิดโล่งที่มีการจัดภูมิทัศน์ให้เกิดความสวยงาม โดยจัดให้เป็นพื้นที่พักผ่อนพบปะสนทนา หรือเดินเล่นเพื่อความสะดวก (Whittick & Whittick, 1974) เนื่องจากสวนส่วนกลางนั้นมีความสำคัญที่สามารถใช้ประโยชน์ได้หลายรูปแบบจึงมีการกำหนดรายละเอียดของสวนส่วนกลางตามพระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดิน พ.ศ. 2543 ในหมวดสาธารณูปโภคและบริการสาธารณะกำหนดไว้ว่า ผู้จัดสรรจะต้องจัดให้มีพื้นที่สวนสาธารณะร้อยละ 5 ของพื้นที่จัดจำหน่าย หลักเกณฑ์การจัดทำแผนผัง โครงการ และวิธีในการจัดสรรที่ดิน ของสำนักส่งเสริมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ กรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย (2550) ข้อ 33 ได้กล่าวว่า สวนส่วนกลางต้องมีที่ตั้งขนาดและรูปแบบที่เหมาะสม สะดวกแก่การเข้าใช้ประโยชน์ มีระยะแต่ละด้านไม่ต่ำกว่า 10 เมตร และให้ปลูกไม้ยืนต้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของพื้นที่สวนตามหลักวิชาการของภูมิสถาปัตยกรรม และแบ่งสวนส่วนกลางตามลักษณะทางกายภาพได้เป็น 2 ประเภทคือ สวนสาธารณะแบบรวม กับสวนสาธารณะแบบกระจาย ("ราชกิจจานุเบกษา," 2550, 23 กุมภาพันธ์; ไอริน ภาณุวัฒน์วิชัย, 2557) ซึ่งสวนส่วนกลางที่ดีต้องมีขนาดรูปร่างที่ชัดเจนไม่กำกวม (เดชา บุญค้ำ และฉันทชัย โรจนะสมิต, 2544) ประดับด้วย ต้นไม้หลากหลายชนิด สนามหญ้า สระน้ำ น้ำพุ รูปปั้นที่ นั่งพักผ่อน รวมทั้งลานอเนกประสงค์ เพื่อให้ผู้ใช้เกิดความพึงพอใจและปลอดภัย (Arnold, 1974 อ้างถึงใน ฌภัทร ณ ลำพูน, 2556) สวนส่วนกลางหรือพื้นที่สีเขียวในโครงการจำเป็นต้องบำรุง

ปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ เพื่อความสะอาดและปลอดภัย แก้วอี้ และที่นั่งพักผ่อนในโครงการ ต้องจัดวางตำแหน่งที่เหมาะสม เพื่อความปลอดภัยและเป็นทัศนียภาพที่ดี สนามเด็กเล่นจำเป็นต้องมีการตรวจสอบความสะอาดและปรับปรุงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ (พัศตราภรณ์ ทิพย์โสธร, 2551)

3) สโมสร เจ้าของโครงการได้จัดให้มีสโมสรเพื่อบริการผู้ซื้อ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ นอกจากนั้นยังมีกิจกรรมใช้สอยที่สอดคล้องกันของพื้นที่ภายในและภายนอกอาคาร สำหรับใช้ทำกิจกรรมคนเดียวหรือเป็นกลุ่ม (สมบัติ กาญจนกิจ, 2557: 4) ภายในสโมสรอาจจะประกอบไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคที่หลากหลาย เช่น ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ ที่จอดรถ สนามเด็กเล่นในอาคาร สโมสรในโครงการต้องมีการประชาสัมพันธ์ในการใช้งานอย่างครอบคลุมและครบถ้วน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและควรตรวจสอบความปลอดภัย และบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อความปลอดภัยเพราะมีการใช้งานตลอดเวลา (พัศตราภรณ์ ทิพย์โสธร, 2551)

4) ถนนและทางเท้าภายในโครงการ

การวางโครงข่ายสาธารณูปโภคและสาธารณูปการของการเคหะแห่งชาติ (2544) ได้กล่าวไว้ว่าการจัดวางโครงข่ายถนนในผังแม่บทโครงการมีหลักการที่ต้องคำนึงถึงดังนี้ ถนนภายในโครงการมีขนาดความกว้างตามความเหมาะสมด้านจราจรและ สามารถรองรับปริมาณจราจรได้อย่างเพียงพอมีถนนเชื่อมต่อถึงแปลงที่ดินต่าง ๆ ได้สะดวก ความปลอดภัย ควรจัดวางโครงข่ายถนนไม่ให้มีจุดอันตรายที่อาจเกิดอุบัติเหตุ การจราจร การจัดรูปแบบโครงข่ายถนนให้สะดวกและง่ายต่อการเข้าถึงพื้นที่ส่วนต่างๆของผู้ใช้ถนนไม่ทำให้เกิดความสับสน การออกแบบถนนและทางเท้าให้มีความสวยงามและสามารถใช้ประโยชน์ได้ สอดคล้องส่งเสริมซึ่งกันและกันไม่ขัดแย้งกัน

การออกแบบวางผัง มี 2 รูปแบบ ดังนี้ 1) การวางผังแบบตาราง (Grid) 2) การวางผังแบบปลายตัน (Cul-de-sec) พรบ.จัดสรรที่ดิน เรื่องถนนภายในโครงการ 2543 ถนนนั้นเป็นสิ่งที่เอาไว้สัญจร ไป - มา โดยถนนมีลักษณะคือมีความกว้างของหน้าที่ดินแปลงย่อยในโครงการแต่ละแปลงที่ดินถนนสำหรับใช้เป็นทางเข้าออกของรถยนต์ ถนนของโครงการหมู่บ้านจัดสรรมักจะมีการจัดหรือการตกแต่งบริเวณไหล่ทาง (จรัสพิมพ์ บุญญานันต์, 2554) หรือบางโครงการจะทำถนนที่มีขนาดใหญ่พร้อมกับพื้นที่จอดรถบริเวณริมถนน ซึ่งการออกแบบถนนของโครงการในหมู่บ้านจัดสรรนั้นจะมีการออกแบบที่อิงกับ พรบ.จัดสรรที่ดิน รายละเอียดพอสังเขป นอกจากนี้เรื่องของความกว้างและทางเท้าควรจะมี ความกว้างอย่างน้อย 1.50 เมตร หรืออาจจะมี ความกว้างมากขึ้นหากบริเวณดังกล่าวมีกิจกรรมอื่นร่วมด้วย เช่น การวิ่ง เดิน หรือ การปั่นจักรยาน และความสูงของทางเท้าควรมีความสูงจากพื้นถนน 12-15 ซม. เพื่อความปลอดภัยของผู้ใช้ทางเท้า โดยการออกแบบบริเวณทางเท้าอาจจะมีการปรับภูมิทัศน์ เช่น ต้นไม้ ม้านั่ง ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่จะช่วยให้บริเวณทางเท้ามีความร่มรื่น น่าดึงดูดใจ เพิ่มชีวิตชีวาให้แก่ถนน (จรัสพิมพ์ บุญญานันต์, 2554) ต้นไม้บนทางเดินเท้าในโครงการเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดสภาพแวดล้อมที่ดีและเกิดชุมชนสีเขียว (พัศตราภรณ์ ทิพย์โสธร, 2551)

ปัญหาด้านปัจจัยการออกแบบถนนและทางเท้าภายในโครงการ มักเกิดจากการไม่คำนึงถึงขนาดความกว้างของถนนที่ต้องรองรับปริมาณการจราจรของคนในโครงการ ไม่มีที่จอดรถรองรับตามจุดต่างๆ เกิดการจอดรถริมถนน ทำให้ช่องทางจราจรแคบลง การออกแบบที่ไม่มีการจัดวางพืชพรรณหรือพรรณไม้ระหว่างถนนและทางเท้า ที่ช่วยในเรื่องของบรรยากาศและความร่มรื่นภายในโครงการ การมีเกาะกลางถนนจะช่วยแบ่งแยกช่องทางการจราจรที่ปลอดภัย ซึ่งถนนและทางเท้าภายในโครงการต้องบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอเพื่อความสะอาดและปลอดภัย (พัศตราภรณ์ ทิพย์โสธร, 2551)

2.4.2 สรุปแนวคิดเรื่องการตัดสินใจซื้อ

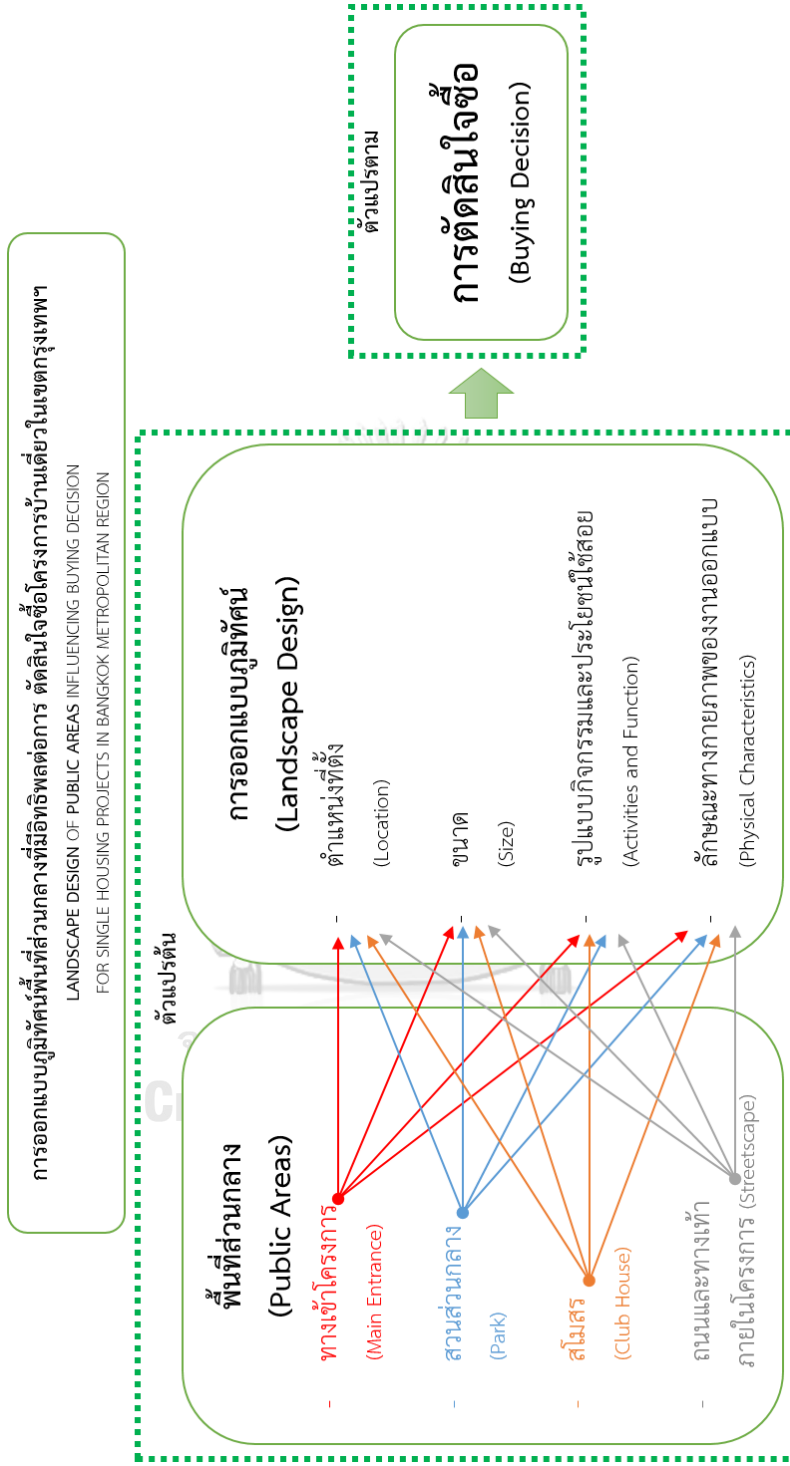
แม้ผู้ซื้อจะมีความต้องการที่แตกต่างกันแต่จะมีรูปแบบการตัดสินใจที่เหมือนกันซึ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อ มีการรับรู้ความต้องการแล้วเกิดการค้นหาข้อมูลให้ตรงกับความต้องการโดยมีการประเมินทางเลือกมาใช้ในการตัดสินใจซื้อ จากการสืบค้นข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้ซื้อนั้น เริ่มตั้งแต่การเลือกซื้อจนกระทั่งไปถึงพฤติกรรมความชอบของแต่ละบุคคลซึ่งผู้ซื้อแต่ละคนนั้นจะมีความแตกต่างในเรื่องของเพศ อายุ อาชีพ ระดับรายได้ สถานภาพ ทำให้พฤติกรรมการซื้อของแต่ละคนแตกต่างกันออกไป เรื่องส่วนผสมการตลาดโดยใช้หลักการตลาด 7P's มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัยทั้งหมด 2 หัวข้อคือ 1) เรื่องผลิตภัณฑ์ หมายถึง พื้นที่ส่วนกลางของโครงการ ได้แก่ทางเข้าโครงการ สวนส่วนกลาง สโมสร ถนนและทางเท้าภายในโครงการ ซึ่งถ้าเราเพิ่มระดับของผลิตภัณฑ์ คือการเพิ่มความคาดหวังเข้าไปในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เช่น มีการบริการหลังการขาย ก็จะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อได้ และการให้คะแนน วิธีนี้กระทำโดยการจัดลำดับความสำคัญแล้วให้คะแนนสำหรับคุณสมบัติแต่ละประการโดยการนำผลิตภัณฑ์มาพิจารณาให้คะแนนสำหรับคุณสมบัติแต่ละคอร์สผลิตภัณฑ์ใดได้คะแนนรวมมากที่สุดก็จะได้รับการคัดเลือก 2) ภาพลักษณ์ทางกายภาพ เป็นรูปธรรมต่าง ๆ ที่สามารถรับรู้และมองเห็นได้จากการออกแบบภูมิทัศน์ในเรื่องของ ตำแหน่งที่ตั้ง ขนาด รูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอย ลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบ การจัดหาองค์ประกอบทางกายภาพที่มีในโครงการให้ตรงตามความต้องการของผู้ซื้อ ได้แก่ ภูมิทัศน์ของโครงการ ถือเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึง ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ซื้อได้อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่มีคุณภาพสวยงาม (ไพโรจน์ สุขจัน, 2546)

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

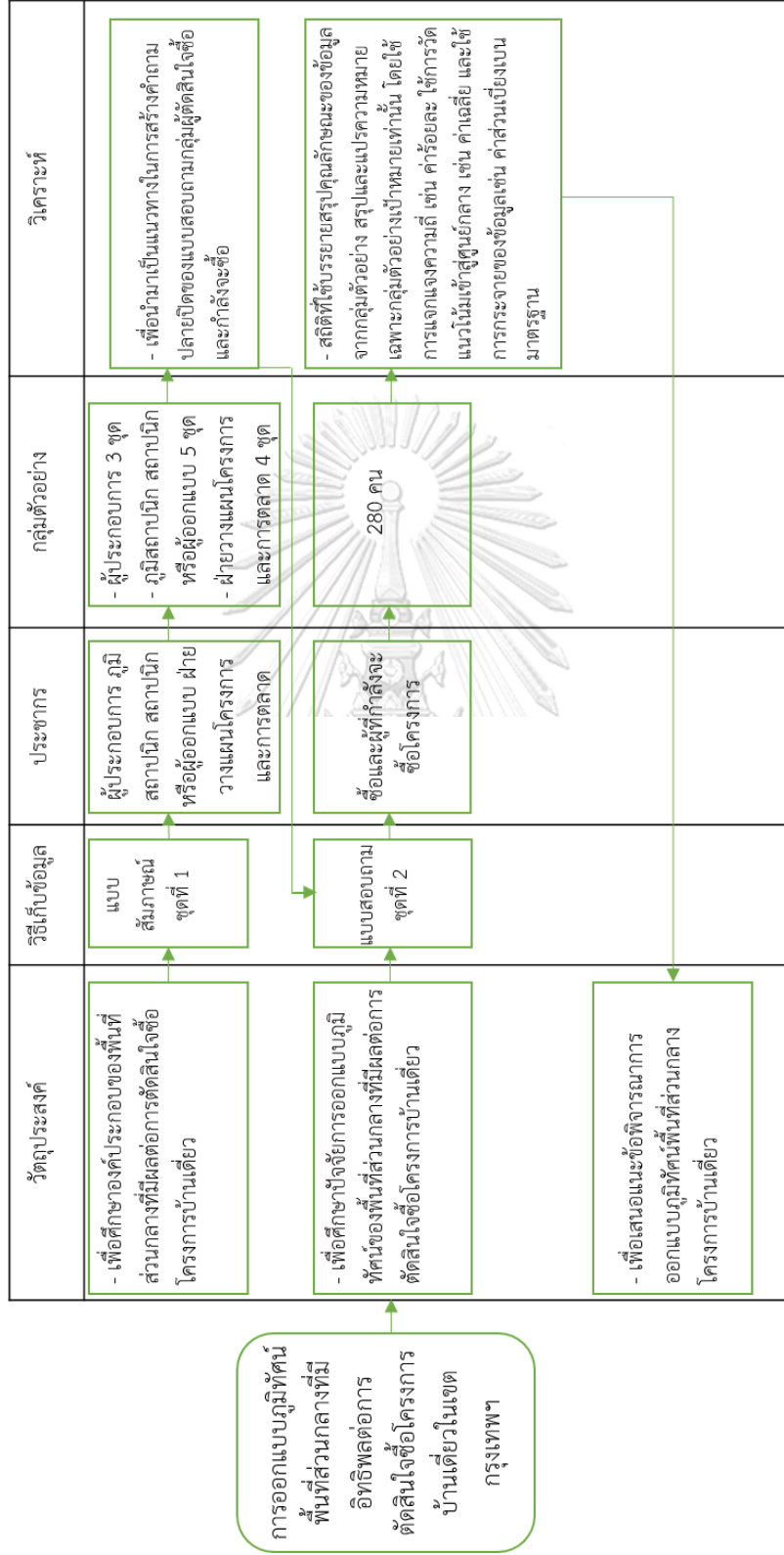
การศึกษาคั้งนี้ เป็นการศึกษาเรื่อง การออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพฯ กรณีศึกษา โครงการเพอร์เฟค เพลส โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลาง และการออกแบบภูมิทัศน์ของพื้นที่ส่วนกลางที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร รวมถึงเพื่อเสนอแนะข้อพิจารณาการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางโครงการบ้านเดี่ยว ระดับราคา 5 - 10 ล้านบาท ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกระบวนการในการวิจัยประกอบด้วย การวิเคราะห์เนื้อหาจากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมองค์ประกอบและลักษณะทางกายภาพในการออกแบบพื้นที่ส่วนกลาง และวิเคราะห์โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการศึกษาข้อมูลครอบคลุมเนื้อหาในด้าน องค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลาง และการออกแบบภูมิทัศน์ของพื้นที่ส่วนกลาง เพื่อนำมาวิเคราะห์ว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพฯ กรณีศึกษา โครงการเพอร์เฟค เพลส เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางของโครงการที่อยู่อาศัยอื่น ๆ และเป็นข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการออกแบบให้เหมาะสม และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และความต้องการของผู้ซื้ออย่างแท้จริง ทั้งในปัจจุบัน และอนาคตต่อไป

3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 3.1 แผนผังกรอบแนวคิด

3.2 ระเบียบวิธีวิจัย



ภาพที่ 3.2 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเน้นข้อมูลที่เป็นตัวเลข นำมาวิเคราะห์ผลเชิงสถิติ และใช้วิธีอธิบายในเชิงพรรณนา เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจในงานวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลจากประชากรที่ซื้อโครงการเพอร์เฟค เพลส ในเขตกรุงเทพมหานครฯ และจากนั้นจะนำข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามไปประมวลผล เพื่อเสนอผลการวิจัยในลำดับถัดไป

3.3 กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับทฤษฎี เอกสาร วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยรายละเอียดการศึกษาข้อมูล แจกแจงตามรายละเอียดตามตารางแจกแจงการศึกษาข้อมูล

ตารางที่ 3.1 แจกแจงการศึกษาข้อมูลงานวิจัยออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพฯ กรณีศึกษา โครงการเพอร์เฟค เพลส

ข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัย	แหล่งที่มาของข้อมูล
1. ข้อมูลโครงการเพอร์เฟค เพลส 1.1 จำนวนหน่วยผู้ซื้อโครงการแต่ละโครงการ 1.2 ลักษณะพื้นที่ส่วนกลางของแต่ละโครงการ	สอบถามจากโครงการ และศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับโครงการ
2. เอกสารที่เกี่ยวข้อง 2.1 แนวคิดเรื่องการออกแบบพื้นที่ส่วนกลาง 2.1.1 องค์ประกอบพื้นที่ส่วนกลาง 2.1.2 การออกแบบพื้นที่ส่วนกลาง 2.1.3 ลักษณะพฤติกรรมการใช้พื้นที่ส่วนกลาง 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ 2.2.1 ความหมายของการตัดสินใจซื้อ 2.2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ 2.2.3 ส่วนผสมการตลาด	ศึกษาจากเอกสาร หนังสือ และปรึกษาจากผู้มีองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

