

การออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้าน เดี่ยวในเขตกรุงเทพฯ: กรณีศึกษา โครงการเพอร์เฟค เพลส

Landscape Design of Public Areas Influencing Buying Decision for Single Housing Projects in Bangkok: Case Studies of the Perfect Place Projects

รับบทความ	15/05/2020
แก้ไขบทความ	19/06/2020
ยอมรับบทความ	19/06/2020

กชมน แก้วพรหม ฉมาวงศ์ สุริยจันทร์ นิลุบล คล่องเวสสะ

ภาควิชาภูมิสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Kochamol Kaewprom, Chamawong Suriyachan, Nilubol Klongvessa

Department of Landscape Architecture, Faculty of Architecture, Chulalongkorn University

Kochamol.K@student.chula.ac.th, chamawong.S@chula.ac.th, nilubol.k@chula.ac.th

บทคัดย่อ

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

การวิจัยเริ่มต้นด้วยการทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ซึ่งมีตำแหน่งภูมิสถาปนิก สถาปนิกหรือผู้ออกแบบ ฝ่ายวางแผนโครงการและการตลาด และสำรวจความต้องการส่วนบุคคลโดยใช้แบบสอบถามกับผู้ซื้อและกำลังจะซื้อโครงการ ผลจากแบบสัมภาษณ์พบว่าองค์ประกอบหลักของพื้นที่ส่วนกลาง ได้แก่ ทางเข้าโครงการ สวนส่วนกลาง สโมสร ถนนและทางเท้า ผลจากแบบสอบถามพบว่า ความปลอดภัยของพื้นที่ทางเข้าโครงการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเป็นลำดับแรก โดยที่สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนทั่วไป คนพิการ และผู้สูงอายุ บริเวณสโมสรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเป็นลำดับสุดท้าย ข้อพิจารณาในการออกแบบทางเข้าโครงการ สวนส่วนกลาง สโมสร ถนนและทางเท้า ควรพัฒนาให้เป็นไปตามพฤติกรรมตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ โดยพบว่าผู้ซื้อให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตในโครงการพักอาศัยในด้านความปลอดภัยและความสะดวกในชีวิตประจำวันมากกว่าเรื่องขนาดและตำแหน่งของภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง

คำสำคัญ: การออกแบบภูมิทัศน์ พื้นที่ส่วนกลาง การตัดสินใจซื้อ อิทธิพลต่อการตัดสินใจ โครงการบ้านเดี่ยว

Abstract

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 are 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 results from interview found main landscape features of public areas that are main entrance, park, clubhouse, and streetscape. The results from questionnaires found that safety of the main entrance is among the first priority influence decisions in buying homes. Whereas, facilities for all, including disabled person and elderly, of the clubhouse is among the last priority influence decisions in buying homes. Landscape design consideration of main entrance, park, clubhouse, and streetscape should develop in accordance of behavior of buyers' buying decision. As a result, buyers considerations focus on safety and facility in a daily life more than size and location of landscape design of public areas.

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

บทนำ

“บ้าน” เป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำรงชีวิตและมีราคาสูง ดังนั้น การเลือกและการตัดสินใจซื้อบ้านจึงเป็นเรื่องสำคัญ (มานพ พงศทัต 2560) จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นในยุคเบบี้บูมเมอร์ (พ.ศ. 2489 - 2507) ทำให้ความต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับจำนวนอัตรากาการขยายครัวเรือนในปี พ.ศ. 2553 - 2562 โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ ที่มีโครงการที่พักอาศัยแนวราบเกิดขึ้นหลายโครงการ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2562) และบ้านระดับราคา 5 - 10 ล้านบาท มีสัดส่วนการขายได้มากที่สุด ในเขตกรุงเทพฯ (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ 2562) ผู้ประกอบการด้านอสังหาริมทรัพย์จึงสร้างจุดเด่นที่แตกต่างกันออกไป ที่ผ่านมามีการจัดสรรที่ดินจะดำเนินการภายใต้กรอบประกาศใช้ประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 286 หรือ ปว.286 ซึ่งในช่วงเวลานั้นไม่ได้ให้ความสำคัญพื้นที่ส่วนกลางเท่าที่ควร ต่อมาเมื่อกรมที่ดินผลักดันให้มีการประกาศใช้ พ.ร.บ.การจัดสรรที่ดิน พ.ศ. 2543 เริ่มมีการใช้พื้นที่ส่วนกลางเพื่อการแข่งขันทางการตลาดมากขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้พื้นที่ส่วนกลางเป็นส่วนสำคัญในการขายและการตัดสินใจซื้อ เพราะส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัย (เดชา บุญค้ำและฉันทชัย โรจนะสมิต 2544) พื้นที่ส่วนกลางที่มีในโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยวในปัจจุบันประกอบด้วย 1 ทางเข้าโครงการ 2 สวนส่วนกลาง 3 สโมสร 4 ถนนและทางเท้าภายในโครงการ (เสริชย์ โชติพานิชและวัลยา พัฒนพิระเดช 2559)

การวิจัยนี้จึงต้องการศึกษาว่าการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และเป็นแนวทางการประกอบการตัดสินใจแก่ผู้ประกอบการสำหรับกรวางแผนพัฒนาการออกแบบพื้นที่ภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางของโครงการที่อยู่อาศัยประเภทเดียวกัน

ผู้วิจัยได้เลือกกรณีศึกษาเป็นโครงการเพอร์เฟค เพลส ที่มีระดับราคา 5 - 10 ล้านบาท ของบริษัท พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค ที่ดำเนินธุรกิจพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์โครงการที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮ้าส์ และคอนโดมิเนียมเพื่อขายเป็นหลัก มีการเปิดตัวโครงการใหม่อย่างต่อเนื่องที่กระจายอยู่ในเขตกรุงเทพฯ เป็นบริษัทที่ให้ความสำคัญกับการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางเพื่อคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัย ภายใต้แนวคิด “HAPPY LIVING” การเพิ่มความร่มรื่นภายในโครงการด้วยต้นไม้ ทะเลสาบ และการจัดสวนภายในโครงการเพื่อสร้างบรรยากาศธรรมชาติ การจัดให้มีสโมสรส่วนกลางและบริการต่าง ๆ เนื่องจากเป้าหมายงานวิจัยนี้เน้นเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้ที่ซื้อและกำลังจะซื้อ ซึ่งได้รับความร่วมมือจากบริษัท พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค โดยให้เก็บข้อมูลในส่วนนี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อระบุลักษณะความต้องการส่วนบุคคลที่สัมพันธ์ต่อการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางโครงการบ้านเดี่ยว ระดับราคา 5 - 10 ล้านบาท
2. เพื่อเสนอแนะข้อพิจารณาการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางโครงการบ้านเดี่ยว ระดับราคา 5 - 10 ล้านบาท

