

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและปัญหา

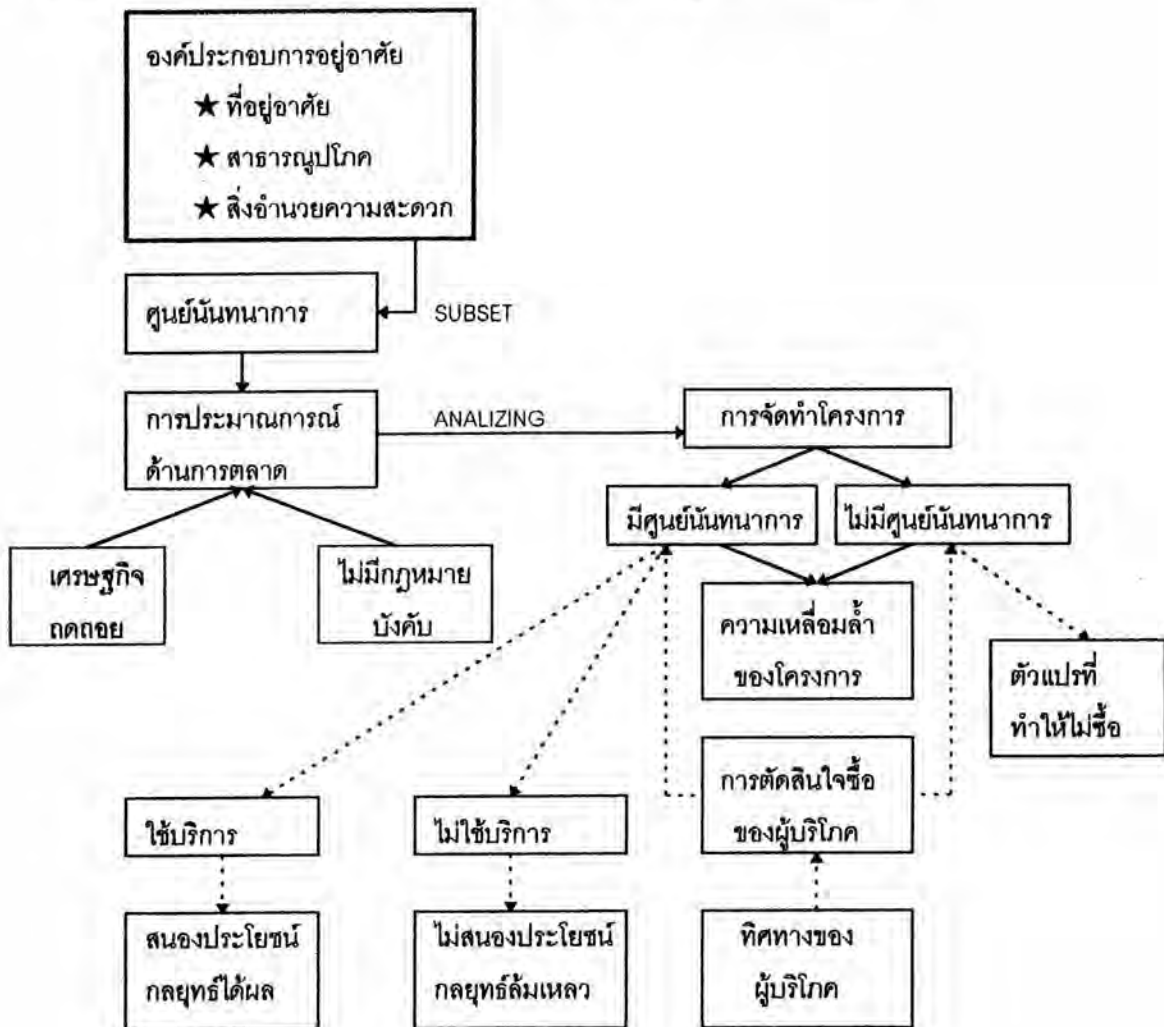
ความสมบูรณ์ในการเป็นที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรจำเป็นต้องมีองค์ประกอบชุมชน นอกจากการมีสาธารณูปโภคที่มีมาตรฐานตามที่กำหนดไว้ในข้อกำหนดจัดสรร พ.ศ. 2535 อยู่แล้ว ศูนย์นันทนาการมักเป็นองค์ประกอบชุมชนที่ผู้ประกอบการหมู่บ้านจัดสรรนำมาใช้เป็นกลยุทธ์การตลาดสูงเมื่อเปรียบเทียบกับองค์ประกอบชุมชนด้านอื่นๆ เนื่องจากมีการดูแลจัดการ และใช้งบประมาณการลงทุนที่ต่ำกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับราคาปานกลางที่มีชนชั้นกลางอาศัยอยู่มาก ชั้นนี้จะมีความคาดหวังกับชุมชนที่อยู่อาศัยของตนเองสูงมาก พวกเขาต้องการประโยชน์ใช้สอยที่ดีและมีคุณภาพ รวมถึงมีแนวโน้มของวิถีชีวิตที่ค้ำประกันเรื่องสุขภาพ และการใช้เวลาว่างมากขึ้นเรื่อยๆ¹ และในภาวะการแข่งขันสูงเช่นในปัจจุบันจากภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอยนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 ทำให้ทุกระดับโครงการต่างพากันหากกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้สามารถพ่วงสถานการณ์การขายของโครงการไปได้ โดยการเน้นให้ผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง (Consumer Oriented) หรือการรู้ความต้องการของผู้บริโภคนั้นเอง² ผู้ประกอบการบางโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับราคาปานกลางจึงอาศัยสถานการณ์เหล่านี้มาแปรเป็นโอกาสในการจัดทำโครงการ และให้ศูนย์นันทนาการเป็นการลงทุนเพื่อการตลาด ทั้งนี้เพื่อกระตุ้นยอดขายและสถานภาพทางการตลาดของโครงการนั้นๆ ทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำด้านคุณภาพในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการและส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการ ดังนั้นการสร้างศูนย์นันทนาการของโครงการจึงอยู่ในประเด็นที่ว่าเป็นเพียงการแสดงคุณภาพของโครงการว่า “มี” ศูนย์นันทนาการเท่านั้น หรือเพื่อเป็นการให้บริการที่เกิดคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยด้วย และในการจัดเตรียมศูนย์นันทนาการนี้แม้ว่าจะเป็นสถานที่ที่ช่วยสร้างเสริมพัฒนาการและเพิ่มคุณภาพชีวิตให้แก่ผู้ที่อยู่ในโครงการต่างๆ แต่ก็ยังไม่มีมาตรการใดๆจากทางภาครัฐบาลที่จะกำหนดพื้นที่ด้านนันทนาการของโครงการจัดสรรอย่างจริงจัง จะมีเพียงข้อกำหนดจัดสรร พ.ศ. 2535 ที่ออกความต่อเนื่องจากประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 286 ที่ให้โครงการจัดสรรที่ดินมีพื้นที่เพื่อสาธารณะ 5 เปอร์เซ็นต์ของเนื้อที่โครงการเท่านั้น ซึ่งถ้าหากไม่มีการเอาใจใส่ต่อพื้นที่บริเวณดังกล่าว ก็อาจกลับกลายเป็นปัญหาได้ เช่น การรกร้าง หรือ การเป็น

¹ George Torkildsen. *Leisure and Recreation Management*. F S FM SPON, 1992, P. 171-173.

² ธนาคารอาคารสงเคราะห์. รายงานสถานการณ์ที่อยู่อาศัยปี 2538 และแนวโน้มปี 2539. “กลยุทธ์การตลาดต่อสังหาริมทรัพย์ในภาวะการแข่งขันรุนแรง” หน้า 70.

แหล่งข้อมูลในทางมิชอบ การเตรียมศูนย์นันทนาการจึงขึ้นกับแนวความคิดและการกำหนดเองของผู้ประกอบการและผู้ออกแบบเท่านั้น³ ซึ่งสรุปประเด็นปัญหาได้ดังแผนภาพคือ

แผนภูมิ 1.1 ปัญหาของโครงการหมู่บ้านที่เกี่ยวข้องกับศูนย์นันทนาการ



ดังนั้นเพื่อการพัฒนาธุรกิจบ้านจัดสรรให้ประสบความสำเร็จทั้งทางด้านการตลาดและคุณภาพนั้น จำเป็นต้องพัฒนาองค์ประกอบชุมชนด้วย โดยเฉพาะในองค์ประกอบชุมชนที่ใช้เป็นกลยุทธ์การตลาดได้อย่างศูนย์นันทนาการ ที่สามารถช่วยพัฒนาสภาพแวดล้อมทางกายภาพของโครงการให้เป็นแหล่งที่อยู่อาศัยที่มีความหมายมากยิ่งขึ้น เพราะทำให้ผู้อยู่อาศัยเกิดคุณภาพชีวิตจากการที่สามารถใช้เวลาว่างในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ เกิดความพึงพอใจและไม่ขัดต่อวัฒนธรรม

³ ประดิษฐ์ ขวชาติ. การประเมินโครงการบ้านจัดสรรเอกชนในด้านก... (ชื่อของผู้อยู่อาศัยที่มีต่อองค์ประกอบชุมชนที่อยู่อาศัย). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ. 2529, หน้า 1-2.

