

การศึกษารูปแบบอาคารทางด้านกายภาพ และพื้นที่ใช้สอยภายในโครงการของชุดพักอาศัย  
เพื่อตอบสนองคน ”เจนเนอเรชั่นวาย” ที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร  
จากมุมมองประสบการณ์ของผู้ออกแบบ

An Examination of Condominiums Physical Elements and Function to Respond  
the Lifestyles of Generation Y in Bangkok Central Business District:  
The Experienced Designers' Perspectives

อริสรา แก่นเพชร<sup>1\*</sup> และ ดำรงศักดิ์ รินชุมภู<sup>2</sup>

Arisara Kaenpech<sup>1\*</sup> and Damrongsak Rinchumphu<sup>2</sup>

<sup>1</sup>นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรม การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120  
<sup>2</sup>อาจารย์ประจำหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรม การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผัง  
เมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120

<sup>1\*</sup> Graduate student in Master of Science (Innovative Real Estate Development) of Architecture and planning Faculty,  
Thammasat University, Rangsit Campus, Pathumthani 12120

<sup>2</sup> Lecturer in Master of Science (Innovative Real Estate Development) of Architecture and planning Faculty,  
Thammasat University, Rangsit Campus, Pathumthani 12120

\*Corresponding author, E mail: arisara\_arch@hotmail.com

#### บทคัดย่อ

ปัจจุบันกรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางรายได้และอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ของประเทศไทย โดยเฉพาะในเขตศูนย์กลางธุรกิจ Central Business District (CBD) เช่น สีลม สาทร เพลินจิต ชิดลม อโศก สุขุมวิท เป็นต้น มีระบบขนส่งมวลชนที่สะดวกสบายเชื่อมจากศูนย์กลางธุรกิจไปยังย่านต่าง ๆ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบทางด้านกายภาพและพื้นที่ใช้สอยภายในโครงการอาคารชุดพักอาศัย ที่ตอบสนองต่อความพึงพอใจกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ที่เกิดในช่วง ปี 2523-2538 (ค.ศ. 1980 – 1995) มีอายุอยู่ในช่วงอายุ 19 – 35 ปี เป็นประชากรหรือ “คนกลุ่มใหญ่” ที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร พฤติกรรมของเจนเนอเรชั่นวายในเมืองไทยเปิดรับสื่อมากขึ้น ชอบเล่นกีฬา ออกกำลังกายที่ดี ทราบดีความสำคัญของสิ่งแวดล้อมและสุขภาพดี ใช้เสื้อผ้าลำลองกีฬาและฮิปสเตอร์ ซึ่งตรงตามคำนิยามทางการตลาด คือ ชอบฟังเพลง ตามแฟชั่นใช้เสื้อผ้าจากต่างประเทศ ต้องการสิทธิเสรีภาพและการยอมรับจากสังคม เล่นเกมคอมพิวเตอร์เป็นงานอดิเรก และใช้โทรศัพท์มือถือในชีวิตประจำวัน ชอบสินค้าที่มีการออกแบบเฉพาะ ซึ่งคนกลุ่มนี้เริ่มเข้าสู่การทำงานมีรายได้ของตนเองและมีความสามารถในการผ่อน

ชำระอสังหาริมทรัพย์ได้ จัดเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายใหม่ที่นักการตลาดให้ความสนใจกับวิถีชีวิต และพฤติกรรมด้านการรับสื่อของคนกลุ่มนี้ เพื่อใช้พัฒนาสินค้าและบริการเฉพาะกลุ่ม

โดยการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้มีประสบการณ์ด้านออกแบบโครงการอาคารชุดพักอาศัยสำหรับกลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชั่นวาย เพื่อให้ได้แนวทางและรูปแบบในการพัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่ตอบสนองต่อความพึงพอใจของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชั่นวาย ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าประชากรกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ที่ใช้ชีวิตในย่านศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานคร ต้องการที่พักอาศัยพื้นที่ใช้สอยเล็กลง แต่มีรูปแบบการออกแบบที่ทันสมัย ใกล้แหล่งงานและสะดวกในการเดินทาง เพื่อประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย โดยมีปัจจัยด้านรูปแบบการเดินทางเป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจ ดังนั้นรูปแบบการพักอาศัยในห้องชุดหรืออาคารชุดพักอาศัยที่มีทำเลติดรถไฟฟ้า (BTS) รถไฟใต้ดิน (MRTA) จึงสามารถตอบสนองความต้องการต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตและกำลังผ่อนชำระของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชั่นวายได้ในยุคปัจจุบัน

**คำสำคัญ :** อาคารชุดพักอาศัย , เจเนอเรชั่นวาย , ศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร , ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ

#### **Abstract**

Bangkok is a heartland of Thailand business sector, particularly in the Central Business District (CBD) of Bangkok, for example Silom, Sathorn, Ploenchit, Chitlom, Asoke and Sukhumvit. These areas are facilitated by the high quality mass transit and transportation system. This paper aims to examine the physical attributions and usable areas of condominiums in order to respond to the “Y” Generation. In this regard, Generation Y means the people who born between 1980 – 1995 (age of 19-35 years), which are the large portion of people living in the Bangkok’s CBD who are continuously working and gather their own incomes, as well as enable to pay for their household expense included purchasing their residents. According to our literature reviews, it is found that Thai Gen Y are mostly open wide to the new media, they like playing sports, future achievements, concern on the environmental change and narcotics; they prefer casual sport-wears, denims, thus these lifestyles are in accordance with the marketing definitions that Gen Y prefer imported clothes and require the liberation in speech as well as social recognitions. Their hobbies are computer games and internet surfing, daily usage of smartphones, and prefer unique design products.