ขอบเขตด้านพื้นที่การศึกษา

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

ตาราง 1 กรณีศึกษาโครงการเพอร์เฟค เพลส

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

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พื้นที่ส่วนกลางของโครงการบ้านเดี่ยว

ในเอกสารการจัดการนิติบุคคลหมู่บ้านจัดสรร (เสรีชัย โชติพานิชและวัลยา พัฒนพิระเดช 2559) มีการแบ่งองค์ประกอบพื้นที่ส่วนกลางของโครงการบ้านเดี่ยว ได้แก่

1. ทางเข้าโครงการ

เป็นส่วนสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงความสวยงามเป็นจุดขาย เป็นเอกลักษณ์ของโครงการ ประกอบด้วย ชุมประตูทางเข้ารั้วแสดงขอบเขต ภูมิทัศน์โดยรอบ จะมีทางเข้า - ออก (ไม่เป็นที่ดินตาบอด) มีตำแหน่งอยู่หน้าโครงการ มีการจัดระบบรักษาความปลอดภัยอย่างเป็นระบบและมีมาตรฐานให้ความรู้สึกมั่นใจ (เสรีชัย โชติพานิชและวัลยา พัฒนพิระเดช 2559)

2. สโมสร หรือสิ่งปลูกสร้างที่จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวก

สโมสรเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจซื้อ โดย อาจารย์วสันต์ คงจันทร์ กรรมการเลขานุการ มูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย กล่าวว่า เจ้าของโครงการได้จัดให้มีสโมสรเพื่อบริการผู้ซื้อ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมใช้สอยที่สอดคล้องกันของพื้นที่ภายในและภายนอกอาคาร สำหรับใช้ทำกิจกรรมคนเดียวหรือเป็นกลุ่ม (สมบัติ กาญจนกิจ 2557, 4) ภายในสโมสรอาจจะประกอบไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคที่หลากหลาย เช่น ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ ที่จอดรถ สนามเด็กเล่นในอาคาร

3. สวนส่วนกลาง

สวนส่วนกลางเป็นพื้นที่สำคัญสำหรับการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของผู้ที่อยู่อาศัย สามารถจำกัดความหมายของพื้นที่ส่วนกลางว่า พื้นที่เปิดโล่งที่มีการจัดภูมิทัศน์ให้เกิดความสวยงาม โดยจัดให้เป็นพื้นที่พักผ่อนพบปะสนทนา หรือเดินเล่นเพื่อความสดชื่น (Wittick 1974)

สวนส่วนกลางเป็นสถานที่ที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของคนในโครงการหมู่บ้านจัดสรร (พระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดิน 2543) องค์ประกอบภายในสวนสาธารณะมักประกอบด้วยต้นไม้หลากหลายชนิด ทางเท้า สนามหญ้า สระน้ำ รูปปั้น ที่นั่งพักผ่อน รวมทั้งลานออกกำลังกาย (ณภัทร ณ ลำพูน 2556)

เนื่องจากพื้นที่ส่วนกลางนั้นมีความสำคัญที่สามารถใช้ประโยชน์ได้หลายรูปแบบจึงมีการกำหนดรายละเอียดของพื้นที่ส่วนกลางตามพระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดิน พ.ศ. 2543 ในหมวดสาธารณูปโภคและบริการสาธารณะกำหนดไว้ว่า ผู้จัดสรรจะต้องจัดให้มีพื้นที่สวนสาธารณะร้อยละ 5 ของพื้นที่จัดจำหน่าย และแบ่งสวนส่วนกลางตามลักษณะทางกายภาพได้เป็น 2 ประเภทคือ สวนสาธารณะแบบรวม กับสวนสาธารณะแบบกระจาย ซึ่งสวนส่วนกลางที่ดีต้องมีขนาดรูปร่างที่ชัดเจนไม่กำกวม (เดชา บุญค้ำและณชนชัย โรจนะสมิต 2544)

หลักเกณฑ์การจัดทำแผนผัง โครงการ และวิธีในการจัดสรรที่ดิน ของสำนักส่งเสริมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ กรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย (2550) ข้อ 33 ได้กล่าวว่า ส่วนส่วนกลางต้องมีที่ตั้งขนาดและรูปแบบที่เหมาะสม สะดวกแก่การเข้าใช้ประโยชน์ มีระยะแต่ละด้านไม่ต่ำกว่า 10 เมตร และให้ปลูกไม้ยืนต้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของพื้นที่สวนตามหลักวิชาการของภูมิสถาปัตยกรรม

เอกสารวิชาการเรื่องสวนสาธารณะหมู่บ้านจัดสรรในกรุงเทพมหานคร ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของโครงการที่ดีจะต้องคำนึงถึงพฤติกรรมการใช้ของผู้ใช้งานจริงมิใช่เกิดจากความคิดของสถาปนิกนักวางผังหรือเจ้าของโครงการด้านเดียวโดยทั่วไปเจ้าของโครงการมักมองการจัดสวนสาธารณะว่าเพื่อให้โครงการดูเด่น น่าสนใจ ทั้งที่บางครั้งอาจไม่เหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้ซึ่งบางครั้งผู้อยู่อาศัยเองก็ไม่สามารถรับรู้ได้จากภาพโฆษณาหรือบ้านตัวอย่างจนเมื่อได้ย้ายเข้ามาอยู่อาศัยและได้เข้ามาใช้งานปัญหาต่าง ๆ จึงได้ปรากฏชัดเจน (เดชา บุญคำและฉนวนชัย โรจนะสมิต 2544)