ของสังคม⁴ ข้อมูลด้านพฤติกรรมของการอยู่อาศัยในหมู่บ้านจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อที่จะสามารถทราบความต้องการที่แท้จริงของผู้อยู่อาศัยเกี่ยวกับศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรร รายงานวิจัยนี้จึงเป็นการวิเคราะห์ศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับราคาปานกลางที่มีการอยู่อาศัยของผู้มีรายได้ต่อครอบครัว ต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท ตามการจัดระดับการอยู่อาศัยของการเคหะแห่งชาติ และอยู่ในเขตกรุงเทพฯ ชั้นกลางหรือชั้นนอก ถึงการมีทัศนคติด้านแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อ และด้านกายภาพของศูนย์นันทนาการในโครงการ เพื่อทราบผลการวิเคราะห์ที่ศูนย์นันทนาการกระทบต่อการพัฒนาที่อยู่อาศัย และเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจหมู่บ้านจัดสรรระดับราคาปานกลางให้มีประสิทธิภาพทั้งทางด้านการตลาด และกายภาพต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

1). วิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดของโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับราคาปานกลางที่มีศูนย์นันทนาการ อันมีอิทธิพลต่อกลุ่มบุคคลต่างๆ ได้แก่

ผู้ประกอบการ	วิเคราะห์ด้านการให้ศูนย์เป็นกลยุทธ์การตลาด
ผู้อยู่อาศัย	วิเคราะห์ด้านการมีศูนย์นันทนาการเป็นปัจจัยในการตัดสินใจซื้อพักอาศัย
ผู้ต้องการอยู่อาศัย	วิเคราะห์ด้านการมีศูนย์นันทนาการเป็นแรงจูงใจเพื่อการตัดสินใจซื้อที่พักอาศัย

2). วิเคราะห์การตอบสนองการใช้ประโยชน์ศูนย์นันทนาการของผู้อยู่อาศัย

3). ศึกษาองค์ประกอบด้านกายภาพของศูนย์นันทนาการในหมู่บ้านจัดสรรระดับราคาปานกลาง รวมถึงปัญหาและแนวทางแก้ไขปรับปรุงทั้งในทัศนะของผู้ประกอบการ และผู้อาศัยในโครงการ

4). เสนอแนวทางพัฒนาศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับราคาปานกลาง

1.3 ขอบเขตการศึกษา

วิเคราะห์ทัศนคติด้านกายภาพและการตลาดที่มีต่อศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับราคาปานกลางในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับโครงการที่อยู่อาศัย คือ ผู้ประกอบการ ผู้อยู่อาศัย และผู้ต้องการอยู่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรร เพื่อเสนอแนวทางพัฒนาศูนย์นันทนาการในโครงการ และผลกระทบต่อการพัฒนาที่อยู่อาศัย

⁴ ศึกษามาจาก "Function of Community Recreation". Land and Leisure, P. 378-382.

1.4 คำจำกัดความ

1). *ศูนย์นันทนาการ*⁵ หมายถึง สถานที่ที่บุคคลมากระทำกิจกรรมในเวลาว่างที่ทำให้เกิดความพึงพอใจและความสนุกสนาน โดยไม่ขัดต่อวัฒนธรรมของสังคมนั้น อันมีองค์ประกอบ 2 ส่วน คือ

1.1) ส่วนกลางแจ้ง (Outdoor) ได้แก่

- สนามหรือคอร์ทที่ใช้เล่นเกมต่างๆ เช่น สนามบาสเกตบอล สนามวอลเลย์บอล
- พื้นที่หรือส่วนที่สามารถใช้เล่นออกกำลังกายได้ เช่น ทางวิ่งจักรยาน ทางวิ่งของคน
- ส่วนโครงสร้าง เช่น ที่นั่งมีที่กันแดด ที่อาบฝักบัวริมสระ
- ส่วนอุปกรณ์ เช่น ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ตม่น้ำสาธารณะ
- พื้นที่พิเศษ หรือ พื้นที่เพื่อกิจกรรมเฉพาะอย่าง เช่น ที่แสดงดนตรี ที่แสดงศิลปะ

1.2) ส่วนในอาคาร (Indoor) แบ่งตามประโยชน์ใช้สอยคือ

- อาคารที่ใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง เช่น คลับเฮาส์
- อาคารที่ใช้ประโยชน์ได้อย่างเดียว เช่น สระว่ายน้ำ โรงภาพยนตร์
- อาคารบริการ เช่น ห้องอาหาร ร้านค้า โบท์เฮาส์