ตารางที่ 3.1 แจกแจงการศึกษาข้อมูลงานวิจัยออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพฯ กรณีศึกษา โครงการเพอร์เฟก เพลส (ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัย	แหล่งที่มาของข้อมูล
<p>3. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</p> <p>3.1 พรชัย ศิริวัชรกุล, 2549 ศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์พื้นที่ส่วนกลางในชุมชนบ้านจัดสรรขนาดใหญ่ระดับราคาปานกลาง พื้นที่กรุงเทพฯ ตอนเหนือ</p> <p>3.2 วรลักษณ์ สงวนไขไผ่วงศ์, 2540 ศึกษาเรื่องบทบาทของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับรายได้ปานกลาง</p> <p>3.3 วรินทร์ กุลินทรประเสริฐ, 2558 แนวทางการออกแบบผังแม่บทสำหรับโครงการหมู่บ้านจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮาส์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล</p> <p>3.4 ณภัทร ณ ลำพูน, 2556 ศึกษาเรื่องข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบสวนสาธารณะของหมู่บ้านจัดสรรขนาดกลาง ระดับราคาปานกลาง ในกรุงเทพมหานคร เขตต่อเมือง (ด้านตะวันออก)</p> <p>3.5 พัสดราภรณ์ ทิพย์โสธร, 2553 ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาพื้นที่ส่วนกลางหมู่บ้านจัดสรรอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา เขตลาดกระบัง</p>	<p>ศึกษาจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</p>
<p>4. เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการ</p> <p>แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 1</p> <p>ส่วนที่ 1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐานทั่วไป ได้แก่ ชื่อ ตำแหน่งงาน บริษัทที่ ทำงานปัจจุบัน</p> <p>ส่วนที่ 2 ศึกษาข้อมูลในด้านแนวคิดและการให้ความสำคัญเรื่องการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง คือ องค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลาง และลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ส่วนกลาง</p> <p>ส่วนที่ 3 ศึกษาแนวโน้มการพัฒนาการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง เพื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกับแบบสอบถามชุดที่ 2 ว่าตรงกับความต้องการของผู้ตัดสินใจซื้อ และกำลังจะซื้อหรือไม่</p>	<p>ผู้ประกอบการ ภูมิสถาปนิก สถาปนิกหรือผู้ออกแบบ ฝ่ายวางแผนโครงการและการตลาด</p>

ตารางที่ 3.1 แจกแจงการศึกษาข้อมูลงานวิจัยออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพฯ กรณีศึกษา โครงการเพอร์เฟค เพลส (ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัย	แหล่งที่มาของข้อมูล
<p>5. เก็บรวบรวมข้อมูล</p> <p>แบบสอบถามชุดที่ 2</p> <p>5.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เพศ 2. อายุ 3. อาชีพ 4. ระดับรายได้ในครัวเรือน 5. สถานะภาพ 6. ช่วงอายุสมาชิกในครอบครัว 7. องค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลาง 8. ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ส่วนกลาง <p>5.2 ส่วนที่ 2 การออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ</p> <p>5.3 ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ คำถามปลายเปิด</p>	<p>สอบถามจากผู้ซื้อและผู้ที่กำลังจะซื้อโครงการ</p>

3.4 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

โครงการของเพอร์เฟค เพลส เป็นโครงการที่เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในหมู่ประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งโครงการหมู่บ้านจะมีเอกลักษณ์ในส่วนของการจัดแต่งสวนของหมู่บ้านตามแนวคิด “การสร้างความพึงพอใจเรื่องการสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีกว่า” (อ้างอิง : เอกสารรายงานประจำปี 2561 เพอร์เฟค เพลส บมจ.) ซึ่งในแต่ละโครงการจะมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ผู้จัดทำได้เลือกโครงการบ้านเดี่ยวของโครงการของเพอร์เฟค เพลส ที่เปิดขายภายในปี 2559-2562 ทั้งหมดในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 9 โครงการ ที่อยู่ในช่วงการทำวิจัย เพื่อดำเนินการจัดทำวิจัยเรื่องพื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพฯ กรณีศึกษาโครงการเพอร์เฟค เพลส โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.4.1. ประชากร

ทั้งนี้ประชากรในการทำการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่ซื้อ เป็นประชากรผู้ซื้อจริงที่ผ่านการโอนกรรมสิทธิ์ และผู้ที่กำลังจะซื้อ เป็นประชากรผู้ซื้อจริงที่ยังไม่ผ่านการโอนกรรมสิทธิ์ ของโครงการเพอร์เฟค เพลส ในเขตกรุงเทพมหานครฯ ตามข้อมูลยอดขาย ณ เดือน พ.ย. 2562 มีจำนวน 925 ราย จากทั้งหมด 9 โครงการของกรณีศึกษา

3.4.2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่ซื้อโครงการเพอร์เฟค เพลส ในเขตกรุงเทพฯ คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1967:887) ที่ช่วงความเชื่อมั่น 95% กำหนดความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05

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

โดย

n = ขนาดตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรที่ทราบค่า (925 Unit)

e = ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้น

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสัดส่วนขนาดของความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจึงยอมให้คลาดเคลื่อนได้ 5% หรือ 0.05 จึงสามารถแทนค่าได้ดังนี้

$$n = \frac{925}{1 + (925)(0.05)^2} = 280 \text{ ราย}$$

ผู้จัดทำวิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 280 ราย

ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณในงานการวิจัยเรื่องการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพฯ กรณีศึกษา โครงการเพอร์เฟค เพลส จำนวน 280 ราย โดยการใช้วิธีการเก็บ แบบสอบถามโดยสะดวก (Convenience Sampling)

ตารางที่ 3.2 จำนวนและสัดส่วนการขายบ้านเดี่ยว ปี 2562 โครงการเพอร์เฟค เพลส ในเขตกรุงเทพมหานคร สำหรับ สัปดาห์ ณ เดือน พ.ย. 2562

ลำดับ	ชื่อโครงการ	จำนวนผู้ไปถึงจะซื้อ	จำนวนผู้ซื้อและอาศัย	จำนวนรวม	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	สัดส่วน (%)
1	เพอร์เฟค เพลส รามอินทรา - วงแหวน					
1.1	เพอร์เฟค เพลส รามอินทรา - วงแหวน เฟส 1	27	10	37	14	4.00%
1.2	เพอร์เฟค เพลส รามอินทรา - วงแหวน (ดีเอคิเคิลีฟ)	10	4	14	5	1.51%
1.3	เพอร์เฟค เพลส รามอินทรา - วงแหวน เฟส 2	50	30	80	30	8.65%
1.4	เพอร์เฟค เพลส รามอินทรา - วงแหวน เฟส 3	20	50	70	26	7.57%
2	เพอร์เฟค เพลส วงแหวน - รามคำแหง					
2.1	เพอร์เฟค เพลส วงแหวน - รามคำแหง เฟส 1	39	10	49	19	5.30%
2.2	เพอร์เฟค เพลส วงแหวน - รามคำแหง เฟส 2	80	50	130	49	14.05%
3	เพอร์เฟค เพลส พระราม 9 - กรุงเทพมหานคร					
3.1	เพอร์เฟค เพลส พระราม 9 - กรุงเทพมหานคร เฟส 1	82	50	132	50	14.27%
3.2	เพอร์เฟค เพลส พระราม 9 - กรุงเทพมหานคร เฟส 2	40	40	80	30	8.65%
4	เพอร์เฟค เพลส รามคำแหง - สุวรรณภูมิ					
4.1	เพอร์เฟค เพลส รามคำแหง - สุวรรณภูมิ	153	180	333	126	36.00%
ผลรวม		501	424	925	350	100%

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลในการศึกษางานวิจัยเรื่องการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพฯ กรณีศึกษา โครงการเพอร์เฟค เพลสครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามโดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 ชุดดังนี้

3.5.1 แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 1

แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ภูมิสถาปนิก สถาปนิก หรือผู้ออกแบบ ฝ่ายวางแผนโครงการและการตลาด ได้ทำการสอบถามโดยสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ จำนวน 3 ชุด ภูมิสถาปนิก สถาปนิก หรือผู้ออกแบบ จำนวน 5 ชุด ฝ่ายวางแผนโครงการและการตลาด จำนวน 4 ชุด เป็นคำถามปลายเปิดที่ต้องการได้คำตอบเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างคำถามปลายปิดของแบบสอบถามกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อและกำลังจะซื้อ ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการ ภูมิสถาปนิก สถาปนิก หรือผู้ออกแบบ ฝ่ายวางแผนโครงการและการตลาด ได้แก่ ชื่อ ตำแหน่งงาน บริษัทที่ ทำงานปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 ศึกษาข้อมูลในด้านแนวคิดและการให้ความสำคัญเรื่องการ ออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง โครงการบ้านเดี่ยว ราคา 5 - 10 ล้านบาท ในเขต กรุงเทพมหานคร คือ องค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลาง และปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์ของพื้นที่ส่วนกลาง

ส่วนที่ 3 ศึกษาแนวโน้มการพัฒนาการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง ในความคิดของผู้ประกอบการ ภูมิสถาปนิก สถาปนิกหรือผู้ออกแบบ ฝ่ายวางแผนโครงการและการตลาด เพื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกับแบบสอบถามชุดที่ 2 ว่าตรงกับความต้องการของผู้ตัดสินใจซื้อ และกำลังจะซื้อหรือไม่

3.5.2 แบบสอบถามชุดที่ 2 แบบสอบถามผู้ตัดสินใจซื้อและกำลังจะซื้อ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบปิด และแบบเปิด กล่าวคือ คำถามแบ่งออกเป็นช่วง ๆ และมีช่องว่างให้ผู้ตอบแบบสอบถามเติมเกี่ยวกับความต้องการที่ละเอียดขึ้น

ส่วนที่ 2 การประเมินอิทธิพลของการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางในการตัดสินใจซื้อโครงการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินอิทธิพลของการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางในการตัดสินใจซื้อโครงการโดยใช้คำถามแบบปลายเปิดเพื่อดูแนวคิดของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการออกแบบ และคำถามแบบปลายปิด เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์เกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบที่มีผลต่อการตัดสินใจ โดยใช้มาตรวัดข้อมูลประเภทวัด อันตรภาค (Interval Scale) ของ ลิเคิร์ต (Likert Scale) แบบการให้ระดับความสำคัญ 5 ระดับ ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 3.3 การให้ระดับความสำคัญขององค์ประกอบพื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

ระดับคะแนน	ความหมาย
5	มีอิทธิพลมากที่สุด
4	มีอิทธิพลมาก
3	มีอิทธิพลปานกลาง
2	มีอิทธิพลน้อย
1	มีอิทธิพลน้อยที่สุด

จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้ มาแปลความหมายของคะแนนโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยทุกข้อของการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครนศึกษา โครงการเพอร์เฟค เพลส โดยมีเกณฑ์ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนอันตรภาค}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ตารางที่ 3.4 การแปลความหมายของคะแนนขององค์ประกอบพื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

คะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
5.00 – 4.21	ผู้บริโภคมักมีการตอบสนองต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุด
4.20 – 3.41	ผู้บริโภคมักมีการตอบสนองต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก
3.40 – 2.61	ผู้บริโภคมักมีการตอบสนองต่อการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง
2.60 – 1.81	ผู้บริโภคมักมีการตอบสนองต่อการตัดสินใจซื้อในระดับน้อย
1.80 – 1.00	ผู้บริโภคมักมีการตอบสนองต่อการตัดสินใจซื้อในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ซื้อและผู้กำลังตัดสินใจซื้อ เป็นคำถามปลายปิดเพื่อสอบถามการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยว และคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับพื้นที่ส่วนกลางในโครงการ โดยใช้มาตรวัดข้อมูลประเภทวัด อันตรภาค ของ ลิเคิร์ต แบบการให้ระดับความสำคัญ 5 ระดับ ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 3.5 การให้ระดับความสำคัญการตัดสินใจซื้อจากปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง

ระดับคะแนน	ความหมาย
5	ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน
4	ตัดสินใจซื้อ
3	ไม่แน่ใจ
2	ไม่ตัดสินใจซื้อ
1	ไม่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน

จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้ มาแปลความหมายของคะแนนโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพฯ กรณีศึกษา โครงการเพอร์เฟค เฟลส

ตารางที่ 3.6 การแปลความหมายของการตัดสินใจซื้อจากปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง

คะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
5.00 – 4.21	ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน
4.20 – 3.41	ตัดสินใจซื้อ
3.40 – 2.61	ไม่แน่ใจ
2.60 – 1.81	ไม่ตัดสินใจซื้อ
1.80 – 1.00	ไม่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้จัดทำจะดำเนินการรวบรวมคำตอบ และนำคำตอบมาสังเคราะห์หาข้อสรุปเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพฯ กรณีศึกษา โครงการเพอร์เฟค เฟลส

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนต่าง ๆ ดังนี้

3.6.1. ใช้สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งจะเป็นสถิติที่ใช้บรรยายสรุปคุณลักษณะของข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง สรุปและแปลความหมายเฉพาะกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายเท่านั้น โดยการใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) เช่น ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้การวัดแนวโน้มเข้าสู่ศูนย์กลาง (Central

Tendency) เช่น ค่าเฉลี่ย (Mean) และใช้การกระจายของข้อมูล (Measure of variation) เช่น ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.6.2. ใช้สถิติเชิงอนุมาน หรือสถิติอ้างอิง ซึ่งเป็นสถิติที่อธิบายคุณลักษณะตัวแปรของกลุ่มประชากรเป้าหมาย ผู้วิจัยจะใช้ในการวิเคราะห์ และทำการทดสอบสมมติฐาน เพื่อวิเคราะห์เรื่องการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครศึกษา โครงการเพอร์เฟค เพลส

ตอนที่ 1 นำข้อมูลองค์ประกอบพื้นที่ส่วนกลาง ได้แก่ ทางเข้าโครงการ สวนส่วนกลาง สโมสร และถนนและทางเท้าภายในโครงการทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยโดยใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หากพบมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญก็ทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD

ตอนที่ 2 นำข้อมูลการออกแบบภูมิทัศน์ ได้แก่ ตำแหน่งที่ตั้ง ขนาด รูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอย และลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยโดยใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หากพบมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญก็ทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สัญลักษณ์และคำย่อที่ใช้แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

Between Groups	หมายถึง ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
Within Groups	หมายถึง ความแปรปรวนภายในกลุ่ม
Sum of Squares	หมายถึง ผลรวมของกำลังสองของค่าเบี่ยงเบน
df	หมายถึง ชั้นของความเป็นอิสระ
Mean Square	หมายถึง ความแปรปรวน
F	หมายถึง การทดสอบโดยเปรียบเทียบความแปรปรวนด้วยตัวสถิติ
P	หมายถึง ค่านัยสำคัญทางสถิติ
LSD (Least -Significant Different)	หมายถึง เป็นการเปรียบเทียบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยองค์ประกอบพื้นที่ส่วนกลาง และปัจจัยการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางครั้งละคู่ โดยสุ่มตัวอย่างแต่ละชุดเป็นอิสระต่อกัน

3.6.3 สังเคราะห์ข้อมูล

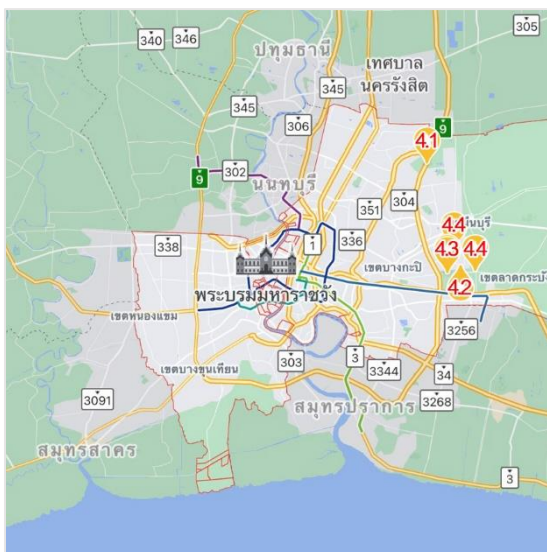
นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดมาสังเคราะห์เพื่อสรุป ให้เกิดประโยชน์กับงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่เกี่ยวข้องเรื่องการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกันต่อไป โดยผลของการวิจัยนี้นั้นอาจจะนำไปใช้กับรูปแบบการออกแบบของสวนส่วนกลาง หรือสวนสาธารณะ ที่นักรออกแบบอาจจะหาข้อมูลเพื่อเป็นส่วนประกอบในการออกแบบสวนต่าง ๆ เพื่อให้ตอบตรงความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

บทที่ 4

กฎหมายพื้นที่ส่วนกลาง

การดำเนินการวิจัยเรื่อง การออกแบบกฎหมายพื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาโครงการเพอร์เฟคเพลส(เปิดขายในปี 2560-2562 ในเขตกรุงเทพมหานคร) เพื่อให้ทราบถึงกฎหมายพื้นที่ส่วนกลาง ซึ่งจะนำไปสู่แนวทางการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อที่แตกต่างกัน จากการสำรวจมีทั้งหมด 9 โครงการ ดังนี้

- 4.1 เพอร์เฟค เพลส รามอินทรา - วงแหวน
 - 4.1.1 เพอร์เฟค เพลส รามอินทรา – วงแหวน เฟส 1
 - 4.1.2 เพอร์เฟค เพลส รามอินทรา – วงแหวน (ดิเอ็กคลูซีฟ)
 - 4.1.3 เพอร์เฟค เพลส รามอินทรา – วงแหวน เฟส 2
 - 4.1.4 เพอร์เฟค เพลส รามอินทรา – วงแหวน เฟส 3
- 4.2 เพอร์เฟค เพลส วงแหวน - รามคำแหง
 - 4.2.1 เพอร์เฟค เพลส วงแหวน – รามคำแหง เฟส 1
 - 4.2.2 เพอร์เฟค เพลส วงแหวน – รามคำแหง เฟส 2
- 4.3 เพอร์เฟค เพลส พระราม 9 - กรุงเทพกรีฑา
 - 4.3.1 เพอร์เฟค เพลส พระราม 9 – กรุงเทพกรีฑา เฟส 1
 - 4.3.2 เพอร์เฟค เพลส พระราม 9 – กรุงเทพกรีฑา เฟส 2
- 4.4 เพอร์เฟค เพลส รามคำแหง - สุวรรณภูมิ
 - 4.4.1 เพอร์เฟค เพลส รามคำแหง – สุวรรณภูมิ



ภาพที่ 4.1 ตำแหน่งที่ตั้งกรณศึกษาโครงการเพอร์เพคเพลส
(เปิดขยายในปี 2560-2562 ในเขตกรุงเทพมหานคร)
ที่มา : ปรับปรุงจาก Google Maps

การเก็บข้อมูลกรณศึกษาอยู่ภายใต้กรอบ การออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครกรณศึกษาโครงการเพอร์เพคเพลส มีพื้นที่ส่วนกลางที่จะศึกษา ดังนี้ ทางเข้าโครงการ สวนส่วนกลาง สโมสร ถนนและทางเท้าภายในโครงการ โดยมีประเด็นเรื่องการออกแบบภูมิทัศน์ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ตำแหน่งที่ตั้ง 2) ขนาดของ 3) รูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอย 4) ลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบ

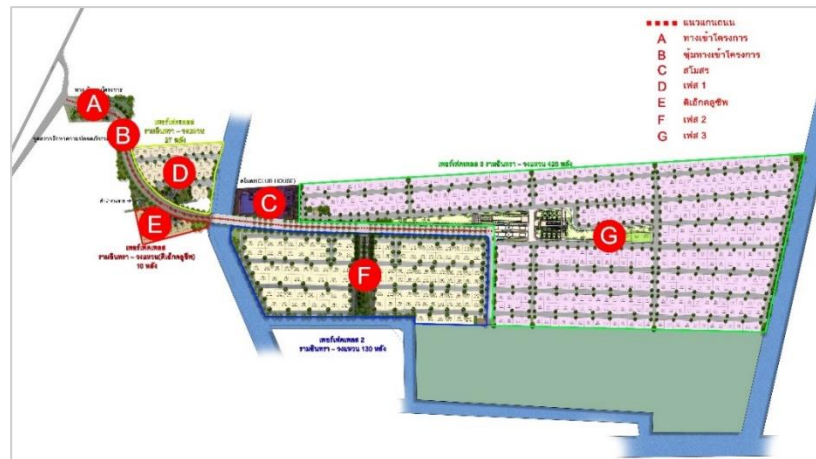
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย CHULALONGKORN UNIVERSITY

4.1 เพอร์เพค เพลส รามอินทรา – วงแหวน

ข้อมูลทั่วไป

โครงการเพอร์เพค เพลส รามอินทรา-วงแหวน ภายในพื้นที่มีจำนวนเฟสในโครงการ จำนวน 4 โครงการ

- 4.1.1 เพอร์เพค เพลส รามอินทรา – วงแหวน เฟส 1
- 4.1.2 เพอร์เพค เพลส รามอินทรา – วงแหวน (ดิเอ็กคลูซีฟ)
- 4.1.3 เพอร์เพค เพลส รามอินทรา – วงแหวน เฟส 2
- 4.1.4 เพอร์เพค เพลส รามอินทรา – วงแหวน เฟส 3



ภาพที่ 4.2 ผังการวางตำแหน่งที่ตั้ง
ที่มา : ปรับปรุงจาก Property Perfect



ภาพที่ 4.3 ทางเข้าโครงการหลัก A

ที่มา : Property Perfect



ภาพที่ 4.4 ระบบรักษาความปลอดภัยและถนนหลักของทางเข้าโครงการหลัก B

ที่มา : Property Perfect



ภาพที่ 4.5 ภาพรวมการออกแบบด้านภูมิทัศน์ภายในโครงการ

ที่มา : <https://www.homenayoo.com/perfect-place-windmill-ramindra-wongwaen/> และ <https://www.ddproperty.com/รวมโครงการใหม่/รีวิวโครงการใหม่/รีวิวโครงการ-เพอร์เฟค-เพลส-รามอินทรา-วงแหวน-perfect-place-ramindra-wongwaen-157062> สืบค้นข้อมูล 13 สิงหาคม 2563

โครงการเพอร์เฟคเพลสรามอินทราวงแหวนมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สโมสรมีขนาดใหญ่ สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และระบบรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวดเข้าออกโครงการด้วยระบบ Key Card Control รวมอยู่ภายใต้แนวคิด Windmill Avenue โครงการบ้านเดี่ยว สไตล์ยุโรป ในบรรยากาศ Windmill ที่ชูคอนเซ็ปต์ของการเป็นบ้านเพื่อการพักผ่อนที่นำแรงบันดาลใจจากเมืองท่องเที่ยวที่สวยงาม นำอยู่ที่สุด ภายใต้คอนเซ็ปต์ Livable European City มาออกแบบเป็นบ้านรูปทรงอบอุ่น สีอ่อนอ่อนหวาน สวยงาม ในบรรยากาศการตกแต่งภายในโครงการให้กลายเป็นดินแดนแห่งทุ่งดอกไม้ โดยนำสัญลักษณ์ของสถานที่สำคัญต่าง ๆ ในยุโรปตะวันตก เช่น เนเธอร์แลนด์ สวิสเซอร์แลนด์ อิตาลี ทั้งกังหันลม สวนสาธารณะกลิ่นอายยุโรป ให้อบอวลไปด้วยบรรยากาศแบบ วิลด์มิลล์

สโมสร

ขนาดพื้นที่สโมสรมีขนาดใหญ่พื้นที่ 2-0-30.5 ไร่ มีพื้นที่สวนที่ไม่นำมาจัดสรรอีก 1-0-0 ไร่ การจัดสวนพื้นที่ใช้งานมีพื้นที่ที่เป็นอาคารสโมสร สระว่ายน้ำ ห้องออกกำลังกาย ห้อง Play room Lounge ไว้ในพื้นที่เดียวกัน ทำให้สโมสรของโครงการนี้เป็นจุดศูนย์กลางของผู้อยู่อาศัยภายในโครงการทั้งทางด้านตำแหน่งที่ตั้งและทางด้านการจัดกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอยต่างๆ นอกจากนี้ภายในโครงการยังจัดให้มีสวนขนาดกลางและสวนหย่อมในบริเวณรอบๆ มีพื้นที่จอดรถ จุดเด่นที่สร้างความน่าสนใจให้กับผู้ซื้อ นั่นคือสีสนของตัวสโมสรในโทนสีพาสเทล กับสไตล์ยุโรปเปี่ยม ฮาบีแทท

(European Habitat) กับเอกลักษณ์หลังคาทรงจั่ว ระแนงไม้ และ Romantic Terrace ที่จะนำกระถางต้นไม้มาตกแต่งที่ระเบียง ซึ่งได้แนวคิดมาจากหมู่บ้านทางฝั่งยุโรป ดังนั้นโดยรอบสโมสรจึงประดับตกแต่งด้วย ศาลาโครงเหล็กตัด สวนดอกไม้ ดังภาพ



ภาพที่ 4.6 สโมสรที่ใช้ร่วมกัน

ที่มา : Property Perfect

4.1.1 เพอร์เฟค เฟลส รามอินทรา – วงแหวน เฟส 1

โครงการเพอร์เฟค เฟลส รามอินทรา – วงแหวน เฟส 1 มีขนาดพื้นที่โครงการ 7-0-0 ไร่ จำนวน 27 ยูนิต รูปแปลงที่ดินมีลักษณะรวมเป็นกลุ่มก้อน มีลักษณะการออกแบบวางผังระบบถนนโครงการ เป็นระบบตารางและมีถนนปลายตันอยู่บริเวณริมรั้วโครงการในบางจุด โดยมีถนนในโครงการ 4 ระดับ ได้แก่ 1) ถนนสายหลักหน้าโครงการที่มีความกว้าง 20.00 เมตร เกาะกลางมีขนาด 2.00 เมตร ทางเท้าหน้าโครงการขนาด 1.50 เมตร 2) ถนนเชื่อมทางเข้าโครงการถนนกว้าง 16.00 เมตร มีเกาะกลางถนนขนาด 3.00 เมตร 3) ถนนรองขนาด 10.00 เมตร 4) ถนนซอยขนาด 8.00 เมตร



ภาพที่ 4.7 ผังการวางตำแหน่งที่ตั้ง

ที่มา : ปรับปรุงจาก Property Perfect

ทางเข้าโครงการตั้งอยู่ด้านหน้าของโครงการโดยมีส่วนกลางอยู่ติดกับทางเข้าโครงการ ซึ่งทำให้ด้านหน้าโครงการดูกว้างและมีขนาดใหญ่ นอกจากนี้ถนนสายหลักหน้าโครงการที่มีความกว้าง ยังช่วยเปิดมุมมองให้เห็นภาพรวมของทางเข้าโครงการได้ชัดเจน ทางเข้าเป็นไม้กระดก ต้องใช้ Key Card แตะเข้าออก

ชุมโครงการและสวนหย่อมรอบ ๆ มีขนาด 0-0-40 ไร่ พื้นที่สีเขียวทั้งโครงการมีขนาด 0-1-62.9 ไร่ พื้นที่สวนส่วนกลางมีขนาด 0-1-24.8 ไร่ มีการจัดสภาพแวดล้อม มีต้นไม้ใหญ่ ไม้พุ่ม ไม้คลุมดิน สนามหญ้า ลานโล่ง ส่วนของบริเวณในโครงการจะจัดเป็นสวนหย่อมแบบเรียงโล่งในบรรยากาศเมืองท่องเที่ยวในยุโรป ในแนวคิด Windmill Avenue ไม้พุ่มทั้งหมดจะตัดแต่งทรงเป็นระเบียบ และยังมีมุมนั่งเล่นเป็นพื้นที่คอนกรีตพิมพ์ลายขนาดเล็ก



ภาพที่ 4.8 ทางเข้าโครงการ

ที่มา : <https://www.homenayoo.com/perfect-place-windmill-ramintra-wongwaen/> สืบค้นข้อมูล 13

สิงหาคม 2563



ภาพที่ 4.9 สวนส่วนกลาง

ที่มา : <https://www.homenayoo.com/perfect-place-windmill-ramintra-wongwaen/> สืบค้นข้อมูล 13

สิงหาคม 2563



ภาพที่ 4.10 สวนส่วนกลาง

ที่มา : <https://www.homenayoo.com/perfect-place-windmill-ramintra-wongwaen/> สืบค้นข้อมูล 13

สิงหาคม 2563



ภาพที่ 4.11 ถนนและทางเข้าภายในโครงการ

ที่มา : <https://www.homenayoo.com/perfect-place-windmill-ramintra-wongwaen/> สืบค้นข้อมูล 13

สิงหาคม 2563

4.1.2 เพอร์เฟค เฟลส รามอินทรา – วงแหวน (ดิเอ็กคลูซีฟ)

โครงการเพอร์เฟค เฟลส รามอินทรา – วงแหวน (ดิเอ็กคลูซีฟ) มีขนาดพื้นที่ 2-1-6.41 ไร่ จำนวน 10 ยูนิต รูปแปลงที่ดินมีลักษณะรวมเป็นกลุ่มก้อน มีลักษณะการออกแบบวางผังระบบถนนโครงการ เป็นระบบตารางและมีถนนปลายตันอยู่บริเวณริมรั้วโครงการในบางจุด โดยมีถนนในโครงการ 4 ระดับ ได้แก่ 1) ถนนสายหลักหน้าโครงการที่มีความกว้าง 20.00 เมตร เกะกลางมีขนาด 2.00 เมตร ทางเท้าหน้าโครงการขนาด 1.50 เมตร 2) ถนนเชื่อมทางเข้าโครงการถนนกว้าง 12.00 เมตร มีเกาะกลางถนนขนาด 2.50 เมตร 3) ถนนรองขนาด 9.00 เมตร ทางเท้าภายในโครงการกว้าง 1.00 เมตร



ภาพที่ 4.12 ผังการวางตำแหน่งที่ตั้ง
ที่มา : ปรับปรุงจาก Property Perfect

ทางเข้าโครงการตั้งอยู่ด้านหน้าของโครงการโดยมีส่วนกลางอยู่ติดกับทางเข้าโครงการ ซึ่งทำให้ด้านหน้าโครงการดูกว้างและมีขนาดใหญ่นอกจากนี้ถนนสายหลักหน้าโครงการที่มีความกว้างยังช่วยเปิดมุมมองให้เห็นภาพรวมของทางเข้าโครงการได้ชัดเจน ทางเข้าเป็นไม้กระดก ต้องใช้ Key Card แตะเข้าออก

ชุมโครงการและสวนหย่อมรอบ ๆ มีขนาด 0-0-35.6 ไร่ ซึ่งรวมพื้นที่สีเขียวทั้งโครงการ และใช้เป็นพื้นที่สวนส่วนกลางของโครงการด้วย มีการจัดสภาพแวดล้อม มีต้นไม้ใหญ่ ไม้พุ่ม ไม้คลุมดิน สนามหญ้า สไตล์ European habitat โดยได้แรงบันดาลใจจากสถาปัตยกรรมสไตล์ยุโรป ตะวันตก และสัญลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวของสถานที่สำคัญต่าง ๆ ในประเทศเนเธอร์แลนด์ สวิสเซอร์แลนด์ อิตาลี เช่น สวนดอกไม้ น้ำพุ



ภาพที่ 4.13 ทางเข้าโครงการ

ที่มา : <https://www.homenayoo.com/perfect-place-windmill-ramintra-wongwaen/> สืบค้นข้อมูล 13 สิงหาคม 2563



ภาพที่ 4.14 ถนนและทางเท้าภายในโครงการ

ที่มา : <https://www.homenayoo.com/perfect-place-windmill-ramintra-wongwaen/> สืบค้นข้อมูล 13 สิงหาคม 2563

4.1.3 เพอร์เฟค เพลส รามอินทรา – วงแหวน เฟส 2

โครงการเพอร์เฟค เพลส รามอินทรา – วงแหวน เฟส 2 มีขนาดพื้นที่โครงการ 35-1-51.0 ไร่ จำนวน 130 ยูนิต รูปแปลงที่ดินมีลักษณะรวมเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีลักษณะการออกแบบวางผังระบบถนนโครงการ เป็นระบบตารางและมีถนนปลายตันอยู่บริเวณริมรั้วโครงการในบางจุด โดยมีถนนในโครงการ 4 ระดับ ได้แก่ 1) ถนนสายหลักหน้าโครงการที่มีความกว้าง 20.00 เมตร เก้าะกลางมีขนาด 2.00 เมตร ทางเท้าหน้าโครงการขนาด 1.50 เมตร 2) ถนนซุ้มทางเข้าโครงการถนนกว้าง 16.00

เมตร มีเกาะกลางถนนขนาด 3.00 เมตร 3) ถนนรองขนาด 12.00 เมตร 4) ถนนซอยกว้าง 9.00 เมตร ทางเท้าภายในโครงการกว้าง 1.50 เมตร



ภาพที่ 4.15 ผังการวางตำแหน่งที่ตั้ง

ที่มา : ปรับปรุงจาก Property Perfect

ทางเข้าโครงการตั้งอยู่ด้านหน้าของโครงการโดยมีสวนส่วนกลางอยู่ด้านหลังทางเข้าโครงการ และอยู่ตำแหน่งกึ่งกลางของโครงการ ทำให้พื้นที่สีเขียวมีความต่อเนื่องกัน ทางเข้าเป็นไม้กระดก ต้องใช้ Key Card แตะเข้าออก

ซุ้มโครงการและสวนหย่อมรอบ ๆ มีขนาด 1-1-64.87 ไร่ พื้นที่สีเขียวทั้งโครงการมีขนาด 1-2-19.9 ไร่ พื้นที่สวนส่วนกลางมีขนาด 1-0-49.2 ไร่ การจัดสภาพแวดล้อม มีบ่อน้ำขนาดใหญ่และน้ำพุ มีต้นไม้ใหญ่ ไม้พุ่ม ไม้คลุมดิน การเข้าถึงพื้นที่สวนสามารถเข้าถึงได้ทุกทาง



ภาพที่ 4.16 ทางเข้าโครงการติดกับสวนส่วนกลาง

ที่มา : Property Perfect



ภาพที่ 4.17 ทางเข้าโครงการ

ที่มา : Property Perfect



ภาพที่ 4.18 สวนส่วนกลาง

ที่มา : Property Perfect

4.1.4 เพอร์เฟค เฟลส รามอินทรา – วงแหวน เฟส 3

โครงการเพอร์เฟค เฟลส รามอินทรา – วงแหวน เฟส 3 มีขนาดพื้นที่โครงการ 76-1-68.9 ไร่ จำนวน 428 ยูนิต รูปแปลงที่ดินมีลักษณะรวมเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีลักษณะการออกแบบวางผังระบบ ถนนโครงการ เป็นระบบตารางและมีถนนปลายตันอยู่บริเวณริมรั้วโครงการในบางจุด โดยมีถนนในโครงการ 4 ระดับ ได้แก่ 1) ถนนสายหลักหน้าโครงการที่มีความกว้าง 20.00 เมตร เกาะกลางมีขนาด 2.00 เมตร ทางเท้าหน้าโครงการขนาด 1.50 เมตร 2) ถนนซุ้มทางเข้าโครงการถนนกว้าง 20.00 เมตร มีเกาะกลางถนนขนาด 4.00 เมตร 3) ถนนรองขนาด 12.00 เมตร 4) ถนนซอยกว้าง 9.00 เมตร ทางเท้าภายในโครงการกว้าง 1.50 เมตร

ทางเข้าโครงการตั้งอยู่หน้าโครงการมีสวนหย่อมรอบ ๆ โดยมีสวนส่วนกลางอยู่ด้านหลังทางเข้าโครงการ และอยู่ตำแหน่งกึ่งกลางของโครงการ ทำให้พื้นที่สีเขียวมีความต่อเนื่องกัน ซุ้มทางเข้าโครงการมีหลังคาคลุมกันแดดและฝน ทางเข้าเป็นไม้กระดก ต้องใช้ Key Card แตะเข้าออก

มีพื้นที่ชุ่มน้ำโครงการและสวนหย่อมรอบ ๆ 0-1-85.84 ไร่ มีพื้นที่สีเขียวทั้งโครงการมีขนาด 3-6-98.4 ไร่ มีพื้นที่สวนส่วนกลางมีขนาด 3-3-59.4 ไร่ บรรยากาศทัศนียภาพและสภาพแวดล้อมมีความร่มรื่นของไม้ยืนต้นแนวคิวดและสไตล์ออกแบบสไตล์ European habitat สวนเป็นรูปฟอร์มสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีบ่อน้ำ ประติมากรรมตกแต่ง และผนังตกแต่งในการสร้างจุดเด่น



ภาพที่ 4.19 ผังการวางตำแหน่งที่ตั้ง
ที่มา : ปรับปรุงจาก Property Perfect



ภาพที่ 4.20 ทางเข้าโครงการเชื่อมต่อกับสวนส่วนกลาง
ที่มา : Property Perfect



ภาพที่ 4.21 ทางเข้าโครงการ
ที่มา : ถ่ายเมื่อ 13 เมษายน 2563



ภาพที่ 4.22 สวนส่วนกลาง
ที่มา : ถ่ายเมื่อ 13 เมษายน 2563



ภาพที่ 4.23 ประติมากรรมตกแต่งภายในโครงการ
ที่มา : ถ่ายเมื่อ 13 เมษายน 2563

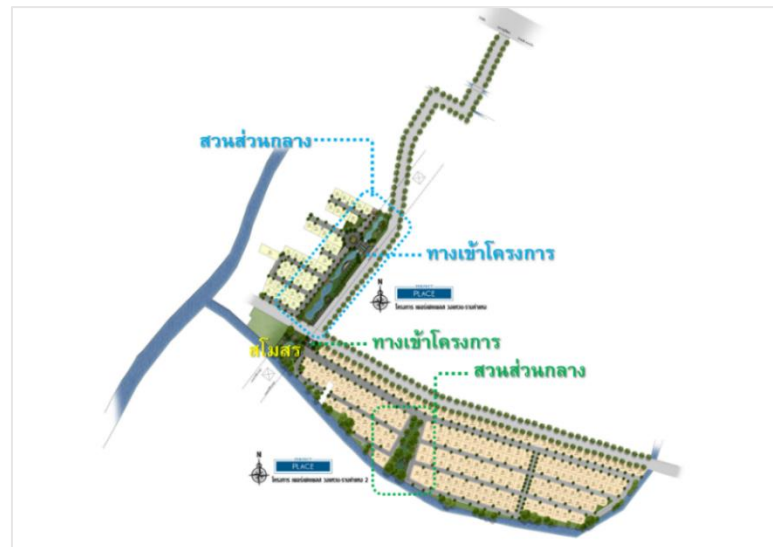
4.2 เพอร์เฟค เพลส วงแหวน - รามคำแหง

ข้อมูลทั่วไป

โครงการเพอร์เฟค เพลส รามอินทรา-วงแหวน ภายในพื้นที่มีจำนวนเพลสในโครงการ จำนวน 2 โครงการ

4.2.1 เพอร์เฟค เพลส วงแหวน – รามคำแหง เฟส 1

4.2.2 เพอร์เฟค เพลส วงแหวน – รามคำแหง เฟส 2



ภาพที่ 4.24 ผังการวางตำแหน่งที่ตั้ง
ที่มา : ปรับปรุงจาก Property Perfect



ภาพที่ 4.25 ภาพรวมการออกแบบด้านภูมิทัศน์ภายในโครงการ

ที่มา : <https://www.homenayoo.com/perfect-place-lake-windmill-wongwaen-ramkhamhaeng/>

สืบค้นข้อมูล 13 สิงหาคม 2563

CHULALONGKORN UNIVERSITY

โครงการเพอร์เฟคเพลสวงแหวน-รามคำแหง บรรยากาศ Windmill ที่พลิกรูปแบบของการอยู่อาศัย ด้วยแรงบันดาลใจ จากเมืองที่น่าอยู่และน่าท่องเที่ยวที่สุดในอันดับต้นๆ ของโลก ภายใต้แนวคิด Livable European City ภายในโครงการตกแต่งด้วย แรงบันดาลใจ และสัญลักษณ์ของสถานที่สำคัญต่าง ๆ ในยุโรปตะวันตก เช่น เนเธอร์แลนด์ สวิสเซอร์แลนด์ อิตาลี ทั้งกังหันลม สวนสาธารณะ เพื่อสร้างเมืองที่น่าอยู่ในบรรยากาศ Windmill ประดับด้วย โคมไฟ Classic Style เพื่อเพิ่มความหรูหรา ตามเอกลักษณ์ European มี Weather Vain สัญลักษณ์ การบอกทิศทาง ซึ่งมักติดตามสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ เช่นโบสถ์ หรือสถานที่สำคัญตามความเชื่อ ของชาวยุโรป แต่โครงการได้นำมาดัดแปลงเป็น หงส์ ซึ่งเป็นสัตว์ชั้นสูง ในเทพนิยาย สีที่ใช้ในโครงการเป็นสีพาสเทล ที่ให้ความรู้สึก อบอุ่น อุ่นใจด้วยระบบรักษาความปลอดภัยระบบ Key Card Control ตัวโครงการแบ่งออกเป็น 2 เฟส มีสโมสรอยู่กึ่งกลางระหว่างโครงการ

สโมสรร

ขนาดพื้นที่สโมสรรมีขนาดใหญ่พื้นที่ 1-1-38.5 ไร่ การจัดสวนพื้นที่ใช้งานมีพื้นที่ที่เป็นอาคาร สโมสรร สระว่ายน้ำ ห้องออกกำลังกาย ห้อง Play room Lounge ไว้ในพื้นที่เดียวกัน ทำให้สโมสรร ของโครงการนี้เป็นจุดศูนย์กลางของผู้อยู่อาศัยภายในโครงการทั้งทางด้านตำแหน่งที่ตั้งและทางด้าน การจัดกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอยต่าง ๆ นอกจากนี้ภายในโครงการยังจัดให้มีสวนขนาดกลางและ สวนหย่อมในบริเวณรอบ ๆ มีพื้นที่จอดรถ โดดเด่นด้วยคลับเฮ้าส์หรู รองรับทุกไลฟ์สไตล์ทันสมัย เพียงพร้อมไปกับสิ่งอำนวยความสะดวก มากมาย อาทิ ฟิตเนส ซาวน่าสตรีม สระว่ายน้ำ



ภาพที่ 4.26 สโมสรรที่ใช้ร่วมกัน

ที่มา : Property Perfect

4.2.1 เพอร์เฟค เพลส วงแหวน – รามคำแหง เฟส 1

โครงการเพอร์เฟค เพลส วงแหวน – รามคำแหง เฟส 1 มีขนาดพื้นที่โครงการ 16-3-43.4 ไร่ จำนวน 39 ยูนิต รูปแปลงที่ดินมีลักษณะรวมเป็นกลุ่มก้อน มีลักษณะการออกแบบวางผังระบบถนน โครงการ เป็นระบบตารางและมีถนนปลายตันอยู่บริเวณริมรั้วโครงการในบางจุด โดยมีถนนใน โครงการ 4 ระดับ ได้แก่ 1) ถนนสายหลักหน้าโครงการที่มีความกว้าง 20.00 เมตร เกาะกลางมีขนาด 2.00 เมตร ทางเท้าหน้าโครงการขนาด 1.50 เมตร 2) ถนนเชื่อมทางเข้าโครงการถนนกว้าง 20.00 เมตร มีเกาะกลางถนนขนาด 3.00 เมตร 3) วงเวียนมีรัศมี 9 เมตรความกว้างของช่องจราจรภายในวง เวียน เท่ากับ 9 เมตร 4) ถนนรองขนาด 9.00 เมตร ทางเท้าภายในโครงการขนาด 1.50 เมตร

ซุ้มโครงการและสวนหย่อมรอบ ๆ มีขนาด 4-6-18.1 ไร่ พื้นที่สีเขียวทั้งโครงการมีขนาด 4-8-55.4 ไร่ พื้นที่สวนส่วนกลางมีขนาด 0-1-80 ไร่

จุดเด่นของโครงการคือ มีพื้นที่สวนส่วนกลางขนาดใหญ่ด้านหน้าโครงการ กลิ่นอายแบบ หมู่บ้านในยุโรป ภายในโครงการจะมีพื้นที่สวนสาธารณะอยู่ 2 จุด คือฝั่งที่มีลากูน และฝั่งสวนสไตล์

คอร์ทยาร์ด ที่จัดเป็นสวนสไตล์ยุโรป มีทางเดินชมสวน และลากรูน ไม้เป็นพื้นที่ผ่อนคลา ย เดินเล่น ทางเข้าโครงการ จะไม่มีซุ้มประตูทางเข้า เนื่องจากเป็นพื้นที่ได้สายไฟฟ้าแรงสูง นอกจากนี้ระบบ รักษาความปลอดภัยของโครงการก็จัดมาอย่างแน่นหนาทั้งรั้วรอบโครงการสูง 3 เมตร ติดเหล็กกัน เพิ่มอีก 50 เซนติเมตร การเข้าออกโครงการเป็นไม้กระดก ต้องใช้ Key Card แตะเข้าออก และมี เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำ 24 ชั่วโมง พร้อมกล้อง CCTV



ภาพที่ 4.27 ผังการวางตำแหน่งที่ตั้ง
ที่มา : ปรับปรุงจาก Property Perfect



ภาพที่ 4.28 ทางเข้าโครงการที่มา : Property Perfect
ที่มา : Property Perfect



ภาพที่ 4.29 สวนส่วนกลาง

ที่มา : <https://www.homenayoo.com/perfect-place-lake-windmill-wongwaen-ramkhamhaeng/>
สืบค้นข้อมูล 13 สิงหาคม 2563



ภาพที่ 4.30 ประติมากรรมตกแต่งภายในโครงการ

ที่มา : Property Perfect

4.2.2 เพอร์เฟค เพลส วงแหวน – รามคำแหง เฟส 2

โครงการเพอร์เฟค เพลส วงแหวน – รามคำแหง เฟส 2 มีขนาดพื้นที่โครงการ 50-5-58.22 ไร่ จำนวน 210 ยูนิต รูปแปลงที่ดินมีลักษณะรวมเป็นกลุ่มก้อน มีลักษณะการออกแบบวางผังระบบถนนโครงการ เป็นระบบตารางและมีถนนปลายตันอยู่บริเวณริมรั้วโครงการในบางจุด โดยมีถนนในโครงการ 4 ระดับ ได้แก่ 1) ถนนสายหลักหน้าโครงการที่มีความกว้าง 20.00 เมตร ไม่มีเกาะกลางถนน 2) ถนนเชื่อมทางเข้าโครงการถนนกว้าง 16.00 เมตร มีเกาะกลางถนนขนาด 3.00 เมตร ทางเท้า 2.00 เมตร 3) ถนนรองขนาด 16.00 เมตร ทางเท้าภายในโครงการขนาด 1.50 เมตร 4) ถนนซอยขนาด 9.00 เมตร ทางเท้าภายในโครงการ ผังที่มีเสาไฟฟ้าจะมีขนาด 2.00 เมตร และอีกผังจะมีขนาด 1.00 เมตร

ซุ้มโครงการและสวนหย่อมรอบ ๆ มีขนาด 0-1-35.07 ไร่ พื้นที่สีเขียวทั้งโครงการมีขนาด 4-75-86.97 ไร่ พื้นที่สวนส่วนกลางมีขนาด 1-3-13.82 ไร่

ทางเข้าโครงการอยู่ติดกับสโมสร และอยู่ตำแหน่งด้านซ้ายของผังโครงการ มีสวนส่วนกลางอยู่กึ่งกลางโครงการ งานออกแบบมีกลิ่นอายแบบหมู่บ้านในยุโรป ที่จัดเป็นสวนสไตล์ยุโรป มีทางเดินชมสวน ไม้เป็นพื้นที่ผ่อนคลายเป็นพิเศษ ทางเข้าโครงการ จะมีซุ้มประตูทางเข้าที่มีหลังคา กันแดดกันฝนเฉพาะด้านทางเข้าโครงการ ส่วนอีกผังที่เป็นทางออกจะไม่มีซุ้มหลังคา การเข้าออกโครงการเป็นประตูอัตโนมัติ ต้องใช้ Key Card แตะเข้าออก และมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำ 24 ชั่วโมง พร้อมกล้อง CCTV



ภาพที่ 4.31 ผังการวางตำแหน่งที่ตั้ง
ที่มา : ปรับปรุงจาก Property Perfect



ภาพที่ 4.32 ทางเข้าโครงการ
ที่มา : ถ่ายเมื่อ 13 เมษายน 2563



ภาพที่ 4.33 ถนนและทางเท้าภายในโครงการ
ที่มา : ถ่ายเมื่อ 13 เมษายน 2563



ภาพที่ 4.34 สวนส่วนกลาง

ที่มา : Property Perfect



ภาพที่ 4.35 ลักษณะทางกายภาพของการออกแบบด้านภูมิทัศน์

ที่มา : ถ่ายเมื่อ 13 เมษายน 2563

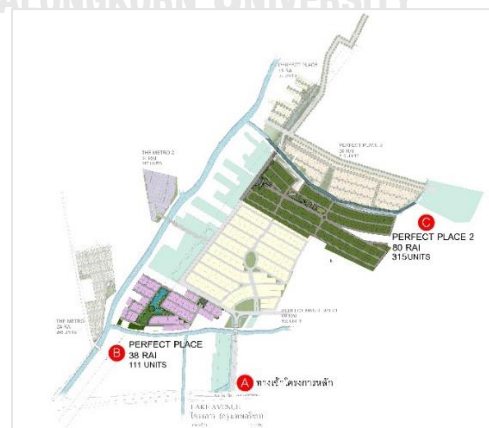
4.3 เพอร์เฟค เพลส พระราม 9 - กรุงเทพมหานคร

ข้อมูลทั่วไป

เพอร์เฟค เพลส พระราม 9 - กรุงเทพมหานคร ภายในพื้นที่ที่มีจำนวนพลสในโครงการ จำนวน 2 โครงการ

4.3.1 เพอร์เฟค เพลส พระราม 9 - กรุงเทพมหานคร เฟส 1

4.3.2 เพอร์เฟค เพลส พระราม 9 - กรุงเทพมหานคร เฟส 2



ภาพที่ 4.36 ผังการวางตำแหน่งที่ตั้ง

ที่มา : ปรับปรุงจาก Property Perfect



ภาพที่ 4.37 ทางเข้าโครงการหลัก

ที่มา : Property Perfect



ภาพที่ 4.38 ภาพรวมการออกแบบด้านภูมิทัศน์ภายในโครงการ

ที่มา : ถ่ายเมื่อ 13 เมษายน 2563

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โครงการเพอร์เฟค เพลส พระราม 9 – กรุงเทพมหานคร มีชุมชนประตูหลักขนาดใหญ่เป็นส่วนต้อนรับ จากนั้นจะมีถนนหลักของโครงการที่ ไปยังทางเข้าโครงการเพอร์เฟค เพลส พระราม 9 – กรุงเทพมหานคร และมีทางแยกออกไปสู่โครงการต่าง ๆ ชุมชนประตูทางเข้าโครงการ ตกแต่งหรูหรา มีป้ายโครงการขนาดใหญ่ พื้นหลังเป็นหินอ่อน ตัวหนังสือสีทอง จุดนี้จะมีป้อมรักษาความปลอดภัยประจำจุด กล้อง CCTV บันทึกภาพการเข้าออกโครงการ และแบ่งช่องทางเข้าออกสำหรับผู้พักอาศัยและผู้มาเยือนออกจากกัน และที่รั้วโครงการมีอินฟราเรดตรวจจับการลักลอบป็นเข้าโครงการ ดังนั้น แม้ว่าในพื้นที่จะมีโครงการหลายแห่ง แต่ก็มั่นใจเรื่องความเป็นระเบียบเรียบร้อยและความปลอดภัย

4.3.1 เพอร์เฟค เพลส พระราม 9 – กรุงเทพมหานคร เฟส 1

โครงการเพอร์เฟค เพลส พระราม 9 – กรุงเทพมหานคร เฟส 1 มีขนาดพื้นที่โครงการ 38-0-50.4 ไร่ จำนวน 111 ยูนิต รูปแปลงที่ดินมีลักษณะรวมเป็นกลุ่มก้อน มีลักษณะการออกแบบวางผังระบบถนนโครงการ เป็นระบบตารางและมีถนนปลายตันอยู่บริเวณริมรั้วโครงการในบางจุด โดยมี

ถนนในโครงการ 4 ระดับ ได้แก่ 1) ถนนสายหลักหน้าโครงการที่มีความกว้าง 15.00 เมตร ไม่มีเกาะกลางถนน 2) ถนนเชื่อมทางเข้าโครงการถนนกว้าง 18.00 เมตร มีเกาะกลางถนนขนาด 3.00 เมตร ทางเท้า 1.00 เมตร 3) ถนนรองขนาด 12.00 เมตร ทางเท้าภายในโครงการขนาด 1.50 เมตร 4) ถนนซอยขนาด 9.00 เมตร ทางเท้าภายในโครงการ ฟันที่มีเสาไฟฟ้าจะมีขนาด 2.00 เมตร และอีกฟันจะมีขนาด 1.00 เมตร

ชุมโครงการและสวนหย่อมรอบ ๆ มีขนาด 0-12-24.21 ไร่ พื้นที่สีเขียวทั้งโครงการมีขนาด 5-5-24.41 ไร่ พื้นที่สวนส่วนกลางมีขนาด 5-0-36.4 ไร่

ทางเข้าโครงการ โดยชุมทางเข้าออกแบบสโตนโมเดิร์น จะมีชุมทางเข้าที่มีหลังคาบังแดดกันฝน เลือกใช้สีน้ำตาลสำหรับส่วนของกำแพงและชุมประตู มีไม้กระดกและป้อมรักษาความปลอดภัย คอยคัดกรอง สำหรับการเข้าออกจุดนี้ใช้ระบบ Keycard เปิดประตู สำหรับผู้มาติดต่อ ถนนภายในโครงการ โกล้ทางเข้ามีเกาะกลางถนน ปลุกต้นไม้เพื่อแบ่งช่องทางเดินรถอย่างชัดเจน เพื่อความปลอดภัย และยังให้ความสดชื่น โกล้ชนิดธรรมชาติ มีสวนส่วนกลางอยู่กึ่งกลางโครงการ



ภาพที่ 4.39 ผังการวางตำแหน่งที่ตั้ง

ที่มา : ปรับปรุงจาก Property Perfect



ภาพที่ 4.40 ทางเข้าโครงการ

ที่มา : Property Perfect



ภาพที่ 4.41 สวนส่วนกลาง

ที่มา : Property Perfect



ภาพที่ 4.42 ภาพรวมงานออกแบบภูมิทัศน์ภายในโครงการ

ที่มา : <https://www.home.co.th/review/topic-3630> สืบค้นข้อมูล 13 สิงหาคม 2563



ภาพที่ 4.43 ถนนและทางเข้าภายในโครงการ

ที่มา : ถ่ายเมื่อ 13 เมษายน 2563

4.3.2 เพอร์เฟค เพลส พระราม 9 – กรุงเทพมหานคร เฟส 2

โครงการเพอร์เฟค เพลส พระราม 9 – กรุงเทพมหานคร เฟส 1 มีขนาดพื้นที่โครงการ 82-0-33.3 ไร่ จำนวน 315 ยูนิต รูปแปลงที่ดินมีลักษณะรวมเป็นกลุ่มก้อน มีลักษณะการออกแบบวางผังระบบถนนโครงการ เป็นระบบตารางและมีถนนปลายตันอยู่บริเวณริมรั้วโครงการในบางจุด โดยมีถนนในโครงการ 4 ระดับ ได้แก่ 1) ถนนสายหลักหน้าโครงการที่มีความกว้าง 18.00 เมตร เกะกลางถนน 2.00 เมตร 2) ถนนเชื่อมทางเข้าโครงการถนนกว้าง 16.00 เมตร มีเกาะกลางถนนขนาด 3.00 เมตร ทางเท้า 1.50 เมตร 3) ถนนรองขนาด 16.00 เมตร และ 12.00 เมตร ทางเท้าภายในโครงการขนาด 1.50 เมตร 4) ถนนซอยขนาด 9.00 เมตร ทางเท้าภายในโครงการ ผังที่มีเสาไฟฟ้าจะมีขนาด 2.00 เมตร และอีกผังจะมีขนาด 1.00 เมตร



ภาพที่ 4.44 ผังการวางตำแหน่งที่ตั้ง

ที่มา : ปรับปรุงจาก Property Perfect

ซุ้มโครงการและสวนหย่อมรอบ ๆ มีขนาด 0-7-8.5 ไร่ พื้นที่สีเขียวทั้งโครงการมีขนาด 3-2-92.97 ไร่ พื้นที่สวนส่วนกลางมีขนาด 2-3-85.7 ไร่

ทางเข้าโครงการ มีรูปแบบถนนเป็นแนวโค้ง รัศมี 13.50 เมตร โดยซุ้มประตูทางเข้าออกแบบสไตล์โมเดิร์น จะมีซุ้มประตูทางเข้าที่มีหลังคากันแดดกันฝน เลือกใช้สีขาวยุโรปสำหรับส่วนของกำแพงและซุ้มประตู มีไม้กระดกและป้อมรักษาความปลอดภัยคอยคัดกรอง สำหรับการเข้าออกจุดนี้ใช้ระบบ Keycard เปิดประตู สำหรับผู้มาติดต่อ ถนนภายในโครงการ ใกล้เคียงทางเข้าจะมีเกาะกลางถนน ปลุกต้นไม้เพื่อแบ่งช่องทางเดินรถอย่างชัดเจน เพื่อความปลอดภัย และยังให้ความสดชื่น ใกล้ชิดธรรมชาติ มีสวนส่วนกลางอยู่กึ่งกลางโครงการ



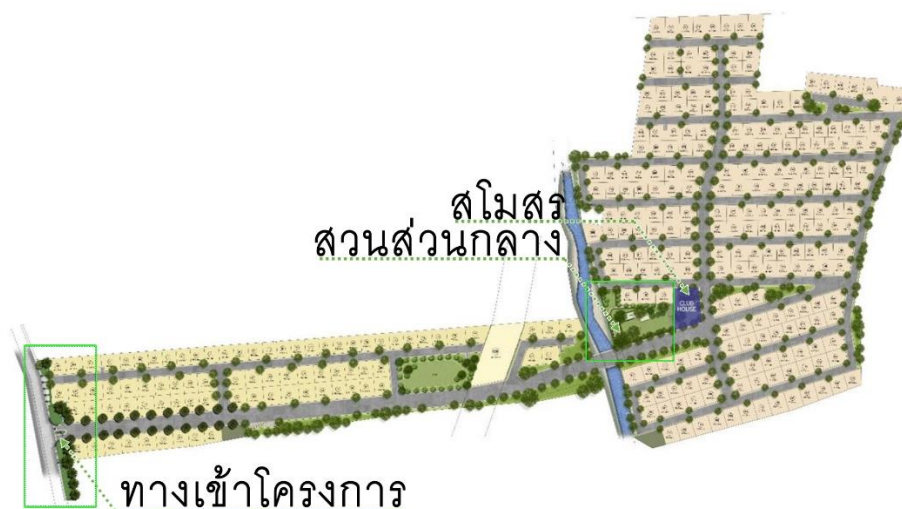
ภาพที่ 4.45 ทางเข้าโครงการ
ที่มา : ถ่ายเมื่อ 13 เมษายน 2563



ภาพที่ 4.46 สวนส่วนกลาง
ที่มา : ปรับปรุงจาก Property Perfect

4.4 เพอร์เฟค เพลส3 รามคำแหง – สุวรรณภูมิ

โครงการเพอร์เฟค เพลส3 รามคำแหง – สุวรรณภูมิ ชุมทางเข้าโครงการ สโตร์โมเดิร์นขนาดใหญ่ มีหลังคาช่วยกันแดดกันฝนสำหรับผู้มาติดต่อที่ต้องมีการแลกบัตรกับทางเจ้าหน้าที่ทุกครั้ง การเข้าออกโครงการเป็นไม้กระดก ต้องใช้ Key Card แตะเข้าออก จุดนี้จะมีป้อมรักษาความปลอดภัยประจำจุด กล้อง CCTV บันทึกภาพการเข้าออกโครงการ



ภาพที่ 4.47 ผังการวางตำแหน่งที่ตั้ง
ที่มา : ปรับปรุงจาก Property Perfect

ขนาดพื้นที่สโตร์โมเดิร์นมีขนาด 0-2-37.3 ไร่ มีสโตร์โมเดิร์นบริการครบครัน ประกอบด้วย ฟิตเนส ชานา แอโรบิก สระว่ายน้ำ และร้านขายของภายในสโตร์โมเดิร์น เป็นโครงการที่สโตร์โมเดิร์นให้บริการเฉพาะภายในของ เพอร์เฟค เพลส 3 รามคำแหง – สุวรรณภูมิ ภายในโครงการจะมีพื้นที่สาธารณะหลายจุดภายในโครงการ ทำให้มีพื้นที่พักผ่อนและผ่อนคลายเพียงพอ สวนส่วนกลางอยู่ติดกับสโตร์โมเดิร์นซึ่งมีตำแหน่งอยู่กึ่งกลางของโครงการ

โครงการมีขนาดพื้นที่โครงการ 84-0-54.7 ไร่ จำนวน 323 ยูนิต รูปแปลงที่ดินมีลักษณะถูกแบ่งเป็น 2 ส่วน จากลํารางสาธารณะประโยชน์ มีลักษณะการออกแบบวางผังระบบถนนโครงการเป็นระบบตารางและมีถนนปลายตันอยู่บริเวณริมรั้วโครงการในบางจุด ชุมโครงการและสวนหย่อมรอบ ๆ มีขนาด 0-2-18 ไร่ พื้นที่สีเขียวทั้งโครงการมีขนาด 5-3-14.3 ไร่ พื้นที่สวนส่วนกลางมีขนาด 1-2-3.1 ไร่ โดยมีถนนในโครงการ 4 ระดับ ได้แก่ 1) ถนนสายหลักหน้าโครงการที่มีความกว้าง 18.00 เมตร ไม่มีเกาะกลางถนน 2) ถนนชุมทางเข้าโครงการถนนกว้าง 16.00 เมตร มีเกาะกลางถนนขนาด 3.00 เมตร ทางเท้า 1.50 เมตร 3) ถนนรองขนาด 16.00 เมตร และ 12.00 เมตร ทางเท้าภายในโครงการขนาด 1.50 เมตร 4) ถนนซอยขนาด 9.00 เมตร ทางเท้าภายในโครงการ ผังที่มีเสาไฟฟ้าจะมีขนาด 2.00 เมตร และอีกผังจะมีขนาด 1.00 เมตร



ภาพที่ 4.48 ทางเข้าโครงการ
ที่มา : ถ่ายเมื่อ 13 เมษายน 2563



ภาพที่ 4.49 สโมสร
ที่มา : Property Perfect



ภาพที่ 4.50 ตำแหน่งที่ตั้งสโมสรอยู่ติดกับสวนส่วนกลาง
ที่มา : ถ่ายเมื่อ 13 เมษายน 2563



ภาพที่ 4.51 สวนส่วนกลาง
ที่มา : ถ่ายเมื่อ 13 เมษายน 2563



ภาพที่ 4.52 พื้นที่สาธารณะจุดต่าง ๆ ภายในโครงการ
ที่มา : ถ่ายเมื่อ 13 เมษายน 2563



ภาพที่ 4.53 ภาพรวมการออกแบบด้านภูมิทัศน์ภายในโครงการ
ที่มา : ถ่ายเมื่อ 13 เมษายน 2563

บทที่ 5

ผลการศึกษา และอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง “การออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพฯ : กรณีศึกษา โครงการเพอร์เฟค เพลส” ใช้วิธีการเก็บข้อมูล 2 รูปแบบ ดังนี้

แบบสัมภาษณ์ ใช้กับผู้ประกอบการ ภูมิสถาปนิก สถาปนิกหรือผู้ออกแบบ ฝ่ายวางแผนโครงการและการตลาด เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวคิดและการให้ความสำคัญเรื่องการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง โครงการบ้านเดี่ยว ราคา 5 - 10 ล้านบาท ในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาแนวโน้มการพัฒนาการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง ได้ทำการสอบถามโดยสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ จำนวน 3 ชุด ภูมิสถาปนิก สถาปนิกหรือผู้ออกแบบ จำนวน 5 ชุด ฝ่ายวางแผนโครงการและการตลาด จำนวน 4 ชุด เป็นคำถามปลายเปิดที่ต้องการได้คำตอบเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างคำถามปลายปิดของแบบสอบถามกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อและกำลังจะซื้อ ได้ผลการเก็บข้อมูล ดังนี้

5.1 การสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ ภูมิสถาปนิก สถาปนิกหรือผู้ออกแบบ ฝ่ายวางแผนโครงการและการตลาด

การสัมภาษณ์ฝ่ายผู้ขาย ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการ ภูมิสถาปนิก สถาปนิกหรือผู้ออกแบบ ฝ่ายวางแผนโครงการและการตลาด ให้ความสำคัญเรื่องของแนวคิดและการให้ความสำคัญเรื่องการออกแบบพื้นที่ส่วนกลาง ได้ประเด็นสำคัญสำหรับการออกแบบ ดังนี้

5.1.1 ทางเข้าโครงการ เน้นความเป็นเอกลักษณ์ของโครงการ ทั้งในด้านการออกแบบและขนาด การออกแบบเรื่องลักษณะทางกายภาพต้องเป็นจุดขายและเป็นจุดหมายตา อยู่ในตำแหน่งด้านหน้าของโครงการ เข้าถึงง่ายมีการสัญจรที่สะดวก มีระบบรักษาความปลอดภัยทั้งในเรื่องของอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยไม่ว่าจะเป็นกล้อง CCTV ประตูอัตโนมัติหรือไม้กระดกที่ต้องใช้ Key Card และมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยด้วย

5.1.2 ถนนและทางเท้าภายในโครงการ ให้ความสำคัญเรื่อง มีขนาดกว้างตามความเหมาะสมด้านการจราจรและสามารถรองรับปริมาณจราจรได้อย่างเพียงพอต่อการใช้งาน การออกแบบทางเท้านอกจากจะเป็นทางเดินแล้วยังสามารถวิ่งออกกำลังกายได้ วัสดุที่ใช้ต้องมีความเหมาะสมปลอดภัยได้มาตรฐาน

5.1.3 ส่วนส่วนกลาง ให้ความสำคัญเรื่องตำแหน่งที่ตั้ง สะดวกแก่การเข้าไปใช้ประโยชน์และเข้าถึงง่าย พื้นที่มีขนาดใหญ่ เปิดโล่ง สามารถดำเนินกิจกรรมได้หลากหลาย ลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบมีการจัดภูมิทัศน์ให้ดูดี กว้างขวาง ร่มรื่น ออกแบบองค์ประกอบภายในพื้นที่ให้สามารถใช้งานได้ทุกเพศทุกวัย

5.1.4 สโมสร ให้ความสำคัญเรื่อง ตำแหน่งที่ตั้งของสโมสรต้องการให้อยู่ใกล้ส่วนส่วนกลาง พื้นที่มีขนาดพอเหมาะกับจำนวนลูกบ้านในโครงการ สามารถให้ลูกบ้านเข้าใช้งานได้อย่างไม่แออัดจนเกินไป ซึ่งการออกแบบมีสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคที่หลากหลาย นอกจากนั้นยังต้องการอุปกรณ์ที่ครบครันให้บริการที่มีคุณภาพ สามารถเข้าใช้งานได้ทุกเพศทุกวัย