4. ถนนและทางเท้าภายในโครงการ

ถนนและทางเท้าเป็นสิ่งสำคัญสำหรับชีวิตประจำวันของผู้อาศัย ซึ่งจะต้องมีการออกแบบและกำหนดสัดส่วนที่ชัดเจนและเหมาะสมกับโครงการ โดยการออกแบบผัง ถนนและทางเท้าพิจารณาจากองค์ประกอบหลักคือ ถนนมี 2 รูปแบบ 1 การวางผังแบบตาราง (grid) 2 การวางผังแบบปลายตัน (cul - de - sec) จากการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของลักษณะทางกายภาพของการออกแบบผังโครงการ ที่มีผลต่อความสำคัญของผู้อยู่อาศัย โดยได้ข้อสรุปว่า ผู้อยู่อาศัยแบบถนนปลายตันรู้จักเพื่อนบ้าน สามารถจดจำเพื่อนบ้าน มีระดับความสนิทสนม มีการร่วมมือระหว่างผู้อยู่อาศัย มีระดับความถี่ในการออกไปเดินเล่น และการใช้สถานที่ของเด็กภายในโครงการก็มีมากกว่าถนนแบบตาราง (ไอริณ ภาณุวัฒน์วินิชย์ 2557)

นอกจากนี้เรื่องของความกว้างและทางเท้าควรจะมี ความกว้างอย่างน้อย 1.50 เมตร หรืออาจจะมีความกว้างมากขึ้นหากบริเวณดังกล่าวมีกิจกรรมอื่นร่วมด้วย เช่น การวิ่ง เดิน หรือ การปั่นจักรยาน เป็นต้น และความสูงของทางเท้าควรมีความสูงจากพื้นถนน 12 - 15 ซม. เพื่อความปลอดภัยของผู้ใช้ทางเท้า โดยการออกแบบบริเวณทางเท้าอาจจะมีการปรับภูมิทัศน์ เช่น ต้นไม้ ม้านั่ง ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่จะช่วยให้บริเวณทางเท้ามีความร่มรื่น น่าดึงดูดใจ เพิ่มชีวิตชีวาให้แก่ถนน (จรัสทิพย์ บุญญานันต์ 2554)

แนวคิดการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางของโครงการบ้านเดี่ยว

ในเอกสารมาตรฐานในการประกอบวิชาชีพภูมิสถาปัตยกรรม (2553) ได้ให้ความหมายของ งานออกแบบว่าเป็นการให้คำปรึกษา การกำหนดรายละเอียดโครงการ การศึกษาข้อมูล การวางแผนการกำหนดขอบเขตของงาน กำหนดแนวคิดในการออกแบบ การกำหนดตำแหน่งที่ตั้ง ขนาด รูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอย และลักษณะทางกายภาพของการออกแบบ รวมทั้งองค์ประกอบภูมิทัศน์ และวางแผนทางการพัฒนาระบบสาธารณูปโภค ซึ่งมีขอบเขตงานออกแบบ ดังนี้

1. งานออกแบบพื้นที่ส่วนกลางของโครงการบ้านเดี่ยว ได้แก่ งานออกแบบสิ่งปลูกสร้าง เช่น ซุ้มทางเข้าโครงการ ศาลาพักผ่อน สโมสร สะพาน รั้วและประตูรั้ว สระน้ำหรือทะเลสาบ น้ำพุ น้ำตก (ไม่รวมงานออกแบบรายละเอียดวิศวกรรม) งานออกแบบองค์ประกอบภูมิทัศน์ กำหนดตำแหน่ง รูปแบบของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ม้านั่ง เครื่องเล่น ประติมากรรม และแนวความคิดของประดับสวน ป้ายต่าง ๆ ฯลฯ ทางสัญจร เช่น ถนนและทางเท้าภายในโครงการ เกาะกลางถนน ลาน และที่จอดรถ ฯลฯ
2. งานออกแบบพรรณไม้ หรือออกแบบต้นไม้ กำหนดตำแหน่ง ชนิด ขนาด คุณสมบัติของวัสดุพืชพันธุ์ และรายละเอียดการปลูก

เอกสารวิชาการเรื่องสวนสาธารณะหมู่บ้านจัดสรรในกรุงเทพมหานคร ได้กล่าวถึงความรู้สึกในด้านของความสวยงามประกอบด้วยการออกแบบองค์ประกอบที่มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความเหมาะสมในด้านของสัดส่วน มีขนาดเหมาะกับการใช้งาน ออกแบบและดูแลให้สภาพโดยรวมมีความสะอาดเรียบร้อยเขียวขจี และต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างขนาดพื้นที่ลักษณะของกิจกรรมและจำนวนผู้ใช้งานควบคู่กัน (เดชา บุญค้ำและฉันทชัย โรจนะสมิต 2544)

การออกแบบพื้นที่ส่วนกลางมีความสำคัญต่อลักษณะทางกายภาพโดยการออกแบบพื้นที่ต่าง ๆ ในโครงการ หากได้รับการจัดวางอย่างถูกต้องจะทำให้เกิดประสิทธิภาพให้กับพื้นที่ มีความสัมพันธ์กันของพื้นที่ มีประสิทธิภาพในการติดต่อเชื่อมโยง การใช้สอยระหว่างพื้นที่ที่มีความปลอดภัยมากขึ้นจากการใช้พื้นที่ ที่เกิดความกลมกลืนและสามารถสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีมีความสวยงามน่าประทับใจ (วารินทร์ กุลินทรประเสริฐและกมลคุณธ์ โตชัยวัฒน์ 2559)

กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค 5 ขั้นตอน ‘The five stage model in consumer behaviour’ ของ Kotler (2012) ดังภาพ 1



