

ความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยต่อการออกแบบทางกายภาพในโครงการคอนโดมิเนียม
ระดับราคาปานกลางและระดับราคาสูง กรณีศึกษา โครงการ เดอะ แชนเตอร์วัน แคมป์ส ลาดพร้าว 1
และโครงการ เดอะ รีเซิร์ฟ เกชมสันต์ 3



บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเอกพัฒนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการพัฒนาที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์ ภาควิชาเคหการ
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2559
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

SATISFACTION OF THE RESIDENTS IN PHYSICAL DESIGN OF MIDDLE PRICE
AND HIGH PRICE CONDOMINIUMS
CASE STUDIES: THE CHAPTER ONE CAMPUS LARDPRAO 1 AND THE RESERVE KASEMSAN 3



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Housing Development Program in Housing and Real Estate

Development

Department of Housing

Faculty of Architecture

Chulalongkorn University

Academic Year 2016

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยต่อการออกแบบทางกายภาพ ในโครงการคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางและระดับ ราคาสูง กรณีศึกษา โครงการ เดอะ แซปเตอร์วัน แคมป์ส ลาดพร้าว 1 และโครงการ เดอะ รีเซิร์ฟ เกชมส์ตันด์ 3
โดย	นายคณิตร์ อภิสทธิพิชญ์
สาขาวิชา	การพัฒนาที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษรา โปวาทอง
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วรณภา พิมพิริยะกุล

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัย
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

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

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(ศาสตราจารย์ ดร. เสรีชัย โชติพานิช)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษรา โปวาทอง)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วรณภา พิมพิริยะกุล)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. กุณฑลทิพย์ พานิชภักดิ์)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ดร. บุญยิ่ง คงอาชาภัทร)

คณิศร์ อภิสทธิพิชญ์ : ความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยต่อการออกแบบทางกายภาพในโครงการคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางและระดับราคาสูง กรณีศึกษา โครงการ เดอะ แชนเตอร์วัน แคมป์ส ลาดพร้าว 1 และโครงการ เดอะ รีเซิร์ฟ เกชม สันต์ 3 (SATISFACTION OF THE RESIDENTS IN PHYSICAL DESIGN OF MIDDLE PRICE AND HIGH PRICE CONDOMINIUMS CASE STUDIES: THE CHAPTER ONE CAMPUS LADPRAO 1 AND THE RESERVE KASEMSAN 3) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ผศ. ดร.บุษรา โปหาทอง, อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม: ผศ. ดร. วรณภา พิมพ์วิริยะกุล, 163 หน้า.

การออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพถือเป็นหนึ่งในกระบวนการสำคัญในพัฒนาคอนโดมิเนียม ทั้งนี้เพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับสินค้าและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้อยู่อาศัย งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาแนวคิดและวิธีการออกแบบ ลักษณะทางกายภาพของโครงการ รวมถึงประเมินความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพของคอนโดมิเนียม โดยเลือกกรณีศึกษา บริษัท พุกษาเรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) ที่มีระดับราคาปานกลางและระดับราคาสูง โดยการใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ 2 ท่าน ผู้ออกแบบโครงการ 5 ท่าน และการสอบถามผู้อยู่อาศัยในโครงการ จำนวน 166 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1.) แนวคิดการกำหนดตลาดเป้าหมาย (STP Marketing) เป็นปัจจัยสำคัญ ในการกำหนดแนวคิดการออกแบบเพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโครงการ กรณีศึกษาโครงการระดับราคาปานกลาง กำหนดราคาของคอนโดมิเนียม เพื่อให้กลุ่มคนระดับปานกลางสามารถจ่ายได้ การออกแบบเน้นแนวคิดหน้าที่การใช้สอย ส่งผลให้การออกแบบห้องพักมีขนาดเล็กแต่สามารถใช้พื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพและเน้นความคุ้มค่าในการซื้อ ส่วนกรณีศึกษาโครงการระดับราคาสูง เน้นแนวคิดด้านสุนทรียภาพในการสร้างเอกลักษณ์ของโครงการ ส่งผลให้การออกแบบทางกายภาพอิงจากบริบทของพื้นที่เนื่องจากบริเวณที่ตั้งโครงการมีประวัติดั้งเดิม 2.) ลักษณะทางกายภาพจากกรณีศึกษาทั้ง 2 โครงการมีความแตกต่างกันคือ โครงการระดับราคาปานกลางเน้นพื้นที่ส่วนกลางน้อยกว่าพื้นที่ห้องพักโดยมีสัดส่วนที่ร้อยละ 36:64 พื้นที่ส่วนกลางจัดให้มีขนาดเล็กเนื่องจากส่งผลต่อรายจ่ายในอนาคตจึงมีพื้นที่ที่บริการในระดับมาตรฐาน พื้นที่ภายในห้องพักมีขนาดเล็ก การวางผังภายในห้องมีการรวมพื้นที่บางส่วนไว้รวมกันเพื่อประหยัดเนื้อที่ต่อตารางเมตร เน้นพื้นที่เก็บของภายในห้องพัก วัสดุภายในห้องเน้นการดูแลรักษาง่ายและมีราคาไม่สูง สร้างความคุ้มค่าด้วยการให้เฟอร์นิเจอร์ที่ครบครัน ส่วนโครงการระดับราคาสูงเน้นพื้นที่ส่วนกลางใกล้เคียงกับพื้นที่ห้องพักโดยมีสัดส่วนร้อยละ 49:51 พื้นที่ส่วนกลางมีขนาดใหญ่และมีการบริการเพิ่มเติมที่มากกว่ามาตรฐานให้ผู้อยู่อาศัยเกิดความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ห้องพักมีพื้นที่ขนาดใหญ่ เน้นฝ้าภายในที่สูงโปร่ง การวางผังภายในห้องเป็นสัดส่วนเพื่อแยกการใช้งานที่ชัดเจน วัสดุภายในห้องอยู่ในระดับที่ดีกว่ามาตรฐานโดยใช้วัสดุที่มียี่ห้อและราคาสูง มีการให้เฟอร์นิเจอร์และชุดครัวที่มีความครบครัน 3.) ผู้อยู่อาศัยทั้ง 2 โครงการมีความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพด้านสถาปัตยกรรมมากที่สุด รองลงมาคือด้านสถาปัตยกรรมภายในและด้านภูมิสถาปัตยกรรมตามลำดับ ทั้งนี้ทั้ง 2 โครงการมีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันด้านพื้นฐานแนวคิดการออกแบบที่เน้นประสิทธิภาพในการใช้งานและสุนทรียภาพ แต่มีลักษณะเด่นที่แตกต่างกัน โดยกรณีศึกษาโครงการระดับราคาสูงผู้อยู่อาศัยมีความพึงพอใจในระดับที่สูงกว่ากรณีศึกษาโครงการระดับราคาปานกลาง ในรายละเอียดโครงการระดับราคาปานกลางผู้อยู่อาศัยมีความพึงพอใจด้านรูปแบบอาคารมีความเหมาะสมกับการใช้งาน วัสดุและเฟอร์นิเจอร์ส่วนกลางมีคุณภาพที่ดี การจัดวางผังและการตกแต่งภายในห้องมีความเหมาะสมกับการใช้งาน และกรณีศึกษาโครงการระดับราคาสูงผู้อยู่อาศัยมีความพึงพอใจด้านพื้นที่ส่วนกลางมีความเหมาะสมกับการใช้งาน ความสูงฝ้าที่โปร่งเหมาะสมต่อการอยู่อาศัย สระว่ายน้ำที่เหมาะสมต่อการใช้งานและการจัดวางผังสวนมีประสิทธิภาพการใช้งานที่ดี

การศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการเพื่อใช้ข้อมูลประกอบการพัฒนาโครงการและผู้ออกแบบโครงการสามารถนำแนวคิดไปใช้ในการสื่อสารกับผู้ประกอบการ เพื่อบรรลุเป้าหมายในการออกแบบที่มีประสิทธิภาพ ตอบโจทย์ทางด้านการลงทุนและการอยู่อาศัย รวมถึงเป็นประโยชน์เชิงวิชาการในการเข้าใจกลไกการออกแบบทางกายภาพในการพัฒนาโครงการประเภทธุรกิจคอนโดมิเนียม

ภาควิชา เคหการ

ลายมือชื่อนิติ
.....

สาขาวิชา การพัฒนาที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก
.....

ปีการศึกษา 2559

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาร่วม
.....

5873554525 : MAJOR HOUSING AND REAL ESTATE DEVELOPMENT

KEYWORDS: SATISFACTION / PHYSICAL DESIGN / CONDOMINIUM / MIDDLE PRICE / HIGH PRICE

KANIT APISITIPICH: SATISFACTION OF THE RESIDENTS IN PHYSICAL DESIGN OF MIDDLE PRICE AND HIGH PRICE CONDOMINIUMS CASE STUDIES: THE CHAPTER ONE CAMPUS LARDPRAO 1 AND THE RESERVE KASEMSAN 3. ADVISOR: ASST. PROF. BUSSARA POVATONG, Ph.D., CO-ADVISOR: ASST. PROF. VANNAPA PIMVIRIYAKUL, Ph.D., 163 pp.

Designing physical environments is one of the fundamental processes for developing a condominium so that the commercial or residential property will have appealing selling points and potential customers will be happy to live in them. This research aimed at exploring the design concepts and strategies employed to create physical designs and evaluating owners' satisfaction with the physical of condominiums. In so doing, 2 entrepreneurs, 5 project designers, and 166 residents of medium- and high-priced condominium projects conceived by Pruksa Real Estate Public Company Limited were interviewed about their condominium projects.

The results show that, firstly, the strategy for targeting markets, or Segmentation, Targeting and Positioning Marketing (STP Marketing) is a crucial factor in determining the design concepts of a condominium to accommodate the needs of potential customers. The medium-priced condominium project prices were set to be affordable to middle-class Thais. These designs focused primarily on functionality of the buildings, resulting in small yet efficient condominium units which would be considered worth purchasing. With regard to high-priced condominium projects, esthetics was highlighted to create greater uniqueness; thereby, the design of physical interior environments was adapted to the historical site location which contributed to the historical atmosphere of the condominium. Secondly, the interior environments of both types of condominium projects differed in that the medium-priced condominium projects contained fewer common areas than private room areas. The ratio of common to private areas was 36:64 in these projects. The room plan combined certain areas to save space and stressed storage areas. The materials used inside private rooms were selected for ease of maintenance and for low cost. The rooms were also fully furnished for convenience. In the high-priced condominium projects, the common areas were virtually equal in number to private areas, the ratio of common to private areas being 49:51. The common areas were large and included above-standard services, which were aimed to provide the residents with comfort. The private rooms were also large with high ceilings and were clearly divided into areas for different functions. The materials used inside private rooms were of higher quality, branded and costly. The private rooms are equipped with furniture and kitchen utensils. Thirdly, residents in both types of condominium expressed most satisfaction with the physical environments of the architectural design followed by physical interior environments and the landscaping, respectively. In both types of condominium project, residents were satisfied with the basic design concepts which emphasized efficiency of building use and esthetics. However, residents in the high-priced condominium project were more satisfied with such concepts than those in the medium-priced condominium project. Residents in the medium-priced condominium project were satisfied with the form of the buildings and the room plans which were appropriate for use with good-quality materials and furniture in the common areas. As for the high-priced condominium project, residents expressed satisfaction with common areas as well as the swimming pool, the ample ceiling height, and a garden layout for residents' use.

This study will be useful for entrepreneurs to apply the results to making decisions when developing projects and for architects to effectively design real estate catering to investors' needs and accommodation. It also provides insights into physical interior design strategies adopted for developing a condominium business

Department: Housing
Field of Study: Housing and Real Estate Development
Academic Year: 2016

Student's Signature

Advisor's Signature

Co-Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จสมบูรณ์จากความกรุณาของคณาจารย์ภาควิชาเคหการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้มอบความรู้ในด้านต่างๆที่เกี่ยวกับการพัฒนาที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์และคณะกรรมการวิทยานิพนธ์ที่ได้ชี้แนะแนวทางให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีความสมบูรณ์ในรายละเอียดมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุชรา โกวาทอง อาจารย์ที่ปรึกษาที่สละเวลาอันมีค่าตลอดการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ในการชี้แนะสิ่งอันเป็นประโยชน์ต่อลูกศิษย์คนนี้ความเต็มที่ใส่ใจอย่างสูงสุด

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อและคุณแม่ รวมถึงพี่สาวทั้ง 2 คน ที่ให้การสนับสนุนการศึกษา+ค่าปรึกษาในทุกชั้นทุกตอนของการใช้ชีวิตและการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ ผมขอบพระคุณที่ทำให้ผมได้มีแรงและกำลังใจครับ

ขอขอบพระคุณ ผศ.ดร. บุชรา โกวาทอง อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักที่ได้คอยขัดเกลาเพื่อให้งานตกตะกอนออกมาดังผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นซึ่งเราได้ใช้เวลาในการปรึกษาหารือกันเป็นเวลาที่ยาวนานเพื่อให้ได้หัวข้อวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ ซึ่งผมตั้งใจและตั้งใจที่ได้อาจารย์เป็นที่ปรึกษาครับ

ขอขอบพระคุณ ผศ.ดร. วรณภา พิมพิริยกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมที่คอยช่วยเหลือปรับงานให้มีความสอดคล้องและหนักแน่นยิ่งขึ้น และผมต้องขอบคุณอาจารย์ตั้งแต่ระดับปริญญาตรีจนถึงปริญญาโทครับ

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาเคหการทุกท่านให้ได้ให้ความรู้ในการศึกษาด้านการพัฒนาที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์เพื่อเป็นประโยชน์ต่อไปในอนาคตของผมครับ

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่ามาตรวจวิทยานิพนธ์เพื่อเสนอแนะความคิดเห็นและช่วยเกลางานให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้นครับ

ขอขอบพระคุณ คุณ อรุณช กิติโกสิน กรรมการผู้จัดการ Stylish Residence และผู้ออกแบบที่มีส่วนร่วมกับโครงการทุกท่านที่สละเวลาเพื่อให้นิสิตคนนี้ได้ทำการสัมภาษณ์เพื่อนำมาใช้ประกอบวิทยานิพนธ์ให้ลุล่วงไปด้วยดีครับและขอขอบพระคุณผู้พักอาศัยภายในโครงการทั้ง 2 โครงการที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเพื่อใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ครับ

ขอขอบพระคุณ คุณ จักรินทร์ อักษรทวีวัฒน์ (พี่จองแห่งBegray Bangkok) ที่เข้าใจและให้ออกาสลuggingคนนี้เสมอมาครับ และขอขอบพระคุณ คุณ สลันทิพย์ พิบูลนครินทร์ (พี่แก้วแห่งBegray Bangkok) ที่คอยให้ความช่วยเหลือมาโดยตลอดครับ

ขอขอบคุณ#ทีมอาจารย์หนึ่ง ที่ร่วมทุกข์ร่วมสุขด้วยกันมาตลอดทั้งเช้า สายและดึก และเห็นพัฒนาการของทุกคนมาเรื่อยๆเป็นเวลาที่ได้อยู่ร่วมกันครับ

ขอขอบคุณ พี่ๆ เคหการ C28 และ C28X ที่ได้ร่วมเรียนและทำงานมาด้วยกันครับ

ขอขอบคุณ Sound C28X และ IA STU 77 เพื่อร่วมชีวิตที่ผ่านร้อนผ่านหนาวมาด้วยกันตลอด 9 ปี ขอให้เราทั้ง 2 โชคดีมีชัยและประสบความสำเร็จในชีวิตเหมือนที่เราตั้งความหวังกันไว้นะ

ขอขอบคุณ รุ่งตะวัน เพื่อนแท้ในยามสุขและยามทุกข์ที่อยู่เคียงข้างและให้กำลังใจอยู่เสมอ ขอขอบคุณมากที่อยู่เคียงข้างมาตลอด

ขอขอบคุณ ปุณชน ที่คอยเตือนสติว่าเราควรทำอะไร ไม่ควรทำอะไร ต้องเพิ่มเติมอะไรในงานและคอยช่วยเหลืออยู่ห่างๆเสมอ

ขอขอบคุณทุกสิ่งทุกอย่างที่เข้ามาในชีวิตทั้งเรื่องการเรียน การทำงานและการใช้ชีวิต ทุกสิ่งทุกอย่างคือประสบการณ์+ความงดงามในการดำเนินชีวิตครับ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้เป็นเพียงอีกบทหนึ่งของชีวิตที่ได้ข้ามขีดจำกัดของตัวเองไปอีกขั้นที่ได้ทำเต็มที่ ณ เวลาอย่างจำกัดถ้ามีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับและขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วยครับ ขอขอบคุณครับ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญภาพ	1
สารบัญตาราง.....	4
บทที่ 1 บทนำ	7
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	7
1.2 คำถามในงานวิจัย	10
1.3 วัตถุประสงค์ในงานวิจัย.....	10
1.4 สมมติฐานงานวิจัย	10
1.5 นิยามศัพท์	10
1.6 ขอบเขตงานวิจัย	11
1.7 ข้อจำกัดในงานวิจัย.....	12
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	12
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
2.1 กระบวนการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์	13
2.1.1 ขั้นตอนการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์	13
2.1.2 องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	16
2.2 การออกแบบสถาปัตยกรรม	17
2.2.1 กระบวนการออกแบบสถาปัตยกรรม	17
2.2.2 เป้าหมายของการออกแบบทางสถาปัตยกรรม	19

2.2.3 แนวความคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรม	20
2.3 แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า	23
2.4 แนวคิดด้านการตลาด.....	25
2.4.1 การกำหนดการตลาดเป้าหมายของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ (Target Marketing in Real estate / STP Marketing).....	25
2.4.2 ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix).....	27
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	28
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	31
3.1 กรอบแนวความคิด.....	31
3.2 การเลือกกรณีศึกษา	32
3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	33
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	34
3.4 วิธีดำเนินงานวิจัย.....	35
3.5 เครื่องมือและตัวแปรในการวิจัย	36
3.6 การวิเคราะห์.....	38
3.7 การนำเสนอข้อมูล.....	38
บทที่ 4 แนวคิดและวิธีการออกแบบทางกายภาพโครงการ	40
4.1 แนวคิดการออกแบบกายภาพของโครงการคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางและระดับราคาสูง.....	40
4.2 วิธีการออกแบบทางกายภาพของโครงการคอนโดมิเนียมในระดับราคาปานกลางและระดับราคาสูง	45
4.3 ลักษณะกายภาพจากการออกแบบของคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางและระดับราคาสูง.....	48
บทที่ 5 ความพึงพอใจต่อการออกแบบทางกายภาพของผู้อยู่อาศัย	91

5.1 ข้อมูลสภาพทางสังคม เศรษฐกิจและลักษณะในการครอบครองของผู้อยู่อาศัย	91
5.1.1 สภาพทางสังคมของผู้อยู่อาศัย	91
5.1.2 สภาพทางเศรษฐกิจของผู้อยู่อาศัย	93
5.1.3 ลักษณะในการซื้อและการครอบครองของผู้อยู่อาศัย	96
5.2 ความพึงพอใจต่อโครงการ	98
5.2.1 ความพึงพอใจต่อลักษณะโครงการ	98
5.2.2 ความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพ	100
บทที่ 6 สรุปผลการศึกษา ข้อค้นพบ อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	110
6.1 สรุปผลการศึกษา	110
6.1.1 แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบทางกายภาพ	110
6.1.2 วิธีการออกแบบทางกายภาพ	111
6.1.3 ลักษณะกายภาพของโครงการ	112
6.1.4 ความพึงพอใจต่อการออกแบบทางกายภาพ	113
6.2 ข้อค้นพบในงานวิจัย	117
6.3 อภิปรายผล	118
6.4 ข้อเสนอแนะ	120
6.5 ข้อเสนอแนะต่องานวิจัยครั้งต่อไป	120
รายการอ้างอิง	121
ภาคผนวก	123
ภาคผนวก ก	124
ภาคผนวก ข	156
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	163

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1 แผนภูมิแสดงยอดรายได้รวมของ 10 บริษัทอสังหาริมทรัพย์ที่มีส่วนแบ่งทางการตลาด สูงสุด.....	8
ภาพที่ 2 แสดงโครงสร้างองค์กร บริษัท พกษา เรียลเอสเตท.....	9
ภาพที่ 3 ผังแสดงกระบวนการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์.....	13
ภาพที่ 4 กระบวนการออกแบบสถาปัตยกรรม.....	18
ภาพที่ 5 แสดงความหมายของแนวคิดในการออกแบบแบ่งออกเป็น 3 ช่วงซึ่งอยู่ในรูปแบบ	20
ภาพที่ 6 แผนผังกรอบแนวความคิดในงานวิจัย.....	31
ภาพที่ 7 แผนผังวิธีดำเนินงานวิจัย.....	35
ภาพที่ 8 รูปทัศนียภาพอาคาร The Chapter One ลาดพร้าว 1.....	48
ภาพที่ 9 แผนที่โครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1	49
ภาพที่ 10 หน้าปากซอยลาดพร้าว ซอย 1 มีร้านอาหารและร้านขายของชำ ตามรายทาง	49
ภาพที่ 11 ภายในซอยลาดพร้าว ซอย 1 มีร้านทำผม ร้านอาหาร ร้านผลไม้ ตามรายทาง	50
ภาพที่ 12 หน้าโครงการ	50
ภาพที่ 13 หน้าโครงการมองย้อนออกหน้าสู่ถนนลาดพร้าว มีร้านขายของชำอยู่ฝั่งตรงข้าม	50
ภาพที่ 14 แสดงผังพื้นที่ชั้นที่ 1 โครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1	51
ภาพที่ 15 แสดงผังพื้นที่ชั้นที่ 2 โครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1	52
ภาพที่ 16 แสดงผังพื้นที่ชั้นที่ 3-8 โครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1.....	53
ภาพที่ 17 แสดงห้องพักประเภท STUDIO ROOM ขนาด 23 - 24 ตารางเมตร	53
ภาพที่ 18 แสดงห้องพักประเภท 1 BEDROOM ขนาด 28.5 – 33.5 ตารางเมตร	54
ภาพที่ 19 แสดงรูปแบบอาคารเรือปรับอากาศ	55
ภาพที่ 20 แสดงรูปแบบห้องสมุด.....	56
ภาพที่ 21 แสดงรูปแบบห้องน้ำ+Locker room+Steam room	56
ภาพที่ 22 แสดงรูปแบบห้องฟิตเนส.....	57

ภาพที่ 23	แสดงรูปแบบพื้นที่สวน.....	58
ภาพที่ 24	พื้นที่ส่วนกลางภายนอกอาคาร.....	58
ภาพที่ 25	พื้นที่ส่วนกลางภายในอาคาร.....	59
ภาพที่ 26	แสดงรูปแบบภายในห้องพัก.....	60
ภาพที่ 27	รูปทัศนียภาพอาคาร The Reserve เกชมสันต์ 3.....	61
ภาพที่ 28	แผนที่โครงการ The Reserve เกชมสันต์ 3.....	62
ภาพที่ 29	หน้าปากซอยเกษมสันต์ ซอย 3 ติดโรงแรมสยามแอทสยามและธนาคารกรุงไทย จากหน้าปากซอยสามารถเดินทางไปยังรถไฟฟ้าประมาณ 150 เมตร.....	62
ภาพที่ 30	ภายในซอยเกษมสันต์ ซอย 3 สองข้างทางเป็นโรงแรมขนาดเล็กและคอนโดมิเนียมแนวราบ.....	63
ภาพที่ 31	ทางเข้ารอง (ทางคนเดิน) ของโครงการ The Reserve ติดอยู่กับร้านอาหาร.....	63
ภาพที่ 32	ทางเข้าหลักของโครงการ The Reserve ถนนกว้าง 8 เมตร ด้านขวามือของภาพคืออาคารบ้านหมอมณี สมัยรัชกาลที่ 5 กำลังทำการก่อสร้างเพื่อเปลี่ยนเป็นร้านอาหาร.....	63
ภาพที่ 33	แสดงผังพื้นที่ชั้นที่ 1 โครงการ The Reserve เกชมสันต์ 3.....	64
ภาพที่ 34	แสดงผังพื้นที่ชั้นที่ 1 โครงการ The Reserve เกชมสันต์ 3.....	65
ภาพที่ 35	แสดงผังพื้นที่ชั้นที่ 2 โครงการ The Reserve เกชมสันต์ 3.....	65
ภาพที่ 36	แสดงผังพื้นที่ชั้นที่ 3-7 โครงการ The Reserve เกชมสันต์ 3.....	66
ภาพที่ 37	แสดงห้องพักประเภท STUDIO ROOM ขนาด 27 - 28 ตารางเมตร.....	66
ภาพที่ 38	แสดงห้องพักประเภท 1 BEDROOM ขนาด 38.5 – 45 ตารางเมตร.....	67
ภาพที่ 39	แสดงห้องพักประเภท 2 BEDROOMS ขนาด 57 – 87 ตารางเมตร.....	68
ภาพที่ 40	แสดงรูปแบบอาคารเรือบรรรอง.....	69
ภาพที่ 41	แสดงรูปแบบห้องสมุด.....	70
ภาพที่ 42	แสดงรูปแบบห้องฟิตเนส.....	71
ภาพที่ 43	แสดงรูปแบบสระว่ายน้ำ.....	72
ภาพที่ 44	แสดงรูปแบบห้องน้ำ+Locker room+Steam room.....	72

ภาพที่ 45 แสดงรูปแบบพื้นที่สวน.....	73
ภาพที่ 46 แสดงพื้นที่ให้บริการ Wifi ส่วนกลาง	73
ภาพที่ 47 พื้นที่ส่วนกลางภายนอกอาคาร.....	74
ภาพที่ 48 พื้นที่ส่วนกลางภายในอาคาร.....	74
ภาพที่ 49 แสดงรูปแบบภายในห้องพัก.....	75



สารบัญตาราง

ตารางที่ 1	แบรนด์ภายใต้การทำงานของทีม Stylish Residence	32
ตารางที่ 2	แสดงผู้ที่เกี่ยวข้องกับในการพัฒนาโครงการและการออกแบบโครงการ	33
ตารางที่ 3	กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	34
ตารางที่ 4	แนวคิดในการพัฒนาภายใต้แบรนด์ย่อย The Chapter One (ระดับราคาปานกลาง)..	41
ตารางที่ 5	แนวคิดพื้นฐานในการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบทางกายภาพของ.....	42
ตารางที่ 6	แนวคิดในรายละเอียดการออกแบบทางกายภาพเฉพาะตัวของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว1 (ระดับราคาปานกลาง) และโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง).....	43
ตารางที่ 7	วิธีการออกแบบทางกายภาพของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1.....	46
ตารางที่ 8	เปรียบเทียบข้อมูลพื้นฐานของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1.....	76
ตารางที่ 9	เปรียบเทียบที่ตั้งและพื้นที่โดยรอบของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1.....	77
ตารางที่ 10	เปรียบเทียบระดับราคาของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 (ระดับราคาปานกลาง).....	78
ตารางที่ 11	เปรียบเทียบรายละเอียดโครงการของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 (ระดับราคาปานกลาง) และโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง)	78
ตารางที่ 12	เปรียบเทียบลักษณะเด่นทางกายภาพจากการสัมภาษณ์และการสำรวจของโครงการคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางและระดับราคาสูง	80
ตารางที่ 13	อัตราส่วนประเภทห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1และโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3	83
ตารางที่ 14	เปรียบเทียบขนาดพื้นที่ห้องที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรกในโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 และโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3.....	84
ตารางที่ 15	สัดส่วนพื้นที่ในห้องพักโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1	85
ตารางที่ 16	สรุปแนวคิด วิธีการและลักษณะทางกายภาพที่โดดเด่นของโครงการ.....	87
ตารางที่ 17	สรุปแนวคิด วิธีการและลักษณะทางกายภาพที่โดดเด่นของโครงการ.....	88

ตารางที่ 18	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสภาพทางสังคม	91
ตารางที่ 19	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสภาพทางเศรษฐกิจ	93
ตารางที่ 20	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพและรายได้ตนเองต่อเดือน แจกแจงแบบตารางไขว้	94
ตารางที่ 21	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพและรายได้ตนเองต่อเดือน แจกแจงแบบตารางไขว้	95
ตารางที่ 22	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะในการซื้อและการ ครอบครอง.....	96
ตารางที่ 23	สรุปลักษณะเด่นทางสภาพทางสังคม เศรษฐกิจ และลักษณะในการครอบครอง	97
ตารางที่ 24	เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อลักษณะโครงการของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 และ The Reserve เกษมสันต์ 3.....	98
ตารางที่ 25	เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อลักษณะโครงการเฉพาะปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงกว่า ค่าเฉลี่ยรวมของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 และ The Reserve เกษมสันต์ 3.....	99
ตารางที่ 26	เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบทาง กายภาพของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 และ โครงการ The Reserve เกษม สันต์ 3.....	100
ตารางที่ 27	เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพด้านสถาปัตยกรรมของ โครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 และ โครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3.....	101
ตารางที่ 28	เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพด้านสถาปัตยกรรมเฉพาะ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าค่าเฉลี่ยรวมของโครงการ The Chapter One และ โครงการ The Reserve	102
ตารางที่ 29	เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพด้านสถาปัตยกรรมภายใน ของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 และ โครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3.....	103
ตารางที่ 30	เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพด้านสถาปัตยกรรมภายใน เฉพาะปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าค่าเฉลี่ยรวมของโครงการ The Chapter One และ โครงการ The Reserve	104
ตารางที่ 31	เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพด้านภูมิสถาปัตยกรรมของ โครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 และ โครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3.....	106

ตารางที่ 32	เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพด้านภูมิสถาปัตยกรรม เฉพาะปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าค่าเฉลี่ยรวมของโครงการ The Chapter One และ โครงการ The Reserve	107
ตารางที่ 33	เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อลักษณะโครงการ	113
ตารางที่ 34	เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการออกแบบทางกายภาพทางด้านสถาปัตยกรรม	114
ตารางที่ 35	เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการออกแบบทางกายภาพทางด้านสถาปัตยกรรม ภายใน.....	115
ตารางที่ 36	เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการออกแบบทางกายภาพทางด้านภูมิสถาปัตยกรรม ..	116



บทที่ 1

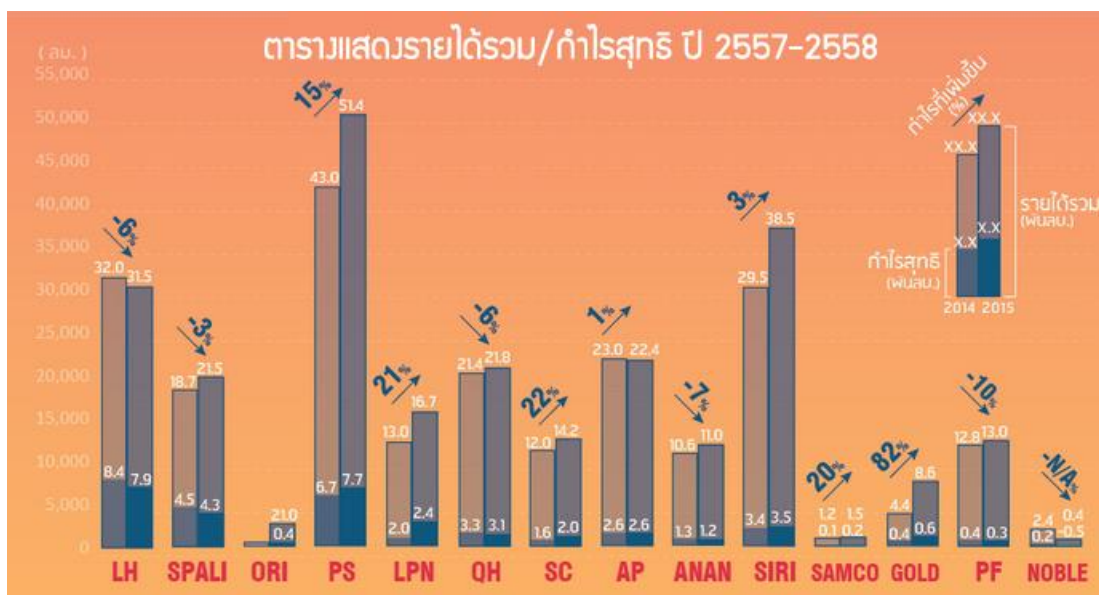
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในสภาวะการณ์ปัจจุบันตลาดคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก โดย Nexus Research (2016) ได้ระบุอัตราการเติบโตของอุปทาน(Supply)ของคอนโดมิเนียมในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 22 ต่อปี โดยทำเลหลักที่มีขยายตัวของคอนโดมิเนียมคือ บริเวณใจกลางเมืองตามแนวระบบรถไฟฟ้า BTS และ MRT ที่มีความสอดคล้องกับนโยบายในการแก้ปัญหาการจราจรของภาครัฐที่พัฒนาระบบขนส่งสาธารณะซึ่งมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้อยู่อาศัยได้เปลี่ยนแปลงรูปแบบการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลมาเป็นการเดินทางด้วยระบบรถไฟฟ้า เนื่องจากมีความสะดวกสบายและรวดเร็วมากกว่าการเดินทางบนท้องถนนและทำให้เกิดที่อยู่อาศัยในบริเวณแนวรถไฟฟ้าเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยอุปทาน(Supply)ของคอนโดมิเนียมที่คงเหลืออยู่ในตลาดอยู่เป็นจำนวนมาก รวมถึงอุปสงค์(Demand) ของกลุ่มลูกค้าที่ยังมีความต้องการซื้อ ทำให้เกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรงในตลาดคอนโดมิเนียม ผู้ประกอบการต้องตื่นตัวในการหาวิธีการในการสร้างความแตกต่างให้กับคอนโดมิเนียมของตนเอง ในด้านทำเล ราคา การออกแบบ ฯลฯ เพื่อกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่มีความหลากหลายในปัจจุบัน

การออกแบบทางกายภาพของโครงการเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยกระตุ้นยอดขายให้กับโครงการจากการออกแบบที่แตกต่างและสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ ก่อให้เกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า และนำไปสู่ผลสำเร็จในการขายของผู้ประกอบการ ด้วยการถ่ายทอดรูปแบบความคิดออกมาเป็นการออกแบบอาคาร เพื่อให้ลูกค้าสามารถมองเห็น รับรู้และสัมผัสได้จากการใช้งานอาคาร เพื่อนำมาสร้างเป็นจุดขายและช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่โครงการ เช่น การเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ส่วนกลางหรือการให้บริการเสริมต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกต่อการอยู่อาศัยและสร้างจุดเด่นที่มีมูลค่าเพิ่มที่แตกต่างให้แก่โครงการ

บริษัทพุกษา เรียลเอสเตทถือเป็นกรณีศึกษาที่น่าสนใจ เนื่องจากบริษัทดังกล่าวมี “คุณค่า” ที่ติดอยู่ในใจผู้บริโภคมายาวนานถึง 23 ปี ซึ่งได้สะท้อนสู่ความสำเร็จจากข้อมูลผลประกอบการในปี 2558 (บริษัท พุกษา เรียลเอสเตท, 2559a) ที่สามารถสร้างรายได้รวมสูงสุด 51,438 ล้านบาท นับเป็นสถิติรายได้รวมที่สูงสุดเป็นประวัติการณ์ในรอบ 22 ปีของบริษัทฯและถือเป็นสถิติที่สูงที่สุดในวงการอสังหาริมทรัพย์ไทย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จของบริษัทพุกษาในการตอบสนองความต้องการซื้อของลูกค้าผ่านการสร้างคุณค่าในลักษณะต่าง ๆ



ภาพที่ 1 แผนภูมิแสดงยอดรายได้รวมของ 10 บริษัทอสังหาริมทรัพย์ที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุด
(ที่มา : www.realist.co.th)

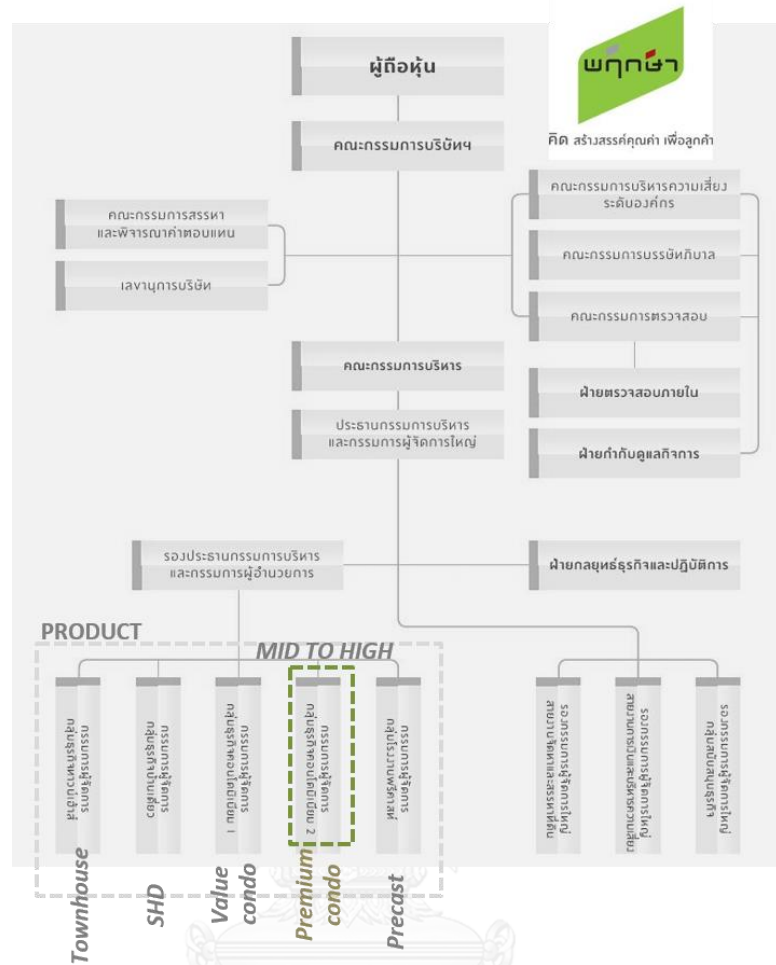
จากวิสัยทัศน์บริษัทพุกา (บริษัท พุกา เรียลเอสเตท, 2559b) "พุกามุ่งมั่นที่จะเป็นแบรนด์อันดับหนึ่งในใจลูกค้า ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัย และก้าวขึ้นเป็น 1 ใน 10 แบรินด์ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ของทวีปเอเชีย ด้วยการสรรคสร้างที่อยู่อาศัยที่มีคุณค่า เพื่อทุกคนครอบครัวได้สัมผัสความสุข ความอบอุ่นและชีวิตที่ดีขึ้นในทุกๆวัน" และ พันธกิจบริษัทพุกา "เรามุ่งมั่นช่วยเหลือลูกค้าทุกรายเต็มเต็มทุกความฝันได้เป็นเจ้าของบ้านที่มีคุณค่า เพื่อชีวิตเปี่ยมสุขทุกครอบครัว" แสดงให้เห็นว่าบริษัทเน้นการสร้างสรรค์ที่อยู่อาศัยที่มีคุณค่าให้แก่ลูกค้า รวมถึงการประชุมคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2559 นายทองมา วิจิตรพงศ์พันธุ์ ประธานกรรมการบริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท พุกา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) ได้เปิดเผยถึง แผนกลยุทธ์ 5 ปีข้างหน้าของบริษัทฯ

(บริษัท พุกา เรียลเอสเตท, 2559c) ได้แก่

1.คงความเป็นผู้นำในตลาดอสังหาริมทรัพย์เพื่ออยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้ระดับต่ำ ถึง ปานกลาง (Value Segment)

2.เพิ่มส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทในตลาดที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูง (Premium Segment) เพราะยังมีสัดส่วนจากตลาดในกลุ่มนี้น้อยมากเมื่อเทียบกับรายได้สุทธิ

จากข้อมูลข้างต้นจึงทำให้ทราบถึงบริษัทพุกานั้นมีการมุ่งเน้นตลาดที่อยู่อาศัย ระดับผู้มีรายได้ต่ำ ถึง รายได้ปานกลางและยังมีการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดในระดับผู้มีรายได้สูง ในการสร้างฐานกลุ่มลูกค้าที่กว้างขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ครบทุกระดับทุกกลุ่มเป้าหมาย



ภาพที่ 2 แสดงโครงสร้างองค์กร บริษัท พุกษา เรียลเอสเตท (ที่มา : www.pruksa.com)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้วิจัยจึงศึกษาโครงสร้างผลิตภัณฑ์ภายใต้บริษัท พุกษา เรียลเอสเตทและพบว่าผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 5 ประเภทได้แก่ 1.ทาวน์เฮ้าส์ 2.บ้านเดี่ยว 3.คอนโดมิเนียมระดับราคาต่ำ-ปานกลาง 4. คอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลาง-สูง 5.ระบบการก่อสร้างPrecast ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษากรณีศึกษาจากโครงการคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางซึ่งเป็นตลาดหลักและระดับราคาสูงซึ่งเป็นตลาดรอง ภายใต้การทำงานของทีม Stylish Residence ซึ่งพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมระดับปานกลางและระดับสูงเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาแนวคิดและวิธีการในการออกแบบทางกายภาพ และวิเคราะห์ลักษณะกายภาพของโครงการ รวมถึงการวัดความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยที่มีต่อการออกแบบทางกายภาพของโครงการ และจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างมูลค่าเพิ่มในโครงการคอนโดมิเนียม เช่น รูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มในอาคารชุดพักอาศัยระดับกลางจนถึงระดับบนในเขตพัฒนา-คลองเตย กรุงเทพมหานครของ ทศธรรม สิงคาลวณิช (2553) เน้นการศึกษาเฉพาะรูปแบบทางกายภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มของโครงการ แต่ยังไม่มีการศึกษาแนวความคิดและวิธีการในการออกแบบทางกายภาพของโครงการซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาโครงการ เพื่อตอบสนองคุณค่าที่ลูกค้าควรจะได้รับจากผู้ประกอบการ

การศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการเพื่อใช้ข้อมูลประกอบการพัฒนาโครงการ และผู้ออกแบบโครงการสามารถนำแนวความคิดไปใช้ในการสื่อสารกับผู้ประกอบการ เพื่อบรรลุเป้าหมายในการออกแบบที่มีประสิทธิภาพ ตอบโจทย์ทางด้านการลงทุนและการอยู่อาศัย รวมถึงเป็นประโยชน์เชิงวิชาการในการเข้าใจกลไกการสร้างมูลค่าเพิ่มในการพัฒนาโครงการประเภทธุรกิจคอนโดมิเนียม

1.2 คำถามในงานวิจัย

1. บมจ.พฤษามีแนวคิดและวิธีการออกแบบทางกายภาพ ของโครงการคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลาง และระดับราคาสูงอย่างไร
2. วิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบทางกายภาพของโครงการคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางและระดับราคาสูงของบมจ.พฤษามีความแตกต่างกันอย่างไร
3. ผู้อยู่อาศัยมีความพึงพอใจต่อการออกแบบทางกายภาพของโครงการคอนโดมิเนียมของบมจ.พฤษาหรือไม่อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ในงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวคิดและวิธีการออกแบบทางกายภาพของคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางและระดับราคาสูงของบมจ.พฤษา
2. เพื่อวิเคราะห์ลักษณะกายภาพที่เกิดจากการออกแบบของคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางและระดับราคาสูงของบมจ.พฤษา
3. เพื่อวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยที่มีต่อการออกแบบทางกายภาพของโครงการคอนโดมิเนียมในระดับราคาปานกลางและระดับราคาสูงของบมจ.พฤษา

1.4 สมมติฐานงานวิจัย

คอนโดมิเนียมของบมจ.พฤษาที่มีระดับราคาปานกลางและระดับราคาสูงจะมีแนวคิดและวิธีการออกแบบทางกายภาพที่แตกต่างกัน

1.5 นิยามศัพท์

การออกแบบทางกายภาพ หมายถึง การถ่ายทอดรูปแบบจากความคิดออกมาเป็นผลงานที่ผู้อื่นสามารถมองเห็นได้ด้วยตาเปล่า รับรู้ หรือสัมผัสได้จากการใช้งานจริง

การออกแบบสถาปัตยกรรม หมายถึง การออกแบบสร้างสรรค์หน้าที่การใช้สอยและสุนทรียภาพของพื้นที่ใช้สอยอาคารจากการรับรู้ด้านพฤติกรรมมนุษย์ที่มีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม เศรษฐกิจและสังคม ผนวกกับความรู้ด้านวิศวกรรมและการก่อสร้าง

การออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน หมายถึง การออกแบบสร้างสรรค์หน้าที่การใช้สอยและสุนทรียภาพของพื้นที่ใช้สอยภายในอาคารจากการรับรู้ด้านพฤติกรรมมนุษย์ที่มีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม เศรษฐกิจและสังคม ผนวกกับความรู้ด้านวิศวกรรมและการก่อสร้าง

การออกแบบภูมิสถาปัตยกรรม หมายถึง การออกแบบหน้าที่การใช้สอยและสุนทรียภาพของสภาพแวดล้อมทางภูมิทัศน์จากการรับรู้ด้านพฤติกรรมมนุษย์ที่มีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม เศรษฐกิจและสังคม ผนวกกับความรู้ด้านวิศวกรรมและการก่อสร้าง

คอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลาง หมายถึง คอนโดมิเนียมที่มีระดับราคาเฉลี่ย 70,000 - 120,000 บาทต่อตารางเมตร ซึ่งอยู่ในระดับ Main class และ Upper Class โดยอ้างอิงจากการจัดระดับราคาคอนโดมิเนียมของ Thinkofliving (2555)

คอนโดมิเนียมระดับราคาสูง หมายถึง คอนโดมิเนียมที่มีระดับราคาเฉลี่ย 120,000 - 200,000 บาทต่อตารางเมตร ซึ่งอยู่ในระดับ Main class และ Upper Class โดยอ้างอิงจากการจัดระดับราคาคอนโดมิเนียมของ Thinkofliving (2555)

ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจการหน้าที่การใช้สอยหรือสุนทรียภาพที่เกิดจากการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมการประเมินความพึงพอใจหลังการเข้าอยู่อาศัยซึ่งเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ

1.6 ขอบเขตงานวิจัย

1.6.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาแนวคิดและวิธีการในการออกแบบทางกายภาพและลักษณะทางกายภาพของโครงการคอนโดมิเนียมจากการออกแบบในเชิงสถาปัตยกรรม ได้แก่ ด้านสถาปัตยกรรม ด้านสถาปัตยกรรมภายในและด้านภูมิสถาปัตยกรรม จึงไม่สามารถวิเคราะห์ข้อมูลถึงเรื่องวิศวกรรมหรือปัจจัยอื่นๆที่ส่งผลต่อการออกแบบโครงการและลักษณะทางกายภาพของโครงการ

1.6.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยทำการวิจัยได้เลือกศึกษาโครงการภายใต้ทีม Stylish Residenceของบริษัท พุกษา เรียล เอสเตท จำกัด (มหาชน) โดยสำรวจเลือกจากโครงการที่การสร้างเสร็จในปี พ.ศ.2558 ที่มีการเข้าไปอยู่อาศัยจริงเป็นเวลาอย่างน้อย 1 ปีและเป็นโครงการคอนโดมิเนียมแนบราบ (Low rise) ที่อยู่ใกล้ระบบรถไฟฟ้าและรถไฟฟ้าใต้ดิน โดยโครงการที่มีระดับราคาปานกลาง คือ โครงการ The Chapter One Campus ลาดพร้าว 1 และโครงการที่มีระดับราคาสูง คือ โครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 เป็นกรณีศึกษา

1.6.3 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้ประกอบไปด้วยกลุ่มประชากร 2 กลุ่ม

1. เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารกลุ่ม Stylish Residence ของบริษัท พุกษาเรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) และผู้มีส่วนร่วมพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมรวมทั้งหมด 7 ท่าน ตั้งแต่เดือน มกราคม - กุมภาพันธ์ 2560

2. เก็บข้อมูลโดยการทำแบบสอบถามประชากรผู้ที่อยู่อาศัยจริงภายในโครงการจำนวน 2 โครงการโดยใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย เพื่อใช้ในการทำแบบสอบถามเพื่อวัดระดับความพึงพอใจต่อพื้นที่ของโครงการโดยทำการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ - มิถุนายน 2560

1.7 ข้อจำกัดในงานวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาแนวคิด วิธีการและลักษณะทางกายภาพของกรณีศึกษาจากโครงการภายใต้ทีม Stylish Residence ของบริษัท พุกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) ที่มีระดับราคาปานกลางและระดับราคาสูง จึงเป็นข้อจำกัดในงานวิจัยในการเข้าถึงข้อมูลภายใต้กรณีศึกษาของบริษัทหนึ่งเท่านั้น และไม่สามารถนำกรณีศึกษานี้มาเป็นตัวแทนของแนวคิด วิธีการและลักษณะทางกายภาพของคอนโดมิเนียมที่มีระดับราคาปานกลางและราคาสูงเนื่องจากเป็นเพียงวิธีการทำงานภายใต้ข้อจำกัดโครงการของบริษัทหนึ่งเพียงเท่านั้น

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงแนวคิดและวิธีการ รวมถึงความแตกต่างในการออกแบบทางกายภาพของโครงการคอนโดมิเนียมในระดับราคาปานกลางและระดับราคาสูง

2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ ในการนำข้อมูลไปประกอบการออกแบบทางกายภาพ ในโครงการประเภทคอนโดมิเนียม และผู้ออกแบบโครงการสามารถนำแนวความคิดไปใช้ในการสื่อสารกับผู้ประกอบการ เพื่อบรรลุเป้าหมายในการออกแบบที่มีประสิทธิภาพ ตอบโจทย์ทางด้านการลงทุนและการอยู่อาศัย

3. เพื่อเป็นประโยชน์เชิงวิชาการ ในการเข้าใจกลไกการออกแบบทางกายภาพในโครงการคอนโดมิเนียม

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

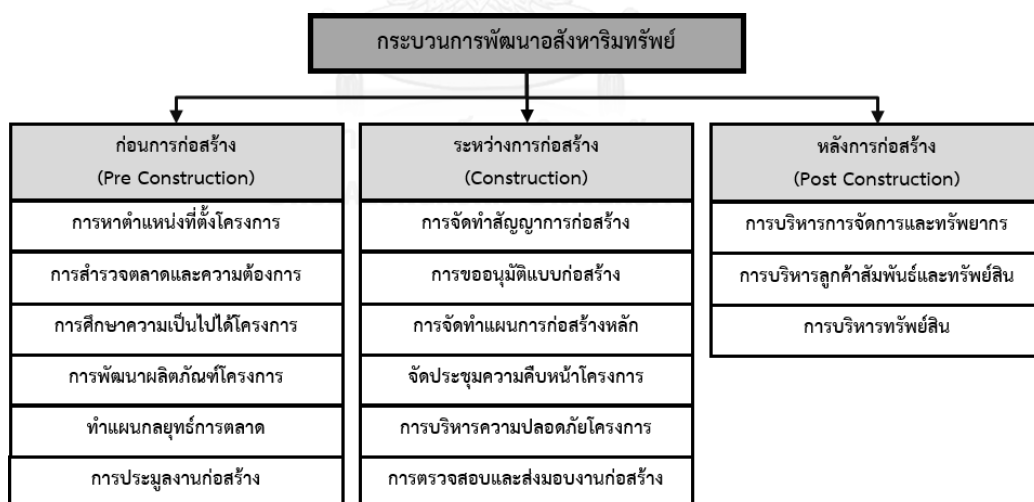
การศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อการออกแบบทางกายภาพโครงการคอนโดมิเนียมได้มีการค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 2.1 กระบวนการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ 2.2 การออกแบบทางสถาปัตยกรรม 2.3 แนวคิดเรื่องความพึงพอใจ 2.4 แนวคิดด้านการตลาด 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 กระบวนการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

อรุณ ศิริงานุสรณ์ (2555) ได้ให้ความหมาย กระบวนการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ คือกระบวนการในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่ผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนดขอบเขต และหน้าที่ในการทำงานแต่ละส่วนขององค์กรด้านอสังหาริมทรัพย์ เพื่อแยกหน้าที่และขั้นตอนอย่างชัดเจน เพราะการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์มีกระบวนการที่ซับซ้อนและเกี่ยวข้องกับการทำงานในหลากหลายส่วน

2.1.1 ขั้นตอนการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

คือ ขั้นตอนในการกำหนดการพัฒนาโครงการ เพื่อระบุหน้าที่ในการทำงานในแต่ละส่วนแบ่งออกเป็น 3 ช่วงดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3 ผังแสดงกระบวนการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (ที่มา:อรุณ ศิริงานุสรณ์)

2.1.1.1 ช่วงก่อนการก่อสร้าง (Pre-construction Phase)

ผู้ประกอบการต้องจัดเตรียมองค์ประกอบต่างๆ เพื่อทำการศึกษาดูถึงความพร้อมในการพัฒนาโครงการขึ้นมาใหม่โดยมีขอบเขตในการทำงานดังต่อไปนี้

1.) **การได้มาซึ่งที่ดินและที่ตั้งโครงการ** คือ การคัดเลือกทำเลที่ตั้ง สํารวจที่ดิน เพื่อหาความเหมาะสมในการพัฒนาโครงการ ตรวจสอบข้อมูลภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับทำเลที่ตั้งในด้านข้อจำกัด เช่น การใช้ประโยชน์ที่ดิน การควบคุมอาคาร ข้อจำกัดของพื้นที่ ข้อกำหนดสิ่งแวดล้อม และข้อกำหนดท้องถิ่น และวิเคราะห์ลักษณะเชิงกายภาพภายในของทำเลที่ตั้ง สภาพภูมิประเทศภายในพื้นที่ตรวจสอบสภาพพื้นที่โดยรอบทำเลที่ตั้ง ระบุร่นตามกฎหมาย ความกว้างของถนนสาธารณะ โครงข่ายระบบจราจร และเอกสารสิทธิ์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นหลักฐานของการมีกรรมสิทธิ์ของเจ้าของ

2.) **การสำรวจตลาดและความต้องการ (Land Acquisitions)** คือ การสำรวจฐานข้อมูลความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโครงการ เพื่อวางกรอบแนวทางในการสร้างที่เหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง เพื่อลดความเสี่ยงในการพัฒนาโครงการ

3.) **การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Study)** คือ การคาดการณ์วิเคราะห์ ประเมินการในความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการที่มีความคุ้มค่าในการลงทุน

4.) **การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของโครงการ (Design Development)** คือ แนวทางการสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองรอบด้านเพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับกลุ่มเป้าหมายซึ่งแต่ละโครงการมีความแตกต่างกันในรายละเอียด โดยเป็นการต่อยอดข้อมูลที่ได้จากการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการมาพัฒนาโครงการในเชิงการออกแบบเชิงความคิด (Concept Design) โดยบูรณาการข้อมูลต่างๆ เพื่อประยุกต์ใช้ในการออกแบบโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ (Design Team) ดังนี้

4.1) **สถาปนิก (Architect)** มีหน้าที่ออกแบบดูแลและสร้างสรรค์รูปแบบของโครงการในภาพรวมและรายละเอียดของพื้นที่ใช้สอยในส่วนต่างๆของอาคารภายในโครงการ ทั้งในเชิงข้อกำหนดอาคารและสุนทรียภาพ และเกี่ยวเนื่องกับการกำหนดรูปแบบแนวความคิดบนพื้นฐานข้อมูลที่ได้จากการทำการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการผ่านกระบวนการออกแบบ 3 ขั้นตอน 1.ขั้นออกแบบทางเลือก (Schematic Design) 2.ขั้นพัฒนาการออกแบบ (Design Develop) 3.ขั้นจัดทำแบบก่อสร้าง (Design for Construction) และเอกสารประกอบแบบก่อสร้าง

4.2) **สถาปนิกภายใน (Interior Architect)** มีหน้าที่ออกแบบดูแลสุนทรียภาพของพื้นที่ใช้สอยภายในอาคาร โดยคำนึงถึง ที่ว่าง(Space) การสัญจรภายในอาคาร (Circulation) ความปลอดภัย สภาวะความน่าสบาย รวมทั้งการสนับสนุนให้เกิดมูลค่าเพิ่มให้กับภาพรวมของโครงการผ่านการออกแบบและการก่อสร้างการตกแต่งภายในที่มีการวางรูปแบบทางความคิดสอดคล้องกับงานสถาปัตยกรรม

4.3) **ภูมิสถาปนิก (Landscape Architect)** มีหน้าที่ออกแบบดูแลสุนทรียภาพของพื้นที่ใช้สอยภายนอกอาคารโดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อมที่มีการส่งเสริมและเกื้อกูลต่อ

ภาพลักษณ์โดยรวมของโครงการ รวมทั้งการกำหนดรูปแบบทางความคิดจะต้องสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องเป็นเรื่องราวเดียวกันกับงานสถาปัตยกรรมและการตกแต่งภายใน ผ่านการเลือกพรรณไม้และการตกแต่งภูมิทัศน์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของโครงการเป็นการสรุปข้อมูลภาพรวมทางด้านข้อกำหนด ข้อมูลการตลาด ความต้องการของลูกค้า ผังประโยชน์ใช้สอยพื้นที่โครงการ (Master Plan) ผังการใช้ประโยชน์ภายในอาคาร (Lay Out) รูปด้าน รูปตัดอาคาร การประมาณค่าก่อสร้างในเบื้องต้น และพัฒนาการออกแบบโครงการเชิงความคิดเป็นการเพิ่มรายละเอียดทางเลือกและแนวทางการเลือกในการสร้างผลิตภัณฑ์ (Design Develop) โดยจะมีการทำรายละเอียดที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น ในเรื่องการจัดพื้นที่ใช้สอย วัสดุที่ใช้ งบประมาณการก่อสร้าง ระบบอาคาร และส่วนต่างๆ เช่นการตกแต่งภายในและภูมิทัศน์ภายนอก จึงสรุปภาพรวมของการออกแบบที่เกี่ยวข้อง (Final design) ทั้งพื้นที่อาคารและพื้นที่ชาย พร้อมวัสดุที่เลือกใช้ งบประมาณราคาก่อสร้าง(ราคากลาง) เพื่อพัฒนาในการจัดทำแบบก่อสร้างเพื่อนำมาประกอบการพัฒนาโครงการ แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ 1.แบบของอนุญาตก่อสร้าง 2.แบบประมาณงาน 3.แบบก่อสร้างจริง

5.) การจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาดช่วงก่อนเริ่มโครงการ (Pre-marketing and Sale) คือการสำรวจความเป็นไปได้เชิงการตลาด ก่อนที่จะนำแบบที่ออกแบบไปประมูลและดำเนินการก่อสร้างจริงเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ประกอบการและสถาบันทางการเงินที่ให้สินเชื่อ

6.) การบริหารงานประมูลงานก่อสร้าง (Tender Management) คือ ขั้นตอนการสรรหาทีมงานเฉพาะด้าน เพื่อทำการบริหารจัดการโครงการให้ดำเนินไปตามแผนงาน

2.1.1.2 ช่วงระหว่างการก่อสร้าง (Construction Phase)

ช่วงการบริหารจัดการงานก่อสร้าง ได้แก่ การบริหารจัดการทรัพยากร กระบวนการบุคลากร งบประมาณ และระยะเวลาให้เป็นไปตามที่กำหนด เป็นส่วนที่มีปัจจัยเสี่ยงเกิดขึ้นหลากหลายด้าน และใช้เวลายาวนาน และมีความเกี่ยวข้องในหลายภาคส่วนประกอบไปด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้

1.) จัดทำสัญญาการก่อสร้าง คือ ขั้นตอนในการควบคุมงานให้เป็นไปตามที่ตกลงไว้กับเจ้าของโครงการกับผู้ดำเนินการก่อสร้าง

2.) การขออนุมัติแบบก่อสร้างและวัสดุของโครงการ คือ การตรวจสอบรายละเอียดก่อนการดำเนินการก่อสร้าง ให้ตรงตามแบบและสอดคล้องกับงานก่อสร้าง

3.) การจัดทำแผนการก่อสร้างหลัก คือ การตรวจสอบความก้าวหน้าและความล่าช้าในการก่อสร้างของผู้ดำเนินการก่อสร้าง เพื่อเป็นข้อมูลในการเบิกจ่ายงวดเงิน

4.) จัดการประชุมติดตามความคืบหน้าโครงการ คือ การจัดงานประชุมเพื่อติดตามงาน เช่นการประชุมประจำโครงการ การประชุมภาคสนาม การประชุมสถานะทางการเงิน การประชุมด้านความปลอดภัย

5.) การบริหารความปลอดภัยในงานก่อสร้าง คือ การตั้งมาตรฐานในการควบคุมและตรวจสอบความปลอดภัยในการก่อสร้าง

6.) การตรวจสอบและส่งมอบงานก่อสร้าง คือ การทำการตรวจสอบและอธิบายถึงวิธีการใช้เครื่องมือที่ติดตั้งภายในอาคาร จัดทำเอกสารคู่มือวิธีการใช้งาน พร้อมทำแบบก่อสร้างจริง (As Build Drawing) เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการเป็นแนวทางในการบริหารจัดการอาคารต่อไป

2.1.1.3 ช่วงหลังการก่อสร้าง (Post Construction Phase)

เป็นขั้นตอนเมื่อมีการก่อสร้างอาคารเสร็จ พร้อมส่งมอบอาคารให้กับเจ้าของโครงการเรียบร้อย หน้าที่ต่อไปคือการจัดการบริหารอาคารให้มีประสิทธิภาพที่ดี มีมูลค่าในการตอบสนองการลงทุนของโครงการ รวมถึงการสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมตามลักษณะอาคาร ซึ่งการทำงานแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

1.) การบริหารการจัดการและทรัพยากร (Building and Facility Management)

คือ รูปแบบ แนวทางการดูแลรักษาและซ่อมแซมให้อาคารคงสภาพและมีประสิทธิภาพที่อยู่เสมอ ประกอบไปด้วย การซ่อมบำรุงและดูแลรักษา การบริหารจัดการและบริการและการบริหารจัดการทรัพยากรและงบประมาณ

2.) การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และทรัพย์สิน (Customer Relationship Management)

คือ การดูแลลูกค้าหลังจากเข้าใช้บริการของอาคาร หรือการส่งมอบทรัพย์สินจากผู้ดำเนินงานก่อสร้างสู่ผู้ประกอบการและส่งมอบไปยังลูกค้า การดูแลหลังการขายมีส่วนสำคัญในการช่วยให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าและเกิดการซื้อซ้ำ สร้างความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัท

3.) การบริหารทรัพย์สิน (Property Management)

คือ การสร้างมูลค่าทางธุรกิจตามองค์ประกอบที่ได้วางไว้ตามการเพิ่มมูลค่าตามรูปแบบของอาคารและคุณลักษณะของอาคาร เพื่อให้อาคารมีความคุ้มค่าในเชิงการลงทุนอย่างสูงสุด

2.1.2 องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจสังหาริมทรัพย์

องค์ประกอบต่างๆต้องมีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจสังหาริมทรัพย์ ที่ต้องมีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการพัฒนาสังหาริมทรัพย์ในแต่ละช่วงระยะเวลา ซึ่งสามารถสรุปผังการบริหารจัดการองค์กรได้ออกเป็น 5 ส่วน

1.) ภาคการบริหารโดยเจ้าของกิจการ

ส่วนงานเสมือนผู้ริเริ่มโครงการ เป็นกลุ่มที่มีอำนาจการตัดสินใจมากที่สุดและเป็นกลุ่มทุนต้นต้นของการดำเนินธุรกิจ

2.) ภาคการบริหารจัดการโครงการ

ส่วนงานบริหารจัดการแทนเจ้าของโครงการ เพื่อรับผิดชอบดูแลในการบริหารจัดการโครงการ กำกับดูแล และเร่งรัด รวมถึงการบริหารจัดการโครงการให้อยู่ในระยะเวลา คุณภาพและงบประมาณที่กำหนดประกอบด้วย ผู้จัดการโครงการ วิศวกรโครงการ สถาปนิกโครงการ ผู้จัดการส่วนควบคุมต้นทุน

3.) ภาคสนับสนุนโครงการทั่วไป

ทำหน้าที่สนับสนุนการทำงานในภาพรวมของบริษัท ให้สามารถดำเนินการไปได้ตามหลักของการประกอบธุรกิจเชิงพาณิชย์ประกอบด้วย ฝ่ายบัญชีและการเงิน ฝ่ายกฎหมาย ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์และจัดซื้อจัดจ้าง ฝ่ายธุรการและสารสนเทศ ฝ่ายวางแผนกลยุทธ์และพัฒนาธุรกิจใหม่

4.) ภาคสนับสนุนโครงการจากภายนอก

ทำหน้าที่สนับสนุนเชิงทรัพยากรคือ เงินลงทุน ซึ่งประกอบไปด้วย ค่าที่ดิน (Land Cost) ค่าพัฒนาโครงการ(Soft Cost) ค่าก่อสร้าง (Development Cost) โดยแหล่งที่มาของการดำเนินโครงการแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ 1.เงินส่วนเจ้าของโครงการ 2.ส่วนของหนี้สิน โดยสัดส่วนแต่ละโครงการแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบและเงื่อนไขของสถาบันทางการเงิน (แหล่งเงินทุน) และผู้ประเมินทรัพย์สิน

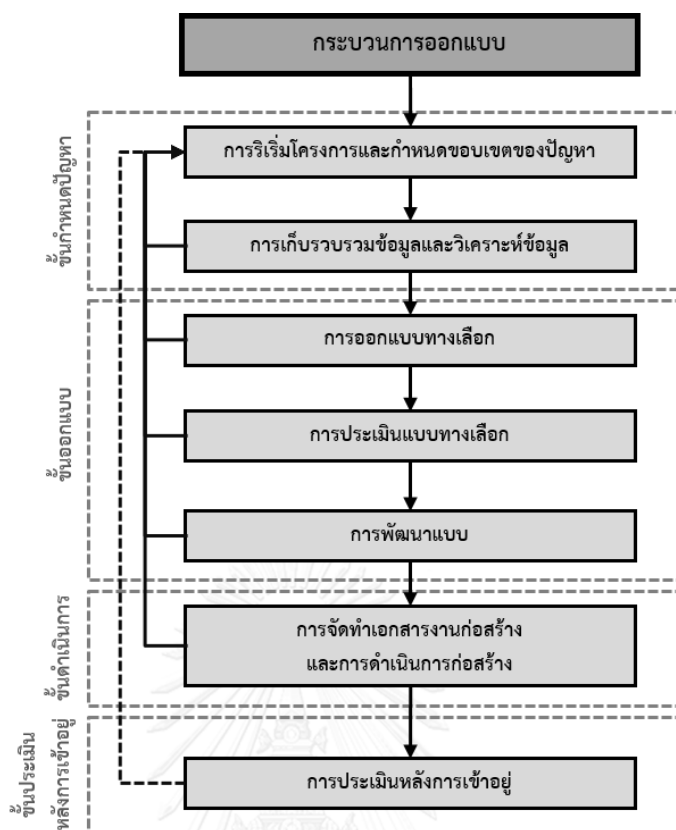
5.) ภาคการบริหารผ่านการจัดจ้างผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก

เป็นที่ปฏิบัติงานสนับสนุนในสิ่งที่เป็นวิชาชีพเฉพาะด้าน เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการ และเข้ามากำกับดูแลและเฉพาะด้าน ประกอบไปด้วย ที่ปรึกษาทางด้านการลงทุน ที่ปรึกษาทางด้านการจัดหาที่ดิน สถาปนิก สถาปนิกภายใน ภูมิสถาปนิก ผู้บริหารจัดการโครงการ ผู้บริหารงานก่อสร้าง ผู้ตรวจสอบและควบคุมปริมาณงาน ผู้ดำเนินงานก่อสร้าง ตัวแทนการขาย ผู้สำรวจและวิเคราะห์การตลาด ผู้บริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ ผู้บริหารงานนิติบุคคล

2.2 การออกแบบสถาปัตยกรรม

2.2.1 กระบวนการออกแบบสถาปัตยกรรม

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2540) ได้ให้ความหมายถึง กระบวนการออกแบบคือขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับงานออกแบบ ในการสร้างผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเป็นสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยการออกแบบคือการเปลี่ยนสภาพที่เป็นอยู่ให้กลายเป็นสภาพที่ควรจะเป็น หรือต้องการให้เป็นได้อย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการออกแบบจะเกี่ยวข้องกับลำดับขั้นตอนของกิจกรรม ตั้งแต่ริเริ่มโครงการจนเสร็จสิ้นโครงการ รวมถึงการประเมินหลังจากการใช้งานแล้ว เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีระบบ ประกอบด้วย 7 ขั้นตอนดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4 กระบวนการออกแบบสถาปัตยกรรม (ที่มา : วิมลสิทธิ์ หรยางกูร)

- 1.) **ขั้นริเริ่มโครงการและกำหนดขอบเขตของปัญหา** คือการเริ่มต้นกำหนดขอบเขตของปัญหา ผู้จัดทำรายละเอียดโครงการหรือสถาปนิกมีบทบาทสำคัญในการกำหนดปัญหา รวมถึงการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ เพื่อเสริมสร้างแนวความคิดให้กับเจ้าของโครงการเพื่อให้มีขอบเขตของเป้าหมายโครงการและวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน
- 2.) **ขั้นเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล** คือ การกำหนดวัตถุประสงค์ของรายละเอียดโครงการเพื่อการออกแบบ จะต้องเก็บรวบรวมรายละเอียดโครงการ ด้านนโยบาย กลยุทธ์ สภาพแวดล้อมของทำเลที่ตั้ง กิจกรรมที่จะเกิดขึ้นภายในอาคาร รายละเอียดด้านอาคารและทรัพยากร งบประมาณในด้านต่างๆ รวมถึงรายละเอียดทางด้านสภาพแวดล้อม พฤติกรรมมนุษย์ และเอกสารต่างๆ
- 3.) **ขั้นออกแบบทางเลือก** คือ การออกแบบโครงร่างหลายรูปแบบ เพื่อเลือกแบบโครงร่างที่เหมาะสมที่สุดจึงจะมั่นใจได้ว่าเป็นการออกแบบที่แก้ปัญหาได้เหมาะสมที่สุด เนื่องจากงานสถาปัตยกรรมเป็นงานที่ซับซ้อน ผลงานการออกแบบเป็นการแสดงอย่างคร่าวๆเกี่ยวกับขนาดและตำแหน่งขององค์ประกอบในผัง ขนาดและการจัดพื้นที่ที่กำกับด้วยเส้นทางสัญจร รวมทั้งวัสดุและราคาโดยประมาณ ถือเป็นแบบโครงร่างที่เป็นการแก้ปัญหาในหลายแนวทาง เพื่อให้สามารถทำการตัดสินใจเบื้องต้นได้อย่างมั่นใจ
- 4.) **ขั้นประเมินทางเลือก** คือ การประเมินโดยทั่วไปจะเกิดขึ้นในทุกขั้นตอนของการกระบวนการออกแบบโดยผ่านการวิเคราะห์และการสังเคราะห์ การประเมินในขั้นตอนนี้คือการประเมินถึงความ

เหมาะสมของรูปแบบทางเลือกโดยการตรวจสอบความสอดคล้องกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการ เภยันต์ในการออกแบบและรายละเอียดความต้องการต่างๆเป็นไปตามรายละเอียดโครงการ รวมทั้งการประเมินหลักวิชาการทางสถาปัตยกรรม การประเมินเป็นการเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียหรือความเหมาะสมของรูปแบบ ผลของการประเมินที่เหมาะสมขึ้นอยู่กับประเด็นที่นำมาพิจารณา เทคนิคในการประเมิน ผู้ที่ทำการประเมิน ตลอดจนคุณภาพของรายละเอียดโครงการซึ่งมีอิทธิพลโดยตรงต่อรูปแบบทางเลือกที่ได้ออกแบบไว้

5.) **ขั้นพัฒนาแบบ** คือ การพัฒนาแบบเป็นการปรับปรุงแบบจากโครงร่างให้มีรายละเอียดที่มีความสมบูรณ์มากขึ้นโดยแสดงรายละเอียดที่เป็นผังแปลน รูปด้าน รูปตัด ระบบไฟฟ้า ระบบสุขาภิบาล ฯลฯ มีการระบุวัสดุก่อสร้างตลอดจนการเสนอราคากลาง เพื่อให้มีการพิจารณาเห็นชอบหรือทำการแก้ไขก่อนการดำเนินงานในขั้นต่อไป

6.) **ขั้นจัดทำเอกสารงานก่อสร้างและดำเนินการก่อสร้าง** คือ ดำเนินการให้เป็นจริงจากแบบที่ได้พัฒนาประกอบไปด้วยการผลิตแบบก่อสร้าง การจัดทำรายการก่อสร้าง การทำสัญญาก่อสร้าง การควบคุมงานก่อสร้างให้เป็นไปตามแบบรายการ การบริหารงานก่อสร้างและการบริหารการใช้งาน

7.) **ขั้นประเมินผลหลังการเข้าอยู่** คือ ขั้นสุดท้ายของกระบวนการออกแบบ เป็นการประเมินการใช้งานเพื่อค้นหาว่ามีสมรรถนะที่สอดคล้องกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในรายละเอียดโครงการและแบบมากน้อยเพียงใด สภาพแวดล้อมกายภาพที่จัดทำมีความสอดคล้องกับความต้องการต่างๆของกลุ่มผู้ใช้อย่างไร ซึ่งมักจะเป็นการประเมินความพึงพอใจในด้านต่างๆ รวมทั้งประเมินสาเหตุของความพึงพอใจมากหรือน้อย ตลอดจนการประเมินด้านอื่นที่เกี่ยวข้องกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการ

2.2.2 เป้าหมายของการออกแบบทางสถาปัตยกรรม

วิลลิสท์ ทรยางกูร (2554) ได้อธิบายว่า ผู้อยู่อาศัยมีความต้องการพื้นฐานที่อยู่อาศัยที่มีสภาพน่าอาศัยและสอดคล้องกับวิถีชีวิต ต้องการความปลอดภัยจากภัยธรรมชาติและสังคม การมีคุณภาพชีวิตที่ดีภายใต้สภาพแวดล้อมที่ดีเพื่อสุขอนามัยในการดำรงชีวิตการอยู่อาศัยเป็นชุมชนที่มีปัจจัยสนับสนุนทางด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ความต้องการพื้นฐานของผู้อยู่อาศัยที่จำเป็นจะต้องได้รับการตอบสนองโดยเป้าหมายของการออกแบบ คือ เป้าหมายพื้นฐานสอดคล้องกับกระบวนการทางพฤติกรรมด้านการรับรู้กระบวนการทางอารมณ์ และกระบวนการเกิดพฤติกรรมในสภาพแวดล้อม ประกอบด้วย

1.) **การตอบสนองความต้องการทางด้านการใช้สอย** การจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพเพื่อตอบสนองหน้าที่การใช้สอยของผู้ใช้สอย การออกแบบและวางแผนสภาพแวดล้อมต้องสอดคล้องกับกระบวนการเกิดพฤติกรรมในสภาพแวดล้อม

2.) **การก่อให้เกิดสุนทรียภาพ** การจัดระเบียบการรูปแบบให้เกิดสุนทรียภาพ เป็นการจัดการรับรู้ทางทัศนศาสตร์ซึ่งสัมพันธ์กับคุณสมบัติทางกายภาพ

2.2.3 แนวความคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรม

เลอสม สถาปิตานนท์ (2555) ได้อธิบาย แนวคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรม คือ การรับรู้ พฤติกรรมมนุษย์ที่ส่งผลต่อความต้องการพื้นที่ใช้สอย ซึ่งผู้ออกแบบนำพื้นที่ใช้สอยมาจัดวางความสัมพันธ์กับการสร้างสรรค์รูปร่างหน้าตาอาคารด้วยความรู้ทางด้านศิลปะ แนวคิดที่ออกแบบชัดเจนจะทำให้อาคารมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว บรรลุด้านหน้าที่การใช้สอยและสร้างความงามให้แก่งานสถาปัตยกรรม

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2540) แนวคิดการออกแบบเป็นพื้นฐานในการดำเนินงานออกแบบโดยมี ลักษณะพื้นฐานจากการแก้ปัญหา โดยแบ่งออกเป็น 3 ช่วงความหมายได้แก่

1.) แนวความคิดมูลฐาน คือ ความหมายในเชิงนามธรรมโดยกำหนดแนวทางหลักในการ ออกแบบซึ่งอาจจะประกอบด้วยแนวคิดมูลฐานในหลายแนวความคิดด้วยกัน

2.) หลักเกณฑ์หรือแนวทางในการแก้ปัญหา คือ การตอบสนองต่อแนวคิดมูลฐานในการ มุ่งแก้ปัญหาของโครงการด้านการใช้สอยและทางด้านสุนทรียภาพตามหลักเกณฑ์หรือแนวทางในการ ออกแบบ

3.) ผลลัพธ์ทางกายภาพ คือ ลักษณะทางกายภาพที่มีความสอดคล้องกับหลักเกณฑ์ที่ใช้ ในการแก้ปัญหาซึ่งเป็นแนวทางในการกำหนดให้เกิดผลลัพธ์ทางกายภาพ

ทั้งนี้แนวความคิดในการออกแบบคือการสื่อสารความคิดในเชิงนามธรรมออกมาเป็นรูปธรรมผ่าน การสร้างผลลัพธ์ทางกายภาพ โดยผ่านหลักเกณฑ์หรือแนวทางในการแก้ปัญหาทางการออกแบบ



ภาพที่ 5 แสดงความหมายของแนวคิดในการออกแบบแบ่งออกเป็น 3 ช่วงซึ่งอยู่ในรูปแบบของนามธรรมและรูปธรรม

2.2.3.1 ประเภทของแนวความคิดในการออกแบบ

แนวความคิดในการออกแบบมีเนื้อหาที่กว้างมากแต่สามารถวิเคราะห์แนวคิดได้เป็น 2 ประเภทหลักตามความเฉพาะเจาะจงในเนื้อหาสาระของแนวความคิด (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร 2540) ได้แก่

1.) **แนวความคิดทั่วไป** คือ แนวคิดเบื้องต้นที่สามารถใช้ได้อย่างเหมาะสมกับอาคารประเภทต่างๆ เพื่อสร้างผลลัพธ์ในการออกแบบให้มีประสิทธิภาพ โดยการออกแบบอาคารหนึ่งๆนั้น อาจเกี่ยวข้องกับเนื้อหาในแนวความคิดที่หลากหลายด้านประกอบด้วยกันโดยแนวคิดดังต่อไปนี้

1.1) **แนวความคิดทางด้านหน้าที่ใช้สอย** เป็นแนวคิดที่ครอบคลุมเกี่ยวกับการใช้สอยภายในอาคาร การจัดองค์ประกอบเพื่อการอยู่อาศัยในปัจจุบันและการเตรียมการสำหรับอนาคต การดำเนินกิจกรรมและการป้องกันอันตรายที่จะเกิดขึ้น

1.2) **แนวความคิดทางด้านจิตวิทยา** เป็นแนวความคิดที่เน้นการก่อให้เกิดผลกระทบต่อพฤติกรรมทางจิต อาจเกี่ยวข้องกับความรู้สึกและทัศนคติที่มีต่อสภาพแวดล้อมหรือเกี่ยวข้องกับการรับรู้ การเรียนรู้ การเข้าใจต่อสภาพแวดล้อม รวมถึงการตอบสนองความต้องการมูลฐานทางด้านจิต

1.3) **แนวความคิดทางด้านสังคมและวัฒนธรรม** เป็นแนวความคิดที่เน้นความสัมพันธ์ทางสังคมและคำนึงถึงคุณค่าที่ยึดถือตามแต่ละวัฒนธรรม

1.4) **แนวความคิดทางด้านเศรษฐกิจ** เป็นแนวความคิดที่เน้นทางด้านผลตอบแทน ที่ก่อให้เกิดความประหยัดและมีประสิทธิภาพสูงสุดในการดำเนินงาน ทั้งในช่วงก่อสร้างและช่วงเปิดใช้อาคาร

1.5) **แนวความคิดทางด้านสิ่งแวดล้อมและนิเวศวิทยา** เป็นแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับการแก้ปัญหาทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างงานออกแบบและสิ่งแวดล้อมข้างเคียงในเชิงนิเวศวิทยา

1.6) **แนวความคิดทางสุนทรียภาพและการแสดงออกทางสถาปัตยกรรม** เป็นแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมทางด้านสุนทรียภาพและสภาพแวดล้อมที่ออกแบบสอดคล้องเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมข้างเคียง รวมถึงการแสดงออกทางสถาปัตยกรรมและระบบคุณค่าทางสุนทรียภาพของแต่ละบุคคล

1.7) **แนวความคิดทางด้านเทคโนโลยี** เป็นแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์ของเทคโนโลยีในปัจจุบันเข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบอาคาร

2.) **แนวความคิดเฉพาะ** คือ แนวความคิดในการออกแบบที่มีสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องเฉพาะโครงการ ประกอบไปด้วยสาระในแบบเดียวกับแนวความคิดทั่วไปแต่เน้นความสอดคล้องที่เหมาะสมในการแก้ปัญหาเฉพาะตัวของโครงการ

2.2.3.2 เกณฑ์ในการออกแบบสถาปัตยกรรม

เกณฑ์ในการออกแบบสถาปัตยกรรม คือ เกณฑ์พื้นฐานหรือบรรทัดฐานในการออกแบบและแก้ปัญหาโดยผู้ออกแบบสถาปัตยกรรมต้องคำนึงถึงและนำไปพิจารณาประกอบในการออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์โดยผ่านการสร้างคุณค่าทางกายและจิตใจซึ่งเป็นการแก้ปัญหาทางด้านการใช้งานและสุนทรียภาพ (มุสตี ทิพทัส 2538) ประกอบด้วย

1.) **สภาพแวดล้อมและดินฟ้าอากาศ** คือ การคำนึงถึงลักษณะของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น ทิศทางของแดด ลม ฝน ความเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิ ภูมิประเทศ สภาพพื้นที่ พรรณไม้ ตลอดจนการป้องกันภัยอันตราย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้อยู่อาศัยในการสร้างความสะดวกสบายภายในอาคารและการคาดการณ์ถึงปัญหาที่จะเกิดขึ้นและเป็นอันตรายต่ออาคารและผู้อยู่อาศัย

2.) **การใช้สอย** คือ การออกแบบเสริมสร้างความสะดวกสบายในการเคลื่อนไหว การติดต่อกันระหว่างแต่ละพื้นที่ภายในอาคารซึ่งประกอบไปด้วย ลักษณะของการใช้สอย การจัดวางพื้นที่ ความต้องการเฉพาะของพื้นที่ ลักษณะและพฤติกรรมของผู้ใช้สอย การสัญจร ความปลอดภัย ความถูกต้องตามกฎหมาย ความสะดวกในการใช้งาน ตลอดจนบรรยากาศภายในอาคารเพื่อสร้างประโยชน์ในใช้สอยทั้งทางร่างกายและจิตใจ

3.) **วัสดุก่อสร้าง** ชนิดโครงการและการก่อสร้าง คือ การเลือกใช้วัสดุ โครงสร้างและการก่อสร้างที่เหมาะสมสอดคล้องกับประเภทอาคาร กิจกรรมและการใช้งานอาคาร

4.) **งบประมาณในการก่อสร้าง** คือ การมีส่วนร่วมในการกำหนดงบประมาณการก่อสร้างซึ่งประกอบไปด้วย ราคาที่ดิน ค่าวัสดุก่อสร้างและค่าแรงการก่อสร้าง ผู้ออกแบบต้องพิจารณาประมาณราคาค่าก่อสร้างในการออกแบบ เพื่อให้ทราบถึงราคาในการก่อสร้างว่าเป็นไปตามวงเงินและสามารถตอบสนองความต้องการของเจ้าของโครงการได้หรือไม่ภายใต้การออกแบบสถาปัตยกรรมที่ดี

5.) **การแสดงลักษณะของอาคาร** คือ การแสดงออกถึงคุณค่าทางจิตใจที่อาคารส่งผลต่อมนุษย์ผู้ใช้สอยหรือผู้เกี่ยวข้องโดยแสดงออกผ่านรูปทรง(Form) ที่ว่าง(Space) และบรรยากาศ(Atmosphere) ของอาคารเพื่อสื่อความหมายให้เกิดผลทางจิตใจอันเป็นนามธรรมซึ่งขึ้นอยู่กับทัศนคติของแต่ละบุคคลว่าจะเห็นคุณค่าทางจิตใจในการออกแบบนั้นหรือไม่

ทั้งนี้เป้าหมายในการออกแบบสถาปัตยกรรมโดย วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2554) มีความสอดคล้องกับเกณฑ์ในการออกแบบสถาปัตยกรรมซึ่งสรุปรวมได้เป็น 2 ลักษณะสำคัญในการแก้ปัญหาทางการออกแบบ โดย มุสตี ทิพทัส (2538) ได้แก่

1.) **การวิเคราะห์ปัญหาหน้าที่ใช้สอย** การวิเคราะห์ปัญหาหน้าที่ใช้สอยคือการแก้ปัญหาการใช้งานตามเหตุและผล ประกอบไปด้วย 1.การใช้สอยในแต่ละส่วนของโครงการ (Function) 2. การติดต่อรหว่างพื้นที่การใช้งานในแต่ละส่วน (Circulation) 3.การสัญจรของพาหนะต่างๆ(Traffic

Pattern) 4.ดินฟ้าอากาศ(Climate) 5.ภูมิประเทศ(Topography) 6.การวางตำแหน่งอาคารให้สอดคล้องกับสภาพลมฟ้าอากาศ(Orientation) 7.ความสัมพันธ์ของอาคารและเมือง(Physical Surrounding) 8.การควบคุมสิ่งแวดล้อม ได้แก่ อุณหภูมิ แสงสว่าง เสียง กลิ่น ความชื้น(Enviroment Control) 9.วัสดุก่อสร้าง(Materials) 10.ลักษณะโครงสร้าง(construction) 11.ระบบระบายน้ำและกำจัดของเสีย(Drainage System) 12.ระบบรักษาความปลอดภัย(Safety Control) 13.การบริการ(Service) 14.การดูแลซ่อมแซม(Maintanance) 15.ราคาค่าก่อสร้าง(Cost) 16.การใช้เงินอย่างคุ้มค่า(Economy)

2.) การวิเคราะห์ปัญหาด้านสุนทรียภาพ การวิเคราะห์ปัญหาด้านสุนทรียภาพที่มีผลต่อจิตใจอันเป็นนามธรรม สิ่งที่ไม่สามารถตัดสินคุณภาพหรือชี้ให้เห็นข้อดีข้อเสียได้อย่างชัดเจน ต้องอาศัยการรับรู้ด้วยความเข้าใจ(Perception) อาศัยจินตนาการหรือหลักทางจิตวิทยา ได้แก่ 1.คุณภาพของที่ว่าง(Space) 2.คุณภาพและลักษณะของรูปทรง(Form) 3.คุณภาพของแสงสว่างและเงา(Light&Shade) 4.สีและลักษณะผิวสัมผัส(Color&Texture) 5.ทิวทัศน์(View) 6.ความรู้สึกในเรื่องบรรยากาศ(Atmosphere) 7.ลักษณะพิเศษของโครงการ(Character) 8.ผลจากผู้ใช้อาคารได้รับจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวอาคาร จากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทางวัตถุ(Environmetal Experience) 9.ความรู้สึกที่ผู้ใช้อาคารได้รับการมองเห็นและการเข้าไปใช้สอยอาคารเป็นลำดับต่อเนื่อง(Sequence)

2.3 แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า

ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์เท่ากับความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจ และถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมากลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์อยู่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้าจะเกิดความไม่พึงพอใจ จากแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึก คุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจากความคาดหวังที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ ส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์นั้นเน้นการตลาดและฝ่ายอื่นๆที่เกี่ยวข้องจะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม(Value Added) ทั้งคุณค่าเพิ่มที่เกิดจากการผลิต (Manufacturing) และจากการตลาด (Marketing) ตลอดจนยึดหลักการสร้างภาพโดยรวม (Total Quality) คุณค่าที่เกิดจากความแตกต่าง ทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) ซึ่งคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าจะต้องมากกว่าต้นทุนของลูกค้า (Cost) หรือราคาสินค้า (Price) ความแตกต่างทางการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ (Product Competitive Differentiation) เป็นการออกแบบลักษณะต่างๆของผลิตภัณฑ์ หรือบริษัทให้แตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งความแตกต่างนั้น จะต้องมีคุณค่าในสายตาของลูกค้าและสามารถสร้างความพึงพอใจกับลูกค้าได้

ความแตกต่างทางการแข่งขันประกอบด้วย

1. ความแตกต่างผลิตภัณฑ์(Product Differentiation)
2. ความแตกต่างด้านบริการ(Services Differentiation)
3. ความแตกต่างด้านบุคลากร (Personal Differentiation)
4. ความแตกต่างด้านภาพลักษณ์(Image Differentiation)

ความแตกต่างเหล่านี้เป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า (Customer Added Value) คุณค่าผลิตภัณฑ์รวมในสายตาลูกค้า (Total Customer Value) เป็นการรับรู้ในรูปของตัวเงินทางด้านเศรษฐกิจหน้าที่ และผลประโยชน์ทางด้านจิตวิทยาที่ลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับจากสินค้า หรือเป็นผลรวมของผลประโยชน์หรืออรรถประโยชน์ (Utility) จากผลิตภัณฑ์หรือบริการใดบริการหนึ่ง คุณค่าผลิตภัณฑ์พิจารณาจากความแตกต่างทางการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ซึ่งประกอบด้วย ความแตกต่างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างด้านบริการ ความแตกต่างด้านบุคลากร และความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ ความแตกต่างทั้งสี่ด้านนี้ก่อให้เกิดคุณค่าผลิตภัณฑ์ 4 ด้าน เช่นกันคือ คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) คุณค่าด้านบริการ (Service Value) คุณค่าด้านบุคลากร (Personal Value) และคุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value) คุณค่าทั้ง 4 ประการรวม เรียกว่า คุณค่าผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของลูกค้า (Total Customer Value) (Keller K. & Kotler P. , 2016)

ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นการสะท้อนการรับรู้คุณค่าของลูกค้าต่อการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่สร้างความสัมพันธ์กับความคาดหวังของลูกค้า (Schiffman L. & Kanuk L., 2009)

ปริญญ์ ลักษณะานนท์ศุภร ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การรับรู้คุณค่าที่ลูกค้าได้รับรวมกับความคาดหวังที่จะได้จากผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ โดยนักการตลาดและผู้ที่เกี่ยวข้องต้องพยายามสร้างความพึงพอใจของลูกค้า ผ่านการสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) ทั้งคุณค่าจากการผลิตและคุณค่าจากการตลาดซึ่งจะต้องเป็นคุณค่าผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของลูกค้า (Customer Perceived Value) ซึ่งประกอบไปด้วย 1.) คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ 2.) คุณค่าด้านบริการ 3.) คุณค่าด้านบุคลากร 4.) คุณค่าด้านภาพลักษณ์

ความพึงพอใจเป็นการประเมินคุณภาพที่เกิดจากการรับรู้ การบริการอันเป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับการบริการ โดยความพึงพอใจขึ้นอยู่กับ 2 องค์ประกอบ (อเนก สุวรรณบัณฑิต, 2548) ได้แก่

1. การรับรู้ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ คือ สิ่งที่คุณให้บริการได้สัญญาในด้านผลิตภัณฑ์อันเป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับการบริการอย่างน้อยตามที่ผู้ให้บริการได้สัญญาไว้ ความมากน้อยของคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าได้รับจะเป็นตัวกำหนดระดับความความพึงพอใจของลูกค้า

2. การรับรู้คุณภาพในการนำเสนอบริการ คือ การที่คุณให้บริการนำเสนอบริการผ่านกระบวนการต่างๆ การรับรู้ของลูกค้าในด้านการนำเสนอจะช่วยให้ลูกค้าสามารถประเมินคุณภาพได้อย่างมี

เหตุและผลซึ่งนำไปสู่ความพึงพอใจ

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2555) ได้ให้ความหมายในเชิงสถาปัตยกรรมว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกและความคาดหวังของผู้อยู่อาศัยซึ่งนำไปสู่ความพึงพอใจในระดับที่มากหรือน้อยที่ต่างกันในแต่ละบุคคล ความพึงพอใจเป็นตัดชีวิตความสำเร็จของโครงการโดยเฉพาะการประเมินหลังการเข้าอยู่อาศัย

จากความหมายข้างต้น สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ คือการรับรู้คุณค่าและความคาดหวังของผู้อยู่อาศัยจากผลประโยชน์รวมของที่อยู่อาศัย ผู้ประกอบการหรือผู้ออกแบบจะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจของลูกค้า ผ่านการสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) ซึ่งจะต้องเป็นคุณค่าผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของลูกค้า (Customer Perceived Value) ที่มากกว่าต้นทุนที่ลูกค้าเสียไป เพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจในระดับที่ต่างกันในแต่ละบุคคลซึ่งเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของผลิตภัณฑ์

2.4 แนวคิดด้านการตลาด

2.4.1 การกำหนดการตลาดเป้าหมายของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ (Target Marketing in Real estate / STP Marketing)

การทำผลิตภัณฑ์ไม่สามารถตอบสนองลูกค้าได้ทุกกลุ่มตลาด เนื่องจากลูกค้ามีจำนวนมากและมีความต้องการที่แตกต่างกัน ผู้ประกอบการจึงต้องแบ่งส่วนตลาดส่วนใดส่วนหนึ่ง หรือหลายส่วนตลาด เพื่อกำหนดตลาดเป้าหมาย แล้วกำหนดตลาดเป้าหมายของผลิตภัณฑ์(STP Marketing) และส่วนประสมการตลาด (Marketing's Mix) เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดอย่างเหมาะสม (ปณิศา ลัญชานนท์, 2548)

วิทวัส รุ่งเรืองผล (2554) ได้ให้ความหมายว่า การกำหนดการตลาดเป้าหมาย (Target Marketing / STP Marketing) หมายถึง การจัดผลิตภัณฑ์และส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีความต้องการที่แตกต่างกัน ในการจัดส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสมกับตลาดเป้าหมายประกอบด้วย

2.4.1.1 เกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดอสังหาริมทรัพย์ (Market segmentation in Real estate) คือ การแบ่งส่วนการตลาดของกลุ่มผู้ซื้อตามลักษณะความต้องการ หรือลักษณะเฉพาะที่คล้ายคลึงกัน เพื่อเลือกเป็นตลาดเป้าหมาย ในการเสนอผลิตภัณฑ์และส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละส่วนให้เหมาะสม เพื่อแยกกลุ่มลูกค้าออกมาเป็นกลุ่มดังเกณฑ์ต่อไปนี้ (วิทวัส รุ่งเรืองผล 2554)

- 1.) **เกณฑ์ด้านทำเลและที่ตั้ง** เป็นการแบ่งตามทำเลและที่ตั้งโครงการเป็นสิ่งสำคัญได้แก่ การแบ่งตามระยะทางศูนย์กลางธุรกิจ การแบ่งตามแนวรถไฟฟ้า การแบ่งตามเขตพื้นที่
- 2.) **เกณฑ์ด้านรายได้** โดยแบ่งตามระดับราคาขายและเกณฑ์ทางด้านรายได้

3.) **เกณฑ์ด้านชั้นทางสังคม (Social Class)** เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ เกณฑ์ในการแบ่งชนชั้นในสังคมมีบางส่วนซ้อนทับกับเกณฑ์รายได้ โดยจะใช้เกณฑ์ทางด้านอาชีพ รายได้ สถานะทางสังคมเป็นตัวกำหนดชนชั้นทางสังคม

4.) **เกณฑ์ด้านวงจรชีวิตครอบครัว (Family life cycle)** โดยวงจรชีวิตครอบครัวนำมาใช้แบ่งส่วนตลาดธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ได้แก่ ช่วงโสด ชีวิตคู่ไม่มีบุตร ชีวิตครอบครัวสมบูรณ์

5.) **เกณฑ์ด้านสัญชาติ** เนื่องจากข้อจำกัดการกฎหมาย ทำให้ตลาดที่อยู่อาศัยประเภทแนวราบมีการซื้อขายได้ยาก คอนโดมิเนียมจึงเป็นที่นิยมโดยสามารถถือครองได้ร้อยละ 50

6.) **เกณฑ์ด้านวัตถุประสงค์ในการซื้อ** เนื่องจากอสังหาริมทรัพย์เป็นสินค้าที่สามารถหาประโยชน์ได้ในเชิงกายภาพ จึงแบ่งส่วนการตลาดตามวัตถุประสงค์ในการซื้อได้แก่ ซื้อเพื่ออยู่อาศัย ซื้อเพื่อการลงทุน ซื้อเพื่อเก็งกำไร

ทั้งนี้การแบ่งเกณฑ์ยังสามารถแบ่งในด้านอื่นๆมาประกอบในการกำหนดตลาดด้วย เช่น อาชีพ อายุ lifestyle ฯลฯ

2.4.1.2 การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Market Targeting in Real estate)

คือ การประเมินและเลือกส่วนของตลาดหรือเป้าหมายที่เป็นกลุ่มผู้ซื้อที่มีความต้องการเหมือนกันซึ่งบริษัทเลือกที่จะกำหนดเป็นตลาดเป้าหมาย

1.) **กลยุทธ์การเลือกตลาดมุ่งเฉพาะส่วน (Single Segment Concentration)** คือ การตอนสนองลูกค้าในส่วนตลาดกลุ่มเดียว ทำให้เราสามารถสื่อสารภาพลักษณ์ได้ชัดเจน

2.) **กลยุทธ์การเลือกส่วนตลาดตามความชำนาญด้านผลิตภัณฑ์ (Product Specialization)** คือ การเลือกพัฒนาโครงการตามที่อยู่ประกอบการมีความเชี่ยวชาญในการพัฒนา

3.) **กลยุทธ์การเลือกส่วนตลาดตามความชำนาญด้านตลาด (Market Specialization)** คือ การเลือกตลาดเป้าหมายตามลักษณะของลูกค้าที่บริษัทมีความชำนาญในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

4.) **กลยุทธ์มุ่งตลาดหลายส่วนตามความสนใจ (Selective Specialization)** คือ การเลือกตลาดเป้าหมายหลากหลายด้านของลูกค้าและผลิตภัณฑ์ โดยเลือกจากความสนใจและโอกาสทางการตลาดของบริษัท

5.) **กลยุทธ์ตลาดรวม (Selective Specialization)** คือ การเลือกลูกค้าเป้าหมายในทุกส่วนตลาดพร้อมกัน

2.4.1.3 **การวิเคราะห์คู่แข่งและการกำหนดกลยุทธ์การแข่งขัน (Market Competitive & Market Positioning in Real estate)** คือ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับตลาด ซึ่งต้องชัดเจน แตกต่างเหนือกว่าคู่แข่งและมีคุณค่าทางจิตใจต่อตลาดเป้าหมายโดยมองหาความต้องการของตลาด (Demand) ที่มากกว่าจำนวนสินค้าที่มีอยู่ (Supply)

- 1.) กลยุทธ์การเข้าก่อนออกก่อน (First Move Fast Move) คือ การมองหาช่องว่างของอุปสงค์ที่มากกว่าอุปทานแล้วเข้าไปพัฒนาสินค้าในตลาดที่เห็นช่องว่าง
- 2.) กลยุทธ์ Low Cost Low Price คือ การบริหารต้นทุนการก่อสร้างหรือต้นทุนของผู้ประกอบการให้ต่ำกว่าคู่แข่ง เพื่อให้จะได้ขายสินค้าในราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งโดยไม่ต้องลดกำไรของตนเอง
- 3.) กลยุทธ์สร้างความแตกต่างด้านการออกแบบ คือ การสร้างความแตกต่างด้านการออกแบบให้โดดเด่นกว่าคู่แข่งในตลาด ด้วยการสร้างคุณค่าทางอารมณ์และความรู้สึก
- 4.) กลยุทธ์ Niche Marketing คือ การเลือกพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อตอบสนองกลุ่มคนที่มีตลาดขนาดเล็ก มีความแตกต่างจากกลุ่มลูกค้าทั่วไป
- 5.) กลยุทธ์ขยายธุรกิจเพื่อครอบคลุมตลาดหลากหลาย คือ การเลือกพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่หลากหลายโดยการขยายตรयी์หอและผลิตภัณฑ์ในทุกทำเล ครอบคลุมตลาดหลายระดับราคา
- 6.) กลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจ คือ การเลือกพัฒนาอสังหาริมทรัพย์โดยหาพันธมิตรทางธุรกิจมาเสริมให้โครงการมีจุดแข็งเหนือคู่แข่ง

2.4.2 ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)

เสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวถึงปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ คือ การที่สินค้าตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ ผู้ซื้อยินดีจ่ายเพราะเห็นว่าคุ้ม รวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าสอดคล้องกับกระบวนการซื้อเพื่อให้ความสะดวกแก่ลูกค้า ความพยายามตั้งใจให้เกิดความชอบในสินค้าเรียกว่า ส่วนผสมทางการตลาด

- 1.) **ผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้
- 2.) **ราคา (Price)** หมายถึง การมีราคาที่ผู้ซื้อยอมรับได้และยินดีจ่ายเพราะมองเห็นว่าคุ้มค่า
- 3.) **การจัดจำหน่าย (Place)** หมายถึง การจัดจำหน่าย กระจายสินค้าให้สอดคล้องกับการซื้อหา และให้ความสะดวกแก่ลูกค้า
- 4.) **การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** หมายถึง การใช้ความพยายามชักจูง ใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาแนวคิดและวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบทางกายภาพของคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางและระดับราคาสูง ผู้วิจัยได้ทำการศึกษางานที่เกี่ยวข้องแบ่งออกเป็นเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มในคอนโดมิเนียม 2 เรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม 1 เรื่อง และความพึงพอใจต่อการใช้คอนโดมิเนียม 1 เรื่องดังนี้

ผู้วิจัย	ทศธรรม ลิงคาลวณิช (2553)
หัวข้อ	รูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มในอาคารชุดพักอาศัยระดับกลางปานกลางถึงระดับบน ในเขตพัฒนา คลองเตยกรุงเทพมหานคร
วัตถุประสงค์	เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มในอาคารชุดพักอาศัยระดับการบน ถึงบน ในเขตพัฒนา คลองเตยกรุงเทพมหานครบกลางบนถึงบน
กลุ่มตัวอย่าง	สัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้งหมด 10 คน และทำแบบสอบถาม ผู้สนใจซื้อคอนโดมิเนียมทั้งหมด 203 คน
ผลการวิจัยที่สำคัญ	รูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าแบ่งออกเป็น 2 พื้นที่คือ 1.พื้นที่ส่วนกลาง ประกอบด้วย การเพิ่มพื้นที่ออกกำลัง เพิ่มพื้นที่จอดรถ เพิ่มพื้นที่พิเศษ การบริการพิเศษ 2.พื้นที่ห้องพัก เน้นการออกแบบสถาปัตยกรรม การแบ่งพื้นที่การใช้งาน การตกแต่งภายใน คุณภาพเครื่องครัวและการติดตั้งสิ่งอำนวยความสะดวก
ข้อสรุปงานวิจัย	ผู้ประกอบการให้ความสำคัญด้านพื้นที่ส่วนกลางคือพื้นที่ออกกำลังกาย พื้นที่พิเศษ พื้นที่ห้องพักคือเน้นการจัดแบ่งพื้นที่การใช้งานการออกแบบสถาปัตยกรรมและรูปแบบการตกแต่งภายใน ส่วนผู้สนใจซื้อให้ความสำคัญพื้นที่ส่วนกลางต่างจากผู้ประกอบการคือเน้นพื้นที่จอดรถและพื้นที่พิเศษแต่ภายในห้องให้ความสำคัญเช่นเดียวกัน
ผู้วิจัย	นิติรัตน์ ปรีชาเวช (2553)
หัวข้อ	นวัตกรรมในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์
หัวข้อ	เพื่อศึกษานวัตกรรมในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เพื่อช่วยในการสร้างมูลค่าสร้างความแตกต่าง และมุ่งสร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับองค์กร
กลุ่มตัวอย่าง	สำรวจข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งข้อมูลวิชาการและจาก 410 โครงการ ใน 10 บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ที่มียอดขายสูงสุดในปี 2553
ผลการวิจัยที่สำคัญ	แนวคิดนวัตกรรมได้รับการประยุกต์ใช้ในหลากหลายวัตถุประสงค์ 1.ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ประโยชน์ใช้สอย (Function) และ สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) 2.ด้านนวัตกรรมกระบวนการ ประกอบด้วย การบริการ (Customer Service) และ เทคโนโลยีการออกแบบและก่อสร้าง (Design and Construction Technology)

ข้อสรุปงานวิจัย	นวัตกรรมมีความสำคัญในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้บริโภคและตัวโครงการ แต่ผู้ประกอบการมุ่งเน้นกับการแสดงศักยภาพของทำเลที่ตั้ง มากกว่าการนำเสนอนวัตกรรมเพื่อเป็นจุดแข็งในการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด
ผู้วิจัย	กรกฎ กุฎีศรี (2553)
หัวข้อ	ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อห้องชุดพักอาศัยใกล้สถานีรถไฟฟ้า : กรณีศึกษา โครงการ ไอทีโอมิกซ์ พหลโยธิน และ ไอทีโอคิว พญาไท
วัตถุประสงค์	เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อห้องชุดพักอาศัยใกล้สถานีรถไฟฟ้า
กลุ่มตัวอย่าง	ทำแบบสอบถามประชากรกลุ่มตัวอย่าง โครงการไอทีโอมิกซ์ พหลโยธิน และ ไอทีโอคิว พญาไท โดยสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย จำนวน 400 ชุด
ผลการวิจัยที่สำคัญ	ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อโดยผู้ซื้อลำดับความสำคัญได้แก่ 1.ปัจจัยทางด้านกายภาพ คือ การมีพื้นที่ส่วนกลางที่จัดเป็นระบบ และ สภาพแวดล้อมของส่วนกลางโล่งโปร่งสบาย 2.ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ คือ รูปแบบและคุณภาพของห้องพัก 3.ปัจจัยทั่วไป พิจารณาจากทำเลที่ตั้งของโครงการ ที่อยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้าในเมือง ที่มีความสะดวกสบายในการเดินทาง
ข้อสรุปงานวิจัย	การซื้อเพื่อลงทุนและเก็งกำไรมีมากถึง 56 % มากกว่าเพื่ออยู่อาศัยจริงซึ่งมีเพียง 44 % อาจส่งผลกระทบต่อจัดการงานนิติบุคคล เนื่องจากไม่สามารถเก็บค่าดูแลสาธารณูปโภค และทรัพย์สินส่วนกลางได้เพียงพอ เนื่องจากมีผู้อยู่อาศัยน้อย ทำให้สภาพแวดล้อมทรุดโทรมเร็วขึ้นและหากมีการซื้อเพื่อลงทุนเป็นจำนวนมากอาจทำให้เกิดภาวะอาคารชุดล้นตลาด
ผู้วิจัย	จิราพร กำจัดทุกข์ (2552)
หัวข้อ	ความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานคร
วัตถุประสงค์	เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม
กลุ่มตัวอย่าง	ทำแบบสอบถามผู้ที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่สร้างเสร็จในปี 2549-2551 ระดับราคาขายไม่เกิน 5 ล้านบาท จำนวน 236 ราย
ผลการวิจัยที่สำคัญ	ภาพรวมทุกด้านผู้ตัดสินใจซื้อไม่พึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม โดยด้านที่ผู้ตัดสินใจซื้อไม่พึงพอใจใน 3 ด้าน คือ 1.ด้านผลิตภัณฑ์ได้แก่ ความพร้อมเข้าอยู่ได้ทันที ความสวยงามของเฟอร์นิเจอร์ คุณภาพและมาตรฐานของเฟอร์นิเจอร์ 2.ด้านราคา ได้แก่ การเก็บค่าใช้จ่ายส่วนกลาง ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบราคาขายกับเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ตกแต่งห้องชุดและการเก็บค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค 3.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ อินเทอร์เน็ต ร้านอาหารและร้านคอฟฟี่ช็อป และสิ่งอำนวยความสะดวก และพึง

	พอใจใน 1 ด้านคือสภาพแวดล้อมโครงการได้แก่ ความปลอดภัยรอบโครงการ การคมนาคมที่สะดวกรวดเร็ว และการปราศมลภาวะที่ไม่ดี
ข้อสรุป งานวิจัย	ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม จากการวิจัยพบว่ามี 5 ปัจจัย ได้แก่ จำนวนคอนโดมิเนียมที่ค้นหาข้อมูล ระยะเวลาที่ใช้เดินทางจากที่อยู่อาศัยเดิมไปสถานที่ทำงานปัจจุบัน การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งค้นหาข้อมูลคอนโดมิเนียม ค่าใช้จ่ายของครอบครัวต่อเดือน และระยะเวลาที่ใช้ตัดสินใจซื้อ

(ที่มา : จากการสรุปของผู้วิจัย)

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถแบ่งข้อมูลที่น่าสนใจได้เป็นลักษณะดังต่อไปนี้

- 1.) ข้อมูลและแนวคิดกระบวนการพัฒนาคอนโดมิเนียม ทำให้เราทราบถึงขั้นตอนในการทำงานและหน้าที่ในการทำของแต่ละฝ่ายเพื่อครอบคลุมแนวคิดในการตั้งคำถามผู้ประกอบการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง
- 2.) ข้อมูลและแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มและจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มในโครงการคอนโดมิเนียม ทำให้เราทราบถึงตัวแปรใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม ลักษณะทางกายภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มของคอนโดมิเนียม รวมถึงข้อคำนึงในการสร้างมูลค่าของผู้ประกอบการและผู้ซื้อ รวมถึงการเลือกตัวแปรและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
- 3.) ข้อมูลและแนวคิดเกี่ยวกับข้อพิจารณาในการตัดสินใจซื้อและจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ทำให้เราทราบถึงพฤติกรรมในการซื้อและข้อพิจารณาในการซื้อและลักษณะในการซื้อของลูกค้า
- 4.) ข้อมูลและแนวคิดในการวัดความพึงพอใจและจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อโครงการคอนโดมิเนียม ทำให้เราทราบถึงตัวแปรที่นำมาใช้วัดความพึงพอใจในการตัดสินใจซื้อและปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อ

สามารถสรุปเป็นประเด็นในการศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบทางกายภาพของคอนโดมิเนียมเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในบทที่ 3 ดังต่อไปนี้

การศึกษาแนวคิดและวิธีการออกแบบทางกายภาพโครงการ แนวความคิดและวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการออกแบบทางกายภาพแตกต่างกันนำไปสู่ผลลัพธ์ในการออกแบบทางกายภาพที่แตกต่างกันและส่งผลต่อการรับรู้ของผู้อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน

การศึกษาข้อมูลทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้อยู่อาศัย กลุ่มคนที่มีลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกัน นำไปสู่ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมและการเลือกอยู่อาศัยโครงการที่แตกต่างกัน

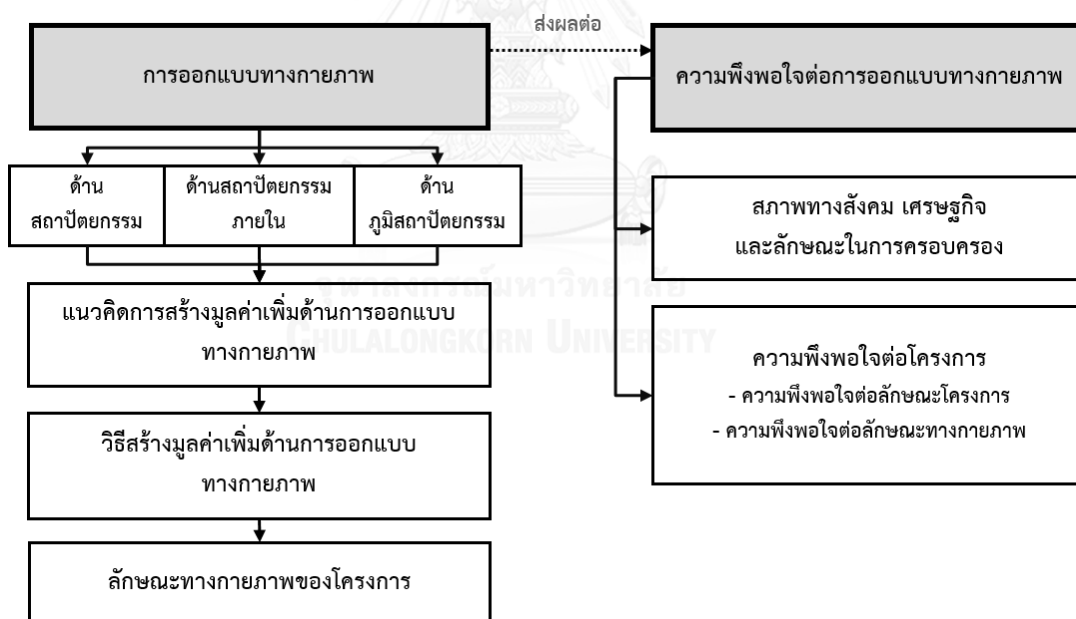
การศึกษาข้อมูลด้านการรับรู้และความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัย เป็นข้อมูลส่วนสำคัญในการประเมินผลหลักจากการเข้าอยู่อาศัยในโครงการ

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้นำมาสู่การศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจต่อการออกแบบทางกายภาพโครงการประเภทคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางและระดับราคาสูง ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาแนวคิดและวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบทางกายภาพ ลักษณะทางกายภาพของโครงการ รวมถึงความพึงพอใจต่อการออกแบบทางกายภาพของผู้อยู่อาศัย

3.1 กรอบแนวคิด

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดกรอบแนวคิดในงานวิจัยออกเป็น 2 ส่วนสำคัญคือ การออกแบบทางกายภาพในการพัฒนาคอนโดมิเนียม ด้านสถาปัตยกรรม,ด้านสถาปัตยกรรมภายใน,ด้านภูมิสถาปัตยกรรม ประกอบด้วย แนวคิดในการออกแบบทางกายภาพ วิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบทางกายภาพ และลักษณะทางกายภาพของโครงการ ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการออกแบบทางกายภาพผ่านการวัดระดับความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในโครงการ



ภาพที่ 6 แผนผังกรอบแนวคิดในงานวิจัย

3.2 การเลือกกรณีศึกษา

ผู้วิจัยทำการเลือกกรณีศึกษาโครงการภายใต้ทีม Stylish Residence ซึ่งเป็นทีมพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมที่พัฒนาโครงการระดับพรีเมียม (ตลาดระดับปานกลางถึงตลาดระดับสูง) ที่เน้นการออกแบบเพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ เฉพาะบนทำเลศักยภาพในใจกลางกรุงเทพมหานคร โดยมีเกณฑ์ในการเลือกกรณีศึกษาดังต่อไปนี้

- 1.) เป็นคอนโดมิเนียมที่มีระดับราคาแตกต่างกันแต่ทำงานภายใต้ทีม Stylish Residence
- 2.) เป็นอาคารประเภทคอนโดมิเนียมแนวราบ (Low Rise)
- 3.) สร้างเสร็จในปี 2558 และมีการอยู่อาศัยจริงเป็นเวลาอย่างน้อย 1 ปี
- 4.) ทำเลใกล้ระบบขนส่งมวลชน ระบบรถไฟฟ้าและระบบรถไฟฟ้าใต้ดิน

จากเกณฑ์ดังกล่าวทำให้สามารถเลือกกรณีศึกษาได้ดังนี้

- 1.) โครงการที่มีระดับราคาปานกลาง คือ โครงการ The Chapter One Campus ลาดพร้าว 1
- 2.) โครงการที่มีระดับราคาสูง คือ โครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3

เนื่องจากโครงการทั้ง 2 มีข้อมูลพื้นฐานที่ใกล้เคียงกันและผู้วิจัยต้องการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างในวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มของคอนโดมิเนียม 2 ระดับราคาที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 1 แปรนัยภายใต้การทำงานของทีม Stylish Residence

BRANDS ภายใต้ทีม STYLISH RESIDENCES						
BRAND	SEGMENT	ระดับราคา	ราคาขายต่อ ตรม. ณ ปี 2556 - 2558	โครงการที่สร้าง เสร็จปี 2558	ลักษณะ อาคาร	ทำเลที่ตั้ง
	Luxury	สูง	175,000	The Reserve เกษมสันต์ 3	อาคาร Lowrise	เกษมสันต์ ซ.3 BTSสนามกีฬา
	High class		- 120,000	The Editor สะพานควาย	อาคาร Highrise	BTS สะพานควาย
	Upper class	ปานกลาง	120,000	ยังไม่มีโครงการที่สร้างเสร็จ		
	Main class		- 90,000	Chapter One เกษมสันต์	อาคาร Lowrise	พหลโยธิน ใกล้ ม.เกษมสันต์
				Chapter One ลาดพร้าว 1	อาคาร Lowrise	ลาดพร้าว ซ.1 MRT พหลโยธิน

(ที่มา : การสรุปของผู้วิจัย)

3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมในการออกแบบโครงการคอนโดมิเนียม ภายใต้การทำงานของทีม Stylish Residence ของบริษัท พุกษาเรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) ทั้งหมด 2 โครงการ จำนวน 7 ท่าน โดยมีความเกี่ยวข้องกับโครงการและมีตำแหน่งดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาโครงการและการออกแบบโครงการ

ผู้ประกอบการ บริษัท พุกษาเรียลเอสเตทจำกัด	
ความเกี่ยวข้องกับโครงการ	ตำแหน่ง
ผู้ประกอบการ	กรรมการผู้จัดการ กลุ่มธุรกิจพรีเมียมคอนโดมิเนียม
ผู้ประกอบการ	เจ้าหน้าที่ฝ่ายการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลุ่มธุรกิจพรีเมียมคอนโดมิเนียม
ผู้ออกแบบโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3	
ความเกี่ยวข้องกับโครงการ	ตำแหน่ง
ผู้ออกแบบสถาปัตยกรรม	Principal Architect Group บริษัท Grayspace
ผู้ออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน	Assistant Design Director บริษัท Begray Bangkok
ผู้ออกแบบภูมิสถาปัตยกรรม	Landscape Director บริษัท Innerexterior
ผู้ออกแบบโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3	
ความเกี่ยวข้องกับโครงการ	ตำแหน่ง
ผู้ออกแบบสถาปัตยกรรม	Head Architect Group บริษัท I Will Design
ผู้ออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน	Assistant Design Director บริษัท Begray Bangkok
ผู้ออกแบบภูมิสถาปัตยกรรม	Landscape Director บริษัท Phil design

(ที่มา : การสรุปของผู้วิจัย)

2. ผู้ที่อยู่อาศัยในโครงการกรณีศึกษาโครงการ The Chapter One Campus ลาดพร้าว 1 และโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง: ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่ายจากผู้ที่อยู่อาศัยในโครงการ

จำนวนกลุ่มตัวอย่าง: คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5 %¹ ได้แก่

กลุ่มตัวอย่างภายในโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3	จำนวน 95 คน
กลุ่มตัวอย่างภายในโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1	จำนวน 71 คน
รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษา	จำนวน 166 คน

¹ Taro Yamane . Statistics : An Introductory Analysis. 1970 : 886.

ตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ระดับราคา	โครงการ	จำนวนหน่วยห้องพัก	หน่วยห้องพักที่อยู่มีการอยู่อาศัยจริง ²	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ³
ปานกลาง	แชนเตอร์วัน ลาดพร้าว 1	180	87 (48%)	71
สูง	เดอะ รีเซิร์ฟ เกษมสันต์ 3	273	125 (46%)	95
รวม	ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย			166

ข้อมูลจากนิติบุคคล และการสรุปของผู้วิจัย (ที่มา : จากการสรุปของผู้วิจัย)

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลทุติยภูมิ ประกอบด้วย แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบทางกายภาพ ได้แก่ กระบวนการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ การออกแบบสถาปัตยกรรม แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม แนวคิดด้านความพึงพอใจ แนวคิดด้านการตลาด

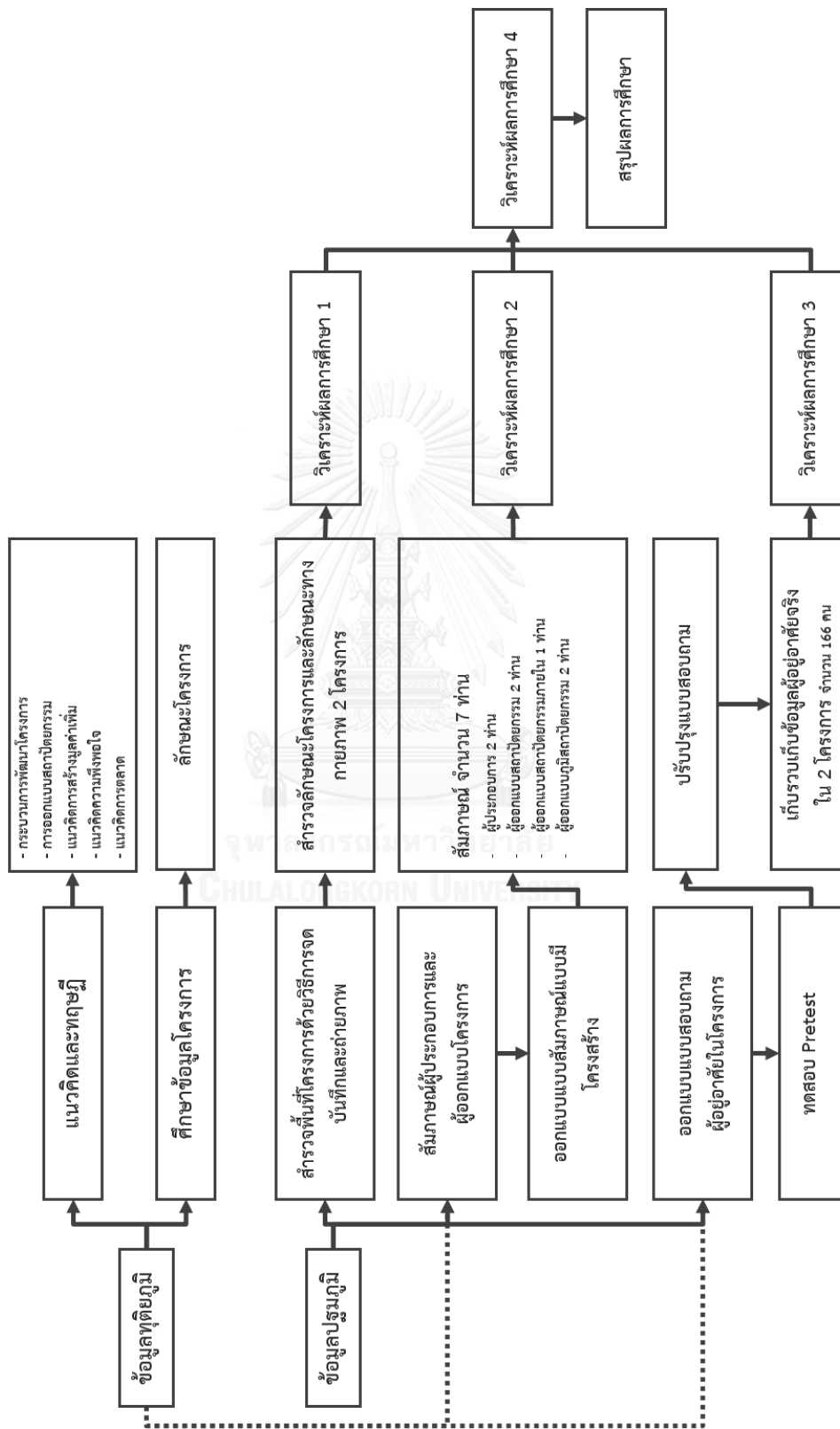
2. ข้อมูลปฐมภูมิ ประกอบด้วย

- 1.) ใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) จากผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมในการออกแบบโครงการ
- 2.) ใช้การสำรวจ โดยการสังเกต จดบันทึกและถ่ายภาพลักษณะทางกายภาพโครงการ
- 3.) ใช้การแจกแบบสอบถามผู้อยู่อาศัยในโครงการ เพื่อสอบถามการรับรู้คุณค่าในด้านการออกแบบทางกายภาพ

² ข้อมูลจากทางนิติบุคคล โครงการ เดอะ รีเซิร์ฟ เกษมสันต์ 3 และ แชนเตอร์วัน ลาดพร้าว 1 ณ เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ.2560

³ Taro Yamane . Statistics : An Introductory Analysis. 1970 : 886.

3.4 วิธีดำเนินงานวิจัย



ภาพที่ 7 แผนผังวิธีดำเนินงานวิจัย

3.5 เครื่องมือและตัวแปรในการวิจัย

1.การเก็บข้อมูลครั้งที่ 1 ด้วยวิธีการทำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมในการออกแบบโครงการตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อศึกษาแนวคิดและวิธีในสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบทางกายภาพ โดยมีตัวแปรที่ศึกษาดังต่อไปนี้

การเก็บข้อมูลครั้งที่ 1	
วัตถุประสงค์	เพื่อศึกษาแนวคิดและวิธีในสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบทางกายภาพ
ข้อมูลการศึกษา	ตัวแปรที่ศึกษา
ด้านข้อมูลทำเลที่ตั้งและการตลาด โครงการ	<ul style="list-style-type: none"> - เลือกราคาทำเลที่ตั้ง - การเลือกกลุ่มลูกค้า - การตั้งระดับราคา - การสร้างจุดขายโครงการ - การวางตำแหน่งทางการตลาดแบรนด์ - วิธีเลือกช่องทางการขาย - การประชาสัมพันธ์ - วิธีดำเนินงานตามขั้น ตอนระยะเวลา จำนวนคน ค่าใช้จ่าย
ด้านการออกแบบสถาปัตยกรรม	<ul style="list-style-type: none"> - แนวคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรม - การวางผังโครงการ - การกำหนดขนาดพื้นที่ส่วนกลางและพื้นที่ขาย - เกณฑ์ในการออกแบบทางสถาปัตยกรรม - การสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการออกแบบทางสถาปัตยกรรม
ด้านการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน	<ul style="list-style-type: none"> - แนวคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน - การวางผังพื้นที่ส่วนกลางและพื้นที่ห้องพัก - เกณฑ์ในการออกแบบทางสถาปัตยกรรมภายใน - การสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการออกแบบทางสถาปัตยกรรมภายใน
ด้านการออกแบบภูมิสถาปัตยกรรม	<ul style="list-style-type: none"> - การออกแบบด้านภูมิสถาปัตยกรรม - การวางผังภูมิสถาปัตยกรรม - เกณฑ์ในการออกแบบทางสถาปัตยกรรมภายใน - การสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการออกแบบทางภูมิสถาปัตยกรรม

(ที่มา : จากการสรุปของผู้วิจัย)

2.การเก็บข้อมูลครั้งที่ 2 ด้วยวิธีการสำรวจ โดยการสังเกต จดบันทึกและถ่ายภาพลักษณะทางกายภาพ เพื่อวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพจากการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบ

การเก็บข้อมูลครั้งที่ 2	
วัตถุประสงค์	เพื่อวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพจากการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบ
ข้อมูลการศึกษา	ตัวแปรที่ศึกษา
ลักษณะทางกายภาพ	<ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะทางกายภาพด้านสถาปัตยกรรม - ลักษณะทางกายภาพด้านสถาปัตยกรรมภายใน - ลักษณะทางกายภาพด้านภูมิสถาปัตยกรรม

(ที่มา : จากการสรุปของผู้วิจัย)

3.การเก็บข้อมูลครั้งที่ 3 ด้วยวิธีการทำแบบสอบถามผู้อยู่อาศัยในโครงการ เพื่อวิเคราะห์การรับรู้คุณค่าจากการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบ โดยรายละเอียดแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนได้แก่

- 1.ข้อมูลทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ใช้แบบสอบถามแบบสำรวจรายการ (Check List)
- 2.ข้อมูลด้านความพึงพอใจต่อลักษณะโครงการ ใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)
- 3.ข้อมูลด้านความพึงพอใจต่อลักษณะทาสายภาพใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และแบบสอบถามชนิดปลายเปิดให้แสดงความคิดเห็น (Open Form)

การเก็บข้อมูลครั้งที่ 3	
วัตถุประสงค์	เพื่อวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในการออกแบบทางกายภาพโครงการ
ข้อมูลการศึกษา	ตัวแปรที่ศึกษา
สภาพสังคมเศรษฐกิจและการครอบครอง	เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ รายได้ต่อตนเองเฉลี่ยต่อเดือน รายได้ต่อครอบครัวต่อเดือน ลักษณะในการซื้อ ลักษณะในการครอบครอง จำนวนสมาชิกพักอาศัย

<p>ความพึงพอใจต่อ ลักษณะโครงการ</p>	<p>ทำเลที่ตั้ง การเดินทางสะดวกอยู่ใกล้รถไฟฟ้าและแหล่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมโดยรอบโครงการที่ดี ชื่อเสียงของผู้ประกอบการ ระดับราคามีความเหมาะสม สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการมีความครบครัน รูปแบบอาคารทั้งภายนอกและภายในมีความสวยงาม รูปแบบ ขนาด พื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุดมีความเหมาะสมกับการใช้งาน คุณภาพและวัสดุในการก่อสร้างดี ที่จอดรถมีจำนวนเหมาะสม มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี การวางอาคาร มีทิศทางแดดลมที่ดี</p>
<p>ความพึงพอใจต่อ ลักษณะทางกายภาพ</p>	<p>ความพึงพอใจต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านสถาปัตยกรรม ความพึงพอใจต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านสถาปัตยกรรมภายใน ความพึงพอใจต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านภูมิสถาปัตยกรรม คำถามปลายเปิดด้านสิ่งที่ไม่พึงพอใจต่อการออกแบบและข้อเสนอแนะอื่นๆ</p>

(ที่มา : จากการสรุปของผู้วิจัย)

3.6 การวิเคราะห์

- นำข้อมูลทุติยภูมิ ประกอบด้วย แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบทางกายภาพ ได้แก่ กระบวนการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ การออกแบบสถาปัตยกรรม แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม แนวคิดด้านความพึงพอใจ แนวคิดด้านการตลาด มาเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาร่วมกับข้อมูลปฐมภูมิ
- ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ 1.แนวคิดและวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบทางกายภาพ 2. ลักษณะทางกายภาพที่เกิดจากการสร้างมูลค่าเพิ่มของโครงการ 3.การรับรู้คุณค่าของผู้อยู่อาศัยในโครงการ
- นำข้อมูลทุติยภูมิและปฐมภูมิมามีวิเคราะห์ร่วมกัน โดยการเปรียบเทียบแนวคิด วิธีการ และลักษณะทางกายภาพของโครงการ รวมถึงการวิเคราะห์การรับรู้คุณค่าผ่านการวัดระดับความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในโครงการ

3.7 การนำเสนอข้อมูล

3.7.1 นำเสนอการสรุปจากการสัมภาษณ์ ใช้วิธีการถอดคำสัมภาษณ์เพื่อหาคำสำคัญที่ผู้ให้สัมภาษณ์ตอบแล้วจึงนำเอาคำสำคัญมาขยายความเพื่อร้อยเรียงให้เกิดความสมบูรณ์ของคำตอบและให้ได้ใจความสำคัญของคำตอบ โดยแยกหัวข้อตามวัตถุประสงค์ในงานวิจัย

3.7.2 นำเสนอข้อมูลที่ได้จากการสำรวจโครงการด้วยวิธีการจดบันทึก โดยแสดงข้อมูลที่สำคัญที่ได้จากสำรวจโครงการผ่านการนำเสนอตามวัตถุประสงค์ในงานวิจัย

3.7.3 นำเสนอข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถาม ด้วยการแสดงผลเป็นร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย(Mean) ค่าความถี่(Frequencies) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) ด้วยการบรรยายพรรณนาเชิงวิเคราะห์

3.7.4 นำเสนอผลด้านความพึงพอใจที่ได้จากการทำแบบสอบถาม โดยการใช้เครื่องมือวัดจิตพิสัยด้วยแบบวัดมาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert's Method) แบบคำตอบ 5 ระดับ คือ

ระดับ 5 คะแนน หมายถึง **พึงพอใจมากที่สุด**

ระดับ 4 คะแนน หมายถึง **พึงพอใจมาก**

ระดับ 3 คะแนน หมายถึง **พึงพอใจปานกลาง**

ระดับ 2 คะแนน หมายถึง **พึงพอใจน้อย**

ระดับ 1 คะแนน หมายถึง **พึงพอใจน้อยที่สุด**

และใช้มาตรการแปลผลตามวิธีอันตรรกาคชั้น (5 ชั้น) มีเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินคะแนนเฉลี่ยที่ได้รับจากการให้ข้อมูลดังต่อไปนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง **พึงพอใจมากที่สุด**

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง **พึงพอใจมาก**

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง **พึงพอใจปานกลาง**

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง **พึงพอใจน้อย**

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง **พึงพอใจน้อยที่สุด**

3.7.5 การสรุปอภิปรายผล โดยการสรุปอภิปรายผลร่วมกับแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง รวมถึงงานวิจัยที่ผ่านมาและข้อเสนอแนะ

บทที่ 4

แนวคิดและวิธีการออกแบบทางกายภาพโครงการ

จากการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพโดยศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้มีส่วนร่วมในการออกโครงการจำนวน 7 ท่านได้แก่ ผู้ประกอบการ สถาปนิก สถาปนิกภายใน ภูมิสถาปนิก โครงการ The Chapter One (ระดับราคาปานกลาง) และ The Reserve (ระดับราคาสูง) โดยผู้วิจัยได้ทำการสรุปผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

1. แนวคิดในการออกแบบกายภาพของโครงการคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางและระดับราคาสูง
2. วิธีการออกแบบทางกายภาพของโครงการคอนโดมิเนียมในระดับราคาปานกลางและระดับราคาสูง
3. ลักษณะกายภาพที่เกิดจากการออกแบบของคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางและระดับราคาสูง

4.1 แนวคิดการออกแบบกายภาพของโครงการคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางและระดับราคาสูง

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและการเก็บข้อมูลทุติยภูมิสรุปได้ว่า ทีม Stylish Residence ของบริษัทพุกาเป็นทีมพัฒนาโครงการประเภทคอนโดมิเนียมของบริษัทพุกา เรียวเอสเตท โดยมีแนวคิดที่แตกต่างจากทีมอื่นในด้านการเลือกพัฒนาเฉพาะโครงการประเภทคอนโดมิเนียมระดับพรีเมียมที่มีการเลือกที่ตั้งโครงการในทำเลศักยภาพบนพื้นที่กรุงเทพมหานคร เน้นการตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าคนรุ่นใหม่และกลุ่มคนที่ต้องการที่อยู่อาศัยในเมืองที่มีรสนิยมและเน้นการออกแบบที่มีความทันสมัย มีความเชื่อมั่นในตนเองในการเลือกบริโภคสินค้า พร้อมด้วยการบริการหลังการขายที่มีมาตรฐานที่ดีและมีความมั่นคงทางด้านการเงินของบริษัท โดยทีม Stylish Residence พัฒนาคอนโดมิเนียมประเภท Boutique Condominium หมายถึง คอนโดมิเนียมขนาดเล็กที่มีการบริการอย่างมีระดับ เน้นการออกแบบที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในทุกโครงการ โดยพัฒนาโครงการภายใต้แบรนด์ย่อยได้แก่ The Chapter One (ระดับราคาปานกลาง) และ The Reserve (ระดับราคาสูง) (เดิมเคยพัฒนาหลายแบรนด์แต่มีการยุบรวมเหลือแค่ 2 แบรนด์ที่ภายใต้การทำงานของทีม Stylish Residence)

แนวคิดในการพัฒนาโครงการภายใต้แบรนด์ย่อย The Chapter One (ระดับราคาปานกลาง) และ The Reserve (ระดับราคาสูง) ของทีม Stylish Residence ใช้แนวคิดกำหนดการตลาดเป้าหมาย (Target Marketing / STP Marketing) ประกอบด้วย

1.การแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาด โดยการเลือกทำเลที่ตั้งที่อยู่บริเวณระบบขนส่งมวลชน หรือทำเลที่มีศักยภาพในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

2.การกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด โดยกำหนดกลุ่มฐานลูกค้าคนรุ่นใหม่ที่ต้องการอยู่อาศัยในตัวเมืองกรุงเทพมหานคร

3.การวางตำแหน่งทางการตลาด โดยการกำหนดราคาขายที่ต่างกันตามระดับราคาที่ดิน และกำหนดขนาดห้องพักที่แตกต่างกันตามกลุ่มลูกค้า

แนวคิดในการพัฒนาโครงการมีการวางตำแหน่งแบรนด์ที่แตกต่างกัน ด้วยการกำหนดการตลาดเป้าหมาย (Target Marketing / STP Marketing) ซึ่งมีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4 แนวคิดในการพัฒนาภายใต้แบรนด์ย่อย The Chapter One (ระดับราคาปานกลาง) และ The Reserve (ระดับราคาสูง) ของทีม Stylish Residence

แนวคิดในการพัฒนาภายใต้แบรนด์ย่อย	The Chapter One (ระดับราคาปานกลาง)	The Reserve (ระดับราคาสูง)
การแบ่งส่วนทางการตลาด (Market segmentation)		
ทำเลที่ตั้ง	- ทำเลอยู่ในบริเวณจุดเชื่อมต่อที่ใกล้รถไฟฟ้าหรือรถไฟฟ้าใต้ดิน - ใกล้มหาวิทยาลัยหรือแหล่งงานที่มีกลุ่มคนที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมสูง	- ทำเลอยู่บนแนวรถไฟฟ้า - แหล่งการค้า หรือแหล่งธุรกิจ(CBD) ของกรุงเทพมหานคร เช่น ทำเล ปทุมวัน เพลินจิต สาทร ทองหล่อ และ สุขุมวิทตอนต้น
ราคาซื้อที่ดิน ณ ปี 2559	- ต่ำกว่า 500,000 บาทต่อตารางวา	- 500,000 - 1,500,000 บาทต่อตารางวา
การกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด (Market targeting)		
กลุ่มฐานลูกค้า	- กลุ่มคนเริ่มต้นทำงานที่ผ่อนคอนโดแรกในชีวิต - กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ต้องการอยู่ในเมืองหรือพื้นที่ต่อขยาย	- กลุ่มคนที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมที่อยู่ในพื้นที่ที่มีมูลค่าสูงในอนาคต - กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ต้องการอยู่ในใจกลางเมือง
	- กลุ่มคนที่มีรายได้ปานกลาง	- กลุ่มคนที่มีรายได้สูง

การวางตำแหน่งทางการตลาด (Market positioning)		
ราคาขาย ณ ปี 2559	- ราคาขาย 100,000-130,000 บาท ต่อตารางเมตร	- ราคาขาย 150,000-300,000 บาทต่อ ตารางเมตร
ขนาดห้องพัก มาตรฐาน	- ห้อง studio / ห้อง 1 ห้องนอน / ห้อง 2 ห้องนอน - ขนาดห้องเฉลี่ย 23-35 ตารางเมตร	- ห้อง studio / ห้อง 1 ห้องนอน / ห้อง 2 ห้องนอน - ขนาดห้องเฉลี่ย 28-55 ตารางเมตร
การออกแบบ	- เน้นการตอบสนองไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่	- ดูหรูหรา สุขุม มีลักษณะพิเศษ เฉพาะตัว

ที่มา : สรุปลงจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างของผู้วิจัย

การกำหนดการตลาดเป้าหมาย (Target Marketing) เป็นตัวกำหนดพื้นฐานด้านแนวคิดและวิธีการในการออกแบบทางกายภาพของ สถาปนิก สถาปนิกภายใน และภูมิสถาปนิก ส่งผลให้เกิดแนวความคิดและวิธีการออกแบบโครงการที่ผู้วิจัยเลือกศึกษา ได้แก่โครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 (ระดับราคาปานกลาง) และโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง) ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5 แนวคิดพื้นฐานในการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบทางกายภาพของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว1 และโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3

แนวความคิดพื้นฐานในการออกแบบทางกายภาพที่เหมือนกันทั้ง 2 ระดับราคา		
แนวคิดในการ ออกแบบ	The Chapter One Campus ลาดพร้าว 1 (ระดับราคาปานกลาง)	The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง)
ผู้ประกอบการ	การพัฒนาโครงการเพื่อตอบสนองคนรุ่นใหม่ที่ต้องการอาศัยอยู่ในเมือง ด้วยการออกแบบที่แตกต่างเพื่อสร้างประสบการณ์เฉพาะตัวของโครงการ	
สถาปนิก	การใช้ประโยชน์บนพื้นที่อย่างสูงสุดบนพื้นฐานการอยู่อาศัยที่ดี วางห้องพักในตำแหน่งที่มีมุมมองที่ดีและลดทอนพื้นที่บางส่วนลงเพื่อสร้างมุมมองที่ดี เพิ่มเติมเป็นพื้นที่ส่วนกลางให้กับลูกค้าและสามารถควบคุมความระบอบความปลอดภัยของโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ	
สถาปนิก ภายใน	ออกแบบพื้นที่ส่วนกลางและห้องพักที่มีรายละเอียดในการใช้งานที่สะดวกสบายสามารถใช้ประโยชน์ของพื้นที่ภายในได้สูงสุดและมีความสวยงาม	
ภูมิสถาปนิก	ออกแบบเพื่อสร้างพื้นที่การใช้งานที่มีประสิทธิภาพให้กับพื้นที่สวน โดยคำนึงถึงความประทับใจภายในโครงการโดยสร้างมุมมองที่ดีให้กับโครงการ	

ที่มา : สรุปลงจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างของผู้วิจัย

แนวคิดในการออกแบบพื้นฐานของคอนโดมิเนียมทั้ง 2 ระดับราคาเหมือนกันในแนวคิดด้านหน้าที่ใช้สอย คือ การใช้ประโยชน์บนพื้นที่อย่างสูงสุดและลดทอนพื้นที่บางส่วนเพื่อปรับเป็นพื้นที่ส่วนกลาง และ

แนวความคิดด้านจิตวิทยา ในการสร้างมุมมองที่ดีและความสวยงามให้กับโครงการ แต่ในรายละเอียดปลีกย่อยมีแนวคิดและวิธีการออกแบบที่แตกต่างกันดังนี้

ตารางที่ 6 แนวคิดในรายละเอียดการออกแบบทางกายภาพเฉพาะตัวของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว1 (ระดับราคาปานกลาง) และโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง)

แนวความคิดในรายละเอียดการออกแบบทางกายภาพเฉพาะตัวของโครงการ		
แนวคิดในการออกแบบ	The Chapter One Campus ลาดพร้าว 1 (ระดับราคาปานกลาง)	The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง)
ผู้ประกอบการ	<ul style="list-style-type: none"> - การออกแบบเน้นทำระดับราคา สอดคล้องความสามารถในการจ่าย (Affordability) สำหรับกลุ่มคนที่ผ่อนคอนโดแรกในชีวิต เช่น กลุ่มคนเริ่มต้นทำงาน - สร้างเป็นอาคารทดแทนผู้ที่เช่าอพาร์ทเมนท์อยู่อาศัย - ออกแบบให้ตอบสนอง Life style คนรุ่นใหม่ 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบโดยคำนึงถึงบริบทรอบข้าง นำรายละเอียดในการออกแบบบ้านหมอมิซึ่งเป็นคหบดีเก่าในสมัยรัชกาลที่ 5 มาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบโครงการ ในรูปแบบ Timeless Classic เพื่อสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว - สร้างคอนโดมิเนียมให้เหมือนโรงแรมบูทีค ที่มีการบริการอย่างครบครัน - ตกแต่งให้หรูหรา ดูสุขุม เป็นผู้ใหญ่ มีความพิเศษเฉพาะตัว
สถาปนิก	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบอาคารที่มีพื้นที่เล็กให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ภายใต้การอยู่อาศัยที่มีคุณภาพชีวิตดี - สร้างความแตกต่างในการออกแบบ 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบอาคารที่อยู่สบายเหมือนบ้าน - ออกแบบโดยนำอาคารบ้านหมอมิซึ่งเป็นคหบดีเก่าในสมัยรัชกาลที่ 5 มาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบเพื่อสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวของโครงการ - เน้นพื้นที่ส่วนกลางให้มีขนาดใหญ่
สถาปนิกภายใน	<ul style="list-style-type: none"> - การออกแบบเรียบง่ายและง่ายต่อการจัดการก่อสร้างที่มีจำนวนมาก ไม่ต้องใส่รายละเอียดมากเน้นความสวยงามของการเลือกวัสดุ - เน้นความคุ้มค่าในการซื้อ 	<ul style="list-style-type: none"> - การออกแบบเน้นรายละเอียดด้านความงามและสร้างความหรูหรา - การออกแบบเน้นการใช้สอยที่มีประสิทธิภาพ - ออกแบบโดยนำอาคารบ้านหมอมิมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ

แนวความคิดในรายละเอียดการออกแบบทางกายภาพเฉพาะตัวของโครงการ		
แนวคิดในการออกแบบ	The Chapter One Campus ลาดพร้าว 1 (ระดับราคาปานกลาง)	The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง)
	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบตกแต่งภายในให้ดูแลรักษาง่าย - ออกแบบให้ดูทันสมัยเหมาะกับคนรุ่นใหม่ 	
ภูมิสถาปนิก	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างพื้นที่ขนาดเล็กให้มีประโยชน์ใช้สอยอย่างสูงสุด เนื่องจากผู้ประกอบการอยากลงทุนให้น้อยแต่มีพื้นที่สวนที่สวยงาม 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบสวนให้มีความร่มรื่นและสร้างประโยชน์ให้กับพื้นที่สูงสุด - การออกแบบใช้องค์ประกอบ Classic ช่วยสร้างความหรูหราให้กับโครงการ

ที่มา : สรุปรูปจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างของผู้วิจัย

แนวคิดในการออกแบบเฉพาะตัวของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 ประกอบด้วยแนวความคิดด้านหน้าที่ใช้สอย คือ ออกแบบพื้นที่เล็กให้มีประสิทธิภาพสูงสุด การออกแบบให้เรียบง่ายต่อการก่อสร้างและการใช้งาน แนวความคิดด้านจิตวิทยา คือ การออกแบบที่มีรายละเอียดแตกต่างจากในตลาด แนวความคิดทางสุนทรียภาพ คือ การออกแบบให้มีรายละเอียดที่เรียบง่ายเน้นความสวยงามของการเลือกใช้วัสดุ และมีแนวความคิดที่โดดเด่นด้านเศรษฐกิจ คือ การเน้นความคุ้มค่าในการซื้อที่สอดคล้องความสามารถในการจ่าย (Affordability) ของคนระดับปานกลาง