5.1.5 แนวโน้มและแนวคิดของการพัฒนาการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง มีความเห็นในเรื่องพื้นที่ส่วนกลางของโครงการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ และควรจะพัฒนาพื้นที่ส่วนกลางที่มีความยั่งยืน ทั้งการออกแบบ การใช้งานพืชพรรณ กิจกรรมการใช้งานของผู้อยู่อาศัย แม้ว่าเวลาผ่านไปนาน การออกแบบก็ยังสวยเข้ากับยุคสมัย และยังมีการดูแลรักษาง่าย

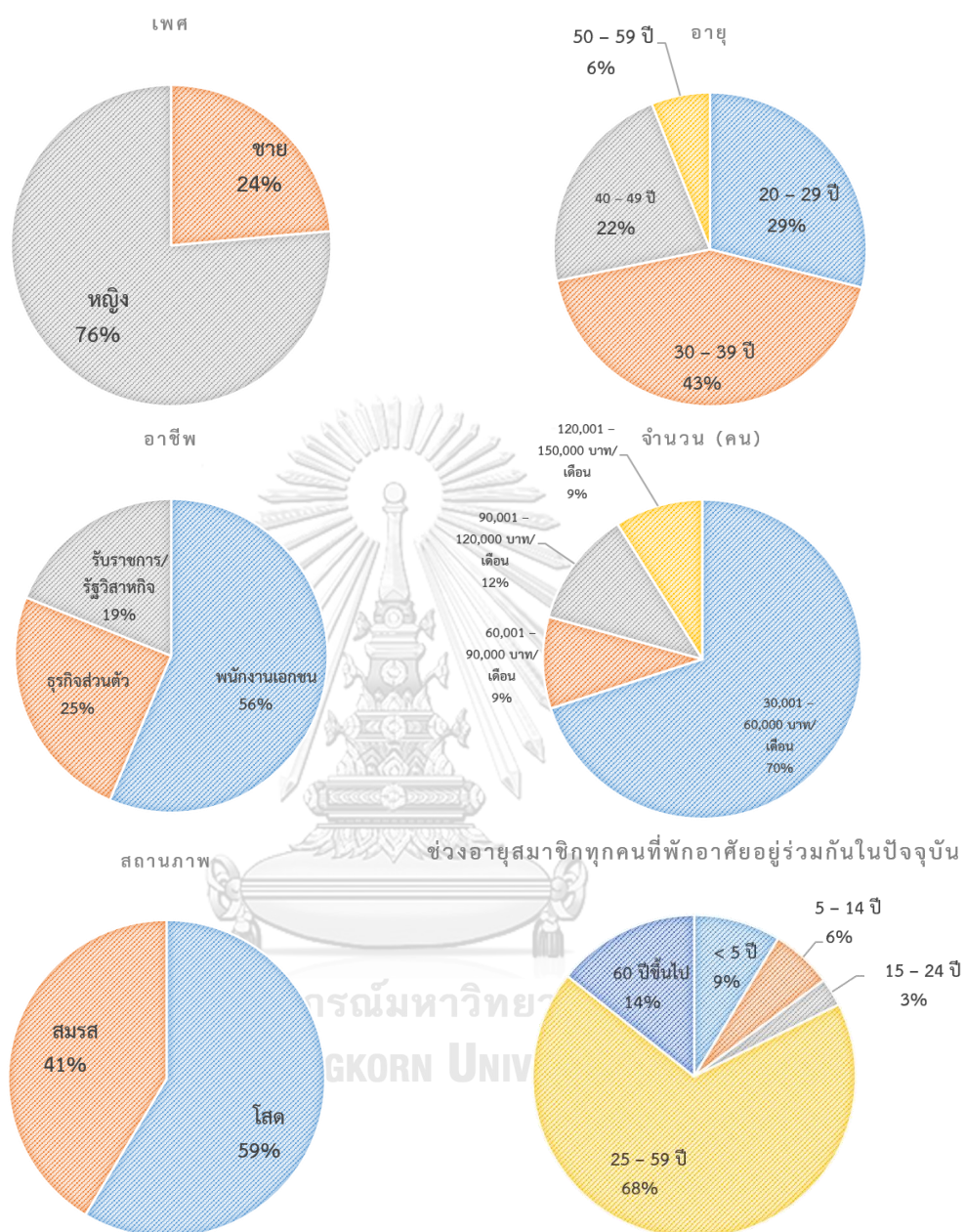
5.2 ข้อมูลจากแบบสอบถามผู้ซื้อและกำลังจะซื้อ

ในการนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามซื้อและกำลังจะซื้อ ในการทำวิจัยนี้มีการกำหนดจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม รวมทั้งสิ้น 280 คน ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิจัยออกเป็นสองส่วนตามกรอบแนวคิดงานวิจัย โดยมีผลการศึกษาทั้งสองส่วนรายละเอียด ดังนี้

5.2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ ครบถ้วนกลับมาทั้งสิ้น 280 ตัวอย่าง โดยในการวิจัยครั้งนี้ จะพิจารณาถึงส่วนประกอบของข้อมูล ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง คือ เพศ อายุ อาชีพ ระดับรายได้ และ ระดับช่วงอายุสมาชิกทุกคนที่พักอาศัยอยู่ร่วมกันในปัจจุบัน ซึ่งมีรายละเอียดดังแสดงในแผนภูมิ 5.1

แผนภูมิที่ 5.1 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม



จากแผนภูมิที่ 5.1 ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 280 คน พบว่า ด้านเพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีจำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 76.4 รองลงมาเป็นเพศชาย มีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 23.6

ด้านอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุระหว่าง 30-39 ปี มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 20-29 ปี มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 28.9 อายุระหว่าง

40-49 ปี มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 และอายุระหว่าง 50-59 ปี มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1

ด้านอาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน มีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 56.4 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6 และรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 18.9

ด้านระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 30,001-60,000 บาท มีจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมารายได้ระหว่าง 90,001-120,000 บาท มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 รายได้ระหว่าง 60,001-90,000 บาท มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 และรายได้ระหว่าง 120,001-150,000 บาท มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9

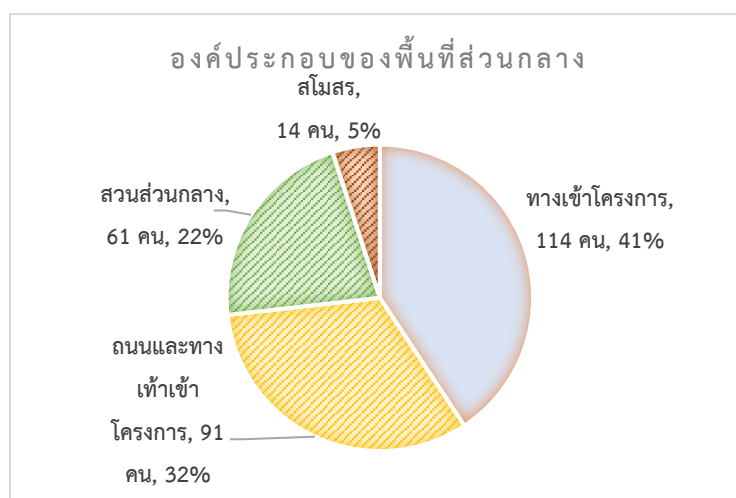
ด้านสถานภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 58.6 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส มีจำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4

ด้านช่วงอายุของสมาชิกทุกคนที่พักอาศัยอยู่ร่วมกันในปัจจุบัน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-59 ปี มีจำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 95.0 รองลงมาคือ มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 อายุน้อยกว่า 5 ปี มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 อายุระหว่าง 5-14 ปี มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 และอายุระหว่าง 15-24 ปี มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9

5.2.2 องค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลาง ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยว

องค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลาง ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 280 คน ให้ความสำคัญมากที่สุดต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในกรุงเทพมหานคร ตามแผนภูมิที่ 5.2 ดังนี้
แผนภูมิที่ 5.2 สรุปผลการศึกษารายการองค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลางที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบ

แบบสอบถาม



จากแผนภูมิที่ 5.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในองค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลางมีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด คือ ทางเข้าโครงการ มีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 40.7 รองลงมาคือ ถนนและทางเท้าเข้าโครงการ มีจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 ส่วนส่วนกลาง มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 และสโมสร มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0

5.2.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลางที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยว

นอกจากนี้การพิจารณาพื้นที่ส่วนกลางในการวิเคราะห์องค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลางที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อศึกษาว่าความแตกต่างของการให้ความสำคัญในองค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลางมีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันหรือไม่

ตารางที่ 5.1 สรุปผลการวิเคราะห์การให้ความสำคัญในองค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลางมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม

องค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลาง	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
Between Groups	72.331		24.110	81.484	.000**
Within Groups	81.666	276	.296		
Total	153.996	279			

** มีนัยสำคัญที่ระดับ .01

จากตารางที่ 5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลางที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวแตกต่างกันหรือไม่ พบว่า มีค่า p น้อยกว่า .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญ ดังนั้น การให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลาง ประกอบด้วย ทางเข้าโครงการ ส่วนกลาง สโมสร ถนนและทางเท้าโครงการที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD เป็นการเปรียบเทียบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยองค์ประกอบพื้นที่ส่วนกลาง และปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางครั้งละคู่ โดยสุ่มตัวอย่างแต่ละชุดเป็นอิสระต่อกัน ปรากฏตามตารางที่ 5.2 ดังนี้

ตารางที่ 5.2 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลางที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวเป็นรายคู่

องค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลาง	ค่าเฉลี่ย	ทางเข้าโครงการ	สวนส่วนกลาง	สโมสร	ถนนและทางเท้า
ทางเข้าโครงการ	4.75	1	0.860*	1.746*	-
สวนส่วนกลาง	3.89	-	1	0.885*	-0.961*
สโมสร	3.00	-	-	1	-1.846*
ถนนและทางเท้า	4.85	-	-	-	1

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

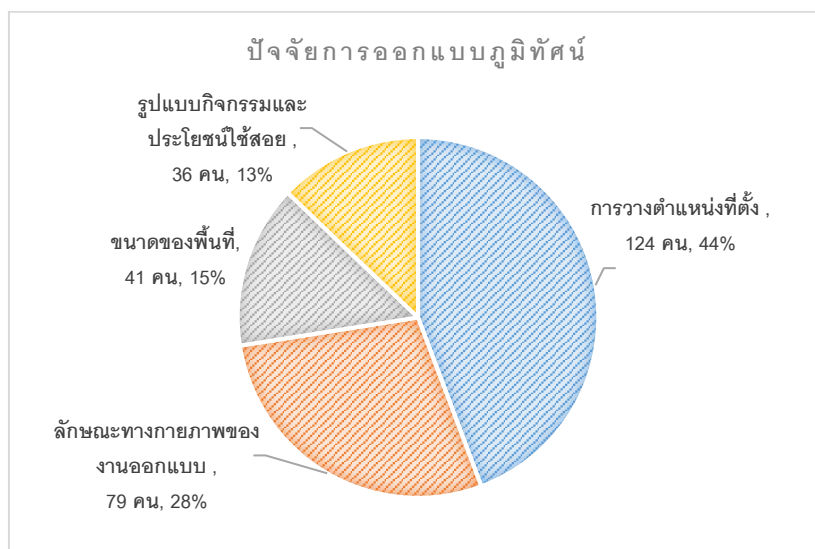
จากตารางที่ 5.2 เมื่อทดสอบความแตกต่างขององค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลางที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยว เปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า องค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลางที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 5 คู่ ได้แก่ 1) การให้ความสำคัญต่อทางเข้าโครงการมีระดับการตัดสินใจซื้อมากกว่าสวนส่วนกลาง 2) การให้ความสำคัญต่อทางเข้าโครงการมีระดับการตัดสินใจซื้อมากกว่าสโมสร 3) การให้ความสำคัญต่อสวนส่วนกลางมีระดับการตัดสินใจซื้อมากกว่าสโมสร 4) การให้ความสำคัญต่อถนนและทางเท้ามีระดับการตัดสินใจซื้อมากกว่าสวนส่วนกลาง 5) การให้ความสำคัญต่อถนนและทางเท้ามีระดับการตัดสินใจซื้อมากกว่าสโมสร

5.2.4 ปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยว

ปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 280 คน ให้ความสำคัญมากที่สุดต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในกรุงเทพมหานคร ตามแผนภูมิ 5.3 ดังนี้

จากแผนภูมิที่ 5.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการออกแบบภูมิทัศน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุดคือ การวางตำแหน่งที่ตั้งของทางเข้าโครงการ สวนส่วนกลาง สโมสร ถนนและทางเท้าในโครงการ มีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 รองลงมาคือ ลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบ มีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2 ขนาดของพื้นที่ส่วนกลาง ทางเข้าโครงการ สวนส่วนกลาง สโมสร ถนนและทางเท้าในโครงการ มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6 และรูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอย มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 12.9

แผนภูมิที่ 5.3 สรุปผลการศึกษาปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม



5.2.6 การวิเคราะห์ปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยว

ในการวิเคราะห์ปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยว ใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อศึกษาว่าความแตกต่างของการให้ความสำคัญในการออกแบบภูมิทัศน์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันหรือไม่

ตารางที่ 5.3 สรุปผลการวิเคราะห์การให้ความสำคัญในการออกแบบภูมิทัศน์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

องค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลาง	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
Between Groups	9.819	3	3.273	6.266	.000**
Within Groups	144.177	276	.522		
Total	153.996	279			

** มีนัยสำคัญที่ระดับ .01

จากตารางที่ 5.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการให้ความสำคัญต่อการออกแบบภูมิทัศน์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวแตกต่างกันหรือไม่ พบว่า มีค่า p น้อยกว่า .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญ ดังนั้น การให้ความสำคัญต่อการออกแบบภูมิทัศน์ประกอบด้วย การวางตำแหน่งที่ตั้ง ขนาดของพื้นที่ รูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอย ลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD เป็นการเปรียบเทียบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยองค์ประกอบพื้นที่ส่วนกลาง และปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางครั้งละคู่ โดยสุ่มตัวอย่างแต่ละชุดเป็นอิสระต่อกัน ปรากฏตามตารางที่ 5.4 ดังนี้

ตารางที่ 5.4 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการออกแบบภูมิทัศน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวเป็นรายคู่

ปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์	ค่าเฉลี่ย	การวางตำแหน่งที่ตั้ง	ขนาดของพื้นที่	รูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอย	ลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบ
การวางตำแหน่งที่ตั้ง	4.64	1	.369*	-	.333*
ขนาดของพื้นที่	4.27	-	1	-.482*	-
รูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอย	4.75	-	-	1	.446*
ลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบ	4.30	-	-	-	1

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5.4 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการออกแบบภูมิทัศน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวเปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า การให้ความสำคัญในการออกแบบภูมิทัศน์ที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ 1) การให้ความสำคัญต่อการวางตำแหน่งที่ตั้งมีระดับการตัดสินใจซื้อมากกว่าขนาดของพื้นที่ 2) การให้ความสำคัญต่อการวางตำแหน่งที่ตั้งมีระดับการตัดสินใจซื้อมากกว่าลักษณะทางกายภาพของการออกแบบ 3) การให้ความสำคัญต่อรูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอยมีระดับการตัดสินใจซื้อ มากกว่าขนาดของพื้นที่ 4) การให้ความสำคัญต่อรูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอยมีระดับการตัดสินใจซื้อมากกว่าลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบ

5.2.5 รายละเอียดของปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์ทางเข้าโครงการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์ทางเข้าโครงการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 280 คนให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ตามตารางที่ 5.9 ดังนี้

ตารางที่ 5.5 สรุปผลการศึกษารายละเอียดปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์ทางเข้าโครงการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลค่า	ลำดับ
ทางเข้าโครงการ				
กิจกรรมความปลอดภัย	4.67	0.62	มากที่สุด	1
การออกแบบบรรยากาศและสภาพแวดล้อม	4.56	0.51	มากที่สุด	2
การวางตำแหน่งที่ตั้งทางเข้าด้านหน้าโครงการติดถนนสายหลัก	4.48	0.64	มากที่สุด	3
กิจกรรมความสะดวกในการเข้าถึง	4.46	0.69	มากที่สุด	4
การออกแบบวัสดุที่ใช้ในการตกแต่ง	4.24	0.74	มากที่สุด	5
การออกแบบการใช้พืชพรรณ/พรรณไม้	4.11	0.76	มาก	6
แนวความคิด, สไตล์ในการออกแบบ	3.88	0.93	มาก	7
การออกแบบ มีการสร้างจุดเด่น	3.85	0.77	มาก	8
ประโยชน์การใช้สอยป้องกันแดดฝนได้	3.78	0.9	มาก	9
ขนาดชุมทางเข้าโครงการมีขนาดใหญ่	3.72	0.8	มาก	10
การออกแบบแนวความคิดโทนสีของชุมทางเข้า	3.65	0.79	มาก	11
การออกแบบแนวความคิดที่หรูหราและทันสมัย	3.6	0.84	มาก	12
การออกแบบปฏิมากรรมตกแต่งหรืองานศิลปะ	3.41	0.58	มาก	13

จากตารางที่ 5.5 พบว่า การออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง ด้านทางเข้าโครงการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในกรุงเทพมหานครในระดับมากที่สุด คือ กิจกรรมความปลอดภัย มีการตรวจสอบบุคคลเข้า-ออก เช่น การแลกบัตร, การประทับตราเข้าโครงการ (ค่าเฉลี่ย 4.67) การออกแบบบรรยากาศและสภาพแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 4.56) การวางตำแหน่งที่ตั้งทางเข้าด้านหน้าโครงการติดถนนสายหลัก (ค่าเฉลี่ย 4.48) กิจกรรมความสะดวกในการเข้าถึง/ทางเข้า – ออกที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.46) การออกแบบวัสดุที่ใช้ในการตกแต่ง ทนทาน คุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.24)

การออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง ด้านทางเข้าโครงการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในกรุงเทพมหานครในระดับมาก คือ การออกแบบการใช้พืชพรรณ/พรรณไม้ ที่เหมาะสม มี

ความร่วมมือกัน เย็นสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.11) แนวความคิด, สไตล์ในการออกแบบ (ค่าเฉลี่ย 3.88) การออกแบบ/การสร้างจุดเด่น/เป็นที่น่าสนใจแก่ผู้พบเห็น/จดจำง่าย/มุมมอง (ค่าเฉลี่ย 3.85) ประโยชน์การใช้สอยป้องกันแดดฝนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.78) ชุมทางเข้าโครงการมีขนาดใหญ่ (ค่าเฉลี่ย 3.72) แนวความคิดโทนสีของชุมทางเข้า (ค่าเฉลี่ย 3.65) แนวความคิดที่หรูหราและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.60) การออกแบบประติมากรรมตกแต่งหรืองานศิลปะ (ค่าเฉลี่ย 3.41)

5.2.6 รายละเอียดของปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์สวนส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

การออกแบบภูมิทัศน์สวนส่วนกลาง ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 280 คนให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ตามตารางที่ 5.6 ดังนี้

จากตารางที่ 5.6 พบว่า การออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง ด้านสวนส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในกรุงเทพมหานครในระดับมากที่สุด คือ การออกแบบวัสดุที่ใช้ในการตกแต่ง ทนทาน คุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.50) การออกแบบเรื่องการใช้พืชพรรณ/พรรณไม้ ที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.34) การออกแบบทางเดินและลู่วิ่งแยกจากกัน (ค่าเฉลี่ย 4.23)

การออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง ด้านสวนส่วนกลาง ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในกรุงเทพมหานครในระดับมาก คือ กิจกรรมความสะดวกในการเข้าถึง/ความสะดวกในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.19) การออกแบบให้ใกล้ชิดธรรมชาติอย่างแท้จริง เช่น มีพื้นที่นั่งไต้ต้นไม้ใหญ่ มีเนินสำหรับนั่งเล่นกลางสนามหญ้า อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.19) แนวความคิด, สไตล์ในการออกแบบ (ค่าเฉลี่ย 4.17) พื้นที่สวนมีขนาดใหญ่ (ค่าเฉลี่ย 4.16) การออกแบบให้พื้นที่มีความยืดหยุ่นของพื้นที่ เช่น ลานออกกำลังกายสามารถจัดเป็นลานกิจกรรมช่วงเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 4.16) การออกแบบบรรยากาศทัศนียภาพ และสภาพแวดล้อม มีความร่วมมือของไม้ยืนต้น (ค่าเฉลี่ย 4.15) การออกแบบให้มีสระน้ำหรือทะเลสาบ (ค่าเฉลี่ย 4.03) การออกแบบประติมากรรมตกแต่งหรืองานศิลปะ (ค่าเฉลี่ย 3.93) กิจกรรมและประโยชน์ใช้สอยมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ หลากหลาย เช่น เฟอ์ริเจอร์สนาม เครื่องเล่นเด็กและ ผู้ใหญ่ ไฟส่องสว่าง ถึงขยะ มีพื้นที่ co-working space + wifi (ค่าเฉลี่ย 3.86) การออกแบบสวนรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า (ค่าเฉลี่ย 3.84) การออกแบบสวนที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน/การสร้างจุดเด่น/ดึงดูดให้เข้ามาใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.75) กิจกรรมและประโยชน์การใช้สอยติดกับสโมสร (ค่าเฉลี่ย 3.41)