Generation Y is becoming the new marking segment that the marketers focus on their life styles, media consumption behavior, in order to develop the housing products that conform to the Generation Y requirements. The main methodology was qualitative method by the interviewing the key informants. The solid experiences designers in residential condominiums design for Generation Y were recruited in the study, expecting the information to form up the Generation Y condominium development guideline.

The results show that Generation Y living in Bangkok CBD require the smaller residential area, but indeed need the modern style. Their residents must locate nearby the working places, as well as convenient transportation,

as the transportation is a key decision making criteria towards their residents. It is concluded that the Generation Y condominiums shall be located alongside the Bangkok Transit System (BTS) or Mass Rapid Transit (MRT) in order to respond to their lifestyles and their residential installments.

**Keywords:** Condominium, Generation Y, Bangkok Central Business District (CBD), Bangkok Mass Transit

## 1. บทนำ

การลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทอาคารชุดพักอาศัยกำลังเป็นที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน รูปแบบการเลือกที่พักอาศัยของประชาชนในกรุงเทพมหานครมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยที่ประชากรผู้มีระดับรายได้ปานกลางถึงสูง ได้เลือกที่จะพักอาศัยในย่านกรุงเทพชั้นในหรือศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร (CBD) เนื่องจากมีโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยจำนวนมาก ที่พัฒนาโครงการตามแนวระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน แต่ยังคงพบว่าประชากรผู้มีระดับรายได้น้อยเลือกที่จะพักอาศัยในย่านที่ที่ดินราคาสูงในกรุงเทพมหานครเช่นกัน เนื่องจากต้องการลดค่าใช้จ่ายและเวลาในการเดินทางไปยังแหล่งงาน (Lermanet al, 1980) และ (Sirikolkarn P, 2008)

สอดคล้องกับประชากรที่มีกำลังซื้อ ที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดพักอาศัย อยู่ในวัยทำงาน ซึ่งหมายถึงกลุ่มประชากรเจนเนอเรชั่นวาย เป็นกลุ่มใหญ่ มีอายุเฉลี่ยประมาณ 19 - 35 ปี หรือเกิดในช่วงปี 2523 - 2538 (ค.ศ. 1980 - 1995) โดยพฤติกรรมของเจนเนอเรชั่นวายในเมืองไทย เจนเนอเรชั่นวายเป็นกลุ่มที่เปิดรับสื่อมากขึ้น ให้ความสำคัญของสิ่งแวดล้อมและสุขภาพดี ตามแฟชั่น ต้องการสิทธิเสรีภาพและการยอมรับจากสังคม เล่นเกมคอมพิวเตอร์เป็นงานอดิเรก และใช้โทรศัพท์มือถือในชีวิตประจำวัน ชอบสินค้าที่มีการออกแบบเฉพาะ เริ่ม มีความสามารถในการผ่อนชำระอสังหาริมทรัพย์ได้ จัดเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายใหม่ที่นักการตลาดให้ความสนใจกับวิถีชีวิตและพฤติกรรม เพื่อใช้พัฒนาสินค้าและบริการ

เฉพาะกลุ่ม ประชากรกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่ทำงานในเขตศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานคร ต้องการพักอาศัยพื้นที่ใช้สอยเล็กถึงกลางแหล่งงานและสะดวกในการเดินทางเพื่อประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย เนื่องจากรูปแบบการพักอาศัยในห้องชุดหรืออาคารชุดพักอาศัยสามารถตอบสนองความต้องการต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตและกำลังผ่อนชำระของกลุ่มประชากรเจนเนอเรชั่นวายได้ในยุคปัจจุบัน (วิรพงษ์ ชูดิษฐ์ 2556)

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย มิได้หมายถึง การบริการหรือราคาเพียงอย่างเดียว แต่อาจต้องตระหนักถึง รูปแบบทางกายภาพอาคาร, การออกแบบสถาปัตยกรรม, ทำเลที่ตั้ง, ความคล่องตัวในการเดินทางที่ต้องมีความสอดคล้องกับการใช้ชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มประชากรเจนเนอเรชั่นวาย ซึ่งมีทัศนคติและรูปแบบความพึงพอใจที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้ จึงมุ่งศึกษาความพึงพอใจในการเลือกที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดด้านการออกแบบกายภาพ ภายใน โครงการ เช่น รูปแบบห้องชุด ลักษณะพื้นที่ส่วนกลาง ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่ประกอบอาชีพหรือศึกษาในย่านศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร เนื่องจาก ย่านศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้แก่บริเวณ เขตสีลม สาทร เพลินจิต ชิดลม อโศก เป็นย่านที่มีการดำเนินธุรกิจและการขับเคลื่อนพลวัตอย่างเข้มข้น และยังคงมีการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยเพื่อรองรับประชากรที่ต้องทำงาน ในศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานครอย่างต่อเนื่อง แต่ด้วยเหตุที่ราคาที่ดินในบริเวณดังกล่าวนี้มีราคาสูงขึ้น ทำให้การพัฒนา

อสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยมีข้อจำกัด การวิจัยนี้จึงได้ศึกษารูปแบบทางกายภาพอาคารชุดพักอาศัยตามแนวเส้นทางคมนาคม ที่ประหยัดและสะดวกสบายในการเดินทางเพื่อกลุ่มประชากรเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ที่ต้องการเดินทางเข้ามาใช้ชีวิตในย่านศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานครพึงพอใจและเป็นแนวทางในการพัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัยเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวให้มีประสิทธิภาพในการลงทุนมากยิ่งขึ้น

โดยการวิจัยครั้งนี้จะเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลเชิงลึกจากการสัมภาษณ์ผู้ออกแบบที่มีประสบการณ์ในการออกแบบสถาปัตยกรรมประเภทอาคารชุดพักอาศัