

การศึกษาแนวโน้มรูปแบบความต้องการบ้านเดี่ยวในโครงการหมู่บ้านจัดสรร

Analysis of Demand Trends for Single-Detached Houses in Residential Housing Estates

นาย ปธานินทร์ ฐิทธิพัต

นาย ณภัทร ชุนณวงษ์

อาจารย์ที่ปรึกษา : รศ.ดร.นพดล จอแก้ว

ภาควิชาวิศวกรรมโยธา คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จ.กรุงเทพฯ

บทคัดย่อ

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการหมู่บ้านจัดสรรนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อประเมินความเหมาะสมและศักยภาพของการพัฒนาโครงการในด้านต่างๆ ทั้งในด้านการตลาด เศรษฐกิจ การเงิน และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยเฉพาะการวิเคราะห์ความต้องการของตลาด ในพื้นที่เป้าหมาย การประเมินคู่แข่งในตลาด และการคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมถึงการวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่อาจมีผลกระทบ ต่อโครงการ เช่น อัตราดอกเบี้ย ภาวะตลาดที่อยู่อาศัย และความสามารถในการซื้อของประชาชน รวมถึงปัจจัยทางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการยอมรับของชุมชนและการดำเนินโครงการในระยะยาว การศึกษานี้ยังช่วยให้ผู้พัฒนาสามารถตัดสินใจเกี่ยวกับการลงทุนและการออกแบบโครงการที่มี ศักยภาพสูง เพื่อลดความเสี่ยงและเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จในระยะยาว โดยเฉพาะการรักษาความพึงพอใจของผู้บริโภคและการเพิ่มมูลค่า ให้กับอสังหาริมทรัพย์ในอนาคต

คำสำคัญ: ความเป็นไปได้ของโครงการ, หมู่บ้านจัดสรร, ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์, กรุงเทพฯ และปริมณฑล

Abstract (Subject without numbering)

The feasibility study of the housing development project aims to assess the suitability and potential of the project in various aspects, including marketing, economics, finance, and factors related to real estate development. It particularly focuses on analyzing market demand in the target area, evaluating market competition, and forecasting future changes. Additionally, it includes an analysis of economic factors that may impact the project, such as interest rates, housing market conditions, and the purchasing power of consumers, as well as social and environmental factors that influence community acceptance and the long-term success of the project. This study will also help developers make informed decisions regarding investments and project design with high potential, reducing risks and increasing the likelihood of long-term success, particularly in terms of maintaining customer satisfaction and enhancing property value in the future.

Keywords: Project feasibility, Housing development, Factors related to real estate development, Bangkok and surrounding areas

1. บทนำ

แนวคิดเรื่องการพัฒนาแบบที่อยู่อาศัยของคนไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย โดยในอดีตบ้านเรือนมักออกแบบให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต เช่น บ้านใต้ถุนสูงเพื่อรับมือกับน้ำท่วม การใช้วัสดุธรรมชาติ และการอยู่ร่วมกันแบบเรือนหมู่ ส่วนในปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยนโดยเน้นความสะดวกสบายด้วยเทคโนโลยี เช่น การใช้ไฟฟ้า เครื่องใช้ไฟฟ้า ระบบอัตโนมัติ และพื้นที่ส่วนตัวที่ชัดเจนมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม สภาพภูมิอากาศของประเทศไทย โดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร ยังคงส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิต เช่น ภัยแล้งในฤดูแล้ง น้ำท่วมในฤดูฝน และฝุ่น PM 2.5 ในฤดูหนาว นอกจากนี้ ปัญหาการจราจรและความแออัดของเมืองก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ควรพิจารณาในการออกแบบที่อยู่อาศัยในอนาคต

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาว่าแนวโน้มความต้องการที่อยู่อาศัยในรูปแบบบ้านเดี่ยวในโครงการหมู่บ้านจัดสรร สิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมผู้บริโภคแบบใด ที่เหมาะสมในการพัฒนาโครงการที่พักอาศัยรูปแบบใหม่ให้ตอบโจทย์วิถีชีวิตของคนกรุงเทพฯ ในอีก 10 ปีข้างหน้า โดยผสมผสานนวัตกรรมกับบริบทท้องถิ่นเพื่อให้เกิดความยั่งยืนและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

2. หลักการ ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 การศึกษาแนวโน้มของบ้านจัดสรรเชิงการออกแบบ

บ้านจัดสรรเป็นรูปแบบที่อยู่อาศัยที่มีบทบาทสำคัญในชีวิตคนเมือง โดยเฉพาะในยุคที่การขยายตัวของชุมชนเมืองเติบโตอย่างรวดเร็ว การออกแบบบ้านจัดสรรจึงไม่ได้พิจารณาแค่ความงามและการใช้สอยเท่านั้น แต่ยังต้องคำนึงถึงบริบททางสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว แนวโน้มทางสถาปัตยกรรมและการก่อสร้างของบ้านจัดสรรในปัจจุบันจึงสะท้อนความต้องการและรูปแบบการใช้ชีวิตของคนในยุคสมัยใหม่ได้อย่างชัดเจน

2.2 การศึกษาแนวโน้มของบ้านจัดสรรเชิงนวัตกรรม

ในโลกยุคใหม่ที่เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วความคาดหวังของผู้บริโภคในที่อยู่อาศัยก็เปลี่ยนไปเช่นกัน บ้านจัดสรรในอดีตมุ่งเน้นเพียงแค่การตอบสนองความต้องการด้านพื้นที่และการอยู่อาศัยพื้นฐาน แต่ในปัจจุบัน “นวัตกรรม” กลายเป็นหัวใจสำคัญในการออกแบบ พัฒนา และบริหารจัดการบ้านจัดสรร ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี การออกแบบ การก่อสร้าง ไปจนถึงการใช้ชีวิตของผู้อยู่อาศัย

2.2.1 สมาร์ทโฮม (Smart Home Integration)

ในยุคที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในทุกด้านของชีวิตประจำวัน การพัฒนาโครงการบ้านจัดสรรจึงไม่ได้จำกัดอยู่แค่เรื่องของทำเลหรือดีไซน์อีกต่อไป แต่ได้ก้าวสู่การออกแบบที่ผสานกับ “ระบบบ้านอัจฉริยะ” (Smart Home) เพื่อยกระดับคุณภาพการอยู่อาศัยให้ทันสมัย สะดวก และปลอดภัยมากยิ่งขึ้น[1]