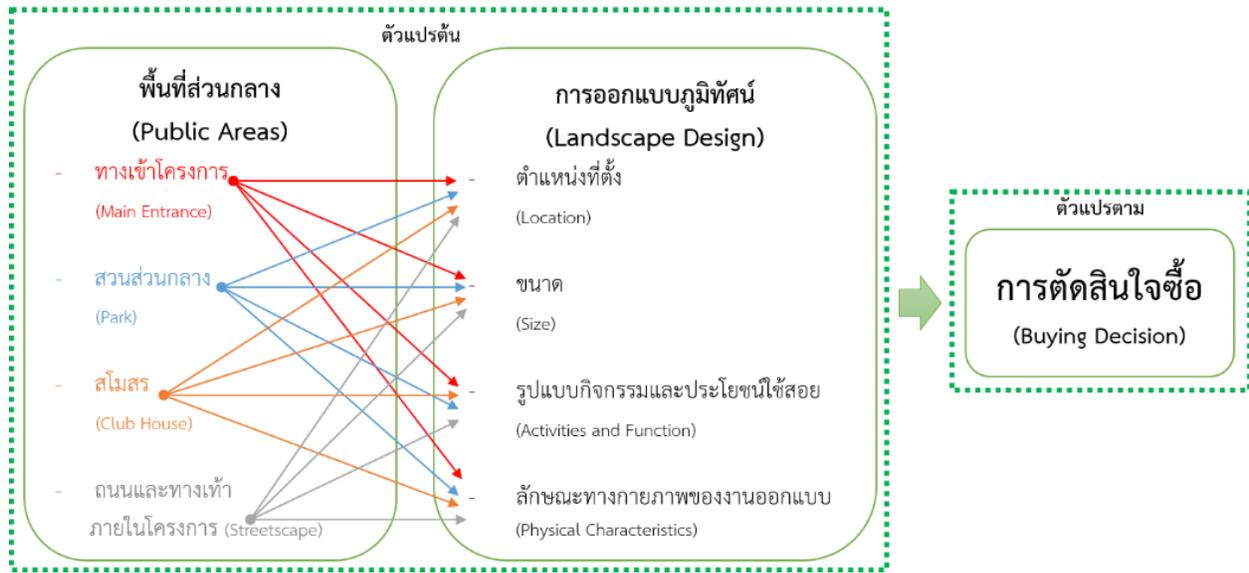
ภาพ 1 กระบวนการตัดสินใจซื้อ

พฤติกรรมผู้ซื้อ จะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค 5 ขั้นตอน ดังที่แสดงในภาพ 2 โดยกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับความนึกคิด ความรู้สึก การแสดงออก ในการดำรงชีวิตของมนุษย์แต่ละคน ซึ่งไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน ทั้งนี้เพราะแต่ละคนมีทัศนคติ สิ่งจูงใจ ประสบการณ์ การรับรู้หรือสิ่งกระตุ้นทั้งภายในและภายนอก ต่างกัน ปัจจัยดังกล่าวจะส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิดที่นำไปสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อ โดยการนำรูปแบบพฤติกรรมของการตัดสินใจของผู้ซื้อว่ามีเหตุผลอย่างไรถึงตัดสินใจเลือก ดังนั้น การศึกษาในเรื่องของพฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้ซื้อ จึงทำให้ทราบถึงความต้องการของผู้ซื้อส่วนใหญ่และนำความต้องการต่าง ๆ เหล่านั้นมาประกอบเป็นแนวทางการออกแบบ

ธนัท ตรีคุณประภา (2557) อธิบายเรื่องปัจจัยที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้ซื้อโครงการบ้านเดี่ยวมากที่สุด ประกอบไปด้วย การศึกษาในเรื่องความต้องการของผู้อยู่อาศัยต่อพื้นที่ส่วนกลาง การมีส่วนร่วมและริเริ่มการพัฒนาพื้นที่ส่วนกลาง ขนาดและความสวยงามของการออกแบบพื้นที่ส่วนกลาง

กรอบแนวคิด

ผู้วิจัยได้แบ่งตัวแปรต้นออกเป็นสองส่วน ได้แก่ ส่วนที่หนึ่งพื้นที่ส่วนกลางซึ่งมีทั้งหมด 4 ด้าน และส่วนที่สองการออกแบบภูมิทัศน์ โดยกำหนดให้พื้นที่ส่วนกลางทั้ง 4 ด้าน มีช้อย่อยเรื่องการออกแบบภูมิทัศน์เพื่อให้ทราบถึงเรื่องการออกแบบในด้านต่าง ๆ และนำรายละเอียดมาวิเคราะห์ เพื่อให้ทราบถึงตัวแปรตามที่กล่าวถึงเรื่องการตัดสินใจซื้อ ดังภาพ 2



ภาพ 2 กรอบแนวคิดงานวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย



ภาพ 3 ผังการดำเนินงานวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัยมีผังดำเนินงานวิจัยที่จะศึกษา มีวิธีเก็บข้อมูลของประชากรกลุ่มตัวอย่าง และเครื่องมือในการวิเคราะห์ โดยเรียงตามวัตถุประสงค์ ดังภาพ 3

1. ทบทวนวรรณกรรมโดยศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
2. ศึกษาข้อมูลจากประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- 2.1 ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามขอบเขตด้านพื้นที่ กำหนดกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจงตำแหน่งงานของเจ้าหน้าที่กลุ่มผู้ประกอบการ ซึ่งมีตำแหน่งภูมิสถาปนิก สถาปนิกหรือผู้ออกแบบ ฝ่ายวางแผนโครงการและการตลาด สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อนำข้อมูลมา วิเคราะห์และกำหนดแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บต่อไป
- 2.2 ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้ที่ซื้อและกำลังจะซื้อโครงการเพอร์เฟค เพลส ในเขตกรุงเทพฯ จากข้อมูลยอดขาย ณ เดือน พฤศจิกายน 2560 ของบริษัท พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค ได้เป็นจำนวน 931 คน และใช้วิธีคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร่ ยามานะ (Yamane 1967, 887) ที่ช่วงความเชื่อมั่น 95% กำหนดความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05 ได้เป็นจำนวน 350 ตัวอย่าง สำหรับข้อมูลเชิงปริมาณ
- 2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย
- แบบสัมภาษณ์ ใช้กับผู้ประกอบการ ภูมิสถาปนิก สถาปนิกหรือผู้ออกแบบ ฝ่ายวางแผนโครงการและการตลาด เป็นคำถามเกี่ยวกับประเด็นในด้านแนวคิดและการให้ความสำคัญเรื่องการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง โครงการบ้านเดี่ยว ราคา 5 - 10 ล้านบาท ในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาแนวโน้มการพัฒนาการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง
 - แบบสอบถาม สอบถามจากผู้ซื้อและผู้กำลังจะซื้อโครงการ
- 2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัย
- งานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนต่าง ๆ ดังนี้
- สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้บรรยายสรุปคุณลักษณะของข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
 - สถิติเชิงอนุมาน หรือสถิติอ้างอิง ซึ่งเป็นสถิติที่อธิบายคุณลักษณะตัวแปรของกลุ่มประชากรเป้าหมาย ผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ และทำการทดสอบวิเคราะห์ข้อมูลตามคำถามงานวิจัย เพื่อวิเคราะห์เรื่องการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพฯ กรณีศึกษา โครงการเพอร์เฟค เพลส
 - สังเคราะห์ข้อมูล โดยนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดมาสังเคราะห์กับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสรุปให้เกิดประโยชน์กับงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่เกี่ยวข้องเรื่องการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกันต่อไป

ผลการศึกษา

1. การสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ ภูมิสถาปนิก สถาปนิกหรือผู้ออกแบบ ฝ่ายวางแผนโครงการและการตลาด ให้ความสำคัญเรื่องของแนวคิดและการให้ความสำคัญเรื่องการออกแบบพื้นที่ส่วนกลาง ได้ประเด็นสำคัญสำหรับการออกแบบ ดังนี้
 - 1.1 **ทางเข้าโครงการ** ตำแหน่งที่ตั้งจะต้องมีลักษณะมีการสัญจรสะดวก เข้าถึงง่าย พื้นที่ขนาดโอโถง ในลักษณะของกิจกรรมมีความปลอดภัย และการออกแบบ มีจุดสังเกตง่าย

- 1.2 **ส่วนกลาง** ให้ความสำคัญเรื่องตำแหน่งที่ตั้งเข้าถึงง่าย มีความสะดวกสบาย ขนาดพื้นที่ ต้องดูดี กว้างขวาง ร่มรื่น เรื่องของรูปแบบกิจกรรม ทุกเพศทุกวัยสามารถเข้าถึงกิจกรรมได้ง่าย สามารถดำเนินกิจกรรมได้หลากหลาย โดยความสำคัญเรื่องของการออกแบบ ต้องคำนึงถึงความร่มรื่น
- 1.3 **สโมสร** ให้ความสำคัญเรื่องที่ตั้งของสโมสรโดยต้องการให้อยู่ใกล้สวน พื้นที่มีขนาดปลอดโปร่ง มีขนาดพอเหมาะกับจำนวนลูกบ้านในโครงการ ให้สโมสรมีขนาดที่สมาชิกเข้าใช้งานได้อย่างไม่แออัดเกินไป ซึ่งการใช้งานนั้นจะต้องสามารถเข้าใช้งานได้ทุกเพศทุกวัย เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับลูกบ้าน นอกจากนั้นยังต้องการอุปกรณ์ที่ครบครัน ให้บริการที่มีคุณภาพ
- 1.4 **ถนนและทางเท้าภายในโครงการ** ต้องมีขนาดพื้นที่เพียงพอต่อการใช้งานของลูกบ้าน ซึ่งนอกจากเป็นทางเดินแล้วยังสามารถวิ่งออกกำลังกายได้ การออกแบบจะต้องมีความเหมาะสม วัสดุที่ใช้มีความเหมาะสมปลอดภัยได้มาตรฐาน
- 1.5 **แนวโน้มและแนวคิดของการพัฒนาการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลาง** มีความเห็นในเรื่องพื้นที่ส่วนกลางของโครงการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ และควรจะพัฒนาพื้นที่ส่วนกลางที่มีความยั่งยืน ทั้งการออกแบบ การใช้งานพืชพันธุ์ การใช้งานของผู้อยู่อาศัย แม้ว่าเวลาผ่านไปนาน การออกแบบก็ยังสวยเข้ากับยุคสมัย และยังมีกรดูแลรักษาง่าย มีรูปแบบทันสมัยของความเป็นปัจเจกบุคคล

2. ข้อมูลจากแบบสอบถามซื้อและกำลังจะซื้อ ในการทำวิจัยนี้มีการกำหนดจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามรวมทั้งสิ้น 350 คน ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิจัยออกเป็นสองส่วนตามกรอบแนวคิดงานวิจัย โดยมีผลการศึกษาทั้งสองส่วนรายละเอียดดังนี้

2.1 ภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

ตาราง 2 ภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับ
ทางเข้าโครงการ	141	40.3	1
ถนนและทางเท้าภายในโครงการ	114	32.6	2
สวนส่วนกลาง	79	22.6	3
สโมสร	18	5.1	4
รวม	350	100.0	

จากตาราง 2 ภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่ผู้ซื้อและผู้กำลังจะซื้อโครงการให้ความสำคัญมากที่สุดเป็นอันดับแรก คือทางเข้าโครงการ ร้อยละ 40.3 รองลงมาให้ความสำคัญเรื่องถนนและทางเท้าภายในโครงการ ร้อยละ 32.6 เรื่องสวนส่วนกลาง ร้อยละ 22.6 และเรื่องสโมสร ร้อยละ 5.1 เป็นอันดับที่สี่ท้าย

2.2 การออกแบบภูมิทัศน์ทางเข้าโครงการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

จากตาราง 3 พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นในระดับ “มาก” มีเพียง 4 ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นในระดับ “มากที่สุด” คือ รูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอยของทางเข้าโครงการต้องมีความปลอดภัย มีความสะดวกในการเข้าถึง ทางเข้าออกที่ชัดเจน ลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบด้านภูมิทัศน์ต้องมีบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่ดี วัสดุที่ใช้ทนทานมีคุณภาพดี

ตาราง 3 การออกแบบภูมิทัศน์ทางเข้าโครงการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

การออกแบบภูมิทัศน์ทางเข้าโครงการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	ค่าเฉลี่ย	ส่วน	แปลค่า	ลำดับ
1. ทางเข้าโครงการ				
การวางตำแหน่งที่ตั้ง				
ทางเข้าด้านหน้าโครงการติดถนนสายหลัก	4.49	0.64	มากที่สุด	4
ขนาด				
ซุ้มทางเข้าโครงการมีขนาดใหญ่	3.77	0.82	มาก	10
รูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอย				
ความปลอดภัย	4.71	0.61	มากที่สุด	1
ความสะดวกในการเข้าถึง / ทางเข้า - ออกที่ชัดเจน	4.52	0.67	มากที่สุด	3
ป้องกันแดดฝนได้	3.81	0.92	มาก	9
ลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบด้านภูมิทัศน์				
บรรยากาศและสภาพแวดล้อม	4.58	0.51	มากที่สุด	2
วัสดุที่ใช้ทนทาน คุณภาพดี	4.30	0.73	มากที่สุด	5
การใช้พืชพันธุ์/พรรณไม้ ที่เหมาะสม	4.15	0.77	มาก	6
แนวความคิด สไตลในการออกแบบ	3.93	0.93	มาก	7
การสร้างจุดเด่น / จุดจำง่าย	3.86	0.78	มาก	8
โทนสี	3.67	0.80	มาก	11
หรรษาและทันสมัย	3.64	0.86	มาก	12
ประติมากรรมตกแต่งหรืองานศิลปะ	3.43	0.60	มาก	13

2.3 การออกแบบภูมิทัศน์ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

ตาราง 4 การออกแบบภูมิทัศน์ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

การออกแบบภูมิทัศน์ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	ค่าเฉลี่ย	ส่วน	แปลค่า	ลำดับ
2. ส่วนกลาง				
การวางตำแหน่งที่ตั้ง				
ติดกับสโมสร	3.41	0.60	มาก	15
ที่ตั้งสวนแบบรวมบริเวณจุดเดียวของโครงการ	3.33	0.76	ปานกลาง	16
ที่ตั้งอยู่กึ่งกลางโครงการ	3.31	0.97	ปานกลาง	17
ที่ตั้งสวนแบบกระจายไปตามพื้นที่ต่าง ๆ	3.25	1.00	ปานกลาง	19
ที่ตั้งอยู่ด้านหน้าโครงการ	3.13	1.18	ปานกลาง	21
ติดกับซุ้มทางเข้าโครงการ	3.05	0.66	ปานกลาง	22
ขนาด				
พื้นที่สวนมีขนาดใหญ่	4.18	0.89	มาก	6
รูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอย				
ทางเดินและลู่วิ่งแยกจากกัน	4.50	0.70	มากที่สุด	1
การเข้าถึง/ความสะดวกในการใช้งาน	4.26	0.77	มากที่สุด	3
ใกล้ชิดธรรมชาติอย่างแท้จริง	4.17	0.64	มาก	7
สิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย	3.84	0.74	มาก	11
ความยืดหยุ่นของพื้นที่	3.27	0.94	ปานกลาง	18
ลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบด้านภูมิทัศน์				
บรรยากาศ ทัศนียภาพ และสภาพแวดล้อม มีความร่มรื่นของไม้ยืนต้น	4.28	0.75	มากที่สุด	2
แนวความคิด สไตลในการออกแบบ	4.21	0.95	มากที่สุด	4
วัสดุที่ใช้ทนทาน คุณภาพดี	4.21	0.93	มากที่สุด	5
การใช้พืชพันธุ์/พรรณไม้ ที่เหมาะสม	4.11	0.70	มาก	8
สระน้ำ หรือทะเลสาบ	3.96	0.75	มาก	9
สวนรูปวงรี หรือรูปทรงอิสระ	3.85	0.81	มาก	10
สวนรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า	3.79	0.82	มาก	13
การสร้างจุดเด่น / ดึงดูดให้เข้ามาใช้งาน	3.79	0.83	มาก	12
ประติมากรรมตกแต่งหรืองานศิลปะ	3.62	0.72	มาก	14
พื้นที่รองรับการใช้งานของกลุ่มผู้ใช้งานอย่างเพียงพอ	3.15	0.86	ปานกลาง	20

จากตาราง 4 พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นในระดับ "มาก" 10 ปัจจัย และ "ปานกลาง" 7 ปัจจัย มีเพียงห้าปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นในระดับ "มากที่สุด" คือ รูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอยของสวน ส่วนกลางควรแยกทางเดินและลู่วิ่งออกจากกัน มีการเข้าถึงและมีความสะดวกในการใช้งาน ลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบด้านภูมิทัศน์มีบรรยากาศที่ศึนียภาพและสภาพแวดล้อมมีความร่มรื่นของไม้ยืนต้น ควรมีแนวความคิดและสไตล์การออกแบบที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ซื้อ วัสดุที่ใช้ออกแบบและตกแต่งควรใช้วัสดุที่ทนทานและคุณภาพดี

2.4 การออกแบบภูมิทัศน์สีเขียวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

ตาราง 5 การออกแบบภูมิทัศน์สีเขียวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

การออกแบบภูมิทัศน์สีเขียวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	ค่าเฉลี่ย	ส่วน	แปลค่า	ลำดับ
3. สีเขียว				
การวางตำแหน่งที่ตั้ง				
ที่ตั้งอยู่กึ่งกลางโครงการ	3.31	0.73	ปานกลาง	12
ที่ตั้งอยู่ด้านหน้าโครงการ	3.07	0.76	ปานกลาง	13
ขนาด				
ขนาดใหญ่ โอโถง	3.55	0.89	มาก	11
รูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอย				
สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคน ทั่วไป / คนพิการและผู้สูงอายุ	4.45	0.59	มากที่สุด	1
ความปลอดภัย	4.42	0.71	มากที่สุด	2
สิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคที่หลากหลาย	4.27	0.77	มากที่สุด	3
การเข้าถึง/ความสะดวกในการใช้งาน	4.26	0.57	มากที่สุด	4
กิจกรรมและประโยชน์การใช้สอยที่สอดคล้องกันของพื้นที่ภายนอกและภายในอาคาร	4.18	0.74	มาก	6
ลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบด้านภูมิทัศน์				
วัสดุที่ใช้ทนทาน คุณภาพดี	4.25	0.67	มากที่สุด	5
การสร้างจุดเด่น / ดึงดูดให้เข้ามาใช้งาน	3.97	0.61	มาก	7
หรัหราและทันสมัย	3.85	0.87	มาก	8
แนวความคิด สไตล์ในการออกแบบ	3.83	0.86	มาก	9
โทนสี	3.78	0.89	มาก	10