แนวคิดในการออกแบบเฉพาะตัวของโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 ประกอบด้วยแนวความคิดด้านหน้าที่ใช้สอย เน้นพื้นที่ใช้สอยที่มีประโยชน์ในพื้นที่อย่างสูงสุด แนวความคิดด้านจิตวิทยา คือ การออกแบบอาคารให้อยู่สบายเหมือนบ้าน มีแนวความคิดที่โดดเด่นด้านสุนทรียภาพ คือ การออกแบบโดยคำนึงถึงบริบทรอบข้างด้วยการนำบ้านหมอมี่ ซึ่งเป็นบ้านคหบดีเก่ามาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ การออกแบบให้เหมือนโรงแรม บูทีค ที่เน้นการออกแบบให้ดูคลาสสิก เน้นรายละเอียดด้านความงาม ความหรูหรา และมีความร่มรื่นของสวนภายในโครงการ

4.2 วิธีการออกแบบทางกายภาพของโครงการคอนโดมิเนียมในระดับราคาปานกลางและระดับราคาสูง

วิธีการออกแบบทางกายภาพทั้ง 2 โครงการเริ่มการออกแบบด้วยวิธีการแก้ปัญหาในเชิงการวิเคราะห์ตามเหตุและผล (Logical) โดยการออกแบบพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด แล้วจึงค่อยๆลดทอนอาคารเป็นพื้นที่ส่วนกลาง เพื่อสร้างการรับรู้ในเชิงนามธรรมต่อไปในเรื่องการสร้างบรรยากาศภายในโครงการ ให้เกิดความรู้สึกและประสบการณ์ร่วมโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

โครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 เริ่มจากการจัดวางผังอาคารมีห้องพักจำนวนมากที่สุด แล้วจึงเปิดพื้นที่ตรงกลางอาคาร เพื่อจัดเป็นส่วนในการสร้างมุมมองที่ดีภายในโครงการที่สามารถมองเห็นได้ในทุกกิจกรรมและสร้างมุมนั่งเล่นให้สามารถเข้าไปใช้งานได้ การจัดวางผังภายในห้องมีการรวมกิจกรรมบางส่วนเข้าไว้ด้วยกันเพื่อประหยัดพื้นที่ต่อตารางเมตรลงโดยคำนึงถึงขนาดห้องที่ส่งผลต่อความสามารถในการจ่ายของคนระดับปานกลาง การตกแต่งภายในใช้วัสดุที่ดูแลรักษาง่ายและมีราคาไม่สูงแต่เน้นความคุ้มค่าในการซื้อด้วยการให้เครื่องเรือนภายในห้องที่ครบครัน เน้นพื้นที่เก็บของ พื้นที่ส่วนกลางออกแบบให้มีขนาดเล็กทั้งพื้นที่สวน ห้องฟิตเนส สระว่ายน้ำ เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาในอนาคตซึ่งเป็นรายจ่ายส่วนกลางของอาคารและลดต้นทุนในการก่อสร้างของผู้ประกอบการแต่ยังคงดูทันสมัย รวมถึงการกำหนดพื้นที่จอดรถตามกฎหมายเพื่อเพิ่มเป็นพื้นที่ขายให้ได้มากที่สุด

โครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 เริ่มการออกแบบโดยการคำนึงถึงบริบทของพื้นที่เดิมในอดีตเคยเป็นบ้านหมอมี่ซึ่งเป็นคหบดีเก่าในสมัยรัชกาลที่ 5 จึงได้แรงบันดาลใจในออกแบบโดยนำองค์ประกอบของบ้านหมอมี่มาใช้ในการตกแต่งโครงการทั้งภายนอกและภายในอาคาร สร้างอาคารให้มีความกลมกลืนไปกับพื้นที่ด้วยการออกแบบอาคารให้มีขนาดเล็กและสร้างไม่เต็มพื้นที่เพื่อเปิดให้มีพื้นที่โล่งสร้างบรรยากาศคล้ายโรงแรม บูทีก ขนาดเล็กโดยวางเรื่องรับรองไว้กลางโครงการลักษณะคล้ายศาลาต้อนรับใช้ในการรองรับลูกค้าบ้านและแขกผู้เข้าพักโครงการ เปิดอาคารให้มีพื้นที่สวนที่ร่มรื่นและมีความเป็นส่วนตัวสูงตรงกลางพื้นที่ ที่สามารถเข้าไปใช้งานได้หลากหลายมุมมอง เน้นการสร้างอาคารอยู่สบายเหมือนบ้านด้วยการนำพื้นที่จอดรถไปไว้ใต้ดินทำให้พื้นที่ภายในห้องมีฝ้าที่สูงขึ้นภายในห้องพักมีการแบ่งห้องพักที่เป็นสัดส่วนชัดเจนเพื่อแยกพื้นที่ในการใช้งานและใช้วัสดุที่มีราคาสูง รวมถึงสุขภัณฑ์ที่หาไม่ได้ในท้องตลาดมาใช้ การออกแบบเน้นการใช้สอยที่มีประสิทธิภาพและรายละเอียดด้านความงามในการสร้างความหรูหราให้กับโครงการ

ตารางที่ 7 วิธีการออกแบบทางกายภาพของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1
(ระดับราคาปานกลาง) และโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง)

วิธีการออกแบบทางกายภาพของโครงการ		
โครงการ	The Chapter One Campus ลาดพร้าว 1 (ระดับราคาปานกลาง)	The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง)
ผู้ประกอบการ	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบห้องพักให้มีขนาดเล็กเพื่อลดราคารวมต่อห้องลงให้คนระดับฐานะปานกลางสามารถจับต้องได้ - สร้างพื้นที่จอดรถตามกฎหมายเพื่อประหยัดต้นทุนในการก่อสร้าง - สร้างจำนวนชั้นตามกฎหมาย เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าในที่ดินมากที่สุด และเปิดมุมมองที่ดีภายในโครงการ - สร้างพื้นที่ส่วนกลางขนาดเล็ก ประหยัดค่าใช้จ่ายการบำรุงรักษาในอนาคต เนื่องจากอาคารมีจำนวนห้องน้อยไม่มีความจำเป็นในการก่อสร้างส่วนกลางใหญ่ 	<ul style="list-style-type: none"> - นำข้อดีของที่ตั้งมาสร้างเป็นจุดเด่นที่มีความแตกต่างที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของโครงการ - ออกแบบพื้นที่ห้องและพื้นที่ส่วนกลางมีขนาดใหญ่ อยู่สบายเหมือนโรงแรมและมีการบริการในพื้นที่ส่วนกลางที่ครบครัน - สร้างพื้นที่จอดรถให้มากกว่ากฎหมายเพราะลูกค้ากลุ่มนี้เน้นใช้รถยนต์ส่วนตัว - ห้องอยู่สบาย หน้าต่างใหญ่ ฝ้าภายในห้องต้องสูง เพื่อสร้างความหรูหราโดยลดจำนวนชั้นตามกฎหมายจาก 8 ชั้นเหลือ 7 ชั้นเพื่อเพิ่มพื้นที่ในแนวสูง - สร้างบรรยากาศภายในโครงการให้สวยงามมีกลิ่นอายรูปแบบ Timeless classic คล้ายอาคารบ้านหมอมี่
สถาปนิก	<ul style="list-style-type: none"> - จัดห้องพักให้ได้มากที่สุดแล้วลดจำนวนห้องเพื่อสร้างสวนบริเวณตรงกลางพื้นที่เพื่อเปิดมุมมองที่ดีภายในโครงการ - สร้างพื้นที่ส่วนกลางให้สามารถใช้งานได้โดยประหยัดพื้นที่เพื่อสร้างเป็นพื้นที่ขาย - สร้างพื้นที่จอดรถตามกฎหมาย เพื่อลดพื้นที่การก่อสร้าง - การออกแบบสไตล์ New York Loft เน้นองค์ประกอบที่มีรายละเอียด Classic ผสมเข้าไป เนื่องจากตลาดในตอนนั้นยังไม่มีผู้ประกอบการรายอื่นทำ ส่วนมากจะเป็นการออกแบบที่เรียบง่ายสไตล์ Modern 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบอาคารให้มีขนาดเล็กโดยสร้างความกลมกลืนไปกับบริบทโดยรอบ มีพื้นที่โล่ง สร้างเรือนรับรองให้เป็นจุดขายและทำบรรยากาศภายในโครงการให้ดู Classic - เน้นฝ้าอาคารสูงกว่าคอนโดมิเนียม Low rise ปกติด้วยการลดจำนวนชั้นลงเหลือ 7 ชั้น และสร้างหน้าต่างใหญ่เป็นจุดขายให้ดูหรูหรามากขึ้น - เน้นพื้นที่ส่วนกลางขนาดใหญ่สามารถใช้งานได้สะดวกสบาย มีความครบครันและมีความเป็นส่วนตัวสูงและขนาดห้องพักที่อยู่สบาย - สร้างพื้นที่จอดรถให้ได้มากที่สุดตามขนาดพื้นที่และนำไปไว้ในชั้นใต้ดินเพื่อสร้างมุมมองที่ดี

วิธีการออกแบบทางกายภาพของโครงการ		
โครงการ	The Chapter One Campus ลาดพร้าว 1 (ระดับราคาปานกลาง)	The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง)
สถานีภายใน	<ul style="list-style-type: none"> - รวมพื้นที่บางส่วนเนื่องจากมีพื้นที่จำกัด เช่น รวมพื้นที่รับประทานอาหารกับนั่งเล่นไว้ในตำแหน่งเดียวกัน - ตกแต่งเรียบง่าย เน้นความสวยงามของวัสดุ ให้ดูทันสมัยสไตล์แบบ New York Loft เหมาะสำหรับคนรุ่นใหม่ - ใช้วัสดุที่ดูแลจัดการง่าย มีราคาไม่สูง เช่น ลามิเนต ผนังทาสี เพอร์นิเจอร์เมลามีน - ให้เพอร์นิเจอร์ภายในห้องอย่างครบครัน และเน้นการออกแบบพื้นที่เก็บของ - สุขภัณฑ์มาตรฐานโดยดูจากระดับราคาเป็นหลัก 	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างความแตกต่างด้วยการแบ่งห้องพักที่เป็นสัดส่วนและมีพื้นที่การใช้งานภายในห้องที่ครบครัน เช่น การแยกพื้นที่ส่วนครัวออกเป็นห้องชัดเจน - ตกแต่งภายในหรูหราแบบ Classic ใช้วัสดุที่มีราคาสูงมาใช้ในโครงการเพื่อสร้างความหรูหราให้กับพื้นที่ เช่น หินอ่อน เพอร์นิเจอร์ไม้แอช ผนังWallpaper มือจับทองเหลือง - ให้เพอร์นิเจอร์ภายในห้องครบครันเน้นพื้นที่เก็บของและความสวยงามภายในห้อง - สุขภัณฑ์ รูปแบบClassic หาไม่ได้ในท้องตลาด
ภูมิสถาปนิก	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างพื้นที่สวนให้มีมุมนั่งเล่นเพื่อให้ลูกบ้านได้เข้าไปใช้งานและเป็นมุมมองที่ดีให้กับโครงการ - สระว่ายน้ำขนาดเล็ก พอใช้งานได้ - พื้นที่ Roof garden ขนาดเล็กไม่ต้องดูแลมาก - ดึงพื้นที่สวนที่มีน้อยให้เข้ามาอยู่ในบริเวณที่มองเห็นได้ทุกกิจกรรมให้รู้สึกถึงความร่มรื่น 	<ul style="list-style-type: none"> - นำองค์ประกอบ Classic เช่น ลายบนพื้น ภายนอก และการเลือกพรรณไม้ฝรั่งมาใช้ในงาน - สร้างมุมมองที่ดีจัดพื้นที่ใช้งานในสวนที่หลากหลาย - ใช้ต้นไม้ช่วยในการสร้างความเป็นส่วนตัวให้กับพื้นที่ห้องพักและพื้นที่ส่วนกลาง - สร้างสระว่ายน้ำขนาดใหญ่กลางพื้นที่สวน พื้นที่ลานกิจกรรมขนาดใหญ่ เพื่อสร้างพื้นที่ส่วนกลางที่ดีและเพิ่มความหรูหราให้กับโครงการ - ใช้พื้นที่สวนในการช่วยสร้างความปลอดภัยให้กับโครงการ เนื่องโครงการอยู่ในทำเลที่ดี มีความเป็นส่วนตัวสูง เพื่อทำให้โครงการน่าอยู่ยิ่งขึ้น

ที่มา : สรุปจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างของผู้วิจัย

4.3 ลักษณะกายภาพจากการออกแบบของคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางและระดับราคาสูง

4.3.1 ด้านรายละเอียดจากการสำรวจโครงการ

โครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 (ระดับราคาปานกลาง)



ภาพที่ 8 รูปทัศนียภาพอาคาร The Chapter One ลาดพร้าว 1 (ที่มา:www.pruksa.com)

ข้อมูลโครงการ

ประเภทอาคาร : อาคารคอนโดมิเนียมแนวราบจำนวน 8 ชั้น 1 อาคาร

ขนาดที่ดิน : 1 ไร่ 1 งาน 54 ตารางวา

พื้นที่อาคารรวม : 7,375 ตารางเมตร

พื้นที่ส่วนกลาง : 2,645 ตารางเมตร

พื้นที่ขาย : 4,730 ตารางเมตร (ห้องพักจำนวน 180 ยูนิต)

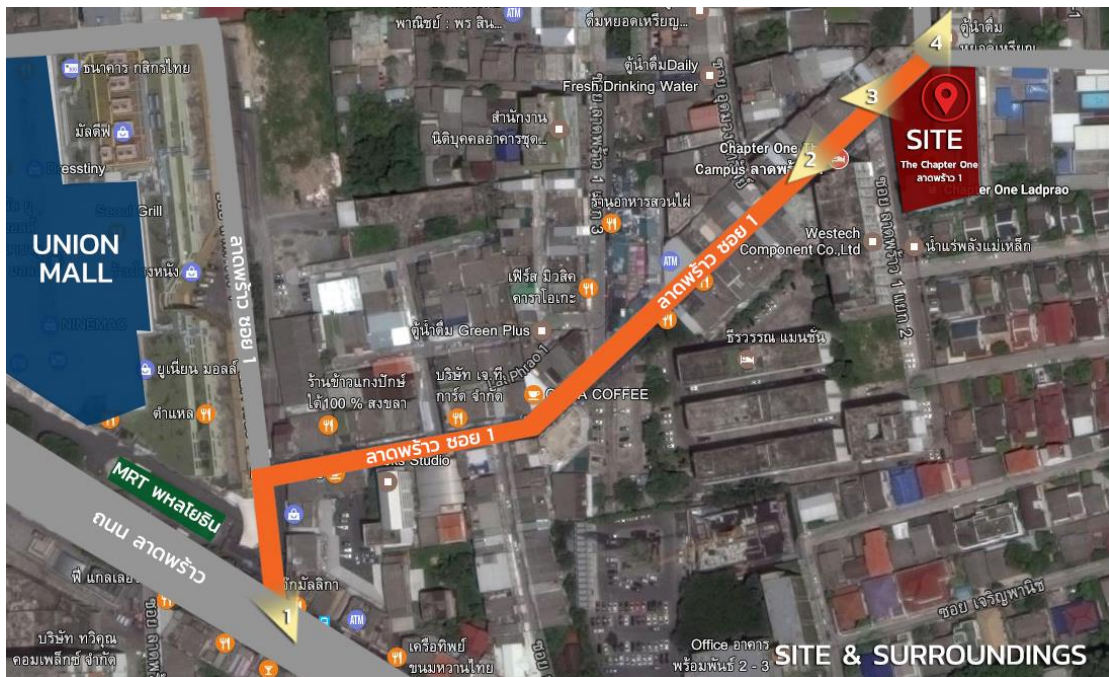
สัดส่วนพื้นที่ส่วนกลางต่อพื้นที่ขาย : ร้อยละ 64 : 36

ที่จอดรถ : 58 คัน หรือ 32%

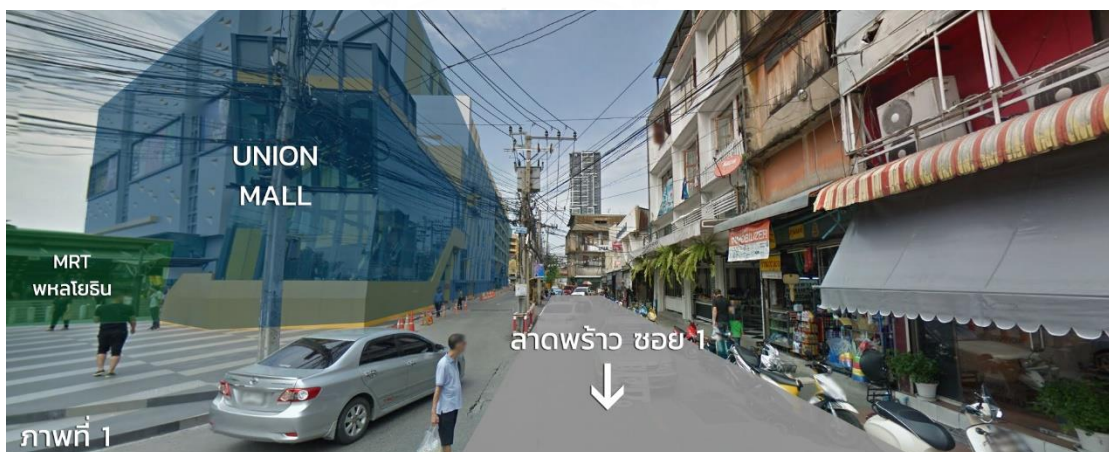
สิ่งอำนวยความสะดวก : ล็อบบี้ / ฟิตเนส / สระว่ายน้ำ / สวนหลังคา / สวน / เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยและกล้องวงจรปิด

4.3.1.1 ที่ตั้งโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1

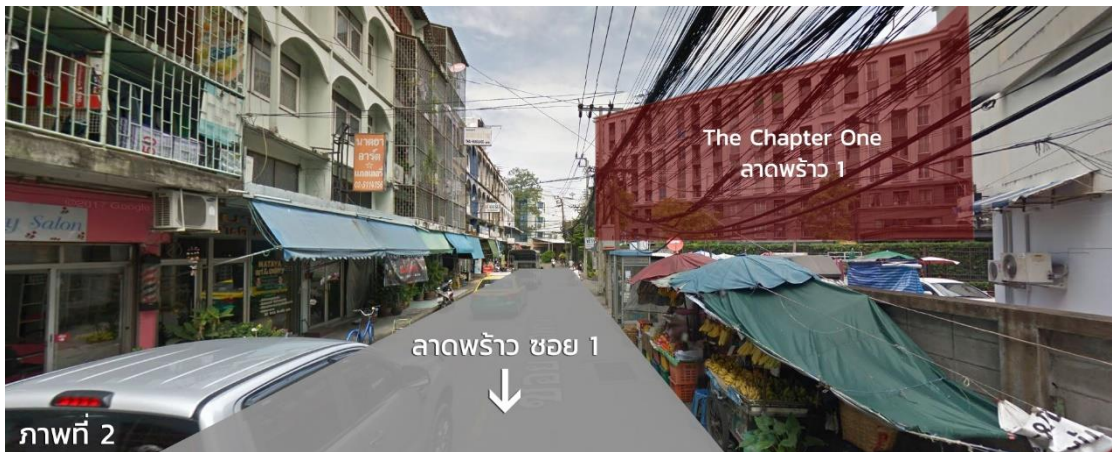
ที่ตั้งโครงการอยู่ในซอยลาดพร้าว ซอย 1 เป็นถนน 2 เลน กว้าง 8 เมตร 2 ข้างทาง เป็นตึกแถวที่ใช้การอยู่อาศัย ร้านค้า ร้านอาหารและร้านสะดวกซื้อ ลักษณะเป็นย่านชุมชนขนาดเล็กที่ค่อนข้างพลุกพล่าน มีการจราจรหนาแน่นบางเวลา เนื่องจากซอยลาดพร้าวซอย 1 เป็นซอยลัดไปยังยังถนนพหลโยธินและถนนรัชดาภิเษก



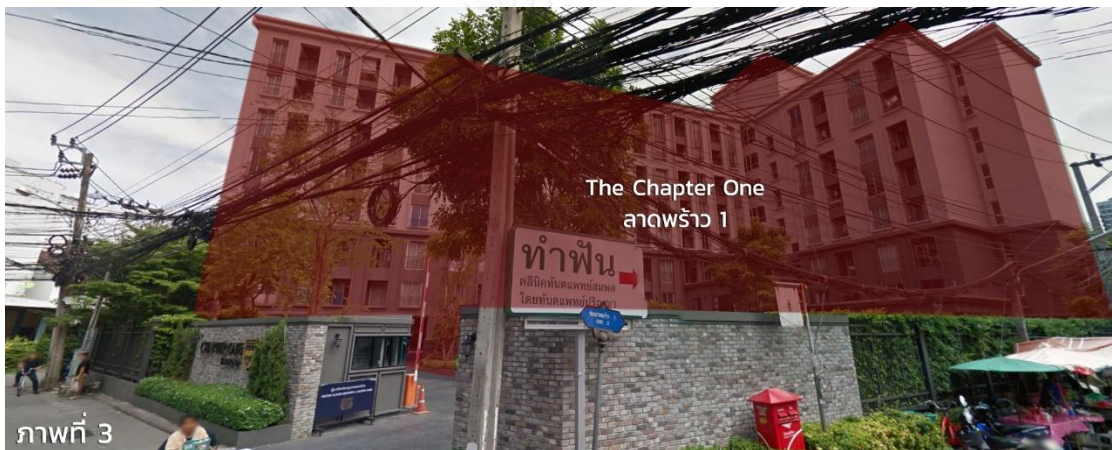
ภาพที่ 9 แผนที่โครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 (ที่มา : จากผู้วิจัย)



ภาพที่ 10 หน้าปากซอยลาดพร้าว ซอย 1 มีร้านอาหารและร้านขายของชำ ตามรายทาง (ที่มา : จากผู้วิจัย)



ภาพที่ 11 ภายในซอยลาดพร้าว ซอย 1 มีร้านทำผม ร้านอาหาร ร้านผลไม้ ตามรายทาง (ที่มา : จากผู้วิจัย)



ภาพที่ 12 หน้าโครงการ (ที่มา : จากผู้วิจัย)
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 13 หน้าโครงการมอญย้อนออกหน้าสู่ถนนลาดพร้าว มีร้านขายของชำอยู่ฝั่งตรงข้าม (ที่มา : จากผู้วิจัย)

4.3.1.2 การวางผังโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1

1.ผังพื้นที่ชั้นที่ 1 เป็นพื้นที่ทางเข้าโครงการ ส่วนล๊อบบี้ สระว่ายน้ำ พื้นที่สวน นิติบุคคล พื้นที่จอดรถในร่ม 48 คัน พื้นที่จอดรถภายนอก 10 คัน รวมทั้งหมด 58 คัน (32%) การเข้าไปใช้งานล๊อบบี้ จะต้องใช้Key Card ในการแต่ละทุกครั้งเพื่อเปิดประตู ส่วนโรงลิฟท์ก็ต้องใช้ Key card ในการแต่ละเพื่อเปิดประตู รวมถึงเป็นลิฟท์โดยสารแบบล๊อคชั้น



ภาพที่ 14 แสดงผังพื้นที่ชั้นที่ 1 โครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 (ที่มา:www.pruksa.com)

2.ผังพื้นที่ 2 เป็นพื้นที่ที่พิตเนส สวนหลังคาและห้องพักทั้งหมด 24 ห้อง พื้นที่พิตเนสต้องใช้ Key Cardในการแตะเพื่อเปิดประตูทุกครั้ง



ภาพที่ 15 แสดงผังพื้นที่ 2 โครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 (ที่มา:www.pruksa.com)

3.ผังพื้นที่ 3-8 เป็นห้องพักทั้งหมด 26 ห้องต่อชั้น



ภาพที่ 16 แสดงผังพื้นที่ 3-8 โครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 (ที่มา:www.pruksa.com)

4.3.1.3 รูปแบบห้องชุดโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 : ห้องพักจำนวน 180 ห้อง ประกอบด้วย

1. แบบ STUDIO ROOM ขนาด 23 - 24 ตารางเมตร ประกอบด้วย พื้นที่ส่วนครัว พื้นที่ส่วนนั่งเล่นและรับประทานอาหาร พื้นที่ส่วนนอน ห้องน้ำ ระเบียง จำนวน 54 Units (คิดเป็นร้อยละ 30) โดยห้องพักประเภทนี้ไม่มีพื้นที่รับประทานอาหารแยกจากพื้นที่นั่งเล่น



ภาพที่ 17 แสดงห้องพักประเภท STUDIO ROOM ขนาด 23 - 24 ตารางเมตร (ที่มา:www.pruksa.com)

2. แบบ 1 BEDROOM ขนาด 28.5 – 33.5 ตารางเมตร ประกอบด้วย พื้นที่ส่วนครัว พื้นที่ส่วนนั่งเล่นและรับประทานอาหาร ห้องนอน ห้องน้ำและระเบียง จำนวน 126 Units (คิดเป็นร้อยละ 70) โดยห้องพักประเภทนี้ไม่มีพื้นที่รับประทานอาหารแยกจากพื้นที่นั่งเล่น



1 Bedroom - B1
(28.54 SQ.M)



1 Bedroom - B2
(28.73 SQ.M)



1 Bedroom - B3
(31.29 SQ.M)

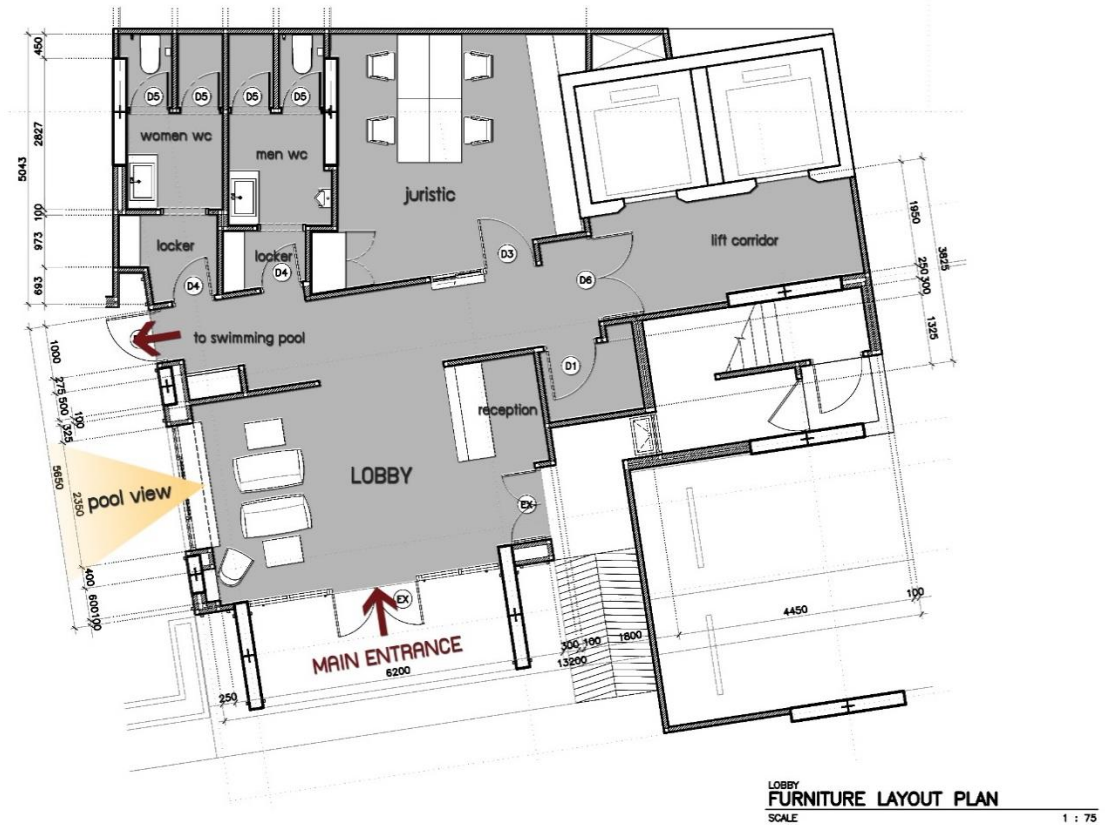


1 Bedroom - B4
(33.41 SQ.M)

ภาพที่ 18 แสดงห้องพักประเภท 1 BEDROOM ขนาด 28.5 – 33.5 ตารางเมตร (ที่มา:www.pruksa.com)

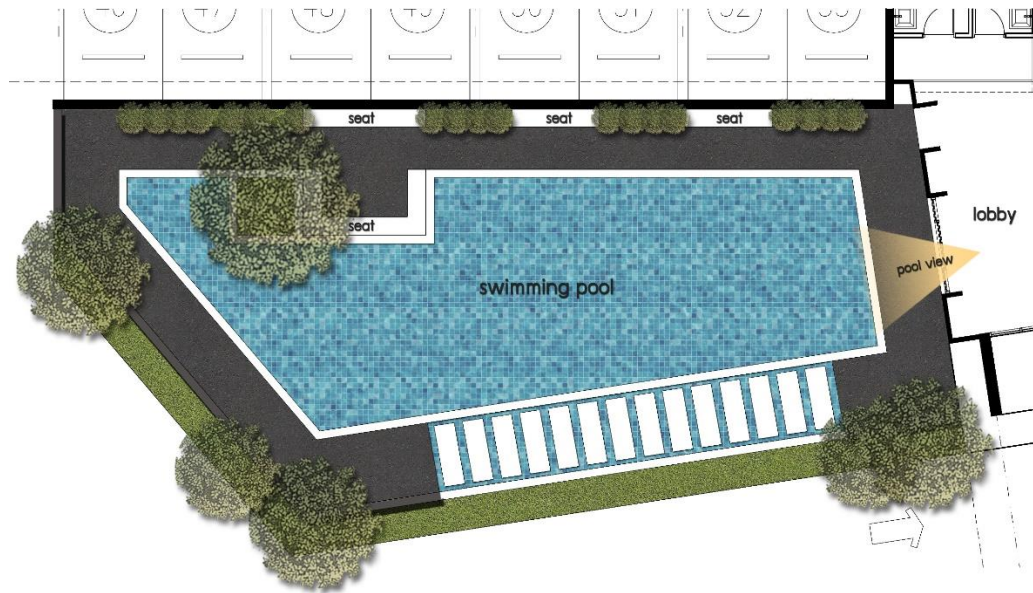
4.3.1.4 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1

1. ล็อบบี้ พื้นที่ที่ต้องรับลูกบ้านและแขกของโครงการ ประกอบด้วย พื้นที่นั่งพักคอยและ Counterพนักงานซึ่งพบว่าการใช้งานจริงไม่มีพนักงานมานั่งในพื้นที่นี้แต่พนักงานจะนั่งอยู่ในนิติบุคคล



ภาพที่ 19 แสดงรูปแบบอาคารเฝ้ารับรอง (ที่มา:ผู้วิจัยและwww.homenayoo.com)

2. สระว่ายน้ำ ให้บริการเฉพาะลูกบ้านโครงการ (เปิดบริการ 6:00 – 22:00น.)
ประกอบด้วยพื้นที่นั่งเล่นและสระว่ายน้ำ โดยพื้นที่นี้จะใช้พื้นที่ห้องน้ำร่วมกับลิโอบบี้



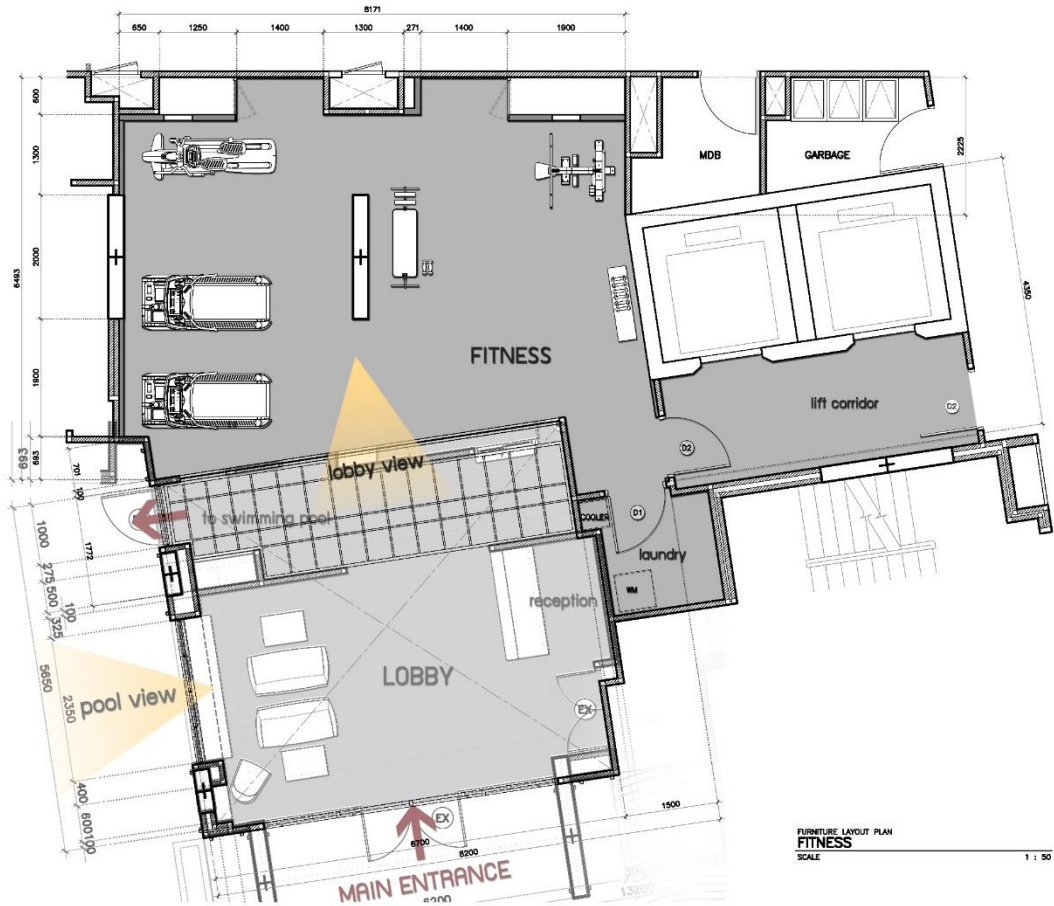
ภาพที่ 20 แสดงรูปแบบห้องสมุด (ที่มา:ผู้วิจัยและwww.homenayoo.com)

3. ห้องน้ำ+Locker room+Shower room ประกอบด้วยล็อกเกอร์ ห้องสุขาและห้องอาบน้ำ อยู่ในบริเวณพื้นที่ลิโอบบี้ซึ่งใช้ร่วมกับสระว่ายน้ำ



ภาพที่ 21 แสดงรูปแบบห้องน้ำ+Locker room+Steam room (ที่มา:www.homenayoo.com)

4. ฟิตเนส ให้บริการเฉพาะลูกบ้านโครงการ ประกอบไปด้วยเครื่องออกกำลังกายต่างๆ (เปิดบริการ 6:00 – 22:00น.) อยู่บริเวณ Double space ของพื้นที่ล๊อบบี้สามารถมองเห็นเชื่อมต่อกันได้



ภาพที่ 22 แสดงรูปแบบห้องฟิตเนส (ที่มา:ผู้วิจัยและwww.homenayoo.com)

5. **พื้นที่สวน** สามารถเข้าไปใช้ได้โดยรอบบริเวณโครงการ และบริเวณคาดฟ้าของโครงการ เป็นสวนที่มีขนาดเล็กใช้งานได้ค่อนข้างยากเนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ที่ใช้ในการจอดรถ

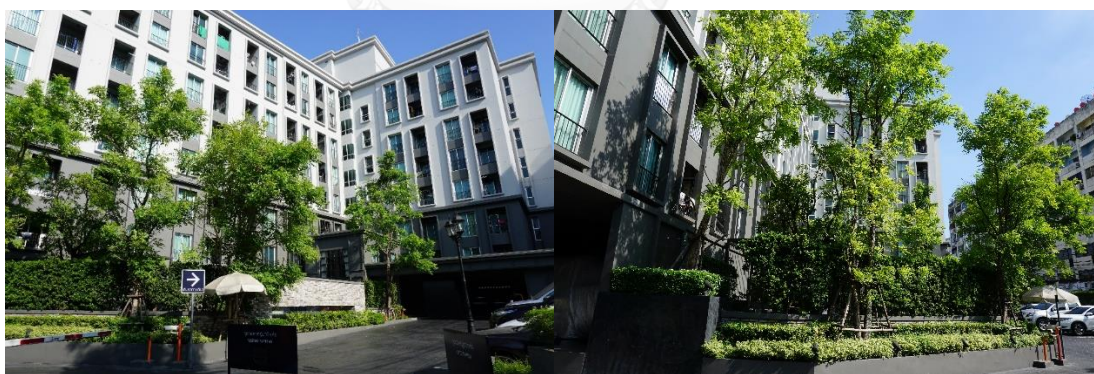


ภาพที่ 23 แสดงรูปแบบพื้นที่สวน (ที่มา:จากผู้วิจัย)

6. **เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย+กล้องวงจรปิด** ใช้ระบบKey card ในการเข้าถึงทุกส่วนของโครงการเพื่อสร้างความปลอดภัย เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมีการสอบถามและจัดการเข้าออกของลูกบ้านทุกครั้ง

4.3.1.5 **รายละเอียดด้านวัสดุที่ใช้ภายในโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1** ลักษณะตัวอาคารเป็นอาคารระบบไร้คาน (Post tension) ผนังอาคารใช้การก่ออิฐมวลย และอิฐมวลเบาฉาบเรียบทาสี

1.พื้นที่ส่วนกลาง (ภายนอกอาคาร)



ภาพที่ 24 พื้นที่ส่วนกลางภายนอกอาคาร (ที่มา:จากผู้วิจัย)

- พื้น : พื้นคอนกรีตพิมพ์ลาย พื้นกระเบื้องผิวด้าน
- ผนัง : ผนังคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูป ผิวเรียบทาสี หน้าต่างบานเลื่อนทำสีขาว กรงกระเบื้องบางส่วน
- ฝ้า : ฝ้ายิปซัมฉาบเรียบทาสี
- อื่นๆ : ปลูกต้นไม้ปกคลุม จัดสวนในบริเวณพื้นที่ภายนอก

2.พื้นที่ส่วนกลาง (ภายในอาคาร)



ภาพที่ 25 พื้นที่ส่วนกลางภายในอาคาร (ที่มา:จากผู้วิจัย)

- พื้น : พื้นกระเบื้องผิวมัน พื้นกระเบื้องยางลายไม้
- ผนัง : กรูผนังตกแต่งด้วยไม้ ไม้บัวไม้ทำสี ติดกระจกตกแต่ง หน้าต่างโครงเหล็กรูปแบบ Loft
- ฝ้า : ฝ้าฉาบเรียบทาสี ติดพัดลมเพื่อลดการใช้เครื่องปรับอากาศ

3.พื้นที่ภายในห้อง

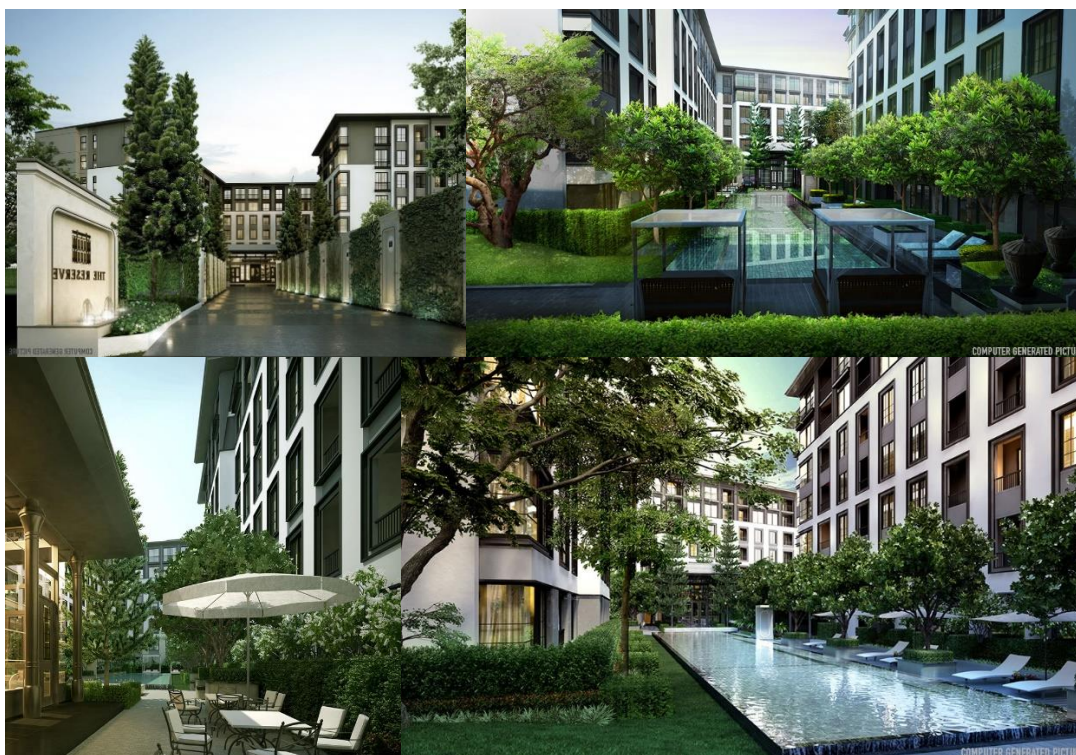




ภาพที่ 26 แสดงรูปแบบภายในห้องพัก (ที่มา:www.thinkofliving.com)

- พื้น : พื้นlaminat สีครีม กระเบื้องผิวด้าน
- ผ้าม่าน : ผ้าม่านทาสี
- ฝ้า : ฝ้าเพดานฉาบเรียบทาสี โคมไฟโປ้ะติดบนฝ้า
- เฟอร์นิเจอร์ : เฟอร์นิเจอร์ partical board แปะผิวเมลามีน
- สุขภัณฑ์ : สุขภัณฑ์มาตรฐาน ยี่ห้อ COTTO ไม่ติดที่กันอาบน้ำ
- ครุฑ : อ่างล้างจาน ยี่ห้อ TEKA ไม่ให้เตาและที่ตุ๋น

โครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง)



ภาพที่ 27 รูปทัศนียภาพอาคาร The Reserve เกษมสันต์ 3 (ที่มา:www.pruksa.com)

ข้อมูลโครงการ

ประเภทอาคาร : อาคารคอนโดมิเนียมแนวราบ อาคารประกอบไปด้วย อาคาร A จำนวน 7 ชั้น และ 1 ชั้นใต้ดิน / อาคาร B จำนวน 7 ชั้น และ 1 ชั้นใต้ดิน / เรือนรับรอง จำนวน 1 ชั้น

ขนาดที่ดิน : 3 ไร่ 2 งาน 57.1 ตารางวา

พื้นที่อาคารรวม : 20,352 ตารางเมตร

พื้นที่ส่วนกลาง : 9,790 ตารางเมตร

พื้นที่ขาย : 10,562 ตารางเมตร (ห้องพักจำนวน 273 ยูนิต)

สัดส่วนพื้นที่ส่วนกลางต่อพื้นที่ขาย : ร้อยละ 49 : 51

ที่จอดรถ : 138 คัน หรือ 50.5%

สิ่งอำนวยความสะดวก : ศาลารับรอง / ห้องสมุด / ฟิตเนส / สระว่ายน้ำ / Steam room / สวน / Free WIFI ส่วนกลาง / เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย / กล้องวงจรปิด

4.3.1.6 ที่ตั้งโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3

ที่ตั้งโครงการอยู่ในซอยเกษมสันต์ ซอย 3 เป็นซอยขนาดเล็ก ถนนกว้าง 7 เมตร พื้นที่ภายในซอยส่วนใหญ่เป็นบ้านส่วนตัว โรงแรมขนาดเล็ก ร้านอาหารขนาดเล็ก และอาคารพักอาศัยแนวราบ ภายในซอยค่อนข้างเงียบสงบ มีการสัญจรเข้าออกของรถไม่หนาแน่น

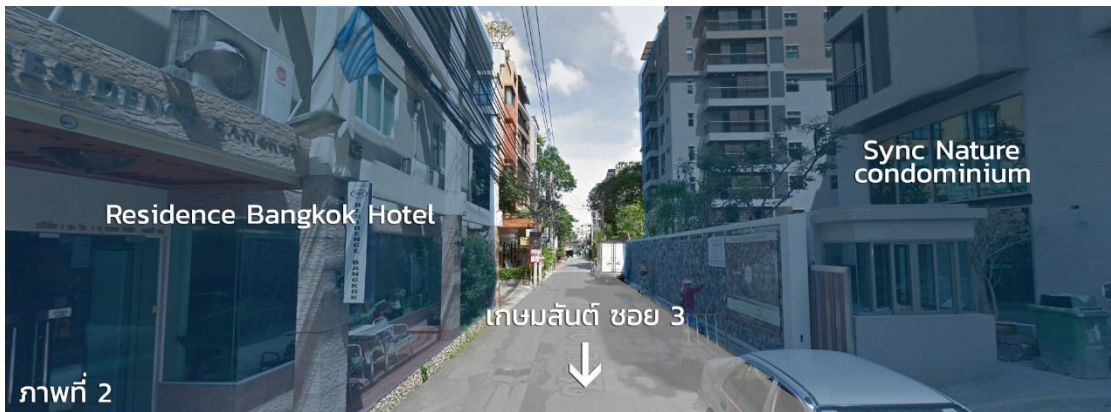


ภาพที่ 28 แผนที่โครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 (ที่มา : จากผู้วิจัย)

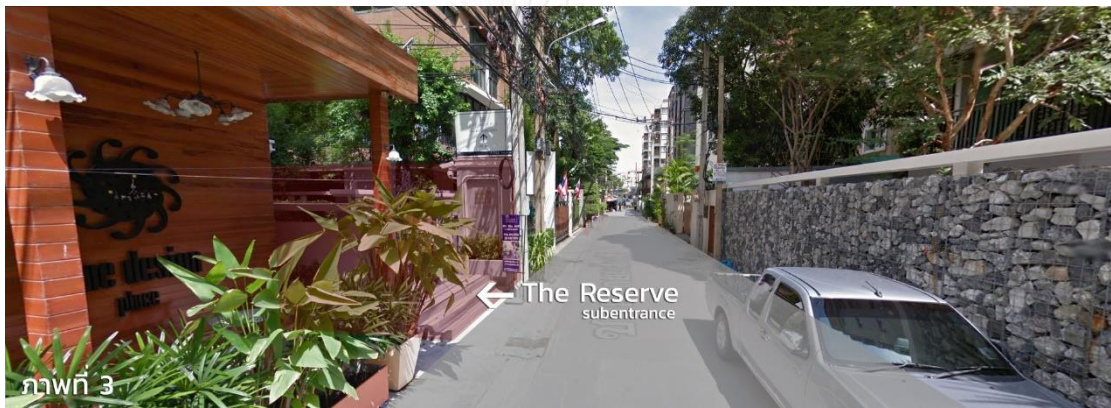


ภาพที่ 1

ภาพที่ 29 หน้าปากซอยเกษมสันต์ ซอย 3 ติดโรงแรมสยามแอทสยามและธนาคารกรุงไทย จากหน้าปากซอยสามารถเดินทางไปยังรถไฟฟ้าประมาณ 150 เมตร (ที่มา : จากผู้วิจัย)



ภาพที่ 30 ภายในซอยเกษมสันต์ ซอย 3 สองข้างทางเป็นโรงแรมขนาดเล็กและคอนโดมิเนียมแนวราบ (ที่มา : จากผู้วิจัย)



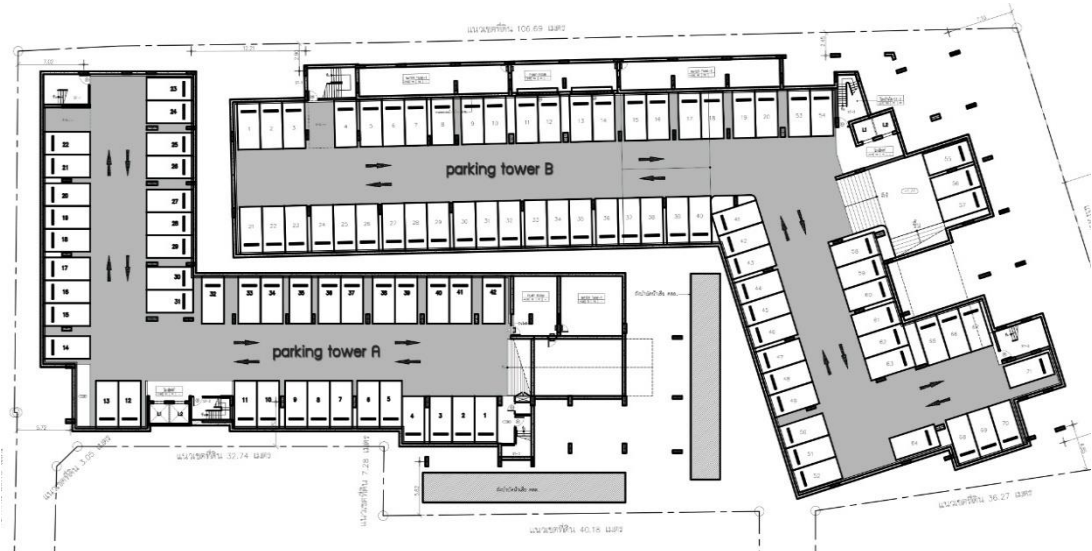
ภาพที่ 31 ทางเข้ารอง (ทางคนเดิน) ของโครงการ The Reserve ติดอยู่กับร้านอาหาร (ที่มา : จากผู้วิจัย)



ภาพที่ 32 ทางเข้าหลักของโครงการ The Reserve ถนนกว้าง 8 เมตร ด้านขวามือของภาพคืออาคารบ้านหมอมี่ สมัยรัชกาลที่ 5 กำลังทำการก่อสร้างเพื่อเปลี่ยนเป็นร้านอาหาร (ที่มา : จากผู้วิจัย)

4.3.1.7 ลักษณะอาคารโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3

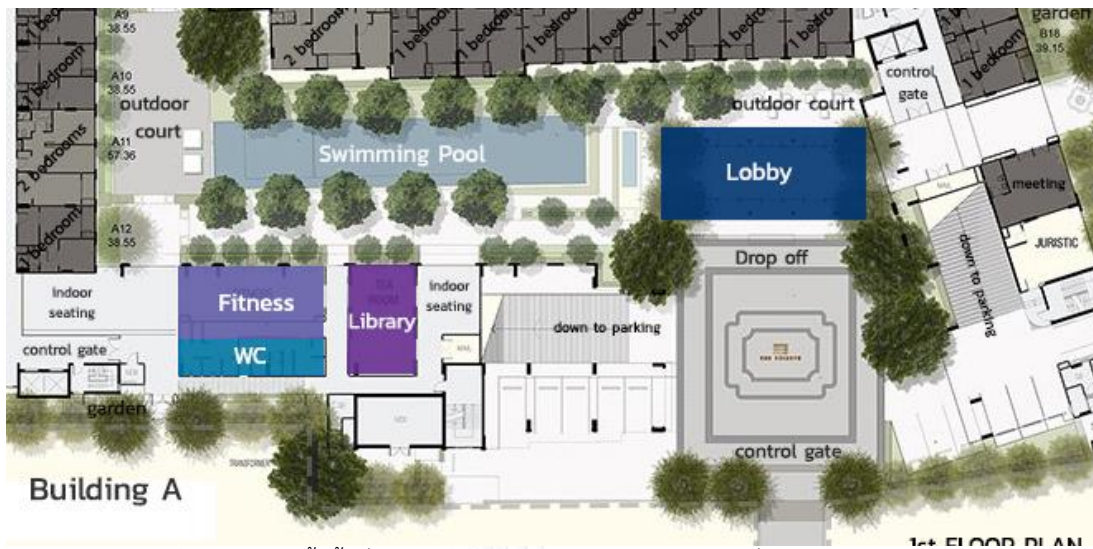
1. **ผังชั้นใต้ดิน** ประกอบไปด้วยที่จอดรถอาคาร A จำนวน 42 คัน และที่จอดรถอาคาร B จำนวน 71 คัน



ภาพที่ 33 แสดงผังพื้นชั้นที่ 1 โครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 (ที่มา:ผู้วิจัย)

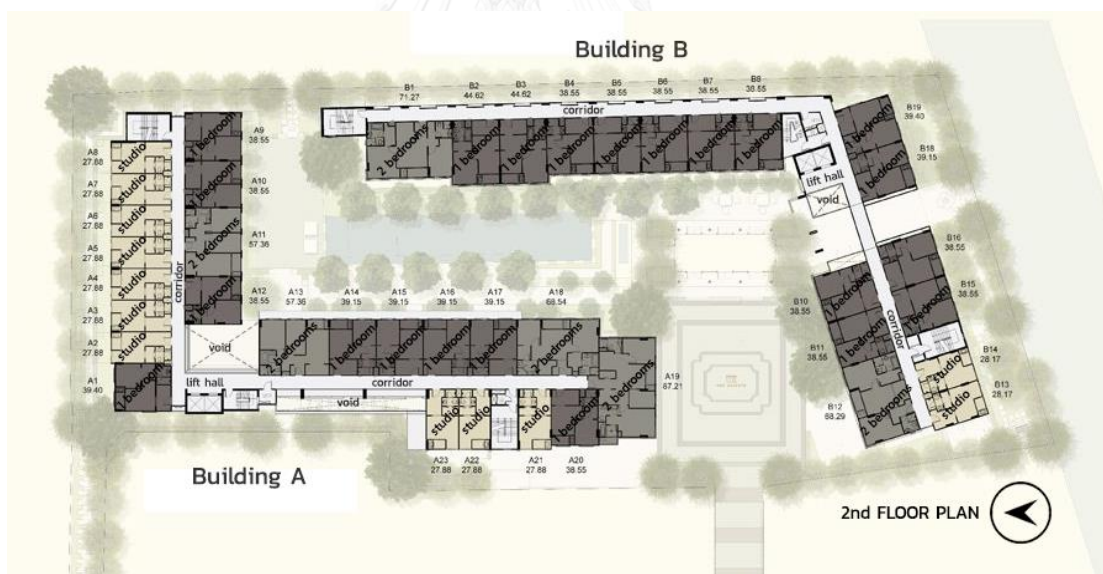
2. **ผังชั้นที่ 1** เป็นพื้นที่ทางเข้าโครงการประกอบด้วยทางเข้าหลัก และทางเข้ารอง (ทางคนเดิน) อาคาร A เป็นส่วน Fitness,ห้องสมุด (Tearoom), ส่วนนั่งเล่นภายนอก, ห้องพัก, สระว่ายน้ำ, Mailbox อาคาร B เป็นพื้นที่สำนักงานนิติบุคคล, ห้องพัก, Mailbox อาคารเรือนรับรองเป็นส่วน Lobby ที่ใช้ผ่านในการเข้าถึงทุกส่วนภายในโครงการ โดยใช้ระบบ Key Card





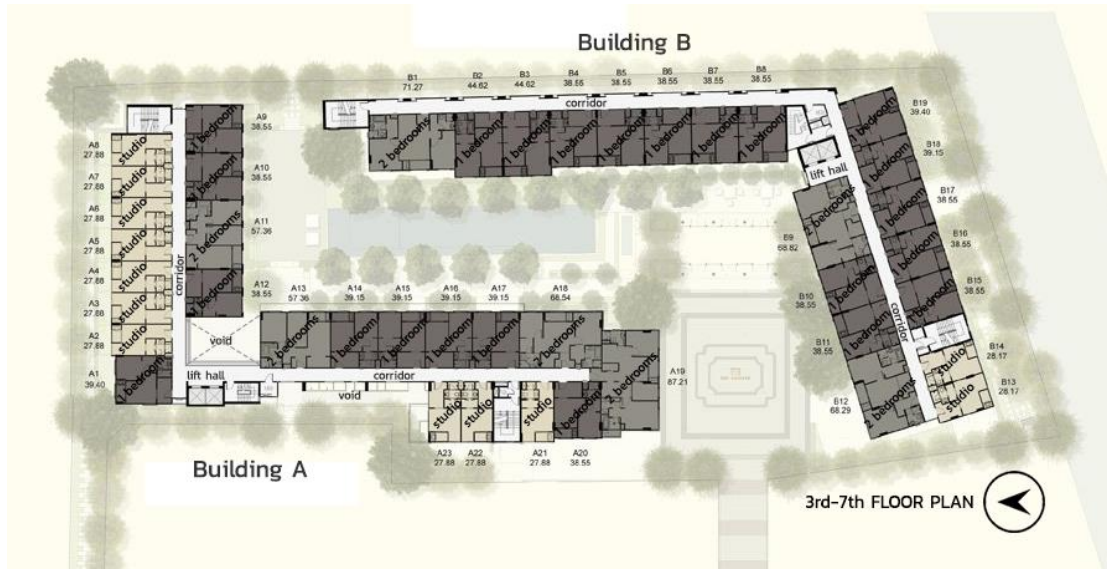
ภาพที่ 34 แสดงผังพื้นที่ 1 โครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 (ที่มา:www.pruksa.com)

3.ผังพื้นที่ 2 อาคาร A เป็นห้องพักทั้งหมด 23 ห้อง และอาคาร B ห้องพักทั้งหมด 17 ห้อง ทั้ง 2 ตึกต้องใช้ Key Card ในการเข้าถึงพื้นที่โดยเป็น Key Card ที่ถือการเข้าเฉพาะตึกของตนเอง และเป็นลิฟท์โดยสารแบบลิฟท์ชั้น



ภาพที่ 35 แสดงผังพื้นที่ 2 โครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 (ที่มา:www.pruksa.com)

4.ผังพื้นที่ 3-7 อาคาร A เป็นห้องพักทั้งหมด 23 ห้อง และอาคาร B ห้องพักทั้งหมด 19 ห้อง



ภาพที่ 36 แสดงผังพื้นที่ 3-7 โครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 (ที่มา:www.pruksa.com)

4.3.1.8 รูปแบบห้องชุดโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 : ห้องพักจำนวน 273 ห้อง ประกอบด้วย

1. แบบ STUDIO ROOM ขนาด 27 - 28 ตารางเมตร ประกอบด้วย พื้นที่ส่วนครัว พื้นที่ส่วนนั่งเล่น พื้นที่รับประทานอาหาร พื้นที่ส่วนนอน พื้นที่แต่งตัว ห้องน้ำ ระเบียง จำนวน 79 Units (คิดเป็นร้อยละ 29) โดยห้องพักประเภทนี้จะไม่ได้มีการแยกพื้นที่นั่งเล่นและรับประทานอาหารออกจากพื้นที่นอน



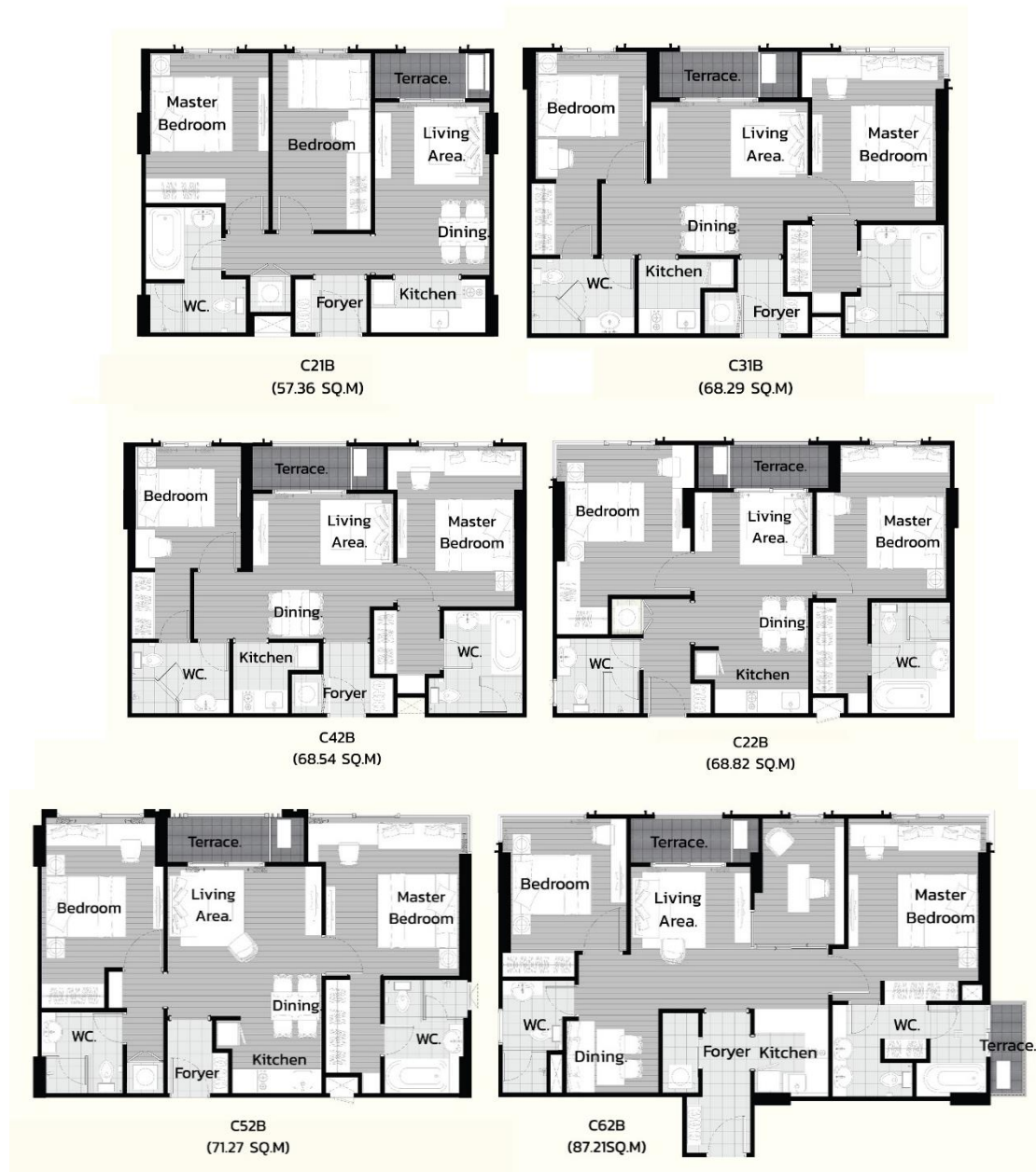
ภาพที่ 37 แสดงห้องพักประเภท STUDIO ROOM ขนาด 27 - 28 ตารางเมตร (ที่มา:www.pruksa.com)

2. แบบ 1 BEDROOM ขนาด 38.5 – 45 ตารางเมตร ประกอบด้วย พื้นที่ห้องครัว พื้นที่ห้องนั่งเล่นและรับประทานอาหาร ห้องนอน พื้นที่แต่งตัว ห้องน้ำและระเบียง จำนวน 150 Units (คิดเป็นร้อยละ55) ห้องพักประเภทนี้จะมีการแยกพื้นที่ใช้สอยออกเป็นสัดส่วนที่ชัดเจน



ภาพที่ 38 แสดงห้องพักประเภท 1 BEDROOM ขนาด 38.5 – 45 ตารางเมตร (ที่มา:www.pruksa.com)

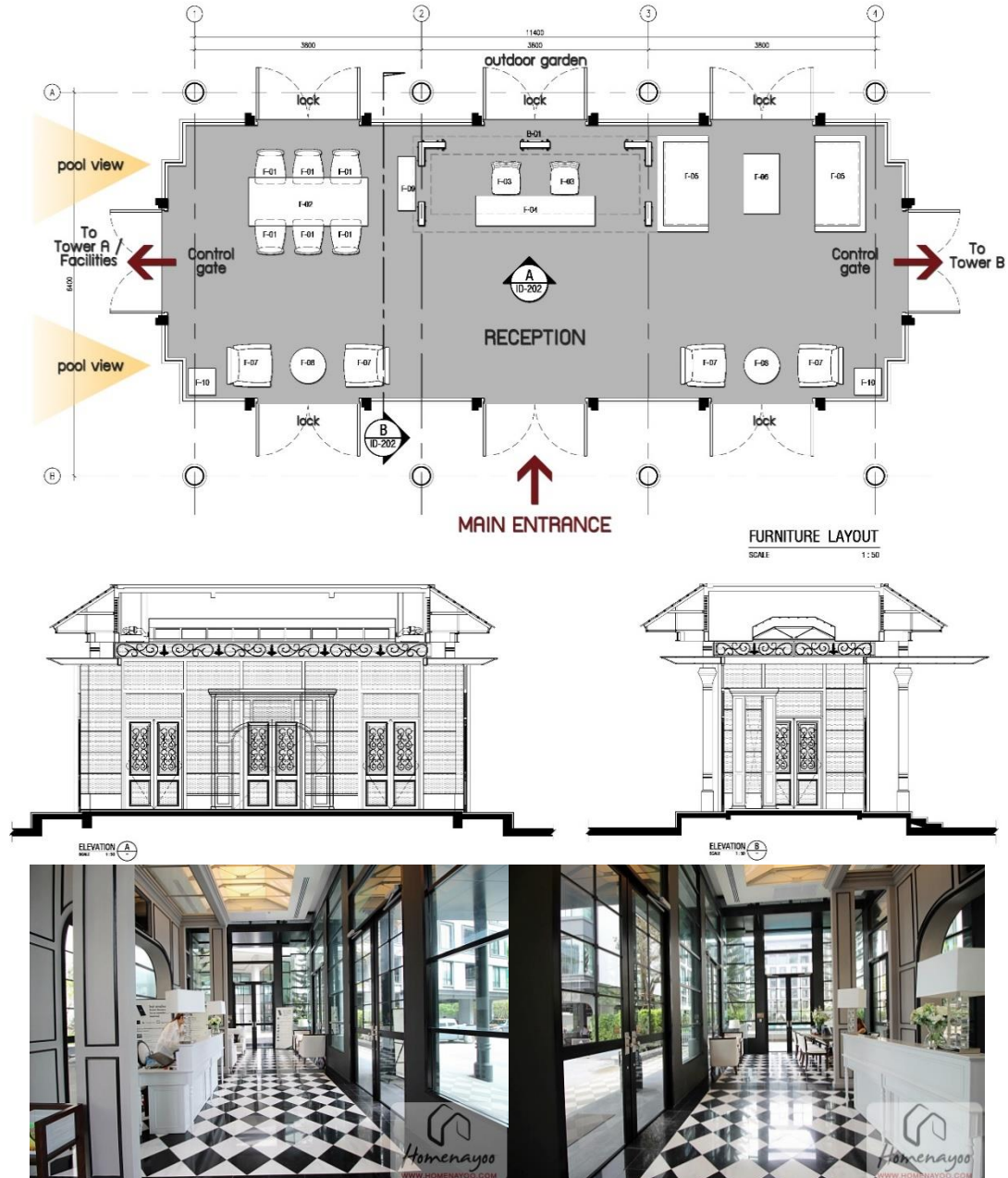
3.แบบ 2 BEDROOMS ขนาด 57 – 87 ตารางเมตร ประกอบด้วย พื้นที่ห้องครัว พื้นที่ห้องนั่งเล่นและรับประทานอาหาร ห้องนอนใหญ่ ห้องนอนเล็ก พื้นที่แต่งตัว ห้องน้ำและระเบียง จำนวน 43 Units (คิดเป็นร้อยละ16) ห้องพักประเภทนี้จะมีการแยกพื้นที่ใช้สอยออกเป็นสัดส่วนที่ชัดเจน



ภาพที่ 39 แสดงห้องพักประเภท 2 BEDROOMS ขนาด 57 – 87 ตารางเมตร (ที่มา:www.pruksa.com)

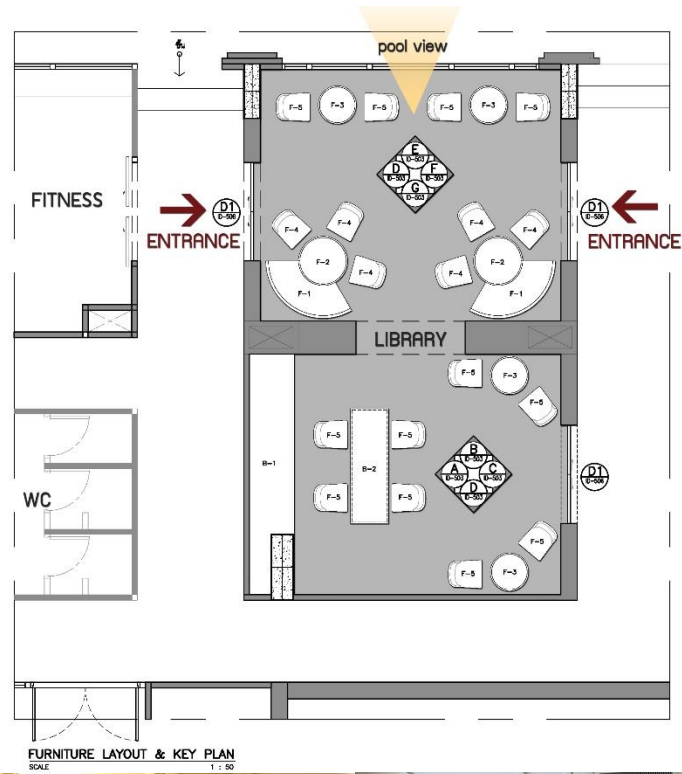
4.3.1.9 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3

1. **เรือนรับรอง** เป็นศาลาต้อนรับกลางพื้นที่ประกอบด้วยพื้นที่นั่งรอ พื้นที่ทำงาน และ ส่วนต้อนรับซึ่งมีพนักงานนิติบุคคลคอยนั่งให้บริการในการช่วยเหลือต่างๆ เช่น การเรียกรถ การบริการจ่าย ค่าน้ำค่าไฟ โดยพื้นที่นี้เป็นพื้นที่หลักในการเข้าถึงพื้นที่ส่วนอื่นๆของโครงการ



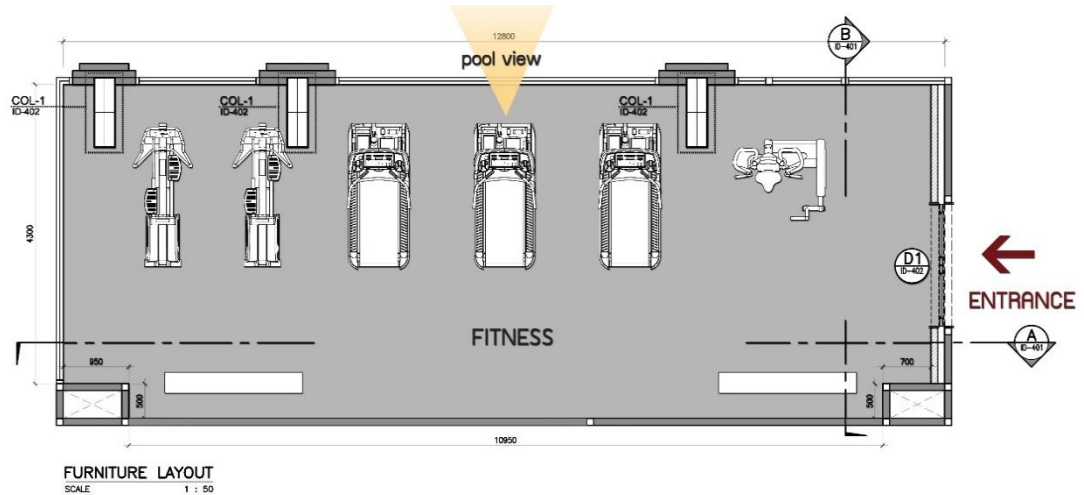
ภาพที่ 40 แสดงรูปแบบอาคารเรือนรับรอง (ที่มา:ผู้วิจัยและwww.homenayoo.com)

2.ห้องสมุด ให้บริการเฉพาะลูกบ้านโครงการ ประกอบด้วยพื้นที่นั่งอ่านหนังสือและนั่งเล่น (เปิดบริการ 6:00 – 22:00น.) โดยพื้นที่ห้องสมุดเปิดมุมมองไปยังสระว่ายน้ำ



ภาพที่ 41 แสดงรูปแบบห้องสมุด (ที่มา:ผู้วิจัยและwww.homenayoo.com)

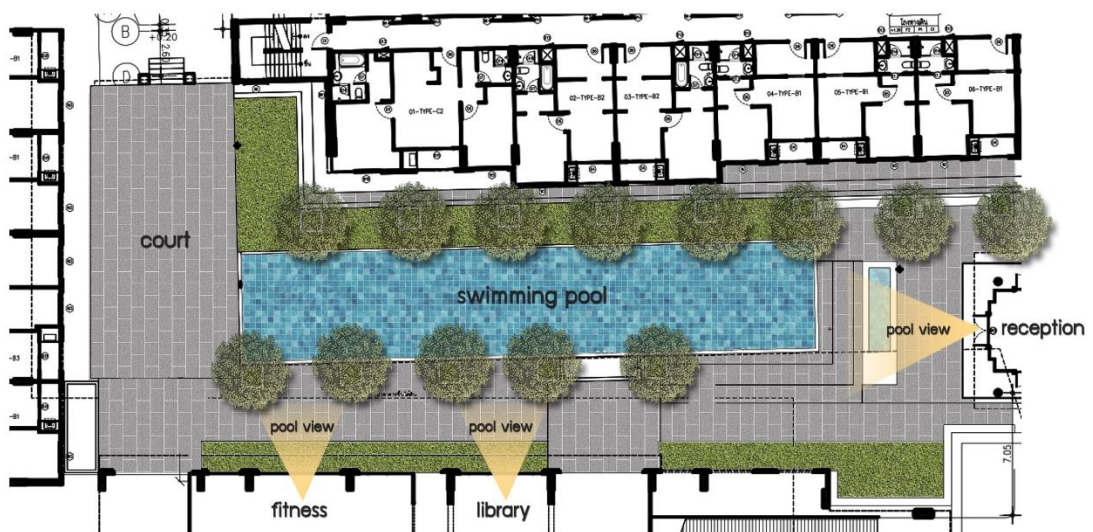
3.ฟิตเนส ให้บริการเฉพาะลูกบ้านโครงการ ประกอบไปด้วยเครื่องออกกำลังกายต่างๆ โดยสามารถเลือกใช้บริการแบบเปิดแอร์ หรือเปิดพัดลม (เปิดบริการ 6:00 – 22:00น.) พื้นที่ฟิตเนสเปิดมุมมองไปยังสระว่ายน้ำ



ภาพที่ 42 แสดงรูปแบบห้องฟิตเนส (ที่มาผู้วิจัยและ:www.homenayoo.com)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

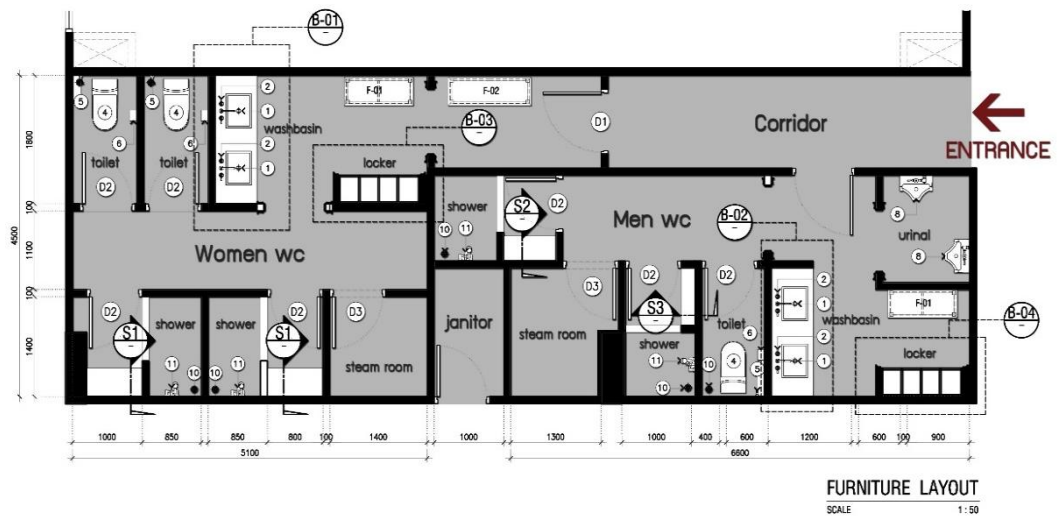
4. สระว่ายน้ำ ขนาด 9x24 เมตร อยู่บริเวณตรงกลางพื้นที่(เปิดบริการ 6:00 – 22:00น.)





