

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาเรื่อง "บทบาทของศูนย์นันทนาการในการพัฒนาโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับรายได้ปานกลาง" ได้ผลการวิเคราะห์จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างทั้ง 5 ประเภทคือ ผู้ประกอบการ และ ผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับรายได้ปานกลางทั้งที่มีศูนย์นันทนาการ และไม่มีศูนย์นันทนาการ รวมทั้งผู้คิดจะซื้อบ้านระดับราคาปานกลางในปัจจุบัน ซึ่งแสดงทัศนคติต่อศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านอย่างเป็นขั้นตอน ตั้งแต่การรับรู้ความสำคัญของศูนย์นันทนาการ (Perception) ที่ส่งผลต่อการเป็นสิ่งจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน (Stimulus) และมีผลอย่างไรต่อการตัดสินใจซื้อ (Decision Making) ทั้งทางด้านการเป็นกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy) และการตัดสินใจซื้อบ้าน (Purchase Decision) จากนั้นเป็นขั้นตอนหลังการตัดสินใจซื้อบ้านแล้ว (Postdecision) ในเรื่องการตอบสนองการใช้ประโยชน์ในศูนย์นันทนาการ , ประเด็นปัญหาและแนวทางแก้ไขด้านต่างๆของศูนย์นันทนาการ , รวมถึงทัศนคติความต้องการให้เป็นไปของศูนย์นันทนาการในอนาคต อันแสดงรายละเอียดและอธิบายได้ดังนี้

4.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจะจำแนกออกตามรูปแบบของกลุ่มตัวอย่าง อันประกอบไปด้วย กลุ่มผู้คิดจะซื้อบ้าน กลุ่มผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่มีและไม่มีศูนย์นันทนาการ กลุ่มผู้ประกอบการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่มีและไม่มีศูนย์นันทนาการ และรายละเอียดของโครงการที่สำรวจ โดยมีการนำเสนอข้อมูลดังนี้

4.1.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มผู้บริโภค ได้แก่ ผู้คิดจะซื้อบ้าน ผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านทั้งแบบมีศูนย์นันทนาการ และไม่มีศูนย์นันทนาการ

4.1.1.1 เพศ

ในการสำรวจเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ได้สำรวจกลุ่มตัวอย่างของเพศในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันคือ กลุ่มผู้บริโภคเพศชายโดยเฉลี่ย 45.7% เพศหญิง 54.3% ทั้งนี้มีคนระดับรายได้ปานกลางที่คิดจะซื้อบ้านมีสัดส่วนระหว่างเพศชายเป็น 47% และเพศหญิง 53% ของผู้ต้องการซื้อทั้งหมด

สำหรับผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการ ก็พบว่ามีสัดส่วนของเพศชาย หญิง ใกล้เคียงกันเช่นเดียวกับสัดส่วนของผู้คิดจะซื้อบ้าน โดยสัดส่วนของเพศหญิงจะมากกว่าเล็กน้อย คือ เพศชาย 44% เพศหญิง 56% และ สำหรับผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ มีสัดส่วนระหว่างเพศชายเป็น 46% และเพศหญิง 54% ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มผู้บริโภคระดับรายได้ปานกลางที่มีสัดส่วนของเพศชายและหญิงที่ใกล้เคียงกัน

ตาราง 4.1 เพศของกลุ่มตัวอย่างประเภท ผู้อยู่อาศัยและผู้คิดจะซื้อบ้าน

| เพศ | | กลุ่มตัวอย่าง | | | รวม |
|------|-------|------------------|------------------------|---------------------------|------|
| | | ผู้คิดจะซื้อบ้าน | ผู้อยู่อาศัย - มีศูนย์ | ผู้อยู่อาศัย - ไม่มีศูนย์ | |
| ชาย | จำนวน | 47 | 44 | 46 | 137 |
| | % | 15.7 | 14.7 | 15.3 | 45.7 |
| หญิง | จำนวน | 53 | 56 | 54 | 163 |
| | % | 17.7 | 18.7 | 18.0 | 54.3 |
| รวม | จำนวน | 100 | 100 | 100 | 300 |
| | % | 33.3 | 33.3 | 33.3 | 100 |

4.1.1.2 อายุ

ระดับอายุของกลุ่มผู้บริโภคระดับรายได้ปานกลางอยู่ในกลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปีมากที่สุด โดยคิดเป็น 43% ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคทั้งหมด รองลงมาคือกลุ่มผู้บริโภคในช่วงอายุ 30-39 ปี หรือคิดเป็น 39.3% และกลุ่มผู้มีอายุระหว่าง 40-49 ปีตามลำดับ

แต่เมื่อพิจารณาถึงประเภทกลุ่มตัวอย่างแล้วพบว่า กลุ่มคนระดับรายได้ปานกลางที่ต้องการอยู่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรร หรือคิดจะซื้อบ้านอยู่ในช่วงอายุไม่เกิน 30 ปีมากที่สุด คิดเป็น 65% ของผู้คิดจะซื้อบ้าน เช่นเดียวกับกลุ่มผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ หรือซื้อบ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ ที่อยู่ในช่วงอายุนี้มากที่สุด โดยคิดเป็น 41% ของผู้อยู่อาศัยในโครงการประเภทนี้ทั้งหมด ส่วนผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่มีศูนย์นันทนาการจะอยู่ในช่วงอายุ 30-31 ปี มากที่สุด คือ 48% ของผู้อยู่อาศัยประเภทนี้ ซึ่งอาจแสดงให้เห็นว่า หมู่บ้านในโครงการประเภทไม่มีศูนย์นันทนาการ จะมีผู้ที่อยู่ในช่วงอายุไม่เกิน 30 ปี เป็นเจ้าของได้ง่ายกว่าในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการ และในช่วงอายุนี้เป็นช่วงอายุที่มีความต้องการเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยมากที่สุด

ส่วนในช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป ไม่ค่อยมีผู้คิดจะซื้อบ้านแล้ว เนื่องจากกลุ่มคนระดับรายได้ปานกลางตั้งแต่อายุ 40 ปีขึ้นไป มีที่อยู่อาศัยเป็นหลักแล้วเป็นส่วนใหญ่ และมีข้อสังเกตว่า ผู้สูงอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไปมีสัดส่วนการอยู่อาศัยต่ำมาก โดยเฉพาะในวัยปลดเกษียณแล้ว มีเพียง 1% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ซึ่งอาจแสดงให้เห็นว่า การเป็นเจ้าของบ้านของกลุ่มผู้สูงอายุในกลุ่มหมู่บ้านระดับรายได้ปานกลางมีต่ำมาก

ตาราง 4.2 อายุของกลุ่มตัวอย่างประเภท ผู้อาศัย และผู้คิดจะซื้อบ้าน

| อายุ | | กลุ่มตัวอย่าง | | | รวม |
|---------------|-------|------------------|------------------------|---------------------------|------|
| | | ผู้คิดจะซื้อบ้าน | ผู้อยู่อาศัย - มีศูนย์ | ผู้อยู่อาศัย - ไม่มีศูนย์ | |
| ต่ำกว่า 30 ปี | จำนวน | 65 | 23 | 41 | 129 |
| | % | 21.7 | 7.7 | 13.7 | 43.0 |
| 30 - 39 ปี | จำนวน | 33 | 48 | 37 | 118 |
| | % | 11.0 | 16.0 | 12.3 | 39.3 |
| 40 - 49 ปี | จำนวน | 1 | 24 | 19 | 44 |
| | % | 0.3 | 8.0 | 6.3 | 14.7 |
| 50 - 59 ปี | จำนวน | 1 | 4 | 1 | 6 |
| | % | 0.3 | 1.3 | 0.3 | 2.0 |
| 60 ปีขึ้นไป | จำนวน | 0 | 1 | 2 | 3 |
| | % | 0 | 0.3 | 0.7 | 1.0 |
| รวม | จำนวน | 100 | 100 | 100 | 300 |
| | % | 33.3 | 33.3 | 33.3 | 100 |

4.1.1.3 สถานภาพ

กลุ่มผู้บริโภคระดับรายได้ปานกลางมีสัดส่วนของผู้มีสถานภาพโสดและสมรส ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันมากคือ มีกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด 49% และมีกลุ่มตัวอย่างที่สมรสแล้ว 50% โดยเมื่อพิจารณาถึงกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มแล้วพบว่า กลุ่มผู้คิดจะซื้อบ้านส่วนใหญ่ยังอยู่ในสถานภาพโสด หรือมี 79% ของกลุ่มตัวอย่างประเภทนี้ ส่วนผู้อยู่อาศัยทั้งในโครงการหมู่บ้านที่มี และไม่มีศูนย์นันทนาการส่วนใหญ่จะสมรสแล้ว โดยมีจำนวน 74% และ 55% ตามลำดับ

ซึ่งแสดงว่าผู้ที่เป็นเจ้าของบ้านแล้วในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการจะมีสถานภาพสมรสแล้วมากกว่าผู้ที่เป็นเจ้าของบ้านในโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ นอกจากนี้ยังมีนัยได้ว่า ผู้ที่ยังเป็นโสด หรือยังไม่มีการแต่งงานจะอยู่ในสภาพที่มีความต้องการซื้อบ้าน หรือถ้าซื้อแล้ว ก็จะไม่อยู่ในโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่ไม่มีศูนย์นันทนาการมากกว่าอยู่ในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการ

ตาราง 4.3 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างประเภท ผู้อาศัย และผู้คิดจะซื้อบ้าน

| สถานภาพ | | กลุ่มตัวอย่าง | | | รวม |
|--------------------|-------|------------------|------------------------|---------------------------|------|
| | | ผู้คิดจะซื้อบ้าน | ผู้อยู่อาศัย - มีศูนย์ | ผู้อยู่อาศัย - ไม่มีศูนย์ | |
| โสด | จำนวน | 79 | 25 | 43 | 147 |
| | % | 26.3 | 8.3 | 14.3 | 49.0 |
| สมรส | จำนวน | 21 | 74 | 55 | 150 |
| | % | 7.0 | 24.7 | 18.3 | 50.0 |
| หม้าย หรือหย่าร้าง | จำนวน | 0 | 1 | 2 | 3 |
| | % | 0 | 0.3 | 0.7 | 1.0 |
| รวม | จำนวน | 100 | 100 | 100 | 300 |
| | % | 33.3 | 33.3 | 33.3 | 100 |

4.1.1.4 การมีบุตร

ทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่างจะอยู่ในภาวะที่ไม่มีบุตรมากที่สุด โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในขอบข่ายนี้ 60.7% ของประเภทกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยมีจำนวนผู้ที่มีบุตรจำนวน 2 คนรองลงมา หรือมี 18.3%

เมื่อเปรียบเทียบตามแต่ละกลุ่มแล้วพบว่า ผู้ที่ยังไม่ได้เป็นเจ้าของบ้านหรือยังอยู่ในระหว่างการพิจารณาซื้อบ้าน จะเป็นกลุ่มที่ยังไม่มีบุตรมากที่สุด โดยมีถึง 87% จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างนี้ทั้งหมด รองลงมาคือผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ ที่ยังไม่มีบุตรเป็นจำนวน 56% ของกลุ่มตัวอย่างนี้ และสุดท้ายคือกลุ่มผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการซึ่งมี 39% ของกลุ่มตัวอย่างประเภทนี้

จากการรวบรวมข้อมูลพบว่า กลุ่มผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการเป็นกลุ่มที่อยู่ในภาวะที่มีบุตรแล้วมากที่สุด โดยจะมีเพียง 2 คนหรือ 1 คนเท่านั้น ส่วนครอบครัวที่มีบุตร 3 คนหรือมากกว่ามีเป็นจำนวนน้อย ซึ่งมีแนวทางเป็นไปได้ว่า เด็กๆจะมีโอกาสใช้ศูนย์นันทนาการของหมู่บ้านนั้น

ตาราง 4.4 ลักษณะการมีบุตรของประเภท ผู้อยู่อาศัย และผู้คิดจะซื้อบ้าน

| การมีบุตร | | กลุ่มตัวอย่าง | | | รวม |
|----------------------|-------|------------------|------------------------|---------------------------|------|
| | | ผู้คิดจะซื้อบ้าน | ผู้อยู่อาศัย - มีศูนย์ | ผู้อยู่อาศัย - ไม่มีศูนย์ | |
| ไม่มี | จำนวน | 87 | 39 | 56 | 182 |
| | % | 29.0 | 13.0 | 18.7 | 60.7 |
| 1 คน | จำนวน | 7 | 20 | 16 | 43 |
| | % | 2.3 | 6.7 | 5.3 | 14.3 |
| 2 คน | จำนวน | 5 | 29 | 21 | 55 |
| | % | 1.7 | 9.7 | 7.0 | 18.3 |
| 3 คน หรือ มากกว่า | จำนวน | 1 | 12 | 7 | 20 |
| | % | 0.3 | 4.0 | 2.3 | 6.7 |
| รวม | จำนวน | 100 | 100 | 100 | 300 |
| | % | 33.3 | 33.3 | 33.3 | 100 |

4.1.1.5 ระดับการศึกษา

ทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่างของผู้มีรายได้ปานกลาง ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาที่ระดับปริญญาตรี โดยผู้คิดจะซื้อบ้านจบการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็น 74% ของผู้คิดจะซื้อทั้งหมด และมีการศึกษาระดับอนุปริญญา หรืออาชีวะกับสูงกว่าปริญญาตรี รองลงมาในจำนวนที่เท่ากัน เช่นเดียวกับผู้อยู่อาศัยในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ ที่มีผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี 63% โดยมีสัดส่วนผู้จบระดับอนุปริญญา และสูงกว่าปริญญาตรีใกล้เคียงกัน

ส่วนผู้อยู่อาศัยในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ จบปริญญาตรี 60% ของผู้อยู่อาศัยประเภทนี้ โดยมีผู้จบระดับอนุปริญญามากกว่าผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งทั้งหมดนี้อาจกล่าวได้ว่า ปัจจุบันผู้มีรายได้ระดับปานกลางจบการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่

ตาราง 4.5 การศึกษาของกลุ่มตัวอย่างประเภท ผู้อยู่อาศัย และผู้คิดจะซื้อบ้าน

| การศึกษา | | กลุ่มตัวอย่าง | | | รวม |
|----------------------|-------|------------------|------------------------|---------------------------|------|
| | | ผู้คิดจะซื้อบ้าน | ผู้อยู่อาศัย - มีศูนย์ | ผู้อยู่อาศัย - ไม่มีศูนย์ | |
| ต่ำกว่า ม.ปลาย | จำนวน | 0 | 3 | 3 | 6 |
| | % | 0 | 1.0 | 1.0 | 2.0 |
| ม.ปลาย หรือเทียบเท่า | จำนวน | 3 | 5 | 12 | 20 |
| | % | 1.0 | 1.7 | 4.0 | 6.7 |
| อนุปริญญา หรืออาชีวะ | จำนวน | 11 | 15 | 17 | 43 |
| | % | 3.7 | 5.0 | 5.7 | 14.3 |
| ปริญญาตรี | จำนวน | 74 | 63 | 60 | 60 |
| | % | 24.7 | 21.0 | 20.0 | 20.0 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | จำนวน | 11 | 14 | 7 | 7 |
| | % | 3.7 | 4.7 | 2.3 | 2.3 |
| อื่น ๆ | จำนวน | 1 | 0 | 1 | 1 |
| | % | 0.3 | 0 | 0.3 | 0.3 |
| รวม | จำนวน | 100 | 100 | 100 | 300 |
| | % | 33.3 | 33.3 | 33.3 | 100 |

4.1.1.6 อาชีพ

กลุ่มคนผู้มีรายได้ปานกลางที่คิดจะซื้อบ้าน ส่วนใหญ่จะรับจ้าง / ทำงานเอกชนเป็นหลัก หรือ 78% ของผู้คิดจะซื้อทั้งหมด ซึ่ง เป็นไปได้ว่าสายอาชีพนี้เป็นกลุ่มที่มีรายได้ดี และมั่นคงพอที่คนกลุ่มนี้จะมีแนวความคิดจะซื้อบ้าน

แต่เมื่อดูตัวเลขของการเข้าอยู่อาศัยแล้ว ผู้อยู่อาศัยทั้งสองแบบยังคงมีอาชีพรับจ้าง/ ทำงานเอกชนมากที่สุด แต่สัดส่วนไม่มากเท่าผู้ที่คิดจะซื้อบ้าน คืออยู่ในระดับประมาณ 49 - 50% ของผู้อยู่อาศัยเท่านั้น แต่มีอาชีพประกอบกิจการส่วนตัวมาแบ่งสัดส่วนนี้ลงไปคือ 29% สำหรับผู้อยู่อาศัยที่มีศูนย์นันทนาการ และ 24% สำหรับผู้อยู่อาศัยที่มี ศูนย์นันทนาการ และ 24% สำหรับผู้อยู่อาศัยที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ ส่วนอาชีพรับราชการ ทำงานรัฐวิสาหกิจ ผู้อยู่อาศัยจะมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันคือ ไม่เกิน 10%

ตาราง 4.6 อาชีพของกลุ่มตัวอย่างประเภท ผู้อาศัยและผู้คิดจะซื้อบ้าน

| อาชีพ | | กลุ่มตัวอย่าง | | | รวม |
|-------------------------|-------|------------------|------------------------|---------------------------|------|
| | | ผู้คิดจะซื้อบ้าน | ผู้อยู่อาศัย - มีศูนย์ | ผู้อยู่อาศัย - ไม่มีศูนย์ | |
| รับราชการ | จำนวน | 6 | 10 | 7 | 23 |
| | % | 2.0 | 3.3 | 2.3 | 7.7 |
| ทำงาน รัฐวิสาหกิจ | จำนวน | 2 | 9 | 9 | 20 |
| | % | 0.7 | 3.0 | 3.0 | 6.7 |
| ประกอบ กิจการส่วนตัว | จำนวน | 8 | 29 | 24 | 61 |
| | % | 2.7 | 9.7 | 8.0 | 20.3 |
| รับจ้าง/ งานเอกชน | จำนวน | 78 | 49 | 50 | 177 |
| | % | 26.0 | 16.3 | 16.7 | 59 |
| อื่น ๆ | จำนวน | 6 | 3 | 10 | 19 |
| | % | 2.0 | 1.0 | 3.3 | 6.3 |
| รวม | จำนวน | 100 | 100 | 100 | 300 |
| | % | 33.3 | 33.3 | 33.3 | 100 |

4.1.1.7 จำนวนสมาชิกในครอบครัว

ทั้งสามกลุ่มตัวอย่างของผู้มีรายได้ระดับปานกลางส่วนใหญ่มีขนาดครอบครัวจำนวน 3-5 คนมากที่สุด หรือมี 65.3% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ขนาดครอบครัวรองลงมาคือมีสมาชิกจำนวน 5 คนขึ้นไป โดยมี 19.7% และสุดท้ายคือกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดครอบครัว 1-2 คน ซึ่งมีประมาณ 15% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จากข้อมูลนี้แสดงให้เห็นว่าส่วนใหญ่แล้วครอบครัวผู้มีรายได้ระดับปานกลางจะมีสมาชิกประมาณ 3 - 5 คน

ตาราง 4.7 จำนวนสมาชิกในครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างประเภทผู้อาศัยและผู้คิดจะซื้อบ้าน

| จำนวนสมาชิกในครอบครัว | | กลุ่มตัวอย่าง | | | รวม |
|-----------------------|-------|------------------|------------------------|---------------------------|------|
| | | ผู้คิดจะซื้อบ้าน | ผู้อยู่อาศัย - มีศูนย์ | ผู้อยู่อาศัย - ไม่มีศูนย์ | |
| 1 - 2 คน | จำนวน | 15 | 15 | 15 | 45 |
| | % | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 |
| 3 - 5 คน | จำนวน | 64 | 64 | 68 | 196 |
| | % | 21.3 | 21.3 | 22.7 | 65.3 |
| 5 คนขึ้นไป | จำนวน | 21 | 21 | 17 | 59 |
| | % | 7.0 | 7.0 | 5.7 | 19.7 |
| รวม | จำนวน | 100 | 100 | 100 | 300 |
| | % | 33.3 | 33.3 | 33.3 | 100 |

4.1.1.8 รายได้รวมต่อเดือนของครอบครัว

ผู้บริโภคระดับรายได้ปานกลาง มีระดับรายได้ที่ 50,001 - 100,000 บาทมากที่สุด หรือมีประมาณ 40.7% ของกลุ่มผู้บริโภค และระดับรายได้รองลงมาคือ ไม่เกิน 50,000 บาท โดยเมื่อพิจารณาในแต่ละกลุ่มตัวอย่างแล้วพบว่า

ผู้คิดจะซื้อบ้านมีรายได้ระหว่าง 50,001 - 100,000 บาท มากที่สุดคือเป็น 46% ของผู้คิดจะซื้อทั้งหมด รองมาเป็นผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 50,000 บาท เช่นเดียวกับผู้อยู่อาศัยในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการจะมีผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่อครอบครัวที่ 50,001 - 100,000 บาท มากที่สุดคือเป็น 40% ของผู้อยู่อาศัยประเภทนี้ โดยรองลงมาเป็นผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 50,000 บาท และ 100,001 - 300,000 บาท ซึ่งมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันคือ 28% และ 25% ของผู้อยู่อาศัยประเภทนี้ ตามลำดับ ซึ่งต่างจากผู้อยู่อาศัยแบบโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ ที่มีระดับรายได้ส่วนใหญ่ไม่เกิน 50,000 บาท ต่อครอบครัวต่อเดือนคือ 48% ของผู้อยู่อาศัยประเภทนี้ รองมาคือระดับรายได้ 50,001 - 100,000 บาท เป็น 36% ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ระดับรายได้เฉลี่ยของผู้ที่อยู่อาศัยในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการสูงกว่าผู้ที่อยู่ในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ

ตาราง 4.8 รายได้รวมต่อเดือนของครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างประเภท ผู้อยู่อาศัยและผู้คิดจะซื้อบ้าน

| รายได้รวมต่อเดือน | | กลุ่มตัวอย่าง | | | รวม |
|------------------------|-------|------------------|------------------------|---------------------------|------|
| | | ผู้คิดจะซื้อบ้าน | ผู้อยู่อาศัย - มีศูนย์ | ผู้อยู่อาศัย - ไม่มีศูนย์ | |
| ไม่เกิน 50,000 | จำนวน | 23 | 28 | 48 | 99 |
| | % | 7.7 | 9.3 | 16.0 | 33.3 |
| 50,001 ถึง 100,000 | จำนวน | 46 | 40 | 36 | 122 |
| | % | 15.3 | 13.3 | 12.0 | 40.7 |
| 100,001 ถึง 300,000 | จำนวน | 17 | 25 | 8 | 50 |
| | % | 5.7 | 8.3 | 2.7 | 16.7 |
| 300,001 ถึง 500,000 | จำนวน | 11 | 3 | 3 | 17 |
| | % | 3.7 | 1.0 | 1.0 | 5.7 |
| มากกว่า 500,000 | จำนวน | 3 | 4 | 5 | 12 |
| | % | 1.0 | 1.3 | 1.7 | 4.0 |
| รวม | จำนวน | 100 | 100 | 100 | 300 |
| | % | 33.3 | 33.3 | 33.3 | 100 |

ดังนั้น สามารถสรุปกลุ่มผู้บริโภคที่ทำการศึกษามี 3 ประเภทได้แก่ กลุ่มผู้คิดจะซื้อบ้าน กลุ่มผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการและกลุ่มผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ ที่มีคุณสมบัติหนึ่งที่เหมือนกันคือ เป็นผู้ที่มีระดับรายได้ปานกลางเช่นเดียวกัน หรือมีรายได้ต่อครอบครัวต่อเดือนตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป โดยมีทั้งเพศชายและหญิงในจำนวนใกล้เคียงกัน ระดับอายุอยู่ในวัยทำงาน โดยผู้คิดจะซื้อบ้านส่วนใหญ่ จะอยู่ในช่วงอายุไม่เกิน 30 ปี สถานภาพโสดและยังไม่มีบุตร ส่วนผู้ที่ซื้อบ้านแล้วในปัจจุบันจะอยู่ในช่วงอายุ 30-39 ปี สถานภาพสมรสแล้ว และถ้ามีบุตรส่วนใหญ่จะไม่เกิน 2 คน ผู้บริโภคทุกประเภทส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพรับจ้างหรือทำงานเอกชน มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวประมาณ 3-5 คน มีระดับรายได้ต่อครอบครัวต่อเดือนโดยเฉลี่ยประมาณ 50,001-100,000 บาท

4.1.2 ลักษณะทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้บริหารโครงการ

รายละเอียดโครงการที่สำรวจได้สอบถามทัศนคติและรายละเอียดของโครงการจากบุคคลระดับบริหารขึ้นไป เพื่อให้ข้อมูลจากการสำรวจเป็นข้อมูลที่ผ่านการกลั่นกรองจากระดับนโยบายของบริษัทแล้ว โดยมีรายละเอียดลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริหารดังนี้

4.1.2.1 เพศ

จากโครงการทั้งหมด 26 โครงการ มีผู้บริหาร 73.1% มีเพศหญิง 26.9% โดยมาจากโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ ที่เป็นชาย 12 คน เป็นหญิง 3 คน และมาจากโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการที่เป็นเพศชาย 7 คน เพศหญิง 4 คน ดังนั้นโดยรวมแล้ว ผู้บริหารโครงการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย

ตาราง 4.9 เพศของผู้บริหารในโครงการที่มีและไม่มีศูนย์นันทนาการ

| เพศ | ผู้บริหาร - มีศูนย์ฯ | | ผู้บริหาร - ไม่มีศูนย์ฯ | | รวม | |
|------|----------------------|-------------|-------------------------|-------------|-------|-------------|
| | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
| ชาย | 12 | 80.0 | 7 | 63.6 | 19 | 73.1 |
| หญิง | 3 | 20.0 | 4 | 36.4 | 7 | 26.9 |
| รวม | 15 | 100.0 | 11 | 100.0 | 26 | 100.0 |

4.1.2.2 อายุ

ผู้บริหารที่สอบถามอยู่ในช่วงอายุ 30 - 39 ปี มากที่สุด โดยคิดเป็น 65.4% โดยมาจากผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการ 9 คน และผู้ประกอบการโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ 8 คน

ตาราง 4.10 อายุของผู้บริหารในโครงการที่มีและไม่มีศูนย์นันทนาการ

| อายุ | ผู้บริหาร - มีศูนย์ฯ | | ผู้บริหาร - ไม่มีศูนย์ฯ | | รวม | |
|---------------|----------------------|--------------|-------------------------|--------------|-----------|--------------|
| | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
| ต่ำกว่า 30 ปี | 5 | 33.3 | 3 | 27.3 | 8 | 30.8 |
| 30 - 39 ปี | 9 | 60.0 | 8 | 72.7 | 17 | 65.4 |
| 40 - 49 ปี | 1 | 6.7 | 0 | 0.0 | 1 | 3.8 |
| 50 - 59 ปี | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 60 ปีขึ้นไป | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| รวม | 15 | 100.0 | 11 | 100.0 | 26 | 100.0 |

4.1.2.3 ตำแหน่ง

ผู้บริหารโครงการทั้งหมด มีสถานะเป็นเจ้าของหรือกรรมการผู้จัดการ คิดเป็น 30.8% และเป็นลูกจ้างซึ่งมีตำแหน่ง เช่น ผู้จัดการโครงการ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ผู้จัดการฝ่ายขาย หรือผู้ช่วยผู้จัดการโครงการ 69.2% โดยในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการสอบถามจากระดับเจ้าของ 3 คนและพนักงานระดับบริหาร 12 คน ส่วนโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการสอบถามจากระดับเจ้าของ 5 คนและพนักงานระดับบริหาร 6 คน

ตาราง 4.11 ตำแหน่งของผู้บริหารในโครงการที่มีและไม่มีศูนย์นันทนาการ

| รายละเอียดของผู้บริหาร | ผู้บริหาร - มีศูนย์ฯ | | ผู้บริหาร - ไม่มีศูนย์ฯ | | รวม | |
|------------------------|----------------------|--------------|-------------------------|--------------|-----------|--------------|
| | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
| เจ้าของ | 3 | 20.0 | 5 | 45.5 | 8 | 30.8 |
| พนักงานระดับบริหาร | 12 | 80.0 | 6 | 54.5 | 18 | 69.2 |
| รวม | 15 | 100.0 | 11 | 100.0 | 26 | 100.0 |

4.1.2.4 ระดับการศึกษา

ผู้บริหารส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือประมาณ 69.2% โดยมาจากโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ 10 คน และโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ 8 คน รองลงมา ผู้บริหารจบการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี 26.95% โดยมาจากโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ 5 คน และโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ 2 คน

ตาราง 4.12 การศึกษาของผู้บริหารในโครงการที่มีและไม่มีศูนย์นันทนาการ

| การศึกษา | ผู้บริหาร - มีศูนย์ฯ | | ผู้บริหาร - ไม่มีศูนย์ฯ | | รวม | |
|--------------------------------|----------------------|--------------|-------------------------|--------------|-----------|--------------|
| | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
| ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| อนุปริญญาหรืออาชีวะ | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| ปริญญาตรี | 10 | 66.7 | 8 | 72.7 | 18 | 69.2 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 5 | 33.3 | 2 | 18.2 | 7 | 26.9 |
| อื่น ๆ | 0 | 0.0 | 1 | 9.1 | 1 | 3.8 |
| รวม | 15 | 100.0 | 11 | 100.0 | 26 | 100.0 |

4.1.2.5 การอยู่อาศัยในโครงการ

ในบรรดาผู้บริหารโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่สำรวจมีเพียง 1 คน หรือคิดเป็น 3.85% เท่านั้น ที่อาศัยอยู่ในโครงการซึ่งเป็นโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ โดยอีก 25 คน หรือ 96.2% ไม่ได้อยู่อาศัยในโครงการ ซึ่งการอยู่อาศัยในโครงการหรือไม่ของผู้ประกอบการนั้น มีแนวทางเป็นไปได้ว่า ถ้าผู้ประกอบการอยู่ก็อาจจัดสร้างโครงการตามความต้องการของตนเองด้วย และมีการดูแลรักษาโครงการที่ใกล้ชิดกว่าโครงการที่ผู้ประกอบการมิได้อยู่อาศัยด้วย

ตาราง 4.13 การอยู่อาศัยในโครงการของผู้บริหารในโครงการที่มีและไม่มีศูนย์นันทนาการ

| การอยู่อาศัยในโครงการ | ผู้บริหาร - มีศูนย์ฯ | | ผู้บริหาร - ไม่มีศูนย์ฯ | | รวม | |
|-----------------------|----------------------|--------------|-------------------------|--------------|-----------|--------------|
| | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
| อยู่ | 1 | 6.7 | 0 | 0.0 | 1 | 3.8 |
| ไม่อยู่ | 14 | 93.3 | 11 | 100.0 | 25 | 96.2 |
| รวม | 15 | 100.0 | 11 | 100.0 | 26 | 100.0 |

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านทั้งสองประเภทที่ให้ข้อมูลในการศึกษาส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย ระดับอายุเฉลี่ยอยู่ในช่วง 30-39 ปี มีทั้งสถานะที่เป็นเจ้าของโครงการและผู้มีตำแหน่งระดับบริหาร โดยสัดส่วนผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการที่ให้ข้อมูลจะเป็นเจ้าของโครงการมากกว่าผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการผู้บริหารมีการศึกษาอย่างต่ำอยู่ที่ระดับปริญญาตรี มีบางท่านที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับนี้ และเกือบทั้งหมดไม่ได้อาศัยอยู่ในโครงการหมู่บ้านที่ตนประกอบการ

4.1.3 รายละเอียดของโครงการที่สำรวจ

4.1.3.1 ทำเลที่ตั้ง

โครงการที่สำรวจมาจากทำเลที่ตั้งต่าง ๆ กัน 5 ทำเล ชานเมืองกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นทำเลของแหล่งชุมชนที่อยู่อาศัยโดย

จากทำเลสุขาภิบาล 3 โครงการ เป็นโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ 2 โครงการ และโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ อีก 1 โครงการ

จากทำเลรัตนวิเศษ 7 โครงการ โดยเป็นโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ 5 โครงการ โครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ 2 โครงการ

จากทำเลบางพลี 6 โครงการ โดยเป็นโครงการที่มีและไม่มีศูนย์นันทนาการอย่างละ 3 โครงการ

จากทำเลรามอินทรา 3 โครงการ โดยเป็นโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ 1 โครงการ และไม่มีศูนย์นันทนาการ 2 โครงการ

และอีก 7 โครงการจากทำเลวงแหวน - บางแกว ซึ่งมีศูนย์นันทนาการ 4 โครงการและไม่มีศูนย์นันทนาการ 3 โครงการ

ตาราง 4.14 ทำเลที่ตั้งของโครงการที่มีและไม่มีศูนย์นันทนาการ

| ทำเลที่ตั้ง | โครงการมีศูนย์นันทนาการ | | โครงการไม่มีศูนย์นันทนาการ | | รวม | |
|-----------------|-------------------------|--------------|----------------------------|--------------|-----------|--------------|
| | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
| สุขาภิบาล 3 | 2 | 13.3 | 1 | 9.0 | 3 | 11.5 |
| รัตนวิเศษ | 5 | 33.3 | 2 | 18.2 | 7 | 26.5 |
| บางพลี | 3 | 20.0 | 3 | 27.3 | 6 | 23.6 |
| รามอินทรา | 1 | 6.7 | 2 | 18.2 | 3 | 11.5 |
| วงแหวน - บางแกว | 4 | 26.7 | 3 | 27.3 | 7 | 26.9 |
| รวม | 15 | 100.0 | 11 | 100.0 | 26 | 100.0 |

4.1.3.2 รูปแบบที่อยู่อาศัย

สำหรับโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่สำรวจมาได้แจกแจงลักษณะโครงการ คือ โครงการบ้านเดี่ยวอย่างเดียว , โครงการทาวน์เฮ้าส์หรือบ้านแฝด และโครงการแบบผสม ซึ่งมีทั้งบ้านเดี่ยวทาวน์เฮ้าส์ และอื่น ๆ จาก 26 โครงการ จะเป็นโครงการบ้านเดี่ยวอย่างเดียว 15 โครงการ โดย

โครงการที่มีศูนย์นันทนาการมีเปอร์เซ็นต์ของการเป็นลักษณะโครงการเช่นนี้มากกว่า คือ 11 โครงการ ขณะที่โครงการจัดสรรที่ไม่มีศูนย์นันทนาการเป็นโครงการบ้านเดี่ยว 4 โครงการ

ส่วนลักษณะโครงการประเภททาวน์เฮ้าส์หรือบ้านแฝด (ไม่มีบ้านเดี่ยว) อยู่ในข่ายของโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการทั้งหมดคือ 4 โครงการ และสุดท้ายเป็นลักษณะโครงการแบบผสมหรือมีทั้งบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์หรือบ้านแฝด และอื่นๆ โดยทั้งหมดมีโครงการประเภทนี้ 7 โครงการ เป็นโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ 4 โครงการ และโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ 3 โครงการ

ตาราง 4.15 รูปแบบที่อยู่อาศัยของโครงการที่มีและไม่มีศูนย์นันทนาการ

| รูปแบบที่อยู่อาศัย | โครงการมีศูนย์นันทนาการ | | โครงการไม่มีศูนย์นันทนาการ | | รวม | |
|--------------------------|-------------------------|--------------|----------------------------|--------------|-----------|--------------|
| | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
| บ้านเดี่ยว | 11 | 73.3 | 4 | 36.4 | 15 | 57.7 |
| บ้านแฝด - ทาวน์เฮ้าส์ | 0 | 0.0 | 4 | 36.4 | 4 | 15.4 |
| บ้านเดี่ยว - ทาวน์เฮ้าส์ | 4 | 26.7 | 3 | 27.2 | 7 | 26.9 |
| รวม | 15 | 100.0 | 11 | 100.0 | 26 | 100.0 |

4.1.3.3 จำนวนหลังคาเรือน

ในโครงการหมู่บ้านจัดสรรจากที่สำรวจพบว่า ส่วนใหญ่โครงการที่มีศูนย์นันทนาการจะมีจำนวนหลังคาเรือนมากกว่าหรือเป็นโครงการขนาดใหญ่ ขณะที่โครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการจะเป็นโครงการขนาดกลางและขนาดเล็ก คือ

โครงการหมู่บ้านที่น้อยกว่า 100 หลังคาเรือนมีทั้งหมด 2 โครงการ เป็นโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการทั้งหมด

โครงการหมู่บ้านขนาด 101 - 200 หลังคาเรือน มีทั้งหมด 11 โครงการ เป็นโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ 6 โครงการและโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ 5 โครงการ

โครงการหมู่บ้านขนาด 201 - 300 หลังคาเรือนทั้งหมด 1 โครงการเป็นโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ

โครงการหมู่บ้านขนาด 301 - 500 หลังคาเรือน ทั้งหมด 4 โครงการ โดยเป็นโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ 1 โครงการ และไม่มีศูนย์นันทนาการ 3 โครงการ

ส่วนโครงการหมู่บ้านขนาดใหญ่ หรือมีจำนวนตั้งแต่ 501 ขึ้นไป ล้วนแต่เป็นโครงการที่มีศูนย์นันทนาการทั้งหมด

ซึ่งเป็นไปได้ว่าโครงการหมู่บ้านที่มีจำนวนหลังคาเรือนเข้าข่ายโครงการขนาดใหญ่ ได้มีการจัดเตรียมศูนย์นันทนาการไว้ให้แล้ว

ตาราง 4.16 จำนวนหลังคาเรือนของโครงการที่มีและไม่มีศูนย์นันทนาการ

| จำนวนหลังคาเรือน | โครงการมีศูนย์ นันทนาการ | | โครงการไม่มีศูนย์ นันทนาการ | | รวม | |
|--------------------|-----------------------------|--------------|--------------------------------|--------------|-----------|--------------|
| | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
| น้อยกว่า 100 หลัง | 0 | 0.0 | 2 | 18.2 | 2 | 7.7 |
| 101 - 200 หลัง | 6 | 40.0 | 5 | 45.5 | 11 | 42.3 |
| 201 - 300 หลัง | 0 | 0.0 | 1 | 9.1 | 1 | 3.8 |
| 301 - 500 หลัง | 1 | 6.7 | 3 | 27.3 | 4 | 15.4 |
| 501 - 700 หลัง | 2 | 13.3 | 0 | 0.0 | 2 | 7.7 |
| 701 - 1,000 หลัง | 3 | 20.0 | 0 | 0.0 | 3 | 11.5 |
| มากกว่า 1,000 หลัง | 3 | 20.0 | 0 | 0.0 | 3 | 11.5 |
| รวม | 15 | 100.0 | 11 | 100.0 | 26 | 100.0 |

โครงการต่างๆ ที่สำรวจมีการเข้าอยู่อาศัยทั้งแบบเต็มทั้งโครงการ และการเข้าอยู่อาศัยเพียงบางส่วน โดยมีระยะเวลาที่เข้าอยู่อาศัยตั้งแต่ครั้งปีจนถึง 7 ปี ดังที่แสดงในรายละเอียดของผู้อยู่อาศัยหรือมีระยะเวลาการเปิดขายโครงการมาทั้งแบบโครงการที่เปิดปี พ.ศ. 2532 จนกระทั่งปัจจุบัน ส่วนการแล้วเสร็จอย่างสมบูรณ์ของโครงการมีตั้งแต่โครงการที่แล้วเสร็จ พ.ศ. 2535 จนถึง ปี พ.ศ. 2542 โดยมีระดับราคาเฉลี่ยสำหรับโครงการที่มีศูนย์นันทนาการเป็น 3.26 ล้านบาท (Mean) และสำหรับโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ เป็น 2.73 ล้านบาท

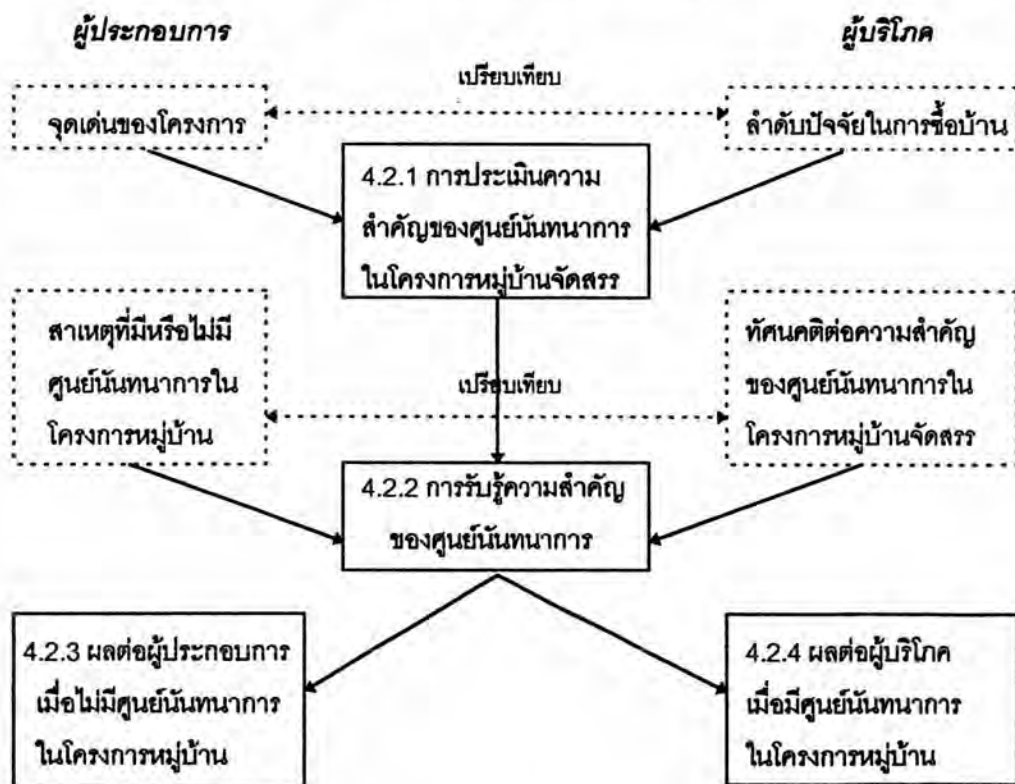
4.2 การรับรู้ความสำคัญของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน (Perception)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ความจำเป็นของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน ได้จัดลำดับขั้นตอนของการรับรู้คือ

- 1). การประเมินความสำคัญทั่วไปของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรร
- 2). การรับรู้ความสำคัญของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรร
- 3). ผลต่อผู้ประกอบการ เมื่อโครงการหมู่บ้านไม่มีศูนย์นันทนาการ
- 4). ผลต่อผู้บริโภค เมื่อโครงการหมู่บ้านมีศูนย์นันทนาการ

ซึ่งแสดงที่มาของการวิเคราะห์การรับรู้ชั้นต่างๆ ตามแผนภูมิได้ดังนี้

แผนภูมิ 4.1 ขั้นตอนการรับรู้ความสำคัญของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน



4.2.1 การประเมินความสำคัญของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรร

4.2.1.1 การประเมินความสำคัญของศูนย์นันทนาการในแง่การเป็นจุดเด่นของโครงการ

จากตาราง 4.17 และ 4.18 สามารถกล่าวได้ว่า ผู้บริหารโครงการหมู่บ้านทั้งแบบโครงการที่มีศูนย์นันทนาการและไม่มีศูนย์นันทนาการส่วนใหญ่แล้ว ไม่ได้คิดว่าศูนย์นันทนาการจะเป็นจุดเด่นของโครงการมากนัก ดังจะเห็นได้ว่า ผู้บริหารจะคำนึงถึงปัจจัยพื้นฐาน เช่น การคมนาคมที่สะดวก แบบบ้านสวยงามดึงดูดใจ หรือทำเลที่ตั้งของโครงการมากกว่า

ซึ่งผู้บริหารโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการส่วนใหญ่คิดว่าเป็นข้อเด่นของโครงการอันดับหนึ่ง คือ การคมนาคมที่สะดวก หรือ มีเส้นทางลัด มีทางด่วนพิเศษใกล้เคียงกับโครงการโดยค่าน้ำหนักเป็น 2.40 ข้อเด่นรองลงมา คือ แบบบ้านโครงการที่สวยเด่นโดยมีค่าน้ำหนัก 2.20 ขณะที่ค่าน้ำหนักอันดับ 3 คือ ตำแหน่งที่ตั้งโครงการเป็น Prime Area หรืออยู่ในแหล่งความเจริญ ซึ่งเท่ากับสภาพแวดล้อมโครงการที่ดี หรือมีค่าน้ำหนัก 1.87 และสำหรับด้านการคำนึงถึงการใช้เวลาว่างของลูกค้ำเพื่อเตรียมจัดแหล่งนันทนาการให้ ผู้บริหารคำนึงถึงข้อนี้ด้วย แต่อยู่ในอันดับท้ายๆ โดยมีคะแนนเพียง 0.20 คะแนนเท่านั้น

ส่วนในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ ผู้บริหารมีทัศนคติด้านข้อเด่นของโครงการที่แตกต่างกับโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ คือ ข้อเด่นอันดับหนึ่งของโครงการจะเป็นตำแหน่งที่ตั้งโครงการซึ่งเป็น Prime Area โดยมีค่าน้ำหนักเป็น 3.18 และจากการสำรวจภาคสนามพบว่า โครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการส่วนใหญ่แล้วจะติดกับถนนใหญ่ ตำแหน่งที่ตั้งโครงการไม่ซับซ้อน เข้าถึงได้ง่ายและสะดวก โดยข้อเด่นอันดับ 2 คือการคมนาคมสะดวก หรือใกล้ทางด่วน มีเส้นทางลัดโดยมีค่าน้ำหนัก 2.91 ข้อเด่นอันดับ 3 ที่ผู้บริหารคำนึงถึง คือ ชื่อเสียงของผู้ประกอบการเป็นที่รู้จักหรือไม่ต่างพริ้ว โดยมี 2.09 คะแนน ซึ่งตามสภาพความเป็นจริงแล้ว โครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการมักมาจากผู้ประกอบการที่ไม่ใช่บริษัทใหญ่ หรือบริษัทที่เข้าตลาดหลักทรัพย์ ดังนั้นถ้ากล่าวว่าเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป ย่อมไม่ใช่ แต่ถ้ากล่าวว่าเป็นที่รู้จักในทำเลที่เป็นตำแหน่งที่ตั้งโครงการนั้นดีกว่า เนื่องจากผู้ประกอบการโครงการเหล่านี้มักมีที่ดิน (Landbank) ในทำเลที่เป็นย่านเดียวกันแล้วจัดสรรอยู่ตามทำเลนั้น ไม่ได้จัดสรรข้ามไปทำเลอื่น จึงเป็นไปได้ว่าผู้บริโภค ณ ทำเลนั้น ๆ จะรู้จักชื่อเสียงผู้ประกอบการเหล่านี้¹ ส่วนการคำนึงด้านคุณภาพชีวิตของกลุ่มลูกค้ำเป้าหมายและเวลาว่างของลูกค้ำผู้บริหาร โครงการประเภทนี้ไม่ได้คำนึงถึง

เห็นได้ว่านอกจากปัจจัยพื้นฐานหลัก เช่น การคมนาคม และทำเลที่ตั้งของ โครงการที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญแล้ว จุดเด่นที่ผู้ประกอบการทั้งสองประเภทให้ความสำคัญแตกต่างกัน คือ ผู้ประกอบการในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมโครงการ ลักษณะทางกายภาพแบบบ้าน และคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยมากกว่าจะคำนึงเรื่องปัจจัยพื้นฐานอย่างเดียว แต่ในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการจะเน้นในเรื่องปัจจัยพื้นฐานของโครงการเป็นอย่างมาก เช่น ตำแหน่งที่ตั้งโครงการ การคมนาคม และระบบสาธารณูปโภคที่ครบครัน โดยไม่ได้คิดถึงด้านสภาพแวดล้อม หรือความต้องการคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัย

¹ สัมภาษณ์คุณธนันต์ อนันต์ศิลป์ กรรมการผู้จัดการบริษัท รามอินทรา พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด, พฤศจิกายน 2539.

ตาราง 4.17 ข้อเด่นของโครงการตามทัศนคติผู้บริหารที่มีศูนย์นวัตกรรม

| ข้อเด่นตามทัศนคติผู้บริหาร | อันดับ 1 | | อันดับ 2 | | อันดับ 3 | | อันดับ 4 | | อันดับ 5 | | ไม่ถูกเลือก | | รวม | | ค่า น้ำหนัก |
|--------------------------------------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|-------------|-------|-------|-------|----------------|
| | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | |
| โครงการที่มีศูนย์นวัตกรรม | 3 | 15 | 3 | 12 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 8 | 0 | 15 | 28 | 1.8 |
| ที่ตั้งโครงการเป็น Prime Area | 3 | 15 | 3 | 12 | 1 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 0 | 15 | 36 | 2.40 |
| การคมนาคมสะดวก | 0 | 0 | 1 | 4 | 4 | 12 | 3 | 6 | 2 | 2 | 5 | 0 | 15 | 24 | 1.60 |
| ระบบสาธารณูปโภคพร้อม | 3 | 15 | 3 | 12 | 2 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 7 | 0 | 15 | 33 | 2.20 |
| แบบบ้านสวยงาม | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 4 | 0 | 0 | 13 | 0 | 15 | 4 | 0.27 |
| น้ำไม่ท่วม | 1 | 5 | 1 | 4 | 3 | 9 | 3 | 6 | 1 | 1 | 6 | 0 | 15 | 25 | 1.67 |
| ชื่อเสียงผู้ประกอบการ | 4 | 20 | 0 | 0 | 2 | 6 | 1 | 2 | 0 | 0 | 8 | 0 | 15 | 28 | 1.87 |
| สร้างในสภาพแวดล้อมดี | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 14 | 0 | 15 | 1 | 0.06 |
| มีบุคลากรดูแลหลังการขาย | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 14 | 0 | 15 | 2 | 0.13 |
| ก่อสร้างด้วยระบบทันสมัย | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 14 | 0 | 15 | 1 | 0.06 |
| คนรายได้ปานกลางเพิ่มมากขึ้น | 1 | 5 | 4 | 16 | 1 | 3 | 0 | 0 | 1 | 1 | 8 | 0 | 15 | 25 | 1.67 |
| กลุ่มลูกค้าต้องการคุณภาพชีวิตมากขึ้น | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 14 | 0 | 15 | 3 | 0.20 |
| กลุ่มลูกค้าใช้เวลาราวอย่างมีความหมาย | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 15 | 0 | 15 | 0 | 0.0 |
| อื่น ๆ | 15 | 75 | 15 | 60 | 14 | 42 | 12 | 24 | 9 | 9 | 130 | 0 | 195 | 210 | 14.0 |
| รวม | | | | | | | | | | | | | | | |

ตาราง 4.18 ข้อเด่นของโครงการตามทัศนคติผู้บริหารโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ

| ข้อเด่นตามทัศนคติผู้บริหารโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ | อันดับ 1 | | อันดับ 2 | | อันดับ 3 | | อันดับ 4 | | อันดับ 5 | | ไม่ถูกเลือก | | รวม | | ค่า น้ำหนัก |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|-------------|----------|------------|------------|----------------|
| | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | |
| ที่ตั้งโครงการเป็น Prime Area | 5 | 25 | 2 | 8 | 0 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 3 | 0 | 11 | 35 | 3.18 |
| การคมนาคมสะดวก | 4 | 20 | 3 | 12 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 11 | 32 | 2.91 |
| ระบบสาธารณูปโภคพร้อม | 0 | 0 | 1 | 4 | 1 | 3 | 3 | 6 | 0 | 0 | 6 | 0 | 11 | 13 | 1.18 |
| แบบบ้านสวยเด่น | 0 | 0 | 3 | 12 | 0 | 0 | 2 | 4 | 1 | 1 | 5 | 0 | 11 | 17 | 1.55 |
| น้ำไม่ท่วม | 0 | 0 | 2 | 8 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 8 | 0 | 11 | 11 | 1.00 |
| ชื่อเสียงผู้ประกอบการดี | 1 | 5 | 0 | 0 | 6 | 18 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 11 | 23 | 2.09 |
| สร้างในสภาพแวดล้อมดี | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 3 | 2 | 4 | 1 | 1 | 7 | 0 | 11 | 8 | 0.73 |
| มีบุคลากรดูแลหลังการขาย | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 6 | 3 | 3 | 5 | 0 | 11 | 9 | 0.82 |
| ก่อสร้างด้วยระบบทันสมัย | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 11 | 0 | 11 | 0 | 0.0 |
| คนรายได้ปานกลางเพิ่มมากขึ้น | 1 | 5 | 0 | 0 | 1 | 3 | 0 | 0 | 1 | 1 | 8 | 0 | 11 | 9 | 0.82 |
| กลุ่มลูกค้าต้องการคุณภาพชีวิตมากขึ้น | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 11 | 0 | 11 | 0 | 0.0 |
| กลุ่มลูกค้าใช้เวลาว่างอย่างมีความหมาย | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 11 | 0 | 11 | 0 | 0.0 |
| อื่น ๆ | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 11 | 0 | 11 | 0 | 0.0 |
| รวม | 11 | 55 | 11 | 44 | 10 | 30 | 11 | 22 | 6 | 6 | 94 | 0 | 143 | 157 | 14.28 |

4.2.1.2 การประเมินความสำคัญของศูนย์นันทนาการในแง่การเป็นปัจจัยการพิจารณาซื้อบ้าน

จากตาราง 4.19 ที่แสดงปัจจัยหลักของการพิจารณาซื้อ สามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มคนรายได้ปานกลางจะพิจารณาซื้อบ้านโดยพิจารณาความสะดวกในชีวิตประจำวันก่อน เช่น การเดินทาง ทำเลที่เหมาะสม และกำลังเงิน ความเหมาะสมของราคาบ้าน โดยผู้บริโภคจะให้ลำดับความสำคัญของศูนย์นันทนาการในอันดับท้ายๆ หรือไม่ได้เห็นว่าเป็นปัจจัยการพิจารณาซื้อที่สำคัญนัก ซึ่งแสดงลำดับการพิจารณาซื้อได้ดังนี้

- อันดับ 1 พิจารณาการคมนาคมที่สะดวกที่สุดในชีวิตประจำวัน
โดยมีค่าน้ำหนักเป็น 1.44
- อันดับ 2 พิจารณาทำเลที่ตั้งของโครงการ
โดยมีค่าน้ำหนักเป็น 1.38
- อันดับ 3 พิจารณาราคาบ้าน
โดยมีค่าน้ำหนักเป็น 0.91
- อันดับ 4 พิจารณาแบบ และคุณภาพบ้าน
โดยมีค่าน้ำหนักเป็น 0.62
- อันดับ 5 พิจารณาสภาพแวดล้อมโครงการ
โดยมีค่าน้ำหนักเป็น 0.52

ส่วนการมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านนันทนาการ ผู้คิดจะซื้อบ้านจะพิจารณาเป็นอันดับท้ายๆ หรืออันดับ 9 โดยมีค่าน้ำหนักเป็น 0.14 คะแนน

ตาราง 4.19 แสดงการคำนวณอันดับของข้อพิจารณาซื้อบ้านของผู้คิดจะซื้อบ้าน

| ปัจจัยในการพิจารณาซื้อบ้าน ของผู้คิดจะซื้อบ้าน | อันดับ 1 | | อันดับ 2 | | อันดับ 3 | | ไม่ถูกเลือก | | รวม | | ค่า น้ำหนัก |
|---|------------|------------|-----------|------------|-----------|-----------|-------------|----------|-------------|------------|----------------|
| | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | |
| 1. ทำเลที่ตั้งโครงการ | 38 | 114 | 10 | 20 | 4 | 4 | 48 | 0 | 100 | 138 | 1.38 |
| 2. การคมนาคม | 25 | 75 | 29 | 58 | 11 | 11 | 35 | 0 | 100 | 144 | 1.44 |
| 3. น้ำไม่ท่วม | 5 | 15 | 8 | 16 | 11 | 11 | 76 | 0 | 100 | 42 | 0.42 |
| 4. แบบ และคุณภาพบ้าน | 8 | 24 | 8 | 16 | 22 | 22 | 62 | 0 | 100 | 62 | 0.62 |
| 5. สาธารณูปโภคพร้อม | 3 | 9 | 10 | 20 | 8 | 8 | 79 | 0 | 100 | 37 | 0.37 |
| 6. มีศูนย์นันทนาการ | 0 | 0 | 3 | 6 | 8 | 8 | 89 | 0 | 100 | 14 | 0.14 |
| 7. สภาพแวดล้อมโครงการ | 5 | 15 | 12 | 24 | 13 | 13 | 70 | 0 | 100 | 52 | 0.52 |
| 8. ราคาบ้าน | 13 | 39 | 16 | 32 | 20 | 20 | 51 | 0 | 100 | 91 | 0.91 |
| 9. ชื่อเสียงผู้ประกอบการ | 3 | 9 | 3 | 6 | 2 | 2 | 92 | 0 | 100 | 17 | 0.17 |
| รวม | 100 | 300 | 99 | 198 | 99 | 99 | 702 | 0 | 1000 | 597 | 5.97 |

ดังนั้น เมื่อเปรียบเทียบข้อเด่นในการจัดทำโครงการ กับปัจจัยในการพิจารณาซื้อบ้าน พบว่า ลำดับปัจจัยที่สำคัญของทั้งสองหัวข้อจะเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ควรคำนึงทั่วไปอยู่แล้ว เช่น การคมนาคม ทำเลที่ตั้ง แบบและคุณภาพบ้าน และราคาบ้าน โดยการคำนึงถึงแหล่งนันทนาการของผู้อยู่อาศัยไม่ อยู่ในประเด็นที่สำคัญนัก โดยมีบทบาทความสำคัญ เมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่น จะอยู่ในอันดับท้ายๆ เท่านั้น

ซึ่งสรุปได้ว่า ในการประเมินความสำคัญของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านทั้งจากผู้ประกอบการและผู้ที่จะซื้อบ้านพบว่า เมื่อมีการเปรียบเทียบความสำคัญกับปัจจัยอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างทั้งสองประเภทไม่เห็นความสำคัญของศูนย์นันทนาการนัก คือ ทั้งในแง่การเป็นจุดเด่นของโครงการในความเห็นของผู้ประกอบการ และในแง่การเป็นปัจจัยพิจารณาซื้อบ้านของผู้บริโภค ซึ่งต่อไปจะเป็นการวิเคราะห์ในด้านความสำคัญของศูนย์นันทนาการเอง และทัศนคติที่ถูกยอมรับความจำเป็นที่ต้องมีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านนี้เพียงใด

4.2.2 การรับรู้ความสำคัญของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน

ในการวิเคราะห์การรับรู้ความจำเป็นของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านพบว่า ทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภคทั้งสามกลุ่มคือ กลุ่มผู้อยู่อาศัยในโครงการที่มีและไม่มีศูนย์นันทนาการ และกลุ่มผู้คิดจะซื้อบ้าน ต่างรับรู้ และ เห็นถึงความสำคัญของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้จากสาเหตุที่ผู้ประกอบการจัดทำหรือไม่จัดทำศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านนั้น และทัศนคติของผู้บริโภคที่แสดงต่อความจำเป็นของศูนย์นันทนาการในโครงการ โดยแจกแจงผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

4.2.2.1 สาเหตุที่จัดทำและไม่จัดทำศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน

จากตาราง 4.20 และ 4.21 สามารถกล่าวได้ว่า ไม่ว่าจะผล (Output) ของการจัดเตรียมศูนย์นันทนาการจะออกมาว่ามีการเตรียมให้ผู้อยู่อาศัยหรือไม่ ต่างแสดงให้เห็นว่าศูนย์นันทนาการมีความสำคัญต่อการอยู่อาศัย ซึ่งผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการได้แสดงชัดเจนอยู่แล้ว ทางการปฏิบัติ (Performance) ที่ได้จัดทำศูนย์นันทนาการไว้ในโครงการของตนแล้ว ซึ่งจากตาราง 4.20 ให้เหตุผลที่จัดทำอันดับหนึ่งคือ เพื่อต้องการเพิ่มคุณภาพชีวิตให้กับผู้อยู่อาศัย โดยมีค่าน้ำหนัก 1.93 หรือเป็นการอำนวยความสะดวกด้านสถานที่ ให้ผู้อยู่อาศัยได้มีโอกาสใช้เวลาว่างนอกเหนือจากการอยู่อาศัยในบ้านเท่านั้น ซึ่งทำให้ผู้อยู่อาศัยมีคุณภาพชีวิตมากขึ้น²

² Seymour M. Gold. *Recreation Planning and Design*. McGraw-Hill Book Company. 1980, P.22-28.

ส่วนสาเหตุที่ 2 คือ การมีศูนย์นันทนาการในโครงการมักเป็นนโยบายของบริษัท หรือของผู้ประกอบการอยู่แล้ว คิดเป็นค่าน้ำหนัก 1.07 เพราะส่วนใหญ่ผู้ประกอบการใดที่ทำศูนย์นันทนาการก็มักจะจัดสร้างไว้ในโครงการต่อๆมา จนถือว่าเป็นนโยบายของบริษัทอยู่แล้ว

และสาเหตุอันดับ 3 ที่โครงการมีศูนย์นันทนาการ คือ ต้องการให้เป็นกลยุทธ์การตลาดหรือเป็นปัจจัยจูงใจผู้บริโภค คิดเป็นค่าน้ำหนัก 0.73 เนื่องจากผู้มีรายได้ระดับปานกลางปัจจุบันต้องการมาตรฐานชีวิตที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นจึงคัดเลือกที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมและสอดคล้องกับตนเองที่สุดทั้งในด้านทุนทรัพย์และคุณภาพโครงการที่ผู้บริโภคคาดหวัง ผู้ประกอบการที่เสนอศูนย์นันทนาการให้จึงถือเอาศูนย์นันทนาการเป็นสิ่งหนึ่งในโครงการที่จะกระตุ้นความสนใจผู้บริโภค หรือเป็นปัจจัยจูงใจให้ผู้บริโภคพิจารณาตัดสินใจซื้อ

ดังนั้นสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่จัดทำศูนย์นันทนาการในโครงการเห็นว่า ศูนย์นันทนาการมีความสำคัญต่อคุณภาพชีวิตที่อยู่อาศัย จึงได้จัดเตรียมไว้ให้มากกว่าที่จะตั้งใจทำเพื่อเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด

ตาราง 4.20 สาเหตุที่โครงการหมู่บ้านจัดสรรจัดสร้างศูนย์นันทนาการ

| สาเหตุที่สร้างศูนย์นันทนาการ ในโครงการหมู่บ้านจัดสรร | สาเหตุที่ 1 | | สาเหตุที่ 2 | | สาเหตุที่ 3 | | ไม่ถูกเลือก | | รวม | | ค่า น้ำหนัก |
|---|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|----------|------------|-----------|----------------|
| | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | |
| เป็นนโยบายของผู้ประกอบการ | 1 | 3 | 6 | 12 | 1 | 1 | 7 | 0 | 15 | 16 | 1.07 |
| เพื่อเสริมสภาพแวดล้อมโครงการ | 1 | 3 | 2 | 4 | 1 | 1 | 11 | 0 | 15 | 8 | 0.53 |
| เพื่อเป็นศูนย์รวมชุมชน | 0 | 0 | 3 | 6 | 2 | 2 | 10 | 0 | 15 | 8 | 0.53 |
| เพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตให้ผู้อยู่ | 9 | 27 | 0 | 0 | 2 | 2 | 4 | 0 | 15 | 29 | 1.93 |
| เพื่อจัดสรรพื้นที่สาธารณะให้มีค่า | 2 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 13 | 0 | 15 | 6 | 0.40 |
| เพื่อเป็นกลยุทธ์ตลาด | 2 | 6 | 2 | 4 | 1 | 1 | 10 | 0 | 15 | 11 | 0.73 |
| เพื่อสร้างภาพพจน์ทางธุรกิจ | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 4 | 11 | 0 | 15 | 4 | 0.27 |
| รวม | 15 | 45 | 13 | 26 | 11 | 11 | 26 | 0 | 105 | 82 | 5.46 |

ส่วนผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ แม้ว่าจะมีผลของการปฏิบัติ (Output) คือ ไม่มีการจัดทำศูนย์นันทนาการไว้ในโครงการ แต่ก็แสดงความเห็นว่าศูนย์นันทนาการมีความสำคัญ โดยที่เหตุผลของการไม่จัดทำนั้นเนื่องจาก ในระแวกใกล้เคียงโครงการมีศูนย์นันทนาการอื่นรองรับอย่างเพียงพอแล้ว โดยมีค่าน้ำหนัก 0.82 โดยศูนย์นันทนาการอื่นที่ผู้ประกอบการอ้างถึงนี้มีทั้งแบบเป็นศูนย์นันทนาการที่สร้างขึ้นจากผู้ประกอบการรายเดียวกัน เพียงแต่อยู่ในโครงการอื่นและ

ทั้งแบบศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านอื่น ที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการรายเดียวกัน หรือศูนย์นันทนาการเอกชนที่ไม่เกี่ยวข้องกับโครงการที่อยู่อาศัยใด ซึ่งมีอยู่ในบางทำเลเท่านั้น

สาเหตุอันดับสองคือศูนย์นันทนาการจะเป็นภาระการดูแลและค่าใช้จ่ายต่อไปในอนาคต ซึ่งผู้ประกอบการไม่ยอมรับภาระตรงนี้ หากให้ลูกบ้านรับผิดชอบก็ไม่มั่นใจว่า ลูกบ้านจะสามารถรวมตัวกันและดูแลได้หรือไม่ จึงตัดปัญหาส่วนนี้ไปโดยไม่จัดสร้าง โดยมีค่าน้ำหนักคือ 0.42

ส่วนสาเหตุที่สามมีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.27 คือ สาเหตุที่โครงการมีจำนวนหลังคาเรือนน้อย มีจำนวนคนมาใช้สอยเป็นส่วนน้อย ไม่จำเป็นต้องจัดสร้างให้ลูกบ้านไปหาแหล่งนันทนาการอื่นได้ และสาเหตุที่ผู้ประกอบการนั้นอ้างว่า ได้มีประสบการณ์จากโครงการที่เคยทำแล้วว่าไม่ต้องมีศูนย์นันทนาการ เพราะไม่ต่อยมิผู้ใช้บริการ

ดังนั้น ผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ ยังเห็นว่าศูนย์นันทนาการมีความสำคัญแต่ที่ไม่จัดสร้างเนื่องจากเห็นว่ามีสถานที่อื่นๆที่สามารถรองรับความต้องการของลูกบ้านในโครงการของตนได้แล้ว และไม่ต้องการบริการที่จะเกิดขึ้นจากการจัดทำศูนย์นันทนาการนั้น

ตาราง 4.21 สาเหตุที่ผู้ประกอบการไม่จัดสร้างศูนย์นันทนาการ

| สาเหตุที่ผู้บริหารไม่จัดสร้างศูนย์นันทนาการในโครงการ | สาเหตุที่ 1 | | สาเหตุที่ 2 | | ไม่ถูกเลือก | | รวม | | ค่าน้ำหนัก |
|--|-------------|-----------|-------------|----------|-------------|----------|-----------|-----------|-------------|
| | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | |
| ไม่มีงบประมาณพอที่จะสร้างศูนย์นันทนาการ | 1 | 2 | 0 | 0 | 10 | 0 | 11 | 2 | 0.18 |
| มีศูนย์นันทนาการอื่นรองรับแล้วในระแวกใกล้เคียง | 4 | 8 | 1 | 1 | 6 | 0 | 11 | 9 | 0.82 |
| ผ่านการวิเคราะห์แล้วว่าผู้อยู่อาศัยไม่ได้ใช้ศูนย์นันทนาการ | 1 | 2 | 0 | 0 | 10 | 0 | 11 | 2 | 0.18 |
| มีประสบการณ์จากโครงการที่เคยทำว่าไม่ต้องมีศูนย์นันทนาการ | 1 | 2 | 1 | 1 | 9 | 0 | 11 | 3 | 0.27 |
| เป็นภาระดูแลและค่าใช้จ่ายในอนาคต | 2 | 4 | 1 | 1 | 8 | 0 | 11 | 5 | 0.42 |
| จำนวนหลังคาเรือนน้อยเกินไปที่จะทำ | 1 | 2 | 1 | 1 | 9 | 0 | 11 | 3 | 0.27 |
| ทำให้เสียพื้นที่ขาย | 1 | 2 | 0 | 0 | 10 | 0 | 11 | 2 | 0.18 |
| รวม | 11 | 22 | 4 | 4 | 51 | 0 | 66 | 26 | 2.36 |

4.2.2.2 ทศนคติต่อความสำคัญของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามฝ่ายผู้บริโภครส่วนใหญ่รับรู้ว่าคุณศูนย์นันทนาการมีความจำเป็นต่อโครงการหมู่บ้าน โดยทุกกลุ่มให้ทัศนคติว่าจะศูนย์นันทนาการ ต้องมี ในโครงการหมู่บ้านมากที่สุด รองลงมาเป็นทัศนคติที่เห็นว่า ศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านจะ มีหรือไม่มีก็ได้ และสุดท้ายเป็นความเห็นว่าคุณศูนย์นันทนาการ ไม่ต้องมี ในโครงการหมู่บ้าน โดยแจกแจงการวิเคราะห์ได้ดังนี้

1) ความเห็นว่าคุณศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรร

กลุ่มผู้บริโภครส่วนใหญ่หรือ 70.7% ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด เห็นว่าคุณศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรจำเป็นต้องมีในโครงการ หรือเห็นความสำคัญของศูนย์นันทนาการมาก โดยผู้อยู่อาศัยในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการเห็นด้วยกับความเห็นนี้มากที่สุด 40.1% ของผู้ที่ออกความเห็นนี้ ซึ่งส่งผลต่อการเลือกอยู่อาศัยของผู้บริโภคกลุ่มนี้ด้วยว่าได้เลือกอยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการ รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการซื้อบ้านในปัจจุบัน ที่เห็นว่าศูนย์นันทนาการจำเป็นต้องมีในโครงการหมู่บ้าน 32.5% ของผู้บริโภครที่เห็นว่าต้องมีทั้งหมด ขณะที่ผู้อยู่อาศัยในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการให้ความเห็นว่าต้องมีเป็นอันดับสุดท้าย 27.4% ของผู้มีความเห็นนี้

โดยมีสาเหตุที่เห็นว่า ต้องมี ศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรมากที่สุดคือ เพราะศูนย์นันทนาการจำเป็นต่อการใช้เวลาว่างในครอบครัว โดยกลุ่มตัวอย่างที่คิดจะซื้อบ้าน ให้ค่าน้ำหนักของความเห็นนี้เป็น 2.78 ผู้อยู่อาศัยในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการให้ค่าน้ำหนักกับเหตุผลนี้ 2.65 และที่ผู้อยู่อาศัยในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการให้ค่าน้ำหนักกับเหตุผลนี้ 2.55 ซึ่งล้วนแต่เป็นสาเหตุที่ผู้บริโภครให้เป็นอันดับหนึ่ง ของความจำเป็นที่ต้องมีศูนย์นันทนาการในโครงการ (ดูตาราง 4.23 , 4.24 , และ 4.25)

ทั้งนี้เนื่องจากการใช้เวลาในชีวิตประจำวันของมนุษย์ประกอบไปด้วย เวลาในการทำงานหรือการศึกษา , เวลาพักผ่อนนอนหลับ และสุดท้ายเป็นเวลาว่างที่มนุษย์จะกระทำกิจกรรมต่างๆที่นอกเหนือจากการทำงาน และการนอนหลับ³ โดยบทบาทหนึ่งของศูนย์นันทนาการในชุมชนคือ เป็นสถานที่รองรับกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นจากการกระทำในยามว่างที่น่าพึงพอใจของมนุษย์ โดยไม่ขัดต่อวัฒนธรรมใดๆ⁴ และมีประโยชน์ทางอ้อมคือ ช่วยลดปัญหาจากการกระทำที่เป็นภัยที่มาจากใช้เวลาว่างในทางที่ไม่ถูกต้องได้ เพราะสมาชิกในหมู่บ้านได้ใช้เวลาว่างหมดไปกับการกระทำที่เป็นประโยชน์แล้ว⁵ ดังนั้นศูนย์นันทนาการจึง

³ สัมภาษณ์ มานพ พงศพิศ, ภาควิชาเคนการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

⁴ คณิต เขียววิชัย, หลักนันทนาการ, โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ นครปฐม, 2534, หน้า 13.

⁵ George D. Butler, Introduction to Community Recreation, McGraw-Hill Book Company, Inc., 1959, P. 24.

เป็นสถานที่หนึ่งที่สามารถรองรับการใช้เวลาว่างของมนุษย์นี้ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน กรุงเทพมหานคร ที่ยังขาดแคลนพื้นที่สาธารณะ หรือแหล่งสันทนาการอยู่มาก การมีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน จะช่วยให้ผู้อยู่อาศัยสามารถมีสันทนาการได้อย่างสะดวกมากขึ้นและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ทำให้โครงการหมู่บ้านนั้นเป็นโครงการหมู่บ้านที่สมบูรณ์ต่อการอยู่อาศัย⁵ ส่วนเหตุผลอื่นๆรองลงมา เช่น ถ้ามีศูนย์นันทนาการก็จะสะดวกต่อการใช้งานและการคมนาคม หรือ เป็นสถานที่ที่ทำให้เกิดการสังสรรค์กับเพื่อนบ้าน เป็นต้น

ดังนั้นสามารถวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งสามส่วนใหญ่เห็นถึงความสำคัญของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน เนื่องจากเป็นสถานที่รองรับการใช้เวลาว่างของครอบครัวแต่อย่างไรก็ดี พฤติกรรมการอยู่อาศัยปัจจุบันก็สามารถสะท้อนทัศนคติที่เห็นถึงความสำคัญของศูนย์นันทนาการของผู้ตอบแบบสอบถามด้วย คือ ถ้าเห็นถึงความสำคัญมากก็จะเลือกอยู่ในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ ถ้าเห็นถึงความสำคัญน้อยก็อาจมีตัวแปรอื่น ทำให้ตัดสินใจไม่เลือกอยู่ในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการได้

ตาราง 4.22 ทัศนคติความจำเป็นของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค

| ความจำเป็นที่มีศูนย์นันทนาการ ในโครงการหมู่บ้านจัดสรร | ประเภทกลุ่มตัวอย่าง | | | รวม |
|--|------------------------|------------------------|--------------------------|-------------------------|
| | ผู้คิดจะซื้อ บ้าน | ผู้อยู่ - มี ศูนย์ฯ | ผู้อยู่ - ไม่มี ศูนย์ | |
| ต้องมี | 69 (69.0) 32.5 | 85 (85.0) 40.1 | 58 (58.0) 27.4 | 212 (70.7) 100.0 |
| มีก็ดี ไม่มีก็ได้ | 29 (29.0) 35.8 | 14 (14.0) 17.3 | 38 (38.0) 46.9 | 81 (27.0) 100.0 |
| ไม่ต้องมี | 2 (2.0) 28.6 | 1 (1.0) 14.3 | 4 (4.0) 57.1 | 7 (2.3) 100.0 |
| รวม | 100 (100.0) 33.3 | 100 (100.0) 33.3 | 100 (100.0) 33.3 | 300 (100.0) 100.0 |

⁵ จากการศึกษาของกรมผังเมืองพบว่า เขตกรุงเทพมหานครมีพื้นที่สาธารณะ 0.1 ตร.ม. ต่อคน เปรียบเทียบกับระดับมาตรฐานที่กำหนดไว้ 8 ตร.ม. ต่อคน เป็นที่มาของการแก้ไขโดยออกข้อกำหนดจัดสรรที่ดิน พ.ศ. 2535 ออกความต่อเนื่องจากประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 286 ในโครงการจัดสรรมีพื้นที่เพื่อสาธารณะ 5% ของพื้นที่โครงการ.

⁶ George D. Butler . Ibid. , P 12-14.

ตาราง 4.23 อันดับสาเหตุที่ผู้คิดจะซื้อบ้านเห็นว่ามีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรร

| เหตุผลที่ศูนย์นันทนาการ ในโครงการ ต้องมี | อันดับ 1 | | อันดับ 2 | | อันดับ 3 | | ไม่ถูกเลือก | | รวม | | ค่า น้ำหนัก |
|---|-----------|------------|-----------|------------|-----------|-----------|-------------|----------|------------|------------|----------------|
| | จำ | คะ | จำ | คะ | จำ | คะ | จำ | คะ | จำ | คะ | |
| | นวน | แนน | นวน | แนน | นวน | แนน | นวน | แนน | นวน | แนน | |
| สะดวกต่อการใช้งาน | 11 | 33 | 19 | 38 | 20 | 20 | 19 | 0 | 69 | 91 | 1.31 |
| จำเป็นต้องการใช้เวลาร่าง | 57 | 171 | 10 | 20 | 1 | 1 | 1 | 0 | 69 | 192 | 2.78 |
| เกิดการสังสรรค์ของเพื่อนบ้าน | 1 | 3 | 31 | 62 | 24 | 24 | 13 | 0 | 69 | 89 | 1.28 |
| แสดงคุณภาพโครงการได้ | 0 | 0 | 4 | 8 | 13 | 13 | 52 | 0 | 69 | 21 | 0.30 |
| อื่นๆ | 0 | 0 | 1 | 2 | 1 | 1 | 67 | 0 | 69 | 3 | 0.04 |
| รวม | 69 | 207 | 65 | 130 | 59 | 59 | 152 | 0 | 345 | 396 | 5.71 |

ตาราง 4.24 อันดับสาเหตุที่ผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่มีศูนย์นันทนาการคิดว่าต้องมีศูนย์นันทนาการ

| เหตุผลที่ศูนย์นันทนาการ ในโครงการ ต้องมี | อันดับ 1 | | อันดับ 2 | | อันดับ 3 | | ไม่ถูกเลือก | | รวม | | ค่า น้ำหนัก |
|---|-----------|------------|-----------|------------|-----------|-----------|-------------|----------|------------|------------|----------------|
| | จำ | คะ | จำ | คะ | จำ | คะ | จำ | คะ | จำ | คะ | |
| | นวน | แนน | นวน | แนน | นวน | แนน | นวน | แนน | นวน | แนน | |
| สะดวกต่อการใช้งาน | 6 | 18 | 33 | 66 | 16 | 16 | 30 | 0 | 85 | 100 | 1.17 |
| จำเป็นต้องการใช้เวลาร่าง | 68 | 204 | 10 | 20 | 2 | 2 | 5 | 0 | 85 | 226 | 2.65 |
| เกิดการสังสรรค์ของเพื่อนบ้าน | 1 | 3 | 30 | 60 | 25 | 25 | 29 | 0 | 85 | 88 | 1.03 |
| แสดงคุณภาพโครงการ | 7 | 21 | 10 | 20 | 17 | 17 | 51 | 0 | 85 | 58 | 0.68 |
| อื่นๆ | 3 | 9 | 0 | 0 | 2 | 2 | 80 | 0 | 85 | 11 | 0.12 |
| รวม | 85 | 255 | 83 | 166 | 62 | 59 | 195 | 0 | 425 | 483 | 5.65 |

ตาราง 4.25 อันดับสาเหตุที่ผู้อยู่อาศัยโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการคิดว่าต้องมีศูนย์นันทนาการ

| เหตุผลที่ศูนย์นันทนาการ ในโครงการ ต้องมี | อันดับ 1 | | อันดับ 2 | | อันดับ 3 | | ไม่ถูกเลือก | | รวม | | ค่า น้ำหนัก |
|---|-----------|------------|-----------|------------|-----------|-----------|-------------|----------|------------|------------|----------------|
| | จำ | คะ | จำ | คะ | จำ | คะ | จำ | คะ | จำ | คะ | |
| | นวน | แนน | นวน | แนน | นวน | แนน | นวน | แนน | นวน | แนน | |
| สะดวกต่อการใช้งาน | 6 | 18 | 13 | 26 | 10 | 10 | 30 | 0 | 59 | 54 | 0.91 |
| จำเป็นต้องการใช้เวลาร่าง | 42 | 126 | 12 | 24 | 1 | 1 | 4 | 0 | 59 | 151 | 2.55 |
| เกิดการสังสรรค์ของเพื่อนบ้าน | 7 | 21 | 25 | 50 | 10 | 10 | 17 | 0 | 59 | 81 | 1.37 |
| แสดงคุณภาพโครงการ | 3 | 9 | 4 | 8 | 11 | 11 | 41 | 0 | 59 | 28 | 0.47 |
| อื่นๆ | 1 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 54 | 0 | 59 | 9 | 0.15 |
| รวม | 59 | 177 | 56 | 112 | 34 | 34 | 146 | 0 | 295 | 323 | 5.45 |

เมื่อเปรียบเทียบค่าน้ำหนักของสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างเห็นความสำคัญของศูนย์
 นันทนาการในโครงการมาก พบว่าผู้คิดจะซื้อบ้านให้ค่าน้ำหนักกับการใช้เวลาว่างและความ
 สะดวกมากที่สุด เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างนี้ยังไม่ได้เข้าอยู่อาศัยในโครงการ จึงรับรู้แต่เพียง
 ความสำคัญของศูนย์นันทนาการ หรือยังมิได้พิสูจน์ว่า ศูนย์นันทนาการของโครงการมีความ
 สำคัญดังที่รับรู้มาหรือไม่ จึงเกิดความคาดหวังต่อศูนย์นันทนาการสูง (Expectation) ส่วนผู้
 อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการในปัจจุบันให้ค่าน้ำหนักรองลงมา แม้ว่าจะ
 เป็นกลุ่มที่เลือกอยู่ในโครงการนี้ ซึ่งกลุ่มนี้ได้รับทราบความเป็นจริงถึงความสำคัญของศูนย์
 นันทนาการแล้ว (Perceived Performance) และส่งผลถึงความพึงพอใจ (Satisfied) จากการ
 มีศูนย์นันทนาการนั้น ส่วนผู้ที่ไม่ได้อยู่ในโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่มีศูนย์นันทนาการ นอก
 จากเหตุผลเรื่องการใช้เวลาว่างแล้ว กลุ่มตัวอย่างนี้เห็นความสำคัญของการสังสรรค์ของ
 เพื่อนบ้าน เนื่องจากปัจจุบัน คนกลุ่มนี้ขาดสถานที่พบปะสังสรรค์กับเพื่อนบ้านนั่นเอง

ตาราง 4.26 เปรียบเทียบค่าน้ำหนักสาเหตุของกลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าต้องมีศูนย์นันทนาการ

| เหตุผลที่ศูนย์นันทนาการ ในโครงการ ต้องมี | ค่าน้ำหนัก | | |
|---|------------------|---------------------------------|------------------------------------|
| | ผู้คิดจะซื้อบ้าน | ผู้อยู่ในโครงการ ที่มีศูนย์ฯ | ผู้อยู่ในโครงการ ที่ไม่มีศูนย์ฯ |
| สะดวกต่อการใช้งาน | 1.31 | 1.17 | 0.91 |
| จำเป็นต้องการใช้เวลาว่าง | 2.78 | 2.65 | 2.55 |
| เกิดการสังสรรค์ของเพื่อนบ้าน | 1.28 | 1.03 | 1.37 |
| แสดงคุณภาพโครงการ | 0.30 | 0.68 | 0.47 |
| อื่นๆ | 0.04 | 0.12 | 0.15 |
| รวม | 5.71 | 5.65 | 5.45 |

2) ความเห็นว่าศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรจะ *มีหรือไม่มีก็ได้*

ด้านทัศนคติที่รู้สึก "เฉยๆ" ต่อศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรร หรือที่คน
 คิดว่าศูนย์นันทนาการของโครงการจะมีก็ได้ ไม่มีก็ได้ เพราะเห็นความสำคัญของศูนย์
 นันทนาการไม่มากนัก มีจำนวนผู้บริโภคที่คิดรองจากความเห็นที่ต้องมีศูนย์นันทนาการ
 หรือมี 27% ของผู้บริโภคทั้งหมด หรือเป็นความเห็นที่ผู้บริโภครู้สึกรองลงมาจากความสำคัญ
 ที่ต้องมีศูนย์นันทนาการ โดยกลุ่มผู้อยู่อาศัยในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการเห็นด้วยกับ

* วิจารณ์จาก "องค์ประกอบความพอใจของลูกค้า" Priscilla A. La Barbera and David Mazursky, "A Longitudinal Assessment of Consumer Satisfaction / Dissatisfaction: The Dynamic Aspect of the Cognitive Process," *Journal of Marketing Research*, November 1983, p. 393-404.

ความคิดนี้มากที่สุด คิดเป็น 46.9% ของผู้มีความเห็นนี้ทั้งหมด เนื่องจากได้ตัดสินใจไปแล้วว่าไม่เลือกอยู่ในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ รองลงมาคือกลุ่มผู้คิดจะซื้อบ้าน 35.8% ที่ยังไม่มีความแน่ใจในความสำคัญของศูนย์นันทนาการ และ กลุ่มผู้อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการ 17.3% ที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จึงยังไม่เห็นความสำคัญมากนัก ซึ่งแสดงให้เห็นว่า หากผู้บริโภคมีทัศนคติที่ไม่เห็นถึงความสำคัญของศูนย์นันทนาการมากนัก ก็จะมีความเป็นไปได้ที่จะไม่ได้พิจารณาเรื่องศูนย์นันทนาการในการพิจารณาซื้อด้วย

ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่คิดว่าศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรจะ มีก็ดี ไม่มีก็ดี นั้น ให้เหตุผลอันดับหนึ่งของความเห็นนี้คือ การมีศูนย์นันทนาการดีกว่าไม่มี โดยที่อาจจะไม่ได้ใช้ เพียงแต่รู้สึกว่ ถ้ามีศูนย์นันทนาการในโครงการก็ดี แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญใดมากนัก โดยผู้คิดจะซื้อบ้านให้ค่าน้ำหนักกับเหตุผลนี้ 2.31 ผู้อาศัยในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการให้ค่าน้ำหนัก 2.64 ส่วนผู้อาศัยโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการให้เหตุผลนี้ อันดับหนึ่ง ด้วยค่าน้ำหนัก 2.43 (ดูตาราง 4.27 , 4.28 , 4.29)

โดยเมื่อพิจารณาเฉพาะจำนวนผู้ให้เหตุผลนี้ พบว่าผู้อาศัยในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการให้เหตุผลนี้มากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะผู้อาศัยกลุ่มนี้อาจไม่สะดวกที่จะใช้บริการศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน จึงไม่เห็นถึงความสำคัญในการใช้งาน แต่ยังคงคิดว่ามียิ่งดีกว่าไม่มี โดยถือว่าเป็นประโยชน์ส่วนเพิ่มที่ได้รับเท่านั้น ซึ่งถ้ามีก็อาจไม่ได้ตอบสนองการใช้ประโยชน์อย่างจริงจัง

ส่วนสาเหตุรองมาที่ผู้บริโภคทั้งสามกลุ่มเห็นว่า ศูนย์นันทนาการจะ มีหรือไม่มีก็ได้ คือ การมีศูนย์นันทนาการจะทำให้ราคาบ้านแพงกว่าโครงการที่ไม่มี โดยสาเหตุ และเหตุผลที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างนี้ต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้นในด้านนันทนาการ ตามลำดับ ทั้งนี้เป็นไปได้ว่ากลุ่มผู้บริโภคได้ใช้บริการศูนย์นันทนาการอื่นอย่างเพียงพออยู่แล้ว ในการที่มีศูนย์นันทนาการในหมู่บ้านอยู่ อาจทำให้คนกลุ่มนี้ต้องมีภาระค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นจากที่เป็นอยู่เมื่อได้เข้าไปใช้บริการในศูนย์นันทนาการของหมู่บ้าน ซึ่งคนกลุ่มนี้คิดว่าไม่จำเป็นและรู้สึกเฉยๆ ต่อการมีศูนย์นันทนาการในโครงการ ทั้งๆที่สภาพที่เป็นอยู่ในปัจจุบันก็เหมาะสม หรือเพียงพอแล้ว

ตาราง 4.27 ลำดับเหตุผลที่ผู้คิดจะซื้อบ้านเห็นว่าศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน
จะมีก็ดี ไม่มีก็ได้

| เหตุผลที่ศูนย์นันทนาการ ในโครงการ มีก็ดี ไม่มีก็ได้ | อันดับ 1 | | อันดับ 2 | | อันดับ 3 | | ไม่ถูกเลือก | | - รวม | | ค่า น้ำหนัก |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|----------|------------|------------|----------------|
| | จำ | คะ | จำ | คะ | จำ | คะ | จำ | คะ | จำ | คะ | |
| | นวน | แนน | นวน | แนน | นวน | แนน | นวน | แนน | นวน | แนน | |
| มีดีกว่าไม่มี โดยอาจไม่ได้ใช้ | 21 | 63 | 0 | 0 | 4 | 4 | 4 | 0 | 29 | 67 | 2.31 |
| ทำให้ราคาบ้านแพงโดยใช่เหตุ | 4 | 12 | 11 | 22 | 5 | 5 | 9 | 0 | 29 | 39 | 1.34 |
| ทำให้มีค่าใช้จ่ายมากขึ้น | 4 | 12 | 7 | 14 | 8 | 8 | 10 | 0 | 29 | 34 | 1.17 |
| อื่น ๆ | 0 | 0 | 3 | 6 | 1 | 1 | 25 | 0 | 29 | 7 | 0.24 |
| รวม | 29 | 87 | 21 | 42 | 18 | 18 | 48 | 0 | 116 | 197 | 5.06 |

ตาราง 4.28 ลำดับเหตุผลที่ผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการเห็นว่า
ศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจะมีก็ดี ไม่มีก็ได้

| เหตุผลที่ศูนย์นันทนาการ ในโครงการ มีก็ดี ไม่มีก็ได้ | อันดับ 1 | | อันดับ 2 | | อันดับ 3 | | ไม่ถูกเลือก | | รวม | | ค่า น้ำหนัก |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|-------------|----------|-----------|-----------|----------------|
| | จำ | คะ | จำ | คะ | จำ | คะ | จำ | คะ | จำ | คะ | |
| | นวน | แนน | นวน | แนน | นวน | แนน | นวน | แนน | นวน | แนน | |
| มีดีกว่าไม่มี โดยอาจไม่ได้ใช้ | 12 | 36 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 14 | 37 | 2.64 |
| ทำให้ราคาบ้านแพงโดยใช่เหตุ | 0 | 0 | 8 | 16 | 2 | 2 | 4 | 0 | 14 | 18 | 1.28 |
| ทำให้มีค่าใช้จ่ายมากขึ้น | 1 | 3 | 3 | 6 | 4 | 4 | 6 | 0 | 14 | 13 | 0.92 |
| อื่น ๆ | 1 | 3 | 1 | 2 | 0 | 0 | 12 | 0 | 14 | 5 | 0.35 |
| รวม | 14 | 42 | 12 | 24 | 7 | 7 | 23 | 0 | 56 | 73 | 5.19 |

ตาราง 4.29 ลำดับเหตุผลที่ผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการเห็นว่า
ศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจะมีก็ดี ไม่มีก็ได้

| เหตุผลที่ศูนย์นันทนาการ ในโครงการ มีก็ดี ไม่มีก็ได้ | อันดับ 1 | | อันดับ 2 | | อันดับ 3 | | ไม่ถูกเลือก | | รวม | | ค่า น้ำหนัก |
|--|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|----------|------------|-----------|----------------|
| | จำ | คะ | จำ | คะ | จำ | คะ | จำ | คะ | จำ | คะ | |
| | นวน | แนน | นวน | แนน | นวน | แนน | นวน | แนน | นวน | แนน | |
| มีดีกว่าไม่มี โดยอาจไม่ได้ใช้ | 30 | 90 | 0 | 0 | 5 | 5 | 4 | 0 | 39 | 95 | 2.43 |
| ทำให้ราคาบ้านแพงโดยใช่เหตุ | 6 | 18 | 17 | 34 | 1 | 1 | 15 | 0 | 39 | 53 | 1.35 |
| ทำให้มีค่าใช้จ่ายมากขึ้น | 2 | 6 | 11 | 22 | 14 | 14 | 12 | 0 | 39 | 42 | 1.07 |
| อื่น ๆ | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 38 | 0 | 39 | 3 | 0.07 |
| รวม | 39 | 117 | 28 | 56 | 20 | 20 | 69 | 0 | 156 | 73 | 4.92 |

เมื่อเปรียบเทียบค่าน้ำหนักของสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างไม่เห็นความสำคัญของศูนย์
 นันทนาการในโครงการมากนัก หรือเห็นว่า การมีศูนย์นันทนาการดีกว่าไม่มี แต่อาจไม่ได้ใช้
 พบว่า กลุ่มผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการให้ค่าน้ำหนักกับเหตุผลนี้มากที่สุด
 สุด ทั้งๆที่ได้ตัดสินใจซื้อและอยู่ในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการไปแล้ว แสดงว่า กลุ่มตัวอย่าง
 นี้ไม่มีพฤติกรรมที่จะใช้ศูนย์นันทนาการ แต่ซื้อบ้านเนื่องจากคุณสมบัติอื่นของโครงการ และ
 ถือว่าศูนย์นันทนาการเป็นเพียง "ของแถม" จากโครงการที่ไม่ได้มีความสำคัญอะไรนัก หรือ
 เป็นสินค้าที่ไม่ได้แสวงซื้อ (Unsought goods)⁷ อยู่แล้ว อันเป็นพฤติกรรมของมนุษย์ที่มี
 ความอยากในสิ่งที่ยังไม่จำเป็นต่อตนเอง หรือความต้องการโดยที่ยังไม่ได้คำนึงประโยชน์ที่แท้
 จริงของสิ่งนั้น⁸

ขณะที่กลุ่มผู้อยู่ในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ และ กลุ่มผู้คิดจะซื้อบ้าน มีค่า
 น้ำหนักของสาเหตุนี้รองลงมา เพราะไม่ได้คาดหวังว่าจะใช้ศูนย์นันทนาการนั้นมากนัก โดยมี
 ตัวแปรด้านราคาบ้านเป็นสิ่งสำคัญที่มาเปรียบเทียบให้ความสำคัญของศูนย์นันทนาการใน
 ทศนคติของกลุ่มตัวอย่างลดลงไป

ตาราง 4.30 เปรียบเทียบค่าน้ำหนักสาเหตุของสาเหตุของกลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าศูนย์นันทนาการในโครงการ
 หมู่บ้าน จะ มีก็ดี ไม่มีก็ได้

| เหตุผลที่ศูนย์นันทนาการ ในโครงการ มีก็ดี ไม่มีก็ได้ | ค่าน้ำหนัก | | |
|--|------------------|---------------------------------|------------------------------------|
| | ผู้คิดจะซื้อบ้าน | ผู้อยู่ในโครงการ ที่มีศูนย์ฯ | ผู้อยู่ในโครงการ ที่ไม่มีศูนย์ฯ |
| มีดีกว่าไม่มี โดยอาจไม่ได้ใช้ | 2.31 | 2.64 | 2.43 |
| ทำให้ราคาบ้านแพงโดยใช่เหตุ | 1.34 | 1.28 | 1.35 |
| ทำให้มีค่าใช้จ่ายมากขึ้น | 1.17 | 0.92 | 1.07 |
| อื่นๆ | 0.24 | 0.35 | 0.07 |
| รวม | 5.06 | 5.19 | 4.92 |

⁷ ดู Marketing Definitions: A Glossary of Marketing Terms. (Chicago: American Marketing Association, 1960) และดู Patrick
 E. Murphy and Ben M. Enis, "Classifying Products Strategically", *Journal of Marketing*, July 1986, p. 24-42.

⁸ Thomas J. Reynolds and Jonathan Gutman, "Laddering Theory, Method, Analysis, and Interpretation", *Journal of
 Advertising Research*, February-March 1988, P. 11-34.

3) ความเห็นว่า *ไม่ต้องมี* ศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรร

ส่วนความรู้สึกที่ปฏิเสธการมีศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้าน โดยไม่เห็นความสำคัญของศูนย์นันทนาการเลย กลุ่มผู้บริโภครู้สึกว่าให้ความเห็นนี้น้อยมาก หรือเพียง 2.3% ของแนวความคิดทั้งหมดเท่านั้น โดยกลุ่มผู้อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่ไม่มีศูนย์นันทนาการเห็นด้วยกับความเห็นนี้มากที่สุด โดยคิดเป็น 57.1% ของความเห็นนี้ทั้งหมด เพราะพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างนี้ไม่เลือกอยู่ในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการอยู่แล้ว จึงหาเหตุผลมาสนับสนุนความคิดของตนเอง หรือ ปลอดภัยตนเอง⁹ รองลงมาคือกลุ่มผู้คิดจะซื้อบ้าน 28.6% และสุดท้ายคือกลุ่มผู้ที่อยู่อาศัยในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ 14.3% ที่มีทัศนคติในแง่ลบต่อการมีศูนย์นันทนาการ แต่ทั้งหมดเป็นจำนวนที่น้อยมาก

โดยสาเหตุสำคัญที่สุด ที่ผู้บริโภครู้สึกว่าศูนย์นันทนาการไม่จำเป็นต่อโครงการหมู่บ้าน หรือไม่ต้องมีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านเลยนั้น คือ การมีศูนย์นันทนาการในโครงการจะทำให้เป็นปัญหาด้านการะรับผิดชอบดูแล โดยผู้คิดจะซื้อบ้านให้ค่าน้ำหนัก 2.5 และผู้อาศัยในโครงการที่มีและไม่มีศูนย์นันทนาการให้ค่าน้ำหนักในเหตุผลนี้อันดับหนึ่งเท่ากันคือ 3.0 โดยมีเหตุผลรองลงมาคือ ถ้ามีศูนย์นันทนาการจะทำให้มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น อันเป็นภาระผูกพันต่อคนในหมู่บ้าน ซึ่งผู้บริโภครู้สึกว่าสามประเภทต่างให้น้ำหนักเหตุผลนี้เป็นอันดับสอง แต่อย่างไรก็ดี เหตุผลดังกล่าวนี้ขึ้นอยู่กับ การดูแลรักษาและการบริหารโครงการหมู่บ้านด้วย (ดูตาราง 4.31 , 4.32 , 4.33)

ตาราง 4.31 ลำดับเหตุผลที่ผู้คิดจะซื้อบ้านเห็นว่า ศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน *ไม่ต้องมี*

| เหตุผลที่ศูนย์นันทนาการ ในโครงการ <i>ไม่ต้องมี</i> | อันดับ 1 | | อันดับ 2 | | อันดับ 3 | | ไม่ถูกเลือก | | รวม | | ค่า น้ำหนัก |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-------------|----------|----------|-----------|----------------|
| | จำ | คะ | จำ | คะ | จำ | คะ | จำ | คะ | จำ | คะ | |
| | นวน | แนน | นวน | แนน | นวน | แนน | นวน | แนน | นวน | แนน | |
| อาจเป็นแหล่งมั่วสุม | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 2 | 1 | 0.5 |
| อาจเป็นแหล่งทิ้งขยะ | 1 | 3 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 5 | 2.5 |
| มีปัญหาด้านการดูแล | 1 | 3 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 5 | 2.5 |
| อื่น ๆ | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 | 0 | 0.0 |
| รวม | 2 | 6 | 2 | 4 | 1 | 1 | 3 | 0 | 8 | 11 | 5.5 |

⁹ โยธิน สรรค์สันยุธะ และคณะ. จิตวิทยา. กรุงเทพมหานคร. ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ, 2533 หน้า 284-285.

ตาราง 4.32 ลำดับเหตุผลที่ผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการเห็นว่า ศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านไม่ต้องมี

| เหตุผลที่ศูนย์นันทนาการ ในโครงการ ไม่ต้องมี | อันดับ 1 | | อันดับ 2 | | อันดับ 3 | | ไม่ถูกเลือก | | รวม | | ค่า น้ำหนัก |
|--|---------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|-----------|-----------|-----------|----------------|
| | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | |
| | อาจเป็นแหล่งมั่วสุม | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | |
| อาจเป็นแหล่งทิ้งขยะ | 0 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 2 | 2.0 |
| มีปัญหาด้านภาวะดูแล | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 3 | 3.0 |
| อื่น ๆ | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0.0 |
| รวม | 1 | 3 | 1 | 2 | 0 | 0 | 2 | 0 | 4 | 5 | 5.0 |

ตาราง 4.33 ลำดับเหตุผลที่ผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการเห็นว่า ศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านไม่ต้องมี

| เหตุผลที่ศูนย์นันทนาการ ในโครงการ ไม่ต้องมี | อันดับ 1 | | อันดับ 2 | | อันดับ 3 | | ไม่ถูกเลือก | | รวม | | ค่า น้ำหนัก |
|--|---------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|-----------|-----------|-----------|----------------|
| | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | |
| | อาจเป็นแหล่งมั่วสุม | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 2 | 0 | 3 | |
| อาจเป็นแหล่งทิ้งขยะ | 0 | 0 | 2 | 4 | 0 | 0 | 1 | 0 | 3 | 4 | 1.33 |
| มีปัญหาด้านภาวะดูแล | 3 | 9 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 9 | 3.00 |
| อื่น ๆ | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 0.0 |
| รวม | 3 | 9 | 2 | 4 | 1 | 1 | 6 | 0 | 12 | 14 | 4.66 |

เมื่อเปรียบเทียบค่าน้ำหนักของสาเหตุ ที่กลุ่มตัวอย่างไม่เห็นความสำคัญของศูนย์นันทนาการในโครงการเลย หรือ เห็นว่าไม่ต้องมีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน พบว่า ผู้อยู่อาศัยทั้งในโครงการที่มีและไม่มีศูนย์นันทนาการให้ค่าน้ำหนักของสาเหตุการเป็นภาระดูแลสูงสุดเท่ากัน ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสองได้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านแล้ว จึงรับทราบความพอใจของตนภายหลังการซื้อ (Satisfaction) ที่มาจากความคาดหวัง (Expectation) และการปฏิบัติของผลิตภัณฑ์หรือของศูนย์นันทนาการ (Performance) แล้ว¹⁰ ส่วนผู้คิดจะซื้อบ้านให้ค่าน้ำหนักที่ไม่ต้องการศูนย์นันทนาการรองลงมา เพราะมาจากการคาดหวังเพียงอย่างเดียวโดยที่ยังไม่ได้พบกับความเป็นจริง

¹⁰ Priscilla A. La Barbara and David Mazursky, "A Longitudinal Assessment of Consumer Satisfaction / Dissatisfaction: The Dynamic Aspect of the Cognitive Process", *Journal of Marketing Research*, November 1983, P. 393-404.

ตาราง 4.34 เปรียบเทียบค่าน้ำหนักสาเหตุของกลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน **ไม่ต้องมี**

| เหตุผลที่ศูนย์นันทนาการ ในโครงการ มีก็ดี ไม่มีก็ได้ | ค่าน้ำหนัก | | |
|---|------------------|---------------------------------|------------------------------------|
| | ผู้คิดจะซื้อบ้าน | ผู้อยู่ในโครงการ ที่มีศูนย์ฯ | ผู้อยู่ในโครงการ ที่ไม่มีศูนย์ฯ |
| มีดีกว่าไม่มี โดยอาจไม่ได้ใช้ | 0.5 | 0.0 | 0.33 |
| ทำให้ราคาบ้านแพงโดยใช่เหตุ | 2.5 | 2.0 | 1.33 |
| ทำให้มีค่าใช้จ่ายมากขึ้น | 2.5 | 3.0 | 3.00 |
| อื่น ๆ | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| รวม | 5.5 | 5.0 | 4.66 |

ดังนั้นเมื่อเปรียบเทียบทัศนคติด้านความสำคัญของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน ทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเห็นถึงความสำคัญนี้ โดยผู้บริโภคเห็นว่าจำเป็นต่อการใช้เวลาว่างของครอบครัว ซึ่งทัศนคติที่เห็นถึงความสำคัญนี้จะสอดคล้องกับพฤติกรรมในการเลือกอยู่อาศัยในปัจจุบันคือ ยิ่งผู้บริโภคเห็นความสำคัญของศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านมากเท่าใด ก็มีความเป็นไปได้ที่จะอยู่ในโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่มีศูนย์นันทนาการเท่านั้น ซึ่งพิสูจน์ได้จากผู้อยู่อาศัยในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ ก็เห็นว่าศูนย์นันทนาการจำเป็นต้องมีในโครงการหมู่บ้านจัดสรรมากกว่า ผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ ซึ่งเป็นผู้ที่เห็นว่าศูนย์นันทนาการในโครงการจะมีหรือไม่มีก็ได้มากกว่าผู้บริโภคประเภทอื่น

ส่วนผู้ประกอบการที่ได้จัดเตรียมไว้ให้ก็เพื่อสนองตอบความสำคัญนี้โดยเห็นว่าเป็นการเพิ่มคุณภาพชีวิตให้กับผู้อยู่อาศัยได้ และแม้ว่าผู้ประกอบการบางโครงการไม่ได้จัดทำศูนย์นันทนาการไว้ให้ ก็ไม่ได้คิดว่าศูนย์นันทนาการไม่มีความจำเป็น แต่เป็นเพราะในระแวกใกล้เคียงโครงการของตน มีศูนย์นันทนาการอื่นรองรับความต้องการอยู่แล้ว ซึ่งต่อไปเป็นการวิเคราะห์ถึงผลกระทบด้านต่างๆที่เกิดขึ้นเมื่อมีศูนย์นันทนาการในโครงการ ทั้งในทัศนคติของผู้ประกอบการและผู้บริโภค

4.2.3 ผลต่อผู้ประกอบการ เมื่อไม่มีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน

ผลต่อผู้ประกอบการ เมื่อไม่มีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน ได้สอบถามเรื่องความเสียเปรียบที่อาจเกิดขึ้น และพบว่าผู้ประกอบการโครงการที่มีศูนย์นันทนาการส่วนใหญ่ เห็นว่าถ้าไม่มีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านแล้วจะทำให้เสียเปรียบโครงการที่มีหรือคิดเป็น 93.8% ของผู้ประกอบการประเภทนี้ ส่วนผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการก็ไม่ยอมรับว่า การไม่มีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน จะทำให้เสียเปรียบโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ หรือคิดเป็น 81.8% ของผู้ประกอบการประเภทนี้ จึงเห็นได้ว่าทั้งสองกลุ่มตัวอย่างมีความคิดที่ไม่สอดคล้องกัน หรือมีความคิดที่เข้าข้างการกระทำของตนเอง (Bias) ที่เห็นว่าสิ่งที่ได้กระทำนั้นถูกต้องแล้ว และมีเหตุผลรองรับการกระทำนั้น ซึ่งถือว่าอยู่ในข่ายของทฤษฎีจิตวิทยาการใช้เหตุผลเพื่อปลอบใจตนเอง¹¹

ตาราง 4.35 ทศนคติของผู้ประกอบการถึงความเสียเปรียบของโครงการเมื่อไม่มีศูนย์นันทนาการ

| การไม่มีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านทำให้ | ทัศนคติของผู้ประกอบการ | | รวม |
|--|----------------------------|----------------------------|---------------|
| | โครงการไม่มีศูนย์นันทนาการ | โครงการที่มีศูนย์นันทนาการ | |
| เสียเปรียบโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ | 2 (18.2) | 14 (93.3) | 16 (61.5) |
| ไม่เสียเปรียบโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ | 9 (81.8) | 1 (6.7) | 10 (38.5) |
| รวม | 11 (100.0) | 15 (100.0) | 26 (100.0) |

ซึ่งมีเหตุผลที่คิดว่าการไม่มีศูนย์นันทนาการจะทำให้โครงการเสียเปรียบหรือไม่เสียเปรียบดังนี้

4.2.3.1 สาเหตุที่ผู้ประกอบการเห็นว่าการไม่มีศูนย์นันทนาการในโครงการ เป็นการเสียเปรียบ

ผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านทั้งสองประเภทให้สาเหตุของการเสียเปรียบแตกต่างกันโดย ผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการ คิดว่าโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการจะเสียเปรียบ เนื่องมาจากการเสียเปรียบทางสภาพแวดล้อมเป็นหลัก ส่วนผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการที่คิดว่าโครงการของตนเสียเปรียบ เนื่องจากมีกลยุทธ์ทางการตลาดน้อยกว่าเท่านั้น

โดยผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการ เห็นว่าการไม่มีศูนย์นันทนาการในหมู่บ้านจะเสียเปรียบเป็นอันดับแรกคือ ทำให้สภาพแวดล้อมโครงการไม่ดีเท่าโครงการที่มีศูนย์

¹¹ โยธิน ศรรักษ์สินธุอะ และคณะ. อ่างแล้ว.

นันทนาการ โดยมีเปอร์เซ็นต์ความเห็นนี้ 50% เนื่องจากศูนย์นันทนาการเป็นสถานที่ที่มีจุดเด่นทางกายภาพและสถาปัตยกรรม และเป็นที่ใช้ประโยชน์จากสมาชิกในหมู่บ้านทำให้เกิดการดูแลรักษาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้คงสภาพความสวยงามเหมาะสมต่อการเป็นศูนย์รวมของสมาชิกในหมู่บ้าน ดังนั้นจึงสามารถช่วยเสริมสร้างบรรยากาศการอยู่อาศัยและสภาพแวดล้อมโครงการได้¹²

รองมาคือ การไม่มีศูนย์นันทนาการก็เสมือนขาดปัจจัยที่จะกระตุ้นการตลาดไปหนึ่งข้อ ทำให้มีสิ่งจูงใจลูกค้าต่ำกว่าโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ คิดเป็น 35.7% ต่อมาเป็นสาเหตุที่ทำให้โครงการมีองค์ประกอบชุมชนที่ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยต่ำกว่า หรือขาดสถานที่ออกกำลังกายอันเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตผู้อยู่อาศัยไป โดยมีเปอร์เซ็นต์ความเห็นนี้ 28.6%

ส่วนผู้ประกอบการของโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการทั้งหมด ที่คิดว่าการไม่มีศูนย์นันทนาการนั้นจะเสียเปรียบโครงการที่มีด้วยสาเหตุหลักคือ จะมีปัจจัยกระตุ้นทางการตลาดต่ำกว่า หรือมีสิ่งจูงใจน้อยกว่า รองมาคือเหตุผลที่การไม่มีศูนย์นันทนาการ ทำให้ขาดองค์ประกอบชุมชนที่เสริมคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น เพราะผู้อยู่อาศัยไม่มีสถานที่ออกกำลังกาย คิดเป็นความเห็น 50% ของผู้บริหารประเภทนี้

ตาราง 4.36 สาเหตุที่ผู้ประกอบการคิดว่าการไม่มีศูนย์นันทนาการทำให้โครงการเสียเปรียบ

| สาเหตุที่ผู้ประกอบการคิดว่าการไม่มีศูนย์นันทนาการทำให้โครงการเสียเปรียบ | ผู้ประกอบการ - มีศูนย์ฯ | | ผู้ประกอบการ - ไม่มีศูนย์ฯ | |
|---|-------------------------|-------------|----------------------------|-------------|
| | จำนวน n=14 | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน n=2 | เปอร์เซ็นต์ |
| มีองค์ประกอบชุมชนที่เสริมคุณภาพชีวิตต่ำกว่า | 4 | 28.6 | 1 | 50.0 |
| มีปัจจัยกระตุ้นทางการตลาดต่ำกว่า | 5 | 35.7 | 2 | 100.0 |
| ผู้บริโภครู้สึกถึงคุณภาพโครงการต่ำกว่า | 1 | 10.7 | 0 | 0.0 |
| สภาพแวดล้อมโครงการไม่ดีเท่าโครงการที่มีศูนย์ฯ | 7 | 50.0 | 0 | 0.0 |

4.2.3.2 สาเหตุที่ผู้ประกอบการเห็นว่าการไม่มีศูนย์นันทนาการในโครงการ ไม่เป็นการเสียเปรียบ

ผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านทั้งสองประเภทที่เห็นว่า การไม่มีศูนย์นันทนาการในโครงการไม่ทำให้โครงการนั้นเสียเปรียบ ให้เหตุผลหลักเดียวกันทั้งหมด หรือคิดเป็น 100% ของผู้ประกอบการทั้งสองโครงการ คือ โครงการนั้นมีปัจจัยกระตุ้นทางการตลาดอื่นๆเพียงพอแล้ว และเห็นว่าศูนย์

¹² George D. Butler. *Introduction to Community Recreation*, McGraw-Hill Company, Inc., 1959, P. 543.

น้ำหนักการของโครงการหมู่บ้านเป็นปัจจัยซื้อของผู้บริโภคที่ไม่สำคัญนัก (จากการวิเคราะห์ 4.2.1) จึงให้ความสำคัญกับปัจจัยกระตุ้นทางการตลาดของโครงการอย่างอื่นมากกว่า

ส่วนเหตุผลรองลงมา คือ ผู้ประกอบการเห็นว่ามีความคุ้มค่าในการอื่นในระแวกใกล้เคียงรองรับอยู่แล้ว โดยมาจาก 44.4% ของผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการและให้เหตุผลนี้ ซึ่งการสำรวจนี้เป็นการสำรวจโครงการที่อยู่ในทำเลที่อยู่อาศัยอันเป็นแหล่งชุมชนทั้งสิ้น ดังนั้นการมีศูนย์นันทนาการอยู่ย่อมเป็นเรื่องปกติ ทั้งศูนย์นันทนาการของเอกชนและที่อยู่ในโครงการหมู่บ้านจัดสรร (จากการสำรวจภาคสนาม) ผู้ประกอบการโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการจึงคิดว่าหากจัดสร้างศูนย์นันทนาการแล้ว อาจไม่มีผู้มาใช้งานมากนัก หรือใช้ไม่คุ้มกับค่าดูแลรักษาที่ต้องจ่ายไป

ดังนั้นสรุปได้ว่าผู้ประกอบการที่เห็นว่าโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ ไม่เสียเปรียบโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการ เพราะวิเคราะห์ถึงระดับความจำเป็นในการบริโภคผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคภายใต้ภาวะเศรษฐกิจถดถอย¹³ หรือวัดความสำคัญของศูนย์นันทนาการในด้านการตลาดต่อผู้บริโภคเท่านั้น ซึ่งพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับศูนย์นันทนาการของโครงการในระดับท้ายๆ ดังนั้นจึงปฏิเสธการจัดสร้างศูนย์นันทนาการในโครงการ แต่ยังมีได้คำนึงถึงคุณประโยชน์จากการมีศูนย์นันทนาการต่อผู้บริโภคหรือผู้อยู่อาศัยในด้านอื่นๆ

ซึ่งเห็นได้ว่า ที่ผู้ประกอบการโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการไม่ยอมรับว่าเสียเปรียบโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการ เนื่องจากผู้ประกอบการคิดว่าศูนย์นันทนาการเป็นปัจจัยทางการตลาดตัวหนึ่งเท่านั้น (Marketing Strategy) ไม่ได้คิดว่าศูนย์นันทนาการเป็นปัจจัยทางคุณภาพของโครงการ (Quality Factor)

ตาราง 437 สาเหตุที่ผู้ประกอบการคิดว่าการไม่มีศูนย์นันทนาการไม่ทำให้โครงการเสียเปรียบ

| สาเหตุที่ผู้ประกอบการคิดว่าการไม่มีศูนย์นันทนาการไม่ทำให้โครงการเสียเปรียบ | ผู้ประกอบการ - มีศูนย์ฯ | | ผู้ประกอบการ - ไม่มีศูนย์ฯ | |
|--|-------------------------|-------------|----------------------------|-------------|
| | จำนวน n=1 | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน n=9 | เปอร์เซ็นต์ |
| มีปัจจัยกระตุ้นการตลาดอื่น ๆ มากพอแล้ว | 1 | 100.0 | 9 | 100.0 |
| มีศูนย์นันทนาการในระแวกใกล้เคียงสามารถรองรับได้แล้ว | 0 | 0.0 | 4 | 44.4 |
| คิดว่าไม่จำเป็นต่อโครงการหมู่บ้าน | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |

¹³ สมคิด จาตุศรีพิทักษ์, คิด...จึงกลยุทธ์, บริษัท ซีอีอูเคชั่น จำกัด : กรุงเทพฯ) 2535, หน้า 76.

4.2.4 ผลต่อผู้บริโภค เมื่อมีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน

การศึกษาทัศนคติต่อโครงการหมู่บ้านจัดสรร เมื่อมีศูนย์นันทนาการในโครงการ เป็นการสำรวจความเห็นทั้งจากผู้คิดจะซื้อบ้าน ผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่มีศูนย์นันทนาการและ ผู้อยู่อาศัยในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ เพื่อทราบว่า กลุ่มผู้บริโภคเหล่านี้ตระหนักรับรู้ถึง ประโยชน์ของศูนย์นันทนาการอย่างไร ซึ่งพบว่า แม้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเห็นด้วยกับข้อดีต่างๆ ของศูนย์นันทนาการของโครงการ แต่ก็มีเพียงกลุ่มผู้คิดจะซื้อบ้านในปัจจุบัน กับกลุ่มที่ได้ตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ ที่เห็นด้วยอย่างชัดเจน ส่วนกลุ่มผู้ตัดสินใจอยู่ในโครงการที่ไม่มี ศูนย์นันทนาการจะเห็นด้วยในบางทัศนคติเท่านั้นโดยมีปริมาณความเห็นใกล้เคียงกับผู้ที่ไม่เห็นด้วย ทั้งนี้เป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างนี้ได้ตัดสินใจไปแล้วที่ไม่เลือกอยู่ในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ ดังนั้นจึง มีเหตุผลต่างๆเพื่อรองรับการตัดสินใจนั้นว่าถูกต้องแล้ว¹⁴ ซึ่งแจกแจงผลการวิเคราะห์ดังนี้

- 1) การมีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรทำให้ผู้อยู่อาศัยมีคุณภาพชีวิต ดีขึ้น เนื่องจากมีสถานที่รองรับด้านการพักผ่อนและออกกำลังกาย

ในทัศนคติเรื่อง "การมีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรทำให้ผู้อยู่อาศัยมี คุณภาพชีวิตดีขึ้น เนื่องจากมีสถานที่รองรับด้านการพักผ่อนและออกกำลังกาย"¹⁵ ผู้ต้องการ ซื้อบ้านเกือบทั้งหมดเห็นด้วย โดยคิดเป็น 98% เช่นเดียวกับผู้อยู่อาศัยในโครงการที่มีศูนย์ นันทนาการที่เห็นด้วย 97% แต่ในผู้อยู่อาศัยในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการมีไม่ถึงครึ่ง หนึ่ง หรือ 47% เท่านั้นที่เห็นด้วยกับศูนย์นันทนาการทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น ที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจาก ในการสำรวจที่ผ่านมาพบว่า ผู้คิดจะซื้อบ้านส่วนใหญ่ต่างคาดหวังว่าจะได้ใช้ บริการในศูนย์นันทนาการเมื่อซื้อบ้านแล้ว ส่วนผู้อยู่อาศัยในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการเอง ก็มีศูนย์นันทนาการอย่างชัดเจนที่จะรองรับการพักผ่อนและออกกำลังกาย จึงคิดว่าการมี ศูนย์นันทนาการทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น แต่ในผู้อยู่อาศัยโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ อาจมีที่อื่นรองรับความต้องการในจุดนี้ หรืออาจไม่ได้ใช้บริการที่ใดเลย ทำให้กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มนี้ไม่เห็นความสำคัญของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านด้านรองรับการออกกำลังกาย หรือขาดคุณภาพชีวิตไป แต่อีกส่วนหนึ่งหรือ 47% อาจเป็นผู้ที่ต้องการให้มีศูนย์ นันทนาการในหมู่บ้าน จึงเห็นด้วยกับข้อนี้และต้องการคุณภาพชีวิตที่ดีกว่า

¹⁴ โยธิน สรรค์สันยุธะ และคณะ. อ้างแล้ว.

¹⁵ George D. Butler. Ibid., P. 12-14.

2) การมีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรทำให้สภาพแวดล้อมโครงการดีกว่าโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระบุว่า "การมีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรทำให้สภาพแวดล้อมโครงการดีกว่าโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ" เนื่องจากศูนย์นันทนาการเป็นสถานที่ที่มีจุดเด่นทางกายภาพและสถาปัตยกรรม และเป็นที่ใช้ประโยชน์จากสมาชิกในหมู่บ้านทำให้เกิดการดูแลรักษาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้คงสภาพความสวยงามเหมาะสมต่อการเป็นศูนย์รวมของสมาชิกในหมู่บ้าน ดังนั้นจึงสามารถช่วยเสริมสร้างบรรยากาศการอยู่อาศัยและสภาพแวดล้อมโครงการได้¹⁶ โดยผู้ต้องการซื้อบ้านเห็นด้วยกับข้อนี้ 76% ขณะเดียวกันผู้อยู่อาศัยในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการเห็นด้วยกับข้อนี้ 83% ซึ่งเห็นได้ว่าทั้งผู้ต้องการซื้อบ้านและผู้อยู่อาศัยส่วนใหญ่จะเห็นด้วยกับข้อนี้ ในขณะที่ผู้อยู่อาศัยในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ 55% ของผู้อยู่อาศัยประเภทนี้เท่านั้นที่เห็นด้วย

ซึ่งความแตกต่างระหว่างสัดส่วนการเห็นด้วยในกลุ่มต่างๆนี้ อาจเนื่องมาจากผู้อยู่อาศัยที่มีศูนย์นันทนาการได้รับรู้กับโครงการของตนเองว่าศูนย์นันทนาการมีส่วนทำให้สภาพแวดล้อมโครงการดีขึ้นอย่างไร จึงมีผู้เห็นด้วยมากที่สุด ขณะที่ผู้ต้องการจะซื้อบ้าน อาจมาจากการคาดหวัง หรือการเปรียบเทียบโครงการทั้งแบบมีและไม่มีศูนย์นันทนาการ ว่าศูนย์นันทนาการจะช่วยเสริมด้านสภาพแวดล้อมอย่างไรแล้วคิดว่าศูนย์นันทนาการจำเป็นต่อโครงการอย่างไร ซึ่งอาจยังไม่เห็นถึงความจำเป็น จึงมีอันดับของการเห็นด้วยรองลงมา ขณะที่ผู้อยู่อาศัยในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการได้เลือกที่จะอยู่ในโครงการที่ไม่มีแล้ว ซึ่งอาจเลือกโครงการจำเป็นด้านปัจจัยอื่นหรือไม่ก็ตาม ทำให้สัดส่วนผู้ที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยค่อนข้างใกล้เคียงกัน แต่อย่างไรก็ดี สภาพแวดล้อมของโครงการที่ดีจะขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆด้วย เช่น มีระบบการดูแลรักษาโครงการที่ดี เป็นต้น

3) ศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านทำให้โครงการที่อยู่อาศัยนั้นน่าเชื่อถือ และมีคุณภาพ

ทัศนคติด้าน "การมีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน ทำให้โครงการที่อยู่อาศัยนั้นน่าเชื่อถือและมีคุณภาพ" ซึ่งมีผู้คิดจะซื้อบ้านเห็นชอบกับเหตุผลนี้ถึง 80% และผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่มีศูนย์นันทนาการ เห็นด้วย 65% เพราะเห็นว่าผู้ประกอบการได้ลงทุนในส่วนที่ไม่ใช่พื้นที่ขายเพื่อประโยชน์ต่อลูกค้าเอง ทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจและเชื่อมั่นว่าจะได้อยู่ในโครงการที่ดีมีคุณภาพ ซึ่งประเด็นนี้ ผู้อยู่อาศัยที่เห็นด้วยเพิ่มเติมว่า การที่

¹⁶ George D. Butler. Ibid., P. 543.

โครงการสามารถเสนอศูนย์นันทนาการให้ได้ นั่น แสดงว่าผู้บริหารจะต้องมีการบริหารจัดการต่อไปด้วย แต่สำหรับผู้อยู่อาศัยที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ เห็นด้วยกับข้อนี้เพียง 27% เท่านั้น แสดงส่วนใหญ่ไม่คิดว่าการมีศูนย์นันทนาการจะสามารถแสดงถึงคุณภาพโครงการได้ และไม่ใช่เป็นปัจจัยที่จะตัดสินคุณภาพโครงการ

4) การมีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านทำให้เป็นโครงการที่อยู่อาศัยอย่างสมบูรณ์เพราะมีอาศัยประกอบชุมชนเพียบพร้อม

ทัศนคติด้าน "การมีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านทำให้เป็นโครงการที่อยู่อาศัยอย่างสมบูรณ์แบบ เพราะมีอาศัยประกอบชุมชนเพียบพร้อม" มีผู้เห็นด้วยเป็นส่วนใหญ่คือ ผู้ต้องการจะซื้อบ้าน และผู้อยู่อาศัยในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ โดยมีผู้เห็นด้วย 87% และ 84% ตามประเภทกลุ่มตัวอย่างตามลำดับ ทั้งนี้เพราะศูนย์นันทนาการเป็นสถานที่รองรับการพักผ่อน จึงเป็นองค์ประกอบชุมชนอย่างหนึ่งที่ ทำให้โครงการที่อยู่อาศัยสมบูรณ์ขึ้น¹⁷ ขณะที่สัดส่วนของผู้ที่เห็นด้วยที่อยู่อาศัยในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการมี 56% ซึ่งแม้ว่าในกลุ่มนี้จะมีผู้เห็นด้วยมากกว่าผู้ที่ไม่เห็นด้วย แต่เมื่อเทียบกับจำนวนของผู้คิดจะซื้อบ้าน และผู้อยู่อาศัยในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการแล้ว ผู้เห็นด้วยที่อยู่อาศัยในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการก็จะน้อยกว่ามาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เห็นด้วยที่อยู่ในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ อาจไม่รู้สึกรว่าขาดความสมบูรณ์ของโครงการไป หรือ เห็นว่าหน้าที่สำคัญของหมู่บ้าน คือการอยู่อาศัยเท่านั้น

5) การมีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรร ทำให้ราคาขายของบ้านสูงขึ้น เนื่องจากต้นทุนสูงขึ้น

ทัศนคติเรื่อง "การเสนอศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรร ทำให้ราคาขายของบ้านสูงขึ้น เนื่องจากต้นทุนสูงขึ้น" ในข้อนี้มีสัดส่วนของการเห็นด้วยจากกลุ่มตัวอย่างได้เฉลี่ยกันตามลำดับดังนี้ จากกลุ่มผู้คิดจะซื้อบ้าน 67% ผู้อยู่อาศัยในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ 57% และผู้อยู่อาศัยในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ 49% ทั้งนี้เป็นไปได้ว่าผู้คิดจะซื้อบ้านได้เปรียบเทียบราคา หรือเล็งเห็นจากภาพพจน์โครงการ โดยคิดในหลักความจริงว่า เมื่อมีส่วนบริการเพิ่มเติมพิเศษย่อมมีต้นทุนเพิ่มขึ้น ราคาขายย่อมสูงขึ้นด้วย :ซึ่งเป็นไปตามความสัมพันธ์ของรายรับรายจ่าย¹⁸ ผู้ประกอบการจึงได้บวกรายจ่ายที่มาจากกรลง

¹⁷ Seymour M. Gold. Recreation Planning and Design. McGraw-Hill Book Company 1980, P.22-28.

¹⁸ Ernest I. Hanson, James C. Hamre, Paul H. Walgenbach Financial Accounting. Harcourt Brace & Company,

ทุนในศูนย์นันทนาการอยู่ในราคาบ้านแล้ว แต่ผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการกลับไม่คิดว่าตนซื้อบ้านในราคาที่ต่ำกว่าในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการ เนื่องจากเห็นว่า โครงการที่มีศูนย์นันทนาการ และไม่มีศูนย์นันทนาการต่างมีข้อเด่นข้อด้อยเฉพาะตัวที่แตกต่างกันไป และโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการมีข้อดีที่สามารถชดเชยการไม่มีศูนย์นันทนาการได้อย่างเพียงพอแล้ว ทำให้ระดับราคาของโครงการใกล้เคียงกัน

6) การมีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านเป็นโฆษณาชวนเชื่อของผู้ประกอบการ
ทัศนคติเรื่อง "การเสนอศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรเป็นการโฆษณาชวนเชื่อของผู้ประกอบการ" ในข้อนี้มีผู้เห็นด้วยจากน้อยไปหามากตามลำดับ ดังนี้ ผู้ต้องการซื้อบ้านเห็นด้วย 49% ผู้อยู่อาศัยในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ เห็นด้วย 50% และผู้อยู่อาศัยในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการเห็นด้วย 62% จะเห็นได้ว่า เปรอร์เซนต์แนวโน้มของผู้ตอบในกลุ่มผู้ต้องการซื้อบ้าน และผู้อยู่อาศัยในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการใกล้เคียงกันมาก คือครึ่งหนึ่งที่เห็นด้วยกับข้อนี้หรือคิดว่าผู้ประกอบการยกเรื่องศูนย์นันทนาการมาเพียงเพื่อโฆษณาโครงการเท่านั้น ซึ่งอาจมีการจัดสร้าง หรือ การจัดการที่ติดต่อไปหรือไม่ ก็ยังไม่ทราบอนาคต ส่วนผู้อยู่อาศัยบางโครงการที่สำรวจมา พบว่า ก่อนซื้อบ้านผู้ประกอบการสัญญาว่าจะจัดสร้างให้ แต่เมื่อเข้าอยู่อาศัยแล้ว กลับต้องมีการเรียกร้องทวงสัญญานั้น จึงมีภาพพจน์และความรู้สึกที่ไม่ดีต่อศูนย์นันทนาการ ซึ่งที่จริงแล้ว การสร้างศูนย์นันทนาการไม่ได้มีการบัญญัติเป็นบทกฎหมาย แต่มีเพียงให้โครงการที่อยู่อาศัยต้องมีพื้นที่เพื่อสาธารณะ 5% ของโครงการเท่านั้น¹⁹ ดังนั้น การมีศูนย์นันทนาการจะเป็นเพียงแค่คำให้สัญญาจากผู้ประกอบการ เท่านั้น²⁰ และสำหรับผู้อยู่อาศัยในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการที่มีผู้เห็นด้วยกับการเห็นว่าศูนย์นันทนาการเป็นการโฆษณาชวนเชื่อมากที่สุด ที่เชื่อว่าไม่สามารถยึดถือกับคำมั่นใดของผู้ประกอบการได้

7) การเสนอศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรทำให้เกิดแหล่งเสื่อมโทรมของหมู่บ้าน

ทัศนคติเรื่อง "การเสนอศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรทำให้เกิดแหล่งเสื่อมโทรมของหมู่บ้าน" ซึ่งมีผู้คิดจะซื้อบ้านเห็นด้วยกับข้อนี้เพียง 9% เท่านั้น ใกล้เคียงกับผู้อยู่อาศัยในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการที่เห็นด้วย 10% ขณะที่ผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการเห็นด้วยถึง 42% โดยผู้อยู่อาศัยในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ

¹⁹ พรบ.จัดสรรที่ดิน พ.ศ. 2535.

²⁰ George Torikildsen, *Leisure and Recreation Management*. E & FN SPON, 1992.

นี้ให้เหตุผลว่า ถ้ามีโอกาสจะเป็นแหล่งมั่วสุมของคนที่อยู่ว่าง (งาน) หรือสัตว์พเนจรได้ หรืออาจเป็นที่ทิ้งขยะ ทำให้เกิดสถานที่รกร้างของหมู่บ้านได้ ส่วนผู้อยู่อาศัยในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการเห็นว่า สถานที่เช่นนี้อาจเป็นแหล่งเสื่อมโทรมได้ หากไม่มีการใช้บริการในศูนย์นันทนาการนั้น หรือถ้าไม่มีการดูแลรักษาที่ดีพอ²¹ ซึ่งผู้คิดจะซื้อบ้านและผู้อยู่อาศัยในโครงการส่วนใหญ่คาดหวังว่าจะได้ใช้ศูนย์นันทนาการ และมีการดูแลรักษาศูนย์นันทนาการนั้นอยู่แล้ว กลุ่มตัวอย่างนี้เห็นว่า ศูนย์นันทนาการจะเป็นแหล่งเสื่อมโทรมได้จึงมีน้อย

8) การเสนอศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรทำให้ผู้อยู่อาศัยได้เปรียบ ผู้อยู่อาศัยในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการเรื่องสถานที่รองรับด้านการออกกำลังกายทัศนคติเรื่อง "การเสนอศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรทำให้ผู้อยู่อาศัยได้เปรียบผู้อยู่อาศัยในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ" เนื่องจากมีสถานที่รองรับด้านการออกกำลังกาย หรือไม่ต้องเดินทางไปออกกำลังกายอื่น โดยในข้อนี้ทั้งสามกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยเป็นส่วนมาก โดยผู้คิดจะซื้อบ้านเห็นด้วย 82% ผู้อยู่อาศัยในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการเห็นด้วย 83% ผู้อยู่อาศัยในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการเห็นด้วย 70% ทั้งนี้ทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่างรับรู้ในหน้าที่ (Function) โดยตรงของศูนย์นันทนาการว่า เป็นสถานที่ที่ทำให้เกิดกิจกรรมในยามว่าง ที่บุคคลมาใช้เพื่อหวังจะได้รับความสะดวก และสนุกสนานจากการร่วมกิจกรรม²² ซึ่งกิจกรรมต่างๆในยามว่างจะอยู่ในเรื่องของการพักผ่อน ความสนุกสนาน และกีฬาเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นจึงอยู่แค่ประเด็นที่ว่าผู้ที่อยู่ในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการได้เปรียบมากกว่าหรือไม่เท่านั้น และคำตอบก็ขึ้นอยู่กับว่านอกจากศูนย์นันทนาการในหมู่บ้านแล้ว กลุ่มตัวอย่างได้ใช้ที่อื่นหรือแสวงหาใช้ที่อื่นเพิ่มเติมหรือไม่ จึงรู้สึกถึงการได้เปรียบที่ไม่ต้องแสวงหาอีก หรือไม่รู้สึกได้เปรียบเพราะไม่ได้ใช้ศูนย์นันทนาการของโครงการอยู่แล้ว

ดังนั้นสามารถสรุปผลกระทบต่อโครงการหมู่บ้านทั้งในทัศนคติของผู้ประกอบการและผู้บริโภคได้ว่า การมีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจะทำให้เกิดผลดี เช่น ทำให้ผู้อยู่อาศัยมีคุณภาพชีวิตดีขึ้น เพราะมีสถานที่รองรับด้านการพักผ่อนและออกกำลังกาย , เป็นสถานที่ที่สามารถส่งเสริมสภาพแวดล้อมโครงการให้ดีกว่าโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการได้ , ทำให้โครงการที่อยู่อาศัยนั้นเป็นโครงการที่สมบูรณ์แบบเพราะมีองค์ประกอบชุมชนเพียบพร้อม , และทำให้ผู้อยู่อาศัยในโครงการได้เปรียบเรื่องสถานที่ออกกำลังกาย เพราะไม่ต้องเดินทางไปสถานที่ออกกำลังกายอื่น โดยไม่

²¹ Seymour M. Gold. Ibid., P.22-28.

²² คณิต เขียววิชัย, หลักนันทนาการ, โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร, วิชาเขตพระราชวังสนามจันทร์: นครปฐม, 2534, หน้า 13.