2). *กายภาพของศูนย์นันทนาการ*⁶ ได้แก่

- 2.1) ตำแหน่งที่ตั้งและการจัดพื้นที่ส่วนต่างๆ
- 2.2) พื้นที่ใช้สอยต่างๆที่เพียงพอ
- 2.3) ความง่ายในการติดต่อและควบคุมดูแล
- 2.4) ทางเข้า และความสัมพันธ์กับทางเข้าโครงการ
- 2.5) ข้อดีประโยชน์โดยธรรมชาติของประโยชน์ใช้สอย
- 2.6) ความปลอดภัย
- 2.7) ความสวยงาม ความกลมกลืนต่อสภาพแวดล้อม

1.5 วิธีการวิจัย

- 1). กำหนดประเด็นปัญหา วัตถุประสงค์ และขอบเขตการศึกษา
- 2). เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จาก

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

⁶ Ibid.

2.1) ข้อมูลปฐมภูมิโดย

2.1.1) สํารวจทัศนคติของผู้ประกอบการโดยการสัมภาษณ์ ในด้านที่เกี่ยวกับศูนย์นันทนาการของหมู่บ้าน โดยคัดเลือกโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับราคาปานกลางที่ทั้งมีและไม่มีศูนย์นันทนาการในโครงการ โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามคุณสมบัติที่กำหนด

2.1.2) สํารวจทัศนคติของผู้อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่คัดเลือกมา โดยการสุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยตามพื้นที่ของหมู่บ้าน (Cluster or Area Sampling) แล้วใช้แบบสอบถาม เพื่อวิเคราะห์ประเด็นการร่วมกิจกรรม การใช้บริการในศูนย์นันทนาการ การพิจารณาศูนย์นันทนาการของหมู่บ้านเป็นปัจจัยการซื้อบ้าน รวมถึงปัญหาและแนวความคิดการปรับปรุงด้วย

2.1.3) สํารวจทัศนคติของผู้ต้องการอยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับราคาปานกลาง โดยใช้แบบสอบถาม จากการเข้าชมโครงการขายในปัจจุบันที่ได้คัดเลือกไว้ในแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เรื่องศูนย์นันทนาการของหมู่บ้านในประเด็นเหตุจูงใจในการพิจารณาโครงการ และการใช้เวลาด้านนันทนาการในปัจจุบัน

2.2) ข้อมูลทุติยภูมิโดย

2.2.1) ศึกษารายละเอียดด้านกายภาพของศูนย์นันทนาการในโครงการที่มี ข้อมูลทุติยภูมิแบบทางสถาปัตยกรรม

2.2.2) ข้อมูลทุติยภูมิจากหน่วยราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้องที่กล่าวมา

2.2.3) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.2.4) ได้ผลการวิจัยจากสรุปการวิเคราะห์ เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านที่ตอบสนองกับการใช้งานของผู้บริโภค รวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้อง

1.6 กลุ่มประชากรและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับศูนย์นันทนาการในหมู่บ้านจัดสรรระดับราคาปานกลาง ดังนั้นกลุ่มประชากรที่เกี่ยวข้องที่ทำการศึกษาได้แก่ ผู้ลงทุน ผู้จัดการโครงการ ผู้อยู่อาศัยและผู้ต้องการอยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับราคาปานกลาง

โครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับราคาปานกลางจะมีการกระจายตัวอยู่ในเขตชานเมืองกรุงเทพฯ และปริมณฑล สรุปรายชื่อข้อมูล Agency for Real Estate Affairs ปี 2537-2539¹ ได้แก่

- 1). สุขาภิบาล 3
- 2). รัตนาธิเบศร์
- 3). บางพลี
- 4). รามอินทรา
- 5). วงแหวน-บางแกว

จากกลุ่มประชากร ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยมีขั้นตอนการพิจารณาดังนี้

1). แบ่งกลุ่มประชากรซึ่งในที่นี้ได้แก่ หมู่บ้านจัดสรรระดับราคาปานกลางตามเขตพื้นที่ (Area Sampling) 5 เขตข้างต้น

2). เลือกกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มประชากรในแต่ละเขตครบทุกเขตโดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง(Purposive Sampling) โดยอาศัยเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกโครงการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างคือ ราคาขายของโครงการที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกันเพื่อความสามารถในการเปรียบเทียบ มีระยะเวลาการก่อสร้างและเริ่มโครงการอยู่ในช่วงระหว่างปี 2535-2539