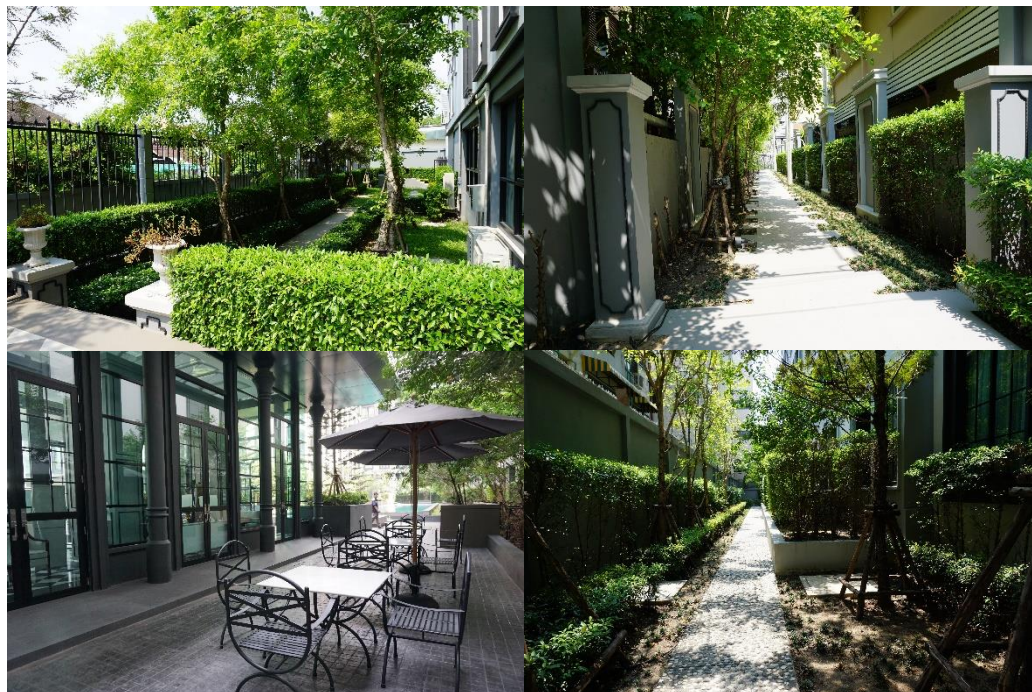
ภาพที่ 43 แสดงรูปแบบสระว่ายน้ำ (ที่มา:ผู้วิจัยและwww.homenayoo.com)

5. ห้องน้ำ+Locker room+Steam room ตั้งอยู่ในบริเวณด้านหลังของพื้นที่ฟิตเนส



ภาพที่ 44 แสดงรูปแบบห้องน้ำ+Locker room+Steam room (ที่มา:ผู้วิจัยและwww.homenayoo.com)

6. พื้นที่สวน สามารถเข้าไปใช้ได้โดยรอบบริเวณโครงการ มีมุมนั่งเล่นที่หลากหลายและสามารถเดินเชื่อมต่อพื้นที่โดยรอบของโครงการ



ภาพที่ 45 แสดงรูปแบบพื้นที่สวน (ที่มา:จากผู้วิจัย)

7. บริการ Wifi ในบริเวณพื้นที่ส่วนกลางทั้งหมดซึ่งมีป้ายระบุรหัสผ่าน สามารถใช้ได้ทั้งลูกบ้านและแขกที่เข้ามาในโครงการ



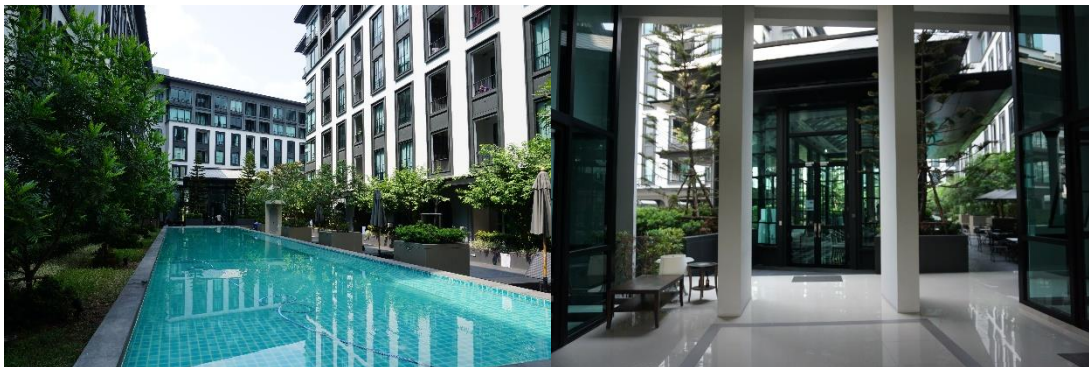
ภาพที่ 46 แสดงพื้นที่ให้บริการ Wifi ส่วนกลาง (ที่มา:จากผู้วิจัย)

8. เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย+กล้องวงจรปิด ใช้ระบบKey card ในการเข้าถึงทุกส่วนของโครงการเพื่อสร้างความปลอดภัย เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมีการจัดการเข้าออกของลูกบ้านทุกครั้ง

4.3.1.10 รายละเอียดด้านวัสดุที่ใช้ภายในโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3

ลักษณะตัวอาคารเป็นอาคารระบบไร้คาน (Post tension) ผนังอาคารใช้การก่ออิฐมวลเบาและอิฐมวลเบาฉาบเรียบทาสี มีการหุ้มอาคารด้วยอลูมิเนียมคอมโพสิตในบางส่วน

1.พื้นที่ส่วนกลาง (ภายนอกอาคาร)



ภาพที่ 47 พื้นที่ส่วนกลางภายนอกอาคาร (ที่มา:จากผู้วิจัย)

- พื้น : พื้นคอนกรีตพิมพ์ลาย พื้นหินแกรนิตสีดำผิวพ่นไฟ พื้นกระเบื้องผิวด้าน ฝังโลโก้ทองเหลือง
- ผนัง : ผนังคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูป ผิวเรียบทาสี หน้าต่างบานเลื่อนทำสี Powder coat สีดำด้าน กรูผนังบางส่วนด้วยหินแกรนิตหินแกรนิตสีดำผิวพ่นไฟ
- ฝ้า : ฝ้าเรียบรองรับใช้อลูมิเนียมคอมโพสิต สีดำกึ่งเงากึ่งด้าน ฝ้าบริเวณอื่นๆใช้ฝ้ายิปซัมฉาบเรียบทาสี
- อื่นๆ : ปลูกต้นไม้ปกคลุม จัดสวนในบริเวณพื้นที่ภายนอก

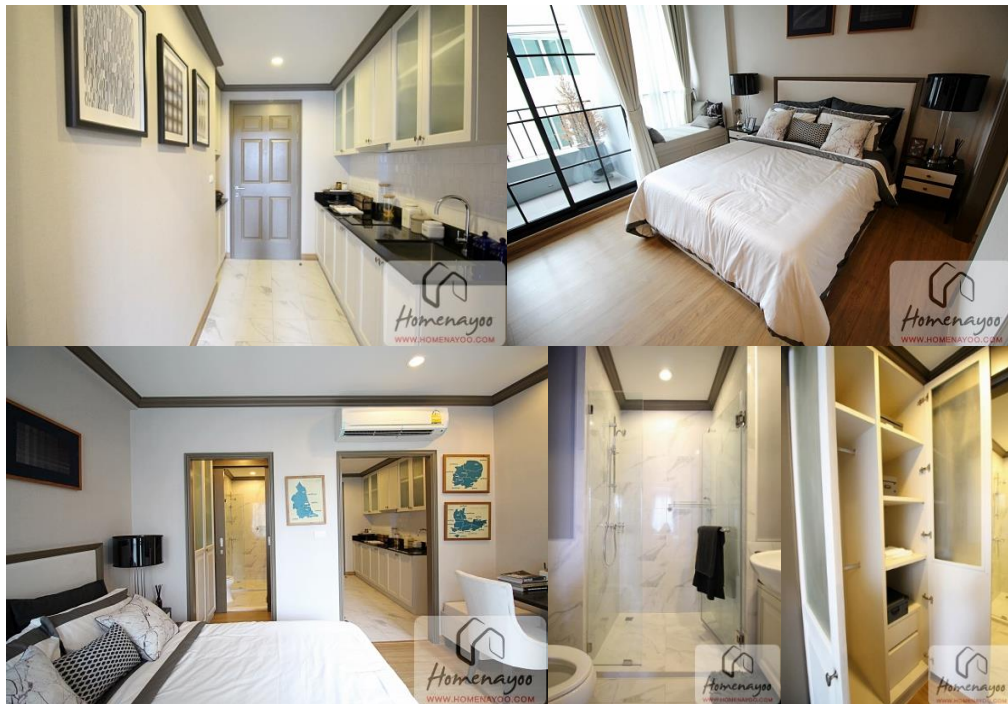
2.พื้นที่ส่วนกลาง (ภายในอาคาร)



ภาพที่ 48 พื้นที่ส่วนกลางภายในอาคาร (ที่มา:จากผู้วิจัย)

- พื้น : พื้นหินอ่อนสีขาว พื้นแกรนิตสีดำ พื้นกระเบื้องผิวมัน พื้นกระเบื้องยางลายไม้
- ผนัง : กรูผนังตกแต่งด้วยไม้ คิ้วบัวไม้ทำสี ติดกระจก ติดหินอ่อน ติดกระเบื้อง
- ฝ้า : ตกแต่งหลังฝ้าซ่อนไฟLED ฝ้าเดินเส้นคิ้วสร้างPatternห้อยโคมไฟ ฝ้าฉาบเรียบทาสี โคมไฟฝังฝ้า

3.พื้นที่ภายในห้อง



ภาพที่ 49 แสดงรูปแบบภายในห้องพัก (ที่มา:www.homenayoo.com)

- พื้น : พื้นEngineering wood สีครีม กระเบื้องลายหิน
- ผนัง : ผนังกรุ Wallpaper กระเบื้องลายหิน
- ฝ้า : ฝ้าเพดานฉาบเรียบทาสี เดินเส้นคิ้วบัว โคมไฟฝังฝ้า
- เฟอร์นิเจอร์ : เฟอร์นิเจอร์ไม้ทำสีชักเงาเงาไม้ เฟอร์นิเจอร์บุผ้าสีครีม มือจับทองเหลืองรมดำ
- สุขภัณฑ์ : สุขภัณฑ์รูปแบบ Classic ยี่ห้อ KOHLER ติดกระจกTempered กันอาบน้ำ
- คริว : เตาไฟฟ้าInduction ที่ดูดควัน อ่างล้างจาน ยี่ห้อ SMEG

4.3.2 การเปรียบเทียบข้อมูลพื้นฐานโครงการ

ตารางที่ 8 เปรียบเทียบข้อมูลพื้นฐานของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 (ระดับราคาปานกลาง) และโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง)


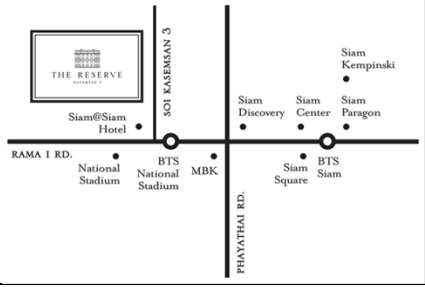
ชื่อโครงการภายใต้แบรนด์ย่อย	The Chapter one ลาดพร้าว 1 	The Reserve เกษมสันต์ 3 
โลโก้		
ผู้พัฒนาโครงการ	Pruksa Real estate ทีม Stylish Residence	Pruksa Real estate ทีม Stylish Residence

ที่มา : จากการสรุปของผู้วิจัย

ด้านข้อมูลพื้นฐาน ทั้ง 2 โครงการเป็นการพัฒนาโครงการภายใต้การทำงานของทีม Stylish Residence จากบริษัท พฤษา เรียลเอสเตท แต่ใช้แบรนด์ย่อยที่แตกต่างกัน โดยแบรนด์ The Chapter One มีความหมายคือ บทที่หนึ่งหรือบทเริ่มต้นของชีวิต โดยมีนัยยะถึงระดับราคาที่สามารถจับต้องได้ของคนกลุ่มที่เริ่มต้นทำงานใหม่ที่อยากมีที่อยู่อาศัยที่ดีตั้งแต่บทแรกของชีวิต (ระดับราคาปานกลาง) และ The Reserve (ระดับราคาสูง) มีความหมายคือ ที่ดินในการก่อสร้างนั้นเป็นที่ดินที่มีคุณค่าแก่การเก็บไว้เพื่อเป็นทรัพย์สินที่มีมูลค่ามากในอนาคต โดยมีนัยยะถึงความพรีเมียมของที่ดิน เหมาะกับกลุ่มคนที่ต้องการมีที่อยู่อาศัยในทำเลที่มีศักยภาพของพื้นที่ (ที่มา : จากการสัมภาษณ์ Creative Director)

4.3.3 เปรียบเทียบด้านที่ตั้งและพื้นที่โดยรอบ

ตารางที่ 9 เปรียบเทียบที่ตั้งและพื้นที่โดยรอบของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 (ระดับราคาปานกลาง) และโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง)

โครงการ	The Chapter one ลาดพร้าว 1	The Reserve เกษมสันต์ 3
ที่ตั้งโครงการ	ถนน ลาดพร้าว ซอย 1 แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 	ซอยเกษมสันต์ 3 ถนนพระราม 1 แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กทม. 
สถานที่สำคัญใกล้เคียง	ห้างยูเนี่ยนมอลล์ / เซ็นทรัลลาดพร้าว / มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ / เมเจอร์รัชโยธิน / เซ็นทรัลลาดพร้าว / โรงพยาบาลเมโยฯ / SCB Park / สวนจตุจักร	สนามกีฬาแห่งชาติ / อนุสาวรีย์ / สยามแสควร์ / สยามพารากอน / สยามเซ็นเตอร์ / สยามดิสคัฟเวอรี / จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย / โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์
ขนส่งสาธารณะ	350 เมตรรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT พหลโยธิน	350 เมตรจากรถไฟฟ้า BTS สนามกีฬาแห่งชาติ

ที่มา : จากการสรุปของผู้วิจัย

ด้านที่ตั้งและพื้นที่โดยรอบ โครงการ The Chapter One ตั้งอยู่ในซอยลาดพร้าว 1 อยู่ใกล้รถไฟฟ้าใต้ดิน MRT สถานีพหลโยธินใกล้ห้าง Union Mall ระดับราคาที่ดินประเมินโดยกรมธนารักษ์อยู่ที่ราคา 200,000-250,000 บาทต่อตารางวาและโครงการ The Reserve ตั้งอยู่ในซอยเกษมสันต์ 3 ถนนพระราม 1 ใกล้สยามและสถานีรถไฟฟ้าสนามกีฬา ระดับราคาที่ดินประเมินโดยกรมธนารักษ์อยู่ที่ราคา 400,000 - 900,000 บาทต่อตารางวา (กรมธนารักษ์, 2559) เมื่อเทียบจากระดับราคาแล้วจะเห็นได้ว่าระดับราคาที่ดินประเมินของโครงการ The Reserve สูงกว่าโครงการ Chapter One ประมาณ 3-4 เท่าตัวสอดคล้องกับแนวความคิดในการเลือกทำเลที่ตั้งในการพัฒนาโครงการที่เลือกกลุ่มลูกค้าที่มีระดับที่แตกต่างกัน

4.3.3 การเปรียบเทียบด้านระดับราคา

ตารางที่ 10 เปรียบเทียบระดับราคาของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 (ระดับราคาปานกลาง) และโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง)

โครงการ	The Chapter one ลาดพร้าว 1	The Reserve เกษมสันต์ 3
Segmentation	ระดับราคาปานกลาง (main class)	ระดับราคาสูง (Luxury)
ราคา	2.1 - 4.3 ล้านบาท	4.5 - 15 ล้านบาท
ราคาขายต่อตรม. ณ ปี 56-58	90,000 - 120,000	150,000 - 172,000

ที่มา : จากการสรุปของผู้วิจัย

ระดับราคา โครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 ราคาขายอยู่ในช่วง 2.1 - 4.3 ล้านบาท หรือ 90,000-100,000 บาทต่อตารางเมตร ซึ่งอยู่ในระดับราคาปานกลาง และโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 ราคาขายอยู่ในช่วง 4.5 - 15 ล้านบาท หรือ 150,000-172,000 บาทต่อตารางเมตร ซึ่งอยู่ในระดับราคาสูง (ราคาขายต่อตรม. ณ ปี 2556-2558) สอดคล้องกับแนวความคิดในการวางตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์

4.3.4 การเปรียบเทียบด้านรายละเอียดโครงการ

ตารางที่ 11 เปรียบเทียบรายละเอียดโครงการของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 (ระดับราคาปานกลาง) และโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง)

โครงการ	The Chapter one ลาดพร้าว 1	The Reserve เกษมสันต์ 3
เปิดขาย/สร้างเสร็จ	มีนาคม 2556 – ธันวาคม 2558	กันยายน 2556 - ตุลาคม 2558
ประเภทอาคาร	อาคารคอนโดมิเนียมแนวราบจำนวน 8 ชั้น 1 อาคาร	อาคารคอนโดมิเนียมแนวราบ อาคารประกอบไปด้วย อาคาร A จำนวน 7 ชั้นและชั้นใต้ดิน / อาคาร B จำนวน 7 ชั้นและชั้นใต้ดิน / เรือนรับรอง จำนวน 1 ชั้น
ขนาดที่ดิน	1 ไร่ 1 งาน 54 ตารางวา	3 ไร่ 2 งาน 57.1 ตารางวา
พื้นที่อาคารรวม	7,375 ตารางเมตร	20,352 ตารางเมตร
พื้นที่ส่วนกลาง	2,645 ตารางเมตร	9,790 ตารางเมตร

โครงการ	The Chapter one ลาดพร้าว 1	The Reserve เกษมสันต์ 3
พื้นที่ขาย	4,730 ตารางเมตร	พื้นที่ขาย 10,562 ตารางเมตร
สัดส่วนอาคาร	สัดส่วนพื้นที่ส่วนกลางต่อพื้นที่ขาย 64 : 36	สัดส่วนพื้นที่ส่วนกลางต่อพื้นที่ขาย 49 : 51
จำนวน Unit	TOTAL 180 units	TOTAL 273 units
	Studio 54 units (23-24 SQM.) 30%	Studio 79 units (27-28 SQM.) 29%
	1 Bedroom 126 units (28.5-33.5 SQM) 70%	1 Bedroom 151 units (38.5-45 SQM.) 55%
	-	2 Bedrooms 43 units (57-87SQM.) 16%
ที่จอดรถ	58 คัน หรือ 32%ของจำนวนห้องพัก	138 คัน หรือ 50.5%ของจำนวนห้องพัก
ค่าส่วนกลาง	ค่าส่วนกลาง 55 บาท/ตร.ม. ค่ากองทุน 500 บาท/ตร.ม.	ค่าส่วนกลาง 65 บาท/ตร.ม. ค่ากองทุน 500 บาท/ตร.ม.
Facilities	<ol style="list-style-type: none"> 1. ลิ้อบปี 2. ฟิตเนส 3. สระว่ายน้ำ 4. สวนหลังคา 5. สวน 6.ระบบรักษาความปลอดภัย 7. ที่จอดรถ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ศาลาเรือนรับรอง 2. ห้องสมุด 3. ฟิตเนส 4. สระว่ายน้ำ 5. Steam room 6. สวน 7. Free Wifi 8. ระบบรักษาความปลอดภัย 9. ที่จอดรถ

ที่มา : จากการสรุปของผู้วิจัย

รายละเอียดทั่วไปของโครงการ โครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 พื้นที่ดินมีขนาดเล็ก จึงพัฒนาโครงการได้เล็ก จำนวนห้องพักน้อยและมีขนาดเล็ก ที่จอดรถมีจำนวนน้อย พื้นที่ส่วนกลางมีตามมาตรฐานเมื่อเปรียบเทียบกับโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 มีที่ดินขนาดใหญ่กว่า จึงพัฒนาโครงการที่มีขนาดใหญ่ ห้องพักมีจำนวนมากกว่าและมีขนาดใหญ่กว่า ที่จอดรถมีจำนวนมากกว่า พื้นที่ส่วนกลางมีระดับการบริการที่เหนือกว่า สอดคล้องกับแนวความคิดในการวางตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์

จึงสรุปได้ว่า โครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 จะมีการเลือกที่ตั้งพื้นที่โครงการ ระดับราคา และรายละเอียดของโครงการที่ต่ำกว่า The Reserve เกษมสันต์ 3 สืบเนื่องจากการตั้งระดับราคาสินค้า ทำให้ที่ตั้งของโครงการเป็นหลัก

ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้ร่วมออกแบบโครงการรวมถึงการสำรวจโครงการสามารถสรุปเปรียบเทียบการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบทางกายภาพในพื้นที่ห้องพักและพื้นที่ส่วนกลางที่แตกต่างกันของโครงการระดับราคาปานกลางและระดับราคาสูง ดังรายละเอียดตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 12 เปรียบเทียบลักษณะเด่นทางกายภาพจากการสัมภาษณ์และการสำรวจของโครงการคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางและระดับราคาสูง

ด้าน	พื้นที่	The Chapter One ลาดพร้าว 1 (ระดับราคาปานกลาง)	The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง)
สถาปัตยกรรม	พื้นที่ส่วนกลาง	ลักษณะเป็นอาคารเดี่ยวสร้างเต็มพื้นที่	ลักษณะเป็นอาคารแยกเป็นหลายหลัง เชื่อมต่อโดยสวนภายในโครงการ
		ลิฟต์บีเปิดมุมมองสู่พื้นที่สระว่ายน้ำไม่มีพนักงานบริการ	ลิฟต์บีเป็นศาลากลางโครงการเปิดมุมมองสู่พื้นที่สวนและสระว่ายน้ำ และมีพนักงานประจำนั่งให้บริการในเวลาทำงาน เช่น การจ่ายค่าน้ำค่าไฟ
		มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่รัดกุม	มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่รัดกุม
		ที่จอดรถตามกฎหมาย 58 คัน (32%ของจำนวนห้องพัก) ที่จอดรถกลางแจ้ง 10 คัน ที่จอดรถในร่ม 48 คัน	ที่จอดรถมากกว่ากฎหมายตามความสามารถของพื้นที่ 138 คัน (50.5% ของจำนวนห้องพัก) พื้นที่จอดรถกลางแจ้ง 2 คัน ที่จอดรถในร่ม 132 คัน
		ไม่มีการจัดเตรียมการบริการสัญญาณ WIFI	มีการจัดเตรียมการบริการสัญญาณ WIFI ฟรี ในพื้นที่ส่วนกลางทั้งหมด
		ไม่มีพื้นที่ห้องสมุดให้บริการ	มีพื้นที่ห้องสมุดให้บริการ
		ไม่มีห้องSteam room	มีห้องSteam room
	พื้นที่ห้องพัก	ขนาดห้อง 23-33.5ตรม.	ขนาดห้อง 28 -87ตรม.
		ฝ้าภายในอาคารสูง 2.40 เมตร	ฝ้าภายในอาคารสูง 2.70 เมตร
		หน้าต่างบานขนาดใหญ่	หน้าต่างบานขนาดใหญ่

ด้าน	พื้นที่	The Chapter One ลาดพร้าว 1 (ระดับราคาปานกลาง)	The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง)
สถาปัตยกรรมภายใน	ส่วนกลาง	การจัดวางเน้นประสิทธิภาพในการใช้งานพื้นที่โดยใช้ประโยชน์บนพื้นที่อย่างสูงสุด	การจัดวางผังเน้นความเป็นส่วนตัวในการใช้พื้นที่ส่วนกลางโดยแยกที่นั่งออกเป็นกลุ่มย่อยๆ
		ใช้วัสดุมาตรฐานในการตกแต่งภายในเน้นรายละเอียดการออกแบบที่เรียบง่าย เช่น การใช้ฝ้าเพดานฉาบเรียบ ตกแต่งผนังไม้ติดคิ้วในพื้นที่ส่วนกลาง ใช้โครงเหล็กช่วยสร้างบรรยากาศ	ใช้วัสดุที่มีราคาสูงเข้ามาร่วมใช้ในการตกแต่ง เน้นรายละเอียดที่ช่วยสร้างความสวยงามให้กับพื้นที่ส่วนกลาง เช่น หินอ่อน การเล่นระดับฝ้า การซ่อนไฟทึบ ผนังไม้ติดคิ้วเพิ่มรายละเอียดผนังและฝ้าเพดาน
	พื้นที่ห้องพัก	การจัดวางผังเน้นประสิทธิภาพในการใช้งานของพื้นที่	การจัดวางผังแยกเป็นสัดส่วน สร้างคุณภาพในการใช้งานให้เต็มประสิทธิภาพของพื้นที่
		พื้นที่ครัวรวมอยู่ในห้องพักไม่ได้แยกออกเป็นสัดส่วน ให้ชุดครัวและซิ้งล้างจาน	พื้นที่ครัวแยกออกเป็นสัดส่วนชัดเจน ให้ชุดครัวที่ครบครันยกเว้นอุปกรณ์ไฟฟ้าลอยตัว
		พื้นที่นั่งเล่นรวมกับพื้นที่รับประทานอาหาร	มีพื้นที่รับประทานอาหารแยกจากที่นั่งเล่น
		ใส่เฟอร์นิเจอร์ครบครันเพื่อความคุ้มค่าและเน้นที่เก็บของภายในห้อง	เฟอร์นิเจอร์มีรายละเอียดในการออกแบบสวยงาม
		วัสดุในห้องพักระดับมาตรฐานทั่วไป - ผนัง : ผนังlaminat สีครีม กระเบื้องผิวด้าน - ผนัง : ผนังทาสี - ฝ้า : ฝ้าเพดานฉาบเรียบทาสี โคมไฟโປ้ะติดบนฝ้า - เฟอร์นิเจอร์ : เฟอร์นิเจอร์ partial board แปะผิวเมลามีน - สุขภัณฑ์ : สุขภัณฑ์รูปแบบ Modern ยี่ห้อ COTTO ไม้ติดที่กันอาบน้ํา - ชุดครัว : partial board แปะผิวเมลามีนให้อุปกรณ์เฉพาะอ่างล้างจาน ยี่ห้อ TEKA	วัสดุในห้องพักดีกว่ามาตรฐานทั่วไป - ผนัง : ผนังEngineering wood สีครีม กระเบื้องลายหิน - ผนัง : ผนังกรุ Wallpaper กระเบื้องลายหิน - ฝ้า : ฝ้าเพดานฉาบเรียบทาสี เดินเส้นคิ้วบัว โคมไฟฝังฝ้า - เฟอร์นิเจอร์ : เฟอร์นิเจอร์ไม้แอซท์ทำสีชัก ร่องเสี้ยนไม้ เฟอร์นิเจอร์บุผ้าสีครีม มือจับทองเหลืองรมดำ - สุขภัณฑ์ : สุขภัณฑ์รูปแบบ Classic ยี่ห้อ KOHLER ติดกระจกTempered กันอาบน้ํา

			- ชุดครัว : ไม้แอซทำสีชักร่องเสี้ยนไม้ ให้อุปกรณ์เตาไฟฟ้าInduction ที่ดูดีควัน อ่างล้างจาน ยี่ห้อ SMEG
ภูมิสถาปัตยกรรม	พื้นที่ส่วนกลาง	สระว่ายน้ำมีขนาดเล็กพอใช้งานได้	สระว่ายน้ำมีขนาดใหญ่เพื่อสร้างมุมมองที่ดีและใช้งานได้สะดวกสบาย
		ไม่ได้เน้นพื้นที่สวนจึงมีขนาดเล็กและมีพื้นที่ใช้งานได้บริเวณสระว่ายน้ำที่เป็นพื้นที่นั่งเล่น	พื้นที่สวนใหญ่และมีพื้นที่นั่งหลายมุม เช่น บริเวณศาลารับรอง พื้นที่ริมสระว่ายน้ำ พื้นที่ใต้ตึก และพื้นที่บริเวณริมคลอง
		ไม่มีพื้นที่สวนในห้องพัก	ไม่มีพื้นที่สวนในห้องพัก

ที่มา : จากการสรุปจากการสัมภาษณ์และการสำรวจของผู้วิจัย

จากตารางข้างต้นแสดงลักษณะเด่นทางกายภาพของโครงการคอนโดมิเนียมที่แตกต่างกันแบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ส่วนคือ

1. พื้นที่ส่วนกลาง ด้านการออกแบบสถาปัตยกรรมต้องคำนึงถึง การวางผังการใช้งานโดยรวม ความสวยงามและสุนทรียภาพในการใช้งานของผู้อยู่อาศัย การมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี และการสร้างความสะดวกสบายในพื้นที่ส่วนกลางหรือการเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสถาปัตยกรรมภายในต้องคำนึงถึงการจัดวางผังการใช้งาน การสร้างความสวยงาม การสร้างความเป็นส่วนตัวในการใช้งาน คุณภาพวัสดุและเฟอร์นิเจอร์ในการตกแต่งพื้นที่ส่วนกลาง ด้านภูมิสถาปัตยกรรมต้องคำนึงถึง การกำหนดขนาดพื้นที่สวนและการจัดวางผังการใช้งาน การสร้างมุมมองหรือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นภายในโครงการ

2. พื้นที่ภายในห้องพัก ด้านการออกแบบสถาปัตยกรรมต้องคำนึงถึงขนาดห้อง ความสูงของฝ้า อาคารและขนาดของช่องเปิดภายในอาคาร ด้านสถาปัตยกรรมภายในต้องคำนึงถึงการจัดวางผังการใช้งาน การสร้างความสวยงาม การสร้างความเป็นส่วนตัวในการใช้งาน คุณภาพวัสดุและเฟอร์นิเจอร์ในการตกแต่งพื้นที่ภายในห้องพัก

ตารางที่ 13 อัตราส่วนประเภทห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ The Chapter One
ลาดพร้าว 1 และโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3

โครงการ	พื้นที่ห้องพัก (ร้อยละ)	อัตราส่วนของห้องพัก (ร้อยละ)			พื้นที่ส่วนกลาง (ร้อยละ)	อัตราส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ส่วนกลาง (ร้อยละ)						
		STUDIO	1 BEDROOM	2 BEDROOM		ล็อบบี้	สระว่ายน้ำ	พื้นที่ส่วนกลาง	ฟิตเนส	ห้องสมุด	ที่จอดรถ	อื่นๆ*
The Chapter One	64	19.2	44.8	-	36	1.2	0.70	7.5	0.70	-	11.5	14.4
The Reserve	51	14.8	28	8.2	49	1.2	1.3	15	1.05	0.80	16.50	13.05

* หมายเหตุ : พื้นที่อื่นๆ คือ พื้นที่งานระบบ พื้นที่ทางเดินในอาคาร และส่วนบริการต่างๆ

ที่มา : จากการสรุปของผู้วิจัย

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นอัตราส่วนประเภทห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกทั้ง 2 โครงการ ดังนี้

1. สัดส่วนห้องพักต่อพื้นที่ส่วนกลาง โครงการ The Chapter One มีสัดส่วนห้องพักต่อพื้นที่ส่วนกลาง คือ 64 : 36 และสัดส่วนห้องพักต่อพื้นที่ส่วนกลางของ โครงการ The Reserve คือ 51 : 49 จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่าทั้ง 2 โครงการ มีสัดส่วนห้องพักต่อพื้นที่ส่วนกลางที่แตกต่างกันชัดเจนในเรื่องของจำนวนห้องพักและอัตราการรองรับผู้อยู่อาศัย โดยโครงการ The Chapter One จะมีสัดส่วนห้องพักมากกว่าพื้นที่ส่วนกลางอย่างเห็นได้ชัด และโครงการ โครงการ The Reserve จะมีสัดส่วนห้องพักและพื้นที่ส่วนกลางใกล้เคียงกัน ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความรู้สึกด้านความหนาแน่นในการอยู่อาศัยของผู้อยู่อาศัย

2. ประเภทห้องพักในโครงการ โครงการ The Chapter One ประกอบด้วยห้องพักประเภท ห้อง Studio ร้อยละ 30 (23-25ตรม.) และห้อง 1 Bedroom (29.5-33.5ตรม.) ร้อยละ 70 และโครงการ The Reserve ประกอบด้วยห้องพักประเภท ห้อง Studio (28ตรม.) ร้อยละ 29, ห้อง 1 Bedroom (38.5ตรม.) ร้อยละ 55 และห้อง 2 Bedrooms (58-87ตรม.) ร้อยละ 16 จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่าทั้ง 2 โครงการเน้นห้องพักประเภท 1 Bedroom แต่แตกต่างกันที่ขนาดห้องพัก โดยโครงการ The Reserve มีพื้นที่ห้องพักใหญ่กว่าโครงการ The Chapter One ซึ่งสอดคล้องตามวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านออกแบบทางกายภาพของทั้ง 2 โครงการโดย The Chapter One เน้นการออกแบบพื้นที่เล็กให้มีประสิทธิภาพสูงสุด และโครงการ The Reserve เน้นการออกแบบห้องพักที่อยู่สบายเหมือนบ้าน

3. พื้นที่ส่วนกลางของโครงการ จากตารางที่ 4.10 พบว่าพื้นที่ล็อบบี้และพื้นที่อื่นๆของทั้ง 2 โครงการมีขนาดใกล้เคียงกัน แต่บางพื้นที่ของโครงการ The Reserve จะมีขนาดใหญ่กว่า ได้แก่ พื้นที่พิตเนสใหญ่กว่าร้อยละ 0.35 พื้นที่สระว่ายน้ำมีขนาดใหญ่กว่าร้อยละ 0.6 พื้นที่สวนใหญ่กว่าร้อยละ 7.5 ที่จอดรถร้อยละ 5.1 และมีการเพิ่มพื้นที่ห้องสมุดซึ่งเป็นพื้นที่พิเศษที่ให้ลูกบ้านได้มาใช้งาน ทั้งพื้นที่สวนและสระว่ายน้ำของโครงการ The Reserve มีขนาดใหญ่กว่าโครงการโดย The Chapter One 1 เท่า สอดคล้องตามวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านออกแบบทางกายภาพของโครงการที่เน้นเรื่องการออกแบบอาคารให้มีขนาดเล็กและสร้างไม่เต็มพื้นที่ เพื่อเน้นพื้นที่สวนให้มีความร่มรื่นเหมือนอาศัยอยู่ในบ้านและพื้นที่จอดรถที่ทางผู้ประกอบการเน้นการให้พื้นที่จอดรถให้มากกว่ากฎหมายตามความสามารถของพื้นที่ โดยพื้นที่เหล่านี้ส่งผลต่อความสะดวกสบายของผู้อยู่อาศัยในโครงการในการใช้ประโยชน์บนพื้นที่และส่งผลต่อรายจ่ายค่าส่วนกลางต่อเดือน

ตารางที่ 14 เปรียบเทียบขนาดพื้นที่ห้องที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรกในโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 และโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3

โครงการ	The Chapter One ลาดพร้าว 1 (ร้อยละ)		The Reserve เกษมสันต์ 3 (ร้อยละ)		
	STUDIO	1 BEDROOM	STUDIO	1 BEDROOM	2 BEDROOMS
1	นอน (28.5)	นอน (34.7)	นอน (32.3)	นอน (34.4)	นอน (44.0)
2	นั่งเล่น+ทาน อาหาร (28.5)	นั่งเล่น+ทาน อาหาร (25.3)	นั่งเล่น+ทาน อาหาร (31.9)	นั่งเล่น+ทาน อาหาร (27.5)	นั่งเล่น+ทาน อาหาร (30.4)
3	ครัว (17.3)	ห้องน้ำ (16.1)	ครัว (20.3)	ครัว (17.3)	ห้องน้ำ (13.4)
ขนาดห้อง เฉลี่ย(ตรม.)	23.3	30.5	28	40.8	64

ที่มา : จากการสรุปของผู้วิจัย

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นขนาดพื้นที่ห้องที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 อันดับแรกดังนี้

ห้อง Studio ของทั้ง 2 โครงการมีการลำดับสัดส่วนพื้นที่ใช้สอยที่เหมือนกัน 3 ลำดับได้แก่ พื้นที่นอน พื้นที่นั่งเล่น+รับประทานอาหารและพื้นที่ครัวตามลำดับ โดยโครงการ The Reserve มีขนาดห้อง Studio ใหญ่กว่า The Chapter One เฉลี่ย 5 ตารางเมตร ทั้งนี้โครงการ The Chapter One ยังมีการรวมพื้นที่นั่งเล่นและรับประทานอาหารไว้ในตำแหน่งเดียวกันเพื่อลดจำนวนพื้นที่ต่อตารางเมตรลง

ห้อง 1 Bedroom ของทั้ง 2 โครงการมีการลำดับสัดส่วนพื้นที่ใช้สอยที่เหมือนกัน 2 ลำดับได้แก่ พื้นที่นอน พื้นที่นั่งเล่น+รับประทานอาหาร แต่แตกต่างกันที่ลำดับ 3 โดยโครงการ The Chapter One มีพื้นที่ห้องน้ำขนาดใหญ่เป็นลำดับ 3 และโครงการ The Reserve มีพื้นที่ครัวเป็นลำดับที่ 3 และโครงการ The Reserve มีขนาดห้องใหญ่กว่า The Chapter One เฉลี่ย 10 ตารางเมตร

ห้องพักประเภท 2 Bedrooms มีเฉพาะในโครงการ The Reserve การลำดับสัดส่วนพื้นที่ใช้สอยที่ 3 ลำดับได้แก่ พื้นที่นอน พื้นที่นั่งเล่น+รับประทานอาหารและพื้นที่ห้องน้ำตามลำดับ จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ประเภทห้องที่แตกต่างกันจะมีการออกแบบสัดส่วนพื้นที่ภายในห้องที่ต่างกันแต่โดยรวมทั้ง 2 โครงการมีการจัดพื้นที่ห้องนอนมากที่สุด รองลงมาคือพื้นที่นั่งเล่น และลำดับ ที่ 3 มีความแตกต่างกันโดยห้องพักทั่วไปจัดเป็นพื้นที่ครัวและห้องพักประเภทที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของโครงการจะจัดลำดับเป็นพื้นที่ห้องน้ำ

ตารางที่ 15 สัดส่วนพื้นที่ในห้องพักโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 และโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3

โครงการ	The Chapter One ลาดพร้าว 1 (ร้อยละ)				The Reserve เกษมสันต์ 3 (ร้อยละ)														
	STUDIO			1 BEDROOM	STUDIO		1 BEDROOM		2 BEDROOMS										
ห้อง	A1	A2	A3	B1	B2	B3	B4	A 11B	A 21B	B11B	B21B	B31B	B41B	C21B	C22B	C32B	C42B	C52B	C62B
นึ่งเดิน+อาหาร	28.7	28.5	28.4	26.3	26.1	25.2	22.5	21.0	21.8	24.7	25.7	26.2	33.5	35.8	29.3	28.4	29.8	25.2	33.7
ครัว	17.9	17.8	17.7	15.4	15.3	12.7	15.0	20.4	20.1	18.2	17.9	17.8	15.3	7.0	5.3	5.3	5.2	7.7	5.2
นอน	28.3	28.5	28.9	30.2	30.7	39.5	38.3	32	32.5	35.1	34.6	34.3	33.5	40.6	45.1	44.9	44.8	47.4	41
ห้องน้ำ	13.0	13.0	12.9	17.5	17.4	13.7	15.9	13.6	13.5	12.5	12.3	12.2	8.8	9.9	14.1	14.0	14.0	12.6	15.9
ระเบียง	12.2	12.1	12.1	10.5	10.5	8.9	8.4	12.2	12.1	9.6	9.5	9.4	9.0	6.6	6.3	6.3	6.3	7.0	4.4
รวม	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

ที่มา : จากการสรุปของผู้วิจัย

สรุปลักษณะทางกายภาพ

จากข้างมูลข้างต้นชี้ให้เห็นว่าโครงการ The Chapter One (ระดับราคาปานกลาง) มีพื้นที่อยู่อาศัยสูงกว่าพื้นที่ส่วนกลางและ โครงการ The Reserve (ระดับราคาสูง) ที่มีพื้นที่อยู่อาศัยใกล้เคียงกับพื้นที่ส่วนกลาง ทำให้โครงการ The Chapter One มีความหนาแน่นของการอยู่อาศัยสูงกว่าโครงการ The Reserve

เมื่อวิเคราะห์ลงในรายละเอียดพื้นที่ส่วนกลางของโครงการ The Chapter One พบว่าพื้นที่ส่วนกลางประกอบไปด้วย พื้นที่ลือบบี้ พื้นที่สระว่ายน้ำ พื้นที่ฟิตเนส พื้นที่สวนที่ลูกบ้านสามารถเข้าไปใช้พักผ่อนและพื้นที่จอดรถที่มีขนาดใหญ่เมื่อเทียบกับพื้นที่อื่นๆ ทั้งนี้จอดรถใช้พื้นที่เป็นจำนวนมากเมื่อเทียบกับผังพื้นที่ 1 ของโครงการ ทำให้พื้นที่ส่วนกลางอื่น ๆ มีขนาดเล็กถึงกลาง ทั้งนี้การจัดพื้นที่ส่วนกลางให้มีขนาดเล็กเป็นการลดค่าใช้จ่ายส่วนกลางที่จะเกิดในอนาคตของโครงการในอีกทางหนึ่งแต่พื้นที่ส่วนกลางที่ใช้ในการพักผ่อนที่มีขนาดเล็กอาจส่งผลต่อการรับรู้ด้านการใช้งานพื้นที่ส่วนกลางของผู้อยู่อาศัย และเมื่อเทียบกับโครงการ The Reserve พบว่าพื้นที่ส่วนกลางของโครงการ The Reserve จะมีขนาดพื้นที่ที่ใหญ่กว่าและมีการบริการเหนือระดับกว่าด้วยการเพิ่มเติมรายละเอียดที่ช่วยสร้างความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้า เช่น พื้นที่สวนที่มีขนาดใหญ่และพื้นที่นั่งเล่นภายนอกที่มีหลากหลายมุม เรือรับรองในการต้อนรับแขก ห้องสมุดที่ใช้สำหรับนั่งอ่านหนังสือ ห้องฟิตเนสที่เปิดสู่มุมมองสระว่ายน้ำและพื้นที่จอดรถของโครงการ The Reserve นำไปไว้ในชั้นใต้ดินทำให้พื้นที่บนดินกลายเป็นพื้นที่สวนและสระว่ายน้ำขนาดใหญ่ทำให้โครงการดูร่มรื่นสามารถใช้ประโยชน์บนพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เมื่อวิเคราะห์ลงในรายละเอียดพื้นที่ห้องพักของโครงการ The Chapter One พบว่าพื้นที่ห้องพักมีขนาดเล็กและมีการรวมพื้นที่รับประทานอาหารและพื้นที่นั่งเล่นไว้พื้นที่เดียวกัน เพื่อประหยัดพื้นที่ต่อตารางเมตรและใช้พื้นที่เล็กให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เน้นวัสดุเครื่องเรือนที่ดูแลจัดการง่ายและมีราคาไม่สูงมาก แต่มีจัดเตรียมเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักให้อย่างครบครันและมีพื้นที่เก็บของภายในห้องเป็นจำนวนมาก อุปกรณ์ในครัวและห้องน้ำใช้รูปแบบมาตรฐาน เนื่องจากกลุ่มฐานลูกค้าเป็นกลุ่มคนที่เริ่มต้นการทำงาน ผ่อนคอนโดมิเนียมเป็นทรัพย์สินแรกในชีวิตอยู่ในทำเลจุดเชื่อมต่อของรถไฟฟ้าใต้ดิน จึงเน้นความคุ้มค่าในการซื้อของผู้อยู่อาศัย และเมื่อวิเคราะห์ลงในรายละเอียดพื้นที่ห้องพักของโครงการ The Reserve พบว่าจะมีพื้นที่ห้องพักมีขนาดใหญ่กว่าโครงการ The Chapter One เนื่องจากตอบสนองของกลุ่มลูกค้าที่มีฐานะทางการเงินที่สูงกว่า ต้องการอยู่ในทำเลที่มีศักยภาพสูงพร้อมด้วยความสะดวกสบายที่ครบครัน ภายในห้องพักมีการให้วัสดุเครื่องเรือนที่มีคุณภาพสูง มีความสวยงามและความหรูหราในรายละเอียดการออกแบบ ให้เครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่ครัวและสุขภัณฑ์ในห้องน้ำที่มีระดับยี่ห้อและคุณภาพที่สูงกว่าโครงการ The Chapter One ภายในห้องพักมีการจัดวางผังการใช้สอยที่แบ่งพื้นที่การใช้งานออกอย่างชัดเจน เพื่อแยกการใช้งานให้เป็นสัดส่วนและสร้างคุณภาพในการใช้งานให้เต็มประสิทธิภาพของพื้นที่

ตารางที่ 16 สรุปแนวคิด วิธีการและลักษณะทางกายภาพที่โดดเด่นของโครงการ

The Chapter One ลาดพร้าว 1 (ระดับราคาปานกลาง)

The Chapter One ลาดพร้าว 1 (ระดับราคาปานกลาง)				
บุคคล	แนวคิด	วิธีการ	พื้นที่	ลักษณะทางกายภาพที่โดดเด่น
ผู้ประกอบการ	- การออกแบบเน้นทำระดับราคา สอดคล้องความสามารถในการจ่าย (Affordability)	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบห้องพักให้มีขนาดเล็กเพื่อลดราคาต่อห้องลง - สร้างพื้นที่จอดรถตามกฎหมายเพื่อประหยัดต้นทุนในการก่อสร้าง - สร้างจำนวนชั้นตามกฎหมาย เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าในที่ดินมากที่สุด และเปิดมุมมองที่ดีภายในโครงการ - สร้างพื้นที่ส่วนกลางขนาดเล็ก ประหยัดค่าใช้จ่ายการบำรุงรักษาในอนาคต 	พื้นที่ส่วนกลาง	ลักษณะเป็นอาคารเดี่ยวสร้างเต็มพื้นที่ ก่อสร้าง 8 ชั้น
				ลิโอบบี้เปิดมุมมองสู่พื้นที่สรวายน้ำ ไม่มีพนักงานบริการ
				มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่รัดกุม
สถาปนิก	- ออกแบบอาคารที่มีพื้นที่เล็กให้มีประสิทธิภาพสูงสุด	<ul style="list-style-type: none"> - จัดวางผังอาคารมีห้องพักจำนวนมากที่สุด แล้วจึงเปิดพื้นที่ตรงกลางอาคาร - พื้นที่ส่วนกลางออกแบบให้มีขนาดเล็กเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาในอนาคต - การกำหนดพื้นที่จอดรถตามกฎหมายเพื่อเพิ่มเป็นพื้นที่ขายให้ได้มากที่สุด 	พื้นที่ส่วนกลาง	การจัดวางเน้นประสิทธิภาพในการใช้งานพื้นที่ โดยใช้ประโยชน์บนพื้นที่อย่างสูงสุด
				ใช้วัสดุมาตรฐานในการตกแต่งภายใน
				เน้นรายละเอียดการออกแบบที่เรียบง่าย
สถาปนิกภายใน	- การออกแบบเรียบง่าย- เน้นความคุ้มค่าในการซื้อ	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดวางผังภายในห้องมีการรวมกิจกรรมบางส่วนเข้าไว้ด้วยกันเพื่อประหยัดพื้นที่ต่อตารางเมตร - การตกแต่งภายในใช้วัสดุที่ดูแลรักษาง่ายและมีราคาไม่สูงแต่เน้นความคุ้มค่าในการซื้อด้วยการให้เครื่องเรือนภายในห้องที่ครบครัน 	พื้นที่ห้องพัก	สรวายน้ำมีขนาดเล็ก
				พื้นที่ส่วนมีขนาดเล็กและใช้งานได้บริเวณสรวายน้ำที่เป็นพื้นที่นั่งเล่น
				ขนาดห้อง 23-33.5ตรม.
				ฝ้าภายในอาคารสูง 2.40 เมตร
				การจัดวางผังเน้นประสิทธิภาพในการใช้งานของพื้นที่

The Chapter Oneลาดพร้าว 1 (ระดับราคาปานกลาง)				
บุคคล	แนวคิด	วิธีการ	พื้นที่	ลักษณะทางกายภาพที่โดดเด่น
ผู้มีสถาปนิก	- สร้างพื้นที่ขนาดเล็กให้มีประโยชน์ใช้สอยอย่างสูงสุด ลดรายจ่ายของผู้ประกอบการ	- สร้างพื้นที่สวนให้มีมุมนั่งเล่นเพื่อให้ลูกบ้านได้เข้าไปใช้งาน- สระว่ายน้ำขนาดเล็กพอใช้งานได้ - ดึงพื้นที่สวนที่มีน้อยให้เข้ามาอยู่ในบริเวณที่มองเห็นได้ทุกกิจกรรมให้รู้สึกถึงความร่ม		พื้นที่ที่ครัวออกไม่ได้แยกออกเป็นสัดส่วน
				พื้นที่นั่งเล่นรวมกับพื้นที่รับประทานอาหาร
				ให้เฟอร์นิเจอร์ครบทุกชิ้นเพื่อความคุ้มค่า เน้นที่เก็บของภายในห้อง
				วัสดุในห้องพักระดับมาตรฐานทั่วไป เช่น ผนังทาสีขาว พื้นลามิเนต โคมไฟติดบนฝ้า เฟอร์นิเจอร์partical board และผิวเมลามีน
				สุขภัณฑ์ยี่ห้อ Cotto รูปแบบ Modern ตามมาตรฐาน

ที่มา : จากการสรุปของผู้วิจัย

ตารางที่ 17 สรุปแนวคิด วิธีการและลักษณะทางกายภาพที่โดดเด่นของโครงการ

The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง)

The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง)				
บุคคล	แนวคิด	วิธีการ	พื้นที่	ลักษณะทางกายภาพที่โดดเด่น
ผู้ประกอบการ	- ออกแบบโดยคำนึงถึงบริบทรอบข้าง นำรายละเอียดในการออกแบบบ้านหมอมือซึ่งเป็นคหบดีเก่าในสมัยรัชกาลที่ 5 มาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ	- นำข้อดีของที่ตั้งมาสร้างเป็นจุดเด่นที่มีความแตกต่างที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของโครงการ - ออกแบบพื้นที่ห้องและพื้นที่ส่วนกลางมีขนาดใหญ่ อยู่สบายเหมือนโรงแรม - สร้างพื้นที่จอดรถให้มากกว่ากฎหมายเพราะลูกค้ากลุ่มนี้เน้นใช้รถยนต์ส่วนตัว - ห้องอยู่สบาย หน้าต่างใหญ่ ฝ้าภายในห้องต้องสูง - สร้างบรรยากาศภายในโครงการให้	พื้นที่ส่วนกลาง	ลักษณะเป็นอาคารแยกเป็นหลายหลัง เชื่อมต่อโดยสวนภายในโครงการ สร้างอาคาร 7 ชั้น ได้ดิน 1 ชั้น
				ลิโอบบี้เป็นศาลากลางโครงการเปิดมุมมองสู่พื้นที่สวนและสระว่ายน้ำ และมีพนักงานประจำให้บริการในเวลาทำงาน
				มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่รัดกุม
				ที่จอดรถมากกว่ากฎหมายตามความสามารถของพื้นที่ 138 คัน (50.5% ของจำนวนห้องพัก) พื้นที่จอดรถกลางแจ้ง 2 คัน ที่จอดรถในร่ม 132 คัน

The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง)				
บุคคล	แนวคิด	วิธีการ	พื้นที่	ลักษณะทางกายภาพที่โดดเด่น
		สวยงามมีกลิ่นอายคล้ายอาคารบ้านหมอมิ		มีการจัดเตรียมการบริการสัญญาณ WIFI ฟรี ในพื้นที่ส่วนกลาง
สถาปนิก	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบอาคารที่อยู่สบายเหมือนบ้าน - ออกแบบโดยนำอาคารบ้านหมอมิ ซึ่งเป็นคหบดีเก่าในสมัยรัชกาลที่5 มาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบเพื่อสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวของโครงการ - เน้นพื้นที่ส่วนกลางให้มีขนาดใหญ่ 	<ul style="list-style-type: none"> - การออกแบบโดยการคำนึงถึงบริบทของพื้นที่เดิมในอดีตเคยเป็นบ้านหมอมิ จึงนำองค์ประกอบของบ้านหมอมิมาใช้ในการตกแต่งโครงการทั้งภายนอกและภายในอาคาร - สร้างอาคารให้มีความกลมกลืนไปกับพื้นที่ด้วยการออกแบบอาคารให้มีขนาดเล็กและสร้างไม่เต็มพื้นที่เพื่อเปิดให้มีพื้นที่โล่ง - สร้างบรรยากาศคล้ายโรงแรมบูติก ขนาดเล็กโดยวางเรื่องรับรองไว้กลางโครงการลักษณะคล้ายศาลาต้อนรับใช้ในการรองรับลูกบ้านและแขกผู้เข้าพักโครงการ - เน้นการสร้างอาคารอยู่สบายเหมือนบ้านด้วยการนำพื้นที่จอดรถไปไว้ใต้ดินทำให้พื้นที่ภายในห้องมีฝ้าที่สูงขึ้น 		มีพื้นที่ห้องสมุดให้บริการ
				มีห้องSteam room
				การจัดวางผังเน้นความเป็นส่วนตัวในการใช้พื้นที่ส่วนกลาง โดยแยกที่นั่งออกเป็นกลุ่มย่อยๆ
				ใช้วัสดุที่มีราคาสูงเข้ามาร่วมใช้ในการตกแต่ง เน้นรายละเอียดที่ช่วยสร้างความสวยงามให้กับพื้นที่ส่วนกลาง
				สระว่ายน้ำมีขนาดใหญ่
				พื้นที่สวนใหญ่และมีพื้นที่นั่งหลายมุม เช่นบริเวณศาลารับรอง พื้นที่ริมสระว่ายน้ำ พื้นที่ใต้ตึก และพื้นที่บริเวณริมคลอง
สถาปนิกภายใน	<ul style="list-style-type: none"> - การออกแบบเน้นรายละเอียดด้านความงามและสร้างความหรูหรา 	<ul style="list-style-type: none"> - ภายในห้องมีฝ้าที่สูงขึ้น - ภายในห้องพักมีการแบ่งห้องพักที่เป็นสัดส่วนชัดเจนเพื่อแยกพื้นที่ในการใช้งานและใช้วัสดุที่มีราคาสูง รวมถึงสุขภัณฑ์ที่ทำไม่ได้ในท้องตลาดมาใช้ - การออกแบบเน้นการใช้สอยที่มีประสิทธิภาพและรายละเอียดด้านความงามในการสร้างความหรูหราให้กับโครงการ 	พื้นที่ห้องพัก	ขนาดห้อง 28 -87ตรม.
				ฝ้าภายในอาคารสูง 2.70 เมตร
				การจัดวางผังแยกเป็นสัดส่วน สร้างคุณภาพในการใช้งานให้เต็มประสิทธิภาพของพื้นที่

The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง)				
บุคคล	แนวคิด	วิธีการ	พื้นที่	ลักษณะทางกายภาพที่โดดเด่น
				พื้นที่ครัวแยกออกเป็นสัดส่วนชัดเจน
ภูมิสถาปนิก	- ออกแบบสวนให้มีความร่มรื่นและสร้างประโยชน์ให้กับพื้นที่สูงสุด	- เปิดอาคารให้มีพื้นที่สวนที่ร่มรื่น - มีความเป็นส่วนตัวสูง		มีพื้นที่รับประทานอาหารแยกจากที่นั่งเล่น
				เฟอร์นิเจอร์มีรายละเอียดในการออกแบบสวยงาม
				วัสดุในห้องพักดีกว่ามาตรฐานทั่วไป เช่นผนังติด Wallpaper พื้นไม้ Engineering wood โคมฝังฝ้า เฟอร์นิเจอร์ไม้แชนทาลี มือจับทองเหลือง
				สุขภัณฑ์ยี่ห้อ Kohler รูปแบบ Classic ที่หาไม่ได้ในสมัยนั้นและมีราคาสูง

ที่มา : จากการสรุปของผู้วิจัย



บทที่ 5

ความพึงพอใจต่อการออกแบบทางกายภาพของผู้อยู่อาศัย

ผู้วิจัยใช้การวัดระดับความพึงพอใจด้วยวิธีการทำแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจหลังการเข้าอยู่อาศัยของผู้อยู่อาศัยจริงในโครงการกรณีศึกษาทั้ง 2 โครงการ โดยอ้างอิงจาก วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2555) การสรุปข้อมูลจากแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังต่อไปนี้

5.1 ข้อมูลสภาพทางสังคม เศรษฐกิจและลักษณะในการครอบครองของผู้อยู่อาศัย

5.2 ความพึงพอใจต่อโครงการ

5.2.1 ความพึงพอใจต่อลักษณะโครงการ

5.2.2 ความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพ

5.1 ข้อมูลสภาพทางสังคม เศรษฐกิจและลักษณะในการครอบครองของผู้อยู่อาศัย

5.1.1 สภาพทางสังคมของผู้อยู่อาศัย

สภาพทางสังคมของผู้อยู่อาศัย โครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 และ The Reserve เกษมสันต์ 3 โดยแสดงผลเป็นความถี่และร้อยละเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสภาพทางสังคม

ลักษณะทางสังคม	The Chapter One ลาดพร้าว 1		The Reserve เกษมสันต์ 3	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ				
ชาย	19	26.76	35	36.84
หญิง	51	71.83	60	63.16
อื่นๆ	1	1.41	-	-
อายุ				
20-30 ปี	29	40.85	29	30.53
31-40 ปี	28	39.44	22	23.16
41-50ปี	10	14.08	28	29.47
51 ปีขึ้นไป	4	5.63	16	16.84
ระดับการศึกษา				
อนุปริญญาหรือต่ำกว่า	3	4.23	3	3.16
ปริญญาตรี	48	67.61	55	57.89

ลักษณะทางสังคม	The Chapter One ลาดพร้าว 1		The Reserve เกษมสันต์ 3	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปริญญาโท	18	25.35	34	35.79
ปริญญาเอก	2	2.82	3	3.16
สถานภาพ				
โสด	54	76.06	50	52.63
สมรส ไม่มีบุตร	11	15.49	4	4.21
สมรส มีบุตร	6	8.45	41	43.16
จำนวนบุตร (เฉพาะกลุ่มตัวอย่าง “สมรส มีบุตร”)				
บุตร 1 คน	3	50.00	12	29.27
บุตร 2 คน	1	16.67	17	41.46
บุตร 3 คน	2	33.33	10	24.39
บุตร 4 คน	-	-	2	4.88

จากตาราง 16 พบว่ากลุ่มตัวอย่างโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 (ระดับราคาปานกลาง) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-30 ปี และอายุ 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีสถานภาพโสด

กลุ่มตัวอย่างโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-30 ปี และอายุ 41-50 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีสถานภาพโสดและสมรสบุตรจำนวน 2 คน

5.1.2 สภาพทางเศรษฐกิจของผู้อยู่อาศัย

สภาพทางเศรษฐกิจของผู้อยู่อาศัย โครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 และ The Reserve เกษมสันต์ 3 โดยแสดงผลเป็นความถี่และร้อยละเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสภาพทางเศรษฐกิจ

ลักษณะทางเศรษฐกิจ	The Chapter One ลาดพร้าว 1		The Reserve เกษมสันต์ 3	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพ				
นักเรียน-นักศึกษา	4	5.63	18	18.95
รับราชการ	7	9.86	8	8.42
รัฐวิสาหกิจ	3	4.23	3	3.16
พนักงานบริษัทเอกชน	48	67.61	30	31.58
ธุรกิจส่วนตัว	3	4.23	33	34.74
อื่นๆ	6	8.45	3	3.16
รายได้ตนเองเฉลี่ยต่อเดือน				
ต่ำกว่า 25,000 บาท	10	14.08	16	16.84
25,001- 50,000บาท	35	49.30	25	26.32
50,000-75,000 บาท	14	19.72	18	18.95
75,001-100,000 บาท	3	4.23	10	10.53
100,001-150,000 บาท	5	7.04	11	11.58
150,001-200,000 บาท	3	4.23	5	5.26
200,001 บาทขึ้นไป	1	1.41	10	10.53
รายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน				
ต่ำกว่า 25,000 บาท	1	1.41	-	-
25,001- 50,000บาท	16	22.54	14	14.74
50,000-75,000 บาท	14	19.72	10	10.53
75,001-100,000 บาท	12	16.90	22	23.15
100,001-150,000 บาท	13	18.31	12	12.64
150,001-200,000 บาท	8	11.27	37	38.95
200,001 บาทขึ้นไป	7	9.86	4	4.21

จากตาราง 17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนที่มีรายได้ตนเองเฉลี่ย 25,001-75,000 บาทต่อเดือน โดยมีรายได้ครอบครัวเฉลี่ย 25,001-75,000 บาทต่อเดือน และ 100,001-150,000 บาทต่อเดือนตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว รองลงมาเป็นพนักงานบริษัทเอกชนและนักศึกษา มีรายได้ตนเองเฉลี่ย 25,001-75,000 บาทต่อเดือน โดยมีรายได้ครอบครัวเฉลี่ย 150,001-200,000 บาท รองลงมา 75,001-100,000 บาทตามลำดับ

ตารางที่ 20 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพและรายได้ตนเองต่อเดือน แจกแจงแบบตารางไขว้
(Cross Tabulation) ของผู้อยู่อาศัยโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1

โครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1														
รายได้ตนเองต่อเดือน (บาท)	อาชีพ													
	นักเรียน-นักศึกษา		รับราชการ		รัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		ธุรกิจส่วนตัว		อื่นๆ		รวม	
	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25,000 บาท	3	4.20	2	2.80	0	0.00	5	7.00	0	0.00	0	0.00	10	14.00
25,001-50,000 บาท	1	1.40	1	1.40	3	4.20	26	36.4	2	2.80	2	2.80	35	49.00
50,001-75,000 บาท	0	0.00	4	5.60	0	0.00	7	9.8	1	1.40	2	2.80	14	19.60
75,001-100,000 บาท	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3	4.20	0	0.00	0	0.00	3	4.20
100,001-150,000 บาท	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3	4.20	0	0.00	2	2.80	5	7.00
150,001-200,000 บาท	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3	4.20	0	0.00	0	0.00	3	4.20
200,001 บาทขึ้นไป	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	1.40	0	0.00	0	0.00	1	1.40
รวม	4	5.60	7	9.80	3	4.20	48	67.2	3	4.20	6	8.40	71	100.00

เมื่อเทียบความสัมพันธ์ของอาชีพกับรายได้ตนเองต่อเดือน พบว่า ผู้อยู่อาศัยโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ตนเองต่อเดือนเฉลี่ย 25,001-50,000 บาท (ร้อยละ 36.40)

ตารางที่ 21 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพและรายได้ตนเองต่อเดือน แจกแจงแบบตารางไขว้
(Cross Tabulation) ของผู้อยู่อาศัยโครงการ The Reserve เกชมสันต์ 3

โครงการ The Reserve เกชมสันต์ 3														
รายได้ ตนเองต่อ เดือน	อาชีพ													
	นักเรียน- นักศึกษา		รับราชการ		รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัท		ธุรกิจส่วนตัว		อื่นๆ		รวม	
	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25,000 บาท	12	12.60	2	2.10	0	0.00	1	1.05	1	1.05	0	0.00	16	16.80
25,001- 50,000 บาท	6	6.30	1	1.05	3	3.15	9	9.45	4	4.20	2	2.10	25	26.25
50,001- 75,000 บาท	0	0.00	1	1.05	0	0.00	5	5.25	11	11.55	1	1.05	18	18.90
75,001- 100,000 บาท	0	0.00	3	3.15	0	0.00	4	4.20	3	3.15	0	0.00	10	10.50
100,001- 150,000 บาท	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5	5.25	6	6.30	0	0.00	11	11.55
150,001- 200,000 บาท	0	0.00	1	1.05	0	0.00	2	2.10	2	2.10	0	0.00	5	5.25
200,001 บาทขึ้นไป	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4	4.20	6	6.30	0	0.00	10	10.50
รวม	18	18.90	8	8.40	3	3.15	30	31.5	33	34.65	3	3.15	95	100.00

เมื่อเทียบความสัมพันธ์ของอาชีพกับรายได้ตนเองต่อเดือน ผู้อยู่อาศัยโครงการ The Reserve เกชมสันต์ 3 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษาที่มีรายได้ตนเองเฉลี่ยต่ำกว่า 25,000 บาทต่อเดือน อาชีพธุรกิจส่วนตัวที่รายได้ตนเองเฉลี่ย 50,001- 75,000 บาทต่อเดือน และอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนที่มีรายได้ตนเองเฉลี่ย 25,001-50,000 บาทต่อเดือน

5.1.3 ลักษณะในการซื้อและการครอบครองของผู้อยู่อาศัย

การวิเคราะห์ผลการวิเคราะห์ลักษณะในการซื้อและการครอบครองของผู้อยู่อาศัย โครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 และ The Reserve เกษมสันต์ 3 โดยแสดงผลเป็นความถี่และร้อยละเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 22 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะในการซื้อและการครอบครอง

ลักษณะในการซื้อและการครอบครอง	The Chapter One ลาดพร้าว 1		The Reserve เกษมสันต์ 3	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ลักษณะในการซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)				
ซื้อเพื่ออยู่อาศัย	53	74.65	77	81.05
ซื้อเพื่อลงทุนปล่อยเช่า	6	8.45	18	18.95
ซื้อเพื่อเป็นทรัพย์สิน	12	16.90	22	23.16
เช่าอยู่อาศัย	9	12.68	8	8.42
ลักษณะการครอบครอง				
เป็นเจ้าของห้องชุด	47	66.20	69	72.63
เป็นผู้ร่วมอยู่อาศัย	12	21.12	19	20.00
ผู้เช่าอยู่อาศัย	9	12.68	7	7.37
ประเภทห้องชุดที่การครอบครองและอยู่อาศัย				
STUDIO	31	43.66	23	24.21
1 BEDROOM	40	56.34	56	58.95
2 BEDROOMS	-	-	16	16.84
จำนวนสมาชิกที่อยู่อาศัยปัจจุบัน				
1-2 คน	67	94.37	68	71.57
3-4 คน	4	5.63	27	28.43
มากกว่า 5 คน	-	-	-	-

จากตาราง 20 พบว่ากลุ่มตัวอย่างโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 (ระดับราคาปานกลาง) ส่วนใหญ่ซื้อเพื่ออยู่อาศัยโดยเป็นเจ้าของห้องชุดประกอบไปด้วยห้องพัก Studio (ร้อยละ43.66) และ 1 Bedroom (ร้อยละ56.34) มีจำนวนสมาชิกที่อยู่อาศัย 1-2 คน

กลุ่มตัวอย่างโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง) ส่วนใหญ่ซื้อเพื่ออยู่ โดยเป็นเจ้าของห้องชุดประกอบไปด้วยห้องพัก Studio (ร้อยละ24.21) 1 Bedroom (ร้อยละ58.95) 2 Bedrooms (ร้อยละ16.84) มีจำนวนสมาชิกที่อยู่อาศัย 1-4 คน

ตารางที่ 23 สรุปลักษณะเด่นทางสภาพทางสังคม เศรษฐกิจ และลักษณะในการครอบครอง
ของผู้อยู่อาศัยทั้ง 2 โครงการ

ข้อมูลด้าน	โครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1(ระดับราคาปานกลาง)	โครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง)
เพศสภาพ	หญิง (ร้อยละ71.83)	หญิง (ร้อยละ63.16)
อายุ	20-30ปี (ร้อยละ40.85) 31-40ปี (ร้อยละ39.44)	20-30ปี (ร้อยละ30.53) 41-50ปี (ร้อยละ29.47)
การศึกษาระดับ	ปริญญาตรี (ร้อยละ67.61)	ปริญญาตรี (ร้อยละ57.89)
สถานภาพ	โสด (ร้อยละ76.06)	โสด (ร้อยละ52.63) สมรสมีบุตร (ร้อยละ43.16) บุตรจำนวน 2 คน (ร้อยละ41.46)
อาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ67.61)	ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ34.74) พนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ31.58) นักเรียนนักศึกษา (ร้อยละ18.95)
รายได้ตนเอง เฉลี่ยต่อเดือน	25,001- 50,000บาท (ร้อยละ49.30) 50,000-75,000 บาท (ร้อยละ19.72)	25,001- 50,000บาท (ร้อยละ26.32) 50,000-75,000 บาท (ร้อยละ18.95) ต่ำกว่า 25,000 บาท (ร้อยละ16.84)
รายได้ครอบครัว เฉลี่ยต่อเดือน	25,001- 50,000บาท (ร้อยละ22.54) 50,000-75,000 บาท (ร้อยละ19.72) 100,001-150,000 (ร้อยละ18.31)	150,001-200,000 บาท (ร้อยละ38.95) 75,001-100,000 บาท (ร้อยละ23.15)
ลักษณะใน การซื้อ	การซื้อเพื่ออยู่อาศัย (ร้อยละ 74.65)	ซื้อเพื่ออยู่อาศัย (ร้อยละ81.05)
ลักษณะในการ ครอบครอง	เจ้าของห้องชุด (ร้อยละ66.20)	เจ้าของห้องชุด (ร้อยละ72.63)
ประเภทห้องชุด	ห้องพัก Studio (ร้อยละ43.66) 1 Bedroom (ร้อยละ56.34)	ห้องพัก Studio (ร้อยละ24.21) 1 Bedroom (ร้อยละ58.95) 2 Bedrooms (ร้อยละ16.84)
จำนวนสมาชิก	1-2 คน (ร้อยละ94.37)	1-2 คน (ร้อยละ70.57) 3-4 คน (ร้อยละ28.43)

5.2 ความพึงพอใจต่อโครงการ

5.2.1 ความพึงพอใจต่อลักษณะโครงการ

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้จัดทำเพื่อหาความแตกต่างของความพึงพอใจต่อลักษณะโครงการของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 และโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 โดยแสดงผลเป็นความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 24 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อลักษณะโครงการของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 และ The Reserve เกษมสันต์ 3

ความพึงพอใจต่อ ลักษณะโครงการ	The Chapter One ลาดพร้าว 1				The Reserve เกษมสันต์ 3			
	Mean	S.D.	ความพึง พอใจ	ลำดับ	Mean	S.D.	ความพึง พอใจ	ลำดับ
ทำเลที่ตั้ง	4.38	0.684	มากที่สุด	2	4.38	0.549	มากที่สุด	2
การเดินทางสะดวกอยู่ ใกล้รถไฟฟ้าและแหล่ง อำนวยความสะดวก	4.52	0.673	มากที่สุด	1	4.45	0.579	มากที่สุด	1
สภาพแวดล้อมโดยรอบ โครงการดี	3.66	1.013	มาก	6	3.68	0.937	มาก	8
ชื่อเสียงของ ผู้ประกอบการ	3.87	0.809	มาก	4	3.60	0.735	มาก	9
ระดับราคามีความ เหมาะสม	3.66	0.909	มาก	7	3.16	0.762	ปานกลาง	11
รูปแบบอาคารทั้ง ภายนอกและภายในมี ความสวยงาม	3.70	0.835	มาก	5	4.13	0.606	มาก	3
พื้นที่ส่วนกลางมีการ บริการที่ครบครัน	3.61	0.978	มาก	9	3.84	0.734	มาก	5
รูปแบบ ขนาด พื้นที่ใช้ สอยภายในห้องพักมี ความเหมาะสมกับการ ใช้งาน	3.52	0.843	มาก	10	3.81	0.719	มาก	6
คุณภาพและวัสดุในการ ก่อสร้างดี	3.35	0.912	ปานกลาง	11	3.23	0.869	ปานกลาง	10
ที่จอดรถมีจำนวน เหมาะสม	2.80	0.954	ปานกลาง	12	3.11	0.928	ปานกลาง	12
มีระบบการรักษาความ ปลอดภัยที่ดี	4.14	0.703	มาก	3	4.01	0.737	มาก	4