อย่างไรก็ดี ยังมีทัศนคติที่ยังไม่สามารถตัดสินใจได้ว่าความเห็นดังกล่าวถูกยอมรับหรือไม่ เช่น การมีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านทำให้โครงการนั้นน่าเชื่อถือและมีคุณภาพ , ทำให้ราคาขายของบ้านสูงขึ้นเพราะต้นทุนสูงขึ้น , หรือเป็นโฆษณาชวนเชื่อของผู้ประกอบการหรือไม่

และผู้ที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการเอง ก็ยอมรับอย่างชัดเจนแค่เรื่องเสียเปรียบด้านสถานที่ออกกำลังกายเท่านั้น แต่ในทัศนคติข้อดีของศูนย์นันทนาการอื่นๆ จะมีเปอร์เซ็นต์ที่เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยใกล้เคียงกัน ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างนี้เห็นความสำคัญของศูนย์นันทนาการที่จำเป็นต่อชีวิตของตนน้อยที่สุด (จากการศึกษาวิเคราะห์ 4.2.2) และส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมที่ไม่เลือกอยู่ในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการด้วย ดังนั้นจึงไม่เห็นถึงประโยชน์อื่นๆของศูนย์นันทนาการที่มีผลต่อโครงการหมู่บ้าน เว้นแต่คุณสมบัตินี้ของศูนย์นันทนาการที่เห็นได้อย่างชัดเจนเท่านั้น

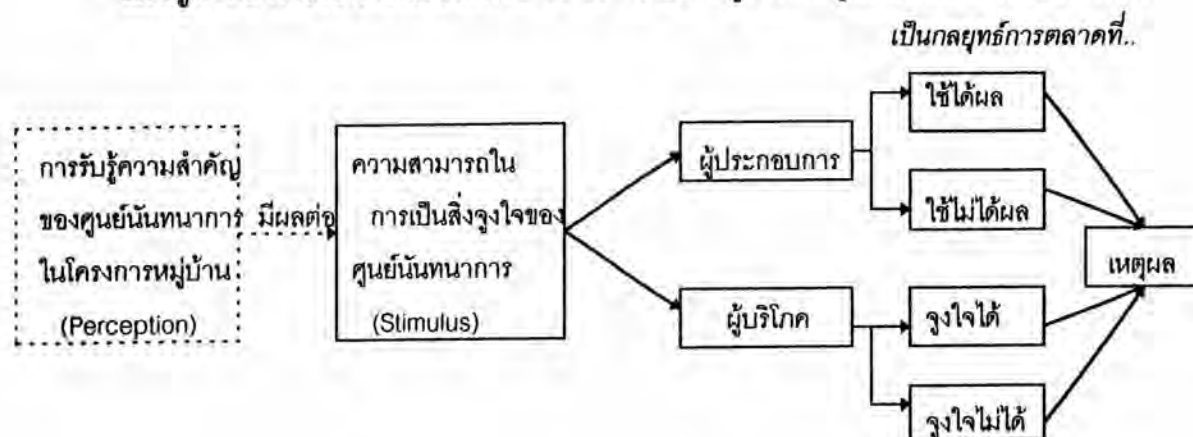
ตาราง 4.38 ทัศนคติที่ผู้บริโภคมีต่อโครงการหมู่บ้านเมื่อมีศูนย์นันทนาการในโครงการ

| การมีศูนย์นันทนาการ ในโครงการหมู่บ้าน ทำให้..... | ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง | | | | | | | | |
|--|-------------------------|-----------------|---------------------|-----------------|-------------------------|-----------------|--------------|-----------------|-------|
| | ผู้คิดจะซื้อบ้าน | | ผู้อาศัย - มีศูนย์ฯ | | ผู้อาศัย - ไม่ มีศูนย์ฯ | | รวม | | |
| | เห็น ด้วย | ไม่เห็น ด้วย | เห็น ด้วย | ไม่เห็น ด้วย | เห็น ด้วย | ไม่เห็น ด้วย | เห็น ด้วย | ไม่เห็น ด้วย | รวม |
| ผู้อยู่อาศัยมีคุณภาพชีวิตดีขึ้น | 98 | 2 | 97 | 3 | 47 | 53 | 242 | 58 | 300 |
| เพราะมีสถานที่ออกกำลังกาย | 98.0 | 2.0 | 97.0 | 3.0 | 47.0 | 53.0 | (80.7) | (19.3) | (100) |
| สภาพแวดล้อมโครงการดีกว่า | 76 | 24 | 83 | 17 | 55 | 45 | 214 | 86 | 300 |
| โครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ | 76.0 | 24.0 | 83.0 | 17.0 | 55.0 | 45.0 | (71.3) | (28.7) | (100) |
| โครงการที่อยู่อาศัย | 80 | 20 | 65 | 35 | 27 | 73 | 172 | 128 | 300 |
| น่าเชื่อถือและมีคุณภาพ | 80.0 | 20.0 | 65.0 | 35.0 | 27.0 | 73.0 | (57.3) | (42.7) | (100) |
| โครงการที่อยู่อาศัยสมบูรณ์แบบ | 87 | 13 | 84 | 16 | 56 | 44 | 227 | 73 | 300 |
| เพราะมีองค์ประกอบชุมชน | 87.0 | 13.0 | 84.0 | 16.0 | 56.0 | 44.0 | (75.7) | (24.3) | (100) |
| ราคาขายของบ้านสูงขึ้นเพราะ | 67 | 33 | 57 | 43 | 49 | 51 | 173 | 127 | 300 |
| ต้นทุนสูงขึ้น | 67.0 | 33.0 | 57.0 | 43.0 | 49.0 | 51.0 | (57.7) | (42.3) | (100) |
| เป็นการโฆษณาชวนเชื่อของ | 49 | 51 | 50 | 50 | 62 | 38 | 161 | 139 | 300 |
| ผู้ประกอบการ | 49.0 | 51.0 | 50.0 | 50.0 | 62.0 | 38.0 | (53.7) | (46.3) | (100) |
| เกิดแหล่งเสื่อมโทรม , | 9 | 91 | 10 | 90 | 42 | 58 | 61 | 239 | 300 |
| เป็นที่ทิ้งขยะของหมู่บ้าน | 9.0 | 91.0 | 10.0 | 90.0 | 42.0 | 58.0 | (20.3) | (79.7) | (100) |
| ผู้อยู่อาศัยได้เปรียบเรื่องสถานที่ | 82 | 18 | 83 | 17 | 70 | 30 | 235 | 65 | 300 |
| ออกกำลังกาย | 82.0 | 18.0 | 83.0 | 17.0 | 70.0 | 30.0 | (78.3) | (21.7) | (100) |

4.3 ความสามารถในการเป็นสิ่งจูงใจของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน (Stimulus)

จากการวิเคราะห์การรับรู้ความสำคัญของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน พบว่ามีผลต่อการใช้เป็นกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการ และทัศนคติการเป็นสิ่งจูงใจในการซื้อบ้านของกลุ่มผู้บริโภค โดยจะทำการวิเคราะห์ต่อไปดังแสดงในแผนภูมिนี้

แผนภูมิ 4.2 การวิเคราะห์ความสามารถในการเป็นสิ่งจูงใจของศูนย์นันทนาการในโครงการ



4.3.1 ความสามารถในการเป็นสิ่งจูงใจของศูนย์นันทนาการในทัศนคติของผู้ประกอบการ
ได้วิเคราะห์ถึงความสามารถในการเป็นสิ่งจูงใจของศูนย์นันทนาการ ในทัศนคติของผู้
ประกอบการ ว่าสามารถใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดได้ผลอย่างไร ซึ่งพบว่า

4.3.1.1 ทัศนคติที่ศูนย์นันทนาการสามารถเป็นกลยุทธ์การตลาดอย่างได้ผล

ผู้บริหารโครงการทั้งแบบโครงการที่มีศูนย์นันทนาการและไม่มีศูนย์นันทนาการส่วนใหญ่หรือคิดเป็น 76.9% ของทั้งหมด เห็นว่าศูนย์นันทนาการในโครงการสามารถเห็นกลยุทธ์การตลาดที่ใช้ได้ผล โดยมาจากผู้ประกอบการโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ 73.3% และผู้ประกอบการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการในโครงการ 81.8% ของผู้ประกอบการแต่ละประเภท

ทั้งนี้เพราะเห็นว่าศูนย์นันทนาการสามารถเป็นสิ่งจูงใจผู้บริโภคให้สนใจโครงการได้เท่านั้น หรือถือว่า การมีศูนย์นันทนาการในโครงการทำให้เกิดสภาพแวดล้อมที่จัดได้ว่าเป็นสิ่งเร้าสิ่งหนึ่งที่สร้างความพอใจให้กับผู้บริโภค²³ แต่จะไม่ใช่ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ เพราะยังมีความจำเป็นในด้านอื่น ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากกว่าศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน ซึ่งก็ต้องพิจารณาการซื้อตามความสำคัญของความจำเป็นก่อน²⁴ โดยมีผู้ให้เหตุผลนี้ทั้งหมด 55% มาจากผู้ประกอบการ

²³ David Loudon and Albert J. Della Bitta. *Consumer Behavior: Concepts and Applications*. Third Edition. Fongs+Sons Printers Pet Ltd., 1988.

²⁴ Philip Kotler. *Marketing Management*. Prentice-Hall Inc. 1994, page 197.

โครงการที่มีศูนย์นันทนาการ 45.5% และผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ 66.7% ของแต่ละประเภทผู้ประกอบการ

โดยมีเหตุผลรองลงมา คือ การมีศูนย์นันทนาการสามารถเป็นสิ่งที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นด้านคุณภาพโครงการได้ เนื่องจากศูนย์นันทนาการเป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบชุมชน ที่ถ้ามีจะทำให้ผู้บริโภคเห็นว่าเป็นโครงการที่มีองค์ประกอบครบและมีความสมบูรณ์ในตัวโครงการเอง ก่อให้เกิดคุณภาพโครงการได้ ซึ่งมีเปอร์เซ็นต์ความเห็นทั้งหมด 45% มาจากผู้ประกอบการโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ 45.5% และผู้ประกอบการโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ 44.4% ของแต่ละประเภทผู้ประกอบการ และเหตุผลที่สามคือ เพราะตรงกับความต้องการของผู้บริโภคอยู่แล้ว โดยมีเปอร์เซ็นต์ความเห็น 25%

ดังนั้นสรุปสาเหตุที่ผู้ประกอบการเห็นว่าศูนย์นันทนาการสามารถใช้เป็นกลยุทธ์การตลาดได้ เพราะคิดว่าศูนย์นันทนาการสามารถทำให้ผู้บริโภครับรู้และสนใจในโครงการได้เป็นหลัก (Stimulus) และเห็นว่าการมีศูนย์นันทนาการสามารถไปกระตุ้นทัศนคติของผู้บริโภคที่มีอยู่ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพเป็นรอง (Attitude) ส่วนการที่เป็นกลยุทธ์ได้เพราะตรงกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Behavior) เป็นสาเหตุสุดท้าย

ตาราง 4.39 ทัศนคติการใช้ศูนย์นันทนาการเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการ

| การใช้ศูนย์นันทนาการเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด | ผู้ประกอบการโครงการมีศูนย์นันทนาการ | ผู้ประกอบการโครงการไม่มีศูนย์นันทนาการ | รวม |
|---|-------------------------------------|--|---------------|
| ใช้เป็นกลยุทธ์อย่างได้ผล | 11 (73.3) | 9 (81.8) | 20 (76.9) |
| ใช้เป็นกลยุทธ์อย่างไม่ได้ผล | 4 (26.7) | 2 (18.2) | 6 (23.0) |
| รวม | 15 (100.0) | 11 (100.0) | 26 (100.0) |

ตาราง 4.40 สาเหตุที่ศูนย์นันทนาการสามารถเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างได้ผล

| สาเหตุที่ศูนย์นันทนาการใช้เป็นกลยุทธ์การตลาดได้ผล | ผู้ประกอบการโครงการมีศูนย์ฯ | | ผู้ประกอบการโครงการไม่มีศูนย์ฯ | | รวม | |
|---|-----------------------------|-------------|--------------------------------|-------------|---------------|-------------|
| | จำนวน n=11 | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน n=9 | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน n=20 | เปอร์เซ็นต์ |
| สร้างความเชื่อมั่นด้านคุณภาพโครงการ | 5 | 45.5 | 4 | 44.4 | 9 | 45.0 |
| ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค | 3 | 27.8 | 2 | 22.2 | 5 | 25.0 |
| เป็นสิ่งจูงใจ แต่ไม่ใช่ปัจจัยการตัดสินใจ | 5 | 45.5 | 6 | 66.7 | 11 | 55.0 |
| อื่น ๆ | 1 | 9.1 | 1 | 11.1 | 2 | 10.0 |

4.3.1.2 ทักษะที่ศูนย์นันทนาการไม่สามารถเป็นกลยุทธ์การตลาดอย่างได้ผล

สำหรับผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านอีก 23% ที่เห็นว่า ศูนย์นันทนาการไม่สามารถใช้เป็นกลยุทธ์การตลาดที่ใช้ได้ผล โดยมาจากผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้าน ที่มีศูนย์นันทนาการ 26.7% และผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ 18.2% ของแต่ละประเภทโครงการ มีเหตุผลว่า เพราะศูนย์นันทนาการเป็นปัจจัยดึงดูดการตลาดน้อยมากเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่น คิดเป็น 100% ของทั้งสองประเภทโครงการที่ให้เหตุผลนี้ โดยผู้ประกอบการโครงการที่มีศูนย์นันทนาการที่มีความเห็นนี้ ให้เหตุผลเพิ่มเติมว่า ศูนย์นันทนาการเป็นสิ่งที่ต้องมีให้ในโครงการเป็นพื้นฐานในการทำโครงการอยู่แล้ว จึงไม่ได้คิดว่าศูนย์นันทนาการจะเป็นกลยุทธ์การตลาดแต่อย่างใด

ดังนั้นสามารถสรุปเหตุผลสำคัญ ที่ทั้งสองประเภทโครงการหมู่บ้านให้เหตุผลที่ศูนย์นันทนาการไม่สามารถเป็นกลยุทธ์การตลาดได้ว่า ผู้ประกอบการได้เรียงลำดับความสำคัญ (Hierarchical) ปัจจัยดึงดูดผู้บริโภค²⁵ แล้วพบว่าศูนย์นันทนาการสามารถดึงดูดได้น้อยกว่าปัจจัยอื่น ซึ่งเป็นการประเมินทัศนคติของผู้บริโภค แต่ผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการจะให้เหตุผลด้านมาตรฐานของโครงการด้วย คือ ถือเป็นผลิตภัณฑ์ควบ (Augment Product)²⁶ ที่ผู้ประกอบการต้องเตรียมให้กับลูกค้าอยู่แล้ว จึงไม่ได้คิดถึงศูนย์นันทนาการในแง่การตลาดเท่าใดนัก

ตาราง 4.41 สาเหตุที่ศูนย์นันทนาการไม่สามารถใช้เป็นกลยุทธ์ทางการอย่างได้ผล

| สาเหตุที่ศูนย์นันทนาการ ไม่สามารถเป็นกลยุทธ์การ | ผู้ประกอบการโครงการ มีศูนย์ฯ | | ผู้ประกอบการโครงการ ไม่มีศูนย์ฯ | | รวม | |
|---|---------------------------------|-------------|------------------------------------|-------------|--------------|-------------|
| | จำนวน n=2 | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน n=2 | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน n=4 | เปอร์เซ็นต์ |
| ศูนย์นันทนาการเป็นปัจจัยดึงดูดทางการ ตลาดน้อยมาก เมื่อเทียบกับปัจจัยอื่น | 2 | 100.0 | 2 | 100.0 | 4 | 100.0 |
| ผู้อยู่อาศัยไม่ได้ใช้ศูนย์นันทนาการ | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| อื่นๆ | 2 | 100.0 | 0 | 0.0 | 2 | 50.0 |

²⁵ Philip Kotler. Marketing Management, Prentice-Hall, Inc. 1994, p. 378.

²⁶ หมายความว่า Philip Kotler. Ibid., p. 432-433.

4.3.2 ความสามารถในการเป็นสิ่งจูงใจของศูนย์นันทนาการในทัศนคติของผู้บริโภค

ได้วิเคราะห์ทัศนคติของผู้บริโภคกลุ่มต่างๆว่า ศูนย์นันทนาการสามารถเป็นสิ่งจูงใจในการพิจารณาซื้อบ้านได้หรือไม่อย่างไร ซึ่งพบว่า

4.3.2.1 ทัศนคติที่ศูนย์นันทนาการ สามารถเป็นสิ่งจูงใจ ในการตัดสินใจซื้อบ้านได้

ในการสำรวจพบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรสามารถเป็นสิ่งจูงใจ เราความรู้สึกให้กลุ่มตัวอย่างสนใจในโครงการหมู่บ้านนั้นได้ทั้งหมด 75.3% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยมาจาก 85% ของจำนวนผู้คิดจะซื้อบ้าน , 80% ของผู้อยู่อาศัยในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ และ 61% ของผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านประเภทนี้ ที่เห็นว่าศูนย์นันทนาการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ทั้งนี้สาเหตุหลักที่กลุ่มตัวอย่างได้รับแรงจูงใจ มาจากการรับรู้ความสำคัญของศูนย์นันทนาการ หรือ ได้จัดระเบียบและตีความหมายในข้อดีต่างๆของศูนย์นันทนาการ แล้วเชื่อว่าข้อมูลต่างๆเหล่านี้เป็นจริง²⁷ ซึ่งให้เหตุผลการรับรู้ว่า ศูนย์นันทนาการเป็นองค์ประกอบชุมชนที่ทำให้ที่อยู่อาศัยสมบูรณ์ขึ้น เพราะมีกิจกรรมอื่นๆนอกเหนือจากการอยู่อาศัยเพียงอย่างเดียว ซึ่งโดยปกติแล้วไม่มีกฎหมายหรือข้อบัญญัติใดมารองรับว่าจะต้องมีศูนย์นันทนาการในโครงการ เพียงแต่ให้กันเนื้อที่ส่วนหนึ่งเพื่อเป็นสาธารณประโยชน์เท่านั้น²⁸ จึงขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการว่าจะจัดเตรียมศูนย์นันทนาการให้กับโครงการหรือไม่ โดยมีผู้ให้เหตุผลนี้ 76.5% ของทั้งหมด ซึ่งมาจากกลุ่มผู้คิดจะซื้อบ้าน 71.8% กลุ่มผู้อยู่อาศัยในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ 75.0% และ กลุ่มผู้อยู่อาศัยในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ 85.2% ของจำนวนทั้งหมดในแต่ละกลุ่มตัวอย่างนั้น

ส่วนเหตุผลรองลงมาที่การเสนอศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านสามารถเป็นสิ่งจูงใจในการซื้อบ้านได้นั้น เป็นผลมาจากความต้องการทางพฤติกรรม หรือเป็นปัจจัยกระตุ้นส่วนบุคคล (Personal Factors)²⁹ ที่กลุ่มตัวอย่างมีรูปแบบการดำรงชีวิต (Life style) ที่ต้องการใช้บริการในศูนย์นันทนาการอยู่แล้ว โดยมีผู้ให้ความเห็นนี้ 64.6% ของผู้บริโภคทั้งหมด ซึ่งกลุ่มผู้คิดจะซื้อบ้านคาดหวังว่าจะใช้บริการ 76.6% กลุ่มผู้อยู่อาศัยในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการต้องการจะใช้บริการ 56.3% และ กลุ่มผู้อยู่อาศัยในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการให้เหตุผลนี้ 69.0%

²⁷ Bernard Berelson and Gary A. Steiner, *Human Behavior: An Inventory of Scientific Findings*. New York: Harcourt Brace Jovanovich, 1964, p. 88.

²⁸ พ.ร.บ.จัดสรรที่ดิน พ.ศ. 2535 ออกความต่อเนื่องจากประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 286.

²⁹ ศิริวรรณ เจริญพันธ์, ปริญ ลักขิตานนท์, ศุภร เจริญพันธ์, อองอาจ ปัทมาวณิช, *การบริหารการตลาดยุคใหม่*, ซี.ซี.ที.สตี.ดี.ดี. จำกัด, 2539, หน้า

ส่วนสาเหตุอันดับสามเป็นความเชื่อว่า การมีศูนย์นันทนาการจะทำให้ได้โครงการที่มีคุณภาพ หรือกล่าวได้ว่า ทักษะการรับรู้ข้อดีของศูนย์นันทนาการที่ผ่านมาก่อนให้เกิดความเชื่อดังกล่าว และ โน้มเอียงให้เกิดการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้น หรือเราให้เกิดความสนใจในโครงการหมู่บ้านได้³⁰ โดยโครงการหมู่บ้านนั้นสามารถสนองตอบกิจกรรมหลักที่จะเกิดขึ้นในชีวิตประจำวันได้มากขึ้น คือ มีทั้งส่วนที่อยู่อาศัย และส่วนนันทนาการ ซึ่งสนองประโยชน์ได้มากกว่าโครงการที่มีเพียงที่อยู่อาศัยเพียงอย่างเดียว ซึ่งกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ให้เหตุผลนี้ 46.9% มาจากกลุ่มผู้คิดจะซื้อบ้าน 41.2% กลุ่มผู้อยู่อาศัยในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการต้องการจะใช้บริการ 52.5% และ กลุ่มผู้อยู่อาศัยในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการให้เหตุผลนี้ 47.5%

ดังนั้นกล่าวได้ว่า การที่ศูนย์นันทนาการสามารถเป็นสิ่งจูงใจในการตัดสินใจซื้อได้นั้น เป็นผลมาจากทัศนคติที่รับรู้ความสำคัญและความจำเป็นของศูนย์นันทนาการมากที่สุด โดยมีความต้องการทางพฤติกรรมที่ต้องการใช้บริการเป็นสิ่งกระตุ้นรองลงมา และสุดท้ายมาจากทัศนคติที่เชื่อว่าคุณภาพของโครงการส่วนหนึ่งมาจากการมีศูนย์นันทนาการ ซึ่งทัศนคติความเชื่อนี้จะเกิดขึ้นได้ กลุ่มตัวอย่างนั้นจะต้องตระหนักหรือยอมรับในข้อดีของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านก่อน

ตาราง 4.42 ทัศนคติการได้รับแรงจูงใจจากศูนย์นันทนาการของโครงการในการตัดสินใจซื้อ

| การเสนอศูนย์นันทนาการ ในโครงการหมู่บ้านจัดสรร | ผู้คิดจะ ซื้อบ้าน | ผู้อยู่อาศัย มีศูนย์ | ผู้อยู่อาศัย ไม่มีศูนย์ | รวม |
|--|----------------------|-------------------------|----------------------------|-------|
| มีผล | 85 | 80 | 61 | 226 |
| | (85.0) | (80.0) | (61.0) | |
| | 28.7 | 26.7 | 20.3 | 75.3 |
| ไม่มีผล | 15 | 20 | 39 | 74 |
| | (15.0) | (20.0) | (39.0) | |
| | 5.0 | 6.7 | 13.0 | 24.7 |
| รวม | 100 | 100 | 100 | 300 |
| | (100.0) | (100.0) | (100.0) | |
| | 33.3 | 33.3 | 33.3 | 100.0 |

³⁰ วิเคราะห์จากคำจำกัดความของ "ทัศนคติ" (Attitude) David Krech, Richard S. Crutchfield, and Egerton L. Ballacheay. *Individual in*

ตาราง 4.43 สาเหตุที่ศูนย์นันทนาการสามารถเป็นสิ่งสูงใจในการพิจารณาซื้อบ้าน

| สาเหตุที่ศูนย์นันทนาการ สามารถเป็นสิ่งสูงใจ | ผู้คิดจะ ซื้อบ้าน n=85 | ผู้อยู่อาศัย มีศูนย์ n=80 | ผู้อยู่อาศัย ไม่มีศูนย์ n=61 | รวม |
|---|------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|-----------------------|
| เป็นองค์ประกอบชุมชนทำให้ ที่อยู่อาศัยสมบูรณ์ | 61 (71.8) | 60 (75.0) | 52 (85.2) | 173 (76.5) |
| ต้องการใช้บริการ | 65 (76.6) | 45 (56.3) | 36 (59.0) | 146 (64.6) |
| คิดว่าได้โครงการมีคุณภาพ | 35 (41.2) | 42 (52.5) | 29 (47.5) | 106 (46.9) |
| อื่น ๆ | 6 (7.0) | 2 (2.5) | 4 (6.7) | 12 (5.3) |
| รวม | 167 (196.5) | 149 (186.3) | 121 (198.4) | 437 (193.4) |

4.3.2.2 ทศนคติที่ศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน ไม่สามารถเป็นสิ่งสูงใจ ในการซื้อบ้าน

กลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่า การเสนอศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรร ไม่สามารถเป็น
สิ่งสูงใจในการตัดสินใจซื้อบ้านได้ มีสัดส่วน 24.7% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยมาจากผู้คิดจะซื้อ
บ้าน 15% ของกลุ่มตัวอย่างนี้ จากผู้ที่อยู่ในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการ 20% ของกลุ่ม
ตัวอย่างประเภทเดียวกัน และจากผู้ที่อยู่ในโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ 39% ของกลุ่ม
ตัวอย่างประเภทเดียวกัน

โดยมีเหตุผลหลักคือ เพราะถือว่าศูนย์นันทนาการนั้นเป็นความต้องการที่ไม่สำคัญเท่าปัจจัย
อื่น ซึ่งศูนย์นันทนาการเป็นเพียงบริการส่วนเพิ่มที่เพิ่มค่าให้กับโครงการหมู่บ้านเท่านั้น จึงไม่สำคัญ
เท่ากับปัจจัยพื้นฐานอื่นๆที่จำเป็นต่อชีวิตมากกว่า และเป็นไปตามหลักพื้นฐานด้านความต้องการของ
มนุษย์ที่มาสโลว์ตั้งทฤษฎีไว้ว่า มนุษย์มีความต้องการหลายประการ และจะแสวงหาตามระดับความ
สำคัญหรือความจำเป็นที่สำคัญก่อน³¹ โดยมีผู้ให้ความเห็นนี้ทั้งหมด 82.4% มาจากกลุ่มผู้คิดจะซื้อ
บ้าน 86.7% กลุ่มผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการ 90.0% และจากกลุ่มผู้อยู่
อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่ขาดศูนย์นันทนาการ 76.9% ของจำนวนในแต่ละกลุ่มตัวอย่างนั้นทั้งหมด

³¹ Phillip Kotler. *Marketing Management*. Prentice-Hall, Inc., 1994. Page 185.

ส่วนเหตุผลอันดับสองที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าศูนย์นันทนาการไม่สามารถเป็นสิ่งจูงใจในการซื้อบ้านได้เพราะคาดการณ์ว่าไม่ได้ใช้บริการในศูนย์นันทนาการนั้นอยู่แล้ว เนื่องจากเหตุการณ์ในชีวิตประจำวันไม่เอื้ออำนวยให้ร่วมกิจกรรมด้านนันทนาการที่โครงการหมู่บ้านได้ โดยมีผู้คิดเช่นนี้ทั้งหมด 26.7% มาจากกลุ่มตัวอย่างประเภทที่กำลังคิดจะซื้อบ้าน 13.3% กลุ่มผู้ที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการ 25.0% และจากกลุ่มผู้ที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่ขาดศูนย์นันทนาการ 30.8% ของจำนวนในแต่ละกลุ่มตัวอย่างนั้นทั้งหมด ซึ่งเหตุผลนี้ มีผู้ให้ความเห็นน้อยกว่าเหตุผลแรกมาก

ดังนั้นพบว่าทัศนคติที่ศูนย์นันทนาการไม่สามารถเป็นสิ่งจูงใจมีสาเหตุหลักมาจาก การรับรู้ เช่นเดียวกับทัศนคติที่เห็นว่าศูนย์นันทนาการสามารถจูงใจได้ แต่เป็นการรับรู้ที่กลุ่มตัวอย่างนำไปเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่น จึงเห็นว่ามีความสำคัญน้อยกว่า และไม่พิจารณาศูนย์นันทนาการเป็นสิ่งจูงใจ ส่วนเหตุผลรองลงมาเป็นผลมาจากพฤติกรรมเช่นเดียวกัน แต่กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ไม่ได้ใช้บริการในศูนย์นันทนาการ การมีศูนย์นันทนาการในโครงการจึงไม่สามารถจูงใจได้

ตาราง 4.44 สาเหตุที่ศูนย์นันทนาการไม่สามารถเป็นสิ่งจูงใจในการพิจารณาซื้อบ้าน

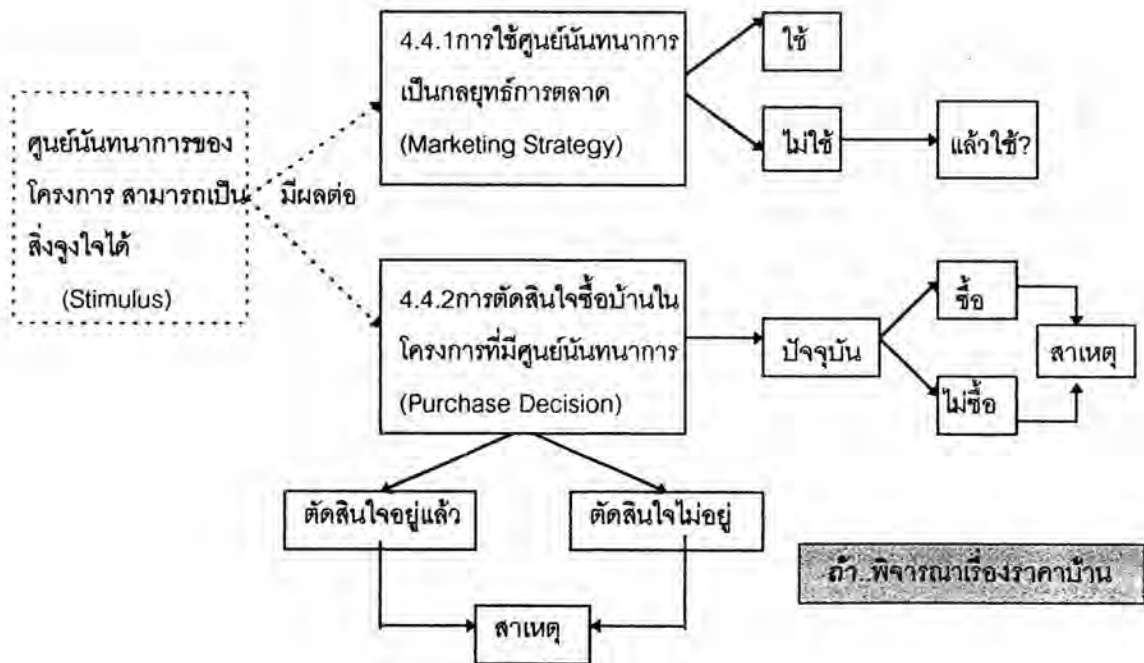
| สาเหตุที่ศูนย์นันทนาการไม่สามารถเป็นสิ่งจูงใจ | ผู้คิดจะซื้อบ้าน | ผู้อยู่อาศัยมีศูนย์ | ผู้อยู่อาศัยไม่มีศูนย์ | รวม |
|--|----------------------|----------------------|------------------------|----------------------|
| ไม่ใช่ศูนย์นันทนาการอยู่แล้ว | 2 (13.3) | 5 (25.0) | 12 (30.8) | 19 (25.7) |
| ถือว่าเป็นความต้องการที่ไม่สำคัญเท่าปัจจัยอื่น | 13 (86.7) | 18 (90.0) | 30 (76.9) | 61 (82.4) |
| อื่น ๆ | 3 (20.0) | 0 (0.0) | 2 (5.1) | 5 (6.8) |
| รวม | 18 (120.0) | 23 (115.0) | 44 (112.8) | 85 (114.9) |

เมื่อเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ประกอบการกับผู้บริโภค พบว่าทั้งสองกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าศูนย์นันทนาการสามารถจูงใจได้ โดยมีสาเหตุหลักมาจากการรับรู้ (Perception) ในความสำคัญของศูนย์นันทนาการเหมือนกัน แต่ผู้บริโภคถูกกระตุ้นด้วยพฤติกรรมที่ต้องการใช้บริการด้วย ขณะที่ผู้ประกอบการยังไม่ตระหนักถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในส่วนนี้มากนัก แต่ไปคำนึงถึงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการหมู่บ้านเมื่อมีศูนย์นันทนาการมากกว่า

4.4 การตัดสินใจของผู้ประกอบการและผู้บริโภค เกี่ยวกับมีศูนย์นันทนาการ ของโครงการหมู่บ้าน (Decision Making)

จากการวิเคราะห์ 4.2 และ 4.3 ที่ผ่านมา ทราบว่า การรับรู้ความสำคัญและความจำเป็นของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านมีผลโดยตรงต่อทัศนคติที่ศูนย์นันทนาการสามารถเป็นสิ่งจูงใจในการซื้อบ้านได้ ซึ่งต่อไปเป็นการวิเคราะห์ว่า การที่ศูนย์นันทนาการเป็นสิ่งจูงใจนั้น มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการที่จะใช้เป็นกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy) และการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อบ้าน (Purchase Decision) อย่างไร ดังแสดงแผนภูมิการวิเคราะห์ที่ได้ดังนี้

แผนภูมิ 4.3 การวิเคราะห์ขั้นตอนการตัดสินใจของผู้ประกอบการและผู้บริโภค เกี่ยวกับศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้าน



4.4.1 การใช้ศูนย์นันทนาการเป็นกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy)

จากความสามารถในการเป็นสิ่งจูงใจของศูนย์นันทนาการมีผลโดยตรงต่อการวางแผนทางการตลาดของผู้ประกอบการ โดยพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่จัดทำศูนย์นันทนาการ ส่วนใหญ่ใช้ศูนย์นันทนาการนั้นเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด โดยคิดเป็น 66.7% ของโครงการทั้งหมด และที่เหลืออีก 33.3% ไม่ได้ใช้ศูนย์นันทนาการเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งกล่าวได้ว่าในปัจจุบัน แม้ว่าผู้ประกอบการจะมีการเตรียมศูนย์นันทนาการให้กับผู้อยู่อาศัย แต่ก็มีเจตนาที่จะใช้ศูนย์นันทนาการเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด หรือเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในโครงการเป็นส่วนใหญ่

ตาราง 4.45 ทักษะของผู้ประกอบการต่อศูนย์นันทนาการด้านการใช้เป็นกลยุทธ์การตลาด

| การใช้ศูนย์นันทนาการของโครงการ เป็นกลยุทธ์การตลาด | ผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการ | |
|--|--|--------------|
| | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
| เป็นกลยุทธ์การตลาด | 10 | 67.7 |
| ไม่เป็นกลยุทธ์การตลาด | 5 | 33.3 |
| รวม | 15 | 100.0 |

ส่วนผู้ประกอบการที่จัดเตรียมศูนย์นันทนาการไว้ในโครงการ แต่ไม่ได้ใช้ศูนย์นันทนาการเป็นกลยุทธ์การตลาด 33.3% ได้ใช้ปัจจัยอื่นๆ เพื่อเป็นกลยุทธ์การตลาด ซึ่งอันดับหนึ่ง คือ ทำเลโครงการ คิดเป็น 40 % เพราะเห็นว่าทำเลของโครงการนั้น มีคุณสมบัติเพียงพอที่จะใช้เป็นกลยุทธ์การตลาดพอแล้ว ซึ่งผู้บริหารส่วนใหญ่จะพิจารณาเรื่องทำเลเป็นหลักก่อน รองลงมาในเปอร์เซ็นต์ความเห็นเท่า ๆ กัน หรือ 20% ที่ใช้ปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งจูงใจ เช่น แนวความคิดด้านสถาปัตยกรรม และภูมิสถาปัตยกรรม , ระดับราคา และการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม เป็นต้น

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการบางส่วนที่ไม่ได้ใช้ศูนย์นันทนาการในโครงการเพื่อเป็นกลยุทธ์การแข่งขัน เห็นว่าศูนย์นันทนาการเป็นองค์ประกอบโครงการที่จัดเตรียมเพื่อการบริหารชุมชนเท่านั้น ไม่ใช่เพื่อเป็นกลยุทธ์การตลาด

ตาราง 4.46 กลยุทธ์การตลาด ที่ผู้บริหารโครงการที่มีศูนย์นันทนาการใช้เป็นสิ่งจูงใจ โดยที่ไม่ได้ใช้ศูนย์นันทนาการ

| กลยุทธ์การตลาดที่ผู้บริหารโครงการที่มีศูนย์นันทนาการใช้เป็นสิ่งจูงใจ แต่ไม่ได้ใช้ศูนย์นันทนาการ | ทัศนคติผู้ประกอบการ | |
|---|---------------------|--------------|
| | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
| ทำเลโครงการ | 2 | 40.0 |
| แนวความคิดด้านสถาปัตยกรรมหรือภูมิสถาปัตยกรรม | 1 | 20.0 |
| ระดับราคา | 1 | 20.0 |
| การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม | 1 | 20.0 |
| รวม | 5 | 100.0 |

4.4.2 การตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ

เพื่อวิเคราะห์ว่า ความสามารถในการเป็นสิ่งจูงใจของศูนย์นันทนาการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการอย่างไร มาจากการสอบถามสามกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการในปัจจุบัน , ผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการในปัจจุบัน , และผู้คิดจะซื้อบ้านในปัจจุบัน ซึ่งมีการตัดสินใจซื้อดังนี้

4.4.2.1 กลุ่มที่ได้ตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการไปแล้ว

กลุ่มที่ได้ตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการไปแล้ว ซึ่งก็คือผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการในปัจจุบันนั่นเอง โดยมีเหตุผลที่ตัดสินใจเช่นนี้ หรือเลือกอยู่อาศัยในโครงการปัจจุบัน เพราะเรื่องตำแหน่งที่ตั้งโครงการเป็นอันดับหนึ่ง โดยมีค่าน้ำหนักเท่ากับ 1.25 ซึ่งถือว่าเป็นเหตุผลจากปัจจัยพื้นฐานการพิจารณาซื้อก่อน ส่วนเหตุผลรองลงมาคือ เป็นเพราะสภาพแวดล้อมโครงการ โดยมีค่าน้ำหนักเป็น 0.99 และเหตุผลอันดับสามคือ เป็นเพราะโครงการที่อยู่อาศัยในปัจจุบันสามารถอำนวยความสะดวกด้านคมนาคมได้ โดยมีค่าน้ำหนักเป็น 0.87 ส่วนการซื้อบ้านเพราะโครงการมีศูนย์นันทนาการให้อยู่ในอันดับท้ายๆ โดยมีค่าน้ำหนักเพียง 0.15 เท่านั้น

ดังนั้นหมายความว่า การที่กลุ่มตัวอย่างประเภทนี้ตัดสินใจซื้อบ้านที่มีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน ไม่ได้เป็นเพราะต้องการศูนย์นันทนาการของโครงการเป็นหลัก แต่พิจารณาปัจจัยพื้นฐานหรือความจำเป็นเบื้องต้นก่อน ซึ่งเป็นไปตามข้อสมมติฐานของมาสโลว์ว่า "บุคคลจะแสวงหาความต้องการที่สำคัญที่สุดหรือสำคัญมากกว่าก่อน"³² ซึ่งก็คือพิจารณาตำแหน่งที่ตั้งโครงการที่เป็นลำดับความต้องการแรกก่อน ส่วนการมีศูนย์นันทนาการมีบทบาทต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่างในแง่ที่ให้ประโยชน์ต่อโครงการ คือมีส่วนทำให้สภาพแวดล้อมโครงการดีขึ้น ซึ่งเป็นการตัดสินใจซื้อโดยมีปัจจัยสถานการณ์ที่คาดคะเนไว้ก่อนการตัดสินใจซื้อ (Anticipated situational factors)³³ หรือคาดคะเนประโยชน์ศูนย์นันทนาการต่อโครงการหมู่บ้านแล้วนั่นเอง

³² Maslow, *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row, 1954, P. 80-106.

³³ ศิววรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, ศุภกร เสรีรัตน์, อองอาจ ปทะวาณิช, *ภาพนิเวศวิทยาตลาดยุคใหม่: ศึกษาศาสตร์สังคม* ใจ กั ค 339, หน้า 126.

ตาราง 4.47 สาเหตุที่ผู้อยู่อาศัยเลือกอยู่ในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการ

| สาเหตุที่ผู้อยู่อาศัยเลือก อยู่ในโครงการหมู่บ้าน ที่มีศูนย์นันทนาการ | สาเหตุที่1 | | สาเหตุที่2 | | สาเหตุที่3 | | ไม่ถูกเลือก | | รวม | | ค่า น้ำ หนัก |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|-----------|-------------|-----------|--------------|------------|--------------------|
| | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | |
| ตำแหน่งที่ตั้งโครงการ | 30 | 90 | 12 | 24 | 11 | 11 | 47 | 0 | 100 | 125 | 1.25 |
| การคมนาคมสะดวก | 17 | 51 | 15 | 30 | 6 | 6 | 62 | 0 | 100 | 87 | 0.87 |
| น้ำไม่ท่วม | 9 | 27 | 6 | 12 | 8 | 8 | 77 | 0 | 100 | 47 | 0.47 |
| แบบและคุณภาพบ้าน | 7 | 21 | 11 | 22 | 12 | 12 | 70 | 0 | 100 | 55 | 0.55 |
| สาธารณูปโภคพร้อม | 6 | 18 | 8 | 16 | 9 | 9 | 77 | 0 | 100 | 43 | 0.43 |
| มีแหล่งนันทนาการ | 0 | 0 | 3 | 6 | 9 | 9 | 88 | 0 | 100 | 15 | 0.15 |
| สภาพแวดล้อมโครงการ | 19 | 57 | 16 | 32 | 10 | 10 | 55 | 0 | 100 | 99 | 0.99 |
| ราคาบ้าน | 2 | 6 | 15 | 30 | 19 | 19 | 64 | 0 | 100 | 55 | 0.55 |
| ชื่อเสียงผู้ประกอบการ | 5 | 15 | 11 | 22 | 14 | 14 | 70 | 0 | 100 | 51 | 0.51 |
| อื่นๆ | 5 | 15 | 1 | 2 | 0 | 0 | 94 | 0 | 100 | 17 | 0.17 |
| รวม | 100 | 300 | 98 | 196 | 98 | 98 | 804 | 0 | 1,100 | 594 | 5.94 |

4.4.2.2 กลุ่มที่ตัดสินใจไม่ซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการไปแล้ว

กลุ่มที่ได้ตัดสินใจไม่ซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการไปแล้ว ซึ่งก็คือผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการในปัจจุบันนั่นเอง โดยมีเหตุผลที่ตัดสินใจไม่ซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการอันดับหนึ่งคือ ช่วงซื้อบ้านผู้อยู่อาศัยกลุ่มนี้ไม่ได้พิจารณาเรื่องศูนย์นันทนาการของหมู่บ้านเป็นข้อพิจารณาในการตัดสินใจซื้อเลย คิดเป็นค่าน้ำหนักเท่ากับ 1.87 แต่จากที่ได้วิเคราะห์แล้วว่า การเสนอศูนย์นันทนาการในโครงการสามารถเป็นสิ่งจูงใจในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้ 61% ของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง (จากการวิเคราะห์ 4.3.1) แสดงว่าผู้อยู่อาศัยพิจารณาเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่นๆ ด้วย ศูนย์นันทนาการจึงเป็นเพียงสิ่งจูงใจผู้บริโภคเท่านั้น ไม่ใช่ข้อพิจารณาตัดสินใจซื้อสำหรับผู้บริโภคกลุ่มนี้ ซึ่งส่งผลต่อสาเหตุอันดับสองคือ ช่วงซื้อบ้าน พิจารณาแล้วว่า โครงการที่อยู่อาศัยปัจจุบัน น่าสนใจกว่าโครงการหมู่บ้าน ที่มีศูนย์นันทนาการ โดยมีค่าน้ำหนักเท่ากับ 1.05

เหตุผลที่สามคือกลุ่มผู้อาศัยต้องการบ้านในโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่มีศูนย์นันทนาการ แต่มีงบประมาณไม่พอโดยมีค่าน้ำหนักเป็น 0.54 ใกล้เคียงกับเหตุผลที่ปัจจุบันผู้อยู่อาศัยกลุ่มนี้ไม่ได้ใช้บริการในศูนย์นันทนาการเลยที่มีค่าน้ำหนัก 0.52 แสดงว่ามีเงื่อนไขทางด้าน ราคาบ้าน และ พฤติกรรมส่วนบุคคล เป็นตัวแปรในการตัดสินใจสำหรับกลุ่มตัวอย่างนี้

ตาราง 4.48 อันดับของเหตุผลที่ผู้อยู่อาศัยไม่เลือกซื้อโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ

| เหตุผลที่ไม่เลือกซื้อโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ | อันดับ 1 | | อันดับ 2 | | อันดับ 3 | | ไม่เลือก | | รวม | | ค่าน้ำหนัก |
|--|-----------|------------|-----------|------------|-----------|-----------|------------|----------|------------|------------|-------------|
| | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | |
| ช่วงซื้อบ้าน ไม่ได้พิจารณาเป็นปัจจัยการตัดสินใจ | 55 | 165 | 9 | 18 | 4 | 4 | 32 | 0 | 100 | 187 | 1.87 |
| ช่วงซื้อบ้าน พิจารณาว่าโครงการที่อยู่ปัจจุบันน่าสนใจกว่าโครงการที่มีศูนย์ฯ | 23 | 69 | 15 | 30 | 6 | 6 | 56 | 0 | 100 | 105 | 1.05 |
| ช่วงซื้อบ้าน อยากโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ แต่งบประมาณไม่พอ | 8 | 24 | 11 | 22 | 8 | 8 | 73 | 0 | 100 | 54 | 0.54 |
| ปัจจุบัน ไม่ได้ใช้ศูนย์นันทนาการอยู่แล้ว | 2 | 6 | 17 | 34 | 12 | 12 | 69 | 0 | 100 | 52 | 0.52 |
| ปัจจุบัน ใช้บริการ ศูนย์นันทนาการอื่นเพียงพอแล้ว | 3 | 9 | 10 | 20 | 8 | 8 | 79 | 0 | 100 | 37 | 0.37 |
| ปัจจุบัน มีศูนย์นันทนาการใกล้เคียงโครงการรองรับอยู่แล้ว | 3 | 9 | 7 | 14 | 11 | 11 | 79 | 0 | 100 | 34 | 0.34 |
| อื่น ๆ | 5 | 15 | 1 | 2 | 3 | 3 | 91 | 0 | 100 | 20 | 0.20 |
| รวม | 99 | 297 | 70 | 140 | 52 | 52 | 479 | 0 | 700 | 489 | 4.89 |

4.4.2.3 การตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการในปัจจุบัน

การตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการในปัจจุบัน วิเคราะห์จากการตัดสินใจซื้อของผู้คิดจะซื้อบ้านในปัจจุบัน พบว่า 79% ของกลุ่มตัวอย่าง ตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการ และมีเพียง 21% ของกลุ่มตัวอย่างเท่านั้นที่ไม่ซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ โดยมีเหตุผลดังนี้

- 1). สาเหตุที่ผู้คิดจะซื้อบ้านในปัจจุบันส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ

เหตุผลหลักที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ คือ ต้องการใช้บริการในศูนย์นันทนาการนั้น โดยมีค่าน้ำหนักเป็น 2.54 ซึ่งวิเคราะห์ได้ว่าเป็นผลมาจากความต้องการทางพฤติกรรม หรือเป็นปัจจัยกระตุ้นส่วนบุคคล (Personal Factors)³⁴ ที่กลุ่มตัวอย่างมีรูปแบบการดำรงชีวิต (Life style) ที่ต้องการใช้

³⁴ อ้างแล้ว, หน้า 115-116.