มีจำนวนหน่วยในโครงการที่ใกล้เคียงกันคือเป็นโครงการขนาดกลางตามข้อกำหนดจัดสรร มีหน่วยที่พักอาศัย 100-499 แปลง

โดยมีทั้งโครงการที่มีศูนย์นันทนาการให้แก่ผู้อยู่อาศัยและใช้ศูนย์นันทนาการเป็นแผนการตลาดอย่างชัดเจนและไม่มี อย่างละประมาณ 4 โครงการ รวมถึงผู้บริหารโครงการที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการให้ข้อมูลต่างๆแก่ผู้วิจัย

3). เมื่อทำการคัดเลือกโครงการที่จะใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยแล้ว นอกจากจะสัมภาษณ์ผู้จัดการโครงการ ยังทำการเลือกผู้อยู่อาศัยในโครงการโดยการสุ่มตัวอย่างตามพื้นที่ของโครงการหมู่บ้านจัดสรรนั้น (Area Sampling) เพื่อการวิจัยด้านทัศนคติ ปัจจัยการตัดสินใจซื้อ และการใช้บริการจริงของผู้อยู่อาศัยนั้นด้วย โดยวางกรอบประชากรเบื้องต้นในกลุ่มที่มีและไม่มีศูนย์นันทนาการในโครงการ กลุ่มละ 100 ตัวอย่าง

4). สุ่มตัวอย่างผู้ที่ต้องการอยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับราคาปานกลาง 100 ตัวอย่าง จากการเข้าชมโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับราคาปานกลางที่เปิดตัวทั่วไป โดยการสุ่มตัวอย่างโครงการแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อการวิจัยด้านทัศนคติ แรงจูงใจ และการใช้เวลาด้านนันทนาการก่อนการอยู่อาศัยในหมู่บ้าน

¹ สรุปรายชื่อโครงการประเมินสถานการณ์การขายของปี 2537-2539 ของ Agency for Real Estate ที่ได้แจกแจงทำเล แบบบ้าน ระดับราคาทั้งโครงการที่เข้าตลาดในปีนั้นแล้ว และโครงการเกิดใหม่ในปีเดียวกัน รวมถึงสถานการณ์การขายและการคาดการณ์การขาย

1.7 สมมติฐาน

- 1). ศูนย์นันทนาการจำเป็นต้องมีในโครงการหมู่บ้านจัดสรร
- 2). ผู้อยู่ในโครงการที่มีศูนย์นันทนาการจะได้เปรียบผู้ที่อยู่ในโครงการที่ไม่มีศูนย์นันทนาการ โดยจะมีคุณภาพชีวิตและสภาพแวดล้อมของการอยู่อาศัยดีกว่า
- 3). ศูนย์นันทนาการสามารถเป็นสิ่งจูงใจในการซื้อบ้านได้
- 4). ผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับราคาปานกลาง มีทัศนะในการให้ศูนย์นันทนาการเป็นการลงทุนเพื่อการตลาดที่ใช้ได้ผล
- 5). ผู้ประกอบการจัดเตรียมศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้าน ไม่ตอบสนองกับการใช้บริการของผู้อยู่อาศัย
- 6). องค์ประกอบของศูนย์นันทนาการในโครงการหมู่บ้านจัดสรรระดับราคาปานกลาง ควรมีทั้งแบบภายในและภายนอกอาคาร
- 7). โครงการหมู่บ้านในอนาคตที่มีการจัดสรรตั้งแต่ 100 แปลงขึ้นไป ควรมีศูนย์นันทนาการในโครงการ

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1). ทราบทัศนคติและแนวนโยบายดำเนินการของผู้ประกอบการโครงการหมู่บ้านจัดสรรในด้านการให้ศูนย์นันทนาการเป็นกลยุทธ์การตลาดของโครงการ
- 2). ทราบทัศนคติเกี่ยวกับศูนย์นันทนาการในด้านการเป็นเหตุจูงใจและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อที่พักอาศัยในโครงการ
- 3). ทราบแนวทางการจัดเตรียมศูนย์นันทนาการในหมู่บ้านจัดสรรที่ตอบสนองกับการใช้บริการของผู้อยู่อาศัย
- 4). ทราบประเด็นปัญหาและแนวทางการแก้ไขปรับปรุงด้านกายภาพของศูนย์นันทนาการของโครงการหมู่บ้านจัดสรร ทั้งในทัศนะของผู้ประกอบการและผู้อยู่อาศัย
- 5). ทราบแนวทางการพัฒนาส่วนนันทนาการของที่อยู่อาศัยในอนาคต