ความพึงพอใจต่อ ลักษณะโครงการ	The Chapter One ลาดพร้าว 1				The Reserve เกษมสันต์ 3			
	Mean	S.D.	ความพึง พอใจ	ลำดับ	Mean	S.D.	ความพึง พอใจ	ลำดับ
การวางอาคาร มีทิศทาง แดด ลมที่ดี	3.66	0.955	มาก	8	3.74	0.775	มาก	7
ค่าเฉลี่ยรวม	3.74	0.855	มาก		3.76	0.744	มาก	

จากตารางข้างต้นผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกปัจจัยทางด้านความพึงพอใจต่อลักษณะโครงการที่มี
ลักษณะเด่นด้วยการเลือกทุกปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ย (Mean) สูงมากกว่าค่าเฉลี่ยรวม (Combined Mean) มา
ใช้ในการสรุปผลการศึกษา

ตารางที่ 25 เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อลักษณะโครงการเฉพาะปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าค่าเฉลี่ยรวมของ
โครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 และ The Reserve เกษมสันต์ 3

ที่	The Chapter One ลาดพร้าว 1			The Reserve เกษมสันต์ 3		
	ความพึงพอใจต่อลักษณะ โครงการ	ระดับความ พึงพอใจ	Mean	ความพึงพอใจต่อลักษณะ โครงการ	ระดับความ พึงพอใจ	Mean
1.	การเดินทางสะดวกอยู่ใกล้ รถไฟฟ้าและแหล่งอำนวยความสะดวก	มากที่สุด	4.52	การเดินทางสะดวกอยู่ใกล้ รถไฟฟ้าและแหล่งอำนวยความสะดวก	มากที่สุด	4.45
2.	ทำเลที่ตั้ง	มากที่สุด	4.38	ทำเลที่ตั้ง	มากที่สุด	4.38
3.	มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี	มาก	4.14	รูปแบบอาคารทั้งภายนอก และภายในมีความสวยงาม	มาก	4.13
4.	ชื่อเสียงของผู้ประกอบการ	มาก	3.87	มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี	มาก	4.01
5.				พื้นที่ส่วนกลางมีการบริการ ที่ครบครัน	มาก	3.84
6.				รูปแบบ ขนาด พื้นที่ใช้สอย ภายในห้องพักมีความ เหมาะสมกับการใช้งาน	มาก	3.81

จากตารางที่ 23 กลุ่มตัวอย่างโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 (ระดับราคาปานกลาง) มี
ความพึงพอใจต่อลักษณะในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (3.74) และจากตาราง 5.10 เมื่อพิจารณา
เป็นรายประเด็นพบว่า มีความพึงพอใจมากที่สุดในการเดินทางสะดวกอยู่ใกล้รถไฟฟ้าและแหล่งอำนวยความสะดวก

สะดวก (4.52) รองลงมาคือทำเลที่ตั้ง (4.38) มีความพึงพอใจมากในระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี (4.14) และชื่อเสียงของผู้ประกอบการ (3.87)

จากตารางที่ 5.8 กลุ่มตัวอย่างโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง) มีความพึงพอใจต่อลักษณะในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (3.76) และจากตาราง 5.10 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า มีความพึงพอใจมากที่สุดในการเดินทางสะดวกอยู่ใกล้รถไฟฟ้าและแหล่งอำนวยความสะดวก (4.45) รองลงมาคือทำเลที่ตั้ง (4.38) มีความพึงพอใจมากในรูปแบบอาคารทั้งภายนอกและภายในมีความสวยงาม (4.13) พื้นที่ส่วนกลางมีการบริการที่ครบครัน (3.84) และรูปแบบ ขนาด พื้นที่ใช้สอยภายในห้องเหมาะสมกับการใช้งาน (3.81)

5.2.2 ความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้จัดทำเพื่อหาความแตกต่างของความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพของ โครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 (ระดับราคาปานกลาง) และ โครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง)

ตารางที่ 26 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบทางกายภาพของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 และ โครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3

การสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบทางกายภาพ	The Chapter One ลาดพร้าว 1			The Reserve เกษมสันต์ 3		
	Mean	ความพึงพอใจ	ลำดับ	Mean	ความพึงพอใจ	ลำดับ
ด้านสถาปัตยกรรม	3.59	มาก	1	3.79	มาก	1
ด้านสถาปัตยกรรมภายใน	3.50	มาก	2	3.63	มาก	2
ด้านภูมิสถาปัตยกรรม	3.34	ปานกลาง	3	3.54	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.47	มาก		3.66	มาก	

จากตาราง 24 กลุ่มตัวอย่างโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 (ระดับราคาปานกลาง) มีความพึงพอใจการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบทางกายภาพในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.47) และมีความพึงพอใจลำดับสำคัญดังต่อไปนี้ 1.) ด้านสถาปัตยกรรมมีความพึงพอใจมาก (3.59) 2.) ด้านสถาปัตยกรรมภายในมีความพึงพอใจมาก (3.50) 3.) ด้านภูมิสถาปัตยกรรมมีความพึงพอใจปานกลาง (3.34)

สอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง) โดยมีความพึงพอใจการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบทางกายภาพในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.66) โดยมีความพึงพอใจลำดับสำคัญดังต่อไปนี้ 1.) ด้านสถาปัตยกรรมมีความพึงพอใจมาก(3.79) 2.) ด้านสถาปัตยกรรมภายในมีความพึงพอใจมาก(3.63) 3.) ด้านภูมิสถาปัตยกรรมมีความพึงพอใจมาก(3.54)

ตารางที่ 27 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพด้านสถาปัตยกรรมของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 และ โครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3

ด้านสถาปัตยกรรม								
รูปแบบการสร้าง มูลค่าเพิ่มด้าน สถาปัตยกรรม	The Chapter One ลาดพร้าว 1				The Reserve เกษมสันต์ 3			
	Mean	S.D.	ความพึง พอใจ	ลำดับ	Mean	S.D.	ความพึง พอใจ	ลำดับ
รูปแบบอาคารมีความ เหมาะสมกับการใช้งาน	3.97	0.828	มาก	1	3.64	0.743	มาก	9
การวางผังอาคารมีความ เป็นส่วนตัว	3.79	0.809	มาก	5	3.93	0.789	มาก	5
ออกแบบระบบรักษา ความปลอดภัยได้ดี	3.82	0.743	มาก	3	4.14	0.709	มาก	2
การก่อสร้าง สถาปัตยกรรมอาคารมี คุณภาพวัสดุที่ดี	3.32	0.841	ปานกลาง	10	3.25	0.989	ปานกลาง	10
อาคารอยู่สบาย	3.80	0.668	มาก	4	3.95	0.625	มาก	4
อาคารมีความสวยงาม	3.73	0.716	มาก	6	4.25	0.564	มากที่สุด	1
ขนาดพื้นที่ส่วนกลางมี ความเหมาะสมต่อ การใช้งาน	3.39	0.978	ปานกลาง	9	3.96	0.728	มาก	3
ที่จอดรถมีเพียงพอ ต่อการใช้งาน	2.76	1.075	ปานกลาง	11	3.09	0.876	ปานกลาง	11
ห้องพักมีจำนวน ที่เหมาะสม	3.82	0.899	มาก	2	3.91	0.670	มาก	6
ห้องพักมีขนาดที่ เหมาะสมต่อการอยู่อาศัย	3.61	0.765	มาก	7	3.84	0.842	มาก	7
ห้องพักมีมุมมองที่ดี	3.58	0.822	มาก	8	3.73	0.972	มาก	8
ค่าเฉลี่ยรวม	3.59	0.831	มาก		3.79	0.773	มาก	

จากตารางข้างต้นผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกปัจจัยทางด้านความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพด้านสถาปัตยกรรมที่มีลักษณะเด่นด้วยการเลือกทุกปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ย (Mean) สูงมากกว่าค่าเฉลี่ยรวม (Combined Mean) มาใช้ในการสรุปผลการศึกษา

ตารางที่ 28 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพด้านสถาปัตยกรรมเฉพาะปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าค่าเฉลี่ยรวมของโครงการ The Chapter One และ โครงการ The Reserve

ด้านสถาปัตยกรรม						
ที่	The Chapter One ลาดพร้าว 1			The Reserve เกษมสันต์ 3		
	ความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพ	พึงพอใจ	Mean	ความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพ	พึงพอใจ	Mean
1.	รูปแบบอาคารมีความเหมาะสมกับการใช้งาน	มาก	3.97	อาคารมีความสวยงาม	มากที่สุด	4.25
2.	ห้องพักมีจำนวนที่เหมาะสม	มาก	3.82	ออกแบบระบบรักษาความปลอดภัยได้ดี	มาก	4.14
3.	ออกแบบระบบรักษาความปลอดภัยได้ดี	มาก	3.82	ขนาดพื้นที่ส่วนกลางมีความเหมาะสมต่อการใช้งาน	มาก	3.96
4.	อาคารอยู่สบาย	มาก	3.80	อาคารอยู่สบาย	มาก	3.95
5.	การวางผังอาคารมีความเป็นส่วนตัว	มาก	3.79	การวางผังอาคารมีความเป็นส่วนตัว	มาก	3.93
6.	อาคารมีความสวยงาม	มาก	3.73	ห้องพักมีจำนวนที่เหมาะสม	มาก	3.91
7.	ห้องพักมีขนาดที่เหมาะสมต่อการอยู่อาศัย	มาก	3.61	ห้องพักมีขนาดที่เหมาะสมต่อการอยู่อาศัย	มาก	3.84

จากตารางที่ 26 กลุ่มตัวอย่างโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 (ระดับราคาปานกลาง) มีความพึงพอใจลักษณะทางกายภาพด้านสถาปัตยกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (3.59) และจากตาราง 5.11 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่ามีความพึงพอใจมาก ในรูปแบบอาคารมีความเหมาะสมกับการใช้งาน (3.97) รองลงมาคือ ห้องพักมีจำนวนที่เหมาะสมต่อขนาดอาคาร (3.82) และด้านออกแบบระบบรักษาความปลอดภัยได้ดี (3.82) อาคารอยู่สบาย (3.80) การวางผังอาคารมีความเป็นส่วนตัว (3.79) อาคารมีความสวยงาม (3.73) และห้องพักมีขนาดที่เหมาะสมต่อการอยู่อาศัย (3.61)

จากตารางที่ 26 กลุ่มตัวอย่างโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง) มีความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพด้านสถาปัตยกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (3.79) และจากตาราง 5.11 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า มีความพึงพอใจมากที่สุด ในอาคารมีความสวยงาม (4.25) ความพึงพอใจมากด้านออกแบบระบบรักษาความปลอดภัยได้ดี (4.14) และขนาดพื้นที่ส่วนกลางมีความเหมาะสมต่อการใช้งาน (3.96) อาคารอยู่สบาย (3.95) การวางผังอาคารมีความเป็นส่วนตัว (3.93) ห้องพักมีจำนวนที่เหมาะสม (3.91) และห้องพักมีขนาดที่เหมาะสมต่อการอยู่อาศัย (3.84)

ตารางที่ 29 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพด้านสถาปัตยกรรมภายในของ
โครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 และ โครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3

สถาปัตยกรรมภายใน								
รูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มด้าน สถาปัตยกรรมภายใน	The Chapter One ลาดพร้าว 1				The Reserve เกษมสันต์ 3			
	Mean	S.D.	ความพึงพอใจ	ลำดับ	Mean	S.D.	ความพึงพอใจ	ลำดับ
รูปแบบการตกแต่งภายในพื้นที่ ส่วนกลางมีความเหมาะสม กับการใช้งาน	3.61	0.707	มาก	3	3.95	0.673	มาก	2
การจัดวางผังพื้นที่ส่วนกลางมี ประสิทธิภาพการใช้งานที่ดี	3.55	0.789	มาก	5	3.72	0.663	มาก	7
วัสดุภายในพื้นที่ส่วนกลางมี คุณภาพในการใช้งานที่ดี	3.51	0.791	มาก	9	3.44	0.919	มาก	11
เฟอร์นิเจอร์ที่ให้ภายในพื้นที่ ส่วนกลางมีคุณภาพใน การใช้งานที่ดี	3.52	0.860	มาก	7	3.48	0.886	มาก	9
การตกแต่งภายในของพื้นที่ ส่วนกลางมีความสวยงาม	3.70	0.705	มาก	1	4.00	0.652	มาก	1
พื้นที่ส่วนกลาง ภายในอาคารอยู่สบาย	3.54	0.825	มาก	6	3.74	0.802	มาก	6
รูปแบบการตกแต่งภายในของ ห้องพักมีความเหมาะสม กับการใช้งาน	3.51	0.772	มาก	10	3.61	0.762	มาก	8
การจัดวางผังภายในห้องพักมี ประสิทธิภาพการใช้งานที่ดี	3.52	0.969	มาก	8	3.46	0.861	มาก	10
วัสดุภายในห้องพักมีคุณภาพใน การใช้งานที่ดี	3.25	0.769	ปาน กลาง	13	3.15	0.978	ปานกลาง	12
เฟอร์นิเจอร์ในห้องพักที่โครงการ จัดเตรียมให้มีความคุณภาพในการใช้ งานที่ดี	3.27	0.894	ปาน กลาง	12	3.13	0.959	ปานกลาง	13
การตกแต่งภายในห้องพักมีความ สวยงาม	3.62	0.684	มาก	2	3.91	0.716	มาก	3
ห้องพักอยู่สบาย	3.60	0.665	มาก	4	3.82	0.699	มาก	5
ความสูงฝ้าอาคารโปร่งและมี ความเหมาะสมต่อการอยู่อาศัย	3.41	0.928	มาก	11	3.84	0.689	มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.50	0.808	มาก		3.63	0.789	มาก	

จากตารางข้างต้นผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกปัจจัยทางด้านความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพด้านสถาปัตยกรรมภายในที่มีลักษณะเด่นด้วยการเลือกทุกปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ย (Mean) สูงมากกว่าค่าเฉลี่ยรวม (Combined Mean) มาใช้ในการสรุปผลการศึกษา

ตารางที่ 30 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพด้านสถาปัตยกรรมภายในเฉพาะปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าค่าเฉลี่ยรวมของโครงการ The Chapter One และ โครงการ The Reserve

ด้านสถาปัตยกรรมภายใน						
ที่	The Chapter One ลาดพร้าว 1			The Reserve เกษมสันต์ 3		
	ความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพ	พึงพอใจ	Mean	ความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพ	พึงพอใจ	Mean
1.	การตกแต่งภายในของพื้นที่ส่วนกลางมีความสวยงาม	มาก	3.70	การตกแต่งภายในของพื้นที่ส่วนกลางมีความสวยงาม	มาก	4.00
2.	การตกแต่งภายในห้องพักมีความสวยงาม	มาก	3.62	รูปแบบการตกแต่งภายในพื้นที่ส่วนกลางมีความเหมาะสมกับการใช้งาน	มาก	3.95
3.	รูปแบบการตกแต่งภายในพื้นที่ส่วนกลางมีความเหมาะสมกับการใช้งาน	มาก	3.61	การตกแต่งภายในห้องพักมีความสวยงาม	มาก	3.91
4.	ห้องพักอยู่สบาย	มาก	3.60	ความสูงฝ้าภายในอาคารโปร่งและมีความเหมาะสมต่อการอยู่อาศัย	มาก	3.84
5.	การจัดวางผังพื้นที่ส่วนกลางมีประสิทธิภาพการใช้งานที่ดี	มาก	3.55	ห้องพักอยู่สบาย	มาก	3.82
6.	พื้นที่ส่วนกลางภายในอาคารอยู่สบาย	มาก	3.54	พื้นที่ส่วนกลางภายในอาคารอยู่สบาย	มาก	3.74
7.	เฟอร์นิเจอร์ที่ให้ภายในพื้นที่ส่วนกลางมีคุณภาพการใช้งานที่ดี	มาก	3.52	การจัดวางผังพื้นที่ส่วนกลางมีประสิทธิภาพการใช้งานที่ดี	มาก	3.72
8.	การจัดวางผังภายในห้องพักมีประสิทธิภาพการใช้งานที่ดี	มาก	3.52			
9.	วัสดุภายในพื้นที่ส่วนกลางมีคุณภาพในการใช้งานที่ดี	มาก	3.51			
10.	รูปแบบการตกแต่งภายในของห้องพักมีความเหมาะสมกับการใช้งาน	มาก	3.51			

จากตารางที่ 28 กลุ่มตัวอย่าง The Chapter One ลาดพร้าว 1 (ระดับราคาปานกลาง) มีความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพด้านสถาปัตยกรรมภายในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (3.50) และจากตารางที่ 5.13 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า มีความพึงพอใจมากในการตกแต่งภายในพื้นที่ส่วนกลางสวยงาม (3.70) รองลงมาการตกแต่งภายในพื้นที่ห้องพักสวยงาม (3.62) และรูปแบบการตกแต่งภายในพื้นที่ส่วนกลางมีความเหมาะสมกับการใช้งาน (3.61) ห้องพักอยู่สบาย (3.60) การจัดวางผังพื้นที่ส่วนกลางมีประสิทธิภาพการใช้งานที่ดี (3.55) พื้นที่ส่วนกลางภายในอาคารอยู่สบาย (3.54) เพอร์นิเจอร์ที่ให้ภายในพื้นที่ส่วนกลางมีคุณภาพการใช้งานที่ดี (3.52) การจัดวางผังภายในห้องพักมีประสิทธิภาพการใช้งานที่ดี (3.52) วัสดุภายในพื้นที่ส่วนกลางมีคุณภาพในการใช้งานที่ดี (3.51) รูปแบบการตกแต่งภายในของห้องพักมีความเหมาะสมกับการใช้งาน (3.51)

จากตาราง 28 กลุ่มตัวอย่าง The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง) มีความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพด้านสถาปัตยกรรมภายในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (3.63) และจากตาราง 5.13 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า มีความพึงพอใจมากในการตกแต่งภายในพื้นที่ส่วนกลางสวยงาม (4.00) รองลงมา รูปแบบการตกแต่งภายในพื้นที่ส่วนกลางมีความเหมาะสมกับการใช้งาน(3.95) และการตกแต่งภายในห้องพักมีความสวยงาม(3.91) ความสูงฝ้าภายในอาคารโปร่งและมีความเหมาะสมต่อการอยู่อาศัย (3.84) ห้องพักอยู่สบาย (3.82) พื้นที่ส่วนกลางภายในอาคารอยู่สบาย (3.74) และการจัดวางผังพื้นที่ส่วนกลางมีประสิทธิภาพการใช้งานที่ดี (3.72)

ตารางที่ 31 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพด้านภูมิสถาปัตยกรรมของโครงการ
The Chapter One ลาดพร้าว 1 และ โครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3

ด้านภูมิสถาปัตยกรรม								
รูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มด้าน ภูมิสถาปัตยกรรม	The Chapter One ลาดพร้าว 1				The Reserve เกษมสันต์ 3			
	Mean	S.D.	ความพึงพอใจ	ลำดับ	Mean	S.D.	ความพึงพอใจ	ลำดับ
การตกแต่งสวนมีความเหมาะสมกับลักษณะอาคาร	3.41	0.919	มาก	4	3.61	0.689	มาก	5
การวางผังการใช้งานพื้นที่สวนมีประสิทธิภาพการใช้งานที่ดี	3.30	0.868	ปานกลาง	7	3.62	0.814	มาก	4
พื้นที่สวนสร้างภูมิทัศน์ที่ดีให้กับพื้นที่ภายในอาคาร	3.52	0.808	มาก	1	3.82	0.668	มาก	1
พื้นที่สวนมีมุมพักผ่อนที่สามารถเข้าไปใช้งานได้จริง	3.23	0.882	ปานกลาง	9	3.42	0.882	มาก	7
การตกแต่งสวนมีความสวยงาม	3.44	0.770	มาก	2	3.75	0.785	มาก	3
ต้นไม้ภายในโครงการมีความร่มรื่น	3.34	0.861	ปานกลาง	5	3.41	0.874	ปานกลาง	8
ต้นไม้ภายในโครงการช่วยสร้างความเป็นส่วนตัวให้กับอาคารและห้องพัก	3.28	0.913	ปานกลาง	8	3.47	0.944	มาก	6
ต้นไม้ภายในโครงการมีระเบียบและดูแลรักษาง่าย	3.44	0.788	มาก	3	3.38	0.868	ปานกลาง	9
วัสดุพื้นที่สวนมีคุณภาพการใช้งานที่ดี	3.31	0.767	ปานกลาง	6	3.17	0.781	ปานกลาง	10
พื้นที่สรวายน้ำมีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน	3.10	1.097	ปานกลาง	10	3.77	0.750	มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.34	0.867	ปานกลาง		3.54	0.805	มาก	

จากตารางข้างต้นผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกปัจจัยทางด้านความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพด้านภูมิสถาปัตยกรรมที่มีลักษณะเด่นด้วยการเลือกทุกปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ย (Mean) สูงมากกว่าค่าเฉลี่ยรวม (Combined Mean) มาใช้ในการสรุปผลการศึกษา

ตารางที่ 32 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพด้านภูมิสถาปัตยกรรมเฉพาะปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าค่าเฉลี่ยรวมของโครงการ The Chapter One และ โครงการ The Reserve

ด้านภูมิสถาปัตยกรรม						
ที่	The Chapter One ลาดพร้าว 1			The Reserve เกษมสันต์ 3		
	ความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพ	พึงพอใจ	Mean	ความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพ	พึงพอใจ	Mean
1.	พื้นที่สวนสร้างภูมิทัศน์ที่ดีให้กับพื้นที่ภายในอาคาร	มาก	3.52	พื้นที่สวนสร้างภูมิทัศน์ที่ดีให้กับพื้นที่ภายในอาคาร	มาก	3.82
2.	การตกแต่งสวนมีความสวยงาม	มาก	3.44	พื้นที่สระว่ายน้ำมีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน	มาก	3.77
3.	ต้นไม้ภายในโครงการมีระเบียบและดูแลรักษาง่าย	มาก	3.44	การตกแต่งสวนมีความสวยงาม	มาก	3.75
4.	การตกแต่งสวนภายในโครงการมีความเหมาะสมกับลักษณะอาคาร	มาก	3.41	การวางผังการใช้งานพื้นที่สวนมีประสิทธิภาพการใช้งานที่ดี	มาก	3.62
5.				การตกแต่งสวนมีความเหมาะสมกับลักษณะอาคาร	มาก	3.61

จากตารางที่ 30 กลุ่มตัวอย่าง The Chapter One ลาดพร้าว 1 (ระดับราคาปานกลาง) มีความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพด้านภูมิสถาปัตยกรรมภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง (3.34) และจากตารางที่ 5.15 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า มีความพึงพอใจมากในพื้นที่สวนสร้างภูมิทัศน์ที่ดีให้กับพื้นที่ภายในอาคาร (3.52) รองลงมาการตกแต่งสวนมีความสวยงาม (3.44) ต้นไม้ภายในโครงการมีระเบียบและดูแลรักษาง่าย (3.44) และการตกแต่งสวนภายในโครงการมีความเหมาะสมกับลักษณะอาคาร (3.41)

จากตารางที่ 30 กลุ่มตัวอย่าง The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง) มีความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพด้านภูมิสถาปัตยกรรม ภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (3.54)) และจากตารางที่ 5.15 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า มีความพึงพอใจมากในพื้นที่สวนสร้างภูมิทัศน์ที่ดีให้กับพื้นที่ภายในอาคาร (3.82) รองลงมาพื้นที่สระว่ายน้ำมีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน (3.77) และการตกแต่งสวนมีความสวยงาม (3.75) การวางผังการใช้งานพื้นที่สวนมีประสิทธิภาพการใช้งานที่ดี (3.62) การตกแต่งสวนภายในโครงการมีความเหมาะสมกับลักษณะอาคาร (3.61)

นอกจากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากคำถามปลาย (Open Form) เปิดเพื่อเก็บข้อมูลปัญหาการใช้งานอาคารในการออกแบบสถาปัตยกรรมทั้ง 3 ด้าน (ด้านสถาปัตยกรรม ด้านสถาปัตยกรรมภายใน ด้านภูมิสถาปัตยกรรม) ดังนี้

ปัญหาจากการใช้งานด้านสถาปัตยกรรม

ปัญหาจากการใช้งานด้านสถาปัตยกรรม			
The Chapter One ลาดพร้าว 1	จำนวน (คน)	The Reserve เกษมสันต์ 3	จำนวน (คน)
- พื้นที่ส่วนกลางมีขนาดเล็กไม่เพียงพอต่อการใช้งาน	4	- จุดทิ้งขยะในบริเวณบันไดหนีไฟสร้างผิดแบบไม่เหมาะสมต่อการใช้งาน	4
- ที่จอดรถน้อยไม่เพียงพอต่อการใช้งาน	4	- การออกแบบ 3 อาคารไม่มีทางเดินเชื่อมใช้งานจริงลำบาก	2
- ที่จอดรถควรอยู่ในพื้นที่ร่มไม่ต้องตากแดดตากฝน	2	- ที่จอดรถน้อยไม่เพียงพอต่อการใช้งาน	2
- พื้นที่ภายในห้องพักมีขนาดเล็กไม่เหมาะสมกับการใช้งาน	1		

ปัญหาจากการใช้งานด้านสถาปัตยกรรมของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 ประกอบด้วยเรื่อง ปัญหาขนาดของพื้นที่ใช้สอย คือ พื้นที่ส่วนกลางมีขนาดเล็กไม่เพียงพอต่อการใช้งาน พื้นที่จอดรถที่มีไม่เพียงพอต่อการใช้งาน ขนาดห้องเล็กไม่เหมาะสมกับการใช้งาน ปัญหาด้านการจัดวางผัง คือ มีที่จอดรถบางส่วนอยู่บริเวณภายนอกอาคาร

ปัญหาจากการใช้งานด้านสถาปัตยกรรมของโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 ประกอบด้วยเรื่อง ปัญหาขนาดพื้นที่ใช้สอย คือ พื้นที่จอดรถไม่เพียงพอต่อการใช้งาน ปัญหาจากการออกแบบ คือ อาคารไม่เชื่อมต่อกันทำให้ใช้งานลำบากและพื้นที่ทิ้งขยะสร้างไม่ตรงตามแบบทำให้ใช้งานลำบาก

ปัญหาจากการใช้งานด้านสถาปัตยกรรมภายใน

ปัญหาจากการใช้งานด้านสถาปัตยกรรมภายใน			
The Chapter One ลาดพร้าว 1	จำนวน (คน)	The Reserve เกษมสันต์ 3	จำนวน (คน)
- พื้นที่ครัวเล็กไม่เหมาะสมต่อการใช้งาน	3	- คุณภาพวัสดุไม่ดีไม่เหมาะสมกับราคา	3
- ระเบียงห้องเล็กไม่เหมาะสมต่อการใช้งาน	2	- เฟอร์นิเจอร์ภายในห้องบางชิ้นมีขนาดใหญ่เกินไปไม่เหมาะสมกับขนาดห้อง	3
- คุณภาพวัสดุไม่ดีไม่เหมาะสมกับราคา	2	- ระเบียงห้องเล็กไม่เหมาะสมต่อการใช้งาน	2
- วัสดุเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องควรมีคุณภาพที่ดีและใช้งานได้สะดวกสบายกว่านี้	2	- เฟอร์นิเจอร์ภายในห้องควรใช้วัสดุที่ง่ายต่อการรักษา และแข็งแรง	2

- ปลั๊กไฟในห้องมีน้อยเกินไปไม่พอต่อการใช้งาน	2	- ปลั๊กไฟในห้องมีน้อยเกินไปไม่พอต่อการใช้งาน	2
- ควรให้อุปกรณ์พื้นที่ครัวให้ครบครัน	1	- พื้นที่ครัวไม่มีการระบายอากาศที่ดี	1

ปัญหาจากการใช้งานด้านสถาปัตยกรรมภายในของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 ประกอบด้วยเรื่อง ปัญหาขนาดของพื้นที่ใช้สอย คือ พื้นที่ครัวและระเบียงมีขนาดเล็กเกินไป ปัญหาด้านคุณภาพ คือ คุณภาพวัสดุไม่ดีและเฟอร์นิเจอร์คุณภาพไม่ดี ปัญหาจากการออกแบบ คือ ปลั๊กไฟภายในห้องน้อยเกินไป

ปัญหาจากการใช้งานด้านสถาปัตยกรรมภายในของโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 ประกอบด้วยเรื่อง ปัญหาจากการออกแบบ คือ พื้นที่ครัวไม่มีการระบายอากาศที่ดี ปลั๊กไฟภายในห้องน้อยเกินไป ขนาดของพื้นที่ใช้สอย คือ ระเบียงห้องมีขนาดเล็ก ปัญหาด้านคุณภาพ คือ คุณภาพวัสดุไม่ดีและเฟอร์นิเจอร์คุณภาพไม่ดี

ปัญหาจากการใช้งานด้านภูมิสถาปัตยกรรม

ปัญหาจากการใช้งานด้านภูมิสถาปัตยกรรม			
The Chapter One ลาดพร้าว 1	จำนวน (คน)	The Reserve เกษมสันต์ 3	จำนวน (คน)
- พื้นใช้สวนมีขนาดเล็กไม่เหมาะสมต่อการใช้งาน	5	- พื้นที่สวนขาดการดูแลที่ดี	3
- สระว่ายน้ำเล็กเกินไปไม่เหมาะสมต่อการใช้งาน	5	- พื้นที่สวนในตอนกลางคืนมีไฟส่องสว่างน้อยเกินไป	2
- สระว่ายน้ำไม่มีความเป็นส่วนตัว	4	- ขาดต้นไม้ใหญ่ที่ให้ร่มเงากับอาคาร	1
- ห้องน้ำสระว่ายน้ำต้องใช้ร่วมกับลิโอบบี้	2		

ปัญหาจากการใช้งานด้านภูมิสถาปัตยกรรมของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 ประกอบด้วยเรื่อง ปัญหาขนาดพื้นที่ใช้สอย คือ พื้นที่สวนและสระว่ายน้ำมีขนาดเล็กใช้งานลำบาก ด้านการออกแบบ สระว่ายน้ำไม่มีความเป็นส่วนตัวและไม่มีห้องน้ำของส่วนสระว่ายน้ำแยกออกจากลิโอบบี้

ปัญหาจากการใช้งานด้านภูมิสถาปัตยกรรมของโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 ประกอบด้วยเรื่อง ปัญหาด้านการบำรุงรักษา คือ พื้นที่สวนขาดการดูแลที่ดี ปัญหาด้านการออกแบบคือ พื้นที่สวนตอนกลางคืนมีไฟส่องสว่างน้อยใช้งานลำบาก และขาดต้นไม้ใหญ่ที่ให้ร่มเงากับอาคาร

บทที่ 6

สรุปผลการศึกษา ข้อค้นพบ อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อการออกแบบทางกายภาพของโครงการระดับราคาปานกลาง และระดับราคาสูง สามารถสรุปผลการศึกษา ข้อค้นพบ อภิปรายผลและข้อเสนอแนะได้ดังนี้

6.1 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อการออกแบบทางกายภาพของโครงการระดับราคาปานกลาง และระดับราคาสูง สามารถสรุปผลการศึกษาออกเป็น 4 ประเด็นสำคัญคือ แนวคิดการออกแบบทางกายภาพ วิธีการออกแบบทางกายภาพ ลักษณะทางกายภาพที่เกิดจากการออกแบบ ความพึงพอใจต่อการออกแบบทางกายภาพ

6.1.1 แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบทางกายภาพ

1.) **แนวคิดการเลือกพัฒนาโครงการ** เป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดตลาดเป้าหมายของโครงการโดยกำหนดจากการกำหนดตลาดเป้าหมายดังต่อไปนี้

การแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาด (Market segmentation) โดยกำหนดจากทำเลที่ตั้ง และรับราคาที่ดินโดยโครงการระดับราคาปานกลางจะเลือกทำเลที่ตั้งที่ใกล้จุดเชื่อมต่อที่ใกล้รถไฟฟ้าหรือรถไฟฟ้าใต้ดิน พื้นที่ใกล้มหาวิทยาลัยหรือแหล่งงาน ระดับราคาที่ดินต่ำกว่า 500,000 บาทต่อตารางวาและโครงการระดับราคาสูงเลือกทำเลที่อยู่บนเส้นรถไฟฟ้าหรือCBD ระดับราคาที่ดิน 500,000-1,500,000 บาทต่อตารางวา

การกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด (Market targeting) เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่อาศัยอยู่ในเมืองกรุงเทพมหานคร โดยโครงการระดับราคาปานกลางเน้นกลุ่มรายได้ปานกลาง คนเริ่มต้นทำงาน เป็นกลุ่มคนมีฐานะปานกลางที่อาศัยอยู่ในระแวกพื้นที่ และโครงการระดับราคาสูงเน้นกลุ่มคนรายได้สูง คนที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมที่อยู่บนที่ดินใจกลางเมืองและมีมูลค่าสูง

การวางตำแหน่งทางการตลาด (Market positioning) แบ่งตามระดับราคาขายและขนาดห้องพัก โดยโครงการระดับราคาปานกลางมีราคาขายที่ 100,000-130,000 บาทต่อตารางเมตร มีขนาดห้องเฉลี่ย 23-35 ตารางเมตร และโครงการระดับราคาสูงมีราคาขายที่ 150,000-300,000 บาทต่อตารางเมตร มีขนาดห้องเฉลี่ย 28-55 ตารางเมตร

2.) แนวคิดในการออกแบบทางกายภาพ

ทั้ง 2 ระดับราคามีแนวคิดพื้นฐานเหมือนกัน คือ การจัดวางอาคารให้เกิดประโยชน์ต่อการอยู่อาศัยสูงสุด สร้างความประทับใจให้กับโครงการด้วยการสร้างอาคารที่มีความสวยงาม มีมุมมองที่ดีทั้งพื้นที่ส่วนกลางและพื้นที่ภายในห้องพัก

ทั้งนี้ 2 โครงการมีแนวคิดที่แตกต่างกัน คือ โครงการระดับราคาปานกลาง เน้นการออกแบบโดยคำนึงถึงความเรียบง่ายในการออกแบบ คำนึงถึงความคุ้มค่าในการสร้างคอนโดมิเนียมที่มีระดับราคาที่เหมาะสมกับการจ่ายเงินของลูกค้าและโครงการที่มีระดับราคาสูง เน้นการสร้างความแตกต่างด้วยการดึงเอกลักษณ์เฉพาะตัวของโครงการที่หาไม่ได้จากโครงการอื่นมาเป็นการสร้างบรรยากาศ อารมณ์และความรู้สึกร่วมเพื่อสร้างประสบการณ์เฉพาะตัว

6.1.2 วิธีการออกแบบทางกายภาพ

ด้านสถาปัตยกรรม โครงการระดับราคาปานกลาง เริ่มจากจัดวางผังอาคารมีพื้นที่ขายมากที่สุดแล้วจึงลดพื้นที่ลงเพื่อเป็นพื้นที่ส่วนกลางที่ออกแบบให้มีขนาดเล็ก เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาในอนาคตและลดต้นทุนในการก่อสร้างของผู้ประกอบการ รวมถึงการกำหนดพื้นที่จอดรถตามกฎหมายลดต้นทุนในการก่อสร้าง และโครงการที่มีระดับราคาสูง ออกแบบโดยการคำนึงถึงบริบทของพื้นที่ที่ได้แรงบันดาลใจในออกแบบให้มีความกลมกลืนไปกับพื้นที่ เพื่อสร้างความแตกต่างที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สร้างอาคารไม่เต็มพื้นที่เพื่อเปิดให้มีพื้นที่โล่งภายในโครงการ ในการสร้างบรรยากาศคล้ายโรงแรมขนาดเล็ก เปิดอาคารให้มีพื้นที่สวนที่ร่มรื่น มีความเป็นส่วนตัวสูง เน้นการสร้างอาคารอยู่สบายเหมือนบ้าน มีการนำพื้นที่จอดรถไปไว้ใต้ดินและก่อสร้างเพียง 7 ชั้นทำให้พื้นที่ภายในห้องมีฝ้าที่สูงขึ้นและอยู่สบายมากขึ้น

ด้านสถาปัตยกรรมภายใน โครงการระดับราคาปานกลาง เน้นการตกแต่งที่เรียบง่าย ภายในห้องพักมีการจัดวางผังด้วยการรวมกิจกรรมบางส่วนเข้าไว้ด้วยกันเพื่อประหยัดพื้นที่ต่อตารางเมตร การตกแต่งภายในใช้วัสดุที่ดูแลรักษาง่ายและมีราคาไม่สูงแต่เน้นความคุ้มค่าในการซื้อด้วยการให้เฟอร์นิเจอร์ที่ครบครัน และโครงการที่มีระดับราคาสูง เน้นการตกแต่งที่หรูหรา วางผังภายในห้องพักมีการแบ่งห้องพักที่เป็นสัดส่วนชัดเจนเพื่อแยกพื้นที่ในการใช้งาน ให้เครื่องใช้ไฟฟ้าในส่วนครัวและสุขภัณฑ์ที่มียี่ห้อและมีราคาสูง รวมถึงการใช้วัสดุที่มีราคาสูง การออกแบบเน้นการใช้สอยที่มีประสิทธิภาพและรายละเอียดด้านความงามในการสร้างความหรูหราให้กับโครงการ

ด้านภูมิสถาปัตยกรรม โครงการระดับราคาปานกลาง จัดวางผังให้สามารถใช้ประโยชน์บนพื้นที่ได้อย่างสูงสุดและสร้างมุมนั่งเล่นให้สามารถเข้าไปใช้งานได้จริง การเลือกต้นไม้ที่ไม่ต้องดูแลจัดการมากเพื่อลดต้นทุนในการบำรุงรักษาในอนาคต และโครงการที่มีระดับราคาสูง ใช้องค์ประกอบในการตกแต่งที่ดูหรูหรา จัดวางผังให้มีพื้นที่ที่สามารถเข้าไปใช้งานได้หลากหลายมุม สร้างพื้นที่สวนให้มีความร่มรื่น น่าเข้าไปใช้งาน และสร้างสระว่ายน้ำที่มีขนาดใหญ่สามารถใช้งานได้อย่างสะดวกสบาย

6.1.3 ลักษณะกายภาพของโครงการ

ลักษณะทางกายภาพที่สำคัญที่ส่งผลต่อการออกแบบประกอบด้วยดังนี้

1.) พื้นที่ส่วนกลาง

โครงการระดับราคาปานกลาง ประกอบด้วย ล็อบบี้ ฟิตเนส สระว่ายน้ำ สวน ที่จอดรถ และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยและกล้องวงจรปิด มีสัดส่วนพื้นที่ส่วนกลาง (ร้อยละ 36) น้อยกว่าพื้นที่ห้องพัก (ร้อยละ 64) โดยจะมีขนาดพื้นที่งานระบบอื่นๆใหญ่ที่สุด รองลงมาคือพื้นที่จอดรถตามกฎหมาย และพื้นที่สวนโดยรอบอาคาร และโครงการระดับราคาสูง ประกอบด้วย ศาลาเรือนรับรอง ห้องสมุด ฟิตเนส สระว่ายน้ำ สวน ที่จอดรถ บริการWiFi Freeและเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยและกล้องวงจรปิด มีสัดส่วนพื้นที่ส่วนกลาง (ร้อยละ 49) ใกล้เคียงกับพื้นที่ห้องพัก (ร้อยละ 51) โดยจะมีขนาดพื้นที่จอดรถใหญ่ที่สุด รองลงมาคือพื้นที่งานระบบอื่นๆและพื้นที่สวนที่มีขนาดใหญ่

ทั้งนี้เมื่อเทียบตามรายละเอียดสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ส่วนกลางทั้ง 2 โครงการ พื้นที่ล็อบบี้ และพื้นที่อื่นๆของทั้ง 2 โครงการมีขนาดใกล้เคียงกันแต่พื้นที่ส่วนใหญ่ของโครงการระดับราคาสูงจะมีขนาดพื้นที่ใหญ่กว่า ได้แก่ พื้นที่ฟิตเนส พื้นที่สระว่ายน้ำ พื้นที่สวน ที่จอดรถและมีการเพิ่มพื้นที่และบริการอื่นๆ เช่น ห้องสมุด บริการ Free Wifi ในพื้นที่ส่วนกลาง และจุดเด่นของโครงการระดับราคาสูงคือพื้นที่สวนของโครงการที่มีระดับราคาสูงมีขนาดใหญ่กว่าโครงการที่มีระดับราคาปานกลางถึง 1 เท่า

2.) พื้นที่ภายในห้องพัก

โครงการระดับราคาปานกลาง ประกอบด้วยห้อง Studio ร้อยละ 30 (23-24ตรม.) และห้อง 1 Bedroom (28.5-33.5ตรม.) ร้อยละ 70 มีความสูงฝ้าที่ระดับ 2.40 เมตรการวางผังมีการรวมพื้นที่ใช้สอยบางส่วนเข้าด้วยกัน เช่น พื้นที่รับประทานอาหารและพื้นที่นั่งเล่น เพื่อประหยัดพื้นที่ต่อตารางเมตร เน้นวัสดุเครื่องเรือนที่ดูแลจัดการง่ายและมีราคาไม่สูงมากแต่มีจัดเตรียมเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักให้อย่างครบครัน อุปกรณ์ในครัวและห้องน้ำใช้รูปแบบมาตรฐาน โครงการระดับราคาสูง ประกอบไปด้วยห้อง Studio (28ตรม.) ร้อยละ 29, ห้อง 1 Bedroom (38.5ตรม.) ร้อยละ 55 และห้อง 2 Bedrooms (58-87ตรม.) ร้อยละ 16 ซึ่งห้องพักจะมีขนาดพื้นที่ใหญ่กว่าโครงการระดับราคาปานกลาง ความสูงฝ้าที่ระดับ 2.70 เมตร ภายในห้องพักมีการแยกการใช้งานให้เป็นสัดส่วนและสร้างคุณภาพในการใช้งานให้เต็มประสิทธิภาพของพื้นที่ การให้วัสดุเครื่องเรือนที่มีคุณภาพ มีความสวยงามและความหรูหราในรายละเอียดการออกแบบ ให้เครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่ครัวและสุขภัณฑ์ในห้องน้ำที่มีระดับยี่ห้อและคุณภาพที่สูงกว่าโครงการระดับราคาปานกลาง

6.1.4 ความพึงพอใจต่อการออกแบบทางกายภาพ

1.) ข้อมูลสภาพทางสังคม เศรษฐกิจและลักษณะในการครอบครองของผู้อยู่อาศัย

ผู้อยู่อาศัยโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 (ระดับราคาปานกลาง) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20- 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ตนเองเฉลี่ยต่อเดือน 25,001-75,000 บาท โดยรายได้ครอบครัวเฉลี่ย 25,001-75,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อเพื่ออยู่อาศัย จำนวนสมาชิกที่อยู่อาศัย 1-2 คน

ผู้อยู่อาศัยโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 (ระดับราคาสูง) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-30 ปี และอายุ 41-50 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด และสมรสมีบุตร โดยมีบุตรจำนวน 2 คน ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว รองลงมาเป็นพนักงานบริษัทเอกชนและนักเรียนนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยตนเองต่อเดือน 25,001-75,000 บาท และต่ำกว่า 25,000 บาท โดยรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 150,001-200,000 บาท รองลงมา มีรายได้ 75,001-100,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อเพื่ออยู่อาศัย จำนวนสมาชิกที่อยู่อาศัย 1-4 คน

2.) ความพึงพอใจต่อลักษณะโครงการ

ตารางที่ 33 เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อลักษณะโครงการ

ความพึงพอใจต่อลักษณะโครงการ						
ที่	The Chapter One ลาดพร้าว 1			The Reserve เกษมสันต์ 3		
	ความพึงพอใจต่อลักษณะโครงการ	ระดับความพึงพอใจ	Mean	ความพึงพอใจต่อลักษณะโครงการ	ระดับความพึงพอใจ	Mean
1.	การเดินทางสะดวกอยู่ใกล้รถไฟฟ้าและแหล่งอำนวยความสะดวก	มากที่สุด	4.52	การเดินทางสะดวกอยู่ใกล้รถไฟฟ้าและแหล่งอำนวยความสะดวก	มากที่สุด	4.45
2.	ทำเลที่ตั้ง	มากที่สุด	4.38	ทำเลที่ตั้ง	มากที่สุด	4.38
3.	มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี	มาก	4.14	รูปแบบอาคารทั้งภายนอกและภายในมีความสวยงาม	มาก	4.13
4.	ชื่อเสียงของผู้ประกอบการ	มาก	3.87	มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี	มาก	4.01
5.				พื้นที่ส่วนกลางมีการบริการที่ครบครัน	มาก	3.84
6.				รูปแบบ ขนาด พื้นที่ใช้สอยภายในห้องพักมีความเหมาะสมกับการใช้งาน	มาก	3.81

ความพึงพอใจต่อลักษณะโครงการทั้ง 2 โครงการพิจารณาเรื่องการเดินทางที่สะดวกอยู่ใกล้รถไฟฟ้า รถไฟฟ้าได้ดินและแหล่งอำนวยความสะดวกมีความพึงพอใจอันดับแรก รองลงมาคือเรื่องทำเลที่ตั้ง

ของโครงการโดยอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดในการเลือกพัฒนาโครงการของผู้ประกอบการที่ให้ความสำคัญกับเกณฑ์ในการเลือกที่ตั้งที่อยู่ใกล้ระบบขนส่งมวลชนเป็นสำคัญของทั้ง 2 โครงการ ทั้งนี้การมีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดีเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของทั้ง 2 โครงการในระดับพึงพอใจมากและลักษณะเด่นของโครงการระดับราคาปานกลางผู้อยู่อาศัยมีความพึงพอใจมากที่สุดของผู้ประกอบการสามารถสร้างความเชื่อมั่นในมาตรฐานที่ดีให้กับผู้อยู่อาศัยในโครงการ และโครงการระดับราคาสูงมีความพึงพอใจมากต่อความสวยงามของอาคาร พื้นที่ส่วนกลางมีการบริการที่ครบครันและรูปแบบขนาดพื้นที่ใช้สอยภายในห้องพักมีความเหมาะสมกับการใช้งาน สอดคล้องกับแนวคิดในการพัฒนาโครงการของผู้ประกอบการที่เน้นการออกแบบให้สอดคล้องกับบริบทเดิมของพื้นที่โครงการเพื่อสร้างลักษณะพิเศษเฉพาะตัวของโครงการ และแนวคิดของสถาปนิกออกแบบทางกายภาพที่เน้นพื้นที่ส่วนกลางให้มีขนาดใหญ่และออกแบบอาคารให้อยู่สบายเหมือนบ้าน

3.) ความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพ

ทั้ง 2 โครงการมีความพึงพอใจต่อการออกแบบทางกายภาพโดยให้ลำดับที่เหมือนกัน ได้แก่ การออกแบบทางสถาปัตยกรรมสร้างความพึงพอใจให้กับผู้อยู่อาศัยได้มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสถาปัตยกรรมภายในและด้านภูมิสถาปัตยกรรม ตามลำดับ

ตารางที่ 34 เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการออกแบบทางกายภาพทางด้านสถาปัตยกรรม

ความพึงพอใจต่อการออกแบบด้านสถาปัตยกรรม						
ที่	The Chapter One ลาดพร้าว 1			The Reserve เกษมสันต์ 3		
	ความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพ	พึงพอใจ	Mean	ความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพ	พึงพอใจ	Mean
1.	รูปแบบอาคารมีความเหมาะสมกับการใช้งาน	มาก	3.97	อาคารมีความสวยงาม	มากที่สุด	4.25
2.	ห้องพักมีจำนวนที่เหมาะสม	มาก	3.82	ออกแบบระบบรักษาความปลอดภัยได้ดี	มาก	4.14
3.	ออกแบบระบบรักษาความปลอดภัยได้ดี	มาก	3.82	ขนาดพื้นที่ส่วนกลางมีความเหมาะสมต่อการใช้งาน	มาก	3.96
4.	อาคารอยู่สบาย	มาก	3.80	อาคารอยู่สบาย	มาก	3.95
5.	การวางผังอาคารมีความเป็นส่วนตัว	มาก	3.79	การวางผังอาคารมีความเป็นส่วนตัว	มาก	3.93
6.	อาคารมีความสวยงาม	มาก	3.73	ห้องพักมีจำนวนที่เหมาะสม	มาก	3.91
7.	ห้องพักมีขนาดที่เหมาะสมต่อการอยู่อาศัย	มาก	3.61	ห้องพักมีขนาดที่เหมาะสมต่อการอยู่อาศัย	มาก	3.84

การออกแบบทางสถาปัตยกรรม ทั้ง 2 โครงการมีความพึงพอใจร่วมกันแต่มีลำดับที่แตกต่างกัน ได้แก่ การออกแบบอาคารวางผังมีความเป็นส่วนตัวสูงซึ่งมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ลักษณะอาคารอยู่สบายและมีความสวยงาม สอดคล้องกับพื้นฐานในการออกแบบทางกายภาพของทั้ง 2 โครงการและเมื่อพิจารณาข้อแตกต่างในแต่ละโครงการ โครงการระดับราคาปานกลาง ผู้อยู่อาศัยพึงพอใจต่อด้านอาคารมีความเหมาะสมกับการใช้งาน สอดคล้องกับแนวคิดของสถาปนิกในการออกแบบพื้นที่เล็กให้มีประสิทธิภาพสูงสุด และโครงการระดับราคาสูงผู้อยู่อาศัยมีความพึงพอใจต่อขนาดพื้นที่ส่วนกลางที่มีความเหมาะสมกับการใช้งานสอดคล้องกับแนวคิดของสถาปนิกในการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางให้มีขนาดใหญ่และออกแบบอาคารให้อยู่สบายเหมือนบ้าน

ตารางที่ 35 เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการออกแบบทางกายภาพทางด้านสถาปัตยกรรมภายใน

ความพึงพอใจต่อการออกแบบด้านสถาปัตยกรรมภายใน						
ที่	The Chapter One ลาดพร้าว 1			The Reserve เกษมสันต์ 3		
	ความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพ	พึงพอใจ	Mean	ความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพ	พึงพอใจ	Mean
1.	การตกแต่งภายในพื้นที่ส่วนกลางมีความสวยงาม	มาก	3.70	การตกแต่งภายในพื้นที่ส่วนกลางมีความสวยงาม	มาก	4.00
2.	การตกแต่งภายในห้องพักมีความสวยงาม	มาก	3.62	รูปแบบการตกแต่งภายในพื้นที่ส่วนกลางมีความเหมาะสมกับการใช้งาน	มาก	3.95
3.	รูปแบบการตกแต่งภายในพื้นที่ส่วนกลางเหมาะสมกับการใช้งาน	มาก	3.61	การตกแต่งภายในห้องพักมีความสวยงาม	มาก	3.91
4.	ห้องพักอยู่สบาย	มาก	3.60	ความสูงฝ้าอาคารโปร่งและมีความเหมาะสมต่อการอยู่อาศัย	มาก	3.84
5.	การจัดวางผังพื้นที่ส่วนกลางมีประสิทธิภาพการใช้งานที่ดี	มาก	3.55	ห้องพักอยู่สบาย	มาก	3.82
6.	พื้นที่ส่วนกลางภายในอาคารอยู่สบาย	มาก	3.54	พื้นที่ส่วนกลางภายในอาคารอยู่สบาย	มาก	3.74
7.	เฟอร์นิเจอร์ที่ให้ภายในพื้นที่ส่วนกลางมีคุณภาพการใช้งานที่ดี	มาก	3.52	การจัดวางผังพื้นที่ส่วนกลางมีประสิทธิภาพการใช้งานที่ดี	มาก	3.72
8.	การจัดวางผังภายในห้องพักมีประสิทธิภาพการใช้งานที่ดี	มาก	3.52			
9.	วัสดุภายในพื้นที่ส่วนกลางมีคุณภาพในการใช้งานที่ดี	มาก	3.51			
10.	การตกแต่งภายในของห้องพักมีความเหมาะสมกับการใช้งาน	มาก	3.51			

การออกแบบทางสถาปัตยกรรมภายใน ทั้ง 2 โครงการมีความพึงพอใจร่วมกันแต่มีลำดับที่แตกต่างกันได้แก่ ด้านการตกแต่งภายในทั้งพื้นที่ส่วนกลางและห้องพักที่มีความสวยงามและอยู่สบาย การวางผังพื้นที่ส่วนกลางมีประสิทธิภาพและรูปแบบการตกแต่งพื้นที่ส่วนกลางมีความเหมาะสมกับการใช้งาน สอดคล้องกับพื้นฐานในการออกแบบทางกายภาพของทั้ง 2 โครงการ เมื่อพิจารณาข้อแตกต่างในแต่ละโครงการ โครงการระดับราคาปานกลางผู้อยู่อาศัยมีความพึงพอใจต่อวัสดุและเฟอร์นิเจอร์ในพื้นที่ส่วนกลางมีคุณภาพที่ดี และพึงพอใจต่อการจัดวางผังภายในห้องและรูปแบบการตกแต่งภายในห้องพักที่มีความเหมาะสมกับการใช้งาน สอดคล้องกับวิธีการของสถาปนิกภายในที่เลือกวัสดุที่ดูแลจัดการง่าย ราคาไม่สูง เน้นการใช้พื้นที่ที่มีประสิทธิภาพ โครงการระดับราคาสูงผู้อยู่อาศัยมีความพึงพอใจต่อความสูงฝ้าที่โปร่งและเหมาะสมกับการอยู่อาศัย สอดคล้องกับการออกแบบของสถาปนิกที่สร้างอาคารสูง 7 ชั้นเพื่อเพิ่มความสูงฝ้าภายในห้องพักให้อยู่สบายมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 36 เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการออกแบบทางกายภาพทางด้านภูมิสถาปัตยกรรม

ความพึงพอใจต่อการออกแบบด้านภูมิสถาปัตยกรรม						
ที่	The Chapter One ลาดพร้าว 1			The Reserve เกษมสันต์ 3		
	ความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพ	พึงพอใจ	Mean	ความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพ	พึงพอใจ	Mean
1.	พื้นที่ส่วนสร้างภูมิทัศน์ที่ดีให้กับพื้นที่ภายในอาคาร	มาก	3.52	พื้นที่ส่วนสร้างภูมิทัศน์ที่ดีให้กับพื้นที่ภายในอาคาร	มาก	3.82
2.	การตกแต่งสวนมีความสวยงาม	มาก	3.44	พื้นที่สระว่ายน้ำมีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน	มาก	3.77
3.	ต้นไม้ภายในโครงการมีระเบียบและดูแลรักษาง่าย	มาก	3.44	การตกแต่งสวนมีความสวยงาม	มาก	3.75
4.	การตกแต่งสวนภายในโครงการมีความเหมาะสมกับลักษณะอาคาร	มาก	3.41	การวางผังการใช้งานพื้นที่สวนมีประสิทธิภาพการใช้งานที่ดี	มาก	3.62
5.				การตกแต่งสวนมีความเหมาะสมกับลักษณะอาคาร	มาก	3.61

การออกแบบทางภูมิสถาปัตยกรรม ทั้ง 2 โครงการมีความพึงพอใจร่วมกันแต่มีลำดับที่แตกต่างกันได้แก่ พื้นที่ส่วนสร้างภูมิทัศน์ที่ดีให้กับพื้นที่ภายในอาคาร การตกแต่งสวนมีความสวยงามและเหมาะสมกับลักษณะอาคาร สอดคล้องกับพื้นฐานในการออกแบบทางกายภาพของทั้ง 2 โครงการ เมื่อพิจารณาข้อแตกต่างในแต่ละโครงการ โครงการระดับราคาปานกลางผู้อยู่อาศัยมีความพึงพอใจต่อต้นไม้ในโครงการดูแลจัดการง่ายและเป็นระเบียบ โครงการระดับราคาสูงผู้อยู่อาศัยมีความพึงพอใจต่อพื้นที่สระว่ายน้ำที่มีขนาดเหมาะสมกับการใช้งานและการจัดวางผังพื้นที่สวนมีประสิทธิภาพที่ดี สอดคล้องกับแนวคิดของภูมิสถาปนิกที่เน้นสระว่ายน้ำที่มีขนาดใหญ่และมีพื้นที่การใช้งานที่หลากหลาย

6.2 ข้อค้นพบในงานวิจัย

1.) แนวคิดในการกำหนดตลาดเป้าหมาย (STP Marketing) เป็นปัจจัยสำคัญ ในการกำหนดแนวคิดในด้านการออกแบบเพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโครงการ โดยกรณีศึกษาโครงการระดับราคาปานกลางเน้นแนวความคิดด้านเศรษฐกิจและด้านหน้าที่การใช้จ่ายในการกำหนดราคาของคอนโดมิเนียมที่กลุ่มคนระดับปานกลางสามารถจ่าย ส่งผลให้การออกแบบเน้นห้องพักที่มีขนาดเล็กแต่สามารถใช้พื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดและเน้นความคุ้มค่าในการซื้อ และกรณีศึกษาโครงการระดับราคาสูง เน้นแนวคิดด้านสุนทรียภาพในการสร้างเอกลักษณ์ของโครงการที่หาไม่ได้จากโครงการอื่นมาเป็นการสร้างบรรยากาศเพื่อสร้างประสบการณ์เฉพาะตัวในเชิงสุนทรียภาพ ส่งผลให้การออกแบบทางกายภาพอิงจากบริบทของพื้นที่เนื่องจากบริเวณที่ตั้งโครงการมีประวัติดั้งเดิมของสถานที่ ซึ่งตอบสนองมาตรฐานในงานวิจัยได้ว่ากรณีศึกษาโครงการคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางและระดับราคาสูงมีแนวคิดและวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบทางกายภาพที่แตกต่างกัน

2.) ลักษณะทางกายภาพจากกรณีศึกษาทั้ง 2 โครงการมีความแตกต่างกันคือ โครงการระดับราคาปานกลางเน้นพื้นที่ส่วนกลางน้อยกว่าพื้นที่ห้องพักโดยมีสัดส่วนที่ร้อยละ 36:64 พื้นที่ส่วนกลางของโครงการจัดให้มีขนาดเล็กเนื่องจากส่งผลต่อรายจ่ายในอนาคต จึงมีพื้นที่ที่บริการในระดับมาตรฐานได้แก่ พื้นที่ล็อบบี้ ฟิตเนส สระว่ายน้ำและพื้นที่สวน พื้นที่ภายในห้องพักมีขนาดเล็ก การวางผังภายในห้องมีการรวมพื้นที่บางส่วนไว้รวมกันเพื่อประหยัดเนื้อที่ต่อตารางเมตร เน้นพื้นที่เก็บของภายในห้องพัก วัสดุภายในห้องอยู่ในระดับมาตรฐานทั่วไปเป็นวัสดุที่ง่ายต่อการดูแลและมีราคาไม่สูง เน้นความคุ้มค่าด้วยการให้เฟอร์นิเจอร์ที่ครบครัน และโครงการระดับราคาสูงเน้นพื้นที่ส่วนกลางใกล้เคียงกับพื้นที่ห้องพักโดยมีสัดส่วนร้อยละ 49:51 พื้นที่ส่วนกลางมีขนาดใหญ่และมีการบริการเพิ่มเติมมากกว่ามาตรฐานให้ผู้อยู่อาศัยเกิดความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ได้แก่ พื้นที่ล็อบบี้ ฟิตเนส สระว่ายน้ำ สวนขนาดใหญ่ที่มีมุมนั่งเล่นที่หลากหลาย ห้องสมุด บริการฟรีWifiในพื้นที่ส่วนกลาง ฯลฯห้องพักมีขนาดพื้นที่ที่ใหญ่กว่าโครงการระดับปานกลางเพื่อการอยู่อาศัยที่สะดวกสบาย เน้นผ้าภายในที่สูงโปร่ง การวางผังภายในห้องเป็นสัดส่วนเพื่อแยกการใช้งานที่ชัดเจน วัสดุภายในห้องอยู่ในระดับที่ดีกว่ามาตรฐานโดยใช้วัสดุที่มีราคาสูงและมียี่ห้อ ให้เฟอร์นิเจอร์และชุดครัวที่มีความครบครัน

3.) ผู้อยู่อาศัยทั้ง 2 โครงการมีความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพด้านสถาปัตยกรรมมากที่สุด รองลงมาคือด้านสถาปัตยกรรมภายในและด้านภูมิสถาปัตยกรรมตามลำดับ ทั้งนี้ทั้ง 2 โครงการมีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันในด้านพื้นฐานแนวคิดการออกแบบที่เน้นประสิทธิภาพในการใช้งานและสุนทรียภาพในการออกแบบแต่มีรายละเอียดลักษณะเด่นที่แตกต่างกัน โดยกรณีศึกษาโครงการระดับราคาสูงผู้อยู่อาศัยมีความพึงพอใจในระดับที่สูงกว่ากรณีศึกษาโครงการระดับราคาปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายละเอียดโครงการระดับราคาปานกลางผู้อยู่อาศัยมีความพึงพอใจ ด้านรูปแบบอาคารมีความเหมาะสมกับการใช้งาน วัสดุและเฟอร์นิเจอร์ส่วนกลางมีคุณภาพที่ดี การจัดวางผังและการตกแต่งภายในห้องมีความเหมาะสมกับ

การใช้งาน ทั้งนี้ยังพบปัญหาด้านพื้นที่ส่วนกลางไม่เพียงพอต่อการใช้งาน ที่จอดรถไม่เพียงพอ ขนาดห้องพักไม่เหมาะสมกับการใช้งานและคุณภาพวัสดุและเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักไม่เหมาะสมกับการใช้งาน พื้นที่สวนและสระว่ายน้ำมีขนาดเล็กไม่เหมาะสมกับการใช้งาน และกรณีศึกษาโครงการระดับราคาสูงผู้อยู่อาศัยมีความพึงพอใจด้านพื้นที่ส่วนกลางมีความเหมาะสมกับการใช้งาน ความสูงฝ้าที่โปร่งเหมาะสมต่อการอยู่อาศัย สระว่ายน้ำที่เหมาะสมต่อการใช้งานและการจัดวางผังสวนมีประสิทธิภาพการใช้งานที่ดี ทั้งนี้ยังพบปัญหาด้านการออกแบบที่ใช้งานลำบาก ที่จอดรถไม่เพียงพอ คุณภาพวัสดุและเฟอร์นิเจอร์ไม่เหมาะสมกับการใช้งาน พื้นที่สวนขาดการบำรุงรักษาที่ดีและขาดต้นไม้ที่ร่มเงาแก่อาคาร

6.3 อภิปรายผล

1.) การออกแบบทางกายภาพของคนโตมิเนียม

ลักษณะทางกายภาพในการออกแบบที่สำคัญของคนโตมิเนียมระดับราคาปานกลางจากกรณีศึกษา คือ การเน้นการจัดพื้นที่ขนาดเล็กให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ใช้วัสดุที่ดูแลรักษาง่าย เน้นความคุ้มค่าในการซื้อด้วยการให้เครื่องเรือนภายในห้องที่ครบครันและเน้นพื้นที่เก็บของ เนื่องจากกลุ่มฐานลูกค้าคือ กลุ่มคนระดับปานกลางที่ต้องการอยู่ในเมือง / กลุ่มคนเริ่มต้นทำงานที่ผ่อนคอนโดแรกในชีวิต กลุ่มคนเหล่านี้ย่อมมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองในระดับราคาที่เหมาะสม และมองหาความคุ้มค่าในการเลือกที่อยู่อาศัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประทีป จารุวิริยะรุ่ง (2538) ซึ่งพบว่า กลุ่มคนรุ่นใหม่นิยมเลือกห้องพักแบบคอนโดมิเนียม ลักษณะที่รวมพื้นที่ห้องต่างๆมาไว้รวมกัน 1 ห้อง เน้นประโยชน์ใช้สอยของพื้นที่ที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากมีแนวโน้มการลดขนาดครอบครัวที่เล็กลง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูติมา ธนีสสรานนท์ (2550) พบว่าผู้อยู่อาศัยในโครงการคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางต้องการที่อยู่อาศัยพร้อมอยู่และมีเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องครบครัน

ลักษณะทางกายภาพในการออกแบบที่สำคัญของคนโตมิเนียมระดับราคาสูงจากกรณีศึกษา คือ เน้นการออกแบบอาคารให้กลมกลืนไปกับบริบทโดยรอบ สร้างอาคารอยู่สบายเหมือนบ้าน มีความเป็นส่วนตัวสูง และใช้วัสดุที่หาไม่ได้ในท้องตลาดมาใช้ในโครงการ เนื่องจากกลุ่มฐานลูกค้าคือ กลุ่มคนระดับสูงที่ต้องการอยู่ในใจกลางเมือง / กลุ่มคนที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมที่อยู่ในพื้นที่ที่มีมูลค่าสูงในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของบริษัท CB Richard Ellis (CBRE, 2558) เรื่องคอนโดมิเนียมในระดับสูงเน้นการออกแบบและมาตรฐานการก่อสร้างที่ดี ใช้วัสดุคุณภาพสูง อยู่ในย่านที่ดีและให้ความเป็นส่วนตัวสูง คนกลุ่มมีระดับสูงมองหาความแตกต่าง ความสะดวกสบายและสังคมที่มีคุณภาพ

จากกรณีศึกษาการออกแบบทางกายภาพของคนโตมิเนียม พบว่าผู้ประกอบการและผู้ออกแบบคำนึงถึงสัดส่วนพื้นที่ส่วนกลางต่อพื้นที่ห้องพักที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้อยู่อาศัย ประเภทของห้องพัก การจัดการผังการใช้งาน คุณภาพของวัสดุและเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักที่เหมาะสมกับระดับราคาขายและการทำงานของผู้อยู่อาศัยที่เป็นกลุ่มฐานลูกค้าหลัก และขนาดของพื้นที่ส่วนกลางที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าซึ่งสอดคล้องกับระดับราคาขาย โดยข้อค้นพบสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศธรรม สิงคาลวณิช (2553) ซึ่งพบว่ารูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มในคอนโดมิเนียมระดับปานกลางถึงบน ประกอบไปด้วย 1. พื้นที่ส่วนกลาง คือ การเพิ่มพื้นที่

ในการบริการส่วนกลาง 2.พื้นที่ภายในห้องพัก คือ การจัดพื้นที่การใช้สอยภายใน คุณภาพวัสดุเครื่องเรือน และการติดตั้งสิ่งอำนวยความสะดวก โดยจากกรณีศึกษาโครงการระดับราคาสูง จะมีพื้นที่ส่วนกลางขนาดใหญ่และมีการบริการที่ครบครัน พื้นที่ภายในห้องพักจะมีการแบ่งพื้นที่ออกเป็นสัดส่วนเพื่อแยกการใช้งานที่ชัดเจน และกรณีศึกษาโครงการระดับราคาปานกลาง พื้นที่ส่วนกลางมีขนาดเล็ก การบริการระดับมาตรฐานในพื้นที่ส่วนกลางที่ช่วยอำนวยความสะดวกสบายในการใช้งาน พื้นที่ภายในห้องพักมีการรวมพื้นที่ใช้สอยบางส่วนเพื่อประหยัดพื้นที่ต่อตารางเมตร โดยข้อค้นพบสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอื้องทิพย์ จงพัฒนะสิน (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการจำแนกระดับราคาอาคารชุด ประกอบไปด้วย จำนวนที่จอดรถ ขนาดพื้นที่ส่วนกลาง สระว่ายน้ำ การรักษาความปลอดภัย และการจัดวางผังห้องชุด

2.) ความพึงพอใจต่อการออกแบบทางกายภาพ

ผู้อยู่อาศัยในกรณีศึกษาโครงการระดับราคาปานกลางและระดับราคาสูงมีความพึงพอใจต่อลักษณะโครงการโดยให้ลำดับการพิจารณาสำคัญสอดคล้องกันโดยเฉพาะเรื่อง ทำเลที่ตั้งที่ดีของโครงการและการเดินทางที่สะดวกสบาย อยู่ใกล้รถไฟฟ้าและสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนอม อังคะวัฒนา (2534) ที่พบว่าผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมเลือกอยู่อาศัยเพราะความสะดวกสบายในการเดินทาง หรือต้องการอาศัยอยู่ในใจกลางเมืองที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาคอนโดมิเนียมในเมือง

กรณีศึกษาทั้ง 2 โครงการมีการออกแบบที่ตอบสนองด้านหน้าที่การใช้สอยและสุนทรียภาพซึ่งเป็นเกณฑ์พื้นฐานในการออกแบบโครงการส่งผลให้ทั้ง 2 โครงการมีความพึงพอใจในบางประการที่เหมือนกัน แต่เนื่องจากกลุ่มลูกค้ามีความแตกต่างในด้านสังคมและเศรษฐกิจจึงทำให้การออกแบบทั้ง 2 โครงการมีความแตกต่างกันในด้านรายละเอียดทางกายภาพ (อ้างอิงจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ) ซึ่งลักษณะทางกายภาพนั้นส่งผลให้เกิดความพึงพอใจที่แตกต่างกันในแต่ละกรณีศึกษา สอดคล้องกับทฤษฎีความพึงพอใจของ Keller K. & Kotler P. (2016) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นความรู้สึกของลูกค้าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันจะมีการรับรู้และมีความคาดหวังในตัวผลิตภัณฑ์โครงการที่แตกต่างกัน โดยกรณีศึกษาโครงการระดับราคาปานกลางจะมีค่าเฉลี่ยรวมของความพึงพอใจต่อการออกแบบทางกายภาพอยู่ในระดับที่ต่ำกว่ากรณีศึกษาโครงการระดับสูง แสดงให้เห็นว่าจากกรณีศึกษาโครงการระดับราคาสูงสามารถตอบสนองความต้องการของผู้อยู่อาศัยได้อยู่ในระดับที่สูงกว่ากรณีศึกษาโครงการระดับราคาปานกลางในเรื่องการออกแบบทางกายภาพโครงการ

6.4 ข้อเสนอแนะ

1.) ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการ

- ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในด้านการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางของคอนโดมิเนียมทั้งระดับราคาปานกลางและระดับราคาสูง เนื่องจากผู้อยู่อาศัยมีการรับรู้ต่อพื้นที่ส่วนกลางในการสร้างความสะดวกสบายในการอยู่อาศัยมากกว่าแค่พื้นที่ห้องพัก การกำหนดสัดส่วนพื้นที่ขายต่อพื้นที่ส่วนกลางที่เหมาะสมเป็นเรื่องสำคัญในด้านความพึงพอใจในการอยู่อาศัย

- พื้นที่จอดรถที่มีจำนวนพอเพียงต่อความต้องการเป็นปัจจัยสำคัญ ทั้งคอนโดมิเนียมระดับปานกลางและระดับราคาสูง เนื่องจากกลุ่มลูกค้าที่อยู่อาศัยในเมืองยังมีความจำเป็นที่จะต้องใช้รถยนต์ โดยเฉพาะโครงการระดับราคาสูงควรมีพื้นที่จอดรถมากกว่าว่าโครงการระดับราคาปานกลาง เนื่องจากพฤติกรรมของคณะระดับสูงต้องการความสะดวกสบายในการใช้งานอาคาร ทั้งนี้ที่จอดรถก็เป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญถึงแม้ว่าที่ตั้งโครงการจะอยู่ใกล้ในบริเวณระบบขนส่งมวลชน

- ขนาดของห้องพักที่เหมาะสมกับการอยู่อาศัยเป็นพื้นฐานสำคัญในการออกแบบ เพื่อสร้างความสะดวกสบายให้กับผู้อยู่อาศัย เนื่องจากผู้อยู่อาศัยในโครงการต้องใช้ชีวิตภายในพื้นที่ที่จำกัดไม่สามารถเพิ่มพื้นที่ได้ การกำหนดขนาดที่เหมาะสมจึงเป็นเรื่องสำคัญอันดับต้นในการกำหนดขนาดพื้นที่ห้องพักโครงการ

- คุณภาพของวัสดุและเครื่องเรือนที่ใช้ในการก่อสร้างเป็นปัจจัยสำคัญในความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในโครงการทั้งระดับราคาปานกลางและระดับราคาสูง ทั้งนี้เนื่องจากคุณภาพวัสดุและเฟอร์นิเจอร์ส่งผลถึงอายุการใช้งานและการเสื่อมสภาพไปของพื้นที่ภายในโครงการ

2.) ข้อเสนอแนะต่อผู้ออกแบบโครงการ

- ผู้ออกแบบโครงการต้องใส่ใจรายละเอียดในการออกแบบ เพื่อสร้างพื้นที่ให้ผู้อยู่อาศัย อยู่อาศัยได้อย่างสะดวกสบายและไม่มีปัญหาตามมาในภายหลัง โดยต้องทำการปรึกษากับทางผู้ประกอบการเพื่อหาทางออกที่ดีที่สุดในการออกแบบที่เป็นประโยชน์ต่อทั้งผู้ประกอบการและผู้อยู่อาศัยในโครงการ เนื่องจากผู้ออกแบบเป็นผู้กำหนดกิจกรรมการใช้งานที่จะเกิดขึ้นภายในโครงการซึ่งส่งผลต่อการอยู่อาศัยของผู้อยู่อาศัยในอนาคต

6.5 ข้อเสนอแนะต่องานวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยอาจศึกษาเปรียบเทียบโครงการในระดับราคาเดียวกันเพื่อหาความแตกต่างที่ชัดเจนในโครงการระดับราคาเดียวกัน

2. ผู้วิจัยอาจศึกษาเปรียบเทียบจากผู้ประกอบการที่หลากหลายเพื่อให้ทราบถึงแนวคิดและวิธีการพัฒนาโครงการที่แตกต่างกัน เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่มีความแตกต่างที่ชัดเจน

3. ผู้วิจัยอาจสอบถามความเห็นของผู้ประกอบการหลังจากการเก็บข้อมูลผู้อยู่อาศัยภายในโครงการ เพื่อให้ทราบถึงแนวทาง ผลลัพธ์ หรือมาตรการในการดำเนินการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้ผู้อยู่อาศัยต่อไป

รายการอ้างอิง

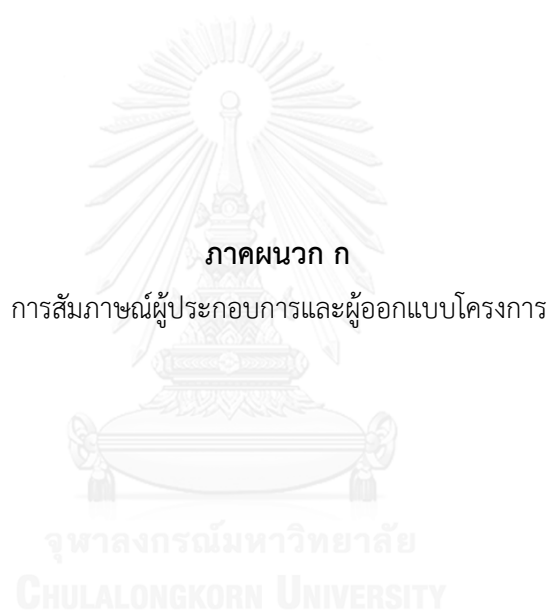
- CBRE. (2558). ข้อมูลคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร. Retrieved from <https://www.cbre.co.th/th/SubServices/bangkok-condo-guide>
- Kotler P. , K. K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Nexus Research (2016). แนวโน้มตลาดที่อยู่อาศัยปี2559. Retrieved from <http://www.realist.co.th/blog/%E0%B8%95%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%94%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%A2%E0%B8%B9%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%B2%E0%B8%A8%E0%B8%B1%E0%B8%A22559/>
- Schiffman L.และKanuk L. (2009). *Consumer Behavior*: Pearson.
- Thinkofliving. (2555). ระดับราคาของอาคารชุดในการแยกประเภทของอาคารชุดพักอาศัย. Retrieved from <http://www.thinkofliving.com/2011/12/18/ประเภทของคอนโดมิเนียม>.
- กรกฎ กุฎีศรี. (2553). ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อห้องชุดพักอาศัยใกล้สถานีรถไฟฟ้า : กรณีศึกษา โครงการไอทีโอมิทซ์ พหลโยธิน และ ไอทีโอคิว พญาไท. (เคหพัฒนาศาสตรมหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กรมธนารักษ์. (2559). สรุปราคาประเมินทุนทรัพย์ที่ดินเพื่อใช้ในการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมปี 2559-2562 จังหวัด กรุงเทพมหานคร. Retrieved from http://www.treasury.go.th/ewt_news.php?nid=173
- จิราพร กำจัดทุกข์. (2552). ความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยาศาสตร์ มหาบัณฑิต (สถิติประยุกต์และเทคโนโลยีสารสนเทศ)), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชุติมา ธนิสสรานนท์. (2550). การใช้พื้นที่ภายในห้องชุดเอนกประสงค์ขนาดเล็กระดับราคาปานกลาง : กรณีศึกษา โครงการ A และ โครงการ B (เคหพัฒนาศาสตรมหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ถนอม อังคณะวัฒนา (2534). ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยแบบอาคารชุดพักอาศัยของผู้มีรายได้สูงในเขตชั้นกลางถึง ชั้นในของกรุงเทพมหานคร / ถนอม อังคณะวัฒนา. (เคหพัฒนาศาสตรมหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทศธรรม สิงคาลวนิช (2553). รูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มในอาคารชุดพักอาศัยระดับกลางบนถึงระดับบนในเขตวัฒนา-คลองเตย กรุงเทพมหานคร. (สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บริษัท พกษา เรียลเอสเตท. (2559a). ข้อมูลการรายงานผลประกอบการปี 2558 Retrieved from <http://ps-th.listedcompany.com/ar.html>
- บริษัท พกษา เรียลเอสเตท. (2559b). ข้อมูลทั่วไปบริษัท,อุดมการณ์และเป้าหมาย. Retrieved from <http://ps-th.listedcompany.com/vision.html>
- บริษัท พกษา เรียลเอสเตท. (2559c). แจงจัดตั้งโฮลดิ้ง เพื่อสร้างความมั่นคงยั่งยืนและ ผลตอบแทนที่ดีแก่ผู้ถือหุ้น. Retrieved from <http://www.pruksa.com/about-us/press-release/11231>
- ปณิศา ลัญชานนท์. (2548). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: Diamond in business world.
- ประทีป จารุวิริยะรุ่ง (2538). การศึกษาความต้องการลักษณะที่อยู่อาศัยในทศวรรษหน้าของคนรุ่นใหม่ ในกลุ่มบัณฑิต มหาวิทยาลัยของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร ยกเว้นมหาวิทยาลัยเปิด. (เคหพัฒนาศาสตรมหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิติรัตน์ ปรีชาเวช (2553). นวัตกรรมในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ผุสดี ทิพทัส (2538). เภณพีในการออกแบบสถาปัตยกรรม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- เลอสม สถาปิตานนท์. (2555). บ้านพักอาศัยประเภทบ้านเดี่ยวในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล : แนวความคิดและรูปแบบสถาปัตยกรรม ระหว่างปี พ.ศ. 2542-2552. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล (2554). การตลาดอสังหาริมทรัพย์ยุคใหม่ = Real estate real marketing / วิทวัส รุ่งเรืองผล. กรุงเทพฯ ฐานการพิมพ์, 2554.
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2540). การจัดทำรายละเอียดโครงการ เพื่อการออกแบบสถาปัตยกรรม (พิมพ์ครั้งที่ 6 ed.): สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (2554). จิตวิทยาสภาพแวดล้อม มูลฐานการสร้างสรรคและจัดสภาพแวดล้อมน่าอยู่.
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (2555). จิตวิทยาสภาพแวดล้อมในโครงการอสังหาริมทรัพย์ : ศาสตร์ที่นำผู้ประกอบการเข้าไปอยู่ในใจของผู้บริโภค. วารสารธนาคารอาคารสงเคราะห์(60), 37-40.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ ปริญ ลักขิตานนท์ศุภกร. (2541). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด กรุงเทพมหานคร: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 1 ed.). กรุงเทพฯ Diamond in Business World.
- อนุก สุวรรณบัณฑิต. (2548). จิตวิทยาบริการ. กรุงเทพมหานคร: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- อรุณ ศิริจานุสรณ์ (2555). เทคนิคเบื้องต้นพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (พิมพ์ครั้งที่ 1 ed.). กรุงเทพฯ: โฮมบายเออร์ไกด์.



ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ	
ข้อมูลเบื้องต้นผู้ให้สัมภาษณ์	
ชื่อ - สกุล	คุณอรนุช อิติโกสิน
ตำแหน่ง	กรรมการผู้จัดการ (Premium-High Rise Condominium) บริษัท พฤษาเรียลเอสเตท
วุฒิการศึกษา	ปริญญาโท สาขา การตลาด สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ประสบการณ์ทำงานธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	<p>ทำงานด้านอสังหาริมทรัพย์มาทั้งหมด 24 ปี ตำแหน่ง Managing Director (Premium-High Rise Condominium)</p> <p>ประสบการณ์ทำงานธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ทำงานด้านอสังหาริมทรัพย์มาทั้งหมด 24 ปี</p> <p>2536 - 2545 ผู้ช่วยผู้อำนวยการ ฝ่ายการตลาดและบริหารโครงการ บมจ. โนเบิล ดีเวลลอปเม้นท์</p> <p>2546 - 2547 ผู้อำนวยการ ฝ่ายบริหารสินทรัพย์ บจก. พลัส พร็อพเพอร์ตี้ พาร์ทเนอร์</p> <p>2547- 2549 ผู้ช่วยผู้อำนวยการ ฝ่ายบริหารโครงการแนวราบ บมจ. แอสเสอรี่</p> <p>2549 ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายการตลาด บมจ. อารีญา พร็อพเพอร์ตี้</p> <p>2550-2560 กรรมการผู้จัดการ กลุ่มธุรกิจพรีเมียม แนวสูง</p>

ด้านข้อมูลเบื้องต้น				
1.	โปรดอธิบาย Brand Stylish Residenceภายใต้บริษัท พฤษา เรียลเอสเตท จำกัด มหาชนในเรื่องโครงสร้างและลักษณะการทำงานพอสังเขป			
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>บทสัมภาษณ์</th> <th>สรุปใจความ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <p>ต้องบอกก่อนว่าเราทำงานอยู่ในบริษัท พฤษา ซึ่งบริษัทพฤษาก็มีอยู่หลาย SBU โดยเฉพาะตัวคอนโดเอง มีอยู่ 5 SBU ด้วยกัน เพราะฉะนั้นเราต้องทำยังไงให้เราแตกต่างในเรื่องของการพัฒนา คือเรื่องของ Segment Target Positioning</p> <p>ดังนั้นเราจึงวางตัวเราเอง คือ Stylish Residences นั้นหมายถึงเราจะอิงถึงการออกแบบที่เกี่ยวข้องกับ Lifestyle เป็นหลักและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดย SBU อื่นนั้นจะเป็น Mass เพราะฉะนั้นเราจึงแตกต่างในการหา Target group นี้คือ ส่วนแรกของเรา และพอเรามาดูเรื่อง Design เป็นหลักแล้ว เราก็อยากจะเป็นผู้นำ</p> <p>ในส่วนของรูปแบบของงานสถาปัตยกรรมที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดย Stylish Residences มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าคนทำงานนะคือ Middle to High เป็นหลักโดยเราจะพัฒนาเฉพาะคอนโดในเมืองและลักษณะของเราคือมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในทุกโครงการที่เราไปเราออกแบบใหม่หมดเลยนะ</p> </td> <td> <p>- Stylish Residences เป็น 1 ใน 5 SBU Condominium ภายใต้บริษัท พฤษา โดยมีการสร้างความแตกต่างในเรื่องการพัฒนาด้วย</p> <p>1. Segment คือ การพัฒนา คอนโดมิเนียมในเมือง</p> <p>2. Targeting คือ การเลือกกลุ่มคนทำงานรุ่นใหม่</p> <p>3. Positioning คือ เน้นการออกแบบที่เกี่ยวข้องกับ Lifestyle มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในทุกโครงการ</p> </td> </tr> </tbody> </table>	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ	<p>ต้องบอกก่อนว่าเราทำงานอยู่ในบริษัท พฤษา ซึ่งบริษัทพฤษาก็มีอยู่หลาย SBU โดยเฉพาะตัวคอนโดเอง มีอยู่ 5 SBU ด้วยกัน เพราะฉะนั้นเราต้องทำยังไงให้เราแตกต่างในเรื่องของการพัฒนา คือเรื่องของ Segment Target Positioning</p> <p>ดังนั้นเราจึงวางตัวเราเอง คือ Stylish Residences นั้นหมายถึงเราจะอิงถึงการออกแบบที่เกี่ยวข้องกับ Lifestyle เป็นหลักและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดย SBU อื่นนั้นจะเป็น Mass เพราะฉะนั้นเราจึงแตกต่างในการหา Target group นี้คือ ส่วนแรกของเรา และพอเรามาดูเรื่อง Design เป็นหลักแล้ว เราก็อยากจะเป็นผู้นำ</p> <p>ในส่วนของรูปแบบของงานสถาปัตยกรรมที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดย Stylish Residences มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าคนทำงานนะคือ Middle to High เป็นหลักโดยเราจะพัฒนาเฉพาะคอนโดในเมืองและลักษณะของเราคือมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในทุกโครงการที่เราไปเราออกแบบใหม่หมดเลยนะ</p>
บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ			
<p>ต้องบอกก่อนว่าเราทำงานอยู่ในบริษัท พฤษา ซึ่งบริษัทพฤษาก็มีอยู่หลาย SBU โดยเฉพาะตัวคอนโดเอง มีอยู่ 5 SBU ด้วยกัน เพราะฉะนั้นเราต้องทำยังไงให้เราแตกต่างในเรื่องของการพัฒนา คือเรื่องของ Segment Target Positioning</p> <p>ดังนั้นเราจึงวางตัวเราเอง คือ Stylish Residences นั้นหมายถึงเราจะอิงถึงการออกแบบที่เกี่ยวข้องกับ Lifestyle เป็นหลักและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดย SBU อื่นนั้นจะเป็น Mass เพราะฉะนั้นเราจึงแตกต่างในการหา Target group นี้คือ ส่วนแรกของเรา และพอเรามาดูเรื่อง Design เป็นหลักแล้ว เราก็อยากจะเป็นผู้นำ</p> <p>ในส่วนของรูปแบบของงานสถาปัตยกรรมที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดย Stylish Residences มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าคนทำงานนะคือ Middle to High เป็นหลักโดยเราจะพัฒนาเฉพาะคอนโดในเมืองและลักษณะของเราคือมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในทุกโครงการที่เราไปเราออกแบบใหม่หมดเลยนะ</p>	<p>- Stylish Residences เป็น 1 ใน 5 SBU Condominium ภายใต้บริษัท พฤษา โดยมีการสร้างความแตกต่างในเรื่องการพัฒนาด้วย</p> <p>1. Segment คือ การพัฒนา คอนโดมิเนียมในเมือง</p> <p>2. Targeting คือ การเลือกกลุ่มคนทำงานรุ่นใหม่</p> <p>3. Positioning คือ เน้นการออกแบบที่เกี่ยวข้องกับ Lifestyle มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในทุกโครงการ</p>			
2.	แนวความคิดในการพัฒนาโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 และโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 13 มีแนวคิดอย่างไรและมีความแตกต่างกันอย่างไร			
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>บทสัมภาษณ์</th> <th>สรุปใจความ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <p>ต่างกันด้วย Segment ค่ะ พออยู่ในกลุ่ม Stylish Residences ก็รู้ว่าเราเน้น Design เป็นหลักซึ่งทำให้เรามีเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่ The Reserve กับ Chapter One เป็นการแบ่ง Segment ของระดับราคาคณะคือตัว The Reserve เป็นตัวของ High End ไปจนถึง Super Luxury และ Chapter One ก็จะเป็น Middle to High จะเป็นคอนโดมิเนียมที่อยู่ในเมืองทั้งหมด ในส่วนตัว The Reserve กลุ่มลูกค้าระดับสูงจะเป็น Project ซึ่งไม่ใหญ่แต่มีความเป็น</p> </td> <td> <p>- คอนโดมิเนียมที่อยู่ในเมืองแตกต่างกันที่การแบ่ง Segment ของระดับราคา</p> <p>1. The Reserve เป็นตัว High End ไปจนถึง Super Luxury มี</p> </td> </tr> </tbody> </table>	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ	<p>ต่างกันด้วย Segment ค่ะ พออยู่ในกลุ่ม Stylish Residences ก็รู้ว่าเราเน้น Design เป็นหลักซึ่งทำให้เรามีเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่ The Reserve กับ Chapter One เป็นการแบ่ง Segment ของระดับราคาคณะคือตัว The Reserve เป็นตัวของ High End ไปจนถึง Super Luxury และ Chapter One ก็จะเป็น Middle to High จะเป็นคอนโดมิเนียมที่อยู่ในเมืองทั้งหมด ในส่วนตัว The Reserve กลุ่มลูกค้าระดับสูงจะเป็น Project ซึ่งไม่ใหญ่แต่มีความเป็น</p>
บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ			
<p>ต่างกันด้วย Segment ค่ะ พออยู่ในกลุ่ม Stylish Residences ก็รู้ว่าเราเน้น Design เป็นหลักซึ่งทำให้เรามีเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่ The Reserve กับ Chapter One เป็นการแบ่ง Segment ของระดับราคาคณะคือตัว The Reserve เป็นตัวของ High End ไปจนถึง Super Luxury และ Chapter One ก็จะเป็น Middle to High จะเป็นคอนโดมิเนียมที่อยู่ในเมืองทั้งหมด ในส่วนตัว The Reserve กลุ่มลูกค้าระดับสูงจะเป็น Project ซึ่งไม่ใหญ่แต่มีความเป็น</p>	<p>- คอนโดมิเนียมที่อยู่ในเมืองแตกต่างกันที่การแบ่ง Segment ของระดับราคา</p> <p>1. The Reserve เป็นตัว High End ไปจนถึง Super Luxury มี</p>			

	Exclusive มากนะคะและส่วนกลางที่ให้ก็จะเป็นส่วนกลางที่มีการออกแบบที่มีระดับมากขึ้น แต่ถ้าเป็นตัว Chapter One กลุ่มลูกค้าอาจจะ Mass ขึ้นมานิดนึง ส่วนกลางเยอะก็จริงแต่ระดับการบริการ ก็อาจจะตอบสนองคนกลุ่มระดับกลาง ไม่ได้ดู Luxury แต่ตอบสนอง Lifestyle และความต้องการของคนรุ่นใหม่	ความ Exclusive พื้นที่ส่วนกลางที่ออกแบบที่มีระดับ หูหระ 2. Chapter One กลุ่มลูกค้าระดับกลาง พื้นที่ส่วนกลางระดับการบริการตอบสนองความต้องการของคนรุ่นใหม่
3.	แนวความคิดในการเลือกที่ตั้งของโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 และโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 มีแนวความคิดอย่างไรและมีความแตกต่างกันอย่างไร	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	ต่างกันค่ะ เพราะระดับราคาที่สูงขึ้นของ The Reserve จะอยู่บริเวณ ใจกลางเมือง หรือ CBD เน้น Prime Area / Location บนเส้นรถไฟฟ้า ใจกลางธุรกิจ หรือแม้แต่ในซอยที่ค่อนข้าง Premium แถบปทุมวัน เพลินจิต สุขุมวิท ตอนต้น สารธร สีลม คือ Location เป้าหมายของเรา ส่วนถ้าเป็น Chapter One จะอยู่ในบริเวณ Connecting ใกล้รถไฟฟ้าเช่น ลาดพร้าว หรือแหล่งที่ใกล้ demand ที่ต้องการอยู่ในเมือง เช่น Chapter one เกษตร หรือ ลาดพร้าว	- The Reserve จะอยู่บริเวณ ใจกลางเมือง หรือ CBD เน้น Prime Area / Location บนเส้นรถไฟฟ้า ใจกลางธุรกิจ แถบปทุมวัน เพลินจิต สุขุมวิท ตอนต้น สารธร สีลม - Chapter One อยู่บริเวณ Connecting ใกล้รถไฟฟ้าเช่น ลาดพร้าว หรือแหล่งที่ใกล้ demand ที่ต้องการอยู่ในเมือง
4.	กลุ่มฐานลูกค้าของโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 และโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 เป็นใครและมีความแตกต่างกันอย่างไร	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	กลุ่มฐานลูกค้าของโครงการ The Reserve และโครงการ The Chapter One ก็คือกลุ่มคนรุ่นใหม่แหละที่ต้องการอยู่อาศัยในเมือง ต้องการความสะดวกสบาย เป็นคนที่มีcharacter ที่ชอบความแตกต่าง ที่เชื่อว่ามีคนที่มี offer คอนโดเยอะ แต่ด้วยความที่เราเน้นเรื่อง Design เป็นหลัก นั่นคือจุดขายของเรา ซึ่งมันจะมี residence เรา positioning ตัวเองเป็น Boutique Condominium ซึ่งมันจะมี rich ของการ Design ค่อนข้างเยอะ โดยแต่ละโครงการจะมี concept เป็นของตัวเอง ที่เราตีความ Architect Interior และ Landscape ก็จะมีลึกลับไปตาม Concept นั้นๆ	- กลุ่มลูกค้าของ The Reserve และ Chapter One คือกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่ต้องการอยู่อาศัยในเมือง ต้องการความสะดวกสบาย เป็นคนที่มีcharacter ที่ชอบความแตกต่าง เน้นเรื่อง Design เป็นหลักทั้ง Architect Interior และ Landscape
5.	การกำหนดระดับราคาของโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 และโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 มีหลักเกณฑ์ในการกำหนดราคาอย่างไร และมีความแตกต่างกันอย่างไร	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ

	<p>มันต่างกันด้วย Segment โดยราคาที่ดิน majority ที่ทำให้มันต่างกันคือ ราคาที่ดิน ถ้ามันอยู่ใน Prime area มากๆ ราคาที่ดินก็จะแพงมาก โดยระดับราคาที่ดิน 500,000-1,500,000 จะเป็นของ The Reserve ต่อตารางวา แต่ถ้าเป็น Chapter One ราคาที่ดินจะต่ำกว่า 500,000 ลงมาค่ะ เพราะฉะนั้นระดับราคาของ The Reserve จะขายอยู่ที่ 150,000 ตอนนี้อยู่ถึง 300,000 Chapter One จะขายเกาะกลุ่มที่ 110,000 -130,000 ต่อตารางเมตรค่ะ</p>	<p>- ต่างกันด้วย Segment ของราคาที่ดิน The Reserve 500,000-1,500,000 ต่อตรว. Chapter One ราคาที่ดินจะต่ำกว่า 500,000 ต่อตรว</p> <p>- ราคาขาย The Reserve ขาย 150,000-300,000 ต่อตรม. Chapter One ขาย 100,000 - 130,000 ต่อตรม.</p>			
6.	<p>การสร้างจุดขายของโครงการ The Reserve เกชมสันต์ 3 และโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 มีแนวความคิดอย่างไร และมีความแตกต่างกันอย่างไร</p> <table border="1" data-bbox="363 779 1066 1968"> <thead> <tr> <th data-bbox="363 779 1066 824">บทสัมภาษณ์</th> <th data-bbox="1066 779 1410 824">สรุปใจความ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="363 824 1066 1968"> <p>อย่างที่ที่บอกไปแล้ว พยายามอย่างง่าย ๆ The Reserve เกชมสันต์ 3 คือเรามองดูว่า Location มันดี มันใกล้สยาม และอยู่ใกล้รถไฟฟ้าด้วย และตรงนั้นมันมี heritage ของทำเลที่ตั้งอยู่ เพราะส่วนใหญ่พื้นที่ตรงนั้นจะเป็นพื้นที่ Leasehold เป็นที่ทรัพย์สิน แต่มีแปลงใหญ่แปลงนี้ที่เราได้มาที่เป็น Freehold โดยเจ้าของเดิมคือ บ้านหมอมี่ เขาเป็นคหบดีและบ้านเขาจะเป็นบ้านตึกโบราณสมัยร.5 อยู่ในบริเวณด้านหน้าของโครงการ ตัวบ้านมันก็มีประวัติของมันอยู่ เราเลยอยากพัฒนาโครงการที่อิงไปกับ Context ของเดิมที่มันมีอยู่ และด้วยพื้นที่ตรงนั้นมัน Develop ได้แค่ตึกเตี้ย คือ 23 เมตร 7 ชั้น Architect ต้องสอดคล้องไปกับตรงนั้น เป็น Style Classic ที่จะต้องร่วมสมัยด้วย ก็เลยเป็น Timeless Modern Classic ก็เลยเป็นที่มาของ The Reserve เกชมสันต์ 3 พอมันเป็นแบบนี้แล้วเลยมองว่า Interior กับ Landscape ต้องไปด้วยกัน ก็เลยใส่ในพวกของ Element ในการ Design ต่างๆซึ่งมีความ modern Classic อยู่ในนั้น และก็หา Theme ให้กับโครงการ ก็ได้ Begray เข้ามาช่วยใน Interior ภาพก็จะออกมาชัดเจนมากขึ้น ลักษณะที่ออกมาก็จะคล้าย Boutique Hotel แต่จริงๆคือ Boutique Condominium นะคะ อันนี้คือแนวคิดของ The Reserve พอเล่ามาถึงตัว Chapter One เราก็มองว่าคนที่อยู่ตรง Connecting Area จริงๆเป็นคนทำงานในเมืองนี้แหละ แล้วเขาเองอาจจะทำงานได้ไม่กี่ปี พอมีเงินเก็บอยู่บ้าง อยากจะมีที่อยู่เป็นของตัวเอง ดังนั้น Package มันต้อง Affordable ได้ และที่สำคัญคือคนกลุ่มนี้มี Taste พอมี Taste เราก็มองว่าการที่จะเอา Design เข้ามาเราต้อง Survey คู่แข่งว่าเค้า Offer อะไรบ้าง ส่วนใหญ่ก็ Contemporary ธรรมดา หรือก็ Modern ธรรมดาไม่มีอะไรพิเศษ เราก็ใส่ความ Differentiate ออกมาเป็น Design แบบ Loft ซึ่งเราก็ได้ Architect กับ Interior เข้ามาช่วยเสริมจุดขายให้มันชัดเจนขึ้น มีความแตกต่าง และมีจุดขายที่ขายได้ ทั้งเราสิ่งที่เรา Concern คือระดับราคา สิ่งที่เรา Offer ก็จะเป็น Fully Furnished ที่ให้ใน Package มาอยู่ใน Location ที่ใกล้รถไฟฟ้าก็เลยจะตอบสนองของกลุ่มลูกค้าของ Chapter One ลาดพร้าว</p> </td> <td data-bbox="1066 824 1410 1968"> <p>- The Reserve เกชมสันต์ Location ใกล้สยาม และอยู่ใกล้รถไฟฟ้า มันมี heritage ของทำเลที่ตั้งอยู่คือ บ้านหมอมี่ เขาเป็นคหบดีและบ้านเขาจะเป็นบ้านตึกโบราณสมัยร.5 เราเลยอยากพัฒนาโครงการที่อิงไปกับ Context พื้นที่ตรงนั้นมัน Develop ได้แค่ตึกเตี้ย คือ 23 เมตร 7 ชั้น Concept คือ Timeless Modern Classic ลักษณะที่ออกมาก็จะคล้าย Boutique Hotel</p> <p>- Chapter One คนที่อยู่ตรง Connecting Area เป็นคนทำงานในเมือง ทำงานได้ไม่กี่ปี พอมีเงินเก็บอยู่บ้าง อยากจะมีที่อยู่เป็นของตัวเอง Package มันต้องจับต้องได้ และที่สำคัญคือคนกลุ่มนี้มี Taste เราต้อง Survey คู่แข่ง ใส่ความแตกต่างออกมาเป็น Design แบบ Loft และสิ่งที่เรา Concern คือระดับราคา และเรา Offer เป็น Fully Furnished ที่ให้ใน Package รวมกับมาอยู่ใน Location ที่ใกล้รถไฟฟ้าก็เลยจะตอบสนองกลุ่มลูกค้าของ Chapter One</p> </td> </tr> </tbody> </table>	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ	<p>อย่างที่ที่บอกไปแล้ว พยายามอย่างง่าย ๆ The Reserve เกชมสันต์ 3 คือเรามองดูว่า Location มันดี มันใกล้สยาม และอยู่ใกล้รถไฟฟ้าด้วย และตรงนั้นมันมี heritage ของทำเลที่ตั้งอยู่ เพราะส่วนใหญ่พื้นที่ตรงนั้นจะเป็นพื้นที่ Leasehold เป็นที่ทรัพย์สิน แต่มีแปลงใหญ่แปลงนี้ที่เราได้มาที่เป็น Freehold โดยเจ้าของเดิมคือ บ้านหมอมี่ เขาเป็นคหบดีและบ้านเขาจะเป็นบ้านตึกโบราณสมัยร.5 อยู่ในบริเวณด้านหน้าของโครงการ ตัวบ้านมันก็มีประวัติของมันอยู่ เราเลยอยากพัฒนาโครงการที่อิงไปกับ Context ของเดิมที่มันมีอยู่ และด้วยพื้นที่ตรงนั้นมัน Develop ได้แค่ตึกเตี้ย คือ 23 เมตร 7 ชั้น Architect ต้องสอดคล้องไปกับตรงนั้น เป็น Style Classic ที่จะต้องร่วมสมัยด้วย ก็เลยเป็น Timeless Modern Classic ก็เลยเป็นที่มาของ The Reserve เกชมสันต์ 3 พอมันเป็นแบบนี้แล้วเลยมองว่า Interior กับ Landscape ต้องไปด้วยกัน ก็เลยใส่ในพวกของ Element ในการ Design ต่างๆซึ่งมีความ modern Classic อยู่ในนั้น และก็หา Theme ให้กับโครงการ ก็ได้ Begray เข้ามาช่วยใน Interior ภาพก็จะออกมาชัดเจนมากขึ้น ลักษณะที่ออกมาก็จะคล้าย Boutique Hotel แต่จริงๆคือ Boutique Condominium นะคะ อันนี้คือแนวคิดของ The Reserve พอเล่ามาถึงตัว Chapter One เราก็มองว่าคนที่อยู่ตรง Connecting Area จริงๆเป็นคนทำงานในเมืองนี้แหละ แล้วเขาเองอาจจะทำงานได้ไม่กี่ปี พอมีเงินเก็บอยู่บ้าง อยากจะมีที่อยู่เป็นของตัวเอง ดังนั้น Package มันต้อง Affordable ได้ และที่สำคัญคือคนกลุ่มนี้มี Taste พอมี Taste เราก็มองว่าการที่จะเอา Design เข้ามาเราต้อง Survey คู่แข่งว่าเค้า Offer อะไรบ้าง ส่วนใหญ่ก็ Contemporary ธรรมดา หรือก็ Modern ธรรมดาไม่มีอะไรพิเศษ เราก็ใส่ความ Differentiate ออกมาเป็น Design แบบ Loft ซึ่งเราก็ได้ Architect กับ Interior เข้ามาช่วยเสริมจุดขายให้มันชัดเจนขึ้น มีความแตกต่าง และมีจุดขายที่ขายได้ ทั้งเราสิ่งที่เรา Concern คือระดับราคา สิ่งที่เรา Offer ก็จะเป็น Fully Furnished ที่ให้ใน Package มาอยู่ใน Location ที่ใกล้รถไฟฟ้าก็เลยจะตอบสนองของกลุ่มลูกค้าของ Chapter One ลาดพร้าว</p>	<p>- The Reserve เกชมสันต์ Location ใกล้สยาม และอยู่ใกล้รถไฟฟ้า มันมี heritage ของทำเลที่ตั้งอยู่คือ บ้านหมอมี่ เขาเป็นคหบดีและบ้านเขาจะเป็นบ้านตึกโบราณสมัยร.5 เราเลยอยากพัฒนาโครงการที่อิงไปกับ Context พื้นที่ตรงนั้นมัน Develop ได้แค่ตึกเตี้ย คือ 23 เมตร 7 ชั้น Concept คือ Timeless Modern Classic ลักษณะที่ออกมาก็จะคล้าย Boutique Hotel</p> <p>- Chapter One คนที่อยู่ตรง Connecting Area เป็นคนทำงานในเมือง ทำงานได้ไม่กี่ปี พอมีเงินเก็บอยู่บ้าง อยากจะมีที่อยู่เป็นของตัวเอง Package มันต้องจับต้องได้ และที่สำคัญคือคนกลุ่มนี้มี Taste เราต้อง Survey คู่แข่ง ใส่ความแตกต่างออกมาเป็น Design แบบ Loft และสิ่งที่เรา Concern คือระดับราคา และเรา Offer เป็น Fully Furnished ที่ให้ใน Package รวมกับมาอยู่ใน Location ที่ใกล้รถไฟฟ้าก็เลยจะตอบสนองกลุ่มลูกค้าของ Chapter One</p>
บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ				
<p>อย่างที่ที่บอกไปแล้ว พยายามอย่างง่าย ๆ The Reserve เกชมสันต์ 3 คือเรามองดูว่า Location มันดี มันใกล้สยาม และอยู่ใกล้รถไฟฟ้าด้วย และตรงนั้นมันมี heritage ของทำเลที่ตั้งอยู่ เพราะส่วนใหญ่พื้นที่ตรงนั้นจะเป็นพื้นที่ Leasehold เป็นที่ทรัพย์สิน แต่มีแปลงใหญ่แปลงนี้ที่เราได้มาที่เป็น Freehold โดยเจ้าของเดิมคือ บ้านหมอมี่ เขาเป็นคหบดีและบ้านเขาจะเป็นบ้านตึกโบราณสมัยร.5 อยู่ในบริเวณด้านหน้าของโครงการ ตัวบ้านมันก็มีประวัติของมันอยู่ เราเลยอยากพัฒนาโครงการที่อิงไปกับ Context ของเดิมที่มันมีอยู่ และด้วยพื้นที่ตรงนั้นมัน Develop ได้แค่ตึกเตี้ย คือ 23 เมตร 7 ชั้น Architect ต้องสอดคล้องไปกับตรงนั้น เป็น Style Classic ที่จะต้องร่วมสมัยด้วย ก็เลยเป็น Timeless Modern Classic ก็เลยเป็นที่มาของ The Reserve เกชมสันต์ 3 พอมันเป็นแบบนี้แล้วเลยมองว่า Interior กับ Landscape ต้องไปด้วยกัน ก็เลยใส่ในพวกของ Element ในการ Design ต่างๆซึ่งมีความ modern Classic อยู่ในนั้น และก็หา Theme ให้กับโครงการ ก็ได้ Begray เข้ามาช่วยใน Interior ภาพก็จะออกมาชัดเจนมากขึ้น ลักษณะที่ออกมาก็จะคล้าย Boutique Hotel แต่จริงๆคือ Boutique Condominium นะคะ อันนี้คือแนวคิดของ The Reserve พอเล่ามาถึงตัว Chapter One เราก็มองว่าคนที่อยู่ตรง Connecting Area จริงๆเป็นคนทำงานในเมืองนี้แหละ แล้วเขาเองอาจจะทำงานได้ไม่กี่ปี พอมีเงินเก็บอยู่บ้าง อยากจะมีที่อยู่เป็นของตัวเอง ดังนั้น Package มันต้อง Affordable ได้ และที่สำคัญคือคนกลุ่มนี้มี Taste พอมี Taste เราก็มองว่าการที่จะเอา Design เข้ามาเราต้อง Survey คู่แข่งว่าเค้า Offer อะไรบ้าง ส่วนใหญ่ก็ Contemporary ธรรมดา หรือก็ Modern ธรรมดาไม่มีอะไรพิเศษ เราก็ใส่ความ Differentiate ออกมาเป็น Design แบบ Loft ซึ่งเราก็ได้ Architect กับ Interior เข้ามาช่วยเสริมจุดขายให้มันชัดเจนขึ้น มีความแตกต่าง และมีจุดขายที่ขายได้ ทั้งเราสิ่งที่เรา Concern คือระดับราคา สิ่งที่เรา Offer ก็จะเป็น Fully Furnished ที่ให้ใน Package มาอยู่ใน Location ที่ใกล้รถไฟฟ้าก็เลยจะตอบสนองของกลุ่มลูกค้าของ Chapter One ลาดพร้าว</p>	<p>- The Reserve เกชมสันต์ Location ใกล้สยาม และอยู่ใกล้รถไฟฟ้า มันมี heritage ของทำเลที่ตั้งอยู่คือ บ้านหมอมี่ เขาเป็นคหบดีและบ้านเขาจะเป็นบ้านตึกโบราณสมัยร.5 เราเลยอยากพัฒนาโครงการที่อิงไปกับ Context พื้นที่ตรงนั้นมัน Develop ได้แค่ตึกเตี้ย คือ 23 เมตร 7 ชั้น Concept คือ Timeless Modern Classic ลักษณะที่ออกมาก็จะคล้าย Boutique Hotel</p> <p>- Chapter One คนที่อยู่ตรง Connecting Area เป็นคนทำงานในเมือง ทำงานได้ไม่กี่ปี พอมีเงินเก็บอยู่บ้าง อยากจะมีที่อยู่เป็นของตัวเอง Package มันต้องจับต้องได้ และที่สำคัญคือคนกลุ่มนี้มี Taste เราต้อง Survey คู่แข่ง ใส่ความแตกต่างออกมาเป็น Design แบบ Loft และสิ่งที่เรา Concern คือระดับราคา และเรา Offer เป็น Fully Furnished ที่ให้ใน Package รวมกับมาอยู่ใน Location ที่ใกล้รถไฟฟ้าก็เลยจะตอบสนองกลุ่มลูกค้าของ Chapter One</p>				

7.	วิธีการประชาสัมพันธ์ The Reserve เกษมสันต์ 3 และโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 มีวิธีการประชาสัมพันธ์ที่เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	จริงๆการทำ Property มันไม่ต่างกันหรอก แต่ว่าในแต่ละปีมันมีความแตกต่างกันในเรื่องของการทำCommunication อย่างเมื่อก่อนเราใช้สื่อหลักๆ เขาเรียกว่า Below the line กับ Above the line การทำCommunication Below the line คือการที่เราทำสื่อ On Location เช่น ป้ายBillboard พวกSunshade พวกป้ายบอกทางนะคะ ส่วน Above the line คือ Go mass เลย คือ สื่อ TV หนังสือพิมพ์ Radio แต่ว่าวันนี้ Behavior ของคนมันเปลี่ยนไป รูปแบบในการทำ PR หรือว่าเชิญ Press Conference เราก็ปรับเปลี่ยนแล้ว มาเน้น Digital Marketing มากขึ้น จากการทำเชิญสื่อมา Press Con เราก็เริ่มเชิญ Blogger มาให้ข้อมูล Bloggerเขียนลงใน Social Media หรือไม่ก็ Influencer มาทำให้โครงการเราเกิดการรับรู้บน Website เป็นหลัก สื่อต่างๆก็ต้องปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น	- ในการทำสังหาริมทรัพย์การประชาสัมพันธ์ไม่ต่างกัน แต่มีแนวโน้มในการใช้สื่อ Above the line มากขึ้นคือสื่อ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ วิทยุ และเน้น Digital Marketing มากขึ้น งาน Press Conference เริ่มใช้ Influencer และ Blogger เข้ามามากขึ้น ให้เกิดการรับรู้บนตลาด Online
8.	ระยะเวลา จำนวนคน และค่าใช้จ่ายในการจัดทำโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 และโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 มีระยะเวลา จำนวนคน และค่าใช้จ่ายที่ใกล้เคียงกันหรือไม่ อย่างไร	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	พูดตรงๆว่ามันเป็นทีมเดียวกัน แต่ในการที่เราทำ Positioning ที่มันต่างกัน ทำให้Project แต่ละProject พอเวลาที่เรา Develop เราก็จะรู้ว่ามันมี Checklist หรือ Criteria ของแต่ละ Brand ดังนั้นมันก็จะเป็นไปในตามแบบที่ควรจะเป็น จำนวนคนก็ไม่ได้เยอะอะไร มีProject Development ที่จะดูภาพทั้งหมดของงานแบบ เพื่อที่จะขออนุญาตและไปประมูล หาผู้รับเหมาไปก่อสร้างได้ ส่วน Marketing ก็จะไปมีส่วนร่วมที่สร้างความแตกต่าง ส่วนSale ก็มีหน้าที่ Complete กับ Market ว่า Area นี้มีอะไร ลักษณะที่เราจะ serve Niche ของกลุ่มลูกค้า เราต้องถาม Sale ว่าเวลาเข้ามา Direct ของลูกค้ามันมีอะไรบ้าง เพื่อที่จะนำมาพัฒนา Product	- จำนวนคนและทีมเดียวกัน ต่างกันที่ Positioning ของตัวโครงการ แต่ละ Brand จะมี Checklist เบื้องต้นในการตรวจงาน - Project Development ดูภาพรวมของแบบ เพื่อที่จะขออนุญาตไปประมูล หาผู้ก่อสร้าง - Marketing ทำให้Product มีความแตกต่าง - Sale ดูกลุ่มลูกค้าเป็นหลัก

ด้านสถาปัตยกรรม		
1.	การออกแบบสถาปัตยกรรมของโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 และโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 มีแนวความคิดอย่างไร	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	The Reserve เกษมสันต์ 3 มันมี heritage ของทำเลที่ตั้งอยู่ เพราะส่วนใหญ่พื้นที่ตรงนั้นจะเป็นพื้นที่ Leasehold เป็นที่ทรัพย์สิน แต่มีแปลงใหญ่แปลงนี้ที่เราได้มาที่เป็น Freehold โดยเจ้าของเดิมคือ บ้านหมอมี่ เขาเป็นคหบดีและบ้านเขาจะเป็นบ้านตึกโบราณสมัยร.5 อยู่ในบริเวณด้านหน้าของโครงการ ตัวบ้านมันก็มีประวัติของมันเป็นอยู่ เราเลยอยากพัฒนาโครงการที่อิงไปกับ Contextของเดิมที่มันมีอยู่ และด้วยพื้นที่ตรงนั้นมัน Develop ได้แค่ตึกเตี้ย คือ 23 เมตร 7 ชั้น Architect ต้องสอดคล้องไปกับตรงนั้น เป็น Style Classic ที่จะต้องร่วมสมัยด้วย ก็เลยเป็น Timeless Modern Classic	- The Reserve เกษมสันต์ มันมี heritage ของทำเลที่ตั้งอยู่คือ บ้านหมอมี่ เขาเป็นคหบดีและบ้านเขาจะเป็นบ้านตึกโบราณสมัยร.5 เราเลยอยากพัฒนาโครงการที่อิงไปกับ Context พื้นที่ตรงนั้นมัน Develop ได้แค่ตึกเตี้ย คือ 23 เมตร 7 ชั้น Concept คือ Timeless

	<p>Chapter One เราก็มองว่าคนที่อยู่ตรง Connecting Area จริงๆเป็นคนทำงานในเมืองนี้แหละ แล้วเขาเองอาจจะพึ่งทำงานได้ไม่กี่ปี พอมีเงินเก็บอยู่บ้าง อยากรจะมีที่อยู่เป็นของตัวเอง ดังนั้น Package มันต้อง Affordable ได้ และที่สำคัญคือคนกลุ่มนี้มี Taste พอมีTaste เราก็มองว่าการที่จะเอาDesignเข้ามา เราต้องSurvey คู่แข่งว่าเค้า Offerอะไรบ้าง ส่วนใหญ่ก็ Contemporary ธรรมดา หรือก็ Modern ธรรมดาไม่มีอะไรพิเศษ เรากี่ใส่ความ Differentiate ออกมาเป็น Design แบบ Loft ซึ่งเราก็ได้ Architect กับ Interior เข้ามาช่วยเสริมจุดขายให้มันชัดเจนขึ้น มีความแตกต่าง</p>	<p>Modern Classic ลักษณะที่ออกมา ก็จะคล้าย Boutique Hotel</p> <p>- Chapter One คนที่อยู่ตรง Connecting Area เป็นคนทำงานในเมือง ทำงานได้ไม่กี่ปี พอมีเงินเก็บอยู่บ้าง อยากรจะมีที่อยู่เป็นของตัวเอง Package มันต้องจับต้องได้ และที่สำคัญคือคนกลุ่มนี้มี Taste เราต้องSurveyคู่แข่ง ใส่ความแตกต่างออกมาเป็น Design แบบ Loft และสิ่งที่เรา Concern คือระดับราคา และเรา Offer เป็น Fully Furnished ที่ให้ใน Package รวมกับมาอยู่ใน Location ที่ใกล้รถไฟฟ้าก็เลยจะตอบสนองกลุ่มลูกค้าของChapter One</p>
2.	<p>การออกแบบทางสถาปัตยกรรมของโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 และโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 มีความแตกต่างกันอย่างไร</p>	
	<p>บทสัมภาษณ์</p> <p>Location กับราคาที่ดินต่างกัน The Reserve พื้นที่ส่วนกลางก็จะใหญ่ การบริการจะเหนือกว่าSpecification ของของที่ให้ก็จะต่างกัน และ up ราคาขึ้นไปของสุขภัณฑ์ หรือ Fitting ก็จะเป็นระดับราคา Premium ยี่ห้อคุณคงรู้อยู่ละละ แต่ในส่วนของ Chapter One พื้นที่ส่วนกลางก็จะน้อยกว่า Specification Function มันก็เหมือนกันแหละแต่ Spec มันก็จะเป็น Brand รองลงมา</p>	<p>สรุปใจความ</p> <p>- The Reserve พื้นที่ส่วนกลางใหญ่ ให้ของพวกสุขภัณฑ์ และ Fitting ต่างๆในระดับราคาแพง</p> <p>- Chapter One พื้นที่ส่วนกลางเล็ก ให้ของพวกสุขภัณฑ์ และ Fitting ต่างๆในระดับถูกกว่า</p>
3.	<p>บริษัทพหุศึกษาให้ความสำคัญกับการออกแบบทางด้านสถาปัตยกรรมของโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 และโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 ในเรื่องใดบ้างและเพราะเหตุผลใด</p>	
	<p>บทสัมภาษณ์</p> <p>มันต่างกันที่ว่า ต้องมองที่กลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก เวลาที่เราทำอะไรเราต้อง Serve Demand ของลูกค้า และเราต้องแข่งขันกับ Market ให้ได้ ฉะนั้นการออกแบบนี้เราต้อง Develop โดยดูจากคู่แข่งบริเวณโดยรอบเป็นหลัก แล้วพื้ก็จะดู Segment ว่าลูกค้าเป็นใคร และตลาดเขามีอะไร เขาofferอะไรกันบ้าง และเราคิดว่าเราจะoffer อะไรที่เป็นความต้องการของลูกค้าที่คู่แข่งไม่มี หรือสิ่งที่เราคิดว่าเราจะสร้างให้กับโครงการของเรานั้นมีอะไร ในการออกแบบก็จะ Serve กลุ่มลูกค้าเป็นใครเป็นหลัก ถ้า Chapter One ไปอยู่ใน Locationนี้ พื้ก็ต้องเอามาดูละว่าคู่แข่งให้อะไรนะคะ แล้วเราควรจะให้อะไรกับลูกค้า</p>	<p>สรุปใจความ</p> <p>- เราต้องตั้งกลุ่มเป้าหมาย และ Serve Demand ของลูกค้าเป็นหลัก และแข่งขันกับตลาดได้ โดยดูจากSegmentation ว่าลูกค้าคือใคร และในตลาดเขา Offer อะไรบ้างและเราจะofferอะไรที่แตกต่าง หรือสร้างภาพลักษณ์ให้กับโครงการ</p>

ด้านสถาปัตยกรรมภายใน		
1.	การออกแบบสถาปัตยกรรมภายในของโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 และโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 มีแนวความคิดอย่างไร	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	จริงๆก็มาจากภายใต้แนวความคิดเดียวกันนะคะ เรื่องของอยากได้กลิ่นอายของบ้านหมอมี่มาใส่ลงไปในตัวงาน Design งานจะออกมาดู Classic timeless อยู่ได้ทุกยุคสมัยแบบไม่ได้ล้ำสมัยส่วน Chapter One พี่มองจากตลาดมาก่อน โดยการ Survey พื้นที่ ซึ่งคอนโดระดับราคาประมาณนี้ส่วนมากก็จะเป็น Modern เราก็มาปรับให้มันมีความLoftมากขึ้น ให้มันดูแตกต่างจากตลาด	- The Reserve กลิ่นอายจากบ้านหมอมี่ Design เป็น Classic timeless - Chapter one เป็น Modern Loft ที่มาจากการสำรวจตลาด
2.	การออกแบบทางสถาปัตยกรรมของโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 และโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 มีความแตกต่างกันอย่างไร	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	Location กับราคาที่ดินมันต่างกัน The Reserve Specification ของของที่ให้ก็จะต่างกัน และ up ราคาขึ้นไป ของสุขภัณฑ์ หรือ Fitting ก็จะเป็นระดับราคา Premium ยี่ห้อคุณคงรู้ยี่ห้อละ แต่ในส่วนของ Chapter One Function มันก็เหมือนกันนั่นแหละแต่ Spec มันก็จะเป็น Brand รองลงมา	- Location ต่างกันส่งผลต่อราคาที่ดิน - The Reserve ให้ของพวกสุขภัณฑ์ และ Fitting ต่างๆในระดับราคาแพง - Chapter One ให้ของพวกสุขภัณฑ์ และ Fitting ต่างๆในระดับถูกกว่า
3.	บริษัททุกขาให้ความสำคัญกับการออกแบบทางด้านสถาปัตยกรรมภายในของโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 และโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 ในเรื่องใดบ้าง และเพราะเหตุผลใด	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	พี่Interior ว่ามันเป็นเรื่องสำคัญมากเพราะเป็นสิ่งที่ลูกค้า จับต้องได้ ที่ลูกค้าเข้าใจถึง Concept design หรือ Element ต่างๆที่เกี่ยวกับการ Design คือวิธีการมันเหมือนกัน แต่แตกต่างกันในเรื่องของ Criteria ที่เกิดขึ้นตาม segment นั้น แต่พี่ไม่ได้เทียบว่าต้องเอา 2 โครงการมาเปรียบเทียบกับนะ พี่คิดจะคู่แข่งว่าเรามีอะไรเขาให้อะไร แล้วอะไรคือสิ่งที่เราจะทำแล้วแตกต่าง พี่ไม่ได้เอา 2 โครงการมาเทียบกันโดยสิ้นเชิงค่ะ	- Interior ทำให้ลูกค้าเข้าใจถึง Concept design วิธีการในการดำเนินงานเหมือนกัน ต่างกันในเรื่องของ Criteriaในการออกแบบตาม Segment นั้นๆ และคู่แข่งโดยรอบของโครงการ และทำ Product ให้มันต่างกัน

ด้านภูมิสถาปัตยกรรม		
1.	การออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมของโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 และโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 มีแนวความคิดอย่างไร	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	อย่างที่พี่ได้อธิบายไปแล้ว มันต้องล่อไปด้วยกัน เป็น direction เดียวกัน Design มันต้องล่อไปกับส่วนที่มันเป็น ทุกอย่างขึ้นอยู่กับตัว Market เป็นหลักค่ะ คือถ้าคุณทำอะไรของอะไรซักอย่างมาแล้ว มันต้องตอบความต้องการของลูกค้าให้ได้ ถ้าคุณ	- Design ล่อกันไปแนวความคิดเดียวกันทั้งโครงการ โดยต้องศึกษาจากความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก

	ทำของที่คุณชอบ แต่คุณขายของไม่ได้ มันก็ไม่มีประโยชน์ ทุกอย่างต้องเกิดจากการ Survey ก่อนความต้องการของลูกค้าเป็นเรื่องที่สำคัญมากค่ะ	
2.	การออกแบบทางด้านภูมิสถาปัตยกรรมของโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 และโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 มีความแตกต่างกันอย่างไร	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	สวนของ The Reserve จะมีกลิ่นของสวนฝรั่งค่ะ เนื่องจาก ด้วยตัว Concept ที่วางไว้เป็น Timeless Classic มันจะมี Ornament ของความเป็น Classic อยู่ส่วน Chapter one พื้นที่มีน้้นเล็กมาก เราไม่ได้เน้นเรื่องสวนมาก แต่ก็ให้ใช้พื้นที่ที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในพื้นที่ที่มีน้้นมีอยู่และก็ให้ใช้งานจริงได้มากที่สุด	- The Reserve concept เป็นสวนฝรั่ง - Chapter One เน้นพื้นที่ใช้งานที่มีประสิทธิภาพ
3.	บริษัทพฤษภาให้ความสำคัญกับการออกแบบทางด้านภูมิสถาปัตยกรรมภายในของโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 และโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 ในเรื่องใดบ้าง และเพราะเหตุผลใด	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	จริงๆก็อยากให้มีน้้นดูคล้ายเหมือนกันทั้งคู่คะ เพราะเมื่อเราส่งมอบแล้วมันก็จะต่อไปเป็นรายจ่ายส่วนกลางต่อไป เพราะฉะนั้นเรื่องการดูแลรักษาที่เป็นอีกเรื่องที่เราให้โจทย์กับผู้ออกแบบไป แต่ก็ไม่ได้ไปจำกัดเขาทั้งหมด ให้เขาได้ลองเสนอแบบมา ในรายละเอียดก็จะแตกต่างกันในเรื่องของโจทย์การ Design ที่แตกต่างกัน เพราะตอบสนอง segment คนละกลุ่ม	- เน้นการดูแลรักษาที่ง่าย แต่แตกต่างกันในเรื่องของการ Design ใน segment ที่ต่างกัน

ด้านทั่วไป		
1.	ท่านมีวิธีการยังไงที่ทำให้ Product ออกมามีลักษณะที่โดดเด่น และเป็นที่จดจำ ได้ว่ามาจากกลุ่ม Stylish Residence ซึ่งมาจากทางพฤษภา	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	การที่เราทำให้งานมัน Outstanding ออกมาก็คือเรื่องแบบกับ Tasteเป็นหลัก ซึ่ง Tasteก็สำคัญมาก คนใช้Designer เจ้าเดียวกัน แต่คนprovedงานTasteต่างกัน งานที่ออกมาคนละแบบ มันอยู่ที่รสนิยมกับการที่เราให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายของเรา สมมุติระดับราคาที่เขาซื้อของประมาณล้านนึง กับล้านนึงเท่ากัน คน2คนที่ชอบไม่เหมือนกัน จ้้นเวลาที่เรทำงานก็ต้องมั่นใจในระดับนึงว่า มันต้องคุ้มค่างกับเงินที่เขาจ่ายไป โดยรสนิยมที่คุณนำเสนอมันต้องใช่ในสิ่งที่เขาต้องการ เรื่องTasteสำคัญมากที่ว่าโดยเฉพาะคนรวยนะ มันขึ้นอยู่กับว่าความพึงพอใจของเขา บางอย่างมันก็ Priceless สำหรับเขาถ้าเขาเห็นใน Valueของมัน ที่ไม่ได้บอกว่าอะไรสวยกว่าอะไรแต่ความชอบคนเราไม่เหมือนกัน บางคนถูก Educated แบบไม่เหมือนกัน อย่างเช่นคนที่อยู่เยาวราชอาจจะชอบความเป็นเงินเข้ามาผสมคนรุ่นเก่าจะConventional มากๆแต่ฉันมีเงินซื้อ กับคนรุ่นใหม่ บางทีแตงน้อยมากแต่ว่าฉันเลือกของแพงมาขึ้นนึงเด่นๆ ซึ่งแพงมาก ฉันก็ว่าของฉันดีละ แต่คุณนะหาคน2คน เขาซื้อคุณได้ทั้งคู่ คำถามคือเวลาออกแบบคุณจะ Serveใคร คุณมุ่งเน้นคนกลุ่มไหนคุณก็ต้อง Design เข้ามาที่คนกลุ่มนี้เพราะคนกลุ่มนี้คือคนที่จะมาซื้อคุณในอนาคต คุณจะไม่ไขว้เขวกับการที่คนกลุ่มนี้มาละ เพราะคุณเลือก Focus Group ทุกสิ่งทุกอย่างจะออกมาได้ในการ Designของคุณ แล้วก็เวลาที่你做Communication ก็ต้องไปโดนคนกลุ่มนี้นะ คุณทำ Communicationกับคนที่มึงปล้่านึง คนกลุ่มนี้เขาก็ไม่ไปซื้อของของคุณหรอก	- รสนิยมเป็นสิ่งที่สำคัญ เราต้องทำ Product ออกมาได้ตอบสนองกลุ่มคนที่เฉพาะเจาะจงที่เป็น Focus group รวมถึงการทำการสื่อสารทางการตลาดต้องไปให้ถึงกลุ่มเป้าหมาย เพราะส่วนใหญ่นขนาดและราคาจะใกล้เคียงกัน จะต่างกันจริงๆในเรื่องของ Character ในการออกแบบ

	คือทุกอย่างมันคือส่วนผสมและต้องrelatedกันไปหมด เพราะเราดีใจทั้งหมดแหละว่าใครคือลูกค้าของเรา พอเราสร้างความแตกต่างได้ คนที่ชอบเราก็จะมาหาเราเพราะเราสื่อสารกับเขาได้ แต่ถ้าคนที่ชอบ Mass เขาก็อาจจะอยู่ในสิ่งที่ถูกๆ ไม่ได้concernเรื่องDesign เขาอาจจะไปเอาของที่Sizeใหญ่ขึ้น ราคาถูกลง Locationอาจจะใกล้เคียงกัน อะไรแบบนี้ แต่พอจริงๆมันก็ไม่มีหรอกเพราะSizingราคามันก็ Competitiveหมดแหละ เพียงแต่มันต่างกันในเรื่องของ Character ในงาน Design	
2.	เนื่องจากบริษัทพุกษาเริ่มต้นมาจากตลาด กลาง-ล่าง ท่านมีวิธีการอย่างไร เพื่อให้ลูกค้าได้เข้าใจว่า Stylish Residence พัฒนาโครงการที่มีราคาสูงเท่านั้น ภายใต้บริษัทพุกษา	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	ก็อย่างที่บอกต้องใช้เวลาprovedนะ เนื่องจากเขาเริ่มมาจาก Mass คนก็อาจจะไม่เชื่อว่า จะทำอะไรก็ได้รีเปลา ซึ่งปัจจุบันงานที่หมดที่เกิดขึ้น ร่มๆ 2หมื่นล้านละ ประมาณ 10 กว่าโปรเจคละ ซึ่งเรามี Reference ที่ดี และProductเรามี Characterที่จับต้องได้ว่าเรา Differentiate จากสิ่งที่พุกษาเคยทำมา และวันนี้เนี่ยพุกษามีปีที่ 10 เราเลยถูก Assign ให้ทำPremium จัดๆเลย ตอนนี่คือทำระดับราคาที่สูงขึ้นแล้วเราก็ก็น่า Research ว่าลูกค้าconcern เรื่องอะไร คุณกลัวเรื่องBrandหรือเพราะอะไร กลัวที่ว่าเราจะไม่ดูแลหลังการขายให้กับเขา แต่ในเรื่องของ Design เขาไม่ติดอะไร แต่สิ่งที่กลัวคือ Perception ที่ติดอยู่ในใจ นั่นเราทำpermitเลย ในส่วนของพุกษาที่อยู่ภายใต้ Stylish Residences ก็คือ Aftersale service ไม่ได้มีแค่ใน warranty และการส่งมอบ แต่เรามีคนที่เหมือนเป็นพ่อบ้าน เรียก Personal Assistant ไม่ใช่นิติบุคคลแต่เป็นคนคนหนึ่งของเรา ที่เป็นBuilding Manager เอาโต๊ะไปตั้งเลย ว่าลูกค้าอะไรหรือติดอะไร เราจะดูแลคุณหลังจากส่งมอบไปแล้ว 2 ปี โดยเป็นต้นทุนของเรา เหมือนเป็นตัวกลางของลูกค้ากับบริษัท และลูกค้ากับนิติบุคคล เป็นคนที่ใกล้ชิดงานและช่วยดูแลงานทั้งหมดให้ไม่ให้เกิดพร่อง คุณ worry free ไปได้เลยว่าทุกวันนี้จะไม่มีการแบบนั้นเกิดขึ้น อันนี้คือสิ่งที่เราพยายามปรับเปลี่ยนทัศนคติในเชิงลบที่มันเกิดขึ้นที่ติดตัวกับพุกษามาให้มันดีขึ้น และที่เชื่อว่าหลังจากนี้มันจะมี Reference ที่ดีแบบนี้มาแทนที่ของเก่าของเขา ก็จะกลับมาได้ว่าไม่ต้องกลัวว่าเขามาจากตลาดล่าง เพราะวันนี้ความพร้อมของบริษัท สถานะทางการเงินของบริษัทก็เป็นอันดับหนึ่งเลยของอุตสาหกรรมอสังหาฯ คือไม่ต้องกลัวเลยว่าจะทิ้งลูกค้า เพราะยังใส่ใจรับผิดชอบอยู่แล้ว	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องใช้เวลาในการพิสูจน์ - Product มีความแตกต่างจากที่พุกษาเคยทำมา และมี Project Reference ที่ดี - ลูกค้าไม่ได้มีปัญหาเกี่ยวกับเรื่องการ Design - ทำการสำรวจพบว่า ลูกค้ากลัวเรื่องAfter Sale service การไม่ติดตามงานบริการหลังการขาย จึงกลับไปแก้ไขเพิ่มเติมของทางพุกษาที่คอยติดตามงานหลังการขายที่อยู่ในSite ทำหน้าที่เป็นตัวกลางลูกค้าและนิติ และลูกค้ากับบริษัท ในการแก้ไขปัญหาต่างๆ - เชื่อว่าบริษัทมีความมั่นคงทางสถานะทางการเงิน และมีความพร้อมของบริษัทถือว่าเป็นอันดับหนึ่งของอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์
3.	อาคารจาก Stylish Residence มีการใช้ระบบ Pre-cast ของบริษัท พุกษาหรือไม่	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	ไม่ค่ะไม่ใช่ เพราะเรารู้ว่ามันเป็นเรื่องที่ลูกค้าในระดับของเรา Concern เราก็ไม่ใช่จริงๆเลยเราเคยใช้โครงการนึง คือ The Seed สวนพลู และได้รับ Feed back กลับมาไม่ค่อยดี เราเลยเลิกใช้ไปค่ะ เนื่องจากมันหุบผนังไม่ได้เพราะไปกระทบต่อโครงสร้าง	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่ใช่ เนื่องจากลูกค้ามีความกังวลเนื่องจากมีผนังไม่สามารถหุบได้

แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ	
ข้อมูลเบื้องต้นผู้ให้สัมภาษณ์	
ชื่อ - สกุล	คุณจิรายุส สุนันทมงคล
ตำแหน่ง	Product Development Executive 2
วุฒิการศึกษา	ปริญญาโท สาขา การตลาด มหาวิทยาลัยมหิดล บริษัท พกษา เรียวเอสเตท
ประสบการณ์ทำงาน	ทำงานด้านอสังหาริมทรัพย์มาทั้งหมด 8 ปี
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	2552-2560 Product Development บริษัท พกษา เรียวเอสเตท

ด้านข้อมูลเบื้องต้น		
1.	โปรดอธิบาย Brand Stylish Residenceภายใต้บริษัท พกษา เรียวเอสเตท จำกัด มหาชนในเรื่องโครงสร้างและลักษณะการทำงานพอสังเขป	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	ตอนนี้ลดเหลือแค่ 2 Brands คือ The Reserve กับ Chapter One โดยจะตามด้วยชื่อต่อท้าย เช่น The Reserve เกษมสันต์ 3, The Reserve พญาไท, The Reserve ทองหล่อ หรือ Chapter One เกษตร, Chapter One ลาดพร้าว จริงหลักๆก็คือตัว The Reserve เป็นตัวที่มีราคาสูง Chapter One คือมีราคาปานกลางตามระดับราคาขาย คือกลุ่มลูกค้าเราคือกลุ่มคนรุ่นใหม่ แต่มันจะต่างด้วยระดับ Segment ของกลุ่มลูกค้า The Reserve จะเป็นกลุ่มลูกค้า A - A+ Chapter One จะเป็นกลุ่ม B - B+ ด้วยระดับราคาเป็นหลัก ซึ่งมันสะท้อนถึงทุกอย่าง ตัว Location ตัว Product Grade ของของที่ให้ The Reserve ก็จะมี Design ที่ดีกว่า ของที่ให้ก็จะ Premium Spec. ดีกว่าเราใช้ของที่มี Brand มากขึ้น โดยพื้นฐานเลย คือเราจ่ายเงินเพื่อ Spec. ของที่ดีกว่า เราก็ต้องได้ของที่ดีกว่า	- ฐานลูกค้ากลุ่มคนรุ่นใหม่ - The Reserve จะเป็นกลุ่มลูกค้าระดับ A-A+ Location Product Grade ของที่ให้ก็จะ Premium - Chapter One จะเป็นกลุ่มลูกค้าระดับ B-B+ มีระดับราคาปานกลาง

ด้านสถาปัตยกรรม		
1.	การออกแบบสถาปัตยกรรมของโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 และโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 มีแนวความคิดอย่างไร และแตกต่างกันอย่างไร	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	ถ้าในเรื่องของ Architect โจทย์ที่ให้ไปอย่างของ The Reserve ต้องเน้นที่จอตลอด เพราะคนพวกนี้มันมีรถขับอยู่แล้วแหละ อย่างของตัว Facilities ต้องเยอะ Space ต่างๆก็จะมีพื้นที่มากขึ้น Floor to Ceiling ก็จะต้องสูงกว่า คือ โจทย์มันก็จะเน้นอะไรประมาณนี้ โดยเราเป็นคนกำหนด ว่าอยากได้ขนาดห้อง หรือ Ceiling ประมาณเท่าไร ส่วนใหญ่จะให้ Matrix ไป ว่ามี One Bed ก็ % Two Bed ก็ % อยากได้ที่จอตลอดก็ % โดยมาจากการ Survey ของ Marketing และการวิเคราะห์แนวโน้มตลาด ว่ามีจำนวนเหลือเท่าไร ห้องขนาดไหนขายหมดเร็ว อันไหนยังเหลือ ต้องพยายามหา room ในตลาด ว่าถ้าเราทำจะเป็นอย่างไร ทำประมาณนี้แหละจะขายได้ ซึ่งมันก็จะแตกต่างจาก Chapter One ก็จะเน้นราคาที่ถูก ที่จอตลอดก็ให้ถูกกฎหมาย package เล็กๆ ตูราคาเป็นหลัก พอคุณออกมาแล้วยังอยู่ในช่วงที่คนระดับปานกลางซื้อได้ ห้อง 22-25 ตร.ม. อะไรแบบนี้และ The Reserve ความสูงตามกฎหมายของอาคาร	- The Reserve ต้องมีที่จอตลอดเยอะ Space ต่างๆก็มีพื้นที่มากขึ้น Facilities ก็ต้องเยอะ Floor to Ceiling ก็ต้องสูง ซึ่งตลาดของแพงเขาก็มักจะให้ฝ้าสูง เพราะมันทำให้อยู่ได้สบายไม่อึดอัด ทั้งนี้ก็ต้องมาจากการ Survey คู่แข่งบริเวณโดยรอบด้วย ถ้าขายราคานี้ก็ต้องเป็นฝ้าสูง - Chapter One เน้นราคาขายที่รวมแล้วมันยังออกมาถูก อยู่ในช่วงที่คนระดับปานกลางซื้อได้ เน้น

<p>มัน Develop ได้ไม่เกิน 23 เมตรอยู่แล้ว ถ้าทำ 8 ชั้นฝ้าก็เลย 7 ชั้นฝ้าก็สูง ทำได้ดิน Cost แพงแต่ก็ต้องยอม เพราะจริงๆพื้นที่เราไม่ได้ขายแค่แนวราบแต่เราขายแนวสูงด้วย ที่บางทีคนไม่ได้มอง ซึ่งตลาดของแพงเขาก็มักจะให้ฝ้าสูง เพราะมันทำให้อยู่ได้สบายไม่อึดอัด ทั้งนี้ก็ต้องมาจากการ Survey คู่แข่งบริเวณโดยรอบด้วย ถ้าขายราคาก็ต้องเป็นฝ้าแบบนี้ด้วย</p>	<p>ห้องพักstudioขนาดก็จะอยู่ 22-25 ตรม. ที่จอดรถก็เอาพอกฎกฎหมาย - ทั้งหมดมาจากการ Survey ของ Marketing วิเคราะห์แนวโน้มตลาดว่ามีจำนวนเหลือเท่าไร ห้องขนาดไหนขาย</p>
--	---

ด้านสถาปัตยกรรมภายใน		
1.	การออกแบบสถาปัตยกรรมภายในของโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 และโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 มีแนวความคิดอย่างไร และแตกต่างกันอย่างไร	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	<p>จริงเริ่มแรกน่าจะเป็นขนาดห้อง sizeห้อง one bed เท่าไหร่ two bed เท่าไหร่ เริ่มแรกเขาต้องเอาไปคูณราคา ประมาณนี้คิดว่าขายได้มัย ขายได้เท่าไร แล้วค่อยลงมาคิดในส่วนของ Layout โดยพวกขนาดทางทีม Marketing จะเป็นคนนำทางให้ก่อนที่จะให้Architectเป็นคนไปออกแบบทั้งอาคารและUnitต่อให้ได้ใกล้เคียงตามที่เรากำหนดไว้ แต่พอเป็น The Reserve หรือมันมีพื้นที่เยอะหน่อย มันก็เลยเป็นสัดส่วนมากกว่า แยกเป็นส่วนต่างได้ลงตัวมากกว่า เราเน้นส่วนกลางทั้งคู่ เพราะเอาเข้าจริงๆ ราคาที่เราจ่ายไปมันไม่ต่างกันมากหรอกในพื้นที่ส่วนกลาง แต่มันจะต่างกันจริงๆ คือเรื่องของห้องพักเป็นหลัก ที่หมายถึง Cost ในการก่อสร้างนะ แล้วก็ในช่วงเวลาเดียวกัน ถ้ามีการ Developพร้อมกัน เทียบกันพวกSpecของที่ให้ก็ต่าง แต่พอเวลามันเปลี่ยน คือของอันนี้นั้นเคยแพงมาก่อนเราใช้ไม่ได้ แต่อนาคตของอันนี้ที่เคยใช้ได้ใน The Reserve Chapter One ก็อาจจะใช้ได้อะไรแบบนี้จริงๆมันจะมี Standard เป็น Checklist ขึ้นมาคร่าวๆก่อนว่าก็ต้องได้ประมาณนี้แหละ แต่อย่างที่บอกแหละ Materials มันก็มีการเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา ปัจจัยมันเยอะ ณ เวลาที่ซื้อที่ดินมา Cost อาจสูงมาก บางทีของที่คิดว่าจะให้ได้ตาม Checklist ก็ให้ได้มั้งไม่ได้มั้งมันก็ต้องมีการปรับเปลี่ยนไปตามหน้างานอีกที และCondoเราให้เป็น Fully Furnishถ้าเขาจะลงทุนและปล่อยเช่า มันก็ง่ายสำหรับเขา ห้องเสร็จเขาก็ปล่อยเช่าได้เลย Designก็มีทีมจากทางพฤษชาติให้แล้ว มันก็ง่ายสำหรับเขา ที่ไม่ต้องไปแต่งเองและในอีกส่วนหนึ่ง คนที่อยู่เองก็เหมือนกัน ถ้าเราขายห้องเปล่า เขาก็ยังอยู่ไม่ได้ เขาอาจจะต้องเสียเวลา 2 - 3 เดือน เสียค่าส่วนกลางฟรีๆโดยที่ยังไม่ได้อยู่แต่ ถ้าโครงการที่แพงมากๆ จริงอาจจะให้แค่ครัว หรือห้องน้ำดีๆ เพราะเขาคงไม่อยากจะFurniture ที่เหมือนคนอื่น และเขาก็มีเงินที่จะซื้อของดีๆให้ตัวเองได้</p>	<p>- เริ่มต้นคิดจากขนาดห้องที่เมื่อคูณกับราคาขายแล้ว ลูกค้าสามารถจ่ายไหว ซึ่งจะเป็นการ Researchของ Marketing แล้วค่อยให้ทางสถาปนิกไปออกแบบให้ได้อาคารที่มีขนาดใกล้เคียงตามความคิด</p> <p>- The Reserve มีพื้นที่มากกว่า จัดเป็นสัดส่วนได้ลงตัว</p> <p>- Chapter One เน้นราคาความที่คนรายได้ปานกลางสามารถซื้อได้</p> <p>- Spec ของที่ให้ ถ้าเทียบกันในช่วงเวลาเดียวกัน The Reserveจะให้ของดีกว่า</p> <p>- จะมี Checklist เบื้องต้นว่าควรจะได้อะไรประมาณไหน</p> <p>- Condo ส่วนใหญ่จะเป็น Fully Furnish เพื่อการลงทุนปล่อยเช่าและความสะดวกในการเข้าอยู่อาศัย จะได้ไม่ต้องเสียเวลา</p>

ด้านทั่วไป		
1.	โปรดอธิบายขั้นตอนการทำงานในการพัฒนาโครงการของทีม Stylish Residence ว่ามีวิธีการอย่างไร	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	<p>ได้ครับ ที่ดินก็จะมีคนดูที่ดินเลย จริงๆมีคนซื้อที่ให้จากพฤษานะ แต่เดี๋ยวนี้นโยบายใหม่คือแต่ละ SBU ต้องBusiness Development คอยซื้อที่ของตัวเอง</p>	<p>- Business Development เริ่มต้นจากการดูที่ดิน ทำ</p>