ตารางที่ 5.6 สรุปผลการศึกษารายละเอียดปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์สวนส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลค่า	ลำดับ
สวนส่วนกลาง				
การออกแบบวัสดุที่ใช้ในการตกแต่ง	4.5	0.68	มากที่สุด	1
การออกแบบเรื่องการใช้พืชพรรณ/พรรณไม้	4.34	0.64	มากที่สุด	2
การออกแบบทางเดินและคูวี้งแยกจากกัน	4.23	0.77	มากที่สุด	3
กิจกรรมความสะดวกในการเข้าถึง	4.19	0.75	มาก	4
การออกแบบให้ใกล้ชิดธรรมชาติ	4.19	0.86	มาก	5
การออกแบบแนวความคิด, สไตล์ในการออกแบบ	4.17	0.96	มาก	6
ขนาดพื้นที่สวนมีขนาดใหญ่	4.16	0.87	มาก	7
การออกแบบให้พื้นที่มีความยืดหยุ่นของพื้นที่	4.16	0.93	มาก	8
การออกแบบบรรยากาศ	4.15	0.63	มาก	9
การออกแบบให้มีสระน้ำ หรือทะเลสาบ	4.03	0.72	มาก	10
การออกแบบประติมากรรมตกแต่งหรืองานศิลปะ	3.93	0.73	มาก	11
กิจกรรมและประโยชน์ใช้สอยมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย	3.86	0.72	มาก	12
การออกแบบสวนรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า	3.84	0.79	มาก	13
การออกแบบสวนที่เรียบง่าย	3.75	0.81	มาก	14
กิจกรรมและประโยชน์การใช้สอยติดกับสโมสร	3.41	0.55	มาก	15
การวางตำแหน่งที่ตั้งสวนแบบรวมบริเวณจุดเดียวของ โครงการ	3.37	0.77	ปานกลาง	16
การวางตำแหน่งที่ตั้งอยู่กึ่งกลางโครงการ	3.33	0.94	ปานกลาง	17
การวางตำแหน่งที่ตั้งสวนแบบกระจายไปตามพื้นที่ต่าง ๆ	3.23	0.98	ปานกลาง	18
การออกแบบพื้นที่รองรับการใช้งานของกลุ่มผู้ใช้งานอย่างเพียงพอ	3.22	0.92	ปานกลาง	19
การวางตำแหน่งที่ตั้งอยู่ด้านหน้าโครงการ	3.18	1.15	ปานกลาง	20
การออกแบบสวนรูปวงรี หรือรูปทรงอิสระ	3.09	0.82	ปานกลาง	21
กิจกรรมและประโยชน์การใช้สอยติดกับซุ้มทางเข้าโครงการ	3.06	0.66	ปานกลาง	22

5.2.7 รายละเอียดของปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์สโมสรรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์สโมสรร ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 280 คนให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ตามตารางที่ 5.7 ดังนี้

ตารางที่ 5.7 สรุปผลการศึกษารายละเอียดปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์สโมสรรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลค่า	ลำดับ
สโมสรร				
ประโยชน์การใช้สอยมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคน ทั่วไป / คนพิการและผู้สูงอายุ	4.42	0.62	มากที่สุด	1
กิจกรรมมีความปลอดภัย	4.39	0.69	มากที่สุด	2
กิจกรรมและประโยชน์การใช้สอยมีสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคที่หลากหลาย	4.26	0.75	มากที่สุด	3
กิจกรรมความสะดวกในการเข้าถึง	4.23	0.54	มากที่สุด	4
การออกแบบวัสดุที่ใช้ในการตกแต่ง	4.23	0.65	มากที่สุด	5
พื้นที่ภายนอกและภายในอาคารมีการจัดกิจกรรมและประโยชน์การใช้สอยที่สอดคล้องกัน	4.19	0.70	มาก	6
การออกแบบ มีการสร้างจุดเด่น	3.92	0.59	มาก	7
การออกแบบ แนวความคิดที่หรูหราและทันสมัย	3.81	0.84	มาก	8
การออกแบบ แนวความคิด, สไตล์ในการออกแบบ	3.80	0.82	มาก	9
การออกแบบ แนวความคิดโทนสีของสโมสรร	3.76	0.86	มาก	10
ขนาดสโมสรรมีขนาดใหญ่	3.56	0.87	มาก	11
การวางตำแหน่งที่ตั้งอยู่กึ่งกลางโครงการ	3.36	0.75	ปานกลาง	12
การวางตำแหน่งที่ตั้งอยู่ด้านหน้าโครงการ	3.08	0.74	ปานกลาง	13

จากตารางที่ 5.7 พบว่า การออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง ด้านสโมสรร ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในกรุงเทพมหานครในระดับมากที่สุด คือ ประโยชน์การใช้สอยมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคน ทั่วไป/คนพิการและผู้สูงอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.42) กิจกรรมความปลอดภัย มีการตรวจสอบบุคคลเข้า-ออก เช่น การแสดงสัญลักษณ์ของลูกบ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.39) กิจกรรมและประโยชน์การใช้สอยมีสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคที่หลากหลาย เช่น เครื่องออกกำลังกายแบบต่าง ๆ เครื่องเล่นเด็กและผู้ใหญ่ ห้องน้ำ ที่ จอดรถ สะพานน้ำ ห้องออกกำลังกาย ถังขยะ มีพื้นที่ coworking space + Wi-Fi (ค่าเฉลี่ย 4.26) กิจกรรมความสะดวกในการเข้าถึง/ความสะดวก

ในการ ใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.23) การออกแบบวัสดุที่ใช้ในการตกแต่ง ทนทาน คุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.23)

การออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง ด้านสโมสร ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวใน กรุงเทพมหานครในระดับมาก คือ พื้นที่ภายนอกและภายในอาคารมีการจัดกิจกรรมและ ประโยชน์ การใช้สอยที่สอดคล้องกัน (ค่าเฉลี่ย 4.19) การออกแบบ/การสร้างจุดเด่น/ดึงดูดให้เข้ามาใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.92) แนวความคิดที่หรูหราและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.81) แนวความคิด, สไตล์ในการ ออกแบบ กรุณาหมายเหตุ ความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.80) แนวความคิดโทนสีของสโมสร กรุณาหมาย เหตุความ ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.76) สโมสรมีขนาดใหญ่ โอโถง (ค่าเฉลี่ย 3.56)

5.2.8 รายละเอียดของการออกแบบภูมิทัศน์ถนนและทางเท้าภายในโครงการที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจซื้อ

การออกแบบภูมิทัศน์ถนนและทางเท้าภายในโครงการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 280 คนให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ตามตารางที่ 5.8 ดังนี้

ตารางที่ 5.8 สรุปผลการศึกษารายละเอียดปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์ถนนและทางเท้าภายใน โครงการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม

การออกแบบภูมิทัศน์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลค่า	ลำดับ
ถนนและทางเท้าภายในโครงการ				
การออกแบบ บรรยากาศและสภาพแวดล้อม	4.45	0.59	มากที่สุด	1
ขนาดถนนและทางเท้าภายในโครงการมีขนาดกว้าง	4.36	0.67	มากที่สุด	2
การออกแบบเรื่องการใช้พืชพรรณ/พรรณไม้ ที่เหมาะสม	4.33	0.56	มากที่สุด	3
ประโยชน์การใช้สอยมีเกาะกลางถนน	3.80	1.07	มาก	4

จากตารางที่ 5.8 พบว่า การออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง ด้านถนนและทางเท้าภายใน โครงการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในกรุงเทพมหานครในระดับมากที่สุด คือ การ ออกแบบ บรรยากาศและสภาพแวดล้อมของถนน และทางเท้าภายในโครงการ สร้างความร่วมมือ (ค่าเฉลี่ย 4.45) ถนนและทางเท้าภายในโครงการ มีขนาดกว้าง (ค่าเฉลี่ย 4.36) การออกแบบเรื่องการใช้ พืชพรรณ/พรรณไม้ ที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.33)

การออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง ด้านถนนและทางเท้าภายในโครงการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในกรุงเทพมหานครในระดับมาก คือ ประโยชน์การใช้สอยมีเกาะกลางถนน (ค่าเฉลี่ย 3.80)

5.3 อภิปรายผลการศึกษา

5.3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 280 คน จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จากการสังเกตพบว่า เพศหญิงให้ความสำคัญในการตอบแบบสอบถาม และอาจมีบทบาทในการตัดสินใจเลือก หรือมีความต้องการเสนอแนะสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบภูมิทัศน์ ด้านอายุผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.9 ด้านอาชีพส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 56.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 30,001-60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 70 จากการสังเกตพบว่า เป็นช่วงที่มีความมั่นคงในด้านหน้าที่การงานหลายคนเข้าสู่ช่วงสร้างครอบครัวให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่นคง ทำให้ข้อมูลด้านสถานภาพ โสด ร้อยละ 58.6 หรือ สถานภาพสมรส ร้อยละ 41.4 ไม่มีความแตกต่างกันมากสำหรับกลุ่มวัยกลางคน หรือวัยทำงาน ที่ต้องการซื้อบ้านเป็นของตัวเองเพื่ออยู่อาศัย และรองรับการขยายครอบครัวในอนาคต ซึ่งตรงกับผลการศึกษาแบบสอบถามช่วงอายุสมาชิกทุกคนที่พักอาศัยอยู่ร่วมกันในปัจจุบันคือ 25-59 ปี ร้อยละ 95

ผลจากแบบสอบถามผู้ซื้อและกำลังตัดสินใจซื้อ ส่วนที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยว ราคาระดับกลางในเขตกรุงเทพมหานคร มีระดับการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน สรุปผลตามตาราง

ตารางที่ 5.9 ผลการศึกษาการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อและกำลังตัดสินใจซื้อจากแบบสอบถาม

การตัดสินใจซื้อ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลค่า	ลำดับ
การตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยว ราคาระดับกลาง				
1) ตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยว ราคาระดับกลาง	280	4.50	ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน	1

5.3.2 การประเมินปัจจัยของการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามทางเข้าโครงการ

สรุปเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นส่วนสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงความสวยงาม การเป็นจุดขาย เป็นเอกลักษณ์ของโครงการ โดยมีป้ายชื่อโครงการที่เป็นจุดหมายตาหรือสัญลักษณ์สำคัญที่แสดงถึงการยอมรับ และความภาคภูมิใจในพื้นที่การอยู่อาศัยของตนเอง มีชุมประตูทางเข้า จะมีทางเข้าออกที่ชัดเจน มีรั้วแสดงขอบเขต การจัดภูมิทัศน์โดยรอบ ซึ่งสภาพชุมประตูและป้อมยามภายในโครงการเป็นส่วนที่ทำให้เกิดความรู้สึกปลอดภัยในการอยู่อาศัยโดยเฉพาะถ้าอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม (พัศตราภรณ์ ทิพย์โสธร, 2551) คือ ด้านหน้าโครงการและมีการจัดระบบรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐานทำให้เกิดความรู้สึกมั่นใจ (เสรีชัย โชติพานิช และคณะ, 2559)

สรุปผลการศึกษาผู้ซื้อให้ความสำคัญมากที่สุดกับรูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอยในเรื่องของความปลอดภัย ต้องมีการตรวจสอบบุคคลเข้า-ออก เช่น การแลกบัตรและประทับตรา และต้องมีความสะดวกในการเข้าถึง มีทางเข้า-ออกที่ชัดเจน เรื่องการออกแบบที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญที่สุด คือ บรรยากาศและสภาพแวดล้อม วัสดุที่ใช้ในการตกแต่งทันทานมีคุณภาพดี เรื่องการออกแบบเพิ่มเติมที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญมากคือ การใช้พืชพรรณ พรรณไม้ ที่เหมาะสม มีความร่มรื่น เย็นสบาย มีแนวความคิด สไตส์ในการออกแบบที่สร้างจุดเด่น เป็นที่น่าสนใจแก่ผู้พบเห็น จดจำง่าย เช่น ปฏิมากรรมตกแต่งหรืองานศิลปะ เรื่องโทนสีของชุมทางเข้ามีแนวความคิดที่หรูหราและทันสมัย เรื่องของรูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอยให้ความสำคัญมากคือ ป้องกันแดดฝนได้ และเรื่องขนาดชุมโครงการมีขนาดใหญ่

สอดคล้องกับผู้ประกอบการที่ให้ความสำคัญกับระบบรักษาความปลอดภัยทั้งในเรื่องของอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยไม่ว่าจะเป็นกล้อง CCTV ประตูอัตโนมัติหรือไม้กระดกที่ต้องใช้ Key Card และมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยด้วย และข้อมูลในบทที่ 4 ได้แสดงข้อมูลทางเข้าโครงการของกรณีศึกษา กิจกรรมความปลอดภัย จะมีป้อมรักษาความปลอดภัยประจำจุด มีการแลกบัตรสำหรับผู้มาติดต่อกับเจ้าหน้าที่ทุกครั้ง การเข้า-ออกของคนในโครงการต้องใช้ Key Card มีกล้อง CCTV บันทึกภาพการเข้าออกโครงการ และแบ่งช่องทางเข้าออกสำหรับผู้อยู่อาศัยและบุคคลภายนอกออกจากกัน และที่รั้วโครงการมีอินฟราเรดตรวจจับการลักลอบป็นเข้าโครงการ มีการจัดสภาพแวดล้อม มีต้นไม้ใหญ่ให้ความร่มรื่น ไม้พุ่มตัดแต่งทรงเป็นระเบียบ การออกแบบที่สร้างความแตกต่างหรือจุดเด่นของลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบให้เกิดขึ้นกับโครงการ ให้มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งปัจจุบันหลาย ๆ โครงการได้มีการประยุกต์รูปแบบงานภูมิทัศน์ต่างๆ ขึ้นมามากมายเพื่อให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกในการพิจารณาเพิ่มมากขึ้น

ถนนและทางเท้าภายในโครงการ

สรุปเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การวางโครงข่ายสาธารณูปโภคและสาธารณูปการของการเคหะแห่งชาติ (2544) ได้กล่าวไว้ว่าการจัดวางโครงข่ายถนนในผังแม่บทโครงการมีหลักการที่ต้องคำนึงถึงดังนี้ ถนนภายในโครงการมีขนาดความกว้างตามความเหมาะสมด้านจราจรและสามารถรองรับปริมาณจราจรได้อย่างเพียงพอมีถนนเชื่อมต่อถึงแปลงที่ดินต่าง ๆ ได้สะดวก ความปลอดภัยควรจัดวางโครงข่ายถนนไม่ให้เกิดอันตรายที่อาจเกิดอุบัติเหตุ การจราจร การจัดรูปแบบโครงข่ายถนนให้สะดวกและง่ายต่อการเข้าถึงพื้นที่ส่วนต่างๆของผู้ใช้ถนนไม่ทำให้เกิดความสับสน การออกแบบถนนและทางเท้าให้มีความสวยงามและสามารถใช้ประโยชน์ได้ สอดคล้องส่งเสริมซึ่งกันและกันไม่ขัดแย้งกัน

สรุปผลการศึกษาผู้ซื้อให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือเรื่องการออกแบบ ที่มีบรรยากาศและสภาพแวดล้อมของถนน และทางเท้าภายในโครงการ สร้างความร่มรื่น มีการใช้พืชพรรณหรือพรรณไม้ ที่เหมาะสม และเรื่องของขนาดถนน และทางเดินเท้า มีขนาดกว้าง ใช้งานสะดวก เรื่องรูปแบบกิจกรรม และประโยชน์ใช้สอย มีเกาะกลางถนน ผู้ซื้อให้ความสำคัญมาก

สอดคล้องกับผู้ประกอบการ และข้อมูลในบทที่ 4 ได้แสดงข้อมูลถนนและทางเท้าภายในโครงการ ของกรณีศึกษา ที่ให้ความสำคัญด้านภูมิทัศน์พืชพรรณ/พรรณไม้ บริเวณทางเท้ามีความร่มรื่น น่าดึงดูดใจ เพิ่มชีวิตชีวาให้แก่ถนน ด้านขนาดถนนและทางเท้าภายในโครงการจะมีขนาดเกินกว่ามาตรฐานหรือข้อกำหนดของ พรบ.จัดสรรที่ดิน และยังช่วยเปิดมุมมองให้เห็นภาพรวมของทางเข้าได้ชัดเจน ส่วนเรื่องการมีเกาะกลางถนน จะมีเฉพาะถนนสายหลักของโครงการ ส่วนภายในโครงการย่อย จะมีเกาะกลางต่อเนื่องกับป้อมทางเข้าโครงการของถนนหน้าทางเข้าโครงการย่อยของเฟสต่าง ๆ

สวนส่วนกลาง

สรุปเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นพื้นที่สำคัญสำหรับการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของผู้ที่อยู่อาศัย สามารถจำกัดความหมายของสวนส่วนกลางว่า พื้นที่เปิดโล่งที่มีการจัดภูมิทัศน์ให้เกิดความสวยงาม โดยจัดให้เป็นพื้นที่พักผ่อนปะสนทนา หรือเดินเล่นเพื่อความสดชื่น (Whittick & Whittick, 1974) เนื่องจากสวนส่วนกลางนั้นมีความสำคัญที่สามารถใช้ประโยชน์ได้หลายรูปแบบจึงมีการกำหนดรายละเอียดของสวนส่วนกลางตามพระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดิน พ.ศ. 2543 ในหมวดสาธารณูปโภคและบริการสาธารณะกำหนดไว้ว่า ผู้จัดสรรจะต้องจัดให้มีพื้นที่สวนสาธารณะร้อยละ 5 ของพื้นที่จัดจำหน่าย หลักเกณฑ์การจัดทำแผนผัง โครงการ และวิธีในการจัดสรรที่ดิน ของสำนักส่งเสริมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ กรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย (2550) ข้อ 33 ได้กล่าวว่า สวนส่วนกลางต้องมีที่ตั้งขนาดและรูปแปลงที่เหมาะสม สะดวกแก่การเข้าใช้ประโยชน์ มีระยะแต่ละด้านไม่ต่ำกว่า 10 เมตร และให้ปลูกไม้ยืนต้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของพื้นที่สวนตามหลักวิชาการของภูมิ

สถาปัตยกรรม และแบ่งส่วนส่วนกลางตามลักษณะทางกายภาพได้เป็น 2 ประเภทคือ สวนสาธารณะแบบรวม กับสวนสาธารณะแบบกระจาย

สรุปผลการศึกษาผู้ซื้อให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดเรื่องเดียวคือ เรื่องการออกแบบการใช้พืชพรรณหรือพรรณไม้ที่เหมาะสมมีความร่มรื่น เรื่องการออกแบบเพิ่มเติมที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญมากคือ การออกแบบให้ใกล้ชิดธรรมชาติอย่างแท้จริง เช่น มีพื้นที่นั่งไต้ต้นไม้ใหญ่ มีเนินสำหรับนั่งเล่นกลางสนามหญ้า มีสระน้ำ หรือทะเลสาบ ประติมากรรมตกแต่งหรืองานศิลปะ อื่น ๆ มีบรรยากาศทัศนียภาพ และสภาพแวดล้อม มีความร่มรื่นของไม้ยืนต้น มีสไตล์การออกแบบในงานนั้น ๆ สวนควรเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีการออกแบบเรียบง่าย ไม่ซับซ้อน / การสร้าง จุดเด่น / ดึงดูดให้เข้ามาใช้งาน การออกแบบให้พื้นที่มีความยืดหยุ่นของพื้นที่ เช่น ลานออกกำลังกายสามารถจัดเป็นลานกิจกรรมช่วงเทศกาล เรื่องขนาดที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญมากคือ พื้นที่สวนที่มีขนาดใหญ่ เรื่องรูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอยที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญมากคือ ความสะดวกในการเข้าถึง/ความสะดวกในการใช้งาน มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย เช่น เฟอร์นิเจอร์สนาม เครื่องเล่นเด็กและ ผู้ใหญ่ ไฟส่องสว่าง ถังขยะ มีพื้นที่ co-working space + wifi เรื่องที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญปานกลาง คือเรื่องตำแหน่งที่ตั้งไม่ว่าจะอยู่กึ่งกลางโครงการหรืออยู่ด้านหน้าโครงการ สวนแบบรวมบริเวณจุดเดียวของโครงการ สวนแบบกระจายไปตามพื้นที่ต่าง ๆ

ในส่วนของผู้ประกอบการ และข้อมูลในบทที่ 4 แสดงข้อมูลสวนส่วนกลางของกรณีศึกษา ที่ให้ความสำคัญด้านการออกแบบที่ตรงกับผู้ซื้อคือเรื่องการจัดสภาพแวดล้อมภูมิทัศน์ให้ดูดี กว้างขวาง มีต้นไม้ใหญ่ให้ความร่มรื่น มีไม้พุ่มตัดแต่งทรงเป็นระเบียบ ไม้คลุมดิน สนามหญ้า ลานโล่ง และยังมีศาลาที่เป็นส่วนพักผ่อนในร่ม บางโครงการมีบ่อน้ำและประติมากรรมตกแต่ง พื้นที่สวนมีขนาดใหญ่ทุกโครงการจะมีขนาดเกินกว่ามาตรฐานหรือข้อกำหนดมาก ภายในสวนสามารถดำเนินกิจกรรมได้หลากหลาย ออกแบบองค์ประกอบภายในพื้นที่ให้สามารถใช้งานได้ทุกเพศทุกวัย เรื่องตำแหน่งที่ตั้งจะมีที่ตั้งอยู่กึ่งกลางโครงการซึ่งทำให้สะดวกแก่การเข้าใช้ประโยชน์และง่ายต่อการเข้าถึงของคนในโครงการ และตั้งอยู่ติดกับทางเข้าโครงการซึ่งทำให้พื้นที่สีเขียวมีความต่อเนื่องกัน แต่เรื่องตำแหน่งที่ตั้งไม่ว่าจะอยู่กึ่งกลางโครงการหรืออยู่ด้านหน้าโครงการ สวนแบบรวมบริเวณจุดเดียวของโครงการ สวนแบบกระจายไปตามพื้นที่ต่าง ๆ ผู้ซื้อให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ส่วนเรื่องคุณภาพวัสดุไม่ได้มีการกล่าวถึงทั้งในการสัมภาษณ์ และเอกสารข้อมูลรายละเอียดโครงการ แต่เป็นเรื่องที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญมากที่สุดเป็นอันดับแรก

สโมสรร

สรุปเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เจ้าของโครงการได้จัดให้มีสโมสรรเพื่อบริการผู้ซื้อ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ นอกจากนั้นยังมีกิจกรรมใช้สอยที่สอดคล้องกันของพื้นที่ภายในและภายนอกอาคาร สำหรับใช้ทำกิจกรรมคนเดียวหรือเป็นกลุ่ม (สมบัติ กาญจนกิจ, 2557: 4) ภายในสโมสรรอาจจะประกอบไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคที่หลากหลาย เช่น ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ ที่จอดรถ สนามเด็กเล่นในอาคาร สโมสรรในโครงการต้องมีการประชาสัมพันธ์ในการใช้งานอย่างครอบคลุมและครบถ้วน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและควรตรวจสอบความปลอดภัยและบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอเพื่อความปลอดภัยเพราะมีการใช้งานตลอดเวลา (พัสดราภรณ์ ทิพย์โสธร, 2551)