บริการในศูนย์นันทนาการอยู่แล้ว จึงเกิดเป็นการรับรู้ถึงความต้องการของตนเอง (Need Recognition)³⁵ อันเป็นขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ

นอกจากนี้ จากชีวิตปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในระดับชนชั้นกลาง มีรูปแบบชีวิตที่ต้องการคุณภาพชีวิตที่ดี และมีแนวโน้มของวิถีชีวิตที่คำนึงเรื่องสุขภาพ โดยให้ความสำคัญกับการใช้เวลาว่างมากขึ้นเรื่อยๆ³⁶ ดังนั้นคนรุ่นใหม่ในปัจจุบันจึงมีพฤติกรรมการออกกำลังกายมากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อการซื้อบ้านคือ คนรุ่นใหม่ยอมคาดหมายว่าจะได้รับประโยชน์จากโครงการหมู่บ้านอย่างคุ้มค่ามากที่สุด และคาดหวังว่าจะได้ใช้บริการในศูนย์นันทนาการนั้น

ส่วนเหตุผลอื่นรองลงมาคือ การให้โครงการมีองค์ประกอบชุมชนเพื่อให้เป็นโครงการที่สมบูรณ์ โดยมีสถานที่รองรับทั้งที่เป็นสินค้าหลักคือบ้าน และสินค้าส่วนบริการคือศูนย์นันทนาการ โดยมีค่าน้ำหนักเป็น 1.56 ส่วนเหตุผลที่เชื่อว่าโครงการที่มีศูนย์นันทนาการจะเป็นโครงการที่มีคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างให้ค่าน้ำหนัก 1.36 ซึ่งเห็นได้ว่าเหตุผลทั้งสองดังกล่าวเป็นเหตุผลที่มาจากการรับรู้ความสำคัญของศูนย์นันทนาการในโครงการ และทัศนคติ (Attitude) ที่ก่อให้เกิดความเชื่อมั่นในศูนย์นันทนาการ ตามลำดับ (จากที่ได้วิเคราะห์แล้วใน 4.3.1)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าลำดับของเหตุผลที่กลุ่มผู้คิดจะซื้อบ้าน มีความแตกต่างกับเหตุผลของการมีศูนย์นันทนาการเป็นสิ่งจูงใจในการซื้อบ้านดังที่กล่าวมาใน 4.3.1 คือเหตุผลที่ศูนย์นันทนาการสามารถเป็นสิ่งจูงใจได้มาจากการรับรู้ความสำคัญหรือข้อดีต่างๆ ของศูนย์นันทนาการเป็นหลัก ส่วนเหตุผลในการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการมาจากความต้องการทางพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างเองเป็นหลัก ไม่ใช่มาจากการรับรู้ความสำคัญของศูนย์นันทนาการเพียงอย่างเดียว

ตาราง 4.49 การตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ

| การตัดสินใจซื้อบ้าน | ผู้ต้องการซื้อบ้าน |
|--|--------------------|
| เลือกซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ | 79 |
| ไม่เลือกซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ | 21 |
| รวม | 100 |

³⁵ Marketing scholars have developed several models of the consumer buying process. ดู John A. Howard and Jagdish N. Sheth. *The Theory of Buyer Behavior*. New York: John Wiley, 1969 ; และ James F. Engel, Roger D. Blackwell, และ Paul W. Miniard. *Consumer Behavior*. 7th ed.. New York: Dryden Press, 1993 .

³⁶ George Torkildsen. *Leisure and Recreation Management*. E & FN SPON, 1992, P. 171-173 .

ตาราง 4.50 อันดับของเหตุผลในการเลือกซื้อโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ

| เหตุผลที่เลือกซื้อโครงการมี ศูนย์นันทนาการ | เหตุผลที่ 1 | | เหตุผลที่ 2 | | เหตุผลที่ 3 | | ไม่ถูกเลือก | | รวม | | ค่า น้ำหนัก |
|---|-------------|-------|-------------|-------|-------------|-------|-------------|-------|-------|-------|----------------|
| | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | |
| ต้องการใช้บริการในศูนย์นันทนาการ | 57 | 171 | 12 | 24 | 6 | 6 | 4 | 0 | 79 | 201 | 2.54 |
| ต้องการโครงการที่มีองค์ประกอบชุมชน | 7 | 21 | 42 | 84 | 19 | 19 | 11 | 0 | 79 | 124 | 1.56 |
| เชื่อว่าเป็นโครงการที่มีคุณภาพ | 15 | 45 | 12 | 24 | 39 | 39 | 13 | 0 | 79 | 108 | 1.36 |
| อื่นๆ | 0 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 78 | 0 | 79 | 2 | 0.02 |
| รวม | 79 | 237 | 67 | 134 | 64 | 64 | 106 | 0 | 632 | 435 | 5.48 |

แต่อย่างไรก็ดี จากการแจกแจงความถี่ทางสถิติพบว่า ผู้ที่เห็นว่าการเสนอศูนย์นันทนาการเป็นสิ่งจูงใจในการซื้อบ้าน ส่วนใหญ่จะซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการด้วย โดยมีผู้มีคุณสมบัติดังกล่าว 90.6% ของกลุ่มที่เห็นว่าศูนย์นันทนาการเป็นสิ่งจูงใจทั้งหมด ซึ่งแสดงว่า การที่ศูนย์นันทนาการสามารถเป็นสิ่งจูงใจได้ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเช่นเดียวกัน แต่เป็นผลทางอ้อมหรือเป็นผลที่รองลงมาจากพฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มผู้คิดจะซื้อบ้าน

ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างจะตัดสินใจซื้อบ้านที่มีศูนย์นันทนาการหรือไม่ทัศนคติส่วนความเข้าใจในความสำคัญของศูนย์นันทนาการ (Cognition component) เป็นทัศนคติที่มีผลทางอ้อมต่อการตัดสินใจนั้น ส่วนทัศนคติด้านพฤติกรรม (Behavior component) หรือการกำหนดว่าจะใช้บริการในศูนย์นันทนาการของโครงการ³⁷

ขณะเดียวกัน ผู้ที่เห็นว่าศูนย์นันทนาการไม่เป็นสิ่งจูงใจในการตัดสินใจซื้อบ้าน ส่วนใหญ่ก็จะไม่เลือกซื้อโครงการที่มีศูนย์นันทนาการเช่นกัน โดยมี 86.7% ของผู้ที่ไม่คิดว่าศูนย์นันทนาการจะสามารถจูงใจได้ ที่จะกระทำเช่นนี้ แสดงว่าทัศนคติของตนเอง (Self Concept)³⁸ ที่ไม่เห็นว่าคุณศูนย์นันทนาการเป็นสิ่งจูงใจ มีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อ ที่จะไม่ซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการเลย

³⁷ จากการวิเคราะห์ "องค์ประกอบของทัศนคติ". ศิริวรรณ เจริญรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, ศุภร เจริญรัตน์, องอาจ ปทะวาริช. การบริหารการตลาดยุคใหม่. บริษัท สตีล วัฒนา จำกัด 2539. หน้า 20.

³⁸ อังแก้ว., หน้า 121.

ตาราง 4.51 ความสัมพันธ์ของการมีศูนย์นันทนาการเป็นสิ่งจูงใจกับการเลือกซื้อบ้าน

| ทัศนคติของศูนย์นันทนาการต่อ การเป็นสิ่งจูงใจ | การเลือกซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ | | รวม |
|---|--|--------------|----------------|
| | ไม่ซื้อ | ซื้อ | |
| ศูนย์นันทนาการไม่เป็นสิ่งจูงใจ | 13 (86.7) | 2 (13.3) | 15 (100.0) |
| ศูนย์นันทนาการเป็นสิ่งจูงใจ | 8 (9.4) | 77 (90.6) | 85 (100.0) |
| รวม | 21 (21.0) | 79 (79.0) | 100 (100.0) |

2). สาเหตุที่ผู้คิดจะซื้อบ้านในปัจจุบันส่วนน้อย ตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ

21% ของผู้คิดจะซื้อบ้านที่ไม่เลือกซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ มีเหตุผลของการไม่เลือกซื้อคือ เพราะต้องพิจารณาปัจจัยซื้ออื่นๆด้วย หรือต้องพิจารณาปัจจัยอื่นๆที่สำคัญก่อน ซึ่งเป็นไปตามข้อสมมติฐานของมาสโลว์ที่ได้กล่าวมาแล้วว่า บุคคลจะแสวงหาความต้องการที่สำคัญที่สุด หรือสำคัญมากกว่าก่อน³⁹ และเห็นว่าศูนย์นันทนาการเป็นปัจจัยซื้อที่ไม่สำคัญ โดยมีกลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลนี้มากถึง 95.2% จากจำนวนผู้ไม่ซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการทั้งหมด

นอกจากนี้ยังมีเหตุผลอื่น เช่น โครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการจะมีราคาแพงกว่าโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ โดยมี 47.7% จากกลุ่มผู้คิดจะซื้อบ้านที่ให้เหตุผลนี้ แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่ให้เหตุผลนี้ให้ความสำคัญกับเรื่อง "ราคาบ้าน" มาตั้งแต่ในขั้นตอนของการซื้อบ้าน ซึ่งเห็นว่าศูนย์นันทนาการเป็นเพียงผลิตภัณฑ์แอบแฝงหรือเป็นบริการส่วนเพิ่มของโครงการ ไม่ใช่ผลิตภัณฑ์หลักที่ต้องการ ซึ่งถ้ามีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน จะทำให้ราคาบ้านถูกบวกด้วยต้นทุนที่ก่อสร้างศูนย์นันทนาการด้วย ทำให้มีราคาสูงกว่าโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ และอีกเหตุผลหนึ่งคือ การมีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านทำให้มีภาระต่างๆที่จะเกิดขึ้นต่อไปในอนาคต เช่น ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษา การบริหารงานในศูนย์นันทนาการนั้น ซึ่งกลุ่มตัวอย่างนี้ไม่ต้องการบริการที่จะเกิดขึ้น คิดเป็นเปอร์เซ็นต์ความเห็น 38.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ

³⁹ Maslow. *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row, 1954, P. 80-106 .

ดังนั้นกล่าวได้ว่านอกจากการเปรียบเทียบคุณยันนทนากการกับปัจจัยซื้อบ้านอื่นแล้ว ราคาบ้านที่สูงกว่า และภาระที่ต้องรับผิดชอบถ้ามีคุณยันนทนากการ ทำให้กลุ่มผู้คิดจะซื้อบ้าน บางส่วนตัดสินใจไม่ซื้อบ้านในโครงการที่มี คุณยันนทนากการ

ตาราง 4.52 ลำดับเหตุผลในการไม่เลือกซื้อโครงการที่มีคุณยันนทนากการ

| เหตุผลที่ไม่ซื้อบ้านในโครงการ ที่มีคุณยันนทนากการ | จำนวน n=21 | เปอร์เซ็นต์ |
|--|---------------|--------------|
| ต้องพิจารณาปัจจัยซื้ออื่น ๆ ด้วย | 20 | 95.2 |
| โครงการที่มีคุณยันนทนากการจะราคาแพงกว่า | 10 | 47.7 |
| ไม่ยอมรับภาระที่จะเกิดขึ้นต่อไป | 8 | 38.1 |
| คิดว่า คุณยันนทนากการไม่จำเป็นต่อหมู่บ้าน | 4 | 19.0 |
| อยากได้ แต่งบประมาณไม่พอ | 3 | 14.3 |
| อื่น ๆ | 1 | 4.8 |
| รวม | 46 | 219.1 |

4.4.3 ทศนคติที่คูนยันนทนากการในโครงการ ทำให้แต่ราคาบ้านเพิ่มขึ้น

4.4.3.1 ในทศนคติของผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านจัดสรร

ในทศนคติของผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านจัดสรรเห็นว่า การมีคูนยันนทนากการในโครงการ จะทำให้ราคาขายของบ้านสูงขึ้นจริง โดยมีผู้ประกอบการ 65.4% ของทั้งหมดที่ยอมรับในข้อนี้

โดยผู้ประกอบการของโครงการที่ไม่มีคูนยันนทนากการทั้งหมด หรือ 100% ที่คิดเช่นนี้ เพราะ คูนยันนทนากการทำให้ต้นทุนการจัดทำโครงการสูงขึ้น และค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ก็จะถูกผลัการะให้กับผู้ซื้อบ้าน โดยบวกไว้ที่ราคาบ้านเรียบร้อยแล้ว (จากการตอบคำถามปลายเปิด)

สำหรับผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่มีคูนยันนทนากการ คิดเห็นเช่นนี้เพียง 40% เท่านั้น ด้วยเหตุผลเดียวกัน คือ มีค่าใช้จ่ายดำเนินการสูงขึ้น ทำให้ราคาขายต้องมากตามไปด้วย ขณะที่อีก 40% เห็นว่าคูนยันนทนากการไม่ได้ทำให้ราคาบ้านเพิ่มขึ้น เพราะเป็นสิ่งที่โครงการต้องเตรียมประโยชน์ใช้สอย (Function) นี้ให้อยู่แล้ว ซึ่งเป็นไปได้ว่า เป็นนโยบายของผู้ประกอบการอยู่แล้วที่จะต้องมีจึงไม่ได้คำนึงเรื่องการเพิ่มราคาบ้านและอีก 20% ไม่มีความเห็นในเรื่องนี้

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่ไม่ได้จัดเตรียมคูนยันนทนากการยอมรับว่า ถ้าจัดทำคูนยันนทนากการก็จะผลัการะนี้ให้กับผู้ซื้อบ้านอย่างแน่นอน แต่ผู้ประกอบการที่จัดเตรียมคูนยันนทนากการไว้ในโครงการ มีสัดส่วนที่ยอมรับและไม่ยอมรับเท่าๆกัน ทั้งนี้เนื่องจาก

ต้นทุนจัดสร้างศูนย์นันทนาการเมื่อเทียบกับการลงทุนทั้งโครงการ เป็นต้นทุนที่ไม่สูงนัก⁴⁰ ทำให้ระดับราคาบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการและไม่มีศูนย์นันทนาการไม่ต่างกันมากนัก

ส่วนผู้ประกอบการที่ไม่ให้ความเห็น อาจไม่สามารถตัดสินใจได้อย่างชัดเจนว่า ศูนย์นันทนาการมีผลต่อราคาบ้านอย่างไร และจากการวิเคราะห์ 4.4.1 พบว่าผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการ ส่วนใหญ่จะใช้ศูนย์นันทนาการเป็นกลยุทธ์การตลาดด้วย ซึ่งผู้ประกอบการทราบดีว่า ผู้ซื้อบ้านจะพิจารณาและให้ความสำคัญกับราคาบ้านมากกว่าศูนย์นันทนาการ ดังนั้นถ้าผู้ประกอบการยอมรับในข้อบกพร่อง หรือ ยอมรับว่าศูนย์นันทนาการทำให้ราคาบ้านสูงแล้ว อาจเป็นข้อด้อยที่ทำให้ผู้ซื้อไม่สนใจโครงการหมู่บ้านนั้นได้

ตาราง 4.53 ทศนคติของผู้ประกอบการเกี่ยวกับราคาบ้าน เมื่อโครงการมีศูนย์นันทนาการ

| ทัศนคติของผู้ประกอบการเรื่องการมีศูนย์นันทนาการทำให้ราคาขายบ้านสูงขึ้น | ผู้ประกอบการ-มีศูนย์ฯ | | ผู้ประกอบการ-ไม่มีศูนย์ฯ | | รวม | |
|--|-----------------------|-------------|--------------------------|-------------|-------|-------------|
| | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
| จริง | 6 | 40.0 | 11 | 100.0 | 17 | 65.4 |
| ไม่จริง | 6 | 40.0 | 0 | 0.0 | 6 | 23.1 |
| ไม่มีความเห็น | 3 | 20.0 | 0 | 0.0 | 3 | 11.5 |
| รวม | 15 | 100.0 | 11 | 100.0 | 26 | 100.0 |

4.4.3.2 ในทัศนะของ ผู้คิดจะซื้อบ้าน ในโครงการหมู่บ้านจัดสรร

พบว่า ถ้าศูนย์นันทนาการมีผลทำให้ราคาบ้านในโครงการสูงขึ้น มีผู้คิดจะซื้อบ้านเพียง 10.1% เท่านั้นที่เห็นว่าคุ้มค่ากับการเพิ่มราคาบ้าน หากโครงการนั้นมีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน โดยที่เหลือเห็นว่าราคาบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการไม่ควรจะต่างกันมากกับบ้านในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ ซึ่งมีกลุ่มผู้คิดจะซื้อบ้านคิดว่าราคาของบ้านเพิ่มขึ้นได้ แต่ก็ไม่ควรต่างกับราคาบ้านในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการมากนัก คิดเป็น 59.5% ของจำนวนผู้เลือกซื้อบ้านในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการทั้งหมด และอีก 30.4% เห็นว่าไม่ควรขึ้นราคาขายของบ้านเลย เนื่องจากเป็นสิ่งที่ควรเสนอให้กับผู้อยู่อาศัยอยู่แล้วอยู่

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการหรือไม่ นั่นคือ ราคาบ้าน ซึ่งถ้ามีความแตกต่างกันมากระหว่างโครงการที่มีและไม่มีศูนย์นันทนาการ ผู้คิดจะซื้อบ้านจะปฏิเสธโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการ เพราะถือว่า ราคาบ้านเป็นปัจจัยซื้อบ้านที่สำคัญกว่า

⁴⁰ สัมภาษณ์ เพ็ญศิริ นิมิตรภรณ์, ผู้จัดการฝ่ายการเงิน บริษัท นิโคโน จำกัด, 2539

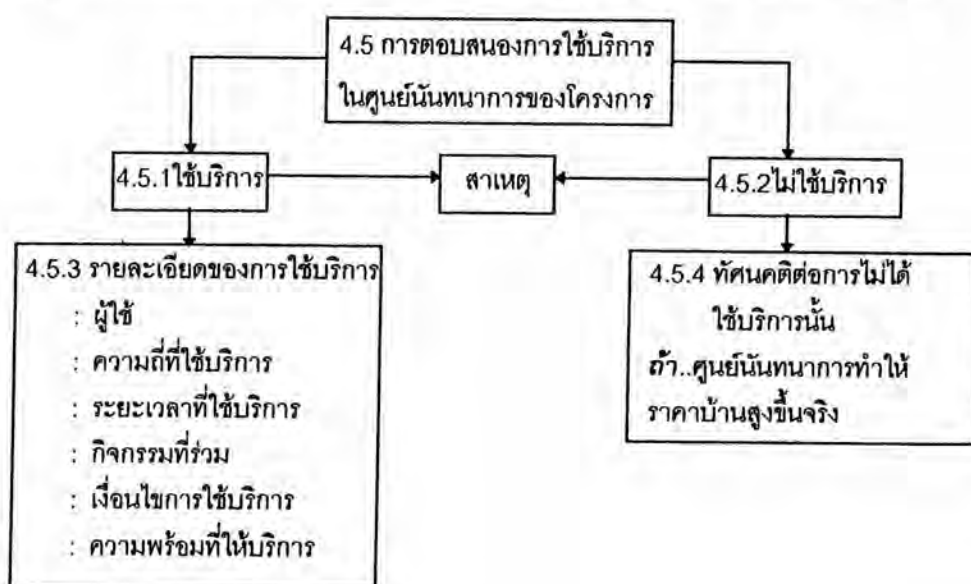
ตาราง 4.54 ทศนคติของผู้คิดจะซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการแต่ราคาบ้านสูงขึ้น

| ทศนคติเมื่อราคาบ้านสูงขึ้น เพราะมีศูนย์นันทนาการ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
|---|-----------|--------------|
| คุ้มค่ากับการมีศูนย์นันทนาการ | 8 | 10.1 |
| เพิ่มได้ แต่ราคาไม่ควรต่างกันมาก | 47 | 59.5 |
| ไม่ควรเพิ่มราคา | 24 | 30.4 |
| รวม | 79 | 100.0 |

4.5 การตอบสนองการใช้ประโยชน์ศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านในปัจจุบัน (Postdecision)

จากการวิเคราะห์ที่ผ่านมาทราบว่า การตัดสินใจซื้อบ้านที่จะเกิดขึ้นนับจากนี้ไป มีแนวโน้มที่จะซื้อบ้านในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการมากขึ้น เพราะคนรุ่นใหม่มีพฤติกรรมที่จะใช้ศูนย์นันทนาการมากขึ้น ซึ่งเมื่ออยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านแล้วและได้ใช้บริการในศูนย์นันทนาการจริง ก็ถือได้ว่าได้มีการตอบสนองการใช้ประโยชน์ศูนย์นันทนาการในโครงการนั้น หรือถือว่าศูนย์นันทนาการนั้นมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นการวัดประสิทธิภาพโดยใช้ปัจจัยทางปริมาณ (Quantifiable Factors)⁴¹ เช่นเดียวกับการวัดประสิทธิภาพของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านในปัจจุบัน ซึ่งพิจารณาจากการใช้บริการของผู้อยู่อาศัยในโครงการ โดยแสดงประเด็นการวิเคราะห์ดังแผนภูมิคือ

แผนภูมิ 4.4 การวิเคราะห์การตอบสนองการใช้ประโยชน์ศูนย์นันทนาการในโครงการ



⁴¹ Seymour M. Gold . *Recreation Planning and Design*. McGraw-Hill Book Company, Inc., 1980, P. 102-108 .

4.5.1 การใช้บริการศูนย์นันทนาการของผู้สูงอายุในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ

จากการสำรวจรอบเขตชานเมืองกรุงเทพฯพบว่า ผู้สูงอายุในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ ปัจจุบันส่วนใหญ่ใช้บริการในศูนย์นันทนาการของโครงการที่อยู่อาศัยของตน โดยคิดเป็น 83% ของผู้สูงอายุประเภทนี้ทั้งหมด โดยโครงการหมู่บ้านทำเลวงแหวน - บางแกว , รามอินทรา , รัตนาธิเบศร์และบางพลี มีเปอร์เซ็นต์ผู้ใช้บริการมากกว่าเปอร์เซ็นต์เฉลี่ย ส่วนทำเลที่มีผู้ให้บริการน้อยที่สุด คือ สุขาภิบาล3 ที่มีผู้ให้บริการเพียง 60% ของทำเลนั้น

โดยสาเหตุหลักที่ผู้สูงอายุมาใช้บริการในศูนย์นันทนาการคือ เพราะสะดวกในการใช้บริการ , การคมนาคมหรือกิจกรรมประจำวันเป็นหลักโดยมีค่าน้ำหนักเป็น 2.18 เนื่องจากเป็นสถานที่ที่ใกล้ที่อยู่อาศัยมากที่สุดหรือเป็นองค์ประกอบของชุมชนเอง ทำให้ผู้สูงอายุไม่ต้องเดินทางไปที่ยื่น

รองมาเป็นเรื่องของค่าใช้จ่ายที่อาจเสียค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่า หรือได้รับสิทธิในการใช้บริการพิเศษ เมื่อเทียบกับการไปใช้ศูนย์นันทนาการอื่น โดยคิดเป็นค่าน้ำหนัก 1.36 ซึ่งสำหรับเหตุผลนี้ในบางโครงการเมื่อซื้อบ้านแล้วจะมีสิทธิพิเศษสำหรับลูกบ้าน โดยอาจมาใช้บริการฟรี 1 ปีแรกหรือจ่ายค่าบริการอัตราต่ำ ก็แล้วแต่ข้อตกลงที่มีต่อกัน

สาเหตุอันดับสามคือ ภายในศูนย์นันทนาการของหมู่บ้านนั้นมีกิจกรรมตามที่อยู่อาศัยต้องการแล้ว คิดเป็นค่าน้ำหนัก 0.71 ซึ่งแล้วแต่ว่า ในแต่ละโครงการมีการจัดเตรียมกิจกรรมให้มากน้อยสมบูรณ์เพียงใด

สรุปได้ว่า ผู้มาใช้บริการมีเหตุผลในการใช้ที่สำคัญที่สุดคือ ความสะดวกในการเข้าถึง (Accessibility) ศูนย์นันทนาการ หรือหมายความว่า กลุ่มตัวอย่างจะมาใช้บริการต่อเมื่อศูนย์นันทนาการนั้นมีประสิทธิภาพทางกายภาพที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย⁴² รองลงมาเป็นเหตุผลทางเศรษฐกิจที่จูงใจให้เกิดการใช้บริการ และ เหตุผลที่ศูนย์นันทนาการนั้นมีคุณภาพหรือมีกิจกรรมตามที่อยู่อาศัยนั้นต้องการ ตามลำดับ

ตาราง 4.55 การใช้บริการในศูนย์นันทนาการของผู้สูงอายุตามทำเลที่ตั้ง

| การใช้บริการในศูนย์นันทนาการ | ทำเลที่ตั้งของผู้สูงอายุ | | | | | |
|------------------------------|--------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| | สุขาภิบาล 3 | รัตนาธิเบศร์ | บางพลี | รามอินทรา | วงแหวน | รวม |
| ไม่ใช้ | 8 (40.0) | 3 (15.0) | 3 (15.0) | 2 (10.0) | 1 (5.0) | 17 (17.0) |
| ใช้ | 12 (60.0) | 17 (85.0) | 17 (85.0) | 18 (90.0) | 19 (95.0) | 83 (83.0) |
| รวม | 20 (100.0) | 20 (100.0) | 20 (100.0) | 20 (100.0) | 20 (100.0) | 100 (100.0) |

⁴² Ibid.

ตาราง 4.56 อันดับสาเหตุที่ผู้อยู่อาศัยใช้บริการในศูนย์นันทนาการของหมู่บ้าน

| สาเหตุที่ให้บริการใน ศูนย์นันทนาการของ หมู่บ้าน | อันดับ 1 | | อันดับ 2 | | อันดับ 3 | | ไม่ถูกเลือก | | รวม | | ค่า น้ำ หนัก |
|---|-----------|------------|-----------|------------|-----------|-----------|-------------|-----------|------------|------------|--------------------|
| | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | |
| สะดวกต่อการให้บริการ | 51 | 153 | 12 | 24 | 4 | 4 | 16 | 0 | 83 | 181 | 2.18 |
| เสียค่าใช้จ่ายน้อย หรือมี สิทธิการใช้พิเศษ | 22 | 66 | 19 | 38 | 9 | 9 | 33 | 0 | 83 | 113 | 1.36 |
| มีกิจกรรมตามที่ต้องการ | 6 | 18 | 15 | 30 | 11 | 11 | 51 | 0 | 83 | 59 | 0.71 |
| ได้สังสรรค์กับเพื่อนบ้าน | 2 | 6 | 12 | 24 | 16 | 16 | 53 | 0 | 83 | 46 | 0.55 |
| อื่น ๆ | 2 | 6 | 1 | 2 | 0 | 0 | 80 | 0 | 83 | 8 | 0.10 |
| รวม | 83 | 249 | 59 | 118 | 40 | 40 | 233 | 0 | 415 | 407 | 4.90 |

4.5.2 การไม่ใช้บริการศูนย์นันทนาการของผู้อยู่อาศัยในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ

ส่วนผู้อยู่อาศัยสาเหตุหลักที่ผู้อยู่อาศัยไม่ใช้บริการในศูนย์นันทนาการของโครงการ ซึ่งมี 17% ของทั้งหมด มีเหตุผลคือ ไม่มีเวลา หรือไม่สะดวกต่อกิจวัตรประจำวัน โดยมีเปอร์เซ็นต์ของผู้ให้สาเหตุนี้ 76.5% ของผู้ไม่ได้ใช้บริการทั้งหมด ส่วนสาเหตุรองลงมาคือ กิจกรรมในศูนย์นันทนาการไม่ตรงกับความต้องการของผู้อยู่อาศัย โดยมีผู้ให้เหตุผลนี้ 29.4% เท่ากับเหตุผลที่ผู้อยู่อาศัยบางกลุ่มไม่ใช้ เนื่องจากไม่ต้องการมีค่าใช้จ่ายด้านนันทนาการเพิ่มขึ้น เพราะคิดว่าไม่จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายกับกิจกรรมในเวลาว่าง และเหตุผลที่ระบุคือไม่พอใจในความสะอาดของศูนย์นันทนาการ หรือ ระบบการจัดการในศูนย์นันทนาการ

ซึ่งสรุปได้ว่า เหตุผลที่ไม่ใช้บริการศูนย์นันทนาการ อันดับแรกมาจากพฤติกรรมส่วนตัว รองลงมาเป็นเรื่องของคุณภาพของศูนย์นันทนาการนั้น และเหตุผลทางเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่างเอง

ตาราง 4.57 เหตุผลที่ไม่ใช้บริการในศูนย์นันทนาการ

| สาเหตุที่ไม่ใช้งาน | จำนวนครอบครัว n=17 | เปอร์เซ็นต์ |
|---------------------------------|-----------------------|--------------|
| ไม่มีเวลา ไม่สะดวก | 13 | 76.5 |
| กิจกรรมไม่ตรงกับความต้องการ | 5 | 29.4 |
| ใช้บริการที่อื่นเพียงพอแล้ว | 2 | 11.8 |
| ไม่ต้องการมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น | 5 | 29.4 |
| อื่น ๆ | 5 | 29.4 |
| รวม | 30 | 176.5 |

4.5.3 รายละเอียดของการใช้บริการ

จาก 4.5.1 และ 4.5.2 เห็นได้ว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่อยู่ในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการ มีการตอบสนองการใช้ประโยชน์ศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน ซึ่งใน 4.5.3 นี้เป็นการวิเคราะห์ที่ต่อว่า มีการตอบสนองการใช้สอยโดยมีลักษณะใด และพบว่า

4.5.3.1 ผู้ใช้

ผู้ให้บริการในศูนย์นันทนาการส่วนใหญ่ เป็นบุคคลอยู่ในวัยเด็ก คิดเป็น 72.3% จากครอบครัวผู้ใช้ทั้งหมด รองลงมาเป็นผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน 49.4% โดยเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ซึ่งพิจารณาจากผู้ใช้ที่เป็นพ่อบ้าน 31.3% มากกว่าแม่บ้านซึ่งมี 19.3% และกลุ่มพ่อบ้านแม่บ้านนี้เป็นผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน รองลงมาจากวัยทำงาน คือวัยรุ่นที่ใช้บริการอยู่ 22.9% และคนชรา 6.0% จากผู้ให้บริการนี้สามารถอนุมานได้ว่า ในโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับราคาปานกลาง มีผู้อยู่อาศัยในลักษณะครอบครัวเดี่ยว หรือมีสมาชิกเป็นวัยทำงาน และวัยเด็ก ประกอบด้วย พ่อ แม่ ลูกเป็นหลัก⁴³ แต่ผู้ที่ใช้บริการมากที่สุดเป็นลูกหลานวัยเด็ก โดยมีผู้ปกครองมาใช้ด้วยเป็นลำดับต่อมา ซึ่งนอกจากจะมาร่วมกิจกรรมแล้ว ยังมีวัตถุประสงค์เพื่อดูแลบุตรหลานของตนอีกด้วย

ตาราง 4.58 ผู้ใช้บริการในศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้าน

| ผู้ให้บริการในศูนย์นันทนาการ | จำนวน (ครอบครัว) | เปอร์เซ็นต์ |
|------------------------------|---------------------|-------------|
| คนชรา | 5 | 6.0 |
| พ่อบ้าน | 26 | 31.3 |
| แม่บ้าน | 16 | 19.3 |
| ผู้อยู่ในวัยทำงาน | 41 | 49.4 |
| ผู้อยู่ในวัยรุ่น | 19 | 22.9 |
| ลูกหลานวัยเด็ก | 60 | 72.3 |
| รวม | 167 | 201.2 |
| ครอบครัวผู้ใช้บริการ | 83 | 100.0 |

⁴³ คณะอนุกรรมการนโยบายที่อยู่อาศัย คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. "การศึกษาพฤติกรรมผู้ซื้อบ้านราคาปานกลาง" รายงานสถานการณ์ที่อยู่อาศัย. 2537. หน้า 91-99.

4.5.3.2 ความถี่ที่ใช้บริการ

42.2% ของครอบครัวที่ใช้บริการศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน ไปใช้ศูนย์นันทนาการแบบนานๆใช้ที หรือบางเดือนไม่ได้ใช้ รองลงมาคือไปใช้ประมาณ 3-4 ครั้ง/เดือน คิดเป็น 22.9% ของครอบครัวที่ใช้บริการ ซึ่งในกลุ่มนี้จะเป็นการใช้บริการในวันหยุดปลายสัปดาห์เป็นหลัก ลำดับสามเป็นการใช้บริการประมาณ 1-2 ครั้ง/เดือน หรือเป็น 14.55% ในกลุ่มนี้แม้ว่าจะไม่ได้มาใช้บริการในทุกๆสัปดาห์ แต่ก็ยังเป็นไปในลักษณะของการหาเวลาไปใช้บริการ พักผ่อนหรือออกกำลังกายในศูนย์นันทนาการของหมู่บ้าน

แสดงว่า แม้ศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านจะมีการตอบสนองการใช้ประโยชน์จากผู้อยู่อาศัย แต่ก็ไม่ใช่เป็นลักษณะกิจวัตรประจำ แต่เป็นแบบ "ว่างเมื่อไรค่อยทำ" ซึ่งหมายความว่าผู้ใช้บริการปัจจุบันไม่ได้ให้ความสำคัญศูนย์นันทนาการของโครงการแบบเป็นสถานที่ที่ต้องไป

ตาราง 4.59 ความถี่การใช้บริการในศูนย์นันทนาการของหมู่บ้าน

| ความถี่การใช้งานของผู้ใช้บริการ | จำนวนครอบครัว | เปอร์เซ็นต์ |
|---------------------------------|---------------|-------------|
| มากกว่า 8 ครั้ง/เดือน | 9 | 10.8 |
| ประมาณ 5 - 8 ครั้ง/เดือน | 8 | 9.6 |
| ประมาณ 3 - 4 ครั้ง/เดือน | 19 | 22.9 |
| ประมาณ 1 - 2 ครั้ง/เดือน | 12 | 14.5 |
| นาน ๆ ใช้ที บางเดือนไม่ได้ใช้ | 35 | 42.2 |
| รวม | 83 | 100 |

4.5.3.3 เวลาที่ใช้บริการ

เมื่อพิจารณาการใช้เวลาในศูนย์นันทนาการของหมู่บ้าน ที่สามารถเป็นตัววัดความพึงพอใจในการใช้บริการได้อย่างหนึ่ง คือ หากว่าใช้บริการอยู่นาน ก็อาจเป็นผู้ทำกิจกรรมหลายอย่างในศูนย์นันทนาการนั้น หรือพอใจที่จะร่วมอยู่ในสถานที่นั้น ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งทางปริมาณที่วัดประสิทธิภาพของศูนย์นันทนาการ⁴⁴ โดยวัดเป็นชั่วโมง คือ กลุ่มตัวอย่างจะเวลาต่อมาประมาณ 2 ชั่วโมง มากที่สุด หรือคิดเป็น 44.6% ของผู้ใช้บริการ รองลงมาคือการใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง ต่อครั้ง เป็น 32.5% ของผู้ใช้บริการ ลำดับต่อมาคือ 3 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็น 16.9%

และเมื่อคิดเฉลี่ยเวลาที่ใช้ต่อครั้งของผู้อยู่อาศัยที่ใช้บริการศูนย์นันทนาการ โดยวิธีให้คะแนนแล้วคิดค่าเฉลี่ย พบว่า เท่ากับ 1 ชั่วโมง 31 นาที/ครั้ง แสดงว่า ผู้อยู่อาศัยที่มาใช้บริการศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้าน จะพอใจกับการร่วมกิจกรรมในสถานที่นั้นโดยเฉลี่ยแล้วประมาณหนึ่งชั่วโมงครึ่ง ซึ่งจากการสำรวจในเขตชานเมืองกรุงเทพฯพบว่า ศูนย์นันทนาการของโครงการใน

⁴⁴ Seymour M. Gold . *Recreation Planning and Design*. McGraw-Hill Book Company, Inc., 1980, P. 102-108 .

พื้นที่ส่วนใหญ่ได้รับการตอบสนองด้านเวลาที่ให้บริการใกล้เคียงกับเวลาเฉลี่ยของผู้ใช้บริการทั้งหมด เช่น ศูนย์นันทนาการของโครงการในเขตพื้นที่รัตนานิเบศร์ , บางพลี , และรามอินทรา ส่วนในเขตพื้นที่สุขาภิบาล 3 ได้รับการตอบสนองเพียง 48 นาทีเท่านั้น ซึ่งต่ำกว่าระดับเฉลี่ย ส่วนในเขตพื้นที่วงแหวน-บางแกว ได้รับการตอบสนองสูงถึง 2 ชั่วโมง 19 นาที และจะวิเคราะห์ถึงสาเหตุที่เป็นเช่นนี้ต่อไป

ตาราง 4.60 เวลาที่ใช้บริการในศูนย์นันทนาการต่อครั้งของผู้ใช้บริการ

| เวลาที่ใช้บริการในศูนย์นันทนาการ/ครั้ง | | ผู้ใช้บริการศูนย์นันทนาการในโครงการ | | |
|--|-------|-------------------------------------|-------------|---------------------------|
| ชั่วโมง | คะแนน | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | จำนวนxคะแนน |
| น้อยกว่า 1 ชั่วโมง | 1 | 1 | 1.2 | 1 |
| 1 ชั่วโมง | 2 | 27 | 32.5 | 54 |
| 2 ชั่วโมง | 3 | 37 | 44.6 | 111 |
| 3 ชั่วโมง | 4 | 14 | 16.9 | 56 |
| 4 ชั่วโมง | 5 | 2 | 2.4 | 10 |
| มากกว่า 4 ชั่วโมง | 6 | 2 | 2.4 | 12 |
| รวม | 21 | 83 | 100 | 244 |
| คะแนนเฉลี่ย | | $244/83 = 2.3$ | | เท่ากับ 1 ชั่วโมง 31 นาที |

ตาราง 4.61 การแจกแจงความถี่ของเวลาในการใช้บริการศูนย์นันทนาการของหมู่บ้าน

| เวลาที่ใช้บริการในศูนย์นันทนาการ | | ทำเลที่ตั้งของผู้อยู่อาศัย | | | | | | | | | | | |
|----------------------------------|-------|----------------------------|-------|---------------|-------|---------------|-------|---------------|------------|---------------|------------|---------------|------------|
| | | สุขาภิบาล3 | | รัตนานิเบศร์ | | บางพลี | | รามอินทรา | | วงแหวน | | รวม | |
| ชั่วโมง | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน |
| น้อยกว่า 1 ชม. | 1 | 0 (0.0) | 0 | 0 (0.0) | 0 | 0 (0.0) | 0 | 1 (5.6) | 1 (5.6) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (1.2) | 1 (1.2) |
| 1 ชม. | 2 | 5 (41.7) | 10 | 7 (41.2) | 14 | 6 (32.3) | 12 | 9 (50.0) | 18 | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 27 (32.5) | 54 |
| 2 ชม. | 3 | 4 (33.3) | 12 | 8 (47.1) | 24 | 7 (41.2) | 21 | 5 (27.8) | 15 | 13 (68.4) | 39 | 37 (44.6) | 111 |
| 3 ชม. | 4 | 3 (25.0) | 12 | 1 (5.9) | 4 | 2 (11.8) | 8 | 3 (16.7) | 12 | 5 (26.3) | 20 | 14 (16.9) | 56 |
| 4 ชม. | 5 | 0 (0.0) | 0 | 0 (0.0) | 0 | 2 (11.8) | 10 | 0 (0.0) | 0 | 0 (0.0) | 0 | 2 (2.4) | 10 |
| มากกว่า 4 ชม. | 6 | 0 (0.0) | 0 | 1 (5.9) | 6 | 0 (0.0) | 0 | 0 (0.0) | 0 | 0 (0.0) | 0 | 2 (2.4) | 12 |
| รวม | 15 | 12 (100) | 34 | 17 (100) | 48 | 17 (100) | 51 | 18 (100) | 46 | 19 (100) | 65 | 83 (100) | 244 |
| คะแนนเฉลี่ย | | 1.6 | | 2.3 | | 2.4 | | 2.2 | | 3.1 | | 2.3 | |
| ระยะเวลาเฉลี่ย | | 48 นาที | | 1 ชม. 32 นาที | | 1 ชม. 36 นาที | | 1 ชม. 28 นาที | | 2 ชม. 19 นาที | | 1 ชม. 31 นาที | |

4.5.3.4 กิจกรรมที่ผู้อยู่อาศัยร่วมในศูนย์นันทนาการ

ส่วนกิจกรรมที่มีผู้ร่วมใช้บริการมากที่สุด คือ สระว่ายน้ำ โดยมีค่าน้ำหนักเป็น 2.57 เนื่องจากเป็นลักษณะกิจกรรมพื้นฐานที่มีทุกโครงการ รองลงมาคือ เครื่องออกกำลังกาย (Fitness) โดยมีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.41 ใกล้เคียงกับ สวนหย่อมและสนามเด็กเล่น ซึ่งเป็นอันดับสามมีค่าน้ำหนัก 0.40 คะแนน และลำดับสี่คือ การวิ่งและเดิน ซึ่งมี 0.37 คะแนน ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ผู้กระทำไม่เฉพาะเจาะจงอยู่ในศูนย์นันทนาการ แต่จะวิ่งหรือเดินในบริเวณของโครงการด้วย ซึ่งจะต้องพิจารณาสภาพแวดล้อมโครงการที่สามารถรองรับการพักผ่อนได้ และเกิดกิจกรรมนอกเหนือจากการใช้งานหลักได้ เช่น การบำรุงทางเท้า ถนน และรักษาความปลอดภัย ลำดับกิจกรรมที่ห้าคือ สนามฟุตบอลที่มีคะแนนเท่ากับ 0.20 คะแนน ซึ่งสนามฟุตบอลที่พบในโครงการที่มีจะอยู่ในลักษณะของสนามเอนกประสงค์ที่สามารถใช้งานได้หลายหน้าที่ (Function) มากกว่า เพียงแต่คนในหมู่บ้านนิยมเล่นฟุตบอลกว่ากิจกรรมอื่น ๆ ที่สามารถเล่นได้ในสนามเอนกประสงค์นั้น

ดังนั้นกล่าวได้ว่ากิจกรรมที่ศูนย์นันทนาการของโครงการได้รับการตอบสนองมากที่สุดตามลำดับคือ สระว่ายน้ำ , เครื่องออกกำลังกาย , สวนหย่อมและสนามเด็กเล่น , การวิ่งและเดิน , และสนามฟุตบอล

ตาราง 4.62 อันดับกิจกรรมที่ผู้ให้บริการร่วมในศูนย์นันทนาการ

| กิจกรรมที่ร่วมใช้บริการ ในศูนย์นันทนาการของ หมู่บ้าน | อันดับ 1 | | อันดับ 2 | | อันดับ 3 | | ไม่ถูกเลือก | | รวม | | ค่า น้ำหนัก |
|--|----------|-------|----------|-------|----------|-------|-------------|-------|-------|-------|----------------|
| | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | จำนวน | คะแนน | |
| สระว่ายน้ำ | 63 | 189 | 8 | 16 | 8 | 8 | 4 | 0 | 83 | 213 | 2.57 |
| สนามเทนนิส | 0 | 0 | 6 | 12 | 3 | 3 | 74 | 0 | 83 | 15 | 0.18 |
| เครื่องออกกำลังกาย | 3 | 9 | 9 | 18 | 7 | 7 | 64 | 0 | 83 | 64 | 0.41 |
| ชวานา | 2 | 6 | 3 | 6 | 4 | 4 | 74 | 0 | 83 | 16 | 0.19 |
| ปิงปอง | 0 | 0 | 1 | 2 | 1 | 1 | 81 | 0 | 83 | 3 | 0.04 |
| แบดมินตัน | 0 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 82 | 0 | 83 | 2 | 0.02 |
| วิ่ง , เดิน | 6 | 18 | 5 | 10 | 3 | 3 | 69 | 0 | 83 | 31 | 0.37 |
| บาสเกตบอล | 0 | 0 | 1 | 2 | 4 | 4 | 78 | 0 | 83 | 6 | 0.07 |
| สวนหย่อม | 2 | 6 | 10 | 20 | 7 | 7 | 64 | 0 | 83 | 33 | 0.40 |
| วอลเลย์บอล | 0 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 82 | 0 | 83 | 2 | 0.02 |
| ขี่จักรยาน | 1 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 78 | 0 | 83 | 8 | 0.10 |
| สนามเด็กเล่น | 4 | 12 | 6 | 12 | 9 | 9 | 64 | 0 | 83 | 33 | 0.40 |
| สนามฟุตบอล | 1 | 3 | 6 | 12 | 2 | 2 | 74 | 0 | 83 | 17 | 0.20 |
| แอโรบิค | 0 | 0 | 2 | 4 | 0 | 0 | 81 | 0 | 83 | 4 | 0.05 |
| ร้านอาหาร | 2 | 6 | 11 | 22 | 1 | 1 | 69 | 0 | 83 | 29 | 0.03 |
| ร้านซักรีด | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 82 | 0 | 83 | 1 | 0.01 |
| รวม | 84 | 252 | 71 | 142 | 52 | 52 | 1,120 | 0 | 1,328 | 447 | 5.06 |

4.5.3.5 เงื่อนไขการให้บริการ

ผู้อยู่อาศัยปัจจุบันเลือกใช้วิธีการจ่ายค่าบริการเป็นครั้งคราว เมื่อมาใช้บริการมากที่สุด หรือคิดเป็น 41.4% เพราะเป็นความสะดวกในด้านค่าใช้จ่ายแบบไม่ผูกมัด รองมาคือ การสมัครสมาชิก หลังจากซื้อบ้านแล้ว และจ่ายค่าบริการอีกเงื่อนไขให้บริการ แต่โดยมากเมื่อสมัครสมาชิกแล้ว ค่าใช้บริการเมื่อเรียกเก็บจะถูกกว่าที่ไม่ได้สมัครสมาชิก หรือคิดเป็น 32.4% ลำดับต่อมาคือ เมื่อซื้อบ้านแล้วจะได้สิทธิการให้บริการมาพร้อมกัน ซึ่งเงื่อนไขส่วนใหญ่จะจำกัดเวลาในการใช้บริการเช่นอยู่ในช่วง 1 ปีแรกของการเข้าอยู่อาศัย โดยคิดเป็น 9.95% และสุดท้ายคือเงื่อนไขอื่นนอกเหนือจากดังกล่าว คือ ใช้บริการได้ฟรีช่วง 1 ปีแรก โดยโครงการออกบัตรให้บริการให้หลังจากนั้นต้องสมัครสมาชิก มี 0.4%

และเมื่อแจกแจงตามแต่ละทำเลก็พบว่าศูนย์นันทนาการในเขตพื้นที่สุขาภิบาล 3 , รัตนาธิเบศร์ , และวงแหวน-บางแกว ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จ่ายค่าใช้จ่ายแบบเป็นครั้งคราว ส่วนในทำเลบางพลี และ รามอินทราผู้ให้บริการจ่ายค่าใช้จ่ายแบบสมัครสมาชิกหลังจากซื้อบ้านแล้ว และจ่ายค่าบริการอีกเงื่อนไขให้บริการ ซึ่งเป็นรูปแบบที่ก่อให้เกิดความผูกพันให้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง แต่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งต่ำกว่า

ตาราง 4.63 เงื่อนไขการให้บริการในศูนย์นันทนาการของผู้อยู่อาศัย

| การได้รับสิทธิให้บริการศูนย์นันทนาการ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
|--|------------|-------------|
| ซื้อบ้านแล้วได้รับสิทธิการเป็นสมาชิกมาพร้อมกัน | 17 | 15.3 |
| ต้องสมัครสมาชิกหลังซื้อบ้านแล้ว | 11 | 9.9 |
| จ่ายบริการเป็นครั้งคราว | 46 | 41.4 |
| สมัครสมาชิก และจ่ายค่าบริการอีกเมื่อใช้บริการ | 36 | 32.4 |
| อื่น ๆ | 1 | 0.9 |
| รวม | 111 | 100 |