	<p>ด้วย เพื่อให้มัน Run project แล้วก็ Run feasibility study ได้เลย ซึ่งก็เอาตัวเลขจากที่เข่าจะมีพวกราคาค่าก่อสร้างอยู่แล้ว เพราะเขาดูแลเรื่อง Budget เอามาลงในการ Run Marketing ต้องเข้าระยะตั้งแต่ช่วงแรกๆที่ตรงนี้ Grade ประมาณนี้ ขายราคาเท่านี้จะขายได้มั๊ย ถ้าค่าโคงตกลงซื้อที่ดินละซื้อที่มาก็เริ่มจ้าง Designer 3 เจ้า Architect Interior Landscape แล้วก็พัฒนาไป ถ้าเรื่อง Design ก็จะมีพี่ซุซ (Managing Director) พี่นก (Vice President) แล้วก็พี่ Product Development และ Marketing เข้ามาช่วยกันดู โดย Product Development อย่างที่ก็จะคุมในเรื่องขั้นตอนการดูแบบให้เป็นไปตาม Design คุมให้มันเป็นไปตามแบบที่ทาง Designer ได้วางไว้และ Co กับทาง PM ด้วยว่า เป็นไปได้มั๊ย ในจำนวนเงิน หรือ ระยะเวลาที่มี ระหว่างทางก็พัฒนาไป หรือถ้ามี comment จาก MD (Managing Director) หรือ VP (Vice President) อยากรู้ PD (Product Development) ก็จะเป็นคนมาดูให้อีกทีว่าทำได้มั๊ย พอออกแบบเสร็จ ก็ทำการประมูล ทุกอย่างที่ทำมาก็ไม่รู้หรือว่าพอมั๊ย ทำได้มั๊ย พอประมูลเสร็จก็รู้ละว่าตัวเลขเกินไม่เกินยังไง ถ้าเกินก็กลับมาปรับแบบที่ทาง Designer ใหม่ ถ้าไม่เกินก็การจัดจ้างผู้รับเหมา สร้าง Sale Office ลงขันหน้า งานจริงออกมาไม่โอเคก็ปรับแบบใหม่อีก แต่ปรับตรงนี้จะเป็นเรื่องยาก เพราะทางสำนักงานจะมีปัญหา ด้วยระบบของ Office แล้วก็ Promote แล้วก็ขาย ไปพร้อมกันนะ พอติกันเสร็จก็มี Team after sale ของ Stylish Residence เข้าไปดูแลลูกค้า</p>	<p>Feasibility Study แล้วนำตัวเลขไปเช็คคราคากับฝ่ายการก่อสร้าง</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketing ลงไปสำรวจตลาด ในพื้นที่นั้นๆ ว่าขายได้หรือไม่ได้ target คือใคร - ตกลงซื้อที่ดิน - จ้าง Designer 3 เจ้า Architect Interior Landscape เพื่อพัฒนาแบบ - ตรวจสอบเพื่อให้เป็นไปตาม Design และทำแบบประมูล - แก๊ซแบบให้อยู่ในงบประมาณที่ตั้งไว้ - จัดจ้างผู้รับเหมา - สร้าง Sale Office + Promote + ขาย - ก่อสร้าง - ตรวจสอบเช็ค - ส่งมอบ - After Sale Service
2.	<p>Stylish Residence ได้มีการกลับไปทำการสำรวจกับลูกค้าหรือไม่ ด้านความพึงพอใจของสิ่งหาชมทรัพย์นั้นๆ</p>	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	<p>ไม่ถึงกับไป Survey นะ แต่มี Feedback กลับมาจาก Team after sale service มีปัญหาอะไรก็จะมา report ใน Meeting ในที่ประชุมของทางทีม ส่วนใหญ่จะไม่เกี่ยวกับ Design ส่วนใหญ่จะเป็นในเชิง Technical มากกว่า</p>	<p>-ไม่ได้ไปทำการสำรวจ แต่จะมีการ Report ในที่ประชุม ที่ได้จากทีม Aftersale</p>

CHULALONGKORN UNIVERSITY

แบบสัมภาษณ์สถาปนิก โครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3

แบบสัมภาษณ์สถาปนิก โครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3	
ข้อมูลเบื้องต้นผู้ให้สัมภาษณ์	
ชื่อ - สกุล	คุณธนพงศ์ วิชคำหาญ
ตำแหน่ง	Head Architect Group บริษัท I'll Design Studio
วุฒิการศึกษา	ปริญญาตรี สถาปัตยกรรมบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ประสบการณ์ทำงานธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	ทำงานด้านการออกแบบทั้งหมด 15 ปี

ด้านสถาปัตยกรรม		
1.	ท่านมีแนวความคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรมของโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3อย่างไรเพราะเหตุใด	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	คือจริงๆแต่ละโปรเจกมันไม่เหมือนกันแต่ The Reserve เกษมสันต์ มันเป็นโปรเจกที่ขึ้นด้วยการแก้ปัญหาเป็นหลัก คือ site มันเนี่ยมีตึกข้างๆเป็น	- Marketing ของพวกละจะมี Survey ตลาดมาให้ก่อนแล้ว แล้วสถาปนิกทำการ

<p>ตึก 8 ชั้น ตึกแถวเดิม ละมีโรงเรียนช่างกลปทุมวันอยู่ จริ่งแล้วพฤกษาเขา Develop มาแล้วประมาณหนึ่ง ว่าตรงนี้จะเส้นทางเข้านะ ตรงนี้จะเป็นอย่างไร พวกนี้เข้าจะมี Feas run มาแล้วประมาณหนึ่งว่า ต้องการพื้นที่ขายเท่าไร ก็% โจทย์ของตัวนี้คือต้องทำพื้นที่ให้เกิดประโยชน์มากที่สุดก่อน ซึ่งที่ดินอันนี้มีศักยภาพประมาณ 30000-40000 ตรม. ที่สร้างได้ตาม FAR แต่ด้วยถนนที่ตัดเข้ามาเป็นถนน 6 เมตร ทำให้สร้างได้ไม่เกินตึกละ 10000 ตรม. ก็เลยออกแบบมาเป็น 2 ตึกที่เป็น 2 มุม โดยทำข้างก็ได้ให้แน่นที่สุดแต่ทุกมุมให้มีข้อดีของตัวเอง มุมทางเข้าต้องเปิด ต้องมีที่ว่าง 12 เมตร ตามข้อบัญญัติกทม. ตัวอาคารห่างจากน้ำ 6 เมตร ฝั่งช่างกลปทุมวันเราก็ทำเป็น Single Corridor เพื่อความเป็น Privacy และเน้นห้องที่เปิดมุมมองเข้าหาสวนบริเวณภายใน ด้านหลังเป็นตึกแถวเก่า สร้างชิดมากก็ไม่ได้ระยะห้องพักก็ไม่มีจุดขาย เลยขยับออกมาให้มี Green Area โขงที่ติดตึก 8 ชั้นก็เป็น Corridor ออกไปซะ ให้บริเวณ Court ตรงกลางมีพื้นที่มากที่สุด เพราะว่าที่ดินมันแคบ โดยเริ่มต้นจากฝั่งก่อน ทำข้างก็ได้ให้ตึกได้หมื่นตารางเมตร พื้นที่ขายพอได้ก่อน พอกฎหมายได้เราก็ค่อยๆ ขยับที่ละนิดว่ามุมไหนเป็นมุมบอดของห้องตัดทอนมันออกบ้าง เพื่อให้ Space ตรงกลางมันเหมาะสม โดยระยะบางอย่างก็เกิดจากประสบการณ์ทำงานที่เคยลองผิดลองถูกมาก่อน พอผังห้องมาซึ่ง Marketing จะเป็นคนไป Survey มาแล้วว่าจะขายขนาดเท่าไร จะเป็น One bed เป็นหลัก แล้วก็ Studio บางส่วน ละก็ 2 Bed พอเราจัด เราก็อาที่ที่เอา 2 bed ลง รองลงมาหน่อยก็ใส่ One Bed ที่ไม่ค่อยดีใส่ Studio พอถึงจุดนี้ก็จะเริ่มถามหาตัว Concept ของตัวโครงการ ซึ่งผมมองว่าที่ตรงนี้มีพื้นที่ 2-3% ของพื้นที่ขายตรงนี้ มาทำเป็นพื้นที่ส่วนกลางได้มัย มันก็เลยเกิดการคว้านชั้น 1 ใหญ่ๆ เพราะเขาไม่เอาพื้นที่คาเฟ่ ไม่เอา Green Area บนตึก เราก็เลยเริ่มมีพื้นที่ในการทำ Facilities ในเรื่องความเชื่อมต่อของ Space ละ ณ ปัจจุบันมันต้องดึงพื้นที่ภายในและภายนอกมารวมกันละให้รู้สึกมันโล่งโปร่ง คือปกติพื้นที่ Facilities ที่ทำจะอยู่ประมาณ 3-5% ของพื้นที่ขาย ไม่มีกฎตายตัว แต่ Project grade นี้เราก็ทำให้มันดูใหญ่กว่าปกติ เพราะเราไม่ได้กระจายพื้นที่ Facilities ออกไป เอาทุกอย่างมารวมกัน เพื่อให้ที่ว่างและ Green Area ให้ถูกใช้เป็นเนื้อหนึ่งเดียวกัน ต่อไปทำไม่ต้องหน้าตาแบบนี้ เพราะที่ดินตรงนี้เป็นที่ดินบ้านหมอมัย ถึงแม้ว่าบ้านมันจะไม่ได้ Colonial สมบูรณ์แบบมาก แต่มันก็น่าจะมีกลิ่นของรากของบ้านหลังนี้ และมันก็อยู่ใน Zone สยามที่เป็นคหบดีเดิม ถ้าเรามองว่าที่พักอาศัยที่ link และเชื่อมโยงข้อดีของที่ข้างๆ มาใช้ โขมโยเอากลิ่นอายหรือ element ของเขามาใช้ เพราะฉะนั้นเลย Base ออกมาเป็น Colonial ละก็เอากลิ่นของ Fashion เข้ามาผสม มันเป็นยุคที่สถาปัตยกรรมเริ่มเอา Character ของ Brand เข้ามาใช้เลยได้เป็น ไทยที่มีกลิ่น Colonial ผสมของความ Classic ด้วยความเป็น Stylish ของพื้นที่ ก็จะเป็นอะไรที่เรียบบๆ เท่ๆ หน่อย ก็เลยเริ่ม Approach ด้วยการทำ ศาลาก่อน ต้องพูดตรงๆ ด้วยว่าพอทำแบบแล้วมันก็มีพื้นที่โล่งๆ อยู่ตรงกลาง เราก็เห็นว่ามันมีศักยภาพ ก็เลยวาง</p>	<p>ออกแบบตาม Requirement เบื้องต้น เริ่มการการแก้ปัญหาบริเวณรอบ Site และสร้างอาคารให้มีพื้นที่มากที่สุด บนข้อกำหนดการออกแบบที่ให้ออกแบบมีข้อดีของตนเองในเรื่องมุมมอง และ Privacy</p> <ul style="list-style-type: none"> - ตัดทอนบางห้องออกเพื่อสร้าง Court พื้นที่ส่วนกลาง และมีการขอเพิ่มพื้นที่ส่วนกลาง ให้มากระจุกตัวในบริเวณตรงกลาง site เพื่อให้พื้นที่ดูหนาแน่น และได้พื้นที่ที่มีคุณภาพ เชื่อมต่อทั้งภายในและภายนอกให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และมีการปรับแปลนนำห้องที่ขายในราคาแพงมาไว้ในตำแหน่งที่ดีที่สุดของโครงการ - มีการนำรายละเอียดการออกแบบของบ้านหมอมัย ที่อยู่บริเวณข้างๆ Site มาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ ผลงานจะออกมาเป็น Colonial Classic ที่ดู Fashion ดูร่วมสมัยมากขึ้น เรียบบๆ เท่ๆ - ทุกอย่างเกิดจากการแก้ปัญหาแล้วค่อยๆ เติมรายละเอียดลงไป
---	---

	Lobby ไม้ตรงกลางให้มันรู้สึกเหมือนเป็นโรงแรม ซึ่งเป็น Focus point ซึ่งจริงๆทุกอย่างมันเกิดจากการแก้ปัญหาแล้วค่อยๆเติม Details ลงไป	
2.	ท่านมีแนวความคิดในการวางผังของโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3อย่างไร	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	คือในฐานะที่เป็นคนวางผัง เราก็ต้องคิดครบทั้งเรื่องการวางผัง Design และMood บรรยากาศโดยรวม ทำทุกอย่างพร้อมๆกัน คือตึกทุกอย่างมันต้องวิ่งขึ้นวิ่งลงประมาณ 3 รอบถึงจะได้มี Scheme ออกมาให้ดู 1 Scheme เพื่อที่จะดู Space ว่ามันจะออกมาโอเค	- คิดเรื่อง Design และบรรยากาศที่จะเกิดขึ้นภายในโครงการ เพื่อที่จะให้ Space ออกมาดี
3.	ท่านใช้เกณฑ์อะไรในการแบ่งพื้นที่ส่วนกลาง และพื้นที่ขาย(ห้องพัก) รวมถึงท่านใช้เกณฑ์อะไรในการกำหนดขนาดพื้นที่ต่างๆ	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	ต้องบอกว่าทุกอย่างมันเกิดขึ้นจากราคาขาย ณ ปัจจุบันตอนนั้น ซึ่งมันถูกกำหนดด้วย Feasibility Study อยู่แล้วว่าต้องมี ต้นทุนเท่าไร ความคุ้มค่าเท่าไรอยู่แล้ว ท้ายที่สุดจะไปตอบว่าเขาได้กำไรเท่าไร แต่ Team Stylish เขาไม่ได้มองเรื่องกำไรสูงสุด เขามองว่าต้นทุนเท่านี้ กำไรประมาณนี้ ทำProduct ยังไงให้ออกมาให้ดีที่สุด มันก็เลยถูกกำหนดด้วยพื้นที่ขายที่เขาจะขายให้ได้มูลค่าที่มากที่สุดมาก่อน	- เกิดขึ้นจาก ราคาขายของพฤษภา เพราะถูกกำหนดด้วย Feasibility Study แต่ทาง Stylish Residence จะไม่ได้มองเรื่องกำไรสูงสุด เขามองเรื่องกำไรที่ยังทำให้ Product ออกมาดีอยู่
4.	ท่านใช้เกณฑ์อะไรกำหนดพื้นที่จอดรถและทราบได้อย่างไรว่าจำนวนพื้นที่จอดรถนั้นมีความเหมาะสมกับการใช้งานจริง	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	โครงการนี้ เบื้องต้นต้องตอบโจทย์กฎหมายให้ได้ก่อน ส่วนถ้าพื้นที่มันยังได้อยู่เราก็เพิ่มเข้าไปตามจำนวนที่มันพอที่จะทำได้ คือเดี๋ยวนี้ที่จอดรถมันก็มีผลต่อการขายว่ามีที่จอดรถกี่% สำหรับโครงการนี้ไม่ได้เป็นข้อกำหนดเยอะมาก เพราะเขารู้อยู่แล้วว่าพื้นที่ดินตรงนั้นมันเล็ก ที่ดินมันยาก แค่นี้ได้% ก็ดีแล้ว เราก็พยายามเติมให้มันได้มากที่สุด แต่ไม่ได้ Fix ว่าต้องเป็น 80% 100% ไม่ขนาดนั้น และการที่เราเอาที่จอดรถไปไว้ที่ใต้ดินก็เพื่อตั้งระดับฝ้าให้สูงขึ้น เนื่องจากมันก็ต้องมีการศึกษาว่าจะขายราคาเท่านี้ Ceiling ต้องสูงเท่าไร เนื่องจากตรงนั้นก็มีโครงการขายเยอะเหมือนกัน ถ้าเราทำ 8 ชั้น Floor to Ceiling ก็จะได้อยู่ที่ประมาณ 2.50 เมตร มันก็ไม่มีอะไรที่จะไปขายว่า ฉันดีกว่าฉัน Luxury กว่า เรื่องความสูงฝ้าก็มีผลเยอะต่อการตัดสินใจของลูกค้า ทำให้ตัวตึกมันเลยแผ่ค้อย่างเยอะเต็มพื้นที่ คือถ้าเป็น 8 ชั้นตัวเลขจะง่ายกว่านี้ ที่นี้ ceiling สูง 2.70 ก็เป็นจุดขายได้ละ Ceiling สูง หน้าต่างสูง คนก็ชอบละ จริงๆคอนโด 8 ชั้นมันก็ไม่ค่อยดีอยู่ละ ถ้าทำได้ดีๆหน่อย Floor to Floor ก็อย่างมากคือ 2.85 เมตร ชั้น 1 ก็เจียมมาก แต่ถ้า 7 ชั้นจะกำลังสบายๆ คือข้อกำหนดเราคือทำยังไงก็ได้ให้ได้ใกล้เคียงกับ 20000 ตรม.	- เบื้องต้นมาจากกฎหมายก่อน ค่อยเพิ่มตามจำนวนที่ทำได้ เพราะปัจจุบันที่จอดรถก็มีผลต่อการขาย - นำที่จอดรถไปไว้ใต้ดิน เพื่อให้ฝ้าภายในแต่ละชั้นสูงขึ้น เนื่องจากความสูงฝ้าก็มีผลต่อการขาย และการตัดสินใจของลูกค้า - ยิ่งราคาแพงฝ้ายิ่งสูง หน้าต่างยิ่งใหญ่
5.	ท่านคิดว่าลูกค้าต้องการอะไรในการออกแบบสถาปัตยกรรม และการออกแบบนั้นมีความเหมาะสมหรือไม่	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	จริงๆ เนื่องด้วยเรารู้ว่า Condominium คือการอยู่อาศัย ซึ่ง Marketing ได้ Research มาแล้วว่าพื้นที่นี้ลูกค้าที่ซื้ออยู่เอง มากกว่าซื้อเพื่อปล่อย	- คนซื้อเพื่ออยู่เองมากกว่าปล่อยเช่า คนส่วนใหญ่ใช้รถไฟฟ้า

	<p>เข้า ส่วนมากจะซื้ออยู่เอง หรือลูกเรียนอยู่จุฬาเลยมาซื้อทิ้งไว้ แล้วก็รถยนต์มีไม่เยอะ เพราะ ณ เวลานั้นที่จอดรถก็ยังไม่เต็ม ใช้รถไฟฟ้า คือตัวสถาปัตยกรรมต้องตอบโจทย์คือเขาต้องอยู่สบายเหมือนอยู่บ้าน</p> <p>เนื่องจากว่ามันมีที่ใหญ่ ผมก็มองว่าที่ดินที่มีแปลงใหญ่ๆ ไม่อยากทอน Scale เขาหลงให้ที่ดินเขามีความสุขด้วย ว่ามันไม่อึดอัดมากจนเกินไป เลยพยายามจะรักษา Shape และ Spaceไปได้ เราเอาส่วนที่ไม่จำเป็นไปอยู่ในที่ที่มันควรจะอยู่ และทำเป็นมาอยู่ร่วมกัน ให้ทุกคน Enjoy ได้ มันก็น่าจะดี ส่วนในเรื่องของ Style คอนโดมันก็ขาย Fashion เหมือนกัน เราก็พยายามที่จะเอา Fashion เข้าไป ให้มันอยู่ได้นานไม่เก่าเพราะมัน Classic อยู่แล้ว คือสรุปๆนะ คือห้องอยู่ได้จริง ฝ้าที่สูงอยู่แล้วสบาย ส่วนกลางที่มีพื้นที่ ใช้ได้จริง ไม่ใช่แค่มาถ่ายรูป คนสามารถ enjoy กับพื้นที่ได้เยอะ พี่ว่าน่าจะเป็นข้อดีของโครงการนี้</p>	<ul style="list-style-type: none"> - สถาปัตยกรรมต้องตอบโจทย์ คืออยู่สบาย เหมือนบ้าน ที่ดินไม่อึดอัด เอาพื้นที่ส่วนกลาง มารวมกันให้ทุกคนได้ใช้งานมันก็น่าจะดี - ส่วนเรื่องของ Style มันก็ขาย Fashion เหมือนกันเราพยายามทำให้มันดู Classic ไม่เก่า - ห้องอยู่ได้จริง ฝ้าสูงอยู่สบาย - ส่วนกลางมีพื้นที่ที่ใช้ได้จริง พื้นที่เยอะ
6.	<p>ท่านคิดว่าการออกแบบสถาปัตยกรรมนั้นช่วยให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการThe Reserve เกษมสันต์ 3 หรือไม่ เพราะเหตุใด</p>	
	<p>บทสัมภาษณ์</p>	<p>สรุปใจความ</p>
7.	<p>การสร้างความมูลค่าเพิ่มในการออกแบบสถาปัตยกรรมนั้น เกิดจากปัจจัยเรื่องใดบ้าง และจะมีวิธีการสังเกตได้อย่างไร</p>	<p>ตอบในมุมมองออกแบบมันก็ต้องเพิ่มแน่ๆ แต่ในวิธีการที่เพิ่มเนี่ย มันต้องเกิดจากทั้งขบวนการ คือ Developer ต้องไม่ละโมภะมากเกินไป มีเป้าหมายชัดเจน มี Product ชัดเจนว่าจะขายใคร แล้วก็เป้าหมายของการพัฒนาโครงการไม่ใช่แค่เงินมากที่สุด แต่อันจะได้โครงการที่ดี ที่ฉันยังได้กำไร แล้วก็สามารถทำโครงการขายได้ต่อเนื่อง เพราะเขาเป็น Developer เจ้าใหญ่ ถ้าเป็นเจ้าเล็กๆอาจจะไม่ได้คิดแบบนี้ แล้วพอมันแน่นมาก สิ่งที่สวยงามมันก็จะหายไป อันนี้มันก็ค่อนข้างจะ Balance กันนะ รวมถึงการพัฒนา Concept ไปในภาพรวมทั้ง Architect Interior และ Landscape ทั้ง Mood & Tone ของโครงการ โดยมันถูกพัฒนาจากรากเหง้าของพื้นที่ดินนั้น พอทุกคนพัฒนาในแกนเดียวกันมันก็กลมกล่อมมากขึ้น และด้วยความกลมกล่อมนี้ละ น่าจะเป็นเหตุผลที่ทำให้โครงการมันประสบความสำเร็จ</p>
	<p>บทสัมภาษณ์</p>	<p>สรุปใจความ</p>
	<p>จริงๆมันต้องมองเป็น 2 Part 1.ถ้าเราเป็น Developer หรือ Designer เราต้องรู้ว่าเราจะขายใคร แล้วก็คนกลุ่มนั้นเขาอยากได้อะไร พอเรารู้ว่าคนกลุ่มนั้นต้องการอะไร Lifestyle ประมาณไหนแล้ว ถ้าผมเป็นคนที่มี lifestyle แบบนั้นเราก็อาจจะซื้อของ เราต้องเอาตัวเองไปคิดแทนตัวเขาว่าเขาคือต้องการอะไร ผมว่าทุกโครงการมันไม่ได้เหมาะกับทุกคนแต่มันเหมาะกับคนที่ เป็น Focus group ถ้า Focus group ชัด Product ชัด Focus group ก็จะมาซื้อ 2.ถ้าเราเป็นผู้ซื้อ เนื่องจากสมัยนี้ผู้ซื้อข้อมูลเยอะมาก และมีการเปรียบเทียบเยอะ การจะตอบว่าโครงการไหนดีไม่ดี ถ้ามีเงินในกระเป๋าเท่ากัน อะไรที่มันดีกว่าทั้งหมด อะไรที่เทียบแล้วดีกว่า มันก็ดีกว่าอยู่แล้ว มันเป็นเรื่องที่ต้อง Check อยู่ละ ผู้พัฒนาโครงการสร้างให้เราเสร็จ การบริการหลังการขายก็มี และหลังๆก็เริ่มมีดี Designer</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ในมุมมอง Developer เราต้องรู้ว่าเราจะขายใคร เขาต้องการอะไร และมี Lifestyle แบบไหน เราต้องคิดแทนเค้าว่าเขาต้องการอะไร กับคนที่ เป็น Focus group ถ้า Focus ชัด Product ชัด ลูกค้าก็จะมาซื้อเอง - ในมุมมองผู้ซื้อต้องรู้จักตนเองและงบประมาณที่มีอยู่ เปรียบเทียบกับโครงการอื่นๆในข้อมูลเบื้องต้น ดูผู้พัฒนาโครงการในเรื่องความน่าเชื่อถือ อาจจะมีการดู Designer ว่ามีการผ่านโครงการอะไรมาแล้วบ้าง

	ว่าเคยทำโครงการที่ไหนมาบ้าง แต่คนสมัยนี้ซื้อโครงการที่เราอยู่ และมีคนมาเห็นว่าเราอยู่ด้วย ถ้าเขาไปดูเดินแล้วเข้าไปแล้วชอบก็จบ มันอาจจะแพงกว่านิดนึง แต่คุณจะรู้ว่าพอหรือไม่พอ เพราะว่าตึกๆนี้จะตรงกับจริตคนที่ไม่เหมือนกัน ตอนนี้ถ้าเป็นลูกค้าคือต้องรู้จักตัวเองดีๆว่าชอบที่ไหน	สุดท้ายแล้วคือดูความชอบของตนเองว่าชอบโครงการไหน
8.	ท่านคิดว่าอะไรคือปัจจัยสำคัญในด้านการออกแบบสถาปัตยกรรม ที่ช่วยให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการ The Reserve เกชมสันธ์ 3	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	ผมว่าทุกคนมองไปในทิศทางเดียวกัน ตั้งแต่เริ่มจนจบโครงการไม่มีใครหลุดออกนอกแนวที่อยากจะให้เป็นเลย มันอาจจะมีปัญหานิดหน่อย แต่ไม่ใช่เรื่องภาพรวมโครงการ ไม่ใช่เรื่อง Mood and Tone ของโครงการ มันคือความโชคดีที่ทุกคนไปในทางเดียวกัน	- เนื่องจากผู้ออกแบบมีแนวความคิดที่ตรงกัน ทำให้โครงการออกมาไปในทางที่ดี ในเรื่องของภาพรวมของโครงการ และMood tone ที่เกิดขึ้น

แบบสัมภาษณ์สถาปนิกตกแต่งภายใน โครงการ The Reserve เกชมสันธ์ 3	
ข้อมูลเบื้องต้นผู้ให้สัมภาษณ์	
ชื่อ - สกุล	คุณสลิลทิพย์ พิบูลย์นครินทร์
ตำแหน่ง	Assistant Design Director / Interior Designer บริษัท Begray Bangkok
วุฒิการศึกษา	ปริญญาโท Design Future ,Goldsmiths University of London
ประสบการณ์ทำงาน	ทำงานด้านอสังหาริมทรัพย์มาทั้งหมด 8 ปี
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	2552-2560 Interior Designer

ด้านสถาปัตยกรรมภายใน		
1.	ท่านมีแนวความคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในของโครงการ The Reserve เกชมสันธ์ 3อย่างไรเพราะเหตุใด	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	คือตัวSite มันติดกับบ้านหมอมี่ ซึ่งเป็นบ้านโบราณสมัยรัชกาลที่ 5 ของตระกูลหมอมี่ ซึ่งเป็นคหบดีในสมัยนั้น ตอนแรก owner มีแนวความคิดว่าจะเข้าบ้านหลังนี้เพื่อมาสร้างเป็น Sale Gallery เรื่องของเรื่อง ก็ Start มาจากบ้านหลังนี้ ซึ่งบ้านหลังนี้มีมีความ Classic แบบร่วมสมัยก็เลยเหมือนหยิบเอา Element พวกนั้นมาใช้ในโครงการ เป็นงาน Classic ที่ดู Timeless เหมือนตึกที่อยู่ได้ทุกยุคทุกสมัย ไม่เก่า สีที่ใช้ก็จะเป็นสีที่มัน Monochrome สีเบาๆ ขาว เทา ดำ ครีมนอ่อน เป็นสีที่เรียบง่าย ดูหรูหรา ไม่ได้บ่งบอกสมัย ไม่มี In Out	- ดึงแนวความคิดมาจากตัวโครงการ เนื่องจากติดอยู่กับบ้านหมอมี่ ซึ่งเป็นบ้านโบราณสมัยรัชกาลที่ 5 หยิบเอา Element พวกนั้นมาใช้ในโครงการ เป็นงาน Classic ที่ดู Timeless เหมือนตึกที่อยู่ได้ทุกยุคทุกสมัย ไม่เก่า สีที่ใช้ก็จะเป็นสีที่มัน เรียบง่าย ดูหรูหรา ไม่ได้บ่งบอกสมัย
2.	ท่านมีแนวความคิดในการวางผังภายในพื้นที่ส่วนกลาง และพื้นที่ขาย(ห้องพัก) ของโครงการ The Reserve เกชมสันธ์ 3อย่างไร	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ

	<p>ถ้าในห้องพักนะ ทางทีมเราไม่อยากให้คอนโดเหมือนคอนโดปกติ เรามองว่ามันควรเป็นมุม เป็นสัดส่วนให้แยกออกจากกันชัดเจน จะได้แยก Function ภายนอกจากกันให้ชัดเจน เพราะฉะนั้น planning จะเหมือนเป็น Pocketเล็กๆในตัวห้อง แล้วก็ส่วนกลางจริงๆตอนนั้นด้วย งานสถาปัตย์ด้วย แล้ว Theme ก็มาจาก Tearoom ด้วย ก็เป็นแบบมานั่งพักผ่อนชิวิริมสวน เหมือนผู้ดีอังกฤษ เนื่องจากตอนแรกทาง Owner คิดว่าจะได้ บ้านหมอมีมาเป็น Sale Gallery เขาก็คิดว่าอาจจะ Joint Venture ในการเปิดร้านชาจริงๆ แล้วก็มาขายคอนโดด้วย เราก็เลยคิดว่า Tearoom เคยเป็น Inspiration หลักมาก่อนของ Space เลยดึงกลับมาใช้ภายในพื้นที่คอนโด Planning ส่วนอื่นก็จะคลี่คลายมาจากส่วนนั้นมากกว่า</p>	<p>- พื้นที่ขาย แบ่งแยกเป็นสัดส่วน แยก Functionชัดเจน จะเหมือนมีห้องเล็กๆอยู่ภายใน</p> <p>- พื้นที่ส่วนกลาง เริ่มจาก Tearoom เพราะตอนแรกมีแนวคิดว่าจะใช้บ้านหมอมีมาเป็น Sale Gallery แต่เนื่องจากตกลงกันไม่ได้ เลยดึงเอาแนวความคิดนั้นมาใช้ในพื้นที่ส่วนกลาง ให้เหมือนลูกบ้านได้มานั่งพักผ่อนชิวิริมสวน</p>
3.	<p>ท่านใช้เกณฑ์อะไรบ้างในการออกแบบตกแต่งภายในและเฟอร์นิเจอร์ Built-in ที่ให้ภายในพื้นที่ขาย และพื้นที่ส่วนกลาง</p>	
	<p>บทสัมภาษณ์</p> <p>จริงๆแล้วเกณฑ์เนี่ยไม่ได้มาจากเรา แต่มาจาก Owner เป็นคนบอกว่าเขาจะเอาเป็น Fully Furnished เพราะฉะนั้นเราก็ต้อง Present แบบให้สามารถจัดทำได้ไปจนถึงเป็นแบบ Fully Furnished จนถึงการทำแบบ Perspective ก็ต้องเป็นแบบที่ทาง Owner ก็สามารถที่จะ Apply ลงไปในของจริงให้ได้ในแบบนั้น</p>	<p>สรุปใจความ</p> <p>- เกณฑ์ที่ได้มาจากพฤษภา ว่าเขาเอาห้อง Fully Furnished แบบที่จัดทำเลยต้องเป็นแบบที่สามารถจะนำไปใช้ในการก่อสร้างจริงได้</p>
4.	<p>ท่านคิดว่าลูกค้ามีความต้องการอะไรภายในพื้นที่ขาย(ห้องพัก) และการออกแบบนั้นมีความเหมาะสมหรือไม่</p>	
	<p>บทสัมภาษณ์</p> <p>จริงๆ พฤษภาเขามีแก๊งค์ Marketing ที่ค่อนข้าง Strong เพราะฉะนั้นเขาก็จะคิดแล้วว่าเขาจะเอา gimmick อะไรไปขาย ค่อนข้างกำหนดมาแล้วว่าเขาอยากได้ Function อะไรบ้าง ซึ่งเขาใจว่าอันนี้คือการศึกษามาแล้วว่าสิ่งนี้ คู่แข่งมีหรือคู่แข่งไม่มี แล้วเราก็มา Apply ตามที่ Owner ต้องการ ถ้าเป็น Team นี้เขาจะทำงานแบบนี้</p>	<p>สรุปใจความ</p> <p>- พวก Gimmick ต่างๆส่วนมากจะได้มาจากพฤษภา เขาจะคิดมาแล้วว่าจะเอาอะไรเพื่อไปขายลูกค้า เขาได้ไป Research มาแล้ว</p>
5.	<p>ท่านคิดว่าการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในนั้นช่วยให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 หรือไม่ เพราะเหตุใด</p>	
	<p>บทสัมภาษณ์</p> <p>เกิดสิ เพราะระหว่างที่คุณให้ห้องเปล่า กับห้องที่มีการตกแต่ง คือ Finishing ต่างๆก็ทำให้ห้องดูดีขึ้น เพิ่ม Value ลงไปในของที่จะให้ลูกค้า สมมุติการที่เราเลือกก้อนน้ำ ในยุคนั้นก็อกที่หน้าตา Classic ยังไม่มีให้เลือกมาก เหมือนตอนนี้ เราก็ไปหา Brand ที่สามารถรองรับได้ ซึ่งเป็น Brand ที่เราใช้กับงานโรงแรม ไม่ใช่ Brand ทั่วไปที่ทำได้ตามท้องตลาด ที่คิดว่าของแบบนี้เป็นการช่วยสร้าง Value ให้กับห้อง มากกว่าที่จะได้ของที่มีมาตรฐาน ด้วยความที่ Location ที่อยู่ในที่ดินในใจกลางเมือง Details พวกนี้ก็ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มลงไปในตัว Product ให้มีมูลค่าที่มากขึ้น</p>	<p>สรุปใจความ</p> <p>- การตกแต่งช่วยให้ห้องมีมูลค่าเพิ่มมากกว่าได้ห้องเปล่า</p> <p>- มีการใช้สุขภัณฑ์ที่ไม่ได้ทำได้ในท้องตลาดในสมัยนั้น</p> <p>- การเลือกสิ่งของต่างๆเป็นการช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มมากขึ้นไปกว่าที่ดินอยู่ใจกลางเมือง</p>
6.	<p>การสร้างมูลค่าเพิ่มในการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในนั้น เกิดจากปัจจัยเรื่องใดบ้าง และจะมีวิธีการสังเกตได้อย่างไร</p>	
	<p>บทสัมภาษณ์</p>	<p>สรุปใจความ</p>

	คือในสมัยนั้นอะ ไม่ค่อยมีงาน Classic ในคอนโด แต่ออฟฟิศเราไป purpose ให้พวกลูกค้าทำที่ The Editor เป็นอันแรก สมัยนั้นคนทำ แต่ Modern เพราะกลัวงาน Classic มันจะบานปลาย เพราะนั้น Editor ทำได้ประมาณนี้ งานนี้เป็นงานต่อเนื่อง ที่เราจะ Add Value แบบ Classic ให้กับลูกค้า ซึ่งในสมัยนั้นไม่มีใครนั่งทำ Details Classic ให้กับลูกค้าหรอก เพราะมันยาก ต้องเสียทั้ง Budget และเวลา ที่หมายถึงโครงการที่มันไม่ได้ Luxury มากขนาดนั้นไม่ได้แบบ premium มากๆที่ต้อง Treat ให้แบบเต็มที่มาก	- Details ในการ Design เนื่องจากงาน Classic ในสมัยนั้นคนยังไม่กล้าที่จะทำเพราะงบประมาณบานปลาย เสียเวลาในการออกแบบ และจัดสร้าง
7.	ท่านคิดว่าอะไรคือปัจจัยสำคัญในด้านการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในที่ช่วยให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการ The Reserve เกชมสตันต์ 3	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	ที่คิดว่า Lay out ห้องสำคัญมากเพราะเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องใช้ทุกวัน เพราะเรื่องนี้เรา Work แล้วทำการแก้ไขอยู่หลายรอบมาก เพื่อให้ทั้งตัวเรา และ Owner พึงพอใจมากที่สุด และอีกอย่างคือ Style คือที่มองว่า Materials ที่มีที่เราใช้มันก็ได้หรือหาอะไรมาก แต่เราเอามา Combine ให้เกิด mood ที่มันเป็น Classic Timeless ถามว่าทำตู้ furniture แพงกว่าโครงการอื่นมีก็แพงกว่า แต่มันไม่ได้แบบ Double คือมันเพิ่มเงินอีกประมาณนี้ เพื่อให้ Effect หรือ Element ที่เพิ่ม Value มากกว่า ที่ทำให้เกิด Mood โดยรวมที่มันไปถึง คือ Concept เขา คือ Home for generation to come คือที่มองว่ามันคือ เหมือนเป็นความ Classic ที่ไร้กาลเวลา แล้วเราก็ทำให้มันไปถึงจุดจุดนั้น	- Lay out ห้อง เพราะลูกค้าต้องใช้ทุกวัน มีการแก้ไขอยู่หลายรอบ - Style เนื่องจาก Material ที่ทุกคนใช้ก็เหมือนกันได้ แต่เราจับเอามาใช้ แล้วมันทำให้เกิดความรู้สึกที่มัน Classic Timeless เหมือน Concept ของโครงการ คือ Home for generation to come

แบบสัมภาษณ์ภูมิสถาปัตย์ โครงการ The Reserve เกชมสตันต์ 3	
ข้อมูลเบื้องต้นผู้ให้สัมภาษณ์	
ชื่อ - สกุล	คุณณภัทร ชื่นอิม
ตำแหน่ง	Landscape Director บริษัท Innerexterior
วุฒิการศึกษา	ปริญญาตรี สถาปัตยกรรม (ภูมิสถาปัตยกรรม) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ประสบการณ์ทำงาน	ทำงานด้านอสังหาริมทรัพย์มาทั้งหมด 12 ปี
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	2548-2560 Landscape Architect

ด้านภูมิสถาปัตยกรรม		
1.	ท่านมีแนวความคิดในการออกแบบภูมิสถาปัตย์โครงการ The Reserve เกชมสตันต์ 3 อย่างไรเพราะเหตุใด	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	จริงๆคือมาจาก Team Marketing ของพี่นุช จริงๆเพราะ The Reserve มันมาจาก Site นั้นด้วยที่เป็นที่ดินของหมอมมี The Reserve ชื่อมันก็มาจากการพยายามอนุรักษ์ตึกอันนั้นไว้ด้วย คือมันก็จะ เป็น style ย้อนยุค Colonial classic หน่อยๆ แล้วไป Meet ยังไงกับ Budget ได้ให้มันสัมพันธ์กันไป คือมีก็มองว่ามันต้องตามกันไปทั้งหมด Element ที่เราสามารถดึงลักษณะงานให้ออกมาเหมือนกัน หรือมี Mood ที่ไปด้วยกัน	- แนวความคิดมาจาก Marketing เนื่องด้วยตัว Site เป็นที่ดินของหมอมมี ทุกคนเลยพยายามที่จะอนุรักษ์รูปแบบนั้นไว้ เป็น Style Colonial Classic ซึ่งต้องไปสัมพันธ์กับ Budget ที่ Owner มี

	<p>ปัญหาคือมันทางเข้าแคบๆ ตามกฎหมาย แล้วมันต้อง Security ของอาคารได้ด้วยก็พยายามไป Match กับ Program ไป Match กับความปลอดภัยให้ได้ในแง่ Landscape พวกลาย Pattern Element design ตามหลัก ตามมุมมองที่ควรจะเป็นเช่น ด้านนี้ติดโรงเรียนข้างกล ก็ทำ Screen ต้นไม้บัง ด้านนี้มีพื้นที่ติดคลองใน ระยะ set back ก็ทำเป็นสวน open space ทำพื้นที่ภายนอกยังให้มี Value กับตัวตึก ส่วน Style ของงานนี้จะ เป็น Colonial ที่ทอนรายละเอียดให้น้อยลงให้มัน Modern มากขึ้น</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Design element ต้องตามกันไปที่โครงการ - ต้อง Design ให้เข้ากับระบบรักษาความปลอดภัยให้กับลูกค้า - มุมมองต่างๆที่ควรจะเป็น - ทำ Open space ยังให้มี Value กับตัวตึก
2.	<p>ท่านมีแนวความคิดในการวางผังภูมิสถาปัตยกรรมของโครงการ The Reserve เกชมส์ตันต์ 3 อย่างไร</p>	
	<p>บทสัมภาษณ์</p> <p>มาจาก Architect ด้วย และก็ข้อจำกัดของ Site เองด้วย ขึ้นอยู่กับเขาว่า แล้วเราเพิ่มพื้นที่ เพิ่มรายละเอียด ตัว Furniture เราก็ไป Co. กับ Interior ทำยังไงให้ Landscape มันช่วยสร้าง Privacy ให้กับห้อง แล้วก็ Security ได้เนื่องจาก Site มันก็เปิดมาก ก็ต้องมี Control gate ใช้ต้นไม้เป็น Buffer ให้คนไม่สามารถเดินเข้าส่วนภายในอาคารได้ เพื่อ Function ตัวสร้างว่าน้ำ แบ่งยังไง มีมุมมองตอนเดิน ตอนอยู่ ตอนนั่ง อยู่ยังไง คือมันต้องสัมพันธ์กับตัวตึก ทั้ง Architect และ Interior สัมพันธ์กับทิศ แดด ลม พรรณไม้ยังไงถึงให้ดูฝรั่ง ใช้ต้นสนฉัตร กำแพงไม้เลื้อยเพื่อให้ Feeling Mood มันไปในแนวทางเดียวกัน จะใส่ Logo Design อะไรยังไง</p>	<p>สรุปใจความ</p> <ul style="list-style-type: none"> - มาจากสถาปนิกและข้อจำกัดต่างๆของ Site และเราก็ใส่รายละเอียดเพิ่มขึ้นที่ช่วยสร้าง Privacy ให้กับห้อง และก็มี Security ที่ดีเนื่องจาก Site เปิดมากต้องมี Control gate ในการควบคุมการเข้าออกของคน - ระบายน้ำต้องวางอย่างไรให้สัมพันธ์กับตัวตึก ทั้ง Interior และ Architect สัมพันธ์กับทิศ แดด ลม - การเลือกพรรณไม้ที่ได้บรรยากาศเป็นสวนฝรั่ง
3.	<p>ท่านใช้เกณฑ์อะไรบ้างในการออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมของโครงการ The Reserve เกชมส์ตันต์ 3</p>	
	<p>บทสัมภาษณ์</p> <p>Criteria มันมาเป็นกฎข้อบังคับอย่างเช่น EIA พื้นที่ต้องถึง ซึ่งโครงการนี้เกินนะ แล้วก็ไปบวกกับเรื่องมุมมอง เรื่องความ Privacy เรื่อง Security Function การใช้งานคือสิ่งที่สำคัญที่สุด แล้วมันค่อย follow ไปด้วย Style และเรื่องของต้นไม้ที่ทำให้ Mood Texture ต้นไม้เล็กให้เหมือนเมืองนอก form ต้นไม้ ที่โตในที่กว้างที่แคบก็มีผล</p>	<p>สรุปใจความ</p> <ul style="list-style-type: none"> - เกิดจากข้อบังคับทางกฎหมาย EIA ไปบวกกับมุมมอง เรื่องความ Privacy security และ Function เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด และค่อยตามไปด้วย Style ของงาน
4.	<p>ท่านคิดว่าลูกค้ามีความต้องการอะไรในการออกแบบภูมิสถาปัตยกรรม และการออกแบบนั้นมีความเหมาะสมหรือไม่</p>	
	<p>บทสัมภาษณ์</p> <p>เราก็ต้องออกแบบให้มี Details element ให้มัน Serve กับลูกค้าของเขา ก็ถือว่ามัน Success นะ เพราะ Project นี้ก็ได้รางวัล มันก็คือครบทุกอย่าง ทั้ง Architect Interior Landscape นะสำหรับที่</p>	<p>สรุปใจความ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้องทำ Design ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ทั้ง Architect Interior และ Landscape
5.	<p>ท่านคิดว่า การออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมนั้นช่วยให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการ The Reserve เกชมส์ตันต์ 3 หรือไม่ เพราะเหตุใด</p>	
	<p>บทสัมภาษณ์</p> <p>ช่วยนะ คือมันไปด้วยกันหมด Marketing Price Strategy แต่การออกแบบมันก็มีผลทำให้คนที่ไปสัมผัสใน Space concept ไปอย่างที่เขา คิดไว้ Product มันออกมา Luxury ตามแนวความคิด ตามความตั้งใจที่เขาอยากให้มันเป็นรีเปล่า มันเหมาะสมกับเงินที่เขาจ่ายไป มันเหมาะสมกับ Brand รีเปล่า แต่ด้วย Location มันอยู่กลางเมืองอยู่แล้ว เข้าไปข้าง</p>	<p>สรุปใจความ</p> <ul style="list-style-type: none"> - มันต้องไปด้วยกันหมด ทั้ง Marketing Price Strategy การออกแบบทำให้คนสัมผัสถึง Space ทำให้ Product ออกมา Luxury ตามที่เขาคิดไว้ ตามที่เขาตั้งใจอยากให้มันเป็น และเหมาะสมกับเงินที่เขาได้ลงไป ด้วย

	ในก็ Privacy สูงอยู่แล้ว ก็ได้ที่แบบนี้กลางเมืองมันก็ต้องราคาสูงอยู่แล้ว มันก็ส่งเสริมกันหมด มันก็สำคัญทั้งผู้จ้างทั้ง Marketing ของผู้จ้าง ของ Designer ทั้ง Architect Interior Landscape	Location ที่ดี และได้พื้นที่ที่มี Privacy สูง ที่ดินกลางเมือง มันส่งเสริมกันไปหมด
6.	การสร้างมูลค่าเพิ่มในการออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมนั้น เกิดจากปัจจัยเรื่องใดบ้าง และจะมีวิธีการสังเกตได้อย่างไร	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	ถ้าคนที่ซื้อก็ต้องเช็คในท้องไปจนถึงส่วนกลาง จนถึงราคา และความชอบ แต่ถ้าสมมุติเขา Set Theme Set Design ไว้ และมันเป็นไปตามที่เขาตั้งใจไว้ มันก็เป็น Value ของโครงการ คนที่มา Consumer ที่เห็น Function เห็น First Impression ในพื้นที่ส่วนกลาง การดูแลพื้นที่ อันนี้ก็ขึ้นอยู่กับ Property แต่การออกแบบมันก็ต้องทำให้การดูแลมัน ดูแลง่ายในแง่ของ Consumer ถ้าอยู่แล้วสบาย แล้วรู้สึกเหมือนบ้าน ได้เข้าไปใช้งานในทุกๆที่ คือถ้ามันมีค่าในตัวมันเอง เวลาผ่านไปมันก็ยังขายได้ในราคาที่ดีอยู่ มันก็ต้องด้วยประสบการณ์ด้วย ซื้อบ้านหลังแรก หลังที่ 2 มันก็ไม่เหมือนกัน	- ถ้าเป็นผู้ซื้อก็ต้องเช็คลงไปรายละเอียด ส่วนกลาง จนถึงราคา และความชอบ ถ้าทำ Theme และ Design ที่ตั้งใจไว้ มันก็เป็น Value ของโครงการ เมื่อเห็น First Impression ของพื้นที่ส่วนกลาง เห็น Function อยู่แล้วสบาย รู้สึกเหมือนบ้าน ในทุกครั้งที่เราเข้าไปใช้งาน มันก็มีค่าในตัวมันเอง
7.	ท่านคิดว่าอะไรคือปัจจัยสำคัญในการออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมที่ช่วยให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	มันก็คือทำให้พื้นที่ส่วนกลาง มันคือทำให้คนเห็น Impress มี Experience ส่งเสริม มีพื้นที่ส่วนกลาง ที่นั่งในสระว่ายน้ำ เราสามารถจัดให้มันมีสัดส่วนได้ ให้มันเหมาะสมและเกิดประโยชน์อย่างสูงสุดได้	- พื้นที่ส่วนกลาง ทำให้คนเห็นและมี Experience ส่งเสริมพื้นที่ จัดพื้นที่ได้ เหมาะสมมีสัดส่วน และเกิดประโยชน์สูงสุด

แบบสัมภาษณ์สถาปนิก The Chapter One Campus ลาดพร้าว 1	
ข้อมูลเบื้องต้นผู้ให้สัมภาษณ์	
ชื่อ - สกุล	คุณอัศจรรย์ รัชเกียรติ
ตำแหน่ง	Principal Architect Group บริษัท Grayspace
วุฒิการศึกษา	ปริญญาโท สถาปัตยกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร
ประสบการณ์ทำงาน	ทำงานด้านการออกแบบทั้งหมด 15 ปี
ธุรกิจสังหาริมทรัพย์	2445-2560 Architect

ด้านสถาปัตยกรรม		
1.	ท่านมีแนวความคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรมของโครงการ The Chapter One Campus ลาดพร้าว 1 อย่างไร เพราะเหตุใด	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	โดย Basic ของการทำ Condo ขนาดที่พื้นที่ไม่ใหญ่ กลางเมือง แนวความคิดก็ต้องเกิดขึ้นจากการทำ Feas ของโปรเจกต์ให้ได้มากที่สุด ก่อน พูดง่ายคือแยกออกเป็น 1.งานเปลือก คือ Design จะเอา Style ไหน ดี หน้าตาจะออกมาเป็นยังไง เป็นเรื่องปลายเหตุสุดๆ แต่สำคัญในเรื่องของ Marketing แต่สำหรับเราเรามองว่ามันเป็นเหมือนเสื้อผ้า 2.งานแก่น	- เริ่มจากการทำ Feasibility Study - สถาปัตยกรรมประกอบไปด้วย 2 ส่วน 1. งานเปลือก คืองานตกแต่งภายนอก หน้าตา Style ซึ่งเป็นเรื่องสุดท้าย แต่สำคัญในเชิง Marketing ในการนำไปขายลูกค้า

<p>คือองค์ประกอบในตัวของ Program บางSite มันไม่เอื้อต่อการทำ Program ให้มันดี ก็ต้องไปเน้นเปลือกเยอะๆเพื่อดันราคา กรณีลาดพร้าว ที่ดินก็น่าจะแพง ถึงแม้จะไม่ได้กลางเมืองมาก แต่ที่ดินก็แพงระดับปานกลางแต่เนื่องจากพื้นที่มันเล็กมาก ทำให้เราขึ้นได้แค่ตึกเดียวและไม่ได้ขึ้นมากที่สุดตามความสามารถของกฎหมายด้วย ความสามารถสูงสุดของตึกนี้คือ 10000 ตรม. แต่ตึกนี้ประมาณ 80008500 เราก็จะรู้เลยว่าที่เหลือพื้นที่ที่เป็น Facility ส่วนกลางตึกได้น้อยมาก สิ่งที่เราต้องทำคือทำพื้นที่น้อยๆ ให้มันออกมาดีที่สุด คือการเปิด Court บริเวณตรงกลาง Site ซึ่ง Court ก็เล็กมาก ต้องใช้งานLandscape เข้ามาช่วยเยอะ แล้วความสัมพันธ์กับ Landscapae ต้องสัมพันธ์กันมากๆจะทำให้อาคารมีความเชื่อมต่อ ร่มรื่น ส่วนที่เหลือของ Theme มันเป็นแค่เปลือกสำหรับที่ Owner จะเป็นคนกำหนดอยู่แล้ว โดยเฉพาะด้วยทีมที่ Lead จากการตลาด อาจจะไม่ได้นั้นเรื่องFuctionข้างในเลยด้วยซ้ำ ซึ่งThemeที่เขาให้มาคือ Modern European เราก็workกันบน Ref ให้ตรงกับความต้องการของOwner คือคุณต้องยอมรับว่า สถาปัตยกรรมเป็นเครื่องมือของการทำ Marketing นะ ว่าเขาคิดว่าหน้าตาไหนไปขายกับลูกค้า แล้วเขาจะพูดว่าอะไร มันใช้สื่อสารทั้ง DesignerกับOwner และOwnerกับลูกค้าด้วย ทั้งหมดนี้อยู่บนงานเปลือกนอกทั้งสิ้น เพราะคนสมัยนี้ก็ซื้อจากเปลือกนอกเยอะ แต่ทั้งนี้มันก็สำคัญทั้งเปลือกนอกแล้วก็แก่นนะ พี่ขอเสริมนิดนึงว่างานนี้ได้ Landscapeมาช่วยเยอะมาก ไม่งั้นงานมันจะแห้งซึ่งที่เหลือที่ไว้ให้น้อยมาก ไม่ใช่เพราะพื้นนะ แต่เป็นเพราะโจทย์ เพราะความต้องการสูงสุดของลูกค้า</p>	<p>2. งานแก่น คือองค์ประกอบของตัว Program จำนวนห้อง ขนาดที่ดิน ขนาดห้อง การวางผังอาคาร Projectนี้ เป็นพื้นที่ที่แพงระดับราคาปานกลาง ไม่ได้ทำเต็มตามความสามารถกฎหมาย เพราะเราเลือกที่จะเปิด Court บริเวณตรงกลาง Site เพื่อเป็น Facilities ส่วนกลาง โดยพื้นที่ส่วนกลางก็ไม่ได้เยอะมาก แต่ต้องทำออกมาให้ดีที่สุด จึงต้องใช้งาน Landscape ในการช่วยทำให้อาคารเชื่อมต่อระหว่างพื้นที่ภายในและภายนอก - สถาปัตยกรรมถือเป็นเครื่องมือหนึ่งของ Marketing ที่ใช้สื่อสารกับลูกค้า ว่าอาคารจะหน้าตาเป็นอย่างไร รวมถึงสื่อสารระหว่างสถาปนิกกับOwnerด้วย</p>
<p>2. ท่านมีแนวความคิดในการวางผังของโครงการ The Chapter One Campus ลาดพร้าว 1อย่างไร</p>	
<p>บทสัมภาษณ์</p> <p>condo ปกติเขาก็จะมี Programming มาให้อยู่แล้วเขาจะขายห้องขนาดเท่าไร ก็unit ส่วนที่เหลือต้องถูก Setting ด้วยกฎหมาย แล้วก็ Orientation ทิศ แดด ลม Owner จะยุ่งจริงๆอยู่แค่ 2 เรื่องคือ Product และ Project คือเขาจะขายห้องขนาดเท่าไร ขายกี่ห้อง แล้วก็หน้าตาของมันเป็นยังไง Theme เป็นยังไง ที่เหลือคือปล่อยให้ทีมออกแบบมีอาชีพเป็นคนทำ</p>	<p>สรุปใจความ</p> <p>- Program ของโครงการทาง Marketing เป็นคนกำหนด เรื่องของขนาดห้อง จำนวน Unit ส่วนที่เหลือก็ถูกกำหนดด้วยกฎหมาย ทิศทางแดดลม ส่วนรายละเอียดทางสถาปัตยกรรมจะให้สถาปนิกเป็นคนดูแล</p>
<p>3. ท่านใช้เกณฑ์อะไรในการแบ่งพื้นที่ส่วนกลาง และพื้นที่ขาย(ห้องพัก) รวมถึงท่านใช้เกณฑ์อะไรในการกำหนดขนาดพื้นที่ต่างๆ</p>	
<p>บทสัมภาษณ์</p> <p>เริ่มแรกจะมาจาก Maximum use ก่อนแล้วค่อยๆตบลงให้อยู่ตามกฎหมาย ตามโครงสร้าง และงานระบบ ที่เหลือก็จะไปเป็นส่วนกลาง คือโปรแกรมขนาดเล็ก หรือขนาดใหญ่จริงๆมันก็มี % อยู่ละ แต่ละ segment มันก็อาจจะมีการขยับตัว % บ้าง Segment บนอาจจะมีส่วนมากกว่านิดหน่อย ซึ่งมันมีเกณฑ์อยู่ ถ้าไม่ได้ตามนั้น ก็จะเริ่มขายผู้อื่นไม่ได้ละ อย่างลาดพร้าว % กับพื้นที่ขายจะอยู่ที่ 60% พวกพลัมอาจจะ 70% พวกที่ดินราคาถูก</p>	<p>สรุปใจความ</p> <p>- เริ่มจากการทำให้มีพื้นที่มากที่สุดก่อน แล้วค่อยๆปรับให้อยู่ตามกฎหมาย - พื้นที่ส่วนกลางถ้า Segment บนจะมีพื้นที่มากกว่าSegment ล่าง มันจะมี%คร่าวๆ - โครงการนี้พื้นที่ขายจะอยู่ที่ประมาณ 60% ของพื้นที่ทั้งหมด</p>

4.	ท่านใช้เกณฑ์อะไรกำหนดพื้นที่จอตกรและทราบได้อย่างไรว่าจำนวนพื้นที่จอตกรนั้นมีความเหมาะสมกับการใช้งานจริง	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="997 376 1145 421">บทสัมภาษณ์</th> <th data-bbox="1145 376 1402 421">สรุปใจความ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="997 421 1145 629">มาจาก 2 อย่างครับ คือตามกฎหมาย คือ Minimum กับ Marketing ถ้า Marketing เห็นว่าควรจะมีเพิ่มเราก็มีการปรับแก้กัน โดยโครงการนี้จะอยู่แค่ตามกฎหมายครับ เพราะมันก็ต้องแลกกับพื้นที่ขายไม่ก็ต้องแลกกับที่ดิน ซึ่งโครงการนี้เขาอาจจะมองด้วยว่า Segment มันไม่ได้บนมาก</td> <td data-bbox="1145 421 1402 629"> - มาจาก 2 ทางคือ 1. กฎหมายอาคาร 2. Marketing เห็นสมควรให้เพิ่มหรือลดตาม segment และ Target group - โครงการนี้ยึดตามกฎหมาย </td> </tr> </tbody> </table>	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ	มาจาก 2 อย่างครับ คือตามกฎหมาย คือ Minimum กับ Marketing ถ้า Marketing เห็นว่าควรจะมีเพิ่มเราก็มีการปรับแก้กัน โดยโครงการนี้จะอยู่แค่ตามกฎหมายครับ เพราะมันก็ต้องแลกกับพื้นที่ขายไม่ก็ต้องแลกกับที่ดิน ซึ่งโครงการนี้เขาอาจจะมองด้วยว่า Segment มันไม่ได้บนมาก	- มาจาก 2 ทางคือ 1. กฎหมายอาคาร 2. Marketing เห็นสมควรให้เพิ่มหรือลดตาม segment และ Target group - โครงการนี้ยึดตามกฎหมาย
บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ					
มาจาก 2 อย่างครับ คือตามกฎหมาย คือ Minimum กับ Marketing ถ้า Marketing เห็นว่าควรจะมีเพิ่มเราก็มีการปรับแก้กัน โดยโครงการนี้จะอยู่แค่ตามกฎหมายครับ เพราะมันก็ต้องแลกกับพื้นที่ขายไม่ก็ต้องแลกกับที่ดิน ซึ่งโครงการนี้เขาอาจจะมองด้วยว่า Segment มันไม่ได้บนมาก	- มาจาก 2 ทางคือ 1. กฎหมายอาคาร 2. Marketing เห็นสมควรให้เพิ่มหรือลดตาม segment และ Target group - โครงการนี้ยึดตามกฎหมาย					
5.	ท่านคิดว่าลูกค้านำความต้องการอะไรในการออกแบบสถาปัตยกรรม และการออกแบบนั้นมีความเหมาะสมหรือไม่	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="997 683 1145 728">บทสัมภาษณ์</th> <th data-bbox="1145 683 1402 728">สรุปใจความ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="997 728 1145 1323">ส่วนตัวนะ ถ้าเป็นไปได้ พี่ว่ามันควรจะซื้อที่เพิ่ม ด้วยการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ มันทำให้ทุกคนต้องรีบทำ เพื่อเป้าหมายของ Profit แปลงขนาดนี้พี่ว่าแปลงมันอาจจะเล็กไป เล็กไปที่จะเป็นบ้านดีๆในLongterm แต่ดีในที่เป็นสิ่งที่ทดแทนถึงApartment ในแง่ของ Location ใกล้รถไฟฟ้าอะไรพวกนี้อะดินะ แต่ในระยะยาวในการอยู่อาศัย พี่ว่ามันยังไม่ใช่เพราะพวก Facility หรือพื้นที่ห้องมันยังไม่เหมาะสมเท่าไร พอมองกลับมาที่ Design มันก็ออกมา Serveอะไรแบบนี้ Serve คนที่ต้องการอยู่ใกล้รถไฟฟ้า พื้นที่เล็กๆ มีเงินเท่านี้ facility ก็แค่นี้ แต่ภาพมันทำให้ดูว่าครบ ถ้าซื้อลงทุนก็น่าจะปล่อยได้ แต่ถ้าให้ซื้ออยู่เองยาวๆก็อาจจะไม่ คือด้วย Target Group ของ Chapter One เองเหมือน กลุ่มคนรุ่นใหม่ Start ด้วยจุดเริ่มต้นเล็กๆที่อยากมีQuality ชีวิตที่ดี คือในตอนที่ทำอันนี้ที่เป็นห้องเล็กแบบ Fully furnished คนก็ไม่ได้ทำเยอะนะเพราะห้องมันเล็กมากจนต้อง Build-inให้</td> <td data-bbox="1145 728 1402 1323"> - เป็นพื้นที่สำหรับคนที่เพิ่งทำงาน คนรุ่นใหม่ ที่อยากมีชีวิตที่ดี เหมือนเป็นอาคารที่มาทดแทน Apartment - ที่ดินเล็กเกินไปสำหรับจะเป็นคอนโดที่จะใช้อาศัยในระยะยาว เพราะพื้นที่ห้องและพื้นที่ส่วนกลางยังเล็กเกินไป - สมัยที่ทำโครงการถือเป็นDeveloperเจ้าของแรกที่ทำ Fully Furnished </td> </tr> </tbody> </table>	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ	ส่วนตัวนะ ถ้าเป็นไปได้ พี่ว่ามันควรจะซื้อที่เพิ่ม ด้วยการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ มันทำให้ทุกคนต้องรีบทำ เพื่อเป้าหมายของ Profit แปลงขนาดนี้พี่ว่าแปลงมันอาจจะเล็กไป เล็กไปที่จะเป็นบ้านดีๆในLongterm แต่ดีในที่เป็นสิ่งที่ทดแทนถึงApartment ในแง่ของ Location ใกล้รถไฟฟ้าอะไรพวกนี้อะดินะ แต่ในระยะยาวในการอยู่อาศัย พี่ว่ามันยังไม่ใช่เพราะพวก Facility หรือพื้นที่ห้องมันยังไม่เหมาะสมเท่าไร พอมองกลับมาที่ Design มันก็ออกมา Serveอะไรแบบนี้ Serve คนที่ต้องการอยู่ใกล้รถไฟฟ้า พื้นที่เล็กๆ มีเงินเท่านี้ facility ก็แค่นี้ แต่ภาพมันทำให้ดูว่าครบ ถ้าซื้อลงทุนก็น่าจะปล่อยได้ แต่ถ้าให้ซื้ออยู่เองยาวๆก็อาจจะไม่ คือด้วย Target Group ของ Chapter One เองเหมือน กลุ่มคนรุ่นใหม่ Start ด้วยจุดเริ่มต้นเล็กๆที่อยากมีQuality ชีวิตที่ดี คือในตอนที่ทำอันนี้ที่เป็นห้องเล็กแบบ Fully furnished คนก็ไม่ได้ทำเยอะนะเพราะห้องมันเล็กมากจนต้อง Build-inให้	- เป็นพื้นที่สำหรับคนที่เพิ่งทำงาน คนรุ่นใหม่ ที่อยากมีชีวิตที่ดี เหมือนเป็นอาคารที่มาทดแทน Apartment - ที่ดินเล็กเกินไปสำหรับจะเป็นคอนโดที่จะใช้อาศัยในระยะยาว เพราะพื้นที่ห้องและพื้นที่ส่วนกลางยังเล็กเกินไป - สมัยที่ทำโครงการถือเป็นDeveloperเจ้าของแรกที่ทำ Fully Furnished
บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ					
ส่วนตัวนะ ถ้าเป็นไปได้ พี่ว่ามันควรจะซื้อที่เพิ่ม ด้วยการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ มันทำให้ทุกคนต้องรีบทำ เพื่อเป้าหมายของ Profit แปลงขนาดนี้พี่ว่าแปลงมันอาจจะเล็กไป เล็กไปที่จะเป็นบ้านดีๆในLongterm แต่ดีในที่เป็นสิ่งที่ทดแทนถึงApartment ในแง่ของ Location ใกล้รถไฟฟ้าอะไรพวกนี้อะดินะ แต่ในระยะยาวในการอยู่อาศัย พี่ว่ามันยังไม่ใช่เพราะพวก Facility หรือพื้นที่ห้องมันยังไม่เหมาะสมเท่าไร พอมองกลับมาที่ Design มันก็ออกมา Serveอะไรแบบนี้ Serve คนที่ต้องการอยู่ใกล้รถไฟฟ้า พื้นที่เล็กๆ มีเงินเท่านี้ facility ก็แค่นี้ แต่ภาพมันทำให้ดูว่าครบ ถ้าซื้อลงทุนก็น่าจะปล่อยได้ แต่ถ้าให้ซื้ออยู่เองยาวๆก็อาจจะไม่ คือด้วย Target Group ของ Chapter One เองเหมือน กลุ่มคนรุ่นใหม่ Start ด้วยจุดเริ่มต้นเล็กๆที่อยากมีQuality ชีวิตที่ดี คือในตอนที่ทำอันนี้ที่เป็นห้องเล็กแบบ Fully furnished คนก็ไม่ได้ทำเยอะนะเพราะห้องมันเล็กมากจนต้อง Build-inให้	- เป็นพื้นที่สำหรับคนที่เพิ่งทำงาน คนรุ่นใหม่ ที่อยากมีชีวิตที่ดี เหมือนเป็นอาคารที่มาทดแทน Apartment - ที่ดินเล็กเกินไปสำหรับจะเป็นคอนโดที่จะใช้อาศัยในระยะยาว เพราะพื้นที่ห้องและพื้นที่ส่วนกลางยังเล็กเกินไป - สมัยที่ทำโครงการถือเป็นDeveloperเจ้าของแรกที่ทำ Fully Furnished					
6.	ท่านคิดว่าการออกแบบสถาปัตยกรรมนั้นช่วยให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการ The Chapter One Campus ลาดพร้าว 1หรือไม่ เพราะเหตุใด	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="997 1422 1145 1467">บทสัมภาษณ์</th> <th data-bbox="1145 1422 1402 1467">สรุปใจความ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="997 1467 1145 1800">ช่วยในระยะสั้นและระยะยาวนะ สถาปัตยกรรมช่วยในระยะสั้นคือ เป็นตัวสื่อสารเพื่อให้ลูกค้ารับรู้ว่าเขาจะได้อยู่อะไร อยู่ยังไง ระยะยาว คือสร้างคุณค่าให้ผู้คนได้อยู่อาศัย อยู่อาศัยไปเรื่อยๆแล้วมันยังมีคุณค่า หรือคุณค่าน้อยลงก็เกิดขึ้นจากแบบสถาปัตย์เป็นส่วนหนึ่ง ขึ้นอยู่กับFunctionอาคารที่เราได้วางผังลงไป งานระบบ งานโครงสร้างต่างๆที่เราได้ใส่มันลงไปแล้วมันใช้งานได้จริง เกิดประโยชน์สูงสุดจริงๆ</td> <td data-bbox="1145 1467 1402 1800"> - ในระยะสั้น ช่วยให้ลูกค้าเข้าใจและรับรู้ว่าเขาจะได้อยู่ในอาคารแบบไหน หน้าตาเป็นอย่างไร - ในระยะยาว คือสร้างคุณค่าให้กับผู้ที่อยู่อาศัย คุณค่าจะยิ่งมากหรือน้อยลงก็เกิดขึ้นจากการที่เราวางผังลงไป งานระบบและโครงสร้างต่างๆใช้งานได้จริงและเกิดประโยชน์อย่างสูงสุด </td> </tr> </tbody> </table>	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ	ช่วยในระยะสั้นและระยะยาวนะ สถาปัตยกรรมช่วยในระยะสั้นคือ เป็นตัวสื่อสารเพื่อให้ลูกค้ารับรู้ว่าเขาจะได้อยู่อะไร อยู่ยังไง ระยะยาว คือสร้างคุณค่าให้ผู้คนได้อยู่อาศัย อยู่อาศัยไปเรื่อยๆแล้วมันยังมีคุณค่า หรือคุณค่าน้อยลงก็เกิดขึ้นจากแบบสถาปัตย์เป็นส่วนหนึ่ง ขึ้นอยู่กับFunctionอาคารที่เราได้วางผังลงไป งานระบบ งานโครงสร้างต่างๆที่เราได้ใส่มันลงไปแล้วมันใช้งานได้จริง เกิดประโยชน์สูงสุดจริงๆ	- ในระยะสั้น ช่วยให้ลูกค้าเข้าใจและรับรู้ว่าเขาจะได้อยู่ในอาคารแบบไหน หน้าตาเป็นอย่างไร - ในระยะยาว คือสร้างคุณค่าให้กับผู้ที่อยู่อาศัย คุณค่าจะยิ่งมากหรือน้อยลงก็เกิดขึ้นจากการที่เราวางผังลงไป งานระบบและโครงสร้างต่างๆใช้งานได้จริงและเกิดประโยชน์อย่างสูงสุด
บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ					
ช่วยในระยะสั้นและระยะยาวนะ สถาปัตยกรรมช่วยในระยะสั้นคือ เป็นตัวสื่อสารเพื่อให้ลูกค้ารับรู้ว่าเขาจะได้อยู่อะไร อยู่ยังไง ระยะยาว คือสร้างคุณค่าให้ผู้คนได้อยู่อาศัย อยู่อาศัยไปเรื่อยๆแล้วมันยังมีคุณค่า หรือคุณค่าน้อยลงก็เกิดขึ้นจากแบบสถาปัตย์เป็นส่วนหนึ่ง ขึ้นอยู่กับFunctionอาคารที่เราได้วางผังลงไป งานระบบ งานโครงสร้างต่างๆที่เราได้ใส่มันลงไปแล้วมันใช้งานได้จริง เกิดประโยชน์สูงสุดจริงๆ	- ในระยะสั้น ช่วยให้ลูกค้าเข้าใจและรับรู้ว่าเขาจะได้อยู่ในอาคารแบบไหน หน้าตาเป็นอย่างไร - ในระยะยาว คือสร้างคุณค่าให้กับผู้ที่อยู่อาศัย คุณค่าจะยิ่งมากหรือน้อยลงก็เกิดขึ้นจากการที่เราวางผังลงไป งานระบบและโครงสร้างต่างๆใช้งานได้จริงและเกิดประโยชน์อย่างสูงสุด					
7.	การสร้างมูลค่าเพิ่มในการออกแบบสถาปัตยกรรมนั้น เกิดจากปัจจัยเรื่องใดบ้าง และจะมีวิธีการสังเกตได้อย่างไร	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="997 1854 1145 1899">บทสัมภาษณ์</th> <th data-bbox="1145 1854 1402 1899">สรุปใจความ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="997 1899 1145 2020">2 อย่าง อย่างแรกคือประสบการณ์ตรง อย่างดูแต่แค่อินโฟหรือแค่วีบไซต์ให้เข้าไปที่Site เข้า กลางวัน เย็น ทั้งวันทำงาน และวันหยุด อย่างที่ 2 คือข้อมูลทั่วไปของโครงการ ปริมาณพื้นที่จอตกร พื้นที่สีเขียว และอาทุก</td> <td data-bbox="1145 1899 1402 2020">1. ประสบการณ์ตรง คือเข้าไปดู Site ทั้งเช้า กลางวันเย็น</td> </tr> </tbody> </table>	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ	2 อย่าง อย่างแรกคือประสบการณ์ตรง อย่างดูแต่แค่อินโฟหรือแค่วีบไซต์ให้เข้าไปที่Site เข้า กลางวัน เย็น ทั้งวันทำงาน และวันหยุด อย่างที่ 2 คือข้อมูลทั่วไปของโครงการ ปริมาณพื้นที่จอตกร พื้นที่สีเขียว และอาทุก	1. ประสบการณ์ตรง คือเข้าไปดู Site ทั้งเช้า กลางวันเย็น
บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ					
2 อย่าง อย่างแรกคือประสบการณ์ตรง อย่างดูแต่แค่อินโฟหรือแค่วีบไซต์ให้เข้าไปที่Site เข้า กลางวัน เย็น ทั้งวันทำงาน และวันหยุด อย่างที่ 2 คือข้อมูลทั่วไปของโครงการ ปริมาณพื้นที่จอตกร พื้นที่สีเขียว และอาทุก	1. ประสบการณ์ตรง คือเข้าไปดู Site ทั้งเช้า กลางวันเย็น					

	อย่างไรไปเปรียบเทียบกับที่อื่น Value แบบนี้จะลึกมากกว่า Design ดีจังเลย สวยจังเลย เพราะคนบางคนชอบ บางคนไม่ชอบซึ่ง Value แบบนี้นั้นขึ้นอยู่กับว่าคุณจะขายใคร	2. ข้อมูลทั่วไปโครงการ ปริมาณพื้นที่จอดรถพื้นที่สีเขียว
8.	ท่านคิดว่าอะไรคือปัจจัยสำคัญในการออกแบบสถาปัตยกรรม ที่ช่วยให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการ The Chapter One Campus ลาดพร้าว 1	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	การจัดเรียง Space Layout ใน Site plan และ Building plan ทักษะแบบนี้แหละจะเป็น Value Added ในระยะยาว มันไม่ได้มองแบบฉาบฉวย มันใช้เวลาคิดทบทวนกันยาวๆ Space นี้แหละครับ สำคัญสุด	- การจัด Space Layout ใน Site plan และ Building plan เป็นตัวช่วย Value Added ในระยะยาว

แบบสัมภาษณ์สถาปนิกตกแต่งภายใน โครงการ The Chapter One Campus ลาดพร้าว 1	
ข้อมูลเบื้องต้นผู้ให้สัมภาษณ์	
ชื่อ - สกุล	คุณสลิททิพย์ พิบูลย์นครินทร์
ตำแหน่ง	Assistant Design Director / Interior Designer บริษัท Begray Bangkok
วุฒิการศึกษา	ปริญญาโท Design Future ,Goldsmiths University of London
ประสบการณ์ทำงาน	ทำงานด้านอสังหาริมทรัพย์มาทั้งหมด 8 ปี
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	2552-2560 Interior Designer