จากตาราง 5 พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นในระดับ "มาก" 6 ปัจจัย และ "ปานกลาง" 2 ปัจจัย มี 5 ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นในระดับ "มากที่สุด" คือรูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอยมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนทั่วไปคนพิการและผู้สูงอายุ เรื่องความปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคที่หลากหลาย มีการเข้าถึงที่สะดวกและง่ายต่อการใช้งาน ลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบด้านภูมิทัศน์วัสดุที่ใช้ทนทานและมีคุณภาพดี

2.5 การออกแบบภูมิทัศน์ถนนและทางเท้าภายในโครงการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

ตาราง 6 การออกแบบภูมิทัศน์ถนนและทางเท้าภายในโครงการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

การออกแบบภูมิทัศน์สีเขียวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	ค่าเฉลี่ย	ส่วน	แปลค่า	ลำดับ
4. ถนนและทางเท้าภายในโครงการ				
ขนาด				
ถนนและทางเท้าภายในโครงการ มีขนาดกว้าง	4.37	0.69	มากที่สุด	2
รูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอย				
มีเกาะกลางถนน	3.85	1.10	มาก	4
ลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบด้านภูมิทัศน์				
ถนนและทางเท้าภายในโครงการมีความร่มรื่น	4.47	0.61	มากที่สุด	1
การใช้พืชพันธุ์/พรรณไม้ ที่เหมาะสม	4.37	0.54	มากที่สุด	3

จากตาราง 6 พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นในระดับ "มากที่สุด" 3 ปัจจัย คือ ลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบด้านภูมิทัศน์ถนนและทางเท้าภายในโครงการควรมีความร่มรื่น การใช้พรรณไม้ที่เหมาะสม ขนาดของถนนและทางเท้าควรมีขนาดกว้างขวาง และแสดงความคิดเห็นในระดับ "มาก" มีเพียงหนึ่งปัจจัยคือรูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอยที่มีเกาะกลางถนน

อภิปรายผล และสรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องการออกแบบภูมิทัศน์พื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพฯ กรณีศึกษาโครงการเพอร์เฟค เฟลส ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากระบุว่าพื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือ ทางเข้าโครงการ รองลงมา ได้แก่ ถนนและทางเท้า ส่วนกลาง และสโมสร ตามลำดับ
2. ข้อเสนอแนะสำหรับข้อพิจารณาการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางแต่ละประเภทตามพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้ซื้อพบว่า:

ทางเข้าโครงการ – ความปลอดภัย เป็นเรื่องที่สำคัญมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ บรรยากาศและสภาพแวดล้อม ความสะดวกในการเข้าถึงมีทางเข้าออกที่ชัดเจน ทางเข้าด้านหน้าโครงการติดถนนสายหลัก วัสดุที่ใช้ในงานออกแบบทนทานและมีคุณภาพดี ตามลำดับ

ถนนและทางเท้า – ถนนและทางเท้าภายในโครงการควรมีขนาดใหญ่ เป็นเรื่องที่สำคัญมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การปลูกต้นไม้และจัดสวนสร้างความร่มรื่น การใช้พรรณไม้ที่เหมาะสมร่มรื่นดึงดูดใจเพิ่มชีวิตชีวาให้แก่ถนน ตามลำดับ

สวนส่วนกลาง – กฎหมายกำหนดเรื่องขนาดและที่ตั้งสวนส่วนกลางเป็นเงื่อนไขสำคัญของการออกแบบ แต่พบว่าผู้ซื้อไม่ได้ให้ความสำคัญที่สุดในเรื่องนี้ ปัจจัยที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ควรแยกให้ทางเดินและลู่วิ่งแยกจากกัน รองลงมา ได้แก่ บรรยากาศรอบบ่อน้ำมีความร่มรื่นของไม้ยืนต้น การเข้าถึงสะดวกในการใช้งาน แนวความคิดและสไตล์การออกแบบที่ดี ใช้วัสดุที่ทนทานและมีคุณภาพดี ตามลำดับ

สโมสร – ควรออกแบบให้มีความปลอดภัย เป็นเรื่องที่สำคัญมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนทั่วไปคนพิการและผู้สูงอายุ การเข้าถึงที่ง่ายและมีความสะดวกในการใช้งาน วัสดุที่ใช้ทนทานและมีคุณภาพดี ตามลำดับ

3. จากวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมายหรือกลยุทธ์ และความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ภูมิสถาปนิก สถาปนิกหรือผู้ออกแบบฝ่ายวางแผนโครงการและการตลาด ได้ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมภายในโครงการ แต่การศึกษานี้พบว่าประเด็นที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญมากที่สุดเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบกิจกรรมและประโยชน์ใช้สอย ได้แก่ ความปลอดภัยและความสะดวก โดยเฉพาะความสะดวกในการสัญจรทั้งการเข้า - ออกโครงการ และการสัญจรภายในโครงการ ส่วนเรื่องลักษณะทางกายภาพและบรรยากาศกลับเป็นประเด็นที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญลำดับรองลงมา

งานวิจัยนี้ใช้โครงการเพอร์เฟค เฟลสเป็นกรณีศึกษา ด้วยสมมุติฐานว่าผู้ซื้อในโครงการดังกล่าวจะสามารถเป็นตัวแทนผู้ซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในระดับราคาเดียวกันได้ เนื่องจากทฤษฎีการตัดสินใจซื้อระบุว่า ผู้ซื้อย่อมจะต้องสำรวจผลิตภัณฑ์มาจากหลายแหล่งแล้วจึงจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น เงื่อนไขในการตัดสินใจซื้อจึงมาจากประสบการณ์ในการสำรวจผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายในตลาด โครงการเพอร์เฟค เฟลสเหมาะสมจะใช้เป็นกรณีศึกษาเนื่องจากมีหลายโครงการกระจายตัวทั่วไปในกรุงเทพฯ และมีจำนวนผู้ซื้อที่มากพอที่จะได้ผลสำรวจที่เชื่อถือได้ อย่างไรก็ตามหากมีงานวิจัยที่ใช้กรณีศึกษาในกลุ่มอื่น ๆ ด้วยจะเป็นการยืนยันผลการวิจัยนี้ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- “ข้อกำหนดเกี่ยวกับการจัดสรรที่ดินเพื่อที่อยู่อาศัยและพาณิชย์กรรมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2550.” *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 124 ตอนพิเศษ 21 ง หน้า 13. (2550, 23 กุมภาพันธ์).
- จรัสพิมพ์ บุญญานันต์. “การออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมชุมชนที่นำอยู่อาศัยและสถานที่พักผ่อนหย่อนใจในชุมชน: เอกสารการสอนวิชาการออกแบบภูมิสถาปัตยกรรม 2 (E-Learning) มหาวิทยาลัยแม่โจ้.” สืบค้น 20 พฤศจิกายน 2562. <http://coursewares.mju.ac.th:81/e-learning47/section2/la332/index2.htm>.
- ณภัทร ณ ลำพูน. “ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบสวนสาธารณะของหมู่บ้านจัดสรรขนาดกลาง ระดับ ราคาปานกลาง ในกรุงเทพมหานคร เขตต่อเมือง (ด้านตะวันออก).” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาภูมิสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2556.
- เดชา บุญค้ำและฉนวนชัย โจรณะสมิต. *สวนสาธารณะหมู่บ้านจัดสรรในกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาเคหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- ธงชัย โจรณกันันท์. *สถาปัตยกรรมผังเมืองการวิเคราะห์รูปทรงและโครงสร้างของเมือง*. กรุงเทพมหานคร: บอรรน ทู ปี พับลิชชิ่ง, 2559.
- ธนทัต ตรีคุณประภา. “กระบวนการกำหนดแนวคิดและออกแบบพื้นที่นันทนาการเพื่อเป็นจุดขายในโครงการหมู่บ้านจัดสรร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2557.
- บริษัท พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค จำกัด(มหาชน). “รายงานการขายประจำไตรมาส บริษัท พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค จำกัด(มหาชน).” สืบค้น 20 พฤศจิกายน 2562. <https://www.pf.co.th/th/home>.
- พระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดิน พ.ศ. ๒๕๔๓. *การบำรุงรักษาสาธารณูปโภคและบริการสาธารณะ มาตรา 14*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2543.
- มานพ พงศทัต. *PRE-TEST/แนวคิดพื้นฐานการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์/Thailand Future Trends 4.0 โครงการอบรมทางวิชาการ กลยุทธ์การบริหารธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ยุค TRUMP-2 รุ่นที่ 58*. กรุงเทพฯ: สมาคมผู้บริหารธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2560.
- วรินทร์ กุลินทรประเสริฐและกองกฤษณ์ โตชัยวัฒน์. *ปัจจัยการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านจัดสรร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. การประชุมวิชาการระดับชาติและระดับนานาชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2559 (RSU National Research Conference 2016), มหาวิทยาลัยรังสิต, ปทุมธานี, 29 เมษายน 2559.
- ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์. “สถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัยกรุงเทพฯ-ปริมณฑล ไตรมาส 2 ปี 2562 และครึ่งแรก ปี 2562.” สืบค้น 20 พฤศจิกายน 2562. <https://www.ghbank.co.th>.
- สมบัติ กาญจนกิจ. *นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2557.
- สมาคมภูมิสถาปนิกแห่งประเทศไทย. “มาตรฐานในการประกอบวิชาชีพภูมิสถาปัตยกรรม งานออกแบบ (มาตรฐานออกแบบ 53.08.19).” สืบค้น 20 พฤศจิกายน 2562. <http://www.tala.or.th/user-files/20160629094734.pdf>.
- เสริชย์ โชติพานิชและวัลยา พัฒนพีระเดช. *การจัดการนิติบุคคลหมู่บ้านจัดสรร*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2559.

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. “**จำนวนการเกิด การตาย การย้ายเข้า และการย้ายออกทะเบียนบ้าน จำแนกตามเพศ ภาค และ จังหวัด ปี พ.ศ. 2553-2562.**” สืบค้น 15 มิถุนายน 2563. <http://www.statbbi.nso.go.th>.
- สำนักส่งเสริมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์. “**หลักเกณฑ์การจัดทำแผนผัง โครงการ และวิธีในการจัดสรรที่ดิน.**” สืบค้น 15 มิถุนายน 2563. <https://www.dol.go.th/estate/Pages/default.aspx>.
- ไอริน ภาณุวัฒน์วินิชย์. “**คุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยที่เกิดจากพื้นที่สีเขียวภายในโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับราคาปานกลาง กรณีศึกษาโครงการเพอร์เฟคเพลสรัตนาธิเบศร์และโครงการเพอร์เฟคเพลสราชพฤกษ์.**” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2557.
- Arens, W .F. *Contemporary Advertising*. 9th ed. New York, NY.: McGraw-Hill, 2004.
- Belch G. E., M. A., Belch *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. 7th ed. Boston, MA.: McGraw-Hill Irwin, 2007.
- Kotler and Keller. *Marketing Management*. 14th ed. Upper Saddle River, NJ.: Pearson Education Limited, 2012.
- Whittick, Arnold. *Encyclopedia of Urban Planning*. New York: McGraw-Hill Book Company, 1974.
- Yamane, Taro. *Statistic: An Introductory Analysis*. New York: Harper & Row, 1967.