ตาราง 4.64 การแจกแจงเงื่อนไขการให้บริการศูนย์นันทนาการของผู้อยู่อาศัยในทำเลต่าง ๆ

| สิทธิในการบริการ | ผู้อยู่อาศัยในทำเลต่าง ๆ | | | | | |
|---------------------------------|--------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------|
| | สุขาภิบาล 3 | รัตนาธิเบศร์ | บางพลี | รามอินทรา | วงแหวน | รวม |
| ได้สิทธิเมื่อซื้อบ้าน | 3 (13.0) | 1 (5.0) | 5 (20.8) | 5 (21.7) | 3 (14.3) | 17 (15.3) |
| สมัครสมาชิก | 2 (8.7) | 1 (5.0) | 5 (20.8) | 3 (13.0) | 0 (0.0) | 11 (9.9) |
| จ่ายค่าบริการเป็นครั้งคราว | 13 (56.5) | 6 (30.0) | 6 (25.0) | 6 (26.1) | 15 (71.4) | 46 (41.4) |
| สมัครสมาชิกและจ่ายค่าบริการด้วย | 5 (21.7) | 12 (60.0) | 8 (33.3) | 8 (34.8) | 3 (14.3) | 36 (32.4) |
| อื่น ๆ | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (0.0) |
| รวม | 23 (100.0) | 20 (100.0) | 24 (100.0) | 23 (100.0) | 21 (100.0) | 111 (100.0) |

4.5.3.6 ความพร้อมในการให้บริการของศูนย์นันทนาการ

ด้านความพร้อมของศูนย์นันทนาการของหมู่บ้าน จะพิจารณาจากสภาพของศูนย์นันทนาการเมื่อมีผู้เข้าอยู่อาศัยในโครงการว่าสร้างเสร็จพร้อมที่จะให้บริการต่อลูกบ้านอย่างไร ซึ่งพบว่า มีผู้อยู่อาศัยเพียงประมาณครึ่งหนึ่งเท่านั้นที่เมื่อเข้าอยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านแล้ว พบว่าศูนย์นันทนาการของหมู่บ้านนั้นสร้างเสร็จ และหมายความว่า ผู้อยู่อาศัยจำนวนนี้เท่านั้นที่สามารถใช้ศูนย์นันทนาการของหมู่บ้านได้อย่างสะดวกตั้งแต่เริ่มเข้าอยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้าน หรือมี 47% ของผู้อยู่อาศัย ที่เมื่อเข้าอยู่ในโครงการแล้ว ศูนย์นันทนาการของหมู่บ้านได้สร้างเสร็จพร้อมที่จะให้เข้าใช้บริการ เช่นในท่าเลบางพลี , รามอินทรา, และ วงแหวน-บางแกว ส่วน 28% ของผู้อยู่อาศัยเมื่อเข้าอยู่ พบว่าศูนย์นันทนาการในหมู่บ้านอยู่ในระหว่างการก่อสร้าง เช่นในท่าเลรัตนานิเบศร์ และอีก 25% ของผู้อยู่อาศัยเมื่อเข้าอยู่ พบว่าศูนย์นันทนาการในหมู่บ้านยังไม่ได้จัดสร้าง ซึ่งก็คือศูนย์นันทนาการในท่าเลสุขาภิบาล 3 ตามการสำรวจ

ตาราง 4.65 ความพร้อมในการให้บริการของศูนย์นันทนาการ

| ความพร้อมในการให้บริการ | เมื่อผู้อยู่อาศัยเข้าอยู่ในท่าเลต่าง ๆ | | | | | |
|------------------------------|--|--------------|--------------|--------------|--------------|----------------|
| | สุขาภิบาล 3 | รัตนานิเบศร์ | บางพลี | รามอินทรา | วงแหวน | รวม |
| สร้างเสร็จแล้วพร้อมให้บริการ | 7 (35.0) | 9 (45.0) | 13 (65.0) | 9 (45.0) | 9 (45.0) | 47 (47.0) |
| อยู่ในระหว่างการก่อสร้าง | 2 (10.0) | 10 (50.0) | 5 (25.0) | 5 (25.0) | 6 (30.0) | 28 (28.0) |
| ยังไม่ได้จัดสร้าง | 11 (55.0) | 1 (5.0) | 2 (10.0) | 6 (30.0) | 5 (25.0) | 25 (25.0) |
| รวม | 20 (20.0) | 20 (20.0) | 20 (20.0) | 20 (20.0) | 20 (20.0) | 100 (100.0) |

ดังนั้นสรุปความสัมพันธ์ของการตอบสนองการให้บริการศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านเขตชานเมืองกรุงเทพฯที่เกิดขึ้นตั้งแต่ปี 2534 เป็นต้นมาได้ว่า ส่วนใหญ่ได้รับการตอบสนองการให้บริการจากผู้อยู่อาศัย ซึ่งแจกแจงตัวอย่างตามแต่ละท่าเลได้ดังนี้

1) ท่าเลวงแหวน-บางแกว

ผู้ให้บริการศูนย์นันทนาการในโครงการท่าเลวงแหวนที่มีจำนวนผู้ใช้บริการมากที่สุด โดยมีพฤติกรรมการใช้ส่วนใหญ่เป็นแบบการใช้เป็นประจำทุกสัปดาห์ และมีระยะเวลาที่ใช้บริการนานที่สุดใน 5 ท่าเล หรือประมาณ 2 ชั่วโมง 19 นาที ในการวิเคราะห์ด้านความพร้อมของศูนย์นันทนาการใน

การให้บริการนั้นมีตามความสมควรทันกับการเข้าอยู่อาศัยของคนในหมู่บ้าน และมีเงื่อนไขให้บริการแบบไม่ผูกมัดเป็นส่วนใหญ่คือมาจ่ายค่าบริการเมื่อต้องการใช้บริการ ทำให้ลูกบ้านมีพฤติกรรมการใช้ในตอนปลายสัปดาห์ และใช้เวลานานเพื่อชดเชยช่วงเวลาที่ไม่ได้มาใช้งาน และบางกิจกรรมก็ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเลย เช่นกิจกรรมกลางแจ้งในสนามกีฬาเอนกประสงค์ สนามเด็กเล่น เป็นต้น ทำให้ผู้ใช้บริการได้ร่วมกิจกรรมได้นาน

2) ทำเลรามอินทรา

ผู้ใช้บริการศูนย์นันทนาการในโครงการทำเลรามอินทราที่มีผู้ใช้บริการมารองลงมา ซึ่งถ้าลูกบ้านมาใช้บริการ จะเป็นในลักษณะชาจร หรือใช้บริการเป็นกิจวัตรประจำวันไปเลย โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยประมาณ 1 ชั่วโมงครึ่ง และศูนย์นันทนาการนั้นมีความพร้อมให้ลูกค้าได้เข้าใช้บริการทันกับการอยู่อาศัยของลูกบ้านตามสมควร โดยมีเงื่อนไขการใช้บริการที่ลูกบ้านนิยมในระดับใกล้เคียงกัน คือ การสมัครสมาชิกและจ่ายค่าบริการเพิ่มเติม กับการจ่ายค่าบริการเป็นครั้งคราว ซึ่งเป็นได้ว่าวิธีแรกเป็นวิธีจูงใจให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกได้เปรียบ เพราะในการจ่ายค่าบริการเป็นครั้งคราวโดยไม่ได้สมัครสมาชิกนั้น ต้องจ่ายในราคาแพงกว่า การสมัครสมาชิกจึงทำให้ลูกบ้านเกิดความรู้สึกว่าเสียค่าใช้จ่ายต่ำ เมื่อมาใช้บริการขณะเดียวกันถ้าเป็นวิธีหนึ่งที่จะผูกมัดให้ผู้บริโภคมาใช้บริการบ่อย ๆ ด้วย เพราะได้เป็นสมาชิกไปแล้ว ดังนั้นจึงทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้เป็นกิจวัตรได้ ส่วนระยะเวลาที่ใช้บริการจะสอดคล้องกับการร่วมกิจกรรมเดียวหรือไม่เกิน 2 กิจกรรม ตามรอบของเวลาที่กำหนดไว้ตามค่าบริการ

3) ทำเลบางพลี

สำหรับผู้ใช้บริการศูนย์นันทนาการโครงการหมู่บ้านแถบทำเลบางพลีคือ จำนวนผู้ใช้บริการความถี่ที่ใช้บริการที่ใช้เป็นประจำทุกสัปดาห์เป็นส่วนใหญ่รวมถึงระยะเวลาที่ใช้บริการในศูนย์นันทนาการประมาณหนึ่งชั่วโมงครึ่ง เมื่อวิเคราะห์ทัศนคติ ความพร้อมการใช้บริการในศูนย์นันทนาการ และการได้รับสิทธิการใช้บริการแล้ว พบว่า ผู้อยู่อาศัยในทำเลบางพลีมีพฤติกรรมใช้ศูนย์นันทนาการค่อนข้างดี เนื่องจากศูนย์นันทนาการที่สร้างไว้พร้อมที่สุดใน 5 ทำเล หรือพร้อมสำหรับการเข้าใช้บริการเมื่อมีผู้อยู่อาศัยในโครงการ ทำให้ผู้อยู่อาศัยสะดวกในการใช้งาน ส่วนเงื่อนไขการให้บริการค่อนข้างกระจายตัวตามรูปแบบเงื่อนไข คือสมัครสมาชิกพร้อมกับจ่ายค่าบริการเมื่อมาใช้บริการ หรือจ่ายค่าบริการเป็นครั้งคราวเมื่อต้องการใช้บริการ หรือการสมัครสมาชิกอย่างเดียว และการได้รับสิทธิเมื่อซื้อบ้าน ซึ่งทั้งหมดนี้ มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน อันหมายถึงว่าผู้ใช้บริการที่ยังได้สิทธิการใช้บริการฟรี ยังมีอยู่โดยสัดส่วนใกล้เคียงกับผู้ที่ต้องจ่ายค่าบริการแล้ว เพราะหมดระยะเวลาที่ได้รับสิทธิพิเศษ ดังนั้นจึงทำให้มีสิ่งจูงใจให้ลูกบ้านไปใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

4) ทำเลรัตนานิเบศร์

ส่วนในทำเลรัตนานิเบศร์ มีผู้ใช้บริการ และมีพฤติกรรมการใช้บริการที่ค่อนข้างดี เนื่องจากศูนย์นันทนาการมีความพร้อมให้เกิดการใช้บริการพร้อมเป็นอันดับ 2 รองจากทำเลบางพลี หรือทันกับความต้องการใช้บริการของลูกบ้าน นอกจากนี้เงื่อนไขการให้บริการเป็นแบบการสมัครสมาชิก และจ่ายค่าบริการเมื่อมาใช้บริการมากที่สุด ทำให้เกิดการผูกพันในการจงใจให้มาใช้บริการ

5) ทำเลสุขาภิบาล 3

และสุดท้ายในทำเลสุขาภิบาล 3 ที่มีผู้มาใช้บริการน้อยที่สุดใน 5 ทำเล โดยที่ผู้ใช้บริการมีพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการที่หลากหลาย ตั้งแต่มากกว่า 8 ครั้ง/เดือน จนถึงนาน ๆ ใช้ทีบางเดือนไม่ได้ใช้ แต่อยู่ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งไม่ว่าจะใช้บริการในความถี่เท่าใด พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วใช้เวลาในศูนย์นันทนาการไม่นานนักหรือประมาณ 48 นาทีเท่านั้น ที่มาจากเหตุดังกล่าวนี้ อาจพิจารณาได้จากทัศนคติที่มีศูนย์นันทนาการ เช่น ศูนย์นันทนาการในทำเลนี้เป็นทำเลที่ไม่พร้อมให้บริการกับผู้อยู่อาศัยมากที่สุด คือมีผู้อยู่อาศัยมาอยู่เป็นเวลานานแล้วว่าจะยอมสร้างศูนย์นันทนาการ ส่วนเงื่อนไขการบริการ จะเป็นการจ่ายค่าบริการเป็นครั้งคราวมากที่สุด ทำให้ผู้ใช้บริการไม่เกิดความผูกพันที่จะมาใช้บริการ แต่เป็นไปในลักษณะของความสะดวกต่อตนเอง เมื่อต้องการใช้บริการซึ่งก็ขึ้นกับพฤติกรรมของแต่ละผู้ใช้บริการว่า มีพฤติกรรมการออกกำลังกายอย่างไร ดังนั้น ความถี่จึงออกมาในลักษณะที่หลากหลายดังกล่าว

4.5.4 ความสัมพันธ์ระหว่างราคาบ้านกับการใช้ประโยชน์

ได้วิเคราะห์ข้อสมมติว่า ถ้าศูนย์นันทนาการของโครงการทำให้ราคาขายบ้านสูงขึ้นจริง โดยที่ผู้อยู่อาศัยไม่ได้ใช้บริการในศูนย์นันทนาการนั้นเลย ผู้อยู่อาศัยกลุ่มนั้นประมาณครึ่งหนึ่ง หรือ 47.1% ของผู้ที่ไม่ใช้บริการ มีทัศนคติว่า ควรยกประโยชน์ให้กับผู้ที่สามารถใช้ได้ เนื่องจากตนเองมีเหตุผลที่ไม่สามารถมาใช้ได้ เช่น ไม่มีเวลา ไม่สะดวก หรือหมายความว่า ผู้อยู่อาศัยกลุ่มนี้ไม่ได้ใส่ใจเรื่องราคาบ้านที่เพิ่มขึ้น โดยคิดว่าส่วนหนึ่งของราคาบ้านที่ตนจ่ายไปเพื่อจัดสร้างศูนย์นันทนาการ ถือว่าเป็นการสร้างประโยชน์ให้กับส่วนรวม เพราะเห็นว่าการไม่ได้ใช้ประโยชน์ในสิ่งที่ตนเองร่วมเป็นเจ้าของ เกิดขึ้นจากปัญหาด้านพฤติกรรมของตนเอง

รองลงมาคือ กลุ่มที่เมื่อแรกเริ่มซื้อบ้านต้องการเพียงแต่ให้มีศูนย์นันทนาการในโครงการ โดยที่มีได้คำนึงการใช้บริการเมื่อเข้าอยู่อาศัยแล้ว โดยมี 29.4% ของผู้ที่ไม่ได้ใช้บริการทั้งหมด หรือเป็นการซื้อที่ไม่คำนึงถึงพฤติกรรมหลังจากการซื้อ ซึ่งอาจมีผลให้บุคคลกลุ่มนี้ ไม่ได้รับความพอใจสูงสุดจากประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากความพอใจในผลิตภัณฑ์หลังการซื้อ (Satisfaction) ต้อง

ประกอบไปด้วย การคาดคะเน (Expectation) และการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์ (Performance)⁴⁵ ดังนั้นความพอใจของกลุ่มตัวอย่างอาจหยุดอยู่เพียงแค่การคาดคะเนที่จะได้ประโยชน์จากการมีศูนย์นันทนาการนั้น แต่ยังไม่ได้รับความพอใจจากการใช้บริการในศูนย์นันทนาการ

และทัศนคติต่อมาคือ ผู้อยู่อาศัย 17.6% ที่ไม่ใช้บริการศูนย์นันทนาการเนื่องจาก ผู้ประกอบการก่อสร้างศูนย์นันทนาการไม่ตรงกับความต้องการของผู้อยู่อาศัย ทำให้ผู้อยู่อาศัยต้องรับภาระค่าใช้จ่ายจากการก่อสร้างศูนย์นันทนาการนั้นโดยการซื้อบ้านในราคาสูงขึ้น จึงเห็นว่าการมีศูนย์นันทนาการเป็นเพียงโฆษณาชวนเชื่อเท่านั้น และอีก 5.9% ยืนยันว่า ศูนย์นันทนาการไม่เกี่ยวข้องกับราคาบ้านเลย

ตาราง 4.66 ทัศนคติผู้ไม่ใช้บริการศูนย์นันทนาการของหมู่บ้าน ถ้า..ราคาบ้านสูงขึ้นจากการมีศูนย์นันทนาการ

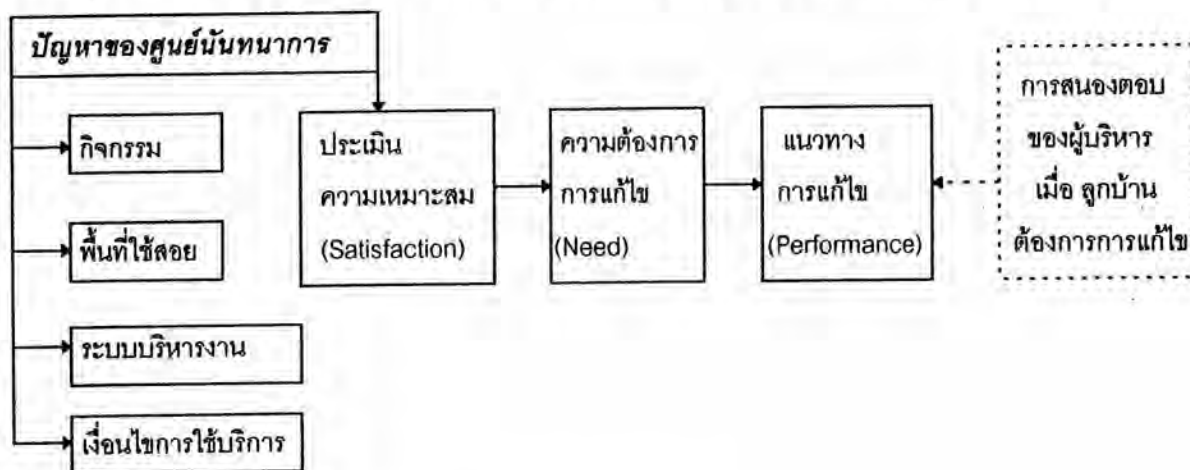
| ทัศนคติของผู้ไม่ใช้บริการ แต่ราคาบ้านสูงเพราะมีศูนย์นันทนาการ | จำนวน ผู้ไม่ใช้บริการ | เปอร์เซ็นต์ |
|--|--------------------------|--------------|
| ยกประโยชน์ให้ผู้ใช้งาน เพราะไม่มีเวลา ไม่สะดวก | 8 | 47.1 |
| ต้องการศูนย์นันทนาการ แต่ไม่คำนึงการใช้งาน | 5 | 29.4 |
| ผู้ประกอบการสร้างศูนย์นันทนาการไม่ตรงความต้องการ | 3 | 17.6 |
| ไม่ได้คิดว่าจะมีผลต่อราคาบ้าน | 1 | 5.9 |
| รวม | 17 | 176.5 |

⁴⁵ ศิริวรรณ เจริญรัตน์, อ้างแล้ว, หน้า 127.

4.6 ปัญหาและแนวทางแก้ไขด้านต่าง ๆ ของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน

จากการวิเคราะห์ที่ผ่านมาทราบว่า ผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการในปัจจุบัน มีการตอบสนองการใช้บริการพอสมควรแต่ยังไม่ใช่ลักษณะที่เป็นกิจวัตร ดังนั้นจึงทำการศึกษาต่อว่า ในศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านมีปัญหาใดบ้าง พร้อมทั้งศึกษาแนวทางแก้ไข ซึ่งมาจากการประเมินของทั้งผู้ประกอบการและผู้อยู่อาศัยในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ โดยสำรวจความพึงพอใจเบื้องต้นก่อน (Satisfaction) แล้วจึงวิเคราะห์ความต้องการแก้ไข (Need) รวมถึงวิธีปฏิบัติที่สามารถเป็นไปได้ (Performance) หรืออธิบายได้ตามแผนภูมิดังนี้

แผนภูมิ 4.5 การวิเคราะห์ปัญหาและแนวทางแก้ไขด้านต่างๆของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน



4.6.1 ปัญหาของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน

จากการสำรวจภาคสนาม และความเห็นของผู้อยู่อาศัยในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการพบว่า ส่วนใหญ่ศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านรอบเขตชานเมืองกรุงเทพฯ ไม่พบปัญหาที่ร้ายแรง หรือต้องการการแก้ไขอย่างเร่งด่วนนัก โดยสามารถแจกแจงปัญหาตามประเด็นต่างๆได้ดังนี้

4.6.1.1 ด้านกิจกรรมในศูนย์นันทนาการ

ปัญหาด้านกิจกรรมในศูนย์นันทนาการส่วนใหญ่เกิดจากความต้องการที่ไม่สิ้นสุดของผู้อยู่อาศัยเอง หรือเห็นว่ากิจกรรมที่ผู้ประกอบการเตรียมไว้ให้ยังไม่เหมาะสมเพราะยังขาดกิจกรรมบางอย่าง เช่น สนามแบดมินตัน สนามเทนนิส สนามบาสเกตบอล ห้องชาวน้ำ ปิงปอง ห้องเต็นท์หรือแอร์บิค เป็นต้น โดยมีสมาชิกในหมู่บ้าน 62.6% ที่คิดเช่นนั้น ทั้งนี้กิจกรรมหลักที่ผู้บริโภคร้องขอ เช่น สระว่ายน้ำ⁴⁶ โครงการหมู่บ้านส่วนใหญ่ที่มีศูนย์นันทนาการให้ มักได้จัดเตรียมให้อยู่แล้ว ซึ่งบางโครงการก็มีเพียงสระว่ายน้ำเพียงอย่างเดียว เช่น ในโครงการหมู่บ้านท่าเลรัตนาศิเบตซ์ที่สำรวจมา

⁴⁶ สุพล กาญจนกุล. การลงทุนในทรัพย์สินส่วนกลางของอาคารชุดที่ทักอาศัยระดับราคาปานกลางถึงสูงในเขตกรุงเทพมหานคร.

และผู้อยู่อาศัยในโครงการนี้ก็ต้องการกิจกรรมอื่นๆเพิ่มเติมอีก , หรือในโครงการหมู่บ้านทำเลสุขาภิบาล 3 ที่ขาดโถงเอนกประสงค์เพื่อการประชุมสังสรรค์ของสมาชิกในหมู่บ้าน

4.6.1.2 ขนาดพื้นที่ใช้สอยของกิจกรรม

ปัญหาด้านขนาดพื้นที่ใช้สอยของกิจกรรมในศูนย์นันทนาการของหมู่บ้าน พบเพียงบางโครงการเท่านั้น โดยคิดเป็น 51% ของผู้อยู่อาศัยที่พบปัญหานี้ ซึ่งส่วนใหญ่เห็นว่าขนาดพื้นที่กิจกรรมบางอย่างของศูนย์นันทนาการเท่านั้น ที่ไม่สามารถในการรองรับการใช้สอยปกติและชั่วโมงที่คับคั่ง (Peak Hour) ได้

เช่น ในโครงการหมู่บ้านทำเลสุขาภิบาล 3 ที่กิจกรรมของศูนย์นันทนาการมีเพียงสระว่ายน้ำ ร้านอาหาร และสวนหย่อม ซึ่งมีพื้นที่ค่อนข้างคับแคบ ไม่ได้ขนาดมาตรฐานการใช้งานต่อจำนวนหลังคาเรือน และไม่ได้รับการดูแลด้านความสะอาดสมกับที่เป็นศูนย์กลางของโครงการหมู่บ้าน ซึ่งในบางครั้งก็ใช้สถานที่นี้เป็นที่ประชุมของสมาชิกในหมู่บ้าน แสดงว่าศูนย์นันทนาการของโครงการถูกใช้เป็น Facility พิเศษด้วย

หรือในทำเลรัตนานิเบศร์ที่มีสระว่ายน้ำเพียงอย่างเดียว แต่ขนาดของสระไม่ได้รับการให้บริการของสมาชิกทุกคนในหมู่บ้าน ทำให้ผู้อยู่อาศัยรู้สึกว่ ศูนย์นันทนาการมีพื้นที่น้อยเกินไป และในทำเลวงแหวน-บางแวก ที่ผู้อยู่อาศัยเห็นว่าสนามเอนกประสงค์คับแคบเกินไป

แต่ในบางโครงการ เช่น ในทำเลบางพลีเห็นว่าพื้นที่ใช้สอยบางกิจกรรมยังไม่เหมาะสม เช่น โถงเอนกประสงค์ และห้องเต้นรำหรือแอโรบิคที่มีพื้นที่มากเกินไป

4.6.1.3 ระบบการบริหารงาน

รูปแบบการบริหารงานในศูนย์นันทนาการแต่ละโครงการย่อมมีความเหมาะสมแตกต่างกันไปตามเงื่อนไขของแต่ละโครงการ ซึ่งในปัจจุบันมีผู้อยู่อาศัย 44% ที่เห็นว่าระบบการบริหารศูนย์นันทนาการของโครงการไม่เหมาะสม หรือยังจัดการเรื่องต่างๆภายในศูนย์นันทนาการได้ไม่คล่องตัวนัก เช่น ความปลอดภัยในการร่วมกิจกรรม , การดูแลรักษาความสะอาดและความสวยงาม เป็นต้น ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยทั้งกำลังคน , ค่าใช้จ่าย , และเวลาในการจัดระบบต่างๆ

4.6.1.4 ด้านเงื่อนไขการใช้บริการ

ผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการปัจจุบัน ไม่พบปัญหาด้านเงื่อนไขการใช้บริการมากนัก เพราะผู้บริหารศูนย์นันทนาการให้ความยืดหยุ่นในเงื่อนไขพอสมควร เช่น มีสิทธิให้ใช้บริการได้หลายรูปแบบ , บางโครงการให้คนภายนอกสามารถใช้บริการได้ ทำให้ผู้อยู่อาศัยในโครงการ

สามารถร่วมกิจกรรมกับเพื่อน หรือ บุคคลที่ไม่ได้อยู่ในโครงการได้ ซึ่ง ผู้ที่มีปัญหา ส่วนใหญ่เป็นการเรียกร้องประโยชน์ที่ตนต้องการ เช่น ต้องการให้ลดค่าบริการลง หรือ ให้ได้สิทธิใช้บริการได้ทันทีเมื่อซื้อบ้าน โดยไม่ต้องจ่ายค่าบริการอีก เป็นต้น โดยมีกลุ่มความเห็นนี้ 34% เท่านั้น

ตาราง 4.67 ปัญหาของศูนย์นันทนาการในโครงการในทัศนะของผู้อยู่อาศัย

| ปัญหาของศูนย์นันทนาการ ในโครงการหมู่บ้าน | ความเห็นของผู้อยู่ในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ | | | |
|---|--|---------------|------------|----------------|
| | มีปัญหา | ไม่มีปัญหา | ไม่ตอบ | รวม |
| ด้านกิจกรรม | 62 | 37 | 1 | 100 |
| ด้านพื้นที่ใช้สอย | 50 | 48 | 2 | 100 |
| ด้านการบริหารงาน | 44 | 56 | 0 | 100 |
| ด้านเงื่อนไขการใช้บริการ | 34 | 65 | 1 | 100 |
| รวม | 190 (47.5) | 206 (51.5) | 4 (1.0) | 400 (100.0) |

4.6.2 การประเมินด้านต่างๆของศูนย์นันทนาการในโครงการ ของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประเมินการจัดเตรียมศูนย์นันทนาการในโครงการของตนด้านต่างๆว่า เหมาะสมกับการใช้สอยของลูกบ้านแล้ว หรือมีปัญหาเกิดขึ้นแต่ไม่ใช่เรื่องร้ายแรง เช่น

4.6.2.1 ด้านกิจกรรม

แม้ว่าจะมีผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการถึง 73.3% ที่เห็นว่า กิจกรรมในศูนย์นันทนาการยังไม่เหมาะสม แต่เปอร์เซ็นต์ความเห็น 60% จากที่เห็นว่ายังไม่เหมาะสมนี้ คิดว่ายังขาดกิจกรรมบางอย่าง แต่ไม่มีก็ไม่เป็นไร เพราะไม่ใช่กิจกรรมหลักที่ผู้ใช้บริการต้องการ เช่น สนามแบดมินตัน สนามเทนนิส สนามบาสเกตบอล ห้องซาวน่า ห้องบึงปอง ห้องเต็นท์หรือแอโรบิค เป็นต้น โดยมีเพียง 13.3% เท่านั้นที่เห็นว่าโครงการยังขาดกิจกรรมบางอย่างและจะมีการแก้ไขปรับปรุงต่อไป ส่วนผู้ที่มั่นใจจริงๆว่า ศูนย์นันทนาการที่ได้เตรียมไว้ นั้นเหมาะสมดีแล้วมีเพียง 26.7%

ตาราง 4.68 การประเมินความเหมาะสมกิจกรรมในศูนย์นันทนาการของหมู่บ้านตามทัศนะของผู้ประกอบการ

| ความเหมาะสมของกิจกรรมในศูนย์นันทนาการของหมู่บ้าน | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
|--|-------|-------------|
| เหมาะสมดีแล้วมีกิจกรรมครบตามที่ลูกบ้านต้องการ | 4 | 26.7 |
| ขาดกิจกรรมบางอย่างแต่ไม่มีก็ไม่เป็นไร | 9 | 60.0 |
| ขาดกิจกรรมบางอย่างและจะปรับปรุงต่อไป | 2 | 13.3 |
| ไม่เหมาะสมกับความต้องการของลูกบ้าน | 0 | 0.0 |
| รวม | 15 | 100.0 |

4.6.2.2 ด้านขนาดพื้นที่ใช้สอยของกิจกรรม

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่เห็นว่ ขนาดพื้นที่ใช้สอยของกิจกรรมต่างๆในศูนย์นันทนาการจะมีปัญหาโดย 80% ของผู้ประกอบการเห็นว่าพื้นที่ต่างๆที่เตรียมไว้ให้ สามารถรองรับการใช้บริการได้อย่างเพียงพอแล้ว โดยมี 13.3% ที่เห็นว่า พื้นที่กิจกรรมบางอย่างของโครงการ คับแคบเกินไป เช่น ในท่าเลสุขาภิบาล 3 ที่เห็นว่า พื้นที่โถงเอนกประสงค์ของโครงการนั้นคับแคบจนเกินไป ไม่สามารถรองรับจำนวนลูกบ้านเมื่อมีการประชุมได้ หรือในท่าเลรัตนานิเบศร์ที่เห็นว่า สระว่ายน้ำ และชาน้ำที่มีขนาดเล็กเกินไป และอีก 6.7% เห็นว่าพื้นที่กิจกรรมบางอย่างกว้างเกินไป

ตาราง 4.69 การประเมินขนาดพื้นที่ใช้สอยของกิจกรรมในทัศนะของผู้ประกอบการ

| ขนาดพื้นที่ใช้สอยของกิจกรรมในศูนย์นันทนาการของหมู่บ้าน | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
|--|-----------|--------------|
| เหมาะสมกับการใช้งานดีแล้ว | 12 | 80.0 |
| กิจกรรมบางอย่างมีพื้นที่มากเกินไป | 1 | 6.7 |
| พื้นที่กิจกรรมบางอย่างคับแคบ | 2 | 13.3 |
| รวม | 15 | 100.0 |

4.6.2.3 ด้านตำแหน่งที่ตั้งของศูนย์นันทนาการ

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่า ศูนย์นันทนาการในโครงการของตนสามารถมองเห็นได้ชัดเจนจากทางเข้า หรือจากบ้านพักอาศัย และสามารถเข้าถึงหรือเดินทางมาใช้บริการได้ง่ายมากที่สุด คิดเป็น 73.3% ของโครงการทั้งหมด เช่นในท่าเลรัตนานิเบศร์ , บางพลี และวงแหวน-บางแวกที่จัดตำแหน่งศูนย์นันทนาการไว้ด้านหน้าโครงการ หรือบนถนนสายหลักของโครงการ หรืออยู่ศูนย์กลางของโครงการที่ทุกหลังคาเรือนสามารถมาใช้บริการได้อย่างสะดวก

โดยอีก 20% เป็นโครงการที่เห็นว่า ตำแหน่งที่ตั้งศูนย์นันทนาการของโครงการแม้จะเห็นสถานที่หรืออาคารได้ไม่ชัดเจนจากทางเข้า แต่ก็สามารถไปใช้บริการได้ไม่ยาก เช่น ในท่าเลรามอินทรา เนื่องจากโครงการนี้เป็นโครงการขนาดใหญ่ที่มีถนนหลวงคั่นผ่านกลางโครงการ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการเข้าถึงศูนย์นันทนาการ⁴⁷ ทำให้ตำแหน่งที่อยู่อาศัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ศูนย์นันทนาการอยู่ฝั่งโครงการที่อยู่อาศัยหลังเมื่อมาจากทางเข้าหลักของโครงการ อย่างไรก็ตามก็ศูนย์นันทนาการนี้อยู่แนวเดียวกันถนนสายหลักทำให้สามารถเข้าถึงได้ไม่ยาก

และอีก 6.7% จัดตำแหน่งศูนย์นันทนาการ โดยการกระจายเป็นศูนย์ย่อย เพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่โครงการ ไม่ว่าจะลูกบ้านจะอยู่หลังใด ก็สามารถมาใช้บริการศูนย์นันทนาการได้อย่างสะดวก

⁴⁷ Seymour M. Gold. Ibid.

เพราะจากการศึกษาของ Bangs และ Mahler พบว่าระยะทางการมองเห็น มีความสัมพันธ์กัน คือ ถ้ามีการกระจายแหล่งนันทนาการออกไปตามบริเวณต่างๆที่สามารถมองเห็นได้จากที่พัก จะทำให้เกิดการใช้สอยได้มากขึ้น และให้ความรู้สึกของการอยู่อาศัยดีขึ้น⁴⁸ เช่น ตัวอย่างโครงการในท่าเลร์ตนาธิเบสท์ เนื่องจากในโครงการนี้ได้จัดทำสวนนันทนาการแบบกิจกรรมกลางแจ้งเท่านั้น คือ สวนหย่อมและสนามเด็กเล่นโดยกระจายพื้นที่สีเขียวเหล่านี้ทั้งโครงการ โดยไม่มีผู้ประกอบการใดเลยที่เห็นว่าสวนนันทนาการในโครงการอยู่ไกลและซับซ้อนจนไม่ยอมไป

ตาราง 4.70 ความเห็นด้านตำแหน่งที่ตั้งของสวนนันทนาการในโครงการหมู่บ้านในทัศนะของผู้ประกอบการทำเลที่ตั้งต่าง ๆ

| ตำแหน่งที่ตั้งสวนนันทนาการในโครงการหมู่บ้าน | สุขาภิบาล 3 | รัตนานิเบสท์ | บางพลี | รามอินทรา | วงแหวน | รวม |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|
| เห็นได้ชัดเจนเข้าถึงง่าย | 1 (50.0) | 4 (80.0) | 3 (100.0) | 0 (0.0) | 3 (75.0) | 11 (73.3) |
| เห็นไม่ชัดเจนจากทางเข้าแต่ไปไม่ยาก | 1 (50.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (100.0) | 1 (25.0) | 3 (20.0) |
| กระจายเป็นศูนย์ย่อยให้ครอบคลุมพื้นที่ | 0 (0.0) | 1 (20.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (6.7) |
| รวม | 2 (100.0) | 5 (100.0) | 3 (100.0) | 1 (100.0) | 4 (100.0) | 15 (100.0) |

4.6.2.4 การบริหารงานในสวนนันทนาการ

การบริหารงานในสวนนันทนาการ สามารถพิจารณาได้จากผลด้านความปลอดภัยเมื่อใช้บริการในสวนนันทนาการ และการดูแลสภาพต่างๆของสวนนันทนาการ เพื่อเป็นการวัดถึงความพร้อมจากเจ้าหน้าที่และอุปกรณ์ต่างๆในสวนนันทนาการ และประสิทธิภาพจากรูปแบบการจัดการของแต่ละสวนนันทนาการ

1). การบริหารด้านความปลอดภัยในสวนนันทนาการ

ผู้บริหารโครงการส่วนใหญ่ประเมินว่าโครงการของตนมีสวนนันทนาการที่มีความปลอดภัยต่อการใช้บริการ คือ มียาม หรือ เจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยให้กับผู้ใช้บริการ อุปกรณ์และสถานที่อยู่เสมอ เป็น 66.7% ของผู้ประกอบการทั้งหมด เช่น ในโครงการหมู่บ้านท่าเลร์ตนาธิเบสท์ บางพลี รามอินทรา และวงแหวน-บางแกว

⁴⁸ ประดิษฐ์ ขวชาติ, อ้างแล้ว, หน้า 127-135.

ศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านทำเลสุขาภิบาล3ทั้งหมด ประเมินว่า อุปกรณ์หรือสถานที่อาจชำรุดบ้างตามสภาพแต่ก็มีเจ้าหน้าที่คอยดูแล โดยคิดเป็น 26.7% ของโครงการทั้งหมด

มีเพียงหนึ่งโครงการในทำเลวงแหวน-บางแกว ที่ผู้ประกอบการรับว่า มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลแต่ก็ค่อนข้างละเอียดต่อเจ้าหน้าที่

ตาราง 4.71 การบริหารความปลอดภัยในศูนย์นันทนาการ ตามทัศนคติผู้บริหารโครงการหมู่บ้านทำเลต่าง ๆ

| ประเมินความปลอดภัยในศูนย์นันทนาการของโครงการ | สุขาภิบาล 3 | รัตนวิเบศร์ | บางพลี | รามอินทรา | วงแหวน | รวม |
|--|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|---------------|
| มียามหรือเจ้าหน้าที่ดูแลอยู่เสมอ | 0 | 3 | 3 | 1 | 3 | 10 (66.7) |
| สภาพชำรุดบ้างแต่มีเจ้าหน้าที่ดูแล | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 (26.7) |
| เจ้าหน้าที่ละเลยต่อหน้าที่ | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 (6.7) |
| รวม | 2 (13.3) | 5 (33.3) | 3 (20.0) | 1 (6.7) | 4 (26.7) | 15 (100.0) |

2). การบริหารด้านการดูแลรักษาในศูนย์นันทนาการ

ด้านการบริหารดูแลรักษาสภาพความเป็นระเบียบ ความสะอาดของศูนย์นันทนาการพบว่า ผู้บริหารส่วนใหญ่ในทุกๆทำเลโครงการ 66.7% ประเมินการดูแลโครงการตนเองว่ามีระบบที่ดี มีการตรวจสอบสภาพต่างๆของศูนย์นันทนาการอยู่เสมอไม่ปล่อยให้ทรุดโทรม โดยคำนึงว่า ศูนย์นันทนาการสามารถเป็นหน้าตาของหมู่บ้านได้ ซึ่งหากมีการดูแลรักษาอย่างดีก็หมายถึง สภาพแวดล้อมโดยรวมของโครงการย่อมได้รับการดูแลอย่างดีด้วย

โดยอีก 33.3% มาจากทุกทำเลโครงการยกเว้นทำเลรามอินทรา เป็นโครงการที่ผู้บริหารประเมินว่า มีการดูแลรักษาสภาพของศูนย์นันทนาการพอสมควร มีกฎเกณฑ์ส่วนรวมที่ทุกคนควรร่วมมือและปฏิบัติตาม และไม่ปล่อยให้สภาพให้เป็นที่เสื่อมโทรม ซึ่งถ้าลูกบ้านให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์แล้วก็จะเป็นการรักษาสภาพศูนย์นันทนาการไปในตัว และสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้อย่างมาก ทั้งนี้ไม่มีโครงการใดที่ไม่มีการดูแลรักษาจากเจ้าหน้าที่ หรือสภาพศูนย์นันทนาการทรุดโทรม เพราะไม่มีกฎเกณฑ์ของส่วนรวมและขาดการดูแลเลย

ดังนั้นสรุปได้ว่า ในทัศนะของผู้ประกอบการจะเห็นว่าระบบการดูแลรักษาความสะอาดในโครงการที่อยู่ในเกณฑ์ที่ดี หรือมีการดูแลตรวจสภาพไม่ให้ทรุดโทรม ซึ่งจะต้องพิจารณาทัศนะของผู้อยู่อาศัยด้วยว่า อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับความเห็นของผู้ประกอบการหรือไม่

ตาราง 4.72 การดูแลรักษาสุขภาพศูนย์นันทนาการของโครงการตามทัศนะผู้ประกอบการ

| ประเมินการดูแลรักษาศูนย์นันทนาการของโครงการ | สุขาภิบาล 3 | รัตนานิเบศร์ | บางพลี | รามอินทรา | วงแหวน | รวม |
|---|-------------|--------------|-------------|------------|-------------|---------------|
| มีการดูแลและตรวจสภาพอยู่เสมอ | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 10 (66.7) |
| มีการดูแลพอสมควรไม่ปล่อยให้เสื่อมโทรม | 1 | 2 | 1 | 0 | 1 | 5 (33.3) |
| รวม | 2 (13.3) | 5 (33.3) | 3 (20.0) | 1 (6.7) | 4 (26.7) | 15 (100.0) |

4.6.2.5 ความสวยงามของศูนย์นันทนาการ

ความสวยงามของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านนั้น จะสะท้อนได้ถึงการออกแบบและการบำรุงรักษาศูนย์นันทนาการของหมู่บ้าน ซึ่งถ้ามีการวางแผนการดำเนินการอย่างเป็นระบบตั้งแต่แรกและดำเนินการตามแผนนั้นอย่างบรรลุเป้าหมาย ย่อมส่งผลต่อสภาพศูนย์นันทนาการด้านความสวยงามด้วย

พบว่า 73.3% ของผู้ประกอบการทั้งหมด เห็นว่าศูนย์นันทนาการในโครงการของตนเองมีความสวยงาม เหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมดีแล้ว โดยเสริมว่าความกลมกลืนระหว่างศูนย์นันทนาการกับสภาพแวดล้อมของโครงการตนเอง ทำได้โดยการออกแบบศูนย์นันทนาการให้มีลักษณะแนวทางเดียวกับแบบบ้าน แต่ก็ยังคงลักษณะของความเป็นศูนย์กลางของโครงการได้ เช่นในทำเลรัตนานิเบศร์, บางพลี และรามอินทรา

และมี 60% ของโครงการทั้งหมดที่ได้นำภูมิสถาปัตยกรรมมาประกอบการจัดสร้างศูนย์นันทนาการด้วยเพื่อให้มีบรรยากาศร่มรื่น และช่วยส่งเสริมสภาพแวดล้อมให้สวยงามมากขึ้น เช่น ในโครงการหมู่บ้านแถบรัตนานิเบศร์, บางพลี, รามอินทรา และวงแหวน-บางแกว และมีโครงการหนึ่งในทำเลวงแหวน-บางแกวหรือคิดเป็น 6.7% ของโครงการทั้งหมด ที่ประเมินโครงการตนเองว่าสวยงามแต่มีลักษณะโดดเด่น แตกต่างจากที่อยู่อาศัย คือมีรูปแบบที่แตกต่างจากแบบบ้าน

อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการโครงการหนึ่งในทำเลสุขาภิบาล 3 ที่ยอมรับว่าศูนย์นันทนาการในโครงการของตนเองไม่สวยงามพอที่จะเป็นศูนย์รวมของชุมชน รวมถึงต้องการให้มีการปรับปรุงด้านความสวยงามและสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมมากกว่านี้ เนื่องจากไม่มีการดูแลรักษาที่ถี่นัก สภาพศูนย์นันทนาการจึงทรุดโทรมได้ง่าย

ตาราง 4.73 ความเห็นด้านความสวยงามของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรร ตามทัศนนะผู้ประกอบการทำเลที่ตั้งต่าง ๆ

| ความสวยงามของศูนย์นันทนาการ ในโครงการหมู่บ้านจัดสรร | สุขาภิบาล 3 | รัตนวิเบศร์ | บางพลี | รามอินทรา | วงแหวน | รวม |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| เหมาะสมสวยงาม กลมกลืนกับ สภาพแวดล้อม | 1 (50.0) | 4 (80.0) | 3 (100.0) | 1 (100.0) | 2 (50.0) | 11 (73.3) |
| โดดเด่น แตกต่างจากที่อยู่อาศัย | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (25.0) | 1 (6.7) |
| น่าภูมิสถาปัตยกรรมมาประกอบ การจัดสร้าง | 0 (0.0) | 2 (40.0) | 3 (100.0) | 1 (100.0) | 3 (75.0) | 9 (60.0) |
| ไม่สวยงามพอที่จะเป็นศูนย์รวมของ ชุมชน | 1 (50.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (6.7) |
| ต้องการให้ปรับปรุงด้านความสวย งามและสภาพแวดล้อม | 1 (50.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (6.7) |
| อื่น ๆ | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (25.0) | 1 (6.7) |
| รวม | 3 (150.0) | 6 (120.0) | 6 (200.0) | 2 (200.0) | 7 (175.0) | 24 (160.0) |
| จำนวนโครงการทั้งหมด | 2 (100.0) | 5 (100.0) | 3 (100.0) | 1 (100.0) | 4 (100.0) | 15 (100.0) |

4.6.3 ความต้องการแก้ไขปัญหา และ แนวทางแก้ไข

พบว่า ทั้งผู้ประกอบการและผู้อยู่อาศัย ในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ แม้จะพบปัญหาในบางแง่มุมของศูนย์นันทนาการ แต่ทั้งสองกลุ่มตัวอย่างกลับไม่ต้องการที่จะแก้ไขปัญหามากนัก เพราะส่วนใหญ่อ้างว่า ไม่ใช่ความจำเป็นเร่งด่วน โดยผู้อยู่อาศัยจะมีเหตุผลด้านภาระรับผิดชอบเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เช่น

4.6.3.1 ด้านกิจกรรม

มีผู้ประกอบการเพียง 26.7% เท่านั้นที่เห็นว่าต้องมีการแก้ไขกิจกรรมของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน เช่น ตัวอย่างจากทำเลสุขาภิบาล 3 ที่ต้องการให้เพิ่มเติมกิจกรรมบางประเภท เช่น โถงเอนกประสงค์ สวนหย่อม และสนามเด็กเล่น อันเป็นกิจกรรมที่จำเป็น , ทำเลรัตนวิเบศร์ต้องการให้ยกเลิกกิจกรรมที่คิดว่าไม่จำเป็นบางอย่าง เช่น ขาวน่า เพราะเห็นว่าสมาชิกในหมู่บ้านไม่ได้ใช้บริการอย่างจริงจัง , หรือในทำเลบางพลี เห็นว่าควรเพิ่มกิจกรรมประเภท ขาวน่า ปิงปอง บาสเกตบอล และแบดมินตัน ที่เดิมมิได้มีการจัดเตรียมไว้ให้ และให้มีการดัดแปลงกิจกรรมบางประเภท คือ ดัดแปลงสระว่ายน้ำมาตรฐานให้เป็นสระน้ำสำหรับเด็ก เป็นต้น โดยผู้ประกอบการอื่นๆที่เห็นว่า กิจกรรมในโครงการยังไม่เหมาะสมแต่ไม่แก้ไขอีก 46.7% เห็นว่ายังไม่ใช่ความจำเป็นเร่งด่วน เช่น ในทำเลรามอินทรา , หรือ วงแหวน-บางแกว