2.2.2 นวัตกรรมด้านการออกแบบและการใช้สอย (Design Innovation)

เพื่อตอบโจทย์วิถีชีวิตแบบใหม่ที่บ้านต้องเป็นทั้งที่อยู่อาศัย ออฟฟิศ โรงเรียน หรือฟิตเนสในเวลาเดียวกัน การออกแบบพื้นที่ที่สามารถปรับเปลี่ยนการใช้งานได้กลายเป็นนวัตกรรมที่สำคัญ บ้านสามารถเพิ่มเติมหรือลดส่วนต่าง ๆ ได้ตามการขยายของครอบครัว หรือเปลี่ยนแปลงตามช่วงวัย เช่น สามารถเพิ่มห้องผู้สูงอายุในอนาคตได้ หรือเปลี่ยนห้องเก็บของให้กลายเป็นห้องทำงาน

2.2.3 นวัตกรรมด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน (Sustainable Innovation)

บ้านจัดสรรที่ผลิตพลังงานใช้เองได้ทั้งหมด เช่น จากพลังงานแสงอาทิตย์ หรือพลังงานลม และมีการออกแบบให้อยู่สบายโดยไม่ต้องพึ่งพาระบบปรับอากาศมาก รวมถึงการวางระบบน้ำเสียที่สามารถกรองและนำกลับมาใช้รดน้ำต้นไม้ หรือระบบจัดการขยะอินทรีย์ในระดับครัวเรือน เป็นอีกแนวทางที่บ้านจัดสรรบางแห่งเริ่มนำมาใช้

2.2.4 นวัตกรรมด้านการบริหารจัดการและบริการ (Service Innovation)

แอปพลิเคชันบริหารโครงการ คือ เครื่องมือหรือระบบซอฟต์แวร์ที่ถูกพัฒนาเพื่อช่วยในการ วางแผน ติดตาม ควบคุม และประสานงานภายในโครงการต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในโครงการที่มีหลายฝ่ายเกี่ยวข้อง เช่น งานก่อสร้าง บ้านจัดสรร คอนโดมิเนียม หรือแม้แต่โครงการภายในองค์กร แอปเหล่านี้สามารถใช้งานได้ผ่านคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต หรือสมาร์ทโฟน ทำให้ทีมงานสามารถเข้าถึงข้อมูลแบบเรียลไทม์ ลดความล่าช้าในการสื่อสาร และเพิ่มความแม่นยำในการตัดสินใจ

2.3 การศึกษาแนวโน้มของบ้านจัดสรรเชิงทำเลที่ตั้งของโครงการ

ทำเลที่ตั้งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดประการหนึ่งของการพัฒนาโครงการบ้านจัดสรร เนื่องจากส่งผลโดยตรงต่อมูลค่าอสังหาริมทรัพย์ ความสะดวกในการใช้ชีวิต และศักยภาพการเติบโตของพื้นที่ในอนาคต แนวโน้มในด้านนี้จึงไม่ได้พิจารณาเพียงแค่ “อยู่ใกล้เมือง” อีกต่อไป แต่รวมถึงปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน ความเชื่อมโยงทางคมนาคม และรูปแบบการพัฒนาเมืองในระยะยาว

2.3.1 การเติบโตของเมืองรองและพื้นที่รอบนอก

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยได้เห็นแนวโน้มการขยายตัวของเมืองจากศูนย์กลางขนาดใหญ่ ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเติบโตนี้ได้แก่ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน รถไฟฟ้า รถไฟความเร็วสูง และสนามบิน การกระจายการลงทุนของภาครัฐและเอกชน รวมถึงนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจในภูมิภาค เช่น โครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) [2]

2.3.2 ทำเลที่สอดคล้องกับโครงข่ายคมนาคมสมัยใหม่

แนวโน้มพัฒนาโครงการตามแนวรถไฟฟ้า (ทั้งในกรุงเทพฯ และปริมณฑล) หรือแนวทางด่วนหลัก เช่น ทางด่วนมอเตอร์เวย์ ทำให้ผู้อยู่อาศัยสามารถเดินทางเข้าเมืองหรือเดินทางข้ามจังหวัดได้สะดวก

2.4 การศึกษาแนวโน้มของบ้านจัดสรรเชิงการตลาด (Marketing)

ในการศึกษาครั้งนี้ นำแนวคิดทั้ง 4 ปัจจัยมาใช้ในการออกแบบแบบสอบถาม โดยมีการแบ่งหัวข้อดังนี้:

- ด้านราคา (Price): การซื้อ-ขายอสังหาริมทรัพย์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ
- ด้านสินค้า (Product): การออกแบบสถาปัตยกรรม เช่น สไตล์, ฟังก์ชัน, และจำนวนห้องนอน ห้องน้ำที่ต้องการ
- ด้านทำเลที่ตั้ง (Place): ทำเลที่ตั้งของโครงการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้ใกล้เคียง
- ด้านโปรโมชั่น (Promotions): สิทธิพิเศษหรือโปรโมชั่นที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจในการส่งเสริมการขาย

2.4.1 การเปลี่ยนจาก "ขายสินค้า" สู่ "ขายประสบการณ์การอยู่อาศัย"
โครงการบ้านจัดสรรยุคใหม่เน้นการสร้างภาพลักษณ์และประสบการณ์การใช้ชีวิตมากกว่าการขายพื้นที่ ตัวอย่างเช่น การจำลองไลฟ์สไตล์ผ่านบ้านตัวอย่าง การนำเสนอคลิกวิดีโอเสมือนจริง หรือการจัดอีเวนต์ภายในโครงการให้ผู้ซื้อรู้สึกถึงการ "ใช้ชีวิตจริง"

2.4.2 การปรับกลยุทธ์ตามกลุ่มลูกค้าเฉพาะ (Segmentation & Targeting)

กลุ่มคนรุ่นใหม่ (Young Urban Buyers) กลุ่มคนทำงานรุ่นใหม่เน้นบ้านราคาเข้าถึงได้ การเดินทางสะดวก และมีความยืดหยุ่นด้านการเงิน ส่งผลให้บ้านจัดสรรต้องมีแคมเปญการตลาดที่ผสมผสานความทันสมัย เข้าถึงง่าย และมีแผนผ่อนแบบยืดหยุ่น