สรุปผลการศึกษาผู้ซื้อให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดเรื่อง รูปแบบกิจกรรม และประโยชน์ใช้สอย สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนทั่วไป คนพิการและผู้สูงอายุ ความปลอดภัย มีการตรวจสอบบุคคลเข้า-ออก เช่น การแสดงสัญลักษณ์ของลูกบ้าน มีสาธารณูปโภคที่หลากหลาย เช่น เครื่องออกกำลังกายแบบต่าง ๆ เครื่องเล่นเด็กและผู้ใหญ่ ห้องน้ำ ที่จอดรถ สระว่ายน้ำ ห้องออกกำลังกายถึงขยะ มีพื้นที่ co-working space, wifi การเข้าถึงและความสะดวกในการใช้งาน เรื่องการออกแบบที่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือวัสดุที่ใช้ในการตกแต่ง ทนทาน คุณภาพดี เรื่องการออกแบบ ที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญมาก คือ การสร้างจุดเด่น ดึงดูดให้เข้ามาใช้งาน หรรษาและทันสมัย มีสไตล์ในเรื่องการออกแบบและโทนสี เรื่องขนาดของสโมสรรมีขนาดใหญ่ โอโถง ส่วนเรื่องที่ผู้ซื้อให้ความสนใจปานกลางคือเรื่องการวางตำแหน่งที่ตั้งที่ไม่ว่าจะอยู่ติดกับชุมทางเข้าโครงการ หรือสวนส่วนกลาง ก็ไม่ใช่ประเด็นสำคัญในการตัดสินใจซื้อ

ในส่วนของผู้ประกอบการ ให้ความสำคัญเรื่องกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอยสามารถให้ลูกบ้านเข้าใช้งานได้อย่างไม่แออัดจนเกินไป ซึ่งการออกแบบมีสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคที่หลากหลาย นอกจากนั้นยังต้องการอุปกรณ์ที่ครบครันให้บริการที่มีคุณภาพ สามารถเข้าใช้งานได้ทุกเพศทุกวัย พื้นที่มีขนาดพอเหมาะกับจำนวนลูกบ้านในโครงการ แต่ข้อมูลในบทที่ 4 แสดงข้อมูลสโมสรรของกรณีศึกษา ภาพรวมในทุกโครงการขนาดของสโมสรรจะมีขนาดใหญ่ เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคที่หลากหลาย เช่น มีพื้นที่ที่เป็นอาคารสโมสรร, สระว่ายน้ำ, ห้องออกกำลังกาย, ห้อง Play room, Lounge, ฟิตเนส, ชาวน่าสตรีม, ร้านขายของภายในสโมสรร มีความปลอดภัยด้วยระบบ Key Card Control สำหรับผู้ซื้อโดยเฉพาะ สโมสรรภายในโครงการจะใช้ร่วมกันกับโครงการย่อย โดยตำแหน่งสโมสรรจะอยู่กึ่งกลางของโครงการหลัก ซึ่งผู้ซื้อให้ความสนใจปานกลางที่ไม่ว่าจะอยู่ติดกับชุมทางเข้าโครงการ หรือสวนส่วนกลาง ก็ไม่ใช่ประเด็นสำคัญในการตัดสินใจซื้อ

บทที่ 6

สรุปผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่อง “การออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพฯ : กรณีศึกษา โครงการเพอร์เฟค เพลส” มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลางที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์ของพื้นที่ส่วนกลางที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อเสนอแนะข้อพิจารณาการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีสมมติฐาน 1) การให้ความสำคัญขององค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลาง (Public Areas) ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน 2) การให้ความสำคัญของการออกแบบภูมิทัศน์ (Landscape Design) ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ขอบเขตด้านพื้นที่การศึกษา คัดเลือกจากโครงการเพอร์เฟคเพลส ระดับราคา 5 - 10 ล้านบาท ที่เปิดขายในปี 2560-2562 ในเขตกรุงเทพมหานคร มีทั้งหมด 9 โครงการ และใช้วิธีคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1967 : 887) จำนวน 280 ราย จาก 925 ราย โดยกระบวนการในการวิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ภูมิสถาปนิก สถาปนิกหรือผู้ออกแบบ ฝ่ายวางแผนโครงการและการตลาด เกี่ยวกับประเด็นในด้านแนวคิดและการให้ความสำคัญเรื่องการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางโครงการบ้านเดี่ยว และศึกษาแนวโน้มการพัฒนาการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางเพื่อให้ได้คำตอบมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามสำหรับทำการสำรวจกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อและกำลังจะซื้อบ้านเดี่ยว ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วมาวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา และใช้สถิติเชิงอนุมาน หรือสถิติอ้างอิง นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดมาสังเคราะห์ ได้ผลการศึกษาวิจัยสรุปได้ ดังนี้

6.1 สรุปผลการศึกษา

6.1.1 องค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลางมีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยว

ผลการวิจัยพบว่า การให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลางที่แตกต่างกันหรือการให้ความสำคัญในแต่ละด้านที่ไม่เหมือนกันมีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตาราง 5.1 ตรงกับสมมติฐานที่ 1 ซึ่งองค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลางที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ ทางเข้าโครงการ คิดเป็นร้อยละ

ละ 40.7 รองลงมาคือ ถนนและทางเท้าภายในโครงการ คิดเป็นร้อยละ 32.5 ส่วนส่วนกลาง คิดเป็นร้อยละ 21.8 และสโมสร คิดเป็นร้อยละ 5.0

6.1.2 ปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยว

ผลการวิจัยพบว่าการให้ความสำคัญต่อปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่แตกต่างกัน หรือการให้ความสำคัญในแต่ละด้านที่ไม่เหมือนกันมีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตาราง 5.3 และตรงกับสมมุติฐานที่ 2 ซึ่งปัจจัยการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ การวางตำแหน่งที่ตั้ง คิดเป็นร้อยละ 44.3 รองลงมาคือ ลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบ คิดเป็นร้อยละ 28.2 ขนาดของพื้นที่ส่วนกลาง คิดเป็นร้อยละ 14.6 และรูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอย คิดเป็นร้อยละ 12.9

6.2 ข้อเสนอแนะและข้อพิจารณา

6.2.1 ข้อเสนอแนะต่อผู้ซื้อ

1) สำหรับกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่เลือกองค์ประกอบพื้นที่ส่วนกลางทางเข้าโครงการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด อาจเป็นเพราะว่าผู้ซื้อได้มองเห็นหรือสัมผัสทางเข้าโครงการเป็นอันดับแรก ที่จะสามารถตัดสินใจได้ทันทีเกี่ยวกับความชอบของตนหรือไม่ ซึ่งอาจเป็นการตัดสินใจในระยะสั้น แต่ควรศึกษาและสำรวจความต้องการของตัวเองอย่างรอบด้าน และศึกษาองค์ประกอบและปัจจัยการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางทั้งหมดในโครงการที่ผู้ซื้อสนใจ เพื่อทำการประเมินความต้องการในระยะยาวได้อย่างชัดเจน เป็นประโยชน์ของผู้ซื้อและส่งผลต่อการอยู่อาศัยอย่างยั่งยืน

2) ผู้ซื้อควรให้ความร่วมมือกับการตอบแบบสอบถาม และสอบถามความต้องการกับสมาชิกในครอบครัวที่พักอาศัยอยู่ร่วมกัน และแสดงความคิดเห็นในแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ออกแบบหรือผู้ประกอบการได้ทราบถึงความต้องการของผู้ซื้ออย่างแท้จริงเพื่อนำไปพัฒนาองค์ประกอบพื้นที่ส่วนกลางให้ตรงกับความต้องการมีสิ่งแวดล้อมของการอยู่อาศัยที่ดีและยั่งยืนต่อไป

6.2.2 ข้อเสนอแนะต่อนักออกแบบ ผู้ขาย ผู้ประกอบการ

1) ในส่วนของข้อมูลทั่วไปผู้ประกอบการจำเป็นต้องทราบเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ซื้อ ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จากการสังเกตพบว่า เพศหญิงให้ความสำคัญในการตอบแบบสอบถาม และอาจมีบทบาทในการตัดสินใจเลือก หรือมีความต้องการเสนอแนะสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบภูมิทัศน์ ด้านอายุผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.9 ด้านอาชีพส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 56.4 ระดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 30,001-60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 70 จากการวิเคราะห์พบว่า เป็นช่วงที่มีความมั่นคงในด้านหน้าที่การงานหลายคนเข้าสู่ช่วงสร้างครอบครัวให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่นคง ทำให้ข้อมูลด้านสถานภาพ โสด ร้อยละ 58.6 หรือ สถานภาพสมรส ร้อยละ 41.4 ไม่มีความแตกต่างกันมากสำหรับกลุ่มวัยกลางคน หรือวัยทำงาน ที่ต้องการซื้อบ้านเป็นของตัวเองเพื่ออยู่อาศัย และรองรับการขยายครอบครัวในอนาคต ซึ่งตรงกับผลการศึกษาแบบสอบถามช่วงอายุสมาชิกทุกคนที่พักอาศัยอยู่ร่วมกันในปัจจุบันคือ 25-59 ปี ร้อยละ 95

2) ในการศึกษาด้านองค์ประกอบพื้นที่ส่วนกลาง ทำให้ทราบว่าผู้ซื้อที่ให้ความสำคัญมากที่สุดเป็นอันดับแรก คือ ทางเข้าโครงการ เนื่องจากทางเข้าโครงการเป็นเอกลักษณ์ และจุดขายที่สำคัญ แสดงถึงการยอมรับและความภาคภูมิใจในโครงการที่อยู่อาศัยของตนเองได้ ด้านปัจจัยการออกแบบที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญมากที่สุดคือเรื่องความปลอดภัย ควรมีรั้วและป้อมยามที่ทำให้เกิดความรู้สึกปลอดภัย ในส่วนของงานตกแต่งภูมิทัศน์ Hardscape ประกอบด้วย รั้วแสดงขอบเขต ป้ายชื่อโครงการ ป้อมยาม จะมีโครงสร้างที่มีรั้วหลังคา หรือไม่มีก็ได้ การสร้างจุดเด่นโดยเพิ่มบ่อน้ำ หรือประติมากรรม ซึ่งบางโครงการมีเรื่องศาสตร์ฮวงจุ้ยมาประกอบด้วย เสาไฟ ที่มีประโยชน์ทั้งในด้านการใช้งานหรือ ออกแบบให้เป็นจุดเด่นไปในตัว พื้นถนนที่มีลวดลายหรือผิวสัมผัสที่ทำให้รู้สึกว่าการก้าวเข้าไปในโครงการ หรือองค์ประกอบเพิ่มเติมอื่น ๆ ในส่วนของงานตกแต่งภูมิทัศน์ Softscape มีการจัดภูมิทัศน์โดยรอบของไม้ยืนต้น ไม้พุ่มสูง ไม้พุ่ม ไม้เลื้อย และสนามหญ้า ซึ่งในส่วนนี้จะมี ภูมิสถาปนิก เป็นผู้กำหนดรูปแบบแนวความคิดที่มีส่วนสัมพันธ์ต่อเนื่องเป็นเรื่องราวเดียวกันและสอดคล้องร่วมกับงานสถาปัตยกรรมและงานตกแต่งภายใน

3) องค์ประกอบถนนและทางเท้าภายในโครงการ ผู้ซื้อให้ความสำคัญเป็นอันดับต่อมาต้องมีบรรยากาศที่ร่มรื่น มีต้นไม้บนทางเดินเท้าเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดสภาพแวดล้อมที่ดีและเกิดชุมชนสีเขียวทำให้เป็นสภาวะน่าสบาย มีขนาดตามมาตรฐานกำหนดหรือมากกว่า เพื่อสร้างความสะดวกและปลอดภัยในการใช้งานและต้องบำรุงรักษาให้อยู่ในสภาพดีอยู่เสมอ ทางเดินเท้าต้องมีขนาดที่เหมาะสม คุณภาพของพื้นผิวมีความสม่ำเสมอ มั่นคง แข็งแรง และทำด้วยวัสดุที่ป้องกันการลื่น มีประสิทธิภาพการระบายน้ำฝน ออกแบบให้เป็นสากลที่ทุกคนในโครงการสามารถใช้ได้ทั้ง มีตำแหน่งไฟให้แสงสว่างเพียงพอ

4) องค์ประกอบสวนส่วนกลาง ผลการศึกษาจากแบบสอบถามสวนสวนการมีระดับการตัดสินใจซื้อ น้อยกว่าทางเข้าโครงการ ถนนและทางเท้าภายในโครงการ สันนิษฐานได้ว่า กลุ่มผู้ซื้อต้องการความประทับใจแรกมากกว่าองค์ประกอบอื่น ๆ ภายในโครงการ หากพิจารณาในเรื่องของรายละเอียดปัจจัย จะเน้นในเรื่องของการออกแบบที่สอดคล้องและรองรับกับกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอย ซึ่งกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอยที่หลากหลายก็จะสอดคล้องขนาดพื้นที่สวนให้มีขนาดใหญ่ไปด้วย

5) องค์ประกอบสโมสรร สังกัดได้ว่าสโมสรรของกรณีศึกษา ผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญในเรื่องของการออกแบบรูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอย และเรื่องของคุณภาพ แต่ในผลการศึกษาพบว่าผู้ซื้อให้ความสำคัญน้อยสุด ซึ่งประเด็นนี้จะต้องศึกษาในเชิงลึกต่อไป

6) ผู้ประกอบการต้องสำรวจความต้องการและจัดหางบประมาณมาพัฒนาสร้างสรรค์จุดนี้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อตอบสนองผู้ซื้อ

7) ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการที่สนใจใช้พื้นที่ส่วนกลางเป็นจุดขาย ควรให้ความสำคัญเรื่องขั้นตอนการออกแบบ เพราะองค์ประกอบพื้นที่ส่วนกลางด้านต่าง ๆ จะมีปัจจัยการออกแบบที่เป็นรายละเอียดของความต้องการของผู้ซื้อ เพื่อให้ได้พื้นที่ส่วนกลางที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อได้อย่างแท้จริง

6.2.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1) เพื่อให้ได้ผลที่แม่นยำและเหมาะแก่การนำไปใช้งานจริงมากขึ้นควรมีการศึกษากรณีศึกษาและผู้ประกอบการรายอื่น ที่มีระดับราคาบ้านใกล้เคียงกัน ที่อยู่ในเขตกรุงเทพฯ โดยใช้วิธีการศึกษารูปแบบเดิมที่มีการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญหรือตัวแทนจากกลุ่มผู้ประกอบการและมีการเก็บข้อมูลในรูปแบบการเปรียบเทียบความสัมพันธ์เป็นรายคู่

2) ควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพในส่วนของผู้บริโภคเพื่อให้ทราบข้อมูลเชิงลึกถึงการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

3) ควรมีการศึกษาเกณฑ์ในการตัดสินใจย่อยเพื่อให้การตัดสินใจมีสภาพแวดล้อมใกล้เคียงความเป็นจริงมากขึ้น เช่น เเจาะลึกในเรื่องของปัจจัยงานออกแบบมากขึ้น ซึ่งจะทำให้ผู้ตัดสินใจซื้อสามารถให้ค่าความสำคัญตัวเลือกได้แม่นยำและละเอียดขึ้น

4) ควรมีการศึกษาการใช้ระบบวิเคราะห์เชิงโครงข่ายเพื่อผลการตัดสินใจที่มีความแม่นยำกว่า เพื่อตอบคำถามที่ระบบวิเคราะห์เชิงลำดับขั้นไม่สามารถประเมินได้ เช่น ถ้าทางเข้าโครงการมีขนาดใหญ่และมีความปลอดภัยแล้วลูกค้าจะให้ความสำคัญกับถนนและทางเท้าภายในโครงการน้อยลงหรือมีความต้องการในด้านอื่นเพิ่มขึ้นหรือไม่ หรือคำถามอื่น ๆ ที่แสดงความเกี่ยวข้องของตัวแปรในรูปแบบโครงข่าย

5) ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนการที่มีความยั่งยืนเพื่อเป็นประโยชน์ของผู้ซื้อในระยะยาว

บรรณานุกรม

- Arens, W. F. (2002). *Contemporary advertising*: Tata McGraw-Hill Education.
- Arnold, L. (1974). *Stochastic differential equations*. New York.
- Assael, H. (2005). *Consumer Behavior A Strategic Approach (2005 Indian)*: Dreamtech Press.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2003). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*: The McGraw– Hill.
- Kotler, P. (2012). *Kotler on marketing*: Simon and Schuster.
- Philip, K., & Lane, K. K. (2012). *Marketing Management*. 14th Global edition. In: Pearson Education Limited. England. ^
- Rutledge, A. J. (1971). *Anatomy of a park: the essentials of recreation area planning and design*: McGraw-Hill Companies.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2004). *Consumer behaviour*. 1. vyd. Brno. In: Computer Press.
- Whittick, A., & Whittick, A. (1974). *Encyclopedia of urban planning (Vol. 29)*: McGraw-hill New York.
- Yamane, T. (1967). *Elementary sampling theory*.
- จรัสพิมพ์ บุญญานันต์. (2554). การออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมชุมชนที่น่าอยู่อาศัยและสถานที่พักผ่อนหย่อนใจในชุมชน. เชียงใหม่: คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบวางแผนสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2549). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ณภัทร ณ ลำพูน. (2556). ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบสวนสาธารณะของหมู่บ้านจัดสรรขนาดกลางระดับราคาปานกลาง ในกรุงเทพมหานคร เขตต่อเมือง (ด้านตะวันออก). (วิทยานิพนธ์ปริญญาภูมิสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- เดชา บุญค้ำ และชนนชัช โจรณะสมิต. (2544). สวนสาธารณะหมู่บ้านจัดสรรในกรุงเทพมหานคร กรุงเทพฯ: ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ ออยุธยา. (2549). การตลาดบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์ (2 ed.). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นวนัฐ โอศิริ. (2551). ศิลปะในงานออกแบบภูมิสถาปัตยกรรม : ค.ศ. 1920-ปัจจุบัน. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- พรชัย ศิริวัชรกุล. (2549). การใช้ประโยชน์พื้นที่ส่วนกลางในชุมชนบ้านจัดสรรขนาดใหญ่ระดับราคาปานกลาง พื้นที่กรุงเทพฯ ตอนเหนือ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาเคหะพัฒนาศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- พัสดราภรณ์ ทิพย์โสธร. (2551). การพัฒนาพื้นที่ส่วนกลางหมู่บ้านจัดสรรอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา เขตลาดกระบัง. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- มานพ พงศทัต. (2560). *Lecture Series "ผู้สูงวัยในอนาคต"*. การบรรยายพิเศษเนื่องในโอกาสครบรอบ 84 ปีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และ 100 ปี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
- พระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดิน พ.ศ. 2543. (2543, 23 พฤษภาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 117 ตอนที่ 45 ก. 1-23.
- ข้อกำหนดเกี่ยวกับการจัดสรรที่ดินเพื่ออยู่อาศัยและพาณิชย์กรรมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2550. (2550, 23 กุมภาพันธ์). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 124 ตอนที่พิเศษ 21 ง. 1-16.
- วรลักษณ์ สงวนไข้อย่างวงศ์. (2540). บทบาทของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับรายได้ปานกลาง. (วิทยานิพนธ์ปริญญาเคหะพัฒนาศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- วรินทร์ กลิ่นทรประเสริฐ. (2558). แนวทางการออกแบบผังแม่บทสำหรับโครงการหมู่บ้านจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮาส์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2562). สถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัยกรุงเทพฯ-ปริมณฑล ไตรมาส 2 ปี 2562 และครึ่งแรก ปี 2562. Retrieved from https://www.reic.or.th/Upload/สถานการณ์อสังหาริมทรัพย์กทม-ปริมณฑลไตรมาส2ปี2562-และครึ่งแรกปี2562-190814-Sd&VC_76834_1567060678_02568.pdf
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2557). นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). จำนวนการเกิด การตาย การย้ายเข้า และการย้ายออกทะเบียนบ้าน จำแนกตามเพศ ภาค และจังหวัด ปี พ.ศ.2553-2562. . Retrieved from <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>
- สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร. (2542). ผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร : กฎกระทรวงฉบับที่ 414 (พ.ศ. 2542) : ออกตามความในพระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2518. กรุงเทพฯ: สำนักผังเมือง.
- สุดาพร กุณฑลบุตร. (2552). หลักการตลาด (สมัยใหม่). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- เสรีชัย โชติพานิช และคณะ. (2559). การจัดการนิติบุคคลหมู่บ้านจัดสรร. กรุงเทพฯ: โฮมบายเออร์ไกด์.
- อัครัช อารัมภวีโรจน์. (2556). นวัตกรรมการออกแบบพื้นที่นันทนาการโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่มีประสิทธิภาพในเชิงการใช้งาน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี.
- เอี่ยมพร วิสมหมาย. (2527). สวนสาธารณะและสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ. กรุงเทพฯ: คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ไอริณ ภาณุวัฒน์วินิชย์. (2557). คุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยที่เกิดจากพื้นที่สีเขียวภายในโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับราคาปานกลางกรณีศึกษาโครงการเพอร์เฟคเพลสร์ตนาธิเบสร์และโครงการเพอร์เฟคเพลสร์สาขพฤกษ์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาเคหะพัฒนศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.





ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ภูมิสถาปนิก สถาปนิกหรือผู้ออกแบบ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

2.3 สโมสร

2.4 ถนนและทางเท้าภายในโครงการ

3. ตามข้อ 2 เรียงลำดับความสำคัญ ขององค์ประกอบที่นำมาใช้ในการออกแบบ

ส่วนที่ 3 : แนวโน้มการพัฒนาการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง

1. ท่านคิดว่าพื้นที่ส่วนกลางของโครงการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อหรือไม่.....
2. พัฒนาการของการออกแบบหรือให้มีความสำคัญกับการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางของบริษัทปัจจุบันและในอนาคตมีแนวโน้มจะพัฒนาเป็นอย่างไร



ภาคผนวก ข

แบบสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายวางแผนโครงการและการตลาด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

แบบสำรวจ

แบบสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายวางแผนโครงการและการตลาดสำหรับวิทยานิพนธ์เรื่อง
 “การออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยว
 (ราคาระดับกลาง) ในเขตกรุงเทพฯ กรณีศึกษา : โครงการเพอร์เฟคเพลส ของบริษัท
 พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค จำกัด”

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสัมภาษณ์

ชื่อ.....นามสกุล.....
 ตำแหน่งงาน.....
 บริษัทที่ทำงานปัจจุบัน.....