ตาราง 4.74 ความต้องการแก้ไขและปรับปรุงกิจกรรมของศูนย์นวัตกรรม ตามทัศนคติของผู้ประกอบการและลูกบ้านในทำเลที่ตั้งต่าง ๆ

| การปรับปรุงศูนย์นวัตกรรม ด้านกิจกรรม | ทัศนคติแยกตามทำเลที่ตั้ง | | | | | | | | | | | |
|---|--------------------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|
| | สุขาภิบาล 3 | | รัตนโกสินทร์ | | บางพลี | | รามอินทรา | | วงแหวน - บางแวก | | รวม | |
| | ผู้ประกอบการ | ผู้อยู่ | ผู้ประกอบการ | ผู้อยู่ | ผู้ประกอบการ | ผู้อยู่ | ผู้ประกอบการ | ผู้อยู่ | ผู้ประกอบการ | ผู้อยู่ | ผู้ประกอบการ | ผู้อยู่ |
| ต้องแก้ไข | 1 (50.0) | 12 (60.0) | 1 (20.0) | 12 (63.2) | 2 (66.7) | 8 (40.0) | 0 (0.0) | 5 (25.0) | 0 (0.0) | 11 (55.0) | 4 (26.7) | 48 (48.5) |
| ไม่ต้องแก้ไข | 1 (50.0) | 8 (40.0) | 4 (80.0) | 7 (36.8) | 1 (33.3) | 12 (60.0) | 1 (100.0) | 15 (75.0) | 4 (100.0) | 9 (45.0) | 11 (73.3) | 51 (51.5) |
| รวม | 2 (100.0) | 20 (100.0) | 5 (100.0) | 19 (100.0) | 3 (100.0) | 20 (100.0) | 1 (100.0) | 20 (100.0) | 4 (100.0) | 20 (100.0) | 15 (100.0) | 99 (100.0) |
| แก้ไขโดย | | | | | | | | | | | | |
| เพิ่มเติมกิจกรรม | 1 (100.0) | 10 (83.3) | 1 (50.0) | 12 (92.3) | 2 (6.7) | 8 (80.0) | 0 (0.0) | 5 (83.3) | 0 (0.0) | 11 (84.6) | 4 (66.7) | 46 (85.6) |
| ตัดแปลงกิจกรรม | 0 (0.0) | 1 (8.3) | 0 (0.0) | 1 (7.7) | 1 (33.3) | 2 (10.0) | 0 (0.0) | 1 (16.7) | 0 (0.0) | 2 (15.4) | 1 (16.7) | 7 (13.0) |
| ตัดกิจกรรมบางอย่าง | 0 (0.0) | 1 (8.3) | 1 (50.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (16.7) | 1 (1.8) |
| รวม | 1 (100.0) | 12 (100.0) | 2 (100.0) | 13 (100.0) | 3 (100.0) | 10 (100.0) | 0 (100.0) | 6 (100.0) | 0 (100.0) | 13 (100.0) | 6 (100.0) | 54 (100.0) |

ตาราง 4.75 สาเหตุที่ไม่ต้องแก้ไขปัญหาด้านกิจกรรมของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน ในทัศนคติของผู้ประกอบการและผู้อยู่อาศัยตามทำเลที่ตั้ง

| สาเหตุที่ไม่ต้องแก้ไขปัญหา ด้านกิจกรรมของศูนย์ฯ | สุขุมวิท 3 | | รัตนธิเบศร์ | | บางพลี | | รามอินทรา | | วงแหวน - บางเวก | | รวม | |
|--|------------------|---------------|------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|---------------|
| | ผู้ประกอบ การ | ผู้ อยู่ | ผู้ประกอบ การ | ผู้ อยู่ | ผู้ประกอบ การ | ผู้ อยู่ | ผู้ประกอบ การ | ผู้ อยู่ | ผู้ประกอบ การ | ผู้ อยู่ | ผู้ประกอบ การ | ผู้ อยู่ |
| ไม่ใช่ความจำเป็นเร่งด่วน | 0 (0.0) | 3 (75.0) | 3 (75.0) | 2 (100.0) | 0 (0.0) | 3 (75.0) | 1 (100.0) | 1 (100.0) | 1 (50.0) | 2 (66.7) | 6 (85.7) | 11 (78.6) |
| ไม่มีผู้รับผิดชอบหรือยากต่อ การดำเนินการ | 0 (0.0) | 3 (75.0) | 1 (25.0) | 1 (50.0) | 0 (0.0) | 1 (25.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 3 (100.0) | 1 (14.3) | 8 (57.1) |
| ไม่ยอมรับภาระค่าใช้จ่าย หรืองบประมาณลงทุน อื่น ๆ | 0 (0.0) | 4 (100.0) | 1 (25.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (25.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 3 (100.0) | 1 (14.3) | 8 (57.1) |
| รวม | 0 (100.0) | 11 (100.0) | 5 (100.0) | 3 (100.0) | 0 (100.0) | 5 (100.0) | 1 (100.0) | 1 (100.0) | 2 (100.0) | 8 (100.0) | 10 (100.0) | 28 (100.0) |

ส่วนผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านที่ต้องการการแก้ไขกิจกรรมของศูนย์นันทนาการมีเพียง 48.5% เท่านั้น เช่น ในท่าเลสุขาภิบาล 3 ต้องการเพิ่มเติมกิจกรรมบางประเภท เช่น ห้องออกกำลังกาย (Fitness) ห้องซาวน่า สนามเทนนิส สนามฟุตบอล ห้องสมุด บางส่วนเห็นว่าควรตัดแปลงบางกิจกรรม เช่น สนามหญ้า เป็น สนามเด็กเล่น เพื่อสนองประโยชน์ได้มากยิ่งขึ้น ส่วนผู้อยู่อาศัยที่เห็นว่า กิจกรรมในโครงการยังไม่เหมาะสมแต่ไม่แก้ไขอีก 14.1% เห็นว่ายังไม่ใช้ความจำเป็นเร่งด่วนและไม่ต้องการรับภาระค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้น รวมถึงเห็นว่าไม่มีผู้รับผิดชอบและยากต่อการดำเนินการ

4.6.3.2 ด้านขนาดพื้นที่ใช้สอย

ผู้ประกอบการที่เห็นว่าขนาดพื้นที่ใช้สอยยังไม่เหมาะสมเกือบทั้งหมด ยังไม่ได้คิดว่าจะต้องแก้ไขด้านพื้นที่ของกิจกรรมเลย เนื่องจากยุ่งยากต่อการดำเนินการ และไม่ยอมรับภาระค่าใช้จ่ายหรือการลงทุนที่จะเกิดขึ้น เช่น ตัวอย่างในท่าเลสุขาภิบาล 3 , ในท่าเลรัตนานิเบศร์

มีผู้ประกอบการเพียง 6.7% เท่านั้นจากตัวอย่างในท่าเลบางพลี ที่จะแก้ไขดำเนินการต่อไป โดยการลดขนาดพื้นที่โถงเอนกประสงค์ลง แล้วเพิ่มพื้นที่กิจกรรมป้องกันแทน

ส่วนผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่มีศูนย์นันทนาการมีผู้ต้องการให้แก้ไข 34.7% เท่านั้น เช่น ในท่าเลสุขาภิบาล3 ต้องการให้เพิ่มเติมหรือขยายพื้นที่กิจกรรมบางอย่าง เช่น สวนหย่อม , สนามเด็กเล่น และลดพื้นที่บางส่วนเพื่อเป็นร้านอาหาร ส่วนผู้ที่เห็นว่าขนาดพื้นที่ของศูนย์นันทนาการไม่เหมาะสม แต่ไม่คิดจะแก้ไขมีเหตุผลคือ ไม่อยากมีภาระค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้น

หรือในโครงการหมู่บ้านแถบรัตนานิเบศร์ ที่มีผู้ต้องการให้แก้ไข 52.6% ของทั้งหมดเห็นว่าควรเพิ่มเติมหรือขยายพื้นที่สระว่ายน้ำ สวนหย่อม และสนามเด็กเล่น ส่วนผู้ที่เห็นว่าพื้นที่กิจกรรมไม่เหมาะสมแต่ยังไม่ต้องแก้ไข เนื่องจากไม่ใช้ความจำเป็นเร่งด่วน

ส่วนในโครงการท่าเลแหวน-บางแกว พบว่าลูกบ้าน 40% ของทั้งหมดคิดว่าควรมีการแก้ไข โดยการเพิ่มเติมพื้นที่ให้กับกิจกรรมบางอย่าง คือ สนามฟุตบอล สนามเด็กเล่นและสวนหย่อม ซึ่งจากการสำรวจ พบว่า ปัจจุบันสนามกีฬาากลางแจ้งที่ใช้อยู่เป็นแบบเอนกประสงค์ คือสามารถเล่นได้ทั้งกิจกรรมฟุตบอล บาสเกตบอล วอลเลย์บอล และแบดมินตัน และมีขนาดเล็กเมื่อเปรียบเทียบกับสนามฟุตบอลมาตรฐาน

ดังนั้น ปัญหาด้านขนาดพื้นที่ใช้สอยของศูนย์นันทนาการในโครงการมีเพียงบางกิจกรรมเท่านั้น ส่วนใหญ่ของปัญหาเป็นความต้องการเพิ่มขนาดพื้นที่ ซึ่งทั้งผู้ประกอบการและลูกบ้านที่ต้องการการแก้ไขอย่างจริงจังมีเป็นส่วนน้อย โดยผู้ประกอบการที่ไม่แก้ไขเนื่องจากเห็นว่าเป็นความจำเป็นที่ไม่เร่งด่วน แต่ลูกบ้านเห็นว่าจะไม่มีผู้รับผิดชอบดำเนินการหรือยากต่อการดำเนินการ และ ไม่ต้องการรับภาระค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้น

ตาราง 4.76 ความต้องการแก้ไขและปรับปรุงศูนย์นวัตกรรมด้านขนาดพื้นที่ร้อยละ ในทัศนคติของผู้ประกอบการและผู้อยู่อาศัยในทำเลที่ตั้งต่างๆ

| การปรับปรุงศูนย์นวัตกรรมด้านขนาดพื้นที่ | ทัศนคติแยกตามทำเลที่ตั้ง | | | | | | | | | | | |
|---|--------------------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|---------------|---------------|
| | สุขุมวิท 3 | | รัตนกนิษฐ | | บางพลี | | รามอินทรา | | วงแหวน | | รวม | |
| | ผู้ประกอบการ | ผู้อยู่ | ผู้ประกอบการ | ผู้อยู่ | ผู้ประกอบการ | ผู้อยู่ | ผู้ประกอบการ | ผู้อยู่ | ผู้ประกอบการ | ผู้อยู่ | ผู้ประกอบการ | ผู้อยู่ |
| ต้องแก้ไข | 0 (0.0) | 5 (25.0) | 0 (0.0) | 10 (52.6) | 1 (33.3) | 5 (26.3) | 0 (0.0) | 6 (30.0) | 0 (0.0) | 8 (40.0) | 1 (6.7) | 34 (34.7) |
| ไม่ต้องแก้ไข | 2 (100.0) | 15 (75.0) | 5 (100.0) | 9 (47.4) | 2 (66.7) | 14 (73.7) | 1 (100.0) | 14 (70.0) | 4 (100.0) | 12 (60.0) | 14 (93.3) | 64 (65.3) |
| รวม | 2 (100.0) | 20 (100.0) | 5 (100.0) | 19 (100.0) | 3 (100.0) | 19 (100.0) | 1 (100.0) | 20 (100.0) | 4 (100.0) | 20 (100.0) | 15 (100.0) | 98 (100.0) |
| แก้ไขโดย | | | | | | | | | | | | |
| เพิ่มเติมหรือขยายพื้นที่ | 0 (0.0) | 2 (40.0) | 0 (0.0) | 10 (100.0) | 1 (50.0) | 4 (80.0) | 0 (0.0) | 6 (100.0) | 0 (0.0) | 8 (100.0) | 1 (50.0) | 29 (87.9) |
| ลดขนาดพื้นที่ | 0 (0.0) | 3 (60.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (50.0) | 1 (20.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (50.0) | 4 (12.1) |
| รวม | 0 (0.0) | 5 (100.0) | 0 (0.0) | 10 (100.0) | 2 (100.0) | 5 (100.0) | 0 (0.0) | 6 (100.0) | 0 (0.0) | 8 (100.0) | 2 (100.0) | 33 (100.0) |

ตาราง 4.77 สาเหตุที่ไม่ต้องแก้ไขปัญหาด้านขนาดพื้นที่ใช้สอยของศูนย์นิคมการค้า ในทัศนะของผู้ประกอบการและผู้อยู่อาศัยตามทำเลที่ตั้ง

| สาเหตุที่ไม่ต้องแก้ไข ด้านขนาดพื้นที่ของ ศูนย์นิคมการค้า | สุขภาพใจ 3 | | รัตนธิเบศร์ | | บางพลี | | รามอินทรา | | วงแหวน | | รวม | |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | ผู้ประกอบ การ | ผู้อยู่ อาศัย | ผู้ประกอบ การ | ผู้อยู่ อาศัย | ผู้ประกอบ การ | ผู้อยู่ อาศัย | ผู้ประกอบ การ | ผู้อยู่ อาศัย | ผู้ประกอบ การ | ผู้อยู่ อาศัย | ผู้ประกอบ การ | ผู้อยู่ อาศัย |
| ไม่ใช่ความจำเป็นเร่ง ด่วน | 0 (0.0) | 2 (33.3) | 1 (100.0) | 1 (100.0) | 0 (0.0) | 4 (66.7) | 0 (0.0) | 1 (100.0) | 0 (0.0) | 1 (50.0) | 2 (100.0) | 9 (56.3) |
| ไม่มีผู้รับผิดชอบค่า เนิ่นการหรือยกต่อ ดำเนินการ | 1 (100.0) | 3 (50.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 2 (33.3) | 0 (0.0) | 1 (100.0) | 0 (0.0) | 2 (100.0) | 1 (50.0) | 8 (50.0) |
| ไม่ยกกรับภาระค่า ให้จ่ายหรือบ ประมาณ | 1 (100.0) | 4 (66.7) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (100.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 2 (100.0) | 1 (50.0) | 7 (43.8) |
| อื่น ๆ | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (100.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (6.2) |
| รวม | 2 (200.0) | 9 (150.0) | 1 (100.0) | 1 (100.0) | 0 (0.0) | 6 (100.0) | 0 (0.0) | 4 (400.0) | 0 (0.0) | 5 (250.0) | 4 (200.0) | 25 (156.3) |

4.6.3.3 ด้านการบริหารศูนย์นันทนาการ

เมื่อได้ประเมินการบริหารศูนย์นันทนาการในโครงการในทัศนะของผู้บริหารโครงการทั้งในด้านการดูแลรักษาสภาพของศูนย์นันทนาการและความปลอดภัยในศูนย์นันทนาการแล้ว พบว่าส่วนใหญ่ผู้ประกอบการโครงการไม่ต้องการให้มีการแก้ไขระบบการทำงานบริหารของศูนย์นันทนาการ หรือคิดเป็น 73.3% ของผู้ประกอบการทั้งหมด ยกเว้นในบางโครงการของท่าเลสุขาภิบาล3 ต้องการให้เปลี่ยนบริษัทที่จ้างมาดูแลใหม่ แต่ยังคงให้สมาชิกของหมู่บ้านเป็นฝ่ายออกค่าใช้จ่ายจ้างงาน , และในท่าเลวงแหวน-บางแวก ที่โครงการหนึ่งต้องการเปลี่ยนบริษัทที่จ้างมาดูแลนั้นใหม่ แต่ยังคงให้ลูกบ้านเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายเช่นเดิม และอีกโครงการหนึ่งต้องการให้มีการเสนอแผนงานใหม่ จากบุคคลทั้งที่อยู่อาศัยในโครงการและไม่ได้อยู่อาศัยในโครงการ

เช่นเดียวกับลูกบ้านส่วนใหญ่หรือประมาณ 58% ก็เห็นว่าไม่ต้องการให้มีการแก้ไขด้านระบบบริหาร ยกเว้นในท่าเลสุขาภิบาล3 ที่ต้องการเลือกคณะกรรมการหมู่บ้านเพื่อจัดระบบดูแลความเป็นไปของศูนย์นันทนาการ และท่าเลวงแหวน-บางแวก ต้องการให้แก้ไขระบบการบริหารดูแลจัดการของศูนย์นันทนาการ โดยส่วนใหญ่เห็นว่าควรเป็นหน้าที่ ๆ ผู้ประกอบการจะรับผิดชอบ

สรุปได้ว่าเรื่องการบริหารศูนย์นันทนาการเพื่อดูแลจัดการและบำรุงรักษานั้น ทั้งผู้ประกอบการและลูกบ้านเห็นว่ยังไม่ต้องการแก้ไข ซึ่งในแต่ละโครงการย่อมมีวิธีที่เหมาะสมแตกต่างกันไปแล้วแต่เงื่อนไขและสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น เช่น โครงการหมู่บ้านที่สำรวจในท่าเลรามอินทรา ใช้วิธีประมวลหรือเสนอแผนงานต่อผู้ประกอบการเพื่อคัดเลือกผู้จะมาบริหาร ซึ่งจะเลือกแผนงานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของผู้บริหารมากที่สุด แล้วทำสัญญาการบริหารกับบุคคลนั้นในระยะเวลาที่ตกลงกัน ผู้บริหารใหม่มีหน้าที่จัดการงานทุกอย่างภายในศูนย์นันทนาการ เช่น การรักษาความสะอาด การดูแลด้านความปลอดภัยให้ผู้มาใช้บริการ เงื่อนไขที่สามารถให้บริการในศูนย์นันทนาการได้ รวมถึงมีสิทธิในผลกำไรหรือรายได้จากการให้บริการของลูกค้าด้วย ทั้งนี้ผู้บริการใหม่จะจ่ายผลตอบแทนคืนให้กับผู้ประกอบการเดิมในรูปของค่าเช่าอาคารสถานที่ , โครงการหมู่บ้านจัดสรรแถบท่าเลบางพลีและวงแหวน - บางแวก น่าจะให้ผู้ประกอบการเป็นผู้บริหารโครงการเองเพราะสามารถควบคุมการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เหมาะสมกับคุณภาพของสมาชิกในหมู่บ้าน ส่วนโครงการหมู่บ้านท่าเลรัตนวิเศษมีรูปแบบการบริหารที่แตกต่างกันไป ขึ้นกับลักษณะกิจกรรมที่จัดเตรียมว่าซับซ้อนหรือต้องใช้ความสามารถในการควบคุมมากน้อยเพียงใด และสุดท้ายศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านท่าเลสุขาภิบาล 3 ที่มีปัญหาด้านอื่น ๆ สาเหตุหนึ่งเป็นเพราะมีระบบการจัดการบริหารที่ไม่มีประสิทธิภาพด้วย จึงไม่ค่อยมีผู้มาใช้บริการอย่างเต็มที่ และลูกบ้านเองก็ต้องการเปลี่ยนระบบการบริหารนั้น โดยเลือกคณะกรรมการบริหาร เพื่อที่ลูกบ้านเองจะมีสิทธิเต็มที่เพราะเป็นตัวแทนการบริหารนั้น

ตาราง 4.78 ความต้องการแก้ไขระบบบริหารศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรทำเลต่างๆของผู้ประกอบการและผู้อยู่อาศัย

| การแก้ไขระบบบริหาร ศูนย์นันทนาการ ของโครงการ | สุขาภิบาล 3 | | รัตนกสิปศร์ | | บางพลี | | รามอินทรา | | วงแหวน | | รวม | |
|--|------------------|---------------|------------------|---------------|------------------|---------------|------------------|---------------|------------------|---------------|------------------|----------------|
| | ผู้ประกอบ การ | ผู้อยู่ | ผู้ประกอบ การ | ผู้อยู่ | ผู้ประกอบ การ | ผู้อยู่ | ผู้ประกอบ การ | ผู้อยู่ | ผู้ประกอบ การ | ผู้อยู่ | ผู้ประกอบ การ | ผู้อยู่ |
| ต้องแก้ไข | 1 (50.0) | 13 (65.0) | 1 (20.0) | 7 (35.0) | 0 (0.0) | 5 (25.0) | 0 (0.0) | 4 (20.0) | 2 (50.0) | 13 (65.0) | 4 (26.7) | 42 (42.0) |
| ไม่ต้องแก้ไข | 1 (50.0) | 7 (35.0) | 4 (80.0) | 13 (65.0) | 3 (100.0) | 15 (75.0) | 1 (100.0) | 16 (80.0) | 2 (50.0) | 7 (35.0) | 11 (73.3) | 58 (58.0) |
| รวม | 2 (100.0) | 20 (100.0) | 5 (100.0) | 20 (100.0) | 3 (100.0) | 20 (100.0) | 1 (100.0) | 20 (100.0) | 4 (100.0) | 20 (100.0) | 15 (100.0) | 100 (100.0) |
| ผู้ประกอบการรับผิดชอบ | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (5.0) | 3 (100.0) | 4 (20.0) | 0 (0.0) | 2 (10.0) | 2 (50.0) | 4 (20.0) | 5 (33.3) | 11 (11.0) |
| ดูแลเอง | 0 (0.0) | 6 (30.0) | 2 (40.0) | 1 (5.0) | 0 (0.0) | 1 (5.0) | 0 (0.0) | 1 (5.0) | 0 (0.0) | 3 (15.0) | 2 (13.3) | 12 (12.0) |
| จ้างบริษัทภายนอกดูแล | 0 (0.0) | 2 (40.0) | 1 (20.0) | 3 (15.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 2 (10.0) | 1 (6.7) | 7 (7.0) |
| ผู้บริษัทยานออกดูแล | 1 (50.0) | 3 (65.0) | 1 (20.0) | 1 (5.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (50.0) | 1 (5.0) | 3 (20.0) | 5 (5.0) |
| ถูกบ้านออกค่าใช้จ่าย | 0 (0.0) | 2 (10.0) | 1 (20.0) | 1 (5.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (100.0) | 1 (5.0) | 1 (25.0) | 3 (15.0) | 3 (20.0) | 7 (7.0) |
| ประมูลหรือเสนอแผนงาน จากบุคคลอื่น | 1 (50.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 2 (66.7) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 3 (20.0) | 0 (0.0) |
| อื่นๆ | 2 (100.0) | 13 (65.0) | 5 (100.0) | 7 (35.0) | 5 (166.7) | 25 (25.0) | 1 (100.0) | 4 (20.0) | 4 (100.0) | 13 (65.0) | 17 (113.3) | 42 (42.0) |

4.6.3.4 ด้านเงื่อนไขในการใช้บริการ

เงื่อนไขในการใช้บริการหรือการได้รับสิทธิการให้บริการพบว่า มีเพียงผู้ประกอบการในโครงการหมู่บ้านทำเลสุขาภิบาล3 เท่านั้นที่เห็นว่า เงื่อนไขการให้บริการในศูนย์นันทนาการต้องมีการแก้ไข เนื่องจากลูกบ้านไม่มีการตอบสนองการใช้ประโยชน์เท่าที่ควร โดยจะเปิดกว้างให้ทุกคนไม่ว่าจะอยู่ในโครงการหรือไม่ มีโอกาสได้ใช้ศูนย์นันทนาการ และเก็บค่าใช้จ่ายโดยจ่ายเป็นครั้งคราวเมื่อมาใช้บริการ หรือสมัครสมาชิกแล้วจ่ายต่อครั้งที่ใช้บริการอีกก็ได้ โดยค่าใช้จ่ายต่อครั้งหลังจากสมัครสมาชิกนี้จะย่อมเยาว์กว่า ค่าใช้บริการที่ไม่ได้สมัครสมาชิก

แต่ลูกบ้านส่วนใหญ่ในแต่ละโครงการเห็นว่าเงื่อนไขที่ใช้อยู่ในปัจจุบันมีความเหมาะสมแล้ว โดยคิดเป็น 65.7% ของผู้อยู่อาศัยทั้งหมด เนื่องจากสะดวกต่อการใช้บริการอยู่แล้วโดย

เมื่อดูภาพรวมแล้วโครงการหมู่บ้านจัดสรรส่วนใหญ่ให้บริการด้านศูนย์นันทนาการโดยมีเงื่อนไขการชำระค่าบริการแบบเป็นต่อครั้งที่ใช้บริการมากที่สุด หรือ 31% และอนุญาตให้บุคคลภายนอกสามารถใช้บริการได้มากกว่า โครงการที่อนุญาตให้เพียงผู้อยู่อาศัยเท่านั้นที่สามารถใช้บริการหรือ 24.1% และ 13.8% ซึ่งตรงกับความต้องการของลูกบ้านคือ ต้องการจ่ายค่าบริการเมื่อมาใช้บริการมากที่สุด 21.1% และ เห็นว่าบุคคลภายนอกสามารถใช้บริการได้ 20.2% โดยบางส่วนก็คิดว่าควรให้เฉพาะผู้อยู่อาศัยเท่านั้นที่สามารถใช้บริการได้ 13.1% ซึ่งทั้งสามเงื่อนไขนี้มีเปอร์เซ็นต์ความเห็นชอบในความเหมาะสม และการปรับปรุงที่ควรจะเป็นมากที่สุด เรียงตามลำดับดังกล่าว

ตาราง 4.79 ความต้องการแก้ไขเงื่อนไขที่ให้บริการในศูนย์นวัตกรรมการของโครงการและผู้ประกอบการและผู้อยู่อาศัยตามทำเลที่ตั้งต่าง ๆ

| การแก้ไขด้านเงื่อนไขการให้บริการ | สุขาภิบาล 3 | | รัตนวิบูลย์ | | บางพลี | | รามอินทรา | | วงแหวน | | รวม | |
|----------------------------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|---------------|---------------|
| | ผู้ประกอบการ | ผู้อยู่ | ผู้ประกอบการ | ผู้อยู่ | ผู้ประกอบการ | ผู้อยู่ | ผู้ประกอบการ | ผู้อยู่ | ผู้ประกอบการ | ผู้อยู่ | ผู้ประกอบการ | ผู้อยู่ |
| ต้องแก้ไข | 2 (100.0) | 8 (40.0) | 0 (0.0) | 6 (31.6) | 0 (0.0) | 6 (30.0) | 0 (0.0) | 6 (30.0) | 0 (0.0) | 8 (40.0) | 2 (13.3) | 34 (34.3) |
| ไม่ต้องแก้ไข | 0 (0.0) | 12 (60.0) | 5 (100.0) | 13 (68.4) | 3 (100.0) | 14 (70.0) | 1 (100.0) | 14 (70.0) | 4 (100.0) | 12 (60.0) | 13 (86.7) | 65 (65.7) |
| รวม | 2 (100.0) | 20 (100.0) | 5 (100.0) | 19 (100.0) | 3 (100.0) | 20 (100.0) | 1 (100.0) | 20 (100.0) | 4 (100.0) | 20 (100.0) | 19 (100.0) | 99 (100.0) |

ตาราง 4.80 การแก้ไขเงื่อนไขการใช้บริการในศูนย์นิคมสหกรณ์และผู้ประกอบการและผู้อยู่อาศัยแยกตามทำเลที่ตั้ง

| การแก้ไขด้านเงื่อนไขการใช้บริการ | อุตสาหกรรม 3 | | รัตนอินทร์ | | บางพลี | | รามอินทรา | | วงแหวน | | รวม | |
|----------------------------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|---------------|----------------|
| | ผู้ประกอบการ | ผู้อยู่ | ผู้ประกอบการ | ผู้อยู่ | ผู้ประกอบการ | ผู้อยู่ | ผู้ประกอบการ | ผู้อยู่ | ผู้ประกอบการ | ผู้อยู่ | ผู้ประกอบการ | ผู้อยู่ |
| ใช้ได้เฉพาะผู้อยู่ในโครงการ | A | 7 (12.5) | A | 6 (17.1) | B | 7 (18.4) | - | 4 (6.9) | C | 6 (13.0) | 4 (13.8) | 30 (13.1) |
| ใช้ระบบสมาชิกเฉพาะบุคคล | A | 1 (1.8) | - | 2 (5.7) | - | 3 (8.6) | - | 5 (8.6) | - | 4 (8.7) | 1 (3.4) | 15 (6.6) |
| สมัครสมาชิกโดยทางแยก | - | 4 (7.1) | - | 4 (11.4) | C | 9 (25.7) | - | 5 (8.6) | - | 1 (2.2) | 1 (3.4) | 23 (10.1) |
| เช่าได้ | B | 7 (12.5) | CD | 3 (8.6) | - | 4 (10.5) | - | 9 (15.5) | - | 6 (13.0) | 3 (10.3) | 29 (12.7) |
| บริการอีกเมื่อใช้บริการ | B | 13 (23.2) | CD | 9 (25.7) | AC | 0 (0.0) | - | 13 (22.4) | AB | 11 (23.9) | 7 (24.1) | 46 (20.2) |
| บุคคลภายนอกสามารถใช้ได้ | B | 14 (25.0) | AE | 5 (14.3) | ABC | 5 (13.2) | - | 9 (15.5) | ABC | 15 (32.6) | 9 (31.0) | 48 (21.1) |
| ไม่ต้องสมัครสมาชิกแต่เสีย | - | 4 (7.1) | - | 4 (11.4) | A | 9 (23.7) | - | 4 (6.9) | D | 1 (2.2) | 2 (6.9) | 22 (9.6) |
| ค่าบริการเมื่อมาใช้ | - | 6 (10.7) | - | 2 (5.7) | - | 1 (2.6) | - | 4 (6.9) | - | 2 (4.3) | 0 (0.0) | 15 (6.6) |
| ได้สิทธิ์ใช้พื้นที่เมื่อซื้อบ้าน | - | 0 (0.0) | B | 0 (0.0) | - | 0 (0.0) | A | 0 (0.0) | - | 0 (0.0) | 2 (6.9) | 0 (0.0) |
| การลดค่าบริการรถกวาดใน | - | 56 (100.0) | 8 | 35 (100.0) | 8 | 38 (100.0) | 1 | 58 (100.0) | 7 | 46 (100.0) | 29 (100.0) | 228 (100.0) |
| ปัจจุบัน | | | | | | | | | | | | |
| อื่น ๆ | | | | | | | | | | | | |

A แทนผู้ประกอบการของโครงการหมู่บ้านท่าเลน ๑ ที่ 1
 B แทนผู้ประกอบการของโครงการหมู่บ้านท่าเลน ๑ ที่ 2
 C แทนผู้ประกอบการของโครงการหมู่บ้านท่าเลน ๑ ที่ 3
 D แทนผู้ประกอบการของโครงการหมู่บ้านท่าเลน ๑ ที่ 4
 E แทนผู้ประกอบการของโครงการหมู่บ้านท่าเลน ๑ ที่ 5

4.6.4 การสนองตอบของผู้ประกอบการเมื่อลูกบ้านเจรจาให้มีการแก้ไข

เป็นธรรมดาที่การอยู่อาศัยร่วมกันในชุมชนย่อมมีปัญหาเกิดขึ้น เช่นเดียวกับการใช้บริการในศูนย์นันทนาการที่เป็นส่วนกลางของโครงการหมู่บ้าน และอาจต้องการการแก้ไขเมื่อมีการประเมินแล้วถึงความเหมาะสมจากการใช้งาน ดังนั้น ในการสำรวจ เมื่อสมาชิกในหมู่บ้านเจรจาต่อรองหรือเรียกร้องให้มีการแก้ไขด้านต่างๆ ของศูนย์นันทนาการ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ของทั้งหมด 80% จะแก้ไขให้ เช่น ทำเลสุขาภิบาล 3 จะแสดงความคิดเห็นร่วมกันลูกบ้านหรือประชุมกันทั้งสองฝ่าย แล้วร่วมกันรับผิดชอบดำเนินการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของศูนย์นันทนาการ , ในท่าเลรัตนานิเบศ์ เห็นว่าสามารถช่วยเหลือด้านกำลังความคิดได้หรือให้ความเห็นร่วมกับลูกบ้านได้ แต่การดำเนินการให้ลูกบ้านเป็นผู้รับผิดชอบเอง โดยพยายามเจรจาให้ลูกบ้านจัดการดูแลกันเอง , ในท่าเลบางพลี มีวิธีแก้ไขปัญหาคู่ที่แตกต่างกัน แต่ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมรับผิดชอบในทุกๆโครงการ , และในท่าเลวงแหวน-บางแวก จะรวบรวมความเห็นจากทั้งผู้ประกอบการและลูกบ้าน เพื่อการดำเนินการโดยผู้ประกอบการรับผิดชอบเอง และอีกครั้งหนึ่งหลังจากประชุมความเห็นทั้งสองฝ่ายแล้วจะร่วมมือกันรับผิดชอบ

โดยอีก 20% ของผู้ประกอบการไม่แก้ไขให้ เพราะถือว่าได้มีการตกลงให้รับรู้ถึงสภาพของศูนย์นันทนาการตั้งแต่ตอนซื้อบ้านแล้ว ดังนั้นผู้อยู่อาศัยต้องยอมรับความเป็นไปต่างๆที่ดำรงอยู่ เช่น บางโครงการในท่าเลรัตนานิเบศ์และรามอินทรา

สรุปได้ว่าผู้บริหารโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่มีศูนย์นันทนาการในปัจจุบัน ยินดีให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในศูนย์นันทนาการของโครงการ แต่ทั้งนี้ ผู้บริหารจำเป็นต้องรับทราบปัญหาและข้อเรียกร้องของผู้อยู่อาศัยก่อน โดยหารือร่วมกันเพื่อหาแนวทางแก้ไขที่ชัดเจน ส่วนการรับผิดชอบขึ้นอยู่กับแต่ละโครงการ โดยส่วนใหญ่จะแบ่งภาระรับผิดชอบกันทั้งสองฝ่าย

ตาราง 4.81 การสนองตอบของผู้ประกอบการในการแก้ไขปัญหาของศูนย์นันทนาการเมื่อลูกบ้านเจรจาต่อรอง

| การสนองตอบของผู้ประกอบการเมื่อลูกบ้านเจรจาต่อรองให้มีการแก้ไข | ทัศนคติผู้ประกอบการตามทำเลที่ตั้ง | | | | | |
|---|-----------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| | สุขาภิบาล3 | รัตนานิเบศ์ | บางพลี | รามอินทรา | วงแหวน | รวม |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน |
| แก้ไข | 2 (100.0) | 3 (60.0) | 3 (100.0) | 0 (0.0) | 4 (100.0) | 12 (80.0) |
| ไม่แก้ไข | 0 (0.0) | 2 (40.0) | 0 (0.0) | 1 (100.0) | 0 (0.0) | 3 (20.0) |
| รวม | 2 (100.0) | 5 (100.0) | 3 (100.0) | 1 (100.0) | 4 (100.0) | 15 (100.0) |

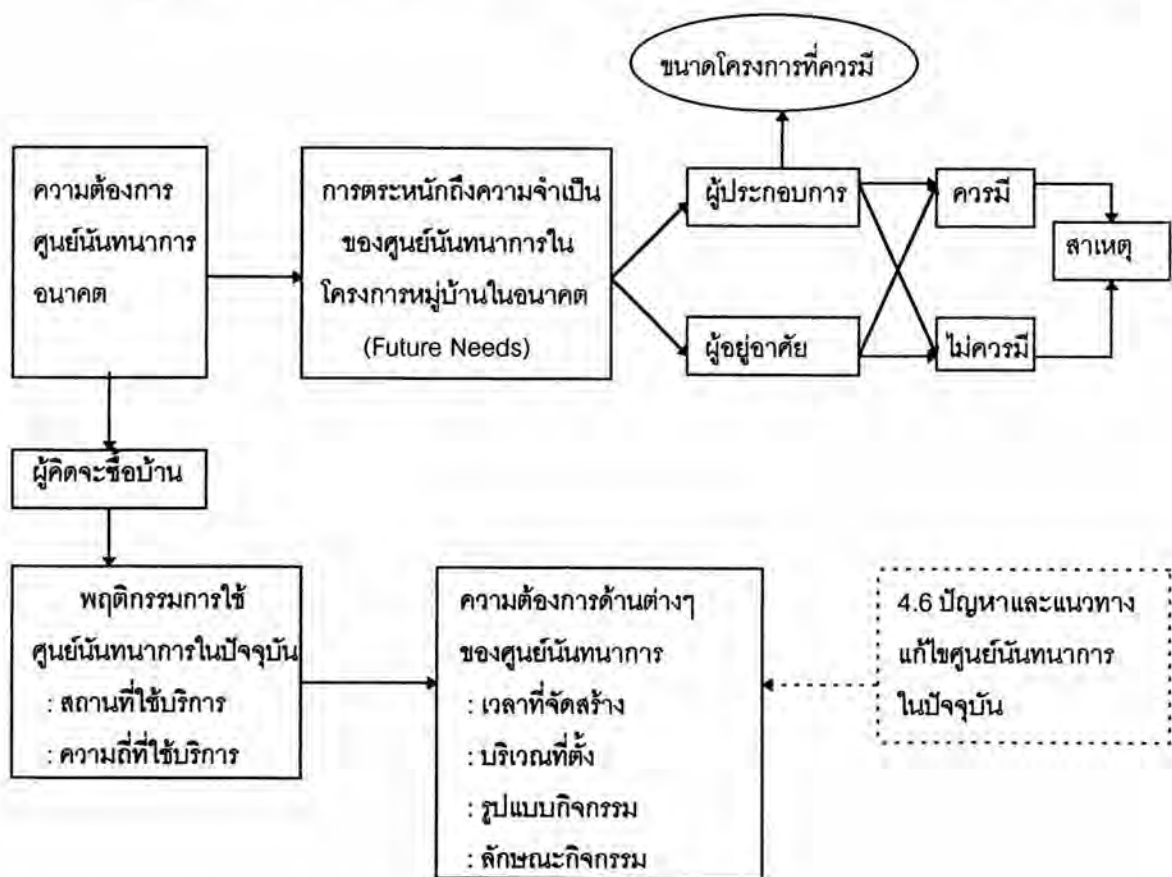
ตาราง 4.82 วิธีแก้ไขปัญหาของศูนย์นันทนาการเมื่อลูกบ้านเจรจาต่อรอง

| วิธีแก้ไขเมื่อลูกบ้านเจรจา ต่อรอง | ทัศนคติผู้ประกอบการตามทำเลที่ตั้ง | | | | | รวม |
|---|-----------------------------------|--------------|--------------|------------|--------------|---------------|
| | สุขาภิบาล3 | รัตนธิเบศร์ | บางพลี | รามอินทรา | วงแหวน | |
| ผู้ประกอบการพิจารณา แก้ไขเอง | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (33.3) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (8.3) |
| ผู้ประกอบการและลูกบ้าน ประชุมแล้วผู้ประกอบการ รับผิดชอบ | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (33.3) | 0 (0.0) | 2 (50.0) | 3 (25.0) |
| ผู้ประกอบการและลูกบ้าน ประชุมแล้วร่วมกันรับผิดชอบ | 2 (100.0) | 0 (0.0) | 1 (33.3) | 0 (0.0) | 2 (50.0) | 5 (41.7) |
| ผู้ประกอบการและลูกบ้านประ- ชุมแล้วลูกบ้านรับผิดชอบ | 0 (0.0) | 3 (100.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 3 (25.0) |
| รวม | 2 (100.0) | 3 (100.0) | 3 (100.0) | 0 (0.0) | 4 (100.0) | 12 (100.0) |

4.7 ความต้องการศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านในอนาคต

จากการวิเคราะห์ที่ผ่านมาทำให้ทราบว่า ผู้คิดจะซื้อบ้านที่มีศูนย์นันทนาการในอนาคตมีแนวโน้มที่จะใช้ศูนย์นันทนาการในโครงการมากขึ้น เพราะคาดหวังว่าจะได้ให้บริการของศูนย์นันทนาการ และเป็นเพราะพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างนี้ที่มีกิจกรรมนันทนาการในปัจจุบันด้วย ดังนั้นการศึกษาความต้องการศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านในอนาคต จะวิเคราะห์ทั้งจากความเห็นของผู้ประกอบการ และผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านว่า ในอนาคต ศูนย์นันทนาการมีความจำเป็นอย่างไร และความต้องการทางรูปแบบกายภาพในอนาคต ที่วิเคราะห์จากพฤติกรรมการใช้ศูนย์นันทนาการในปัจจุบัน , ความต้องการด้านต่างๆของศูนย์นันทนาการ และการวิเคราะห์ปัญหาในปัจจุบันจาก 4.6 เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์รูปแบบที่ตรงกับความต้องการของผู้อยู่อาศัยในอนาคตต่อไป ดังแผนภูมिนี้

แผนภูมิ 4.6 การวิเคราะห์ความต้องการศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านในอนาคต



4.7.1 การตระหนักถึงความจำเป็นของศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านในอนาคต

4.7.1.1 กลุ่มผู้อยู่อาศัย

กลุ่มผู้อยู่อาศัยที่เห็นว่าควรมีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านในอนาคตทั้งหมด 96.5% มาจากผู้อยู่ในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ 98% ผู้อยู่อาศัยในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ 95% ซึ่งให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิต และเห็นว่า การมีศูนย์นันทนาการเป็นการเพิ่มคุณภาพชีวิตคนรุ่นใหม่ด้านการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์กับการกีฬาและการพักผ่อน⁴⁹ โดยผู้อยู่อาศัยทั้งในโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการให้ค่าน้ำหนักข้อนี้เป็นอันดับหนึ่งเท่ากับ 2.62 และผู้อยู่อาศัยทั้งในโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการให้ค่าน้ำหนักข้อนี้เป็นอันดับหนึ่งเช่นกันเท่ากับ 2.61 ดังนั้นจึงสอดคล้องกับการวิเคราะห์ทัศนคติต่อศูนย์นันทนาการที่ผ่านมา ที่ชนชั้นกลางให้ความสำคัญกับการใช้เวลาว่างของชีวิตมากขึ้น

ส่วนเหตุผลรองมา ผู้อยู่อาศัยทั้งสองประเภทเห็นพ้องต้องกันคือ ศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรเป็นองค์ประกอบชุมชนทำให้ที่อยู่อาศัยมีสภาพแวดล้อมที่ดี เนื่องจากเป็นสถานที่รวมการใช้งานของคนหมู่มาก จึงมีความเป็นไปได้ว่าในหมู่บ้านนั้นจะต้องมีการจัดบำรุงดูแลสถานที่นั้นอยู่เสมอเพื่อให้เป็นหน้าตาของชุมชน⁵⁰

ตาราง 4.83 ทัศนคติความสมควรมีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านในอนาคต

| ทัศนคติความสมควรมีศูนย์นันทนาการในอนาคต | ผู้อยู่อาศัยในโครงการมีศูนย์ฯ | ผู้อยู่อาศัยในโครงการไม่มีศูนย์ฯ | รวม |
|---|-------------------------------|----------------------------------|-------|
| ควรมี | 98 | 95 | 193 |
| | (98.0) | (95.0) | |
| ไม่ควรมี | 49.0 | 47.5 | 96.5 |
| | 2 | 5 | 7 |
| | (2.0) | (5.0) | |
| | 1.0 | 2.5 | 3.5 |
| รวม | 100 | 100 | 200 |
| | (100.0) | (100.0) | |
| | 50.0 | 50.0 | 100.0 |

⁴⁹ Seymour M. Gold. *Recreation Planning and Design*. McGraw-Hill Book Company, 1980, P. 22-28.

⁵⁰ Ibid.