กลุ่มผู้สูงอายุ / ครอบครัววัย โครงการต้องมีการตลาดที่เน้นฟังก์ชันเพื่อผู้สูงอายุ เช่น บ้านชั้นเดียว ทางลาด ปุ่มเรียกฉุกเฉิน รวมถึงโปรโมชั่นแวดล้อมที่เจ็บสบหรือชุมชนที่เป็นมิตร

ตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Markets) เช่น บ้านสำหรับคนรักสัตว์ เลี้ยง บ้านที่รองรับการทำงานที่บ้าน หรือบ้านที่ออกแบบตามหลักฮวงจุ้ย การตลาดแบบเฉพาะกลุ่มนี้ช่วยเพิ่มมูลค่าและสร้างความแตกต่างให้แบรนด์

2.4.3 แนวโน้มการใช้สื่อดิจิทัลและเทคโนโลยีในการทำตลาด

การใช้แพลตฟอร์มอย่าง Facebook, Google Ads, TikTok, YouTube และเว็บไซต์ Marketplace อสังหา กลายเป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงลูกค้า พร้อมกับการพัฒนาเว็บไซต์ที่สามารถจองบ้านออนไลน์ รวมถึงการใช้ Big Data และ CRM (Customer Relationship Management) เพื่อเก็บข้อมูลพฤติกรรมผู้ซื้อ วิเคราะห์ความสนใจ และปรับแผนการตลาดแบบ Personalized เช่น ส่งโปรโมชั่นเฉพาะบุคคล หรือ Retargeting โฆษณาเฉพาะกลุ่ม[3]

2.5 Likert Scale

Likert Scale คือ ชื่อเรียกของ Likert Rating Scales หรือ มาตรวัดของลิเคิร์ต เป็นมาตรวัดที่ใช้สำหรับให้ผู้แสดงระดับความคิดเห็นในแบบสอบถามปลายปิด (Close Ended Question) ที่จะมีตัวเลือกให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบตามระดับความเห็นด้วย เช่น เห็นด้วยมาก = 5 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1 [4]

นอกจากนี้ เมื่อผู้ออกแบบสอบถามเก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม และนำค่าที่ได้จาก Likert Scale มาหาค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่าง (หา X Bar) จะสามารถแปลผลความพึงพอใจหรือความเห็นด้วยของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามแนวคิด Likert Rating Scales ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.5 ถึง 5	= มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.5 ถึง 4.49	= มีความพึงพอใจในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.5 ถึง 3.49	= มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.5 ถึง 2.49	= มีความพึงพอใจในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1 ถึง 1.49	= มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

2.6 การวิเคราะห์จากสภาพแวดล้อมภายนอก (PESTLE Analysis)

การวิเคราะห์ PESTLE ช่วยให้พัฒนาโครงการบ้านจัดสรรเข้าใจ "บริบทภายนอก" ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อวางแผนกลยุทธ์อย่างยืดหยุ่นและตอบสนองต่อปัจจัยรอบด้านอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในยุคที่เศรษฐกิจและพฤติกรรมผู้บริโภคมีพลวัตสูง[5]

Political (การเมืองและนโยบาย) : นโยบายภาครัฐส่งเสริมการอยู่อาศัย, ความไม่แน่นอนทางการเมือง, การควบคุมผังเมืองและกฎหมายสิ่งแวดล้อม

Economic (เศรษฐกิจ) : อัตราดอกเบี้ย, กำลังซื้อของผู้บริโภค, การลงทุนของภาคเอกชนและต่างชาติ

Social (สังคมและพฤติกรรมผู้บริโภค) : การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างครอบครัว, วิถีชีวิตแบบ Work from Home, ผู้บริโภคมีความรู้และเปรียบเทียบมากขึ้น

Technological (เทคโนโลยี) : เทคโนโลยีการก่อสร้างสมัยใหม่, Smart Home, แพลตฟอร์มดิจิทัลและการตลาดออนไลน์

Environment (สิ่งแวดล้อม) : การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ, แรงกดดันด้านความยั่งยืน

Legal (กฎหมายและข้อบังคับ) : กฎหมายควบคุมอาคารและผังเมือง, ภาษีและค่าธรรมเนียมต่างๆ, การคุ้มครองผู้บริโภค

2.7 ข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย

ผลการสำรวจจากแบบสอบถาม DDproperty Thailand Consumer Sentiment Study ปี 2023 พบว่าความเชื่อมั่นด้านอสังหาริมทรัพย์ของผู้บริโภคไทยปรับเพิ่มขึ้นเป็น 50% จากปัจจัยบวกด้านความชัดเจนทางการเมือง แม้ยังมีข้อท้าทายด้านเศรษฐกิจและอัตราดอกเบี้ยที่กระทบต่อกำลังซื้อ โดยผู้บริโภคเพียง 15% เท่านั้นที่เห็นว่ารัฐบาลมีความพยายามเพียงพอในการสนับสนุนการซื้อที่อยู่อาศัย อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคกว่า 53% ยังมีแผนจะซื้อที่อยู่อาศัยภายใน 1 ปี สะท้อนถึงความต้องการที่อยู่อาศัยที่ยังคงมีแนวโน้มเติบโต โดยมีความพึงพอใจในตลาดปัจจุบันที่ระดับ 65% ซึ่ง

ชี้ให้เห็นว่าโครงการบ้านจัดสรรยังมีโอกาสเติบโตได้ หากคำนึงถึงทำเลที่ตั้ง ความสะดวกในการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวก และราคาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย.[6]

3.วัตถุประสงค์และขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จะทำการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวในโครงการจัดสรรที่ดินภายในเขตกรุงเทพมหานครในช่วงระยะเวลาอีก 10 ปีข้างหน้า หรือในปี พ.ศ. 2578 เพื่อคาดการณ์ถึงทิศทางของตลาดอสังหาริมทรัพย์ โดยเฉพาะในกลุ่มที่อยู่อาศัยแนวราบ ซึ่งได้รับความนิยมในกลุ่มครอบครัวที่ต้องการพื้นที่ใช้สอยที่มากขึ้น ความเป็นส่วนตัว และสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการอยู่อาศัยระยะยาว ทั้งนี้การวิเคราะห์จะพิจารณาจากปัจจัยหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การขยายตัวของระบบขนส่งมวลชน ความหนาแน่นของเมือง ตลอดจนผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมและเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อรูปแบบการใช้ชีวิตในอนาคต ซึ่งจะนำมาสู่ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาโครงการบ้านเดี่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการและความเป็นอยู่ของผู้บริโภคในยุคนั้นอย่างมีประสิทธิภาพ และในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดขอบเขตพื้นที่การศึกษาภายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีการพัฒนาโครงการจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยวสูง

4. ผลการดำเนินงานวิจัย

4.1 เกณฑ์การเลือกกลุ่มตัวอย่างการศึกษา

เกณฑ์การเลือกกลุ่มตัวอย่างการศึกษาในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ และ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

ซึ่งมีเกณฑ์การเลือกดังนี้กลุ่มที่ 1 ขั้นตอนการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ 4 ท่าน ต้องมีประสบการณ์การทำงานในสายงานที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่สัมภาษณ์อย่างน้อย 10 ปี และต้องมีคุณสมบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้

1. อยู่ในองค์กรที่เป็นสายงานที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่สัมภาษณ์
2. เคยพัฒนาโครงการหมู่บ้านจัดสรรมาแล้วมากกว่า 3 โครงการ
3. ทำงานอยู่ในตำแหน่ง อาจารย์ มหาวิทยาลัย หรืออยู่ในตำแหน่ง Generalmanager (GM) หรือ Managing director (MD) ขึ้นไป

ตารางที่ 1 คุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้เชี่ยวชาญ	อาชีพ	ตำแหน่ง
1. ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 1	นักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์	ผู้บริหาร
2. ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 2	อาจารย์มหาวิทยาลัย	ทำวิจัยและสอนในสาขาการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
3. ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 3	นักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์	เจ้าของบริษัท
4. ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 4	นักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์	เจ้าของบริษัท

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มที่ 2 กลุ่มเป้าหมายผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งหมด 137 คน แบ่งออกเป็น

ช่วงอายุ 22-25 จำนวน 101 คน

ช่วงอายุ 25-30 จำนวน 36 คน

และ ต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. เป็นบุคคลที่มีความรู้ทางด้านวิศวกรรมโยธา หรือ สถาปัตยกรรม ในช่วงอายุตามข้อที่ 1 เนื่องจากกลุ่มคนเหล่านี้สามารถช่วยกรองความเหมาะสมของหัวข้อที่ตั้งไว้ในแบบสอบถามอีกรอบหนึ่ง
2. บุคคลที่เกิดและเติบโตในกรุงเทพ อยู่อาศัยในกรุงเทพตั้งแต่เกิดจนถึงปัจจุบัน
3. บุคคลที่เกิดและเติบโตที่ต่างจังหวัด แต่เข้ามาศึกษา และทำงานที่กรุงเทพ เป็นกลุ่มคนที่มีแนวโน้มที่จะตั้งรกรากในกรุงเทพในอนาคต

4.2 ประเด็นคำตอบแบบสอบถามของผู้เชี่ยวชาญ ครั้งที่ 1 และ 2

เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มของการพัฒนาโครงการบ้านเดี่ยวในอนาคตอีก 10 ปีข้างหน้า การวิจัยนี้ได้กำหนดหัวข้อการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญไว้ใน 4 ประเด็นหลัก ดังนี้

4.2.1 การออกแบบ (Design) มุ่งสำรวจแนวโน้มด้านการออกแบบในอนาคต ทั้งในเชิงแนวคิด การวางผัง รูปแบบภายนอกและภายในบ้าน รวมถึงวัสดุ โทนสี และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเน้นถึงทิศทางที่อาจเกิดขึ้นในอีก 10 ปีข้างหน้า

4.2.2 เทคโนโลยี (Technology) ศึกษาการคาดการณ์แนวโน้มการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในโครงการ เช่น เทคโนโลยีประหยัดพลังงาน เทคโนโลยีเพื่อสิ่งแวดล้อม ระบบอำนวยความสะดวกภายในบ้าน ระบบเพื่อผู้สูงอายุและคนทั้งมวล รวมถึงเทคโนโลยีด้านสุขอนามัย

4.2.3 ทำเลที่ตั้ง (Location) วิเคราะห์แนวโน้มความนิยมของทำเลที่ตั้งในอนาคต ทั้งในด้านราคาที่ดิน ทำเลที่เป็นที่ต้องการ และการนำศาสตร์ความเชื่อมาประกอบในการเลือกทำเลและพัฒนาโครงการ

4.2.4 การตลาด (Marketing) มุ่งเน้นการประเมินแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค ช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ตลอดจนบริการหลังการขายที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าในอนาคต

4.3 ผลจากการสัมภาษณ์และการทำสอบถามของผู้เชี่ยวชาญ

รอบที่ 1 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

ผลจากการสัมภาษณ์ผู้มีประสบการณ์ในด้านการพัฒนาโครงการหมู่บ้านจัดสรร สรุปได้เป็น 4 ประเด็นหลัก:

- ด้านการออกแบบ
ผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญกับการออกแบบที่มีวัสดุคุณภาพดี เรียบง่าย มีพื้นที่ใช้สอยที่ยืดหยุ่น รองรับไลฟ์สไตล์ใหม่ เช่น การทำงานที่บ้าน (Work from Home) และการออกแบบเพื่อผู้สูงอายุในครอบครัว
- ด้านเทคโนโลยี
แนวโน้มมุ่งเน้นไปที่เทคโนโลยี Smart Home โดยเฉพาะอุปกรณ์ที่ควบคุมผ่านสมาร์ทโฟน และระบบความปลอดภัยที่สามารถตรวจจับและแจ้งเตือนความผิดปกติได้ทันที
- ด้านทำเลที่ตั้ง
ทำเลที่ได้รับความนิยมคือพื้นที่ชานเมืองที่เข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล โรงเรียน

8	ในเรื่องของการหาดี จะเลือกใช้ที่มีความเหมาะสมกับพื้นที่เป็นลักษณะที่ก่อให้เกิดความสวยงามและง่ายต่อการดูแลรักษา สีขาว สีเทา สีน้ำตาล สีเขียว เป็นต้น	3	4	4	4	3.75
9	การ design พื้นที่รอบบ้านจะมีการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในสวนหลังบ้าน	3	5	3	5	4.00
10	การ Design แบบบ้านควรรองรับได้เหมาะสมกับทุกช่วงวัย (บ้านควรรองรับทั้งเด็กและผู้สูงอายุ เช่น ไม่มีขั้นบันได / ไร้ประตูบานเลื่อน , ...)					
11	เพิ่มทางเลือกสำหรับพื้นที่จอดรถไว้ในพื้นที่บริเวณกลางแจ้งในโครงการ เช่น บริเวณ Club House เป็นต้น	5	5	5	5	5.00
12	การมี Club House ภายในโครงการเพื่อเป็นพื้นที่สำหรับการทำกิจกรรมของลูกบ้าน เช่น หอประชุม สนามเด็กเล่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนส เป็นต้น	4	4	5	4	4.25
13	เพิ่มที่จอดรถไฟฟ้า (EV Charger) ในส่วนของโครงการ	5	5	3	4	4.25
14	การออกแบบบ้านจะคำนึงถึงสุขภาพของผู้อยู่อาศัย โดยการสร้างพื้นที่สำหรับการออกกำลังกาย การทำสมาธิ และการพักผ่อน รวมถึงการใช้วัสดุที่ปลอดภัย เพื่อส่งเสริมสุขภาพกายและจิตใจ	5	5	5	5	5.00
15	มีการ Design พื้นที่ในสวนเป็นแบบ Flexible Space (พื้นที่ส่วนนี้สามารถปรับเปลี่ยนได้ เช่น มุมทำงานที่เปลี่ยนเป็นห้องนอนชั่วคราวได้ , พื้นที่ได้นั่งพักผ่อนหรือเป็นมุมพักผ่อนได้ เป็นต้น)	4	4	4	5	4.25
16	มีการนำเทคโนโลยีวิทยาศาสตร์มาปรับปรุงเปลี่ยนวัสดุความแข็งแรงสูง เพื่อลดปัญหาการทรุดตัวที่อาจเกิดขึ้นได้	4	4	4	3	3.75
17	ในการก่อสร้างบ้าน จะใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ความปลอดภัยและคุณภาพ เช่น เครื่องปรับอากาศอัจฉริยะที่สามารถควบคุมได้ผ่าน Smart Phone เซ็นเซอร์วัดอุณหภูมิวัดความชื้นแบบเรียลไทม์และแจ้งเตือนเมื่อมีความผิดปกติ เป็นต้น เพื่อประหยัดพลังงานและค่าไฟฟ้า และมีสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น	4	4	5	4	4.25
18	มีการติดตั้งเทคโนโลยี Smart Home ที่สามารถสั่งการได้ผ่าน Smart Phone เช่น เครื่องปรับอากาศอัจฉริยะ และ หลอดไฟอัจฉริยะ เป็นต้น	5	4	5	4	4.50
19	มีการติดตั้งเทคโนโลยี ระบบปิด-เปิด อัตโนมัติ Motion-sensor ที่เปิด-ปิด ไฟ เครื่องปรับอากาศ และเครื่องใช้ไฟฟ้าอื่นๆ					
21	พื้นที่สิ่งของโครงการอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับทางเข้าหลัก	5	4	4	5	4.50
22	พื้นที่สิ่งของโครงการอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับ public transportation เช่น สถานีรถไฟฟ้า , ...	5	5	4	4	4.50
23	พื้นที่สิ่งของโครงการอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับ Community mall หรือ ห้างสรรพสินค้า	4	4	5	5	4.50
24	พื้นที่สิ่งของโครงการอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับโรงพยาบาล	4	3	4	5	4.00
25	การกำหนดเป้าหมายในการขายโครงการ จะมุ่งเน้นในกลุ่มลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้นจากครัวเรือน 4-6 คน	3	4	3	4	3.50
26	การกำหนดเป้าหมายในการขายโครงการ จะมุ่งเน้นในกลุ่มลูกค้าที่เพิ่มขึ้น เช่น กลุ่ม babyboomer หรือ GenX (เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่อาจจะมีกำลังทรัพย์มาก)	4	4	4	4	4.00
27	มีการเพิ่มระบบบริการหลังการขาย เช่น สามารถแจ้งซ่อมวัสดุอุปกรณ์ต่างๆจากในบ้านได้ ผ่านทางแอปพลิเคชัน	5	4	4	4	4.25
28	มีการมุ่งเน้นไปที่การบริการเรื่องขอสินเชื่อ และมีการสนับสนุนทางการเงินที่ลูกค้าสามารถกู้ยืมได้	4	4	4	4	4.00
29	ใช้แผนการตลาดที่เน้นโซเชียลมีเดียของลูกบ้าน (ไม่ได้ไปโฆษณาตามห้างหรือรถก่อสร้าง แต่เน้นการนำเสนอวิถีชีวิต ที่ลูกค้าจะได้สัมผัสเมื่ออยู่ในบ้านนั้น)	4	5	4	4	4.25
30	มีการเพิ่มโฆษณาที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ผ่าน เช่น Multi-Channel Marketing , Targeted Ads	5	5	4	5	4.75

รูปที่ 2 ผลการทำแบบสอบถามครั้งที่ 2 ของผู้เชี่ยวชาญ

ในการทำแบบสอบถามความเห็นของแนวโน้มน้ำบ้านเดี่ยวในหมู่บ้านจัดสรรครั้งที่ 2 ของผู้เชี่ยวชาญทุกข้อได้คะแนนเฉลี่ยมากกว่า 3.5 นั่นคือผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยอย่างมาก จึงนำชุดคำถามทั้ง 30 ข้อนี้จาก 4 ประเด็นไปจัดทำเป็นแบบสอบถามให้กับกลุ่มเป้าหมาย

4.4 ผลการตอบสอบถามของกลุ่มเป้าหมาย

เมื่อได้ 30 ข้อจาก 4 ประเด็นที่ดีที่สุดจากการลงคะแนนของผู้เชี่ยวชาญจึงนำมาทำเป็นแบบสอบถามให้กลุ่มเป้าหมายทั้งหมด 137 คนได้ผลลัพธ์ ดังต่อไปนี้

ข้อ	ประเด็นการสอบถาม	คะแนนความพึงพอใจ					จากทั้งหมด	Average
		1	2	3	4	5		
		คน	คน	คน	คน	คน		
1	การ design บ้านหลังนี้ น่าเป็นรูปแบบของ Modern Classic	0	10	13	72	42	137	4.07
2	การก่อสร้างบ้านนี้จะใช้วัสดุที่สามารถกันเสียง เสียงไม่ให้รบกวนผู้อยู่ หรือ ใช้วัสดุกันเสียงนั่นเอง	1	6	10	49	72	137	4.37
3	Design บ้านขนาดพื้นที่บ้านให้มีความ Flexible มากขึ้นเพื่อให้สามารถใช้งาน Multi-Function	2	0	11	47	77	137	4.44
4	รองรับ Work from Home และการใช้รูปแบบ Hybrid	6	27	44	38	22	137	3.31
5	ในการก่อสร้างและตกแต่งบ้านจะใช้วัสดุที่สามารถแปลงพลังงานแสงอาทิตย์เป็นพลังงานไฟฟ้าได้ เช่น Solar Roof และ Solar Wall	6	3	13	54	61	137	4.18
6	ในเรื่องของ Interior Design หรือ การตกแต่งภายในแบบตกแต่งภายในบ้าน ให้มีการใช้วัสดุที่ทนทานและปลอดภัย	2	0	12	45	78	137 คน	4.44
7	ในเรื่องของ Interior Design หรือ การตกแต่งภายในแบบตกแต่งภายในบ้าน ให้มีการใช้วัสดุที่ทนทานและปลอดภัย	0	0	8	48	81	137	4.53
8	ในเรื่องของการหาดี จะเลือกใช้ที่มีความเหมาะสมกับพื้นที่เป็นลักษณะที่ก่อให้เกิดความสวยงามและง่ายต่อการดูแลรักษา สีขาว สีเทา สีน้ำตาล สีเขียว เป็นต้น	1	6	14	23	93	137	4.47
9	การ design พื้นที่รอบบ้านจะมีการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในสวนหลังบ้าน	6	17	39	39	36	137	3.60
10	การ Design แบบบ้านควรรองรับได้เหมาะสมกับทุกช่วงวัย (บ้านควรรองรับทั้งเด็กและผู้สูงอายุ เช่น ไม่มีขั้นบันได / ไร้ประตูบานเลื่อน , ...)	1	6	14	23	93	137	4.47
11	เพิ่มทางเลือกสำหรับพื้นที่จอดรถไว้ในพื้นที่บริเวณกลางแจ้งในโครงการ เช่น บริเวณ Club House เป็นต้น	4	5	20	42	66	137 คน	4.18
12	การมี Club House ภายในโครงการเพื่อเป็นพื้นที่สำหรับการทำกิจกรรมของลูกบ้าน เช่น หอประชุม สนามเด็กเล่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนส เป็นต้น	5	14	26	28	64	137 คน	3.96
13	เพิ่มที่จอดรถไฟฟ้า (EV Charger) ในส่วนของโครงการ	3	12	19	47	56	137	4.03
14	การออกแบบบ้านจะคำนึงถึงสุขภาพของผู้อยู่อาศัย โดยการสร้างพื้นที่สำหรับการออกกำลังกาย การทำสมาธิ และการพักผ่อน รวมถึงการใช้วัสดุที่ปลอดภัย เพื่อส่งเสริมสุขภาพกายและจิตใจ	6	17	39	39	36	137	3.60
15	มีการ Design พื้นที่ในสวนเป็นแบบ Flexible Space (พื้นที่ส่วนนี้สามารถปรับเปลี่ยนได้ เช่น มุมทำงานที่เปลี่ยนเป็นห้องนอนชั่วคราวได้ , พื้นที่ได้นั่งพักผ่อนหรือเป็นมุมพักผ่อนได้ เป็นต้น)	0	2	11	48	76	137	4.45
16	มีการนำเทคโนโลยีวิทยาศาสตร์มาปรับปรุงเปลี่ยนวัสดุความแข็งแรงสูง เพื่อลดปัญหาการทรุดตัวที่อาจเกิดขึ้นได้	11	14	17	48	47	137	3.77
17	ในการก่อสร้างบ้าน จะใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ความปลอดภัยและคุณภาพ เช่น เครื่องปรับอากาศอัจฉริยะที่สามารถควบคุมได้ผ่าน Smart Phone เซ็นเซอร์วัดอุณหภูมิวัดความชื้นแบบเรียลไทม์และแจ้งเตือนเมื่อมีความผิดปกติ เป็นต้น เพื่อประหยัดพลังงานและค่าไฟฟ้า และมีสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น	0	3	11	38	85	137 คน	4.50
18	มีการติดตั้งเทคโนโลยี Smart Home ที่สามารถสั่งการได้ผ่าน Smart Phone เช่น เครื่องปรับอากาศอัจฉริยะ และ หลอดไฟอัจฉริยะ เป็นต้น	0	3	11	36	87	137 คน	4.51
19	มีการติดตั้งเทคโนโลยี ระบบปิด-เปิด อัตโนมัติ Motion-sensor ที่เปิด-ปิด ไฟ เครื่องปรับอากาศ และเครื่องใช้ไฟฟ้าอื่นๆ	0	11	22	52	52	137	4.06

20	พื้นที่เสี่ยงโรคการอยู่บริเวณสวนสาธารณะ	3	16	44	39	35	137	3.64
21	พื้นที่เสี่ยงโรคการอยู่บริเวณใกล้ท้องถนนที่หนาแน่น	1	3	24	35	74	137	4.30
22	พื้นที่เสี่ยงโรคการอยู่บริเวณใกล้ถนนสาธารณะ (public transportation) เช่น สถานีรถไฟใต้ดิน ถนนสายสาธารณะ สามารถเข้าถึงได้ง่าย ถนนมีไฟฟ้าส่องสว่างไม่ดี	1	3	24	35	74	137	4.30
23	พื้นที่เสี่ยงโรคการอยู่บริเวณใกล้ถนน Community mall หรือห้างสรรพสินค้า	2	8	14	44	69	137	4.24
24	พื้นที่เสี่ยงโรคการอยู่บริเวณใกล้ถนนโรงพยาบาล	2	5	11	36	83	137	4.41
25	การกำหนดเป้าหมายในการขายโครงการ จะเน้นในไม่กลุ่มผู้ที่ไม่มีรถหรือรถ 4-6 คน	6	9	20	58	44	137	3.91
26	การกำหนดเป้าหมายในการขายโครงการ จะเน้นในไม่กลุ่มผู้ที่อายุ เช่น baby boomer หรือ GenX (เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่ยังจะมีกำลังวัยทำงาน)	7	15	28	42	45	137	3.75
27	วิธีการประเมินวิธีการเลือกขาย เช่น สามารถแจ้งคนรู้จักดูใบแจ้งงานขายบ้านได้ค่าตอบแทนหรือไม่	2	2	10	48	75	137	4.40
28	วิธีการประเมินใช้การประเมินเรื่องของสินค้าและวิธีการประเมินของสินค้าที่ลูกค้าจะนำไปใช้	0	8	20	47	62	137	4.19
29	ใช้แผนการตลาดที่เน้นใกล้ ใกล้ต่อลูกค้ามากขึ้น ไม่เน้นไปบนเทคโนโลยีหรืออุปกรณ์ เช่น การใช้สื่อโซเชียลมีเดีย ที่ลูกค้าจะได้สัมผัสโดยตรง	5	8	24	40	60	137	4.04
30	วิธีการประเมินให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น เช่น Multi-Channel Marketing - Targeted Ads	17	32	42	27	19	137	2.99

รูปที่ 3 ผลการทำแบบสอบถามครั้งที่ 2 ของผู้เชี่ยวชาญ

5. สรุปผลการศึกษา

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านในประเด็น แนวโน้มต่าง ๆ สามารถอธิบายได้เป็นประเด็นดังนี้

ประเด็นที่ 1: การออกแบบ (Design) จากการวิเคราะห์แนวโน้มบริบทภายนอก พบว่า กลุ่มผู้ใช้งานหลักในอนาคตของที่อยู่อาศัยจะประกอบด้วยผู้สูงอายุและครอบครัวขนาดเล็กไม่เกิน 4 คน ส่งผลให้การออกแบบบ้านเดี่ยวในอนาคตจำเป็นต้องตอบโจทย์พฤติกรรม การอยู่อาศัยและความต้องการเฉพาะของกลุ่มนี้ แนวทางการออกแบบพื้นที่ จะเน้นความยืดหยุ่น ปรับเปลี่ยนการใช้งานได้ตามช่วงวัยหรือไลฟ์สไตล์ของผู้อยู่อาศัย เช่น การรองรับการทำงานจากที่บ้าน รวมถึงพื้นที่ที่เอื้อต่อผู้สูงอายุ ขณะเดียวกัน วัสดุที่ใช้เลือกใช้ ควรมีความแข็งแรงทนทาน เพื่อสร้างความมั่นคงปลอดภัยให้กับบ้าน เทคโนโลยี Smart Home จะเข้ามามีบทบาทสำคัญ เช่น ระบบควบคุมไฟฟ้า อุณหภูมิ และคุณภาพอากาศผ่านสมาร์ทโฟน รวมถึงระบบสื่อสารฉุกเฉินที่เชื่อมต่อกับเจ้าหน้าที่ เพื่อเพิ่มความปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ พร้อมทั้งใช้เทคโนโลยีที่ประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การตกแต่งภายใน จะมุ่งไปในทิศทางของความเรียบง่าย ใช้งานได้ยาวนาน และมีต้นทุนที่เหมาะสม เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายและเพิ่มพื้นที่ลงทุนในเทคโนโลยีสนับสนุนการใช้ชีวิต ส่วนภายนอกของตัวบ้านจะมีรูปทรงที่เรียบง่ายมากขึ้น โดยเน้นการออกแบบผนังด้านหน้าให้มีความโดดเด่น สำหรับ พื้นที่ส่วนกลางของโครงการ แนวโน้มจะให้ความสำคัญกับการออกแบบเพื่อผู้สูงอายุ โดยใช้เทคโนโลยีด้านสุขภาพเข้ามาช่วยเสริม รวมถึงการจัดสรรพื้นที่สำหรับ EV Charger และระบบตรวจวัดคุณภาพอากาศ โดยมีแนวโน้มในการลดขนาดพื้นที่ส่วนกลาง เพื่อการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและยั่งยืน

ประเด็นที่ 2: เทคโนโลยี (Technology) แนวโน้มการพัฒนาโครงการบ้านจัดสรรในอนาคตจะให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีมาผสมผสานกับการออกแบบ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต

เพิ่มความสะดวกสบาย ความปลอดภัย และประสิทธิภาพด้านพลังงาน โดยเทคโนโลยีหลักที่คาดว่าจะมีบทบาทสำคัญ ได้แก่ ระบบ Smart Home เทคโนโลยี Smart Home จะกลายเป็นส่วนหนึ่งของมาตรฐานการอยู่อาศัย เช่น การควบคุมเครื่องปรับอากาศ หลอดไฟ หรืออุปกรณ์ภายในบ้านผ่านสมาร์ทโฟน โดยสามารถตั้งเวลา ปรับระดับ หรือสั่งงานอัตโนมัติตามสภาพอากาศหรือกิจกรรมของผู้อยู่อาศัย ช่วยเพิ่มความสะดวกสบาย และส่งเสริมการประหยัดพลังงาน

Motion Sensor และระบบควบคุมอัตโนมัติ การใช้เซ็นเซอร์ตรวจจับความเคลื่อนไหวภายในบ้าน เพื่อตั้งค่าการเปิด-ปิดอุปกรณ์ไฟฟ้าโดยอัตโนมัติ เช่น ไฟส่องสว่างหรือเครื่องปรับอากาศ ถือเป็นอีกหนึ่งแนวโน้มที่ได้รับความนิยม เพราะช่วยลดการใช้พลังงานโดยไม่จำเป็น และเพิ่มความปลอดภัยในชีวิตประจำวัน

เทคโนโลยีบ้านเย็นและควบคุมคุณภาพอากาศ การควบคุมสภาพอากาศภายในบ้านผ่านระบบอัจฉริยะ เช่น เครื่องปรับอากาศร่วมกับเซ็นเซอร์วัดอุณหภูมิแบบเรียลไทม์ จะถูกนำมาใช้มากขึ้น เพื่อให้บ้านมีอุณหภูมิที่เหมาะสมตลอดวัน อีกทั้งยังสามารถแจ้งเตือนความผิดปกติไปยังสมาร์ทโฟนของเจ้าของบ้านได้ทันที เพื่อให้สามารถควบคุมระบบได้จากระยะไกล ซึ่งส่งเสริมทั้งความสบายในการอยู่อาศัยและความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม

ประเด็นที่ 3: ทำเล (Location) ในบริบทของการพัฒนาโครงการบ้านจัดสรรในอนาคต แนวโน้มของ "ทำเลที่ตั้ง" ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจของผู้บริโภค แม้จะไม่สามารถระบุพื้นที่ที่ชัดเจนได้ เนื่องจากขึ้นอยู่กับบริบทของเมืองและการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านการเดินทาง แต่สามารถสรุปคุณลักษณะของทำเลที่เหมาะสมได้ ดังนี้

อยู่บริเวณชานเมือง ที่ยังสามารถเข้าถึงตัวเมืองได้สะดวก โดยตอบโจทย์ความต้องการของผู้ที่ต้องการพื้นที่อยู่อาศัยที่เงียบสงบ เป็นส่วนตัว แต่ยังคงเชื่อมต่อกับแหล่งงานในเมืองได้ง่าย

ใกล้ระบบขนส่งสาธารณะ (Public Transportation) เช่น รถไฟฟ้า หรือรถโดยสารด่วนพิเศษ ช่วยลดภาระการเดินทางของผู้อยู่อาศัย และตอบโจทย์การใช้ชีวิตในยุคที่เน้นความสะดวกสบาย

ใกล้ทางขึ้น-ลงทางด่วน เพื่อความสะดวกในการเดินทางระยะไกล หรือเข้าสู่ย่านเศรษฐกิจหลักของเมือง

ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวกหลัก เช่น Community Mall, ห้างสรรพสินค้า, โรงพยาบาล และสถานศึกษา เพื่อให้ผู้อยู่อาศัยสามารถใช้ชีวิตประจำวันได้อย่างครบถ้วนโดยไม่ต้องเดินทางไกล

ประเด็นที่ 4: การตลาด (Marketing) แนวโน้มทางการตลาดของโครงการบ้านจัดสรรในอนาคตจะมุ่งเน้นไปที่ "ประสบการณ์ของลูกค้า" (Customer Experience) เป็นหัวใจหลัก ตั้งแต่ขั้นตอนการเยี่ยมชมโครงการ การตัดสินใจซื้อ ไปจนถึงการอยู่อาศัยจริง โดยให้ความสำคัญกับความสะดวกสบาย ลดความยุ่งยากในกระบวนการต่าง ๆ และตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของลูกค้าได้อย่างลึกซึ้ง

กลยุทธ์การสื่อสารแบบเฉพาะบุคคล จะเข้ามามีบทบาทมากขึ้น เช่น โฆษณาที่เจาะจงตามความสนใจของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย และการใช้ภาษาที่เป็นมิตร เข้าใจง่าย

การสร้างแตกต่าง จะเป็นหัวใจสำคัญในการแข่งขัน โดยโครงการจะนำเสนอสิ่งใหม่ ๆ ที่เหนือความคาดหมาย เช่น การมอบของแถมที่เป็นอุปกรณ์ Smart Home พร้อมบริการติดตั้ง การใช้ Influencer หรือบุคคลมีชื่อเสียง จะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคยุคใหม่ให้ความสำคัญกับคำแนะนำจากคนที่ตนไว้วางใจ บริการหลังการขาย จะถูกยกระดับผ่านแอปพลิเคชันสำหรับแจ้งปัญหาและการบำรุงรักษา ซึ่งช่วยสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในระยะยาว และส่งเสริมการบอกต่อแบบปากต่อปาก นโยบายด้านการเงิน เช่น การคืนเงินจองหากลูกค้าไม่ผ่าน จะช่วยลดความกังวลเรื่องความเสี่ยงทางการเงิน และกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจได้ง่ายขึ้น

6. ข้อเสนอแนะและแนวทางการพัฒนา

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ได้นำเสนอแนวทางโดยเน้นจากมุมมองของผู้ประกอบการเป็นหลัก หากผู้ประกอบการมีความประสงค์จะนำแนวทางเกี่ยวกับแนวโน้มของบ้านเดี่ยวในโครงการจัดสรรในอนาคตไปปรับใช้ ควรพิจารณาควบคู่กับมุมมองของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้แนวทางที่นำไปปรับใช้นั้นตอบสนองต่อความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

7. กิตติกรรมประกาศ

การทำโครงงานฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเนื่องด้วย รศ.ดร.นพดล จอกแก้ว อาจารย์ที่ปรึกษาโครงงาน ที่มีความกรุณามอบความช่วยเหลือ ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับโครงงาน รวมถึงชี้แนะแนวทางในการท างาน และตรวจสอบแก้ไขจุดผิดพลาดต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ตลอดจนกระบวนการทำงานด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ได้รับความช่วยเหลือดังกล่าว จนทำให้สามารถดำเนินงานฉบับนี้ ได้อย่างเสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ผู้สอนที่ เคารพทุกท่าน และทางคณะวิศวกรรมศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่เป็นสถานที่ รวบรวมความรู้และได้ให้การสนับสนุนช่วยเหลือในทุกๆ ด้านเสมอมา ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาโครงงานฉบับนี้จะเกิดกับหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องและผู้สนใจศึกษาต่อไป

8. เอกสารอ้างอิง

- [1] บ้านอัจฉริยะ (www.home-securitythai.com/article/15/smart-plus-smart-home-บ้านอัจฉริยะ-ทันสมัย-ตอบโจทย์-smart-phone-พร้อมแล้ว-ให้ทุกท่านได้ใช้)
- [2] การขยายตัวของเมืองในภูมิภาค (www.bot.or.th/th/research-andpublications/articles-andpublications/articles/regional-articles/reg-article-2023-10-09.html)
- [3] การตลาดดิจิทัล อสังหาริมทรัพย์บนโลกออนไลน์ช่วยเพิ่มโอกาสในการขาย (https://mazmaker.com/digital-marketing-realestate-increases-sale-opportunities/?srsltid=AfmBOoqS5PANcNgbhMKZWAp4fXiRBOEMCXNNSBzlexphfK6Og0ED1kj)

- [4] Likert Scale. (greedisgoods.com/likert-scale-คือ/#:~:text=Likert%20Scale%20คือ%20ชื่อเรียก,ตามระดับความเห็นด้วย
- [5] PESTEL Analysis : เครื่องมือในการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (https://www.ubu.ac.th/web/mod/km/files/cf202208251435205698.pdf)
- [6] สถานการณ์การซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ในปี 2023 (www.ddproperty.com/คู่มือซื้อขาย/thailand-consumer-sentiment-study-h2-2024-79651)