ด้านสถาปัตยกรรมภายใน	
1.	ท่านมีแนวความคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 3 อย่างไร เพราะเหตุใด
	บทสัมภาษณ์
	สรุปใจความ
	ตอนนั้นที่เราเข้าไปเขาทำ Branding แล้วว่าเป็น The Campus เหมือน Condo ที่อยู่ใกล้ Campus คือมหาวิทยาลัยเกษตร อันนี้คือโครงการก่อน The Campus ลาดพร้าวจะ คืองานจะเป็น Loft แต่เป็น Loft ที่เขาไม่ได้จัดหนัก ผสมกับงาน Classic ขึ้นมา พอเราทำที่เกษตรเสร็จ เขาก็ขาย Continue มาต่อที่โครงการนี้ จากที่เกษตรจะเน้นเด็กมหาวิทยาลัย ที่นี้ก็จะมีความเป็นคนที่เพิ่งเริ่มต้นทำงาน มีความ Hip Hip มากขึ้น เหมือนเป็น New york loft ดูเท่าๆ โทหน่อย
2.	ท่านมีแนวความคิดในการวางผังภายในพื้นที่ส่วนกลาง และพื้นที่ชาย(ห้องพัก) ของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 อย่างไร
	บทสัมภาษณ์
	สรุปใจความ
	คือส่วนกลางที่พูดได้น้อยมากเพราะด้วยตัว Site มันเล็กมาก Facility มันเล็กมาก ซึ่งมีแค่ Lobby Locker Fitness แล้วก็ Mailbox ซึ่งอยู่ตรง Corridor ในแต่ละชั้น ไม่มีห้องด้วยซ้ำ ถึงตอนที่วาง Lay out จริงๆ ใส่ furniture ไม่ก็ตัวก็เต็มแล้ว แต่เราก็มี ref ที่ห้องประกอบของทาง Architect มาช่วยให้ภาพมันดูชัดเจนยิ่งขึ้นนะ ให้มันดู Blend ไปด้วยกัน แล้วส่วนของในตัวเอง ด้วยความที่เป็น Brand ลูก คือ Chapter One ห้องมันก็จะ Simple ใช้เมลามีน ลายไม้ที่ดูดี ตัดกับสีตัวน้อย ให้มันดูเท่

	เรียบง่าย ชาวเทา ค่า สีส้มมาเสริม วัสดุส่วนใหญ่ก็เป็นวัสดุง่ายๆ จัดการดูแลง่าย เพราะเขาไม่ได้ลง Budget ลงไปเยอะกับแบบ Interior	
3.	ท่านใช้เกณฑ์อะไรบ้างในการออกแบบตกแต่งภายในและเฟอร์นิเจอร์ Built-in ที่ให้ภายในพื้นที่ชาย และพื้นที่ส่วนกลาง	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	คือง่าย ดูดี Budget ลงมา Mass หน่อย ในคนอายุที่จะเริ่มต้นที่จะทำงาน เพราะ Concept ของ Chapter One คือ First Jobber ผ่อนคอนโดแรกในชีวิตแบบนี้ จะเป็น Young Gang มากกว่า	- เรียบง่าย ดูดี ให้เหมาะกับคนที่เริ่มต้นทำงาน เป็น First Jobber ที่ผ่อยคอนโดแรกในชีวิต
4.	ท่านคิดว่าลูกค้ามีความต้องการอะไรภายในพื้นที่ชาย(ห้องพัก) และการออกแบบนั้นมีความเหมาะสมหรือไม่	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	ที่มองว่า จากที่ Owner มองดู Target Group คือคนพวกนี้ผ่อนคอนโดก็หมดเงินละ ให้แคไปซื้อฟูก ที่นอน ผ้าขนหนูก็มาอยู่ได้ละ คือทำให้ทุกอย่างมันจบภายในงบประมาณที่มี คือซื้อดีมันคือความคุ้มค่านะ แต่ถ้าพูดตรงๆของบางอย่างที่คุ้มก็ไม่ได้ดีมาก คือของบางอย่างเช่น Sofa เราก็คงอยากได้ Sofa เบาะนุ่มๆ เขาก็อาจจะให้ได้แค่โครง MDF แปะผิวเมลามีนวางเบาะลงไปอะไรแบบนี้ คือถ้าอยู่จริงอาจจะไม่ได้สบายมาก แต่ถ้าโอเคให้ขนาดนี้ก็แล้วอะไรที่โอเคก็ไปซื้อใหม่ เพียงแต่เรา Provide ทุกอย่างที่มีให้แล้วนะ คือที่มองว่าคุ้มค่านะสำหรับคนที่ เป็น First Jobber คือคนที่ซื้อคอนโดมันก็มีเงินอีก 30-40% นะที่ยูมองไม่เห็นแล้วยูต้องมาลงกับอะไรแบบนี้ กว่ายูจะเข้ามาอยู่ได้ คืออาจจะต้องซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าเองนิดหน่อยถึงเข้ามาอยู่ได้	- ให้ความสำคัญ สำหรับคนที่ เป็น First Jobber ไม่ต้องไปลงทุนกับเฟอร์นิเจอร์ ช่วยประหยัดงบประมาณ แต่ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามา ก็เข้ามาอยู่ได้
5.	ท่านคิดว่าการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในนั้นช่วยให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 หรือไม่ เพราะเหตุใด	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	Interior ทำให้ที่แคบๆมีความน่าสนใจ เพราะจริงๆ Chapter One ที่แคบมาก ทำให้ลูกค้าเห็นว่า ถึงคุณจะมีที่แค่นี้ แต่คุณก็อยู่ได้ มี Function ครบ ถ้าจุดบางจุดที่คุณไม่ชอบเราก็ทำเป็น Loose Furniture เป็นส่วนใหญ่ คุณก็ปรับเปลี่ยนเองได้ แต่อย่างน้อย Functionality เบื้องต้น โต๊ะ คราว ตู้เสื้อผ้า พวกนี้มันก็มีครบแล้ว ตู้รองเท้าเรายังมีให้เลยถึงแม้ห้องมันจะเล็กมาก	- Interior ทำให้ห้องแคบๆมีความน่าสนใจ ให้เห็นว่าที่มีอยู่เพียงเท่านี้ คุณก็อยู่ได้ เพราะเราเตรียมทุกอย่างไว้ให้ครบ ถึงแม้ห้องจะเล็กมากก็ตาม
6.	การสร้างมูลค่าเพิ่มในการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในนั้น เกิดจากปัจจัยเรื่องใดบ้าง และจะมีวิธีการสังเกตได้อย่างไร	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	คือ Lay out นะอย่างแรกคือเราพยายามจัด Space แคบๆที่มีให้มันลงตัวมากที่สุด คือเอาให้คนอยู่ได้จริง Furniture หรือของบางอย่างมันอาจจะ Scale เล็ก แต่มันก็ต้องพยายามยัดให้มันลงไปในพื้นที่ให้ได้ แล้วก็ในส่วนของการ Design ที่ทำให้ห้องโดยรวมดูดีขึ้นของที่เขาให้ก็ไม่ได้แย่ไปหมด ที่นี้ก็ยอมให้ดูบ้านเลือนลูกค้ำทั้งๆที่ต้นทุนสูงกว่า แต่มัน Practical ต่อพื้นที่มากกว่า หรือ Top หินก็เป็น Granite ซึ่งโครงการระดับประมาณนี้ บางที่ยังให้ได้แค่ MDF ทุ่มเมลามีนเลย เติงเราก็คงใส่ Functionality ไปให้ให้เก็บของได้ คือ Gimmick เล็กๆที่มีเนี่ยแหละที่ช่วยให้คนได้ใช้ชีวิตที่	- .ในห้องคือ Layout โดยการพยายามจัด Space แคบๆให้ลงตัวมากที่สุดให้อยู่จริงได้ และการ Design ที่ทำให้ห้องดูดีขึ้นและมี Function ในการเก็บของ สิ่งเล็กๆน้อยๆ เหล่านี้ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม - ส่วนกลางก็ใช้การ Design ช่วย โดยอาจจะ มีผนังเด่นๆ 1 อัน เพื่อสร้าง mood ให้ดูมีอะไรมากขึ้น

	สะดวกสบายมากขึ้น และมีชีวิตที่ดีขึ้น น่าจะเป็นปัจจัยที่สร้างมูลค่า ในส่วนกลางเองเราก็ไม่ได้ปล่อย เราก็มารดตกแต่งที่เติมพอสมควร ให้น่านั่ง Fitness เราก็จัดเต็มในพื้นที่ๆมันเล็กนะ ไม่ได้ปล่อยให้มันโล่งๆ ผนังบางอันก็เน้นให้มันดูOver look 1 ผนังไปที่เดียวเลยให้มันจัดเต็ม ดูองค์รวมมันก็ดูมีอะไรมากขึ้นแล้ว	
7.	ท่านคิดว่าอะไรคือปัจจัยสำคัญในด้านการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในที่ช่วยให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	ที่คิดว่า Material Combination นะ คือโครงการที่ราคาไม่ได้สูงมาก ดูโต๊ะตั้งเตียงมันก็นั่นนั่นไม่พื้นหรือ ก็เป็นโครงกร MDF แต่สิ่งที่ทำให้มันต่างกันคือ Combination หรือ Styling ที่เข้าไปช่วยให้มันดูดีขึ้น ทั้งๆที่ของมัน อาจจะไม่ได้แพงมาก แต่เราก็คิดว่า ณ เวลานั้น เราก็เลือกสิ่งที่ดีที่สุดให้กับลูกค้านะ เพราะราคามันก็ไม่ได้หนักมาก แต่มันอยู่ที่การเลือกใช้ของมากกว่าที่จะทำให้มันดูแพงหรือมี Value มากขึ้น	- การเลือกMaterial Combination ที่ทำออกมาให้ดูแพง หรือมี Value มากขึ้น ทั้งๆที่ของอาจจะเหมือนกัน

แบบสัมภาษณ์ภูมิสถาปัตย์ โครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1	
ข้อมูลเบื้องต้นผู้ให้สัมภาษณ์	
ชื่อ - สกุล	คุณสาริมน พงษ์วัฒนาสุข
ตำแหน่ง	Landscape Architect บริษัท Phil design
วุฒิการศึกษา	ปริญญาโท สถาปัตยกรรม (ภูมิสถาปัตยกรรม) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ประสบการณ์ทำงาน ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	ทำงานด้านอสังหาริมทรัพย์ทั้งหมด 14 ปี 2546-2560 Landscape Architect

ด้านภูมิสถาปัตยกรรม	
1.	ท่านมีแนวความคิดในการออกแบบภูมิสถาปัตย์โครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 อย่างไรเพราะเหตุใด
	บทสัมภาษณ์
	สรุปใจความ
	เบื้องต้นแบบ Landscape เราต้องดูก่อนว่าเราได้อะไรมา ปกติก็ได้ที่มาดีมาแล้ว แล้วเหลือที่ไว้ให้ Landscape เราต้องดูก่อนว่าที่เราได้มามีจุดเด่น จุดด้อยยังไง ส่วนSite นี่สิ่งแรกที่เกิดขึ้นคือ Siteเล็กมากที่Landscape น้อยมาก เราต้องทำยังไงให้ได้พื้นที่ที่มากที่สุดบนพื้นที่ที่น้อยที่สุด เพราะฉะนั้นConcept แรกที่คิดคือ ทำยังไงให้Landscape มันดูกว้างที่สุดเท่าที่จะทำได้ เล่นเรื่อง Perception ของคนอย่างเดียว เพราะที่มันไม่ได้มากมายอะไร ส่วน Theme ก็คือ Modern European ต้องบอกก่อนว่า Landscape มันอาจจะเห็น Theme ไม่ชัดเท่ากับ Interior แต่เราก็พยายามใส่ลงไป Ornament ต่างๆที่มี
	- site เล็กมาก เราต้องทำอย่างไรให้ได้พื้นที่ที่มากที่สุดบนพื้นที่ที่น้อยที่สุด โดยการเล่นเรื่องมุมมองเป็นหลัก - Theme Modern European
2.	ท่านมีแนวความคิดในการวางผังภูมิสถาปัตย์ของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 อย่างไร
	บทสัมภาษณ์
	สรุปใจความ

	<p>ในการวางผังเราเน้นเฉพาะแค่ Court ส่วนกลาง จริงๆมันมี Roof garden ด้วยแต่พื้นที่มันไม่ได้มากมายอะไร พอเนื่องจากเป็น Chapter One การ Investment ในส่วนของสวน ก็อาจจะไม่ได้ลงทุนมาก เขาก็อยากให้มีเงินน้อยที่สุด ลงทุนน้อยที่สุด แต่ได้ Effect ของความร่มรื่น เราก็เลยจะเน้นจริงๆแค่บริเวณ Court ตรงกลางทีเดียว เพราะฉะนั้นโจทย์ตรง Roof garden เลยทำให้มันมีน้อยๆ ไม่ต้องดูแลมาก คือเราเน้นเรื่องมุมมองภายใน Court จริงๆ Landscape มีหน้าที่เหมือนโถงภายนอก เมื่อเทียบกับ Interior เวลาเราเข้ามา First Perception ก็จะได้มุมมองผ่าน Landscape พอเขาเข้ามาในโครงการ ก็ทำให้เหมือนเขามี Oasis อยู่บริเวณด้านใน และเมื่อเขาเข้ามาใน Lobby แล้ว เขาก็จะเห็นเวทีในสวน บริเวณภายนอกที่เปิดมุมมองออกไป ให้มันมี Privacy ในการมองทะลุข้างนอกและข้างใน</p>	<ul style="list-style-type: none"> - พื้นที่สวนไม่ได้ลงทุนมาก Owner อยากจ่ายเงินให้น้อยที่สุด แต่ได้ Effect ของความร่มรื่น - การจัดวางจึงเน้นแค่พื้นที่กลาง Court อย่างเดียว - Roof garden ทำแบบที่มันน้อยๆ ไม่ต้องดูแลมาก - เน้นเรื่องมุมมองเป็นเหมือนโถงต้อนรับภายนอกอาคาร เป็น First Impression ทำให้เขารู้สึกเหมือนมี Oasis อยู่ภายใน ถ้าเขาไปใน Lobby ก็จะเห็นเป็นพื้นที่สวนที่เปิดออกสู่ภายนอก 				
3.	<p>ท่านใช้เกณฑ์อะไรบ้างในการออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมของโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%; text-align: center;">บทสัมภาษณ์</th> <th style="width: 50%; text-align: center;">สรุปใจความ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <p>อย่างแรกก็ต้องเช็คเรื่องกฎหมายก่อน แล้วต่อไปเราก็ทำงานในเชิง Site plan ในเรื่องขอ Sequence ในการเข้าถึง คือ Landscape มันมี 2 มิติคือเราเข้าไปใช้ในพื้นที่นั้น หรือเรามองดูมัน เพราะฉะนั้นเรื่องมุมมอง หรือ Sequence ในการเข้าถึงช่วยให้มันเกิดประสิทธิภาพของพื้นที่ สมมุติเดินเข้ามา เราก็ใช้พุ่มไม้ในการ screen ไม่ให้เห็นสระว่ายน้ำ ไม่ให้คนว่ายน้ำ แต่ที่พอรู้ว่ามีพื้นที่แบบนี้อยู่บริเวณด้านใน มีสีเขียวแน่นๆอยู่บริเวณภายใน ให้มันเกิด Privacy ของคนที่อยู่บริเวณด้านใน แต่ก็ไม่ได้ปิดทึบ มีช่องเปิดเพื่อให้คนรู้สึกถึงความเชื่อมต่อของ Space บริเวณภายใน court และภายนอก Court ส่วนมุมมองจาก Lobby เราก็ต้องคิดมุมมองที่ไม่น่าเบื่อเกินไป ต้องสร้าง focus point เพื่อให้คนอยากออกไปใช้พื้นที่บริเวณด้านนอก</p> </td> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> - เบื้องต้นคือเรื่องกฎหมาย - เรื่องลำดับในการเข้าถึงอาคาร มุมมอง Privacy ช่องเปิดที่เชื่อมต่อภายในและภายนอก Focus point เพื่อให้คนอยากออกไปใช้พื้นที่ภายนอก </td> </tr> </tbody> </table>	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ	<p>อย่างแรกก็ต้องเช็คเรื่องกฎหมายก่อน แล้วต่อไปเราก็ทำงานในเชิง Site plan ในเรื่องขอ Sequence ในการเข้าถึง คือ Landscape มันมี 2 มิติคือเราเข้าไปใช้ในพื้นที่นั้น หรือเรามองดูมัน เพราะฉะนั้นเรื่องมุมมอง หรือ Sequence ในการเข้าถึงช่วยให้มันเกิดประสิทธิภาพของพื้นที่ สมมุติเดินเข้ามา เราก็ใช้พุ่มไม้ในการ screen ไม่ให้เห็นสระว่ายน้ำ ไม่ให้คนว่ายน้ำ แต่ที่พอรู้ว่ามีพื้นที่แบบนี้อยู่บริเวณด้านใน มีสีเขียวแน่นๆอยู่บริเวณภายใน ให้มันเกิด Privacy ของคนที่อยู่บริเวณด้านใน แต่ก็ไม่ได้ปิดทึบ มีช่องเปิดเพื่อให้คนรู้สึกถึงความเชื่อมต่อของ Space บริเวณภายใน court และภายนอก Court ส่วนมุมมองจาก Lobby เราก็ต้องคิดมุมมองที่ไม่น่าเบื่อเกินไป ต้องสร้าง focus point เพื่อให้คนอยากออกไปใช้พื้นที่บริเวณด้านนอก</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เบื้องต้นคือเรื่องกฎหมาย - เรื่องลำดับในการเข้าถึงอาคาร มุมมอง Privacy ช่องเปิดที่เชื่อมต่อภายในและภายนอก Focus point เพื่อให้คนอยากออกไปใช้พื้นที่ภายนอก 	
บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ					
<p>อย่างแรกก็ต้องเช็คเรื่องกฎหมายก่อน แล้วต่อไปเราก็ทำงานในเชิง Site plan ในเรื่องขอ Sequence ในการเข้าถึง คือ Landscape มันมี 2 มิติคือเราเข้าไปใช้ในพื้นที่นั้น หรือเรามองดูมัน เพราะฉะนั้นเรื่องมุมมอง หรือ Sequence ในการเข้าถึงช่วยให้มันเกิดประสิทธิภาพของพื้นที่ สมมุติเดินเข้ามา เราก็ใช้พุ่มไม้ในการ screen ไม่ให้เห็นสระว่ายน้ำ ไม่ให้คนว่ายน้ำ แต่ที่พอรู้ว่ามีพื้นที่แบบนี้อยู่บริเวณด้านใน มีสีเขียวแน่นๆอยู่บริเวณภายใน ให้มันเกิด Privacy ของคนที่อยู่บริเวณด้านใน แต่ก็ไม่ได้ปิดทึบ มีช่องเปิดเพื่อให้คนรู้สึกถึงความเชื่อมต่อของ Space บริเวณภายใน court และภายนอก Court ส่วนมุมมองจาก Lobby เราก็ต้องคิดมุมมองที่ไม่น่าเบื่อเกินไป ต้องสร้าง focus point เพื่อให้คนอยากออกไปใช้พื้นที่บริเวณด้านนอก</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เบื้องต้นคือเรื่องกฎหมาย - เรื่องลำดับในการเข้าถึงอาคาร มุมมอง Privacy ช่องเปิดที่เชื่อมต่อภายในและภายนอก Focus point เพื่อให้คนอยากออกไปใช้พื้นที่ภายนอก 					
4.	<p>ท่านคิดว่ามูลค่าค้ามีความต้องการอะไรในการออกแบบภูมิสถาปัตยกรรม และการออกแบบนั้นมีความเหมาะสมหรือไม่</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%; text-align: center;">บทสัมภาษณ์</th> <th style="width: 50%; text-align: center;">สรุปใจความ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <p>Landscape เป็นสิ่งที่ไม่ได้เป็นสิ่งที่คาดหวังในสิ่งแรก เขามักจะคิดว่าเขาอยากได้ห้องแบบไหน ขนาดเท่าไร แต่เขาขาดมันไม่ได้เลย มันเป็นสิ่งที่เขาสัมผัสได้เป็นครั้งแรกๆ มันไม่มีใครพูดว่า เข้าโครงการไปอยากเห็นต้นไม้แบบนี้อยู่ตรงนี้ มันจะเป็นสิ่งที่ถูกพูดทีหลัง แต่ไม่มีโครงการไหนไม่มีสระว่ายน้ำ คือมันเป็นสิ่งที่ควรจะเป็น มักเกิดขึ้นจาก Feeling มากกว่าเพราะมันไม่ใช่ Object ที่เราสามารถเข้าถึงมันได้ง่ายๆ ถ้าเราจะพูดกันในแง่ของความงาม คือความงามมันไม่ใช่ในเรื่องของ Form ถ้า Form มันอาจจะใช้ในเรื่องของ Architect หรือ Interior แต่งงาน landscape จะพูดถึงเรื่อง Sensational รูป รส กลิ่น เสียง หรือสภาวะสบายที่เกิดขึ้น มันเป็นเรื่องที่คนอยากได้ แต่ไม่รู้ว่าเป็นเพราะอะไร และมันเป็นสิ่งที่ให้ผลระยะยาว คือเขาอาจจะพูดว่า มันร่มรื่นดี มันมีมุมให้เขาไปนั่งเล่นได้ มันจะเป็นในเชิงนั้นมากกว่า ซึ่ง Value Added จะเกิดขึ้นเมื่อโครงการนี้เปิดแล้ว แล้วได้</p> </td> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> - landscape ไม่ใช่เป็นสิ่งที่คนคาดหวังเป็นอย่างแรก แต่มันเป็นสิ่งที่ต้องมีและขาดไม่ได้ มันเป็น feeling ที่เกิดขึ้น ไม่ใช่ความงามที่เกิดจาก Form เราพูดถึง Sensational รูป รส กลิ่น เสียง หรือสภาวะสบายที่เกิดขึ้น เป็นสิ่งที่ส่งผลในระยะยาว มันร่มรื่น มันมีมุมให้นั่ง - Value จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อโครงการเปิด และมีคนเข้าไปใช้งาน เราต้องคิดเรื่องมิติของการมองและมิติของเวลา กับการใช้งาน </td> </tr> </tbody> </table>	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ	<p>Landscape เป็นสิ่งที่ไม่ได้เป็นสิ่งที่คาดหวังในสิ่งแรก เขามักจะคิดว่าเขาอยากได้ห้องแบบไหน ขนาดเท่าไร แต่เขาขาดมันไม่ได้เลย มันเป็นสิ่งที่เขาสัมผัสได้เป็นครั้งแรกๆ มันไม่มีใครพูดว่า เข้าโครงการไปอยากเห็นต้นไม้แบบนี้อยู่ตรงนี้ มันจะเป็นสิ่งที่ถูกพูดทีหลัง แต่ไม่มีโครงการไหนไม่มีสระว่ายน้ำ คือมันเป็นสิ่งที่ควรจะเป็น มักเกิดขึ้นจาก Feeling มากกว่าเพราะมันไม่ใช่ Object ที่เราสามารถเข้าถึงมันได้ง่ายๆ ถ้าเราจะพูดกันในแง่ของความงาม คือความงามมันไม่ใช่ในเรื่องของ Form ถ้า Form มันอาจจะใช้ในเรื่องของ Architect หรือ Interior แต่งงาน landscape จะพูดถึงเรื่อง Sensational รูป รส กลิ่น เสียง หรือสภาวะสบายที่เกิดขึ้น มันเป็นเรื่องที่คนอยากได้ แต่ไม่รู้ว่าเป็นเพราะอะไร และมันเป็นสิ่งที่ให้ผลระยะยาว คือเขาอาจจะพูดว่า มันร่มรื่นดี มันมีมุมให้เขาไปนั่งเล่นได้ มันจะเป็นในเชิงนั้นมากกว่า ซึ่ง Value Added จะเกิดขึ้นเมื่อโครงการนี้เปิดแล้ว แล้วได้</p>	<ul style="list-style-type: none"> - landscape ไม่ใช่เป็นสิ่งที่คนคาดหวังเป็นอย่างแรก แต่มันเป็นสิ่งที่ต้องมีและขาดไม่ได้ มันเป็น feeling ที่เกิดขึ้น ไม่ใช่ความงามที่เกิดจาก Form เราพูดถึง Sensational รูป รส กลิ่น เสียง หรือสภาวะสบายที่เกิดขึ้น เป็นสิ่งที่ส่งผลในระยะยาว มันร่มรื่น มันมีมุมให้นั่ง - Value จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อโครงการเปิด และมีคนเข้าไปใช้งาน เราต้องคิดเรื่องมิติของการมองและมิติของเวลา กับการใช้งาน 	
บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ					
<p>Landscape เป็นสิ่งที่ไม่ได้เป็นสิ่งที่คาดหวังในสิ่งแรก เขามักจะคิดว่าเขาอยากได้ห้องแบบไหน ขนาดเท่าไร แต่เขาขาดมันไม่ได้เลย มันเป็นสิ่งที่เขาสัมผัสได้เป็นครั้งแรกๆ มันไม่มีใครพูดว่า เข้าโครงการไปอยากเห็นต้นไม้แบบนี้อยู่ตรงนี้ มันจะเป็นสิ่งที่ถูกพูดทีหลัง แต่ไม่มีโครงการไหนไม่มีสระว่ายน้ำ คือมันเป็นสิ่งที่ควรจะเป็น มักเกิดขึ้นจาก Feeling มากกว่าเพราะมันไม่ใช่ Object ที่เราสามารถเข้าถึงมันได้ง่ายๆ ถ้าเราจะพูดกันในแง่ของความงาม คือความงามมันไม่ใช่ในเรื่องของ Form ถ้า Form มันอาจจะใช้ในเรื่องของ Architect หรือ Interior แต่งงาน landscape จะพูดถึงเรื่อง Sensational รูป รส กลิ่น เสียง หรือสภาวะสบายที่เกิดขึ้น มันเป็นเรื่องที่คนอยากได้ แต่ไม่รู้ว่าเป็นเพราะอะไร และมันเป็นสิ่งที่ให้ผลระยะยาว คือเขาอาจจะพูดว่า มันร่มรื่นดี มันมีมุมให้เขาไปนั่งเล่นได้ มันจะเป็นในเชิงนั้นมากกว่า ซึ่ง Value Added จะเกิดขึ้นเมื่อโครงการนี้เปิดแล้ว แล้วได้</p>	<ul style="list-style-type: none"> - landscape ไม่ใช่เป็นสิ่งที่คนคาดหวังเป็นอย่างแรก แต่มันเป็นสิ่งที่ต้องมีและขาดไม่ได้ มันเป็น feeling ที่เกิดขึ้น ไม่ใช่ความงามที่เกิดจาก Form เราพูดถึง Sensational รูป รส กลิ่น เสียง หรือสภาวะสบายที่เกิดขึ้น เป็นสิ่งที่ส่งผลในระยะยาว มันร่มรื่น มันมีมุมให้นั่ง - Value จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อโครงการเปิด และมีคนเข้าไปใช้งาน เราต้องคิดเรื่องมิติของการมองและมิติของเวลา กับการใช้งาน 					

	เข้าไปใช้งานจริง คือสิ่งที่เราต้องคิดคือมิติของการมอง และในเรื่องของเวลา กับการใช้งานจริงที่เกิดขึ้น	
5.	ท่านคิดว่าการออกแบบภูมิสถาปัตย์นั้นช่วยให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 หรือไม่ เพราะเหตุใด	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	Landscape มันจะมีคุณค่าเมื่อเราได้เข้าไปใช้งาน ได้รู้สึก ได้สัมผัสถึงมัน Value Added มันคือการสร้าง Sensational ให้ลูกค้าได้รู้สึก และสัมผัสถึงมันได้ อยากหลายโครงการทำไม เข้าถึงต้องมันน้ำ เพราะน้ำ มันได้เรื่องเสียง ความชื้น มีลม เพราะฉะนั้น น้ำเลยถูกมาใช้บ่อย	- Landscape จะมีคุณค่า เมื่อเราได้เข้าไปใช้งาน ได้รู้สึก ได้สัมผัส Value คือการสร้าง Sensationให้ลูกค้าได้สัมผัสถึงมัน
6.	การสร้างมูลค่าเพิ่มในการออกแบบภูมิสถาปัตย์นั้น เกิดจากปัจจัยเรื่องใดบ้าง และจะมีวิธีการสังเกตได้อย่างไร	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	สิ่งที่รับรู้มันจะต้องเกิดขึ้นจากการใช้งาน คือคนที่ใช้มันจะเข้าใจว่ามันดี ยังไง หรือมันขาดไม่ได้เพราะอะไร ส่วนบางที่สวยมากแต่ไม่มีคนใช้หรือไม่มีคนมอง เมื่อมีคนมองเมื่อมีคนได้ใช้มันก็จะเห็นคุณค่าของสวน ยังมีคนมาใช้มากๆ ยิ่งทำให้รู้ว่าสวนมันมีคุณค่ามาก อย่างเช่นสวนลมมันไม่ได้ให้วิวหวานๆ แต่ space space เดียวมันเกิดกิจกรรมมากมาย แล้วมัน Work	- มันต้องเกิดขึ้นจากการใช้งาน คุณค่าของมันจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีคนมาใช้ ยิ่งคนใช้มาก ยิ่งคุณค่ามาก
7.	ท่านคิดว่าอะไรคือปัจจัยสำคัญในด้านการออกแบบภูมิสถาปัตย์ที่ช่วยให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	Value มันเกิดจากมุมมองที่เกิดขึ้นภายในอาคาร ห้องบ้างห้องที่อยู่ติดที่ข้างๆมาก ก็อาจจะต้องใช้ Landscape ในการช่วยให้มันมีมิติ หรือมี Privacy มากขึ้น เนื่องจากมันเป็นพื้นที่ที่เป็นชุมชน การลด Defect ของมันก็เป็น การเพิ่ม Value ให้กับตัวห้องอย่างหนึ่ง Landscape ก็ช่วยได้ พื้นที่ที่มันจำกัดมากแต่ทำให้คนมาใช้ได้ในหลายหลายมุม มันมีมุมย่อยให้คนได้มีมุมส่วนตัว หรือการใช้ Step ให้คนเดินข้างลง ได้ซึมซับไปกับสวนมากขึ้น รู้สึกเหมือนได้ระยะมากขึ้น โดนที่คนเขาอาจจะไม่ได้คิดเลยด้วยซ้ำ คือมันสร้างพื้นที่สีเขียวได้มากกว่าพื้นที่จริงๆที่มันเอื้อกับ space คือมันมี Intensityสูงและวางได้พอดี คือคนต้องเห็นมันตลอด ทำให้คนได้รู้สึกว่ามี ความเขียว มีต้นไม้ คือใช้พื้นที่ได้คุ้มค่า	- value เกิดจากมุมมองที่เกิดขึ้นภายในอาคาร บางห้องติดที่ข้างๆ ก็ต้องใช้ Landscape ในการช่วยให้มันมีมิติ หรือ privacy มากขึ้น - พื้นที่จำกัดมากแต่ทำให้มันสามารถใช้ได้หลายมุม มันเกิดมุมย่อยๆให้คนมีมุมส่วนตัว - มันสร้างพื้นที่สีเขียวได้มากกว่าพื้นที่จริงๆที่มันมีอยู่ คือใช้พื้นที่ได้อย่างคุ้มค่า

แบบสัมภาษณ์ Creative Director ผู้พัฒนา Brand Stylish Residence	
รวมถึง The Reserve และ Chapter One The Campus	
ข้อมูลเบื้องต้นผู้ให้สัมภาษณ์	
ชื่อ - สกุล	คุณณัฐ เทพรักษ์
ตำแหน่ง	Partner และ Creative Director บริษัท Optimist
วุฒิการศึกษา	ปริญญาโท MBA Kellogg University
ประสบการณ์ทำงาน	ทำงานมาทั้งหมด 10 ปี
ธุรกิจจอส่งหาริมทรัพย์	2550-2560 Creative Director

ด้านการสร้าง Brand		
1.	การทำ Branding ของ Condominium ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	<p>คือเราเปรียบเสมือนผู้วาง Concept หลัก หรือ Concept สุดท้ายของโครงการ เพื่อสร้าง Mood&Tone หรือ Message ที่คนจะรับรู้ของโครงการ จะเล่าเป็นเรื่องแบบนี้ คือ Branding ประกอบไปด้วย 1. Graphic Design คือ เราจะใช้สี สัน logo ที่จะสื่อถึง Project นี้ดี 2. Brand Communication คือ วิธีการที่เราจะทำให้คนรู้จัก Project นี้ได้ยังไง เป็นส่วนหลักของการทำงาน คือ Branding ในความหมายของพี่คือทุก Experience ของ Brand ที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็น Architect Interior Landscapae ผู้บริหาร หรือ Team ที่ทำงาน Sale office และ Sale treat เขายังไง Sale kit Brochure หรือ Logo เองก็เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญ แต่ก็ไม่ใช่ทั้งหมดมันเป็น Trick หนึ่งที่ให้คนจำ เหมือนเป็นลายเซ็นสุดท้ายเพื่อให้คนรู้ว่า Direction สุดท้ายของ Project จะไปในแนวทางไหน เราต้องขมวดสิ่งทีโครงการต้องการจะถ่ายทอดเป็นลายเซ็น 1 อัน ทีสื่อให้คนรู้ว่านี่จะเป็นอย่างไร</p>	<p>- Brand คือ concept ของโครงการ เพื่อสร้าง Mood&Tone</p> <p>- Brand ประกอบไปด้วย</p> <p>1. Graphic design คือ ตัวงาน graphic ต่างๆ ที่เห็นออกมาเป็นรูป final เพื่อให้คนเข้าใจ Message ทีจะสื่อ</p> <p>2. Brand communication คือวิธีการนำเสนอ Brand ให้คนได้รู้จักเรา</p> <p>- Branding คือ ทุก Experience ทีเกิดขึ้นกับลูกค้า ทุก Touch point ไม่ว่าจะเป็น Architect Interior Landscapae ผู้บริหาร หรือ Team ทีทำงาน Sale office Brochure Logo</p> <p>- Logo คือการขมวด Direction Brand ว่า จะถ่ายทอดอะไรไปให้ลูกค้า</p>
2.	แนวความคิดในการสร้าง Brand Stylish Resedences คืออะไร	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	<p>โจทย์ของ Stylish Resedences ทีได้มา คือเขาอยากสร้าง Brand ทีไม่ใช่พฤษาปกติ เพราะพฤษาคือ Value for money พอมัน Value for money มากๆ มันเลยกลายเป็นของถูกไป Product ของทีมนี่ก็ เป็น Value for money นะแต่มันไม่ใช่ของถูก เขาเลยต้อง representation บางอย่าง หรือมี signal บางอย่างไปย้งว่า Brand ทีอยู่ภายใต้ Subbrand อันนั้นมันไม่ใช่ พฤษาทีคุณคุ้นเคย ซึ่ง Core Idea จะยึดเรื่องการ Design เป็นหลัก ซึ่งก็ ต้องทำ Coperate Culture ให้เป็น เรื่อง Design จริงๆ เราเปลี่ยนใหม่หมดของตัว Coperate Identity เช่น นามบัตร ชุด Sale จดหมายต่างๆ เวลาออก booth จะต้องทำอย่างไร ขวดน้ำ คือเราต้องทำที Touch point ทีเหลือทีอยู่นอกเหนือจาก Architect Interior Landscape ให้เขาได้รับรู้ถึงคุณค่าของมัน โดย Target Group จริงๆ เรามองถึงคนรุ่นใหม่ หรือคนทีจะยอมจะเปิดรับสิ่งใหม่ๆ พร้อมทีจะก้าวข้ามว่าพฤษาจะทำแต่ของถูก เชื่อตัวเองพอทีจะรู้ ได้ว่า Design แบบนี้ของแบบนี้คือสิ่งทีดี คือของทีดี ซึ่งแต่ละ Subbrand มันก็คือ Mindset เดียวกัน แต่มันอาจอยู่ในคนละ Segment ของตลาด คือเขาเชื่อมั่นในตัวเองพอ และ Value เรื่อง Design</p>	<p>- Stylish Residence คือการสร้าง Brand ทีไม่ใช่พฤษาปกติ เพราะพฤษาถูกตีความไปในเชิง Value for money มากๆ เขาเลยอยากทำให้มันเป็น Subbrand ทีเน้นเรื่องการ Design เป็นหลัก</p> <p>- ตามหน้าทีของ Creative ก็ต้องทำทุกๆ Touch point ทีจะเกิดกับลูกค้าให้เขา รู้สึกว่า Brand นี้เน้นเรื่องการ Design จริงๆ ซึ่ง มีรายละเอียดลงไปเช่น การเปลี่ยนแบบ นามบัตร ชุด Sale จดหมายต่างๆ ทีจะส่งให้ลูกค้า เวลาออก Booth ทำอย่างไร</p> <p>- Target group คือคนรุ่นใหม่ หรือคนทียอมเปิดรับสิ่งใหม่ๆ และพร้อมทีจะก้าวข้ามว่าพฤษาทำแต่ของถูก เขาเชื่อมั่นในตัวเองพอ ทีจะรู้ว่าแบบนี้คือของทีดี มันต้องมีแนวความคิดไปในแนวทางนี้</p>
3.	ท่านมีวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ Stylish Residence ในเชิงกายภาพอย่างไร	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	<p>ทีว่า Value จริงๆ มันไม่ได้เกิดในช่วงทีเขาซื้อ แต่มันคือช่วงทีเขาได้อยู่อาศัยจริง อันนั้นคือ Value ทีเขาจะได้ หน้าทีหลักมันอยู่ที่ตัว Product</p>	<p>- Value จะเกิดทีต่อเมื่อ Product สร้างเสร็จ และคนได้เข้าไปอยู่อาศัย</p>

	<p>ที่ออกมา เราแค่สร้าง Expectation ว่าสิ่งที่คุณจะได้รับมันจะไม่เหมือนที่พวกเขาเคยทำ ในเรื่องการทำการตลาด หรือการสร้างBrand ซึ่งคุณก็ต้องไปดูProduct Final อีกที่ว่ามันจะดีหรือไม่ดีคือเราต้องเข้าไปแตะในทุก Touch point ที่เหลือนอกเหนือจาก Architect Interior หรือ Landscape เราต้องสร้างบรรยากาศหรือTheme หลักของโครงการที่เป็นBenefit ง่ายๆ ที่Consumerจะเข้าใจได้ เป็นเหมือน Conclusion สั้นๆว่า นี่จะเป็นแบบนี้เหมือน Key word โดยแต่ละโครงการก็จะมี Key Message หรือวิธีCommunication ที่ต่างออกตาม Target ที่ต่างกัน เช่น ตัวLogoเอง Billboard brochure หรือ Ads ต่างๆ จะพูดถึงเรื่องที่ต้องได้ในเชิงกายภาพก็พูดยากเพราะมันมีทั้งสิ่งที่จับต้องได้และไม่ได้ สิ่งที่ต้องได้คือ Design graphic ทั้งหมด Communication ทั้งหมด ซึ่งเราก็กาลงไปตามสิ่งที่ Owner คิดไว้หรือมี Goal ไว้ตั้งแต่แรก ซึ่งจริงรายละเอียดมันเยอะมากจริงๆ ไปตั้งแต่ Logo ขวดน้ำ วันแถลงข่าวจะจัดที่ไหน จัดยังไง วิธีที่SaleจะTreatลูกค้า Logoใหญ่ เล็กยังไง ตำแหน่งไหน จะใช้Fontอะไร Designยังไง ทุกสิ่งทุกอย่างที่ลูกค้าจะสัมผัสได้ รายละเอียดมันค่อนข้างเยอะ เรามีหน้าที่ทำให้ Positioning กับ Target ของงานมันชัดเจนด้วยElement ต่างๆที่มันควบคุมได้</p> <p>เราต้องเข้าใจก่อนว่า Brand มี Purchase cycle ตั้งแต่ต้นจนจบcycle ตั้งแต่เห็นProduct เข้าไปเลือกไปดู ตัดสินใจ ซื้อ วัตถุประสงค์สุดท้ายถ้าชอบ มันเราก็อาจจะซื้อมันอีก ถ้าเราไม่ชอบมันอาจจะไม่ซื้อ ซึ่งตัวองศา Cycle มันนานมันต้องใช้เวลา 2-3ปีที่เราเข้าไปอยู่แล้วเราเข้าไปอยู่จริงซักปี สองปีแล้วไปวัดผลมัน word of mouth ของจริงเกี่ยวกับ Brand มันออกตอนนั้น นี่คือเหตุผลที่ Brand ของอสังหาริมทรัพย์ถึงสร้างยากมากกว่า Brand อื่นๆเพราะ Cycle มันยาวมาก แล้วต้องControl ทุกๆ Elementไปตลอดทุกปีทุกปี เพื่อให้มันออกเป็น 1 Positive word of mouth ว่ามันดีจริง</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Brand เป็นแค่การสร้างความคิดหวังว่าจะได้รับสิ่งที่ไม่เหมือนพวกเขาเคยทำมา - เราดูแลในเรื่องที่อยู่นอกเหนือจากแบบทางสถาปัตยกรรม เช่นการทำGraphic design การตลาดผ่าน Billboard brochure หรือ โฆษณาต่างๆ โดยแต่ละโครงการจะมี Key message ที่ต่างกันตาม Target group ของโครงการ - Brand มี purchase cycle ประกอบไปด้วยตั้งแต่ การเลือกดู ตัดสินใจ ซื้อ วัตถุประสงค์สุดท้าย ถ้าชอบเราก็ซื้ออีก ถ้าไม่ชอบเราอาจจะไม่ซื้อ ซึ่งCycle ของอสังหาริมทรัพย์นั้นใช้เวลานาน เราต้องเข้าไปอยู่ 2-3 ปีถึงจะเห็นผล และWorld of mouth ของคำติชมก็จะออกมาตอนนั้น นี่คือเหตุผลที่ Brand ของอสังหาริมทรัพย์นั้นสร้างยากกว่าสิ่งอื่น
4.	แนวความคิดในการสร้าง Brand The Reserve คืออะไร	
	<p style="text-align: center;">บทสัมภาษณ์</p> <p>The Reserve มันเริ่มจากSite เองคือที่ของบ้านหมอมมี Designer ทุกคนเลยLeadการDesignที่ไปในทางเดียวกัน เอาDesignยุคนั้นมาเล่า ชื่อมันเลยตามมาด้วยคำว่า The Reserve เหมือนการอยากเก็บพื้นที่นั้นไว้เราก็เลยพูดถึงการ Reserve สิทธิอันนั้นไว้ตั้งแต่แรกแล้ว มันก็ตอบโจทย์กันพอดี เรามี message หลักที่จะถ่ายทอดว่า Precious home for generation to come มันเป็น Asset ที่เราจะเก็บไว้ให้ลูกหลาน ตัวProductเราไม่ได้เล่า เราเล่าแค่ว่ามันเป็นพื้นที่ที่มี Value มีค่าในอนาคต คุณเก็บไว้ให้ลูกหลานคุณได้ อันนี้คือ Benefit ที่เราพยายามทำให้ลูกค้าได้เห็น เข้าไปในหัว Consumer คือถ้าลูกค้าเห็นว่ามันมีค่าแล้วซื้อ อันนี้คือตอบโจทย์เราละ มันไม่เหมือนโครงการอื่นที่หยิบเรื่องราว Product มาเล่า เราเล่าเรื่องศักยภาพที่ดินเป็นหลัก ที่ดินมันมี</p>	<p style="text-align: center;">สรุปใจความ</p> <p>- The Reserve เริ่มจากตัว Location ของมันที่ตั้งอยู่บ้านหมอมมี Designerก็เล่าเรื่อง Designในยุคนั้น เลยเป็นที่มาของคำว่า The Reserve คือมันเป็นพื้นที่ที่ควรค่าแก่การเก็บเอาไว้ เราก็มีย Message ที่ถ่ายทอดว่า Home for generation to come คือมันเป็นพื้นที่ดินที่ควรเก็บคุณค่าไว้ให้ลูกหลาน เพราะมันจะมี Value ในอนาคต อันนี้คือ Benefit ที่เราพยายามทำให้เข้าไปอยู่ในหัวของ Consumer</p>

	<p>มูลค่า ซึ่ง Project นี้ที่เราทำMessage นี้ไป Target เห็นจริงถึงขายดี มาก ซึ่ง Target คือเศรษฐกิจต่างจังหวัดที่ลูกเรียนจุฬา มาเรียนเตรียม หรือ คนที่ค้าขายที่เยาวราช</p> <p>ให้ลูกให้หลานอยู่ ซึ่งพูกษาข้อมูลเขาแน่นอนอยู่แล้วว่าที่ไหนมี Demand ยิ่งไง พอเรารู้ว่าTarget เป็นใครเราก็ทำงานได้ง่ายขึ้น ตัวโครงการนี้เรา ทำ Direct Marketing เป็นหลัก ก็ให้พูกษาไปติดต่อกับ Wisdom ของ k bankเพื่อขอ Database และทำSpecial Promotionกับฐานลูกค้า K bank ซึ่งทำให้โครงการปิดทองได้จาก DM ประมาณ 40 % แล้วเราลงทุนทำ DM เป็นเล่มส่งไปให้เขาเลย ซึ่งแพงกว่าปกติ 5 เท่า</p>	<p>- Target คือเศรษฐกิจต่างจังหวัด ชื้อบ้านให้ลูก หรือมาอยู่เอง รวมทั้งคนที่ค้าขายในเยาวราช ซึ่งพูกษาเองก็มีข้อมูลในเรื่องของกลุ่มลูกค้า และรู้ว่าที่ไหนมี Demand พอเรารู้ว่า Target เป็นใครเราก็ทำงานได้ง่ายขึ้น</p> <p>- โครงการนี้ทำ Direct Marketing เป็นหลัก ทำเล่มแนะนำโครงการไปให้กลุ่มฐานลูกค้า Wisdom ของK bank เพื่อขอ Data base มาและทำ Promotion ที่ส่งเสริมกัน ซึ่งก็ได้ผลจริงๆ สามารถทำยอดจาก Direct Marketing ประมาณ 40%</p>
5.	แนวความคิดในการสร้าง Brand The Chapter One Campus คืออะไร	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	<p>ก็ตรงๆเลย Chapter One มันมาจากบ้านหลังแรก ใกล้แหล่งงาน และ การศึกษา เป็น First jobber target ที่มีเงินจ่ายที่ราคาถูกลงหน่อย แล้ว มาบวกกับ Location เลย คือมันเริ่มจากที่เกศตรก่อน คือ Location มันชัดมากกว่ามันอยู่ใกล้มหาลัย มันก็เลยเป็นที่มาของคำว่า Campus ซึ่ง Campus มันก็ตรงๆเลยว่าเป็นเด็กนักเรียน แล้วก็ First jobber คนที่อยู่ในระแวกโดยรอบพื้นที่ ไม่ว่าจะแม่ค้าซื้อปล่อยเช่า คณาจารย์ ผู้ปกครอง พ่อแม่ เพราะอยู่ใกล้มหาวิทยาลัย คือ Scale การตั้งฐานลูกค้ามันแคบกว่า การทำ Marketing คือใช้พวก Out of home ต่างๆ ที่อยู่รอบๆโครงการ พวกBillboard ป้ายโฆษณา เต็น แล้วก็brochure ที่เข้ามาแล้วมัน Impact กับลูกค้า</p>	<p>- Chapter One มาจากบ้านหลังแรก ใกล้ แหล่งงาน และการศึกษา เป็น First Jobber ที่มีเงินจ่ายราคาถูกลงหน่อย ลูกค้าคือคนใน ระแวกพื้นที่ เช่นแม่ค้าปล่อยเช่า พ่อแม่ซื้อให้ ลูกอยู่ หรือ เป็นคณาจารย์ เพราะอยู่ใกล้ บริเวณมหาวิทยาลัย การทำ Marketing ก็ จะเน้นป้าย Billboard ป้ายโฆษณา brochure</p>
6.	ความแตกต่างระหว่างการทำBranding ของ The Reserve เกษมสันต์ กับ The Chapter One Campus	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	<p>The Chapter One Campus ง่ายกว่าเยอะ ปัญหาของ The Reserve คือขายของแพงแต่ Brand พูกษา ซึ่ง Campus ก็ถือว่าเหมาะกับตัว พูกษา ราคาถูก หน้าตาดีด้วย แต่เราทำให้มันมี Style มากขึ้น มันง่าย กว่า พูกษาจะทำของแพงได้เปล่า ที่พูดเฉพาะเรื่องBrand นะไม่ใช่ เรื่องยอดขาย เพราะจริงๆ The Reserve ยอดขายดีกว่า</p>	<p>- The Reserve ยากเพราะต้องทำให้ คน เข้าใจว่าพูกษากำลังทำของดี</p> <p>- Chapter One Campus เป็นตัวปกติของ ความเป็นพูกษาที่ดูมี Style มากขึ้น</p>

แบบสัมภาษณ์สถาปนิกตกแต่งภายใน เพิ่มเติมเนื่องจากเป็นบริษัทที่ออกแบบทั้ง 2 โครงการ	
ข้อมูลเบื้องต้นผู้ให้สัมภาษณ์	
ชื่อ - สกุล	คุณสลิททิพย์ พิบูลย์นครินทร์
ตำแหน่ง	Assistant Design Director / Interior Designer บริษัท Begray Bangkok
วุฒิการศึกษา	ปริญญาโท Design Future ,Goldsmiths University of London
ประสบการณ์ทำงาน	ทำงานด้านอสังหาริมทรัพย์มาทั้งหมด 8 ปี
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	2552-2560 Interior Designer

คำถามเพิ่มเติมเนื่องจากเป็นบริษัทที่ออกแบบทั้ง 2 โครงการ		
1.	การออกแบบสถาปัตยกรรมภายในของโครงการThe Reserve เกษมสันต์ 3และThe Chapter One ลาดพร้าว 1 มีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	<p>อย่างแรก Target Group ต่างกัน The Reserve คือถ้าที่มองคือ พ่อแม่ซื้อคอนโดให้ลูกอยู่หรืออยู่เอง มาทำงานหรือเรียนหนังสือกลางเมือง เพราะด้วยราคา 10 ล้านเนี่ย ถึงคน 30 กว่าซื้อก็ต้องคิดนิดนึง แต่เหมือน Chapter One เหมือนเด็กที่เพิ่งเริ่มทำงาน ผ่อนคอนโดเอง เพราะฉะนั้น Branding มันไม่เหมือนกัน The Reserve ดูเป็นผู้ใหญ่ 40-50 ที่มาซื้อห้อง คนตัดสินใจที่จะจ่ายเงินคือผู้ใหญ่ คนที่อาจจะมียานอยู่ไกลๆ แต่อยากได้พื้นที่ในเมืองมาอยู่วัน เสอาอาทิตย์อะไรแบบนี้ ในขณะที่Chapter Oneจะดูเป็น lifestyle วัยรุ่น มีพื้นที่กิจกรรม อย่างเช่น ตอนที่ทำThe Campus ก็มี Trend ชิงจักรยาน เราก็มีพื้นที่แบบนี้ให้ในอาคาร แต่ในลาดพร้าว 1 ที่มันเล็กเลยอาจจะไม่ได้ทำ คือแนวคิดคนละอย่างเลย The Reserve คือการสร้าง Value ด้วยการทำให้มันดูแพง ดูหรูหรา สมกับเป็น Timeless Place To Reserve ในส่วนของ Chapter One คือราคาดีของดีคุ้มค่า ได้สิ่งที่ดีในราคาที่จ่ายไป เน้นเรื่อง Function มากกว่า</p>	<p>- Target group ต่างกัน</p> <p>- The Reserve คือพ่อแม่มาซื้อคอนโดให้ลูกหรืออยู่เอง มาทำงาน หรือเรียนหนังสือกลางเมือง Brand จะมีความเป็นผู้ใหญ่ 40-50 มาซื้อห้อง Interior ต้องทำให้มันดูแพง ดูหรูหรา ให้เหมาะสมกับBrand</p> <p>- Chapter One เหมือนคนที่เพิ่งเริ่มทำงาน ผ่อนคอนโดเอง Brandจะเด็กดูเป็น Lifestyle วัยรุ่น ราคาต้องดี ต้องคุ้มค่า ได้สิ่งที่ดีในราคาที่จ่ายไป เน้นเรื่อง Function</p>
2.	ระยะเวลาในการพัฒนาแบบสถาปัตยกรรมภายในทั้ง 2 โครงการต่างกันหรือไม่ อย่างไร	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	<p>ต่างกันนะThe Reserve ประมาณ 8 เดือน แก่Concept Designกันหลายรอบมาก The Reserve เกรียดยกว่า ทุกคนรู้ว่ามันขายแพง ทุกคนทุกฝ่ายทั้งทางOwner เอง Architect Interior Landscape ก็ต้องมีรายละเอียดใน Details มากขึ้น ตัวแบบเองก็ละเอียดมากกว่า ทั้งในเรื่องของ Designก็ด้วย จะคิดมากเรื่อง Details ว่าแบบนี้จะเพียงพอมั้ย เหมาะกับลูกค้ามั๊ย ส่วน Chapter One ประมาณ 3 เดือนที่พูดเลยว่าถ้า Material board ได้ก็จบ</p>	<p>- The Reserve ทั้ง Owner Architect Interior Landscape ก็ต้องมีรายละเอียดใน Details มากขึ้น ตัวแบบเองก็ละเอียดมากกว่า ทั้งในเรื่องของ Designก็ด้วย เพราะทุกคนรู้ว่าขายแพง</p> <p>- The Reserve ประมาณ 8 เดือน</p> <p>- Chapter one 3 เดือน</p>
3.	การให้ความสำคัญในการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในทั้งสองโครงการต่างกันหรือไม่ อย่างไร	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	<p>คือเราต้องออกแบบว่ามันเข้าใจได้ว่า มันแพงกว่าด้วยเหตุนี้ มันถูกกว่าด้วยเหตุนี้ ที่มันมีค่ามากกว่าตัว Location ที่ไม่ได้หมายความว่าแค่Interior นะ แต่หมายถึงในองค์รวม ถ้าเราจะซื้อห้องราคา 8 ล้านเนี่ย เราได้ Design ที่มันดี มีชุมชน หรือลูกบ้านที่ดีที่น่าอยู่ ในขณะที่ห้องในราคาที่ถูกลงกว่าได้ห้องที่ดี สะอาด มีรปภ. มีfurniture ครบ แล้วเราค่อยไปแต่งต่อกันเองก็ได้ มันก็คนละแบบ</p>	<p>- The Reserve ต้องออกแบบให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้Designที่ดี ชุมชนและลูกบ้านที่ดี น่าอยู่ โดยทั้งองค์รวม Architect Interior Landscape</p> <p>- Chapter One เน้นห้องราคาถูก ห้องดี สะอาด มีรปภ. และ Furnitureครบ</p>
4.	ท่านคิดว่าผู้ซื้อมีความต้องการในการใช้พื้นที่ภายในตรงกับที่ท่านได้ออกแบบไว้หรือไม่ เพราะเหตุใด	
	บทสัมภาษณ์	สรุปใจความ
	<p>ไม่หรอก เพราะว่าทุกคนมีความต้องการของตัวเอง เราทำไม่ได้ 100%หรอก แต่เราก็นำเสนอสิ่งที่ต่างไปในตลาด แต่ Lay out มันก็มีทั้ง</p>	<p>- ทุกคนมีความต้องการของตัวเอง เรานำเสนอสิ่งที่ต่างไปในตลาด มันมีทั้งจุดแข็ง</p>

	<p>จุดอ่อนและจุดแข็ง จากการศึกษาของพฤษชาด้วยว่ามี Bubble Diagram อะไรที่ลูกค้าชอบ หรือมันมีปัญหาหนะ ทางด้านวิศวกรรมและ Feedback เขาก็เอาประสบการณ์เขา และเราดูด้วยมาช่วยกัน ให้ Design ของเราต่างจากในตลาด ให้มันมี Character เหมือนที่ลูกค้าทำ Branding เราก็คงต้องDesign ของเราให้มี Branding เหมือนกัน</p>	<p>และจุดอ่อน แต่ทั้งทีมพฤษชา วิศวกร หรือตัวเราเอง ก็ต้องเอาประสบการณ์มาช่วยกันให้ งานมันออกมาดี</p> <p>- Designของเราต่างจากในตลาด เรา มีCharacter ชัด เหมือนลูกค้ามีการ Branding เราก็มีย Branding ในการ Design เราเหมือนกัน</p>
--	---	--







แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลการทำวิจัย ระดับมหาดบัณฑิต

เรื่อง : ความพึงพอใจต่อการออกแบบทางกายภาพ โครงการประเภทคอนโดมิเนียม

กรณีศึกษาโครงการ The Reserve เกษมสันต์ 3 โดยผู้วิจัย นาย คณิศร์ อภิลิทธิพิชญ์ โทรศัพท์ 089-684-0084

หลักสูตร เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อมูลทั้งหมดจะใช้ในการวิจัยเพื่อเป็นประโยชน์ทางวิชาการ ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์มา ณ ที่นี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้อยู่อาศัย

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ลงใน หน้าคำตอบที่ต้องการ หรือเติมคำตอบลงในช่องว่าง

- 1.1 เพศสภาพ ชาย หญิง อื่นๆ
- 1.2 อายุ 20-30 ปี 31-40 ปี 41-50ปี 51 ปีขึ้นไป
- 1.3 ระดับการศึกษา อนุปริญญาหรือต่ำกว่า ปริญญาตรี ปริญญาโท
 ปริญญาเอก อื่นๆ (ระบุ).....
- 1.4 อาชีพ นักเรียน-นักศึกษา รัฐบาล รัฐวิสาหกิจ
 พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว อื่นๆ (ระบุ).....
- 1.5 สถานะภาพ โสด สมรส ไม่มีบุตร สมรสมีบุตร.....คน หย่าร้าง
- 1.6 รายได้ตนเองต่อเดือน ต่ำกว่า 25,000 บาท 25,001- 50,000บาท 50,000-75,000 บาท
 75,001-100,000 100,001-150,000 บาท 150,001-200,000 บาท
 200,001 บาทขึ้นไป
- 1.7 รายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 25,000 บาท 25,001- 50,000บาท 50,000-75,000 บาท
 75,001-100,000 100,001-150,000 บาท 150,001-200,000 บาท
 200,001 บาทขึ้นไป
- 1.8 ลักษณะในการซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ซื้อเพื่ออยู่อาศัย ซื้อเพื่อลงทุนปล่อยเช่า
 ซื้อเพื่อเป็นทรัพย์สิน เช่าอยู่อาศัย
- 1.9 ลักษณะการครอบครอง เป็นเจ้าของห้องชุด เป็นผู้ร่วมอยู่อาศัย ผู้เช่าอยู่อาศัย
- 1.10 ลักษณะห้องชุดที่ครอบครอง(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) STUDIO 1 BEDROOM 2 BEDROOMS
- 1.11 จำนวนสมาชิกที่อยู่อาศัยปัจจุบัน 1-2 คน 3-4 คน มากกว่า 5 คน ไม่ได้พักอาศัย

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อลักษณะโครงการ

โปรดให้คะแนนข้อพิจารณาความพึงพอใจต่อการลักษณะโครงการ The Reserve กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง
ตัวเลขมีความหมายดังนี้ 5 = พอใจมากที่สุด/ 4 = พอใจมาก/ 3 = พอใจปานกลาง / 2 = พอใจน้อย/ 1 = พอใจน้อยที่สุด

2.1	ลักษณะโครงการ	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
2.1.1	ทำเลที่ตั้ง					
2.1.2	การเดินทางสะดวกอยู่ใกล้รถไฟฟ้าและแหล่งอำนวยความสะดวก					
2.1.3	สภาพแวดล้อมโดยรอบโครงการที่ดี					
2.1.4	ชื่อเสียงของผู้ประกอบการ					
2.1.5	ระดับราคามีความเหมาะสม					
2.1.6	รูปแบบอาคารทั้งภายนอกและภายในมีความสวยงาม					
2.1.7	พื้นที่ส่วนกลางมีการบริการที่ครบครัน					
2.1.8	รูปแบบ ขนาด พื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุดมีความเหมาะสมกับการใช้งาน					
2.1.9	คุณภาพและวัสดุในการก่อสร้างดี					
2.1.10	ที่จอดรถมีจำนวนเหมาะสม					
2.1.11	มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี					
2.1.12	การวางอาคาร มีทิศทางแดด ลมที่ดี					

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการออกแบบทางกายภาพ

โปรดให้คะแนนรายละเอียดในความพึงพอใจต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบ กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง
ตัวเลขมีความหมายดังนี้ 5 = พอใจมากที่สุด/ 4 = พอใจมาก/ 3 = พอใจปานกลาง / 2 = พอใจน้อย/ 1 = พอใจน้อยที่สุด

3.1	ด้านสถาปัตยกรรม	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
3.1.1	รูปแบบอาคารมีความเหมาะสมกับการใช้งาน					
3.1.3	การวางผังอาคารมีความเป็นส่วนตัว					
3.1.4	การออกแบบระบบรักษาความปลอดภัยได้ดี					
3.1.5	การก่อสร้างสถาปัตยกรรมมีคุณภาพวัสดุที่ดี					
3.1.6	อาคารอยู่สบาย					
3.1.7	อาคารมีความสวยงาม					
3.1.8	ขนาดพื้นที่ส่วนกลางมีความเหมาะสมต่อการใช้งาน					
3.1.9	ที่จอดรถมีเพียงพอต่อการใช้งาน					
3.1.10	ห้องพักมีจำนวนที่เหมาะสม					
3.1.11	ห้องพักมีขนาดที่เหมาะสมต่อการอยู่อาศัย					
3.1.12	ห้องพักมีมุมมองที่ดี					

ปัญหาการออกแบบสถาปัตยกรรม.....
.....
.....

3.2	ด้านสถาปัตยกรรมภายใน	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
3.2.1	รูปแบบการตกแต่งภายในพื้นที่ส่วนกลางมีความเหมาะสมกับการใช้งาน					
3.2.2	การวางผังภายในพื้นที่ส่วนกลางมีประสิทธิภาพในการใช้งานที่ดี					
3.2.3	คุณภาพวัสดุภายในพื้นที่ส่วนกลางมีคุณภาพในการใช้งานที่ดี					
3.2.4	เฟอร์นิเจอร์ที่ให้ภายในพื้นที่ส่วนกลางมีคุณภาพในการใช้งานที่ดี					
3.2.5	การตกแต่งภายในพื้นที่ส่วนกลางสวยงาม					
3.2.6	พื้นที่ส่วนกลางภายในอาคารอยู่สบาย					
3.2.7	รูปแบบการตกแต่งภายในพื้นที่ห้องพักมีความเหมาะสมกับการใช้งาน					
3.2.8	การวางผังภายในพื้นที่ห้องพักมีประสิทธิภาพในการใช้งานที่ดี					
3.2.9	คุณภาพวัสดุภายในพื้นที่ห้องพักมีคุณภาพในการใช้งานที่ดี					
3.2.10	เฟอร์นิเจอร์ที่ให้ภายในพื้นที่ห้องพักมีประสิทธิภาพในการใช้งานที่ดี					
3.2.11	การตกแต่งภายในพื้นที่ห้องพักสวยงาม					
3.2.12	พื้นที่ห้องพักอยู่สบาย					
3.2.13	ความสูงฝ้าภายในอาคารมีความเหมาะสมต่อการอยู่อาศัย					

ปัญหาจากการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน.....

.....

.....

3.3	ด้านภูมิสถาปัตยกรรม	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
3.3.1	การตกแต่งสวนภายในโครงการมีความเหมาะสมกับลักษณะอาคาร					
3.3.2	การวางผังการใช้งานพื้นที่สวนมีประสิทธิภาพในการใช้งาน					
3.3.3	พื้นที่สวนสร้างภูมิทัศน์ที่ดีให้กับพื้นที่ภายในอาคาร					
3.3.4	พื้นที่สวนมีมุมพักผ่อนที่สามารถเข้าไปใช้งานได้จริง					
3.3.5	การตกแต่งสวนมีความสวยงาม					
3.3.6	ต้นไม้ภายในโครงการมีความร่มรื่น					
3.3.7	ต้นไม้ภายในโครงการช่วยสร้างความเป็นส่วนตัวให้กับอาคารและห้องพัก					
3.3.8	ต้นไม้ภายในโครงการดูมีระเบียบและดูแลรักษาง่าย					
3.3.9	วัสดุในพื้นที่สวนมีคุณภาพในการใช้งานที่ดี					
3.3.10	พื้นที่สระว่ายน้ำมีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน					

ปัญหาจากการออกแบบภูมิสถาปัตยกรรม.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม.....

.....

.....



แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลการทำวิจัย ระดับมหบัณฑิต

เรื่อง : ความพึงพอใจต่อการออกแบบทางกายภาพ โครงการประเภทคอนโดมิเนียม

กรณีศึกษาโครงการ The Chapter One ลาดพร้าว 1 โดยผู้วิจัย นาย คณิศร์ อภิสิทธิ์พิชญ์ โทรศัพท์ 089-684-0084

หลักสูตร ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อมูลทั้งหมดจะใช้ในการวิจัยเพื่อเป็นประโยชน์ทางวิชาการ ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์มา ณ ที่นี้
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้อยู่อาศัย

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ลงใน [] หน้าคำตอบที่ต้องการ หรือเติมคำตอบลงในช่องว่าง

- 1.1 เพศสภาพ [] ชาย [] หญิง [] อื่นๆ
- 1.2 อายุ [] 20-30 ปี [] 31-40 ปี [] 41-50ปี [] 51 ปีขึ้นไป
- 1.3 ระดับการศึกษา [] อนุปริญญาหรือต่ำกว่า [] ปริญญาตรี [] ปริญญาโท
 [] ปริญญาเอก [] อื่นๆ (ระบุ).....
- 1.4 อาชีพ [] นักเรียน-นักศึกษา [] รับราชการ [] รัฐวิสาหกิจ
 [] พนักงานบริษัทเอกชน [] ธุรกิจส่วนตัว [] อื่นๆ (ระบุ).....
- 1.5 สถานะภาพ [] โสด [] สมรส ไม่มีบุตร [] สมรสมีบุตร.....คน [] หย่าร้าง
- 1.6 รายได้ตนเองต่อเดือน [] ต่ำกว่า 25,000 บาท [] 25,001- 50,000บาท [] 50,000-75,000 บาท
 [] 75,001-100,000 [] 100,001-150,000 บาท [] 150,001-200,000 บาท
 [] 200,001 บาทขึ้นไป
- 1.7 รายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน [] ต่ำกว่า 25,000 บาท [] 25,001- 50,000บาท [] 50,000-75,000 บาท
 [] 75,001-100,000 [] 100,001-150,000 บาท [] 150,001-200,000 บาท
 [] 200,001 บาทขึ้นไป
- 1.8 ลักษณะในการซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) [] ซื้อเพื่ออยู่อาศัย [] ซื้อเพื่อลงทุนปล่อยเช่า
 [] ซื้อเพื่อเป็นทรัพย์สิน [] เช่าอยู่อาศัย
- 1.9 ลักษณะการครอบครอง [] เป็นเจ้าของห้องชุด [] เป็นผู้ร่วมอยู่อาศัย [] ผู้เช่าอยู่อาศัย
- 1.10 ลักษณะห้องชุดที่ครอบครอง(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) [] STUDIO [] 1 BEDROOM [] 2 BEDROOMS
- 1.11 จำนวนสมาชิกที่อยู่อาศัยปัจจุบัน [] 1-2 คน [] 3-4 คน [] มากกว่า 5 คน [] ไม่ได้พักอาศัย

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อลักษณะโครงการ

โปรดให้คะแนนข้อพิจารณาความพึงพอใจต่อการลักษณะโครงการ The Reserve กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง
ตัวเลขมีความหมายดังนี้ 5 = พอใจมากที่สุด/ 4 = พอใจมาก/ 3 = พอใจปานกลาง / 2 = พอใจน้อย/ 1 = พอใจน้อยที่สุด

2.1	ลักษณะโครงการ	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
2.1.1	ทำเลที่ตั้ง					
2.1.2	การเดินทางสะดวกอยู่ใกล้รถไฟฟ้าและแหล่งอำนวยความสะดวก					
2.1.3	สภาพแวดล้อมโดยรอบโครงการที่ดี					
2.1.4	ชื่อเสียงของผู้ประกอบการ					
2.1.5	ระดับราคามีความเหมาะสม					
2.1.6	รูปแบบอาคารทั้งภายนอกและภายในมีความสวยงาม					
2.1.7	พื้นที่ส่วนกลางมีการบริการที่ครบครัน					
2.1.8	รูปแบบ ขนาด พื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุดมีความเหมาะสมกับการใช้งาน					
2.1.9	คุณภาพและวัสดุในการก่อสร้างดี					
2.1.10	ที่จอดรถมีจำนวนเหมาะสม					
2.1.11	มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี					
2.1.12	การวางอาคาร มีทิศทางแดด ลมที่ดี					

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการออกแบบทางกายภาพ

โปรดให้คะแนนรายละเอียดในความพึงพอใจต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบ กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง
ตัวเลขมีความหมายดังนี้ 5 = พอใจมากที่สุด/ 4 = พอใจมาก/ 3 = พอใจปานกลาง / 2 = พอใจน้อย/ 1 = พอใจน้อยที่สุด

3.1	ด้านสถาปัตยกรรม	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
3.1.1	รูปแบบอาคารมีความเหมาะสมกับการใช้งาน					
3.1.3	การวางผังอาคารมีความเป็นส่วนตัว					
3.1.4	การออกแบบระบบรักษาความปลอดภัยได้ดี					
3.1.5	การก่อสร้างสถาปัตยกรรมมีคุณภาพวัสดุที่ดี					
3.1.6	อาคารอยู่สบาย					
3.1.7	อาคารมีความสวยงาม					
3.1.8	ขนาดพื้นที่ส่วนกลางมีความเหมาะสมต่อการใช้งาน					
3.1.9	ที่จอดรถมีเพียงพอต่อการใช้งาน					
3.1.10	ห้องพักมีจำนวนที่เหมาะสม					
3.1.11	ห้องพักมีขนาดที่เหมาะสมต่อการอยู่อาศัย					
3.1.12	ห้องพักมีมุมมองที่ดี					

ปัญหาการออกแบบสถาปัตยกรรม.....
.....
.....

3.2	ด้านสถาปัตยกรรมภายใน	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
3.2.1	รูปแบบการตกแต่งภายในพื้นที่ส่วนกลางมีความเหมาะสมกับการใช้งาน					
3.2.2	การวางผังภายในพื้นที่ส่วนกลางมีประสิทธิภาพในการใช้งานที่ดี					
3.2.3	คุณภาพวัสดุภายในพื้นที่ส่วนกลางมีคุณภาพในการใช้งานที่ดี					
3.2.4	เฟอร์นิเจอร์ภายในพื้นที่ส่วนกลางมีคุณภาพในการใช้งานที่ดี					
3.2.5	การตกแต่งภายในพื้นที่ส่วนกลางสวยงาม					
3.2.6	พื้นที่ส่วนกลางภายในอาคารอยู่สบาย					
3.2.7	รูปแบบการตกแต่งภายในพื้นที่ห้องพักรับมีความเหมาะสมกับการใช้งาน					
3.2.8	การวางผังภายในพื้นที่ห้องพักรับมีประสิทธิภาพในการใช้งานที่ดี					
3.2.9	คุณภาพวัสดุภายในพื้นที่ห้องพักรับมีคุณภาพในการใช้งานที่ดี					
3.2.10	เฟอร์นิเจอร์ภายในพื้นที่ห้องพักรับมีประสิทธิภาพในการใช้งานที่ดี					
3.2.11	การตกแต่งภายในพื้นที่ห้องพักรับสวยงาม					
3.2.12	พื้นที่ห้องพักรับอยู่สบาย					
3.2.13	ความสูงฝ้าภายในอาคารมีความเหมาะสมต่อการอยู่อาศัย					

ปัญหาจากการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน.....

3.3	ด้านภูมิสถาปัตยกรรม	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
3.3.1	การตกแต่งสวนภายในโครงการมีความเหมาะสมกับลักษณะอาคาร					
3.3.2	การวางผังการใช้งานพื้นที่สวนมีประสิทธิภาพในการใช้งาน					
3.3.3	พื้นที่สวนสร้างภูมิทัศน์ที่ดีให้กับพื้นที่ภายในอาคาร					
3.3.4	พื้นที่สวนมีมุมพักผ่อนที่สามารถเข้าไปใช้งานได้จริง					
3.3.5	การตกแต่งสวนมีความสวยงาม					
3.3.6	ต้นไม้ภายในโครงการมีความร่มรื่น					
3.3.7	ต้นไม้ภายในโครงการช่วยสร้างความเป็นส่วนตัวให้กับอาคารและห้องพักรับ					
3.3.8	ต้นไม้ภายในโครงการดูมีระเบียบและดูแลรักษาง่าย					
3.3.9	วัสดุในพื้นที่สวนมีคุณภาพในการใช้งานที่ดี					
3.3.10	พื้นที่สระว่ายน้ำมีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน					

ปัญหาจากการออกแบบภูมิสถาปัตยกรรม.....

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม.....

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นาย คณิศร์ อภิสทธิพิชญ์ เกิดเมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2533 อายุ 27 ปี ณ ปัจจุบัน มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาจาก โรงเรียนสาธิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ฝ่ายประถมและฝ่ายมัธยม) ในปี 2550 และสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาบัณฑิตจาก ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปี 2556 หลังจากนั้นได้เข้าทำงานบริษัท Begray Bangkok ในปี 2557 ซึ่งเป็นบริษัทออกแบบตกแต่งภายในที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการออกแบบตกแต่งคอนโดมิเนียม ฯลฯ ในตำแหน่ง Interior Designer จนถึงปัจจุบัน และได้เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาเคหการ สาขาการพัฒนาศูนย์อาศัยและอสังหาริมทรัพย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2558