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อโครงการบ้านเดี่ยว(ราคาระดับกลาง) ของผู้ซื้อ

- 2.1 อายุ () 20-29 ปี () 30-39 ปี () 40-49 ปี
 () 50-59 ปี () 60 ปีขึ้นไป
- 2.2 อาชีพ () ลูกจ้าง เอกชน () ธุรกิจส่วนตัว () รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ
 () นักศึกษา(ปริญญาโท / เอก) () อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 2.3 ระดับรายได้ () 20,000 – 30,000 บาท/เดือน () 30,001 – 40,000 บาท/เดือน
 () 40,001 – 50,000 บาท/เดือน () 50,001 – 60,000 บาท / เดือน
 () มากกว่า 60,000 บาท / เดือน
- หมายเหตุ : รายได้ดังกล่าวเป็นรายได้ () ต่อบุคคล () ครอบครัว
- 2.4 สถานภาพสมรส () โสด () สมรส () อื่นๆ (โปรดระบุ)

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลในด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยว (ราคาระดับกลาง) ของผู้ซื้อ

- 3.1 วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อบ้าน
- 3.2 ระดับราคาบ้านจัดสรร (ราคาระดับกลาง) ที่ผู้ซื้อให้ความสนใจ.....
- 3.3 ความคาดหวังของผู้ซื้อ

3.4 เหตุผล 3 อันดับที่ใช้ในการพิจารณาเลือกซื้อ (เลือกเพียง 3 ข้อ แล้วเรียงลำดับความสำคัญ โดย 1 หมายถึง ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 1, 2 หมายถึง ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 2, 3 หมายถึง ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 3)

- () ชื่อโครงการบ้านจัดสรรมีความน่าเชื่อถือ
- () มีการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางทั้งภายในและภายนอกที่เหมาะสม(ทางเข้าโครงการ/สวนส่วนกลาง/สโมสร ฯลฯ)
- () การให้สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สนามเด็กเล่น สระว่ายน้ำ สโมสร มีอยู่อย่างเพียงพอ
- () ราคาถูกกว่า เมื่อเทียบกับโครงการใกล้เคียงในระดับเดียวกัน
- () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 3 : แนวโน้มการพัฒนาการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง

1. ท่านคิดว่าพื้นที่ส่วนกลางของโครงการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อหรือไม่.....
2. พัฒนาการของการออกแบบหรือให้ความสำคัญกับการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางของบริษัทปัจจุบันและในอนาคตมีแนวโน้มจะพัฒนาเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ค

แบบสอบถามผู้ซื้อ และผู้กำลังตัดสินใจซื้อ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



แบบสอบถามผู้ซื้อ และผู้กำลังตัดสินใจซื้อ สำหรับวิทยานิพนธ์เรื่อง
 “การออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยว
 (ราคาระดับกลาง) ในเขตกรุงเทพฯ กรณีศึกษา: โครงการเพอร์เฟคเพลส ของบริษัท
 พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค จำกัด (มหาชน)”

คำชี้แจง :

เนื่องด้วย นางสาวกชมน แก้วพรหม นักศึกษาปริญญาโท ภาควิชาภูมิสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยว(ราคาระดับกลาง) ในเขตกรุงเทพฯ กรณีศึกษา : โครงการเพอร์เฟคเพลส ของบริษัท พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค จำกัด (มหาชน)” ในการศึกษาหัวข้อดังกล่าวมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อจากผู้ซื้อจริง จึงขอความอนุเคราะห์จากผู้ซื้อและผู้กำลังตัดสินใจซื้อตอบแบบสอบถาม โดยคำตอบของท่าน ผู้ศึกษาวิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับไม่ถูกนำไปเผยแพร่ และจะประมวลผลเป็นรายงานการศึกษาในภาพรวม เพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น

นางสาวกชมน แก้วพรหม
 นักศึกษาปริญญาโท ภาควิชาภูมิสถาปัตยกรรม
 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 โทร 092-559-7555

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสัมภาษณ์

คำชี้แจง โปรดให้รายละเอียดที่เกี่ยวกับตัวท่าน โดยเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความตามความเป็นจริง

1.1 เพศ 1. ชาย 2. หญิง

1.2 อายุ 1. 20-29 ปี 2. 30-39 ปี 3. 40-49 ปี 4. 50-59 ปี 5. 60 ปีขึ้นไป

1.3 อาชีพ 1. พนักงานเอกชน 2. ธุรกิจส่วนตัว 3. รัฐบาล / รัฐวิสาหกิจ
 4. นักศึกษา(ปริญญาตรี / โท / เอก) 5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

1.4 ระดับรายได้ในครัวเรือน (ไม่หักค่าใช้จ่าย)

1. 30,001-60,000 บาท/เดือน 2. 60,001-90,000 บาท/เดือน
 3. 90,001-120,000 บาท/เดือน 4. 120,001-150,000 บาท/เดือน
 5. มากกว่า 150,000 บาท / เดือน

1.5 สถานภาพสมรส 1. โสด 2. สมรส 3. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

1.6 ระบุช่วงอายุสมาชิกทุกคนที่พักอาศัยอยู่ร่วมกันในปัจจุบัน, ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

1. <5 ปี 2. 5 - 14 ปี 3. 15 - 24 ปี 4. 25 - 59 ปี 5. 60 ปีขึ้นไป

1.7 ท่านเห็นว่าองค์ประกอบใดของพื้นที่ส่วนกลาง (Public Areas) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวมากที่สุด

1. ทางเข้าโครงการ (Main Entrance)
 2. สวนส่วนกลาง (Park)
 3. สโมสร (Club House)
 4. ถนนและทางเท้าภายในโครงการ (Streetscape)

1.8 ท่านเห็นว่าการออกแบบภูมิทัศน์ (Landscape Design) ส่วนใดของพื้นที่ส่วนกลางที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวมากที่สุด

1. การวางตำแหน่งที่ตั้งของทางเข้าโครงการ/สวนส่วนกลาง/สโมสร ฯลฯ (Location)
 2. ขนาดของพื้นที่ส่วนกลาง ทางเข้าโครงการ/สวนส่วนกลาง/สโมสร ฯลฯ (Size)
 3. รูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอย (Activities and Function)
 4. ลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบ (Physical Characteristics)

ส่วนที่ 2 : การประเมินอิทธิพลของการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางในการตัดสินใจซื้อโครงการ

คำชี้แจง เขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความพึงพอใจตามความเป็นจริง

การออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. ทางเข้าโครงการ (Main Entrance)					
- การวางตำแหน่งที่ตั้งทางเข้าด้านหน้าโครงการติดถนนสายหลัก
- ซุ้มทางเข้าโครงการมีขนาดใหญ่
- กิจกรรมความสะดวกในการเข้าถึง / ทางเข้า-ออกที่ชัดเจน
- กิจกรรมความปลอดภัย มีการตรวจสอบบุคคลเข้า-ออก เช่น การแลกบัตร, การประทับตราเข้าโครงการ
- ประโยชน์การใช้สอยป้องกันแดดฝนได้
- แนวความคิด, สไตลในการออกแบบ
- แนวความคิดที่หรูหราและทันสมัย
- แนวความคิดโทนสีของซุ้มทางเข้า
- การออกแบบ / การสร้างจุดเด่น / เป็นที่น่าสนใจแก่ผู้พบเห็น / จัดจาง่าย / มุมมอง
- การออกแบบวัสดุที่ใช้ในการตกแต่ง ทนทาน คุณภาพดี
- การออกแบบบรรยากาศและสภาพแวดล้อม
- การออกแบบการใช้พืชพรรณ/พรรณไม้ ที่เหมาะสม มีความร่มรื่น เย็นสบาย
- การออกแบบปฏิมากรรมตกแต่งหรืองานศิลปะ
2. สวนส่วนกลาง (Park)					
- การวางตำแหน่งที่ตั้งอยู่ด้านหน้าโครงการ
- การวางตำแหน่งที่ตั้งอยู่กึ่งกลางโครงการ
- การวางตำแหน่งที่ตั้งสวนแบบรวมบริเวณจุดเดียวของโครงการ

การออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<ul style="list-style-type: none"> - การวางตำแหน่งที่ตั้งสวนแบบกระจายไปตามพื้นที่ต่าง ๆ - พื้นที่สวนมีขนาดใหญ่ - กิจกรรมความสะอาดในการเข้าถึง/ความสะอาดในการใช้งาน
<ul style="list-style-type: none"> - กิจกรรมและประโยชน์การใช้สอยของสวนส่วนกลางติดกับชุมทางเข้าโครงการ - กิจกรรมและประโยชน์การใช้สอยของสวนส่วนกลางติดกับสโมสร - กิจกรรมและประโยชน์ใช้สอยของสวนส่วนกลางมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย เช่น เฟอร์นิเจอร์สนาม เครื่องเล่นเด็กและผู้ใหญ่ ไฟส่องสว่าง ถึงขยะ มีพื้นที่ co-working space WIFI - แนวความคิด, สไตล์ในการออกแบบ - การออกแบบสวนที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน / การสร้างจุดเด่น / ดึงดูดให้เข้ามาใช้งาน - การออกแบบสวนรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า - การออกแบบสวนรูปวงรี หรือรูปทรงอิสระ - การออกแบบพื้นที่รองรับการใช้งานของกลุ่มผู้ใช้งานอย่างเพียงพอ - การออกแบบให้พื้นที่มีความยืดหยุ่นของพื้นที่ เช่น ลานออกกำลังกายสามารถจัดเป็นลานกิจกรรมช่วงเทศกาล - การออกแบบวัสดุที่ใช้ในการตกแต่ง ทนทาน คุณภาพดี - การออกแบบทางเดินและลู่วิ่งแยกจากกัน - การออกแบบบรรยากาศ ทัศนียภาพ และสภาพแวดล้อมมีความร่มรื่นของไม้ยืนต้น - การออกแบบให้ใกล้ชิดธรรมชาติอย่างแท้จริง เช่น มีพื้นที่นั่งไต้ต้นไม้ใหญ่ มีเนินสำหรับนั่งเล่นกลางสนามหญ้า

การออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<ul style="list-style-type: none"> - การออกแบบเรื่องการใช้พืชพรรณ/พรรณไม้ ที่เหมาะสม - การออกแบบให้มีสระน้ำ หรือทะเลสาบ - การออกแบบปฏิมากรรมตกแต่งหรืองานศิลปะ
<p>3. โมสร (Club House)</p> <ul style="list-style-type: none"> - การวางตำแหน่งที่ตั้งอยู่ด้านหน้าโครงการ - การวางตำแหน่งที่ตั้งอยู่กึ่งกลางโครงการ - สโมสรมีขนาดใหญ่ โอโถง - พื้นที่ภายนอกและภายในอาคารมีการจัดกิจกรรมและ ประโยชน์การใช้สอยที่สอดคล้องกัน - กิจกรรมความสะดวกในการเข้าถึง/ความสะดวกในการ ใช้งาน - กิจกรรมความปลอดภัย มีการตรวจสอบบุคคลเข้า-ออก เช่น การแสดงสัญลักษณ์ของลูกบ้าน - กิจกรรมและประโยชน์การใช้สอยมีสิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภคที่หลากหลาย เช่น เครื่องออกกำลังกาย แบบต่าง ๆ เครื่องเล่นเด็กและผู้ใหญ่ ห้องน้ำ ที่จอดรถ สะพาน น้ำ ห้องออกกำลังกาย ถึงขยะ มีพื้นที่ co-working space + Wi-Fi - ประโยชน์การใช้สอยมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคน ทั่วไป / คนพิการและผู้สูงอายุ - แนวความคิด, สไตล์ในการออกแบบ - แนวความคิดที่หรูหราและทันสมัย - แนวความคิดโทนสีของสโมสร - การออกแบบ / การสร้างจุดเด่น / ดึงดูดให้เข้ามาใช้งาน - การออกแบบวัสดุที่ใช้ในการตกแต่ง ถนนทาง คุณภาพดี
4 ถนนและทางเท้าภายในโครงการ (Streetscape)					

การออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
- ถนนและทางเท้าภายในโครงการ มีขนาดกว้าง
- ประโยชน์การใช้สอยมีเกาะกลางถนน
- การออกแบบ บรรยากาศและสภาพแวดล้อมของถนนและ ทางเท้าภายในโครงการ สร้างความร่มรื่น
- การออกแบบเรื่องการใช้พืชพรรณ/พรรณไม้ ที่เหมาะสม

ส่วนที่ 3 : ความคิดเห็นของผู้ซื้อและผู้กำลังตัดสินใจซื้อ

คำชี้แจง เขียนเครื่องหมาย ลงในช่อง ตามความคิดเห็นของท่าน

1. ท่านตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยว ราคาระดับกลาง

5. ตัดสินใจซื้อแน่นอน

4. ตัดสินใจซื้อ

3. ไม่แน่ใจ

4. ไม่ตัดสินใจซื้อ

5. ไม่ตัดสินใจซื้อแน่นอน

2. ท่านมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ง

สรุปแบบสอบถามปลายเปิด ผู้ประกอบการ ภูมิสถาปนิก สถาปนิกหรือผู้ออกแบบ
เจ้าหน้าที่ฝ่ายวางแผนโครงการและการตลาด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สรุปแบบสอบถามปลายเปิด

จากการสำรวจความเห็น เกี่ยวกับเรื่องการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพฯ กรณีศึกษา โครงการเพอร์เฟค เพลส

ส่วนที่ 1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการ ภูมิสถาปนิก สถาปนิก หรือผู้ออกแบบ ฝ่ายวางแผนโครงการและการตลาด ได้แก่ ชื่อ ตำแหน่งงาน

ผู้ประกอบการ

1. สันตกร นาคนิล ตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้อำนวยการ
2. ปิยะ สารภักดิ์ ตำแหน่ง สถาปนิกอาวุโส
3. นายนรามินทร์ มัตถชนะสกลิต ตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้จัดการ

ภูมิสถาปนิก สถาปนิก หรือผู้ออกแบบ

1. วิชญ์โยธ สุธประสพโกศา ตำแหน่ง ผู้อำนวยการ สายงานออกแบบและพัฒนาโครงการ
2. สาธิติน พงษ์วัฒนาสุข ตำแหน่ง ผู้อำนวยการ สายงานออกแบบ
3. ชนิษฐา ประทุมรัตน์วัฒนา ตำแหน่ง ภูมิสถาปนิก
4. สรวิศ เต่าทอง ตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้อำนวยการ
5. สุมณา โรจนวิภา ตำแหน่งสถาปนิกโครงการอาวุโส

เจ้าหน้าที่ฝ่ายวางแผนโครงการและการตลาด

1. รพีพรรณ วังสัดตยงกช ตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด
2. ทรงพล ศรีวิเศษตรง ตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายวางแผน
3. อติสรณ์ วรเศรษฐศักดิ์ ตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายวางแผน
4. วันวิสาข์ กำลั้งเกื้อ ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายวางแผน

ตารางที่ ง.1 ข้อมูลในด้านแนวคิดและการให้ความสำคัญเรื่องการออกแบบภูมิทัศน์ของพื้นที่ส่วนกลาง

องค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลาง และลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ส่วนกลาง			
	ทางเข้าโครงการ	ส่วนส่วนกลาง	สโมสร ถนนและทางเท้า
การวางตำแหน่งที่ตั้ง	- ด้านหน้าโครงการติดถนนสายหลัก เข้าถึงง่าย	- เข้าถึงง่าย	- ซอบปีให้อยู่ใกล้กับสวน
ขนาด	- มีขนาดใหญ่ มองเห็นชัดเจน	- พื้นที่สวนมีขนาดใหญ่	- มีขนาดพื้นที่เหมาะสมกับการใช้งาน - ถนนภายในโครงการกว้างขวาง
รูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอย	- ปลอดภัย - เข้าถึงง่าย - สัตว์จรสละตัว - ป้องกันแดดฝนได้	- มีกิจกรรมที่หลากหลายและสามารถใช้งานได้หลายอย่าง - ใช้งานได้ทุกเพศทุกวัย - เข้าถึงง่ายและปลอดภัย - มีพื้นที่ให้ลูกบ้านทำกิจกรรมเป็นกลุ่ม	- ต้องมีทางวิ่งและทางเดินเพื่อใช้สำหรับให้อุบัติภัยในโครงการได้ใช้ในการออกกำลังกาย
ลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบด้านภูมิทัศน์	- ต้องดูเด่นมีสง่างาม สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมรอบด้าน - มีป้ายโครงการที่ชัดเจน ไม่มีสิ่งกีดขวางบดบัง - มีภูมิภาครวมทำให้จัดทำได้ง่าย	- อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม - อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม - มีความร่มรื่น - ออกแบบให้ดึงดูดกับวิถีชีวิตคนเมือง - อยู่อาศัย - มีพื้นที่สีเขียวเยอะ	- อุปกรณ์ครบครัน เช่น สระว่ายน้ำ พิตเนท อุปกรณ์ต้องมีครบพร้อมใช้งาน - ใช้วัสดุและเครื่องเล่นที่มีคุณภาพ - มีความเป็นศูนย์รวมกิจกรรม - ปลอดภัยได้มาตรฐาน - ปลอดภัย

จากตารางที่ ง.1 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 ส่วน คือ ผู้ประกอบการ ผู้ออกแบบและเจ้าหน้าที่ขายการตลาด ให้ความสำคัญเรื่องของแนวคิดและการให้ความสำคัญเรื่ององค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลาง และลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ส่วนกลาง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพฯ กรณีศึกษา โครงการเพอร์เฟค เพลส โดยแบ่งรายละเอียดออกเป็นดังนี้

ส่วนที่ 1 ทางเข้าโครงการ เน้นความเป็นเอกลักษณ์ของโครงการ ทั้งในด้านการออกแบบและขนาด การออกแบบเรื่องลักษณะทางกายภาพต้องเป็นจุดขายและเป็นจุดหมายตา อยู่ในตำแหน่งด้านหน้าของโครงการ เข้าถึงง่ายมีการสัญจรที่สะดวก มีระบบรักษาความปลอดภัยทั้งในเรื่องของอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยไม่ว่าจะเป็นกล้อง CCTV ประตูอัตโนมัติหรือไม้กระดกที่ต้องใช้ Key Card และมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยด้วย

ถนนและทางเท้าภายในโครงการ ให้ความสำคัญเรื่อง มีขนาดกว้างตามความเหมาะสมด้านการจราจรและสามารถรองรับปริมาณจราจรได้อย่างเพียงพอต่อการใช้งาน การออกแบบทางเท้านอกจากจะเป็นทางเดินแล้วยังสามารถวิ่งออกกำลังกายได้ วัสดุที่ใช้ต้องมีความเหมาะสมปลอดภัยได้มาตรฐาน

สวนส่วนกลาง ให้ความสำคัญเรื่องตำแหน่งที่ตั้ง สะดวกแก่การเข้าไปใช้ประโยชน์และเข้าถึงง่าย พื้นที่มีขนาดใหญ่ เปิดโล่ง สามารถดำเนินกิจกรรมได้หลากหลาย ลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบมีการจัดภูมิทัศน์ให้ดูดี กว้างขวาง ร่มรื่น ออกแบบองค์ประกอบภายในพื้นที่ให้สามารถใช้งานได้ทุกเพศทุกวัย

สโมสร ให้ความสำคัญเรื่อง ตำแหน่งที่ตั้งของสโมสรต้องการให้อยู่ใกล้สวนส่วนกลาง พื้นที่มีขนาดพอเหมาะกับจำนวนลูกบ้านในโครงการ สามารถให้ลูกบ้านเข้าใช้งานได้อย่างไม่แออัดจนเกินไป ซึ่งการออกแบบมีสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคที่หลากหลาย นอกจากนั้นยังต้องการอุปกรณ์ที่ครบครันให้บริการที่มีคุณภาพ สามารถเข้าใช้งานได้ทุกเพศทุกวัย

ส่วนที่ 2 ศึกษาแนวโน้มการพัฒนาการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ ส่วนกลาง ในความคิดของผู้ประกอบการภูมิสถาปนิก สถาปนิกหรือผู้ออกแบบ ฝ่ายขายและการตลาด เพื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกับแบบสอบถามชุดที่ 2 ว่าตรงกับความต้องการของผู้ตัดสินใจซื้อ และกำลังจะซื้อหรือไม่

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นในเรื่อง พื้นที่ส่วนกลางของโครงการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อหรือไม่ ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่า องค์ประกอบของพื้นที่ส่วนกลาง และลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ส่วนกลาง มีส่วนในเรื่องของการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพฯ กรณีศึกษา โครงการเพอร์เฟค เพลส

แนวโน้มและแนวคิดของการพัฒนาการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง มีความเห็นในเรื่องพื้นที่ส่วนกลางของโครงการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ และควรจะพัฒนาพื้นที่ส่วนกลางที่มี

ความยั่งยืน ทั้งการออกแบบ การใช้งานพีชพรรณ กิจกรรมการใช้งานของผู้อยู่อาศัย แม้ว่าเวลาผ่านไปนาน การออกแบบก็ยังสวยเข้ากับยุคสมัย และยังมีการดูแลรักษาง่าย



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	กชมน แก้วพรหม
วัน เดือน ปี เกิด	5 พฤศจิกายน 2527
สถานที่เกิด	จังหวัดอุบลราชธานี
วุฒิการศึกษา	ปริญญาสถาปัตยกรรมบัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมืองและ นฤมิตศิลป์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย, ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนนารีอนุกุล
ที่อยู่ปัจจุบัน	756/148 บ้านกลางเมืองพระราม9-อ่อนนุช ประเวศ กทม.
ผลงานตีพิมพ์	"การออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการ บ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพฯ: กรณีศึกษา โครงการเพอร์เฟค เพลส" วารสารวิชาการสารศาสตร์, ฉบับที่ 3/2563. ตีพิมพ์วารสารอิเล็กทรอนิกส์ วันที่ 18 ตุลาคม 2563
รางวัลที่ได้รับ	ประกาศนียบัตร นิสิตที่มีผลการเรียนดีเด่น ประจำปีการศึกษา 2548