ตาราง 4.84 ลำดับของเหตุผล การควรมี ศูนย์นันทนาการในอนาคตของผู้อยู่อาศัย
ในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ

| เหตุผลการควรมี ศูนย์นันทนาการในอนาคต | ทัศนคติของผู้อยู่อาศัยในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ | | | | | | | | | | |
|---|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|-----------|-----------|-----------|----------------|
| | อันดับ 1 | | อันดับ 2 | | อันดับ 3 | | ไม่ถูกเลือก | | รวม | | ค่า น้ำหนัก |
| | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | |
| เพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตด้าน การใช้เวลาว่าง | 76 | 228 | 12 | 24 | 5 | 5 | 5 | 0 | 98 | 257 | 2.62 |
| ช่วยแก้ปัญหาสังคม เช่น การจราจร | 5 | 15 | 31 | 62 | 14 | 14 | 48 | 0 | 98 | 91 | 0.93 |
| เป็นองค์ประกอบชุมชน ทำให้สภาพแวดล้อมดี | 11 | 33 | 37 | 74 | 28 | 28 | 22 | 0 | 98 | 135 | 1.38 |
| ช่วยกระจายพื้นที่สีเขียว ตามชุมชนย่อย | 3 | 9 | 8 | 16 | 31 | 31 | 56 | 0 | 98 | 56 | 0.57 |
| อื่นๆ | 3 | 9 | 1 | 2 | 0 | 0 | 94 | 1 | 98 | 11 | 0.11 |
| รวม | 98 | 294 | 89 | 178 | 78 | 78 | 225 | 0 | 490 | 550 | 5.61 |

ตาราง 4.85 ลำดับของเหตุผล การควรมี ศูนย์นันทนาการในอนาคตของผู้อยู่อาศัยใน
โครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ

| เหตุผลการควรมี ศูนย์นันทนาการในอนาคต | ทัศนคติของผู้อยู่อาศัยในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ | | | | | | | | | | |
|---|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|-----------|-----------|-----------|----------------|
| | อันดับ 1 | | อันดับ 2 | | อันดับ 3 | | ไม่ถูกเลือก | | รวม | | ค่า น้ำหนัก |
| | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | |
| เพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตด้าน การใช้เวลาว่าง | 76 | 228 | 8 | 16 | 4 | 4 | 7 | 0 | 95 | 240 | 2.61 |
| ช่วยแก้ปัญหาสังคม เช่น การจราจร | 3 | 9 | 24 | 48 | 17 | 17 | 51 | 0 | 95 | 74 | 0.78 |
| เป็นองค์ประกอบชุมชน ทำให้สภาพแวดล้อมดี | 12 | 36 | 38 | 76 | 21 | 21 | 24 | 0 | 95 | 133 | 1.40 |
| ช่วยกระจายพื้นที่สีเขียว ตามชุมชนย่อย | 4 | 12 | 14 | 28 | 30 | 30 | 47 | 0 | 95 | 70 | 0.74 |
| อื่นๆ | 0 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 94 | 0 | 95 | 2 | 0.02 |
| รวม | 95 | 285 | 85 | 170 | 72 | 72 | 223 | 0 | 475 | 527 | 5.55 |

เมื่อเปรียบเทียบค่าน้ำหนักความเห็นที่ควรมีศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านในอนาคต พบว่าทั้งผู้ที่อยู่ในโครงการที่มี และไม่มีศูนย์นันทนาการ ให้ค่าน้ำหนักเหตุผลในแต่ละข้อใกล้เคียงกันมาก แสดงว่าผู้อยู่อาศัยในโครงการทั้งสองประเภทตระหนักในข้อดีและรับรู้ความสำคัญในการมีศูนย์นันทนาการในอนาคต ด้วยทัศนคติที่จัดระเบียบระดับความสำคัญของข้อมูลเป็นไปในทิศทางเดียวกัน⁵¹

ตาราง 4.86 เปรียบเทียบค่าน้ำหนักเหตุผลที่ควรมีศูนย์นันทนาการอนาคตของผู้อยู่อาศัย

| เหตุผลการควรมี ศูนย์นันทนาการในอนาคต | ค่าน้ำหนัก | |
|---|------------------------------|---------------------------------|
| | ผู้อยู่อาศัย-โครงการมีศูนย์ฯ | ผู้อยู่อาศัย-โครงการไม่มีศูนย์ฯ |
| เพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตด้านการใช้เวลาว่าง | 2.62 | 2.61 |
| ช่วยแก้ปัญหาสังคม เช่น การจราจร | 0.93 | 0.78 |
| เป็นองค์ประกอบชุมชนทำให้สภาพแวดล้อมดี | 1.38 | 1.40 |
| ช่วยกระจายพื้นที่สีเขียวตามชุมชนย่อย | 0.57 | 0.74 |
| อื่นๆ | 0.11 | 0.02 |
| รวม | 5.61 | 5.55 |

4.7.1.2 กลุ่มผู้ประกอบการ

กลุ่มผู้ประกอบการทั้งหมดทั้งจากโครงการที่มีและไม่มีศูนย์นันทนาการ เห็นว่าในอนาคตควรมีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน หรือคิดเป็น 100% จากผู้ประกอบการทั้งหมด โดยให้เหตุผลของการควรมีศูนย์นันทนาการอันดับแรก คือ เพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตคนรุ่นใหม่ ด้านการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์กับการกีฬาและการพักผ่อน เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่มีประโยชน์ทั้งกับตนเองและสังคม คือ ทำให้มีสุขภาพกายและจิตที่ดีและใช้เวลาว่างในทางที่ถูกที่ควรไม่ทำให้สังคมเดือดร้อน⁵² โดยให้ค่าน้ำหนักเท่ากับ 2.47 ส่วนผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการให้ค่าน้ำหนัก 2.09

ส่วนสาเหตุที่ 2 ผู้ประกอบการโครงการทั้งสองให้ความเห็นที่แตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการโครงการที่มีศูนย์นันทนาการให้เหตุผลว่า สามารถใช้ศูนย์นันทนาการเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างได้ผล โดยให้ค่าน้ำหนัก 1.13 เนื่องจากศูนย์นันทนาการสามารถใช้เป็นสิ่งจูงใจผู้บริโภคให้สนใจ

⁵¹ Bernard Berelson and Gary A. Steiner, *Human Behavior: An Inventory of Scientific Findings*. New York: Harcourt Brace Jovanovich, 1964, p. 88.

⁵² Seymour M. Gold, *Recreation Planning and Design*. McGraw-Hill Book Company, P.22-28.

หรือพิจารณาชื่อโครงการหมู่บ้านนั้น เพราะเป็นสินค้าพิเศษที่มีขึ้นนอกเหนือไปจากสินค้าปกติ ที่สามารถสร้างความสนใจของผู้บริโภคได้⁵³ ส่วนผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ ให้ค่าน้ำหนักอันดับสองคือ ศูนย์นันทนาการจะทำให้สภาพแวดล้อมโครงการดีขึ้นที่มีค่า 1.64 เพราะ ศูนย์นันทนาการเป็นสถานที่เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งโดยหน้าที่ (Function) ของศูนย์นันทนาการนี้เอง ที่เป็นองค์ประกอบหนึ่งในการสร้างเสริมบรรยากาศการอยู่อาศัย⁵⁴ จึงเห็นได้ชัดว่า ผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการไม่ได้คำนึงถึงศูนย์นันทนาการในแง่การตลาดเท่าใดนัก

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า การมีชุมชนที่อยู่อาศัยที่สมบูรณ์ในอนาคต จำเป็นต้องมีศูนย์นันทนาการในโครงการด้วย เพื่อการเพิ่มคุณภาพชีวิตคนรุ่นใหม่ หรือผู้อยู่อาศัยในอนาคต รองลงมาคือจะมีประโยชน์ด้านกายภาพหรือสภาพแวดล้อมโครงการ โดยผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการ จะให้ความสำคัญด้านการใช้ศูนย์นันทนาการเพื่อเป็นกลยุทธ์การตลาดด้วย

ตาราง 4.87 สาเหตุที่ผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่มีศูนย์นันทนาการคิดว่าควรมีศูนย์นันทนาการของโครงการในอนาคต

| เหตุผลการควรมี ศูนย์นันทนาการในอนาคต | ทัศนคติของผู้ประกอบการในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการ | | | | | | | | | | ค่าน้ำหนัก |
|---|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|-----------|-----------|-----------|------------|
| | อันดับ 1 | | อันดับ 2 | | อันดับ 3 | | ไม่ถูกเลือก | | รวม | | |
| | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | |
| เป็นกลยุทธ์การตลาด ที่ใช้ได้ผล | 3 | 9 | 4 | 8 | 0 | 0 | 8 | 0 | 15 | 17 | 1.13 |
| เพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิต ให้กับคนรุ่นใหม่ | 11 | 33 | 2 | 4 | 0 | 0 | 2 | 0 | 15 | 37 | 2.47 |
| แก้ปัญหาสังคมด้าน การจราจร | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 3 | 12 | 0 | 15 | 3 | 0.20 |
| ทำให้สภาพแวดล้อม โครงการดี | 0 | 0 | 4 | 8 | 3 | 3 | 8 | 0 | 15 | 11 | 0.73 |
| ชวนกระจายพื้นที่สีเขียว ตามแหล่งชุมชน | 1 | 3 | 0 | 0 | 2 | 2 | 12 | 0 | 15 | 5 | 0.33 |
| อื่นๆ | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 15 | 0 | 15 | 0 | 0.0 |
| รวม | 15 | 45 | 10 | 20 | 8 | 8 | 57 | 0 | 90 | 73 | 4.86 |

⁵³ Philip Kotler. *Marketing Management*. Prentice-Hill. 1994, P.672-673.

⁵⁴ Seymour M. Gold. *Ibid*.

ตาราง 4.88 สาเหตุที่ผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ คิดว่าควรมีศูนย์นันทนาการของโครงการในอนาคต

| เหตุผลการควรมีศูนย์นันทนาการในอนาคต | ทัศนคติของผู้ประกอบการในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|-----------|-----------|-----------|------------|
| | อันดับ 1 | | อันดับ 2 | | อันดับ 3 | | ไม่ถูกเลือก | | รวม | | ค่าน้ำหนัก |
| | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | จำ นวน | คะ แนน | |
| เป็นกลยุทธ์การตลาดที่ใช้ได้ผล | 2 | 6 | 0 | 0 | 1 | 1 | 8 | 0 | 11 | 7 | 0.64 |
| เพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตให้กับคนรุ่นใหม่ | 6 | 18 | 2 | 4 | 1 | 1 | 2 | 0 | 11 | 23 | 2.09 |
| แก้ปัญหาสังคมด้านการจราจร | 1 | 3 | 0 | 0 | 2 | 2 | 8 | 0 | 11 | 5 | 0.45 |
| ทำให้สภาพแวดล้อมโครงการดี | 1 | 3 | 7 | 14 | 1 | 1 | 2 | 0 | 11 | 18 | 1.64 |
| ช่วยกระจายพื้นที่สีเขียวตามแหล่งชุมชน | 1 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 5 | 0 | 11 | 10 | 0.91 |
| อื่นๆ | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 | 9 | 0 | 11 | 2 | 0.18 |
| รวม | 11 | 33 | 11 | 22 | 10 | 10 | 34 | 0 | 66 | 65 | 5.91 |

เมื่อเปรียบเทียบค่าน้ำหนักเหตุผลการควรมีศูนย์นันทนาการของโครงการในอนาคต ของผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านพบว่า ผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการให้ค่าน้ำหนักกับเหตุผลเพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตให้กับคนรุ่นใหม่ มากกว่าผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ ซึ่งเป็นเหตุผลที่ค้ำถึงประโยชน์ของผู้อยู่อาศัยมากกว่า ส่วนค่าน้ำหนักรองลงมา ผู้ประกอบการทั้งสองโครงการค้ำถึงถึงประโยชน์ของศูนย์นันทนาการ ที่มีต่อโครงการหมู่บ้านเหมือนกัน แต่มีแง่มุมต่างกัน คือ ผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการอยู่แล้วในปัจจุบัน จะค้ำถึงถึงด้านการตลาด ส่วนผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการในปัจจุบัน จะค้ำถึงถึงด้านกายภาพ หรือประโยชน์ต่อสภาพแวดล้อมโครงการ

ตาราง 4.89 เปรียบเทียบค่าน้ำหนักเหตุผลที่ควรมีสุนัขนั้นหนาากการในอนาคตของผู้ประกอบการ

| เหตุผลการควรมี สุนัขนั้นหนาากการในอนาคต | ค่าน้ำหนัก | |
|--|----------------------|-------------------------|
| | ผู้ประกอบการ-มีสุนัข | ผู้ประกอบการ-ไม่มีสุนัข |
| เป็นกลยุทธ์การตลาดที่ใช้ได้ผล | 1.13 | 0.64 |
| เพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตให้กับคนรุ่นใหม่ | 2.47 | 2.09 |
| แก้ปัญหาสังคมด้านการจราจร | 0.20 | 0.45 |
| ทำให้สภาพแวดล้อมโครงการดี | 0.73 | 1.64 |
| ช่วยกระจายพื้นที่สีเขียวตามแหล่งชุมชน | 0.33 | 0.91 |
| อื่นๆ | 0.0 | 0.18 |
| รวม | 4.86 | 5.91 |

ดังนั้นสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการและผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจะมีสุนัขนั้นหนาากการหรือไม่ก็ตาม ต่างคาดหวังกับการอยู่อาศัยในอนาคตว่า ควรมีสุนัขนั้นหนาากการในโครงการหมู่บ้านในอนาคตเพื่อความสมบูรณ์ของโครงการหมู่บ้าน โดยมีจุดประสงค์อยู่ที่คุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยเป็นหลัก และยังให้ประโยชน์ต่อโครงการด้านกายภาพของโครงการอีกด้วย เช่น ทำให้เกิดสภาพแวดล้อมที่ดีต่อ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังใช้ประโยชน์จากสุนัขนั้นหนาากการในด้านการตลาด หรือ เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดได้ด้วย

4.7.1.3 ขนาดโครงการที่ควรมีสุนัขนั้นหนาากการ

ผู้ประกอบการให้ความเห็นถึงระดับโครงการหมู่บ้านหรือจำนวนหลังคาเรือนในโครงการ ที่ควรมีสุนัขนั้นหนาากการแตกต่างกันไป ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่า โครงการหมู่บ้านที่จะต้องเตรียมสุนัขนั้นหนาากการของโครงการโดยขึ้นกับจำนวนผู้อยู่อาศัยในโครงการด้วยว่า มีมากเพียงพอที่จะจัดทำหรือไม่

ซึ่งผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่มีสุนัขนั้นหนาากการเห็นว่า เห็นว่าสุนัขนั้นหนาากการของโครงการควรจะมีเมื่อมีการอยู่อาศัยมากกว่า 100 หลังคาเรือน หรือเมื่อโครงการนั้นเข้าลักษณะโครงการขนาดกลางขึ้นไปตาม พ.ร.บ.จัดสรร พ.ศ. 2535 โดยมีผู้ให้ความเห็นนี้ 46.7% ของผู้ประกอบการโครงการที่มีสุนัขนั้นหนาากการทั้งหมด เนื่องจากขนาดโครงการระดับนี้จะมีจำนวนประชากรเพียงพอที่จะมาใช้บริการในสุนัขนั้นหนาากการ ซึ่งเป็นไปได้ว่าจะมีการใช้งานอย่างต่อเนื่อง และมีการดูแลรักษาสถานที่ไม่ให้ทรุดโทรมได้

ส่วนผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ ให้ความเห็นว่า ควรจะมีเห็นว่ามีศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านที่มากกว่า 500 หลังคาเรือน หรือเป็นโครงการขนาดใหญ่ตามที่ พ.ร.บ.จัดสรรกำหนด เนื่องจากผู้ประกอบการกลุ่มนี้ต้องการความมั่นใจให้มีจำนวนผู้ใช้บริการมากเพียงพอที่จะจัดทำศูนย์นันทนาการ มิฉะนั้นศูนย์นันทนาการก็จะเป็นความหมายหากไม่มีผู้ใช้บริการ และไม่คุ้มกับการลงทุน รวมถึงจนถึงการคำนึงถึงค่าใช้จ่ายต่างๆที่จะเกิดขึ้น ซึ่งลูกบ้านจะต้องสามารถรับผิดชอบในส่วนนี้ได้

ตาราง 4.90 ขนาดโครงการที่ควรมีศูนย์นันทนาการในทัศนคติของผู้ประกอบการ

| ขนาดโครงการที่ ควรมีศูนย์นันทนาการ | ทัศนคติของผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้าน | | | | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------|--------------|---------------------|--------------|-----------|--------------|
| | มีศูนย์นันทนาการ | | ไม่มีศูนย์นันทนาการ | | รวม | |
| | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
| ทุกขนาดโครงการ | 4 | 26.7 | 2 | 18.2 | 6 | 23.1 |
| มากกว่า 100 หลังคาเรือน | 7 | 46.7 | 1 | 9.1 | 8 | 30.8 |
| มากกว่า 200 หลังคาเรือน | 1 | 6.7 | 0 | 0.0 | 1 | 3.8 |
| มากกว่า 300 หลังคาเรือน | 0 | 0.0 | 3 | 27.3 | 3 | 11.5 |
| มากกว่า 500 หลังคาเรือน | 2 | 13.3 | 4 | 36.4 | 6 | 23.1 |
| มากกว่า 1,000หลังคาเรือน | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| อื่นๆ | 1 | 6.7 | 1 | 9.1 | 2 | 7.7 |
| รวม | 15 | 100.0 | 11 | 100.0 | 26 | 100.0 |

4.7.2 ความต้องการทางรูปแบบกายภาพของศูนย์นันทนาการในโครงการอนาคต

ความต้องการทางรูปแบบกายภาพของศูนย์นันทนาการในโครงการอนาคต จะวิเคราะห์จากพฤติกรรมการใช้ศูนย์นันทนาการในปัจจุบัน , ความต้องการด้านต่างๆของศูนย์นันทนาการ และการวิเคราะห์ปัญหาในปัจจุบันจาก 4.6 ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

4.7.2.1 พฤติกรรมการใช้ศูนย์นันทนาการในปัจจุบันของผู้คิดจะซื้อบ้าน

1). สถานที่ที่ใช้บริการด้านนันทนาการของผู้คิดจะซื้อบ้าน

ผู้คิดจะซื้อบ้าน ปัจจุบันมีการพักผ่อนและออกกำลังกายถึง 76% ของทั้งหมด โดยจะใช้ที่สนามกีฬา/สวนสาธารณะมากที่สุด เนื่องจากไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ คิดเป็น 36.8% ของกลุ่มตัวอย่างประเภทนี้ที่ใช้บริการ รองลงมาคือศูนย์นันทนาการที่โรงแรมเพราะมีกิจกรรมครบถ้วนตามที่ต้องการ แม้ว่าจะมีค่าบริการก็ตาม หรือคิดเป็น 26.3% ของกลุ่มตัวอย่าง

แสดงว่าผู้คิดจะซื้อบ้านในปัจจุบันเน้นความต้องการในสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตนเองพอใจ และยอมเสียค่าใช้จ่ายเพื่อความต้องการนั้น

ตาราง 4.91 สถานที่นันทนาการที่ผู้คิดจะซื้อบ้านใช้บริการ

| สถานที่นันทนาการ | ผู้คิดจะซื้อบ้าน | |
|-------------------------------------|------------------|-------------|
| | จำนวน n=76 | เปอร์เซ็นต์ |
| สนามกีฬา/สวนสาธารณะ | 28 | 36.8 |
| ศูนย์นันทนาการในโรงแรม | 20 | 26.3 |
| ศูนย์นันทนาการในสำนักงาน | 13 | 17.1 |
| ศูนย์นันทนาการในโครงการที่อยู่อาศัย | 9 | 10.0 |
| ศูนย์นันทนาการของสมาคมต่าง ๆ | 8 | 10.5 |
| สโมสรกีฬาทางน้ำ | 8 | 10.5 |
| สนามกีฬาในสถานศึกษา | 7 | 9.2 |
| สนามกอล์ฟ | 4 | 5.3 |
| อื่น ๆ | 3 | 3.9 |

2). ความถี่ที่ผู้คิดจะซื้อบ้านใช้บริการศูนย์นันทนาการ

กลุ่มตัวอย่างใช้บริการในศูนย์นันทนาการด้วยความถี่ 3-4 ครั้ง/เดือนมากที่สุด คิดเป็น 25% ของผู้ที่ใช้บริการ ซึ่งหมายความว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีเวลาว่างเพื่อไปใช้บริการในศูนย์นันทนาการในช่วงวันหยุดปลายสัปดาห์เท่านั้น โดยความถี่ที่รองลงมาคือจะใช้บริการด้วยความถี่แบบมากกว่า 8 ครั้ง/เดือน คิดเป็น 21.1% ใกล้เคียงกับการใช้ประมาณ 5-8 ครั้ง/เดือน ที่มี 19.7% แสดงว่าผู้คิดจะซื้อบ้านในปัจจุบันมีแนวโน้มในการใช้เวลาว่างเพื่อ นันทนาการอย่างเป็นทางการหรือเป็นนิตยมากขึ้น

ตาราง 4.92 ความถี่ ที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการในศูนย์นันทนาการ

| ความถี่ที่ให้บริการในศูนย์นันทนาการ | ผู้คิดจะซื้อบ้าน | |
|-------------------------------------|------------------|-------------|
| | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
| มากกว่า 8 ครั้ง/เดือน | 16 | 21.1 |
| ประมาณ 5 - 8 ครั้ง/เดือน | 15 | 19.7 |
| ประมาณ 3 - 4 ครั้ง/เดือน | 19 | 25.0 |
| ประมาณ 1 - 2 ครั้ง/เดือน | 12 | 15.9 |
| นาน ๆ ใช้นี้ บางเดือนไม่ได้ใช้ | 14 | 18.4 |

4.7.2.2 รูปแบบด้านต่างๆของศูนย์นันทนาการในอนาคตที่ผู้คิดจะซื้อบ้านต้องการ

1). เวลาที่จัดสร้าง

ผู้ต้องการซื้อบ้านส่วนใหญ่ต้องการให้ผู้ประกอบการจัดสร้างศูนย์นันทนาการของโครงการไปพร้อมกับการสร้างบ้าน หรือมีประมาณ 54.1% ของผู้ที่ต้องการให้มีศูนย์นันทนาการในอนาคต เนื่องจากผู้บริโภคต้องการให้ทั้งบ้านและศูนย์นันทนาการเสร็จในเวลาใกล้เคียงกัน เมื่อเข้าอยู่อาศัยแล้ว ก็สามารถใช้บริการได้ทันที ซึ่งที่จริงแล้วผลิตภัณฑ์หลักที่ผู้บริโภคต้องการก่อน คือ บ้าน แต่ศูนย์นันทนาการเป็นองค์ประกอบที่ต้องมีอยู่ในโครงการที่ผู้บริโภคต้องการความแน่นอนในการจัดสร้าง ให้เสร็จพร้อมที่จะเปิดให้บริการ เมื่อตนเองเข้าอยู่อาศัยด้วย

ส่วนอันดับรองลงมา คือ ผู้คิดจะซื้อบ้าน 39.8% ต้องการให้สร้างศูนย์นันทนาการก่อนสร้างบ้าน เนื่องจากต้องการความมั่นใจว่า ผู้ประกอบการสร้างศูนย์นันทนาการให้อย่างแน่นอน และสามารถเห็นคุณภาพโครงการได้อย่างชัดเจนก่อน เช่น ด้านสภาพแวดล้อม โครงการอย่างคร่าว ๆ การก่อสร้าง ความพร้อมในการดูแลจัดการ เป็นต้น

ซึ่งในปัจจุบัน โครงการหมู่บ้านส่วนใหญ่ได้สร้างศูนย์นันทนาการเสร็จทันต่อการเข้าอยู่ของสมาชิกในหมู่บ้านอยู่แล้ว หรือพร้อมให้ใช้บริการเมื่อมีผู้เข้าอยู่อาศัย ดังนั้นนอกจากจะสามารถแสดงศักยภาพของโครงการแล้ว ยังเป็นการสร้างทัศนคติที่ดีในการใช้บริการให้กับสมาชิกในหมู่บ้านด้วย

ตาราง 4.93 ทัศนคติของผู้คิดจะซื้อบ้านต่อการจัดสร้างศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้าน

| การจัดสร้างศูนย์นันทนาการของโครงการ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
|---|-----------|--------------|
| สร้างศูนย์นันทนาการหลังจากสร้างบ้าน | 4 | 4.1 |
| สร้างศูนย์นันทนาการก่อนสร้างบ้าน | 39 | 39.8 |
| สร้างศูนย์นันทนาการพร้อม ๆ กับสร้างบ้าน | 53 | 54.1 |
| ไม่สนใจว่าจะสร้างสิ่งใดก่อนหรือหลัง | 2 | 2.0 |
| รวม | 98 | 100.0 |

2). บริเวณที่ตั้ง

ผู้คิดจะซื้อบ้านส่วนใหญ่เห็นว่า ควรจัดสร้างศูนย์นันทนาการไว้ศูนย์กลางของโครงการหมู่บ้าน คิดเป็น 63.3% ทั้งนี้เพื่อให้ผู้อยู่อาศัยทุกหลังคาเรือนสามารถมาใช้บริการที่ศูนย์นันทนาการได้อย่างสะดวกหรือไม่ไกลจนเกินไป และศูนย์นันทนาการนั้นสามารถสนองตอบผู้ใช้สอยด้านการเข้าถึง (Accessibility) ได้⁵⁵

ซึ่งในการสำรวจก็พบว่าหลายโครงการมีวัตถุประสงค์ให้ศูนย์นันทนาการเป็นศูนย์กลางของโครงการหมู่บ้านอยู่แล้ว แต่ในบางโครงการผู้ประกอบการยังให้ศูนย์นันทนาการเป็นกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางธุรกิจด้วย โดยจะวางตำแหน่งของศูนย์นันทนาการไว้ในที่ที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน เช่น ด้านหน้าโครงการ หรือมองเห็นได้ชัดจากถนนสายหลักของโครงการ ทั้งนี้ เพื่อให้ศูนย์นันทนาการ ทำหน้าที่ทั้งส่วนที่เป็นสถานที่ศูนย์รวมของชุมชนในการบริการด้านการพักผ่อนและออกกำลังกาย รวมไปถึงจนถึง การเป็นหน้าตาหรือสัญลักษณ์ของโครงการด้วย

ดังนั้น ในอนาคต การวางตำแหน่งที่ตั้งของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน จึงขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ของการประกอบการนั้น ๆ ด้วยว่า ต้องการให้เป็นสถานที่เพื่อให้บริการด้านนันทนาการสำหรับผู้อยู่อาศัยหรือต้องการให้เป็นกลยุทธ์ในการขายบ้านของโครงการด้วย ซึ่งปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อตำแหน่งที่ตั้งของศูนย์นันทนาการของโครงการ คือ ขอบเขตที่ดินและเนื้อที่ทั้งหมดของโครงการนั้น เพื่อวิเคราะห์ด้านการออกแบบของการวางตำแหน่งศูนย์นันทนาการในโครงการนั้น

ตาราง 4.94 ทิศนคติต่อบริเวณที่ตั้งของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรร

| บริเวณที่ตั้งของศูนย์นันทนาการ | ผู้คิดจะซื้อบ้าน | |
|--------------------------------|------------------|--------------|
| | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
| ด้านหน้าโครงการ | 4 | 4.1 |
| ศูนย์กลางโครงการ | 62 | 63.3 |
| ด้านหลังหรือด้านข้าง | 9 | 9.2 |
| กระจายไปส่วนย่อย | 22 | 22.4 |
| อื่น ๆ | 1 | 1.0 |
| รวม | 98 | 100.0 |

⁵⁵ Ibid.

3). รูปแบบกิจกรรม

ผู้บริโภครส่วนใหญ่ต้องการให้ศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านมีทั้งกิจกรรมภายในอาคาร (กิจกรรมในร่ม) และสนามเอนกประสงค์ประกอบกัน โดยผู้คิดจะซื้อบ้านที่มีความต้องการนี้ 85.7% เนื่องจากผู้บริโภคต้องการให้มีกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ อย่างครบถ้วนหรือ มีทั้งกิจกรรมในร่ม (Indoor) และกลางแจ้ง (Outdoor) ซึ่งสามารถเลือกทำกิจกรรมต่างๆได้ตามที่ต้องการ

ซึ่งโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการในปัจจุบันส่วนใหญ่ได้จัดเตรียมกิจกรรมตามที่ผู้บริโภคต้องการอยู่แล้ว โดยมีกิจกรรมเพื่อการพักผ่อนและออกกำลังกายส่วนใหญ่อยู่กลางแจ้ง เช่น สระว่ายน้ำ สนามเด็กเล่น สวนหย่อม สนามเทนนิส เป็นต้น ส่วนกิจกรรมในร่มส่วนใหญ่เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น เช่น ร้านอาหาร โถงเอนกประสงค์ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การจัดเตรียมรูปแบบศูนย์นันทนาการโครงการหมู่บ้านในอนาคต จำเป็นต้องวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วยว่าพฤติกรรมการใช้สอย และรับผิดชอบต่อการใช้สถานที่อย่างไร หรือเป็นกลุ่มลูกค้าระดับใด รวมถึงระดับของโครงการเองด้วย ซึ่งอาจวิเคราะห์เบื้องต้นได้จากตำแหน่งทำเลที่ตั้งของโครงการ ซึ่งจะเชื่อมโยงถึงกลุ่มลูกค้าที่มีแนวโน้มจะอยู่อาศัยในบริเวณนั้น ในการวิจัยเองก็พบว่ากลุ่มลูกค้ามีพฤติกรรมแตกต่างกัน เช่นเดียวกัน บางตำแหน่งโครงการหมู่บ้านที่มีการจัดเตรียมกิจกรรมกลางแจ้ง (Outdoor Activities) อย่างเดียว ก็อาจเพียงพอแล้ว เพราะสามารถควบคุมดูแลและมีการใช้ประโยชน์จากลูกบ้านได้มากกว่า รูปแบบกิจกรรมผสมแต่ขาดระบบดูแล ทำให้สนองตอบประโยชน์ได้ไม่เต็มที่

ตาราง 4.95 ทิศนคติต่อรูปแบบศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรร

| รูปแบบของศูนย์นันทนาการ | ผู้คิดจะซื้อบ้าน | |
|----------------------------------|------------------|--------------|
| | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
| สนามหรือสวนหย่อมเอนกประสงค์ | 3 | 3.1 |
| อาคารหรือสโมสร | 11 | 11.2 |
| อาคารและสนามเอนกประสงค์ประกอบกัน | 84 | 85.7 |
| รวม | 98 | 100.0 |

4). ลักษณะกิจกรรม

กิจกรรมที่ผู้คิดจะซื้อบ้านต้องการอันดับหนึ่ง คือ สระว่ายน้ำ โดยมีค่าน้ำหนักเป็น 3.50 เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่คนทุกระดับสามารถเข้ามาร่วมกิจกรรมได้ ไม่ว่าจะเป็นเพศใดหรือวัยใดและสามารถเป็นได้โดยทำกิจกรรมเพื่อการพักผ่อนและออกกำลังกายด้วย โดยกิจกรรมที่ต้องการเป็นอันดับสอง คือ ห้องออกกำลังกาย หรือ Fitness Room ที่มีอุปกรณ์ต่างๆ เช่น เครื่องวิ่ง ที่ยกน้ำหนัก ที่ปั่นจักรยาน ฯลฯ โดยมีค่าน้ำหนักเป็น 1.82 เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่เป็นการออกกำลังกายในพื้นที่ที่ไม่มากนัก ทำให้ผู้อยู่อาศัยสามารถออกกำลังกายได้อย่างสะดวก โดยไม่ต้องแสวงหาพื้นที่ที่กว้างขวาง ส่วนกิจกรรมที่ต้องการอันดับสาม คือ สวนหย่อม โดยมีค่าน้ำหนัก 1.78 ซึ่งเป็นพื้นที่เพื่อการพักผ่อน อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมสภาพแวดล้อมให้มีพื้นที่สีเขียวอีกด้วย ส่วนอันดับสี่ คือ สนามเด็กเล่น โดยมีค่าน้ำหนัก 1.56 เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน ซึ่งกำลังจะแยกไปมีครอบครัวใหม่ จึงต้องการสถานที่พักผ่อนหย่อนใจสำหรับบุตรหลานของตนด้วย และอันดับห้า คือ ร้านอาหาร โดยมีค่าน้ำหนัก 1.06 อันเป็นสถานที่ที่นอกจากอำนวยความสะดวกให้กับผู้อยู่อาศัยแล้ว ยังสามารถทำรายได้ให้กับศูนย์นันทนาการด้วย

ความต้องการลักษณะกิจกรรมต่างๆของผู้คิดจะซื้อบ้านจะเป็นไปได้ ขึ้นอยู่กับขนาดโครงการด้วย ซึ่งผู้ประกอบการเห็นว่า ถ้าเป็นโครงการขนาดเล็กแล้วมีกิจกรรมต่างๆดังกล่าว ก็จะไม่เกิดการใช้ประโยชน์สูงสุดในศูนย์นันทนาการนั้น เพราะการจัดเตรียมศูนย์นันทนาการเป็นไปเพื่อให้บริการความสะดวกสบายกับลูกบ้าน โดยสามารถเก็บค่าบริการเพื่อให้คุ้มกับต้นทุนที่จ่ายไปได้ และมีกิจกรรมเพื่อคนทุกระดับในหมู่บ้าน ซึ่งเน้นไปทางด้านการพักผ่อนและออกกำลังกาย ดังนั้นถ้ามีผู้อยู่อาศัยไม่มากนัก การจัดเตรียมกิจกรรมที่หลากหลายก็อาจจะกลับกลายเป็นภาระได้

ตาราง 4.96 ทัศนคติต่อลักษณะกิจกรรมที่ผู้คิดจะซื้อบ้านต้องการในศูนย์นิคมการค้าของโครงการหมู่บ้านจัดสรร

| กิจกรรม | อันดับที่ 1 | | อันดับที่ 2 | | อันดับที่ 3 | | อันดับที่ 4 | | อันดับที่ 5 | | ไม่ถูกเลือก | | รวม | | ค่า น้ำหนัก |
|--------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------|-------------|----------------|
| | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | |
| สระว่ายน้ำ | 41 | 205 | 18 | 72 | 18 | 54 | 6 | 12 | 7 | 7 | 10 | 0 | 100 | 350 | 3.50 |
| สนามเทนนิส | 0 | 0 | 8 | 32 | 4 | 12 | 11 | 22 | 7 | 7 | 70 | 0 | 100 | 73 | 0.73 |
| เครื่องออกกำลังกาย | 9 | 45 | 12 | 48 | 16 | 48 | 14 | 28 | 13 | 13 | 36 | 0 | 100 | 182 | 1.82 |
| สนามกีฬา | 1 | 5 | 6 | 24 | 6 | 18 | 6 | 12 | 3 | 3 | 78 | 0 | 100 | 62 | 0.62 |
| บึงปลูก | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 6 | 0 | 0 | 2 | 2 | 96 | 0 | 100 | 8 | 0.08 |
| แบบมีบันได | 0 | 0 | 2 | 8 | 2 | 6 | 3 | 6 | 2 | 2 | 91 | 0 | 100 | 22 | 0.00 |
| วิ่ง, เดิน | 3 | 15 | 12 | 48 | 2 | 6 | 4 | 8 | 2 | 2 | 77 | 0 | 100 | 79 | 0.79 |
| บาสเกตบอล | 1 | 5 | 3 | 12 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 95 | 0 | 100 | 18 | 0.18 |
| สวนหย่อม | 170 | 85 | 7 | 28 | 8 | 24 | 15 | 30 | 11 | 11 | 42 | 0 | 100 | 178 | 1.78 |
| จอดรถยนต์ | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 100 | 0 | 100 | 0 | 0.00 |
| ซีจิกยาน | 0 | 0 | 1 | 4 | 3 | 9 | 2 | 4 | 3 | 3 | 91 | 0 | 100 | 20 | 0.20 |
| สนามเด็กเล่น | 9 | 45 | 15 | 60 | 9 | 27 | 8 | 16 | 8 | 8 | 51 | 0 | 100 | 156 | 1.56 |
| ตะกร้อ | 1 | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 99 | 0 | 100 | 5 | 0.05 |
| สนามฟุตบอล | 4 | 20 | 2 | 8 | 6 | 18 | 2 | 4 | 0 | 0 | 86 | 0 | 100 | 50 | 0.50 |
| แอโรบิก | 0 | 0 | 1 | 4 | 2 | 6 | 7 | 14 | 1 | 1 | 89 | 0 | 100 | 25 | 0.25 |
| โรงยิม/โรงยิม | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 9 | 1 | 2 | 7 | 7 | 89 | 0 | 100 | 18 | 0.18 |
| ห้องสมุด | 6 | 30 | 4 | 16 | 6 | 18 | 9 | 18 | 5 | 5 | 70 | 0 | 100 | 87 | 0.87 |
| ห้องกิจกรรมศิลปะ | 0 | 0 | 1 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 98 | 0 | 100 | 5 | 0.05 |
| ห้องตัดผม | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 100 | 0 | 100 | 0 | 0.00 |
| ร้านอาหาร | 6 | 30 | 4 | 16 | 12 | 36 | 7 | 14 | 10 | 10 | 61 | 0 | 100 | 106 | 1.06 |
| ร้านจิวเวลรี่ | 1 | 5 | 3 | 12 | 1 | 3 | 1 | 2 | 8 | 6 | 86 | 0 | 100 | 30 | 0.30 |
| ร้านทำผม | 0 | 0 | 1 | 4 | 0 | 0 | 1 | 2 | 3 | 3 | 95 | 0 | 100 | 9 | 0.09 |
| อื่น ๆ | 1 | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 91 | 0 | 100 | 5 | 0.05 |
| รวม | 100 | 500 | 100 | 400 | 100 | 300 | 97 | 194 | 94 | 94 | 1,809 | 0 | 2,300 | 1,488 | 15.88 |

5). ด้านการบริหารงาน

หน้าที่ในการบริหารงานเพื่อจัดการดูแลความเป็นไปของศูนย์นันทนาการทั้งในด้านระบบ ระเบียบของศูนย์นันทนาการ ความปลอดภัย การบำรุงรักษาดูแลศูนย์นันทนาการ รวมทั้งความสามารถให้ศูนย์นันทนาการบริการลูกบ้านหรือกลุ่มลูกค้าได้ ผู้อยู่อาศัยส่วนใหญ่ต้องการให้เป็นการบริหารที่มาจากผู้ที่อยู่อาศัยในหมู่บ้านนั่นเอง โดยมาจากคณะกรรมการหมู่บ้านซึ่งเป็นตัวแทนของสมาชิกในหมู่บ้าน คิดเป็น 36% ของความเห็นทั้งหมด โดยถือว่าเป็นหน้าที่ที่ทุกคนในหมู่บ้านร่วมกันรับผิดชอบ โดยมีความเห็นจะให้ผู้ประกอบการรับผิดชอบรองลงมาคือ 22% ใกล้เคียงกับความเห็นที่ให้จ้างบริษัทภายนอก หรือที่เป็นมืออาชีพเข้ามาดูแล แต่ให้ผู้ประกอบการเป็นฝ่ายรับผิดชอบ 21% ซึ่งสังเกตได้ว่าความคิดเห็นแบ่งเป็นสองความเห็นหลัก คือ ผู้อยู่อาศัยดูแล หรือ ผู้ประกอบการดูแล โดยจะทำหน้าที่เอง หรือจ้างบริษัทภายนอกก็ตาม

อย่างไรก็ดี จากการวิจัยพบว่าตัวอย่างในแต่ละทำเลที่ตั้งของโครงการมีการบริหารงานที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของแต่ละโครงการ และช่วงระยะเวลา เช่น ในบางโครงการที่ผู้อยู่อาศัยยังไม่มีความรับผิดชอบเพียงพอ หรืออยู่ในระยะแรกของการเข้าอยู่อาศัย ผู้ประกอบการควรเป็นผู้ดูแลก่อน เนื่องจากมีความพร้อมด้านการเงินและบุคลากร ทั้งนี้ผู้ประกอบการสามารถควบคุมระบบต่างๆ ให้มีความเป็นระเบียบ และมีรากฐานที่ตึกว่าได้

หรือบางโครงการ อาจมีการประสานงานกันระหว่างผู้ประกอบการและลูกบ้าน ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธีเช่น ผู้ประกอบการมีทีมบริหารหรือพนักงานดูแลศูนย์นันทนาการ หรือ จัดตั้งบริษัทเพื่อดูแลศูนย์นันทนาการโดยเฉพาะ หรือให้บริษัทภายนอกมาดูแลแล้วเก็บค่าใช้จ่ายจากลูกบ้าน แม้แต่การประมูลหรือเสนอแผนงานเพื่อการบริหารจากบุคคลอื่น ซึ่งเป็นการบริหารศูนย์นันทนาการที่มาจากบุคคลที่ทำหน้าที่นี้โดยเฉพาะ แล้วคณะกรรมการหมู่บ้านเป็นผู้รับรู้และควบคุมดูแลอีกชั้นตอนหนึ่ง เพื่อพิจารณาให้ได้การบริหารจัดการศูนย์นันทนาการที่สุด

ดังนั้นการบริหารงานในศูนย์นันทนาการจึงต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ และมีการวางแผนงานมาอย่างดี เพื่อให้เกิดระบบการบริหารอย่างต่อเนื่อง และให้มีความเสี่ยงน้อยที่สุดต่อการเกิดทัศนคติในแง่ลบต่อศูนย์นันทนาการในโครงการ

ตาราง 4.97 ทศนคติต่อการบริหารในศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้าน ในอนาคต

| การบริหารงานในศูนย์นันทนาการ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
|--|-------|-------------|
| คัดเลือกกรรมการหมู่บ้าน | 36 | 36.0 |
| ผู้ประกอบการดูแล | 22 | 22.0 |
| จ้างบริษัทภายนอก ผู้ประกอบการรับผิดชอบ | 21 | 21.0 |
| จ้างบริษัทภายนอก ลูกบ้านรับผิดชอบ | 10 | 10.0 |
| ประมุขงาน | 7 | 7.0 |
| อื่น ๆ | 3 | 3.0 |
| ไม่มีความเห็น | 1 | 1.0 |
| รวม | 100 | 100.0 |

6). ด้านเงื่อนไขการให้บริการศูนย์นันทนาการ

ในโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่มีการจัดเตรียมศูนย์นันทนาการที่มีกิจกรรมค่อนข้างครบครัน หรือที่สามารถตอบสนองการใช้ประโยชน์กับผู้อยู่อาศัยได้นั้น ส่วนใหญ่แล้วจะเปิดบริการให้บุคคลภายนอกสามารถมีสิทธิใช้บริการได้ด้วย โดยถือว่าศูนย์นันทนาการไม่เพียงเป็นการบริการต่อผู้อยู่อาศัยในหมู่บ้านเท่านั้น แต่ยังเป็นบริการต่อชุมชน ซึ่งรวมถึงกลุ่มผู้อยู่อาศัยในระแวกใกล้เคียงด้วย และมีการเสียค่าใช้จ่าย โดยคิดเป็นต่อจำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการ ทำให้เกิดความสะดวก ทั้งสองฝ่าย และผู้มาใช้บริการจะเกิดความรู้สึกไม่ผูกมัดกับเงื่อนไขการให้บริการ หรืออีกวิธีหนึ่งคือให้สมัครสมาชิกตามช่วงระยะเวลาที่พอใจ แล้วเสียค่าบริการอีกครั้งในอัตราต่ำเมื่อมาใช้บริการ วิธีนี้ฝ่ายบริหารหรือผู้ดูแลกิจการจะได้รับรายได้ล่วงหน้าเป็นวิธีจูงใจให้สมาชิกมาใช้บริการอย่างต่อเนื่องได้ ทั้งนี้ที่กล่าวมาเป็นเงื่อนไขที่ใช้ได้ดีกับการดำเนินการในปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม บางกลุ่มผู้อยู่อาศัยก็ต้องการให้เฉพาะผู้อยู่ในโครงการหมู่บ้านนั้นๆ เท่านั้น ที่มีสิทธิใช้บริการ ซึ่งเหตุผลดังกล่าวต้องพิจารณาไปถึง ขนาดของศูนย์นันทนาการ และความสามารถที่จะรองรับการใช้ประโยชน์ในศูนย์นันทนาการนั้น รวมถึงรูปแบบในการจัดเตรียมศูนย์นันทนาการว่าเหมาะสมเพียงพอ กับการให้บุคคลภายนอกมาร่วมกิจกรรมด้วยหรือไม่ ซึ่งแม้ว่าบางสถานการณ์การให้บุคคลภายนอกสามารถมีส่วนร่วมได้จะเป็นการเพิ่มรายได้ต่อศูนย์นันทนาการเอง แต่อาจไม่เหมาะสมเพราะเกิดการรบกวน ทำให้ผู้อยู่อาศัยเดิมเกิดความรู้สึกไม่เป็นส่วนตัว หรือไม่ปลอดภัยได้

7). ด้านเวลาให้บริการของศูนย์นันทนาการ

จากการสำรวจพบว่า ผู้บริโภคให้ความเห็นว่าเวลาในการให้บริการของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน ควรเปิดให้บริการตั้งแต่ 7.00 - 20.00 น. โดยหยุดวันธรรมดา 1 วัน คิดเป็น 44% ของผู้ให้ความเห็นทั้งหมด ทั้งนี้เนื่องจาก แต่ละคนมีช่วงเวลานันทนาการของตนเองซึ่งก็ความแตกต่างกันไป ศูนย์นันทนาการจึงควรเปิดให้บริการทั้งวัน แต่เนื่องจากในวันธรรมดา (จันทร์ - ศุกร์) เป็นวันทำงานของคนส่วนใหญ่ ดังนั้นการให้บริการในศูนย์นันทนาการจะมีมากในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์มากกว่า จึงเห็นควรว่าศูนย์นันทนาการควรมีวันหยุดในวันธรรมด้าวัดวันหนึ่ง

ซึ่งโครงการหมู่บ้านที่มีศูนย์นันทนาการทั่วไป ส่วนใหญ่ก็ให้บริการตามระยะเวลาดังกล่าว แต่อาจคลาดเคลื่อนด้านช่วงเวลาเปิดและปิดให้บริการที่แตกต่างออกไป ทั้งนี้ ปัจจัยที่สามารถกำหนดช่วงเวลาให้บริการอีกปัจจัยหนึ่ง คือ รูปแบบของศูนย์นันทนาการนั่นเอง ถ้าเป็นกิจกรรมเดี่ยวที่ไม่ได้ทำรายได้ให้ศูนย์นันทนาการก็อาจให้บริการตลอดเวลา โดยให้สิทธิ์เฉพาะผู้ที่อยู่ในโครงการ หรือถ้ามีแต่กิจกรรมกีฬาอย่างเดียวโดยไม่มีส่วนพาณิชย์อื่น เช่น ร้านอาหาร ร้านค้า ก็อาจให้บริการเฉพาะช่วงเวลาที่เราคิดว่าผู้อยู่อาศัยอยู่ในโครงการ เช่น เฉพาะช่วงบ่ายถึงเย็นของวันธรรมดา และตลอดทั้งวันของเสาร์ - อาทิตย์ เป็นต้น เพราะการที่เปิดให้บริการในช่วงเวลาต่างๆ หมายถึงว่า จะเป็นได้ทั้งช่วงเวลาที่เพิ่มรายได้และช่วงเวลาที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดูแลนั้นด้วย

ตาราง 4.98 ที่คนคิดต่อเวลาให้บริการของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน

| เวลาให้บริการ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
|--------------------------------------|-------|-------------|
| 7.00 - 20.00 น. หยุดวันนักขัตฤกษ์ | 6 | 6.0 |
| 10.00 - 20.00 น. หยุดวันนักขัตฤกษ์ | 8 | 8.0 |
| 14.00 - 20.00 น. หยุดวันนักขัตฤกษ์ | 3 | 3.0 |
| 7.00 - 20.00 น. หยุดวันธรรมดา 1 วัน | 44 | 44.0 |
| 10.00 - 20.00 น. หยุดวันธรรมดา 1 วัน | 12 | 12.0 |
| 14.00 - 20.00 น. หยุดวันธรรมดา 1 วัน | 10 | 10.0 |
| อื่นๆ | 17 | 17.0 |
| รวม | 100 | 100.0 |

แผนภูมิ 4.7 สรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติของโครงการหมู่บ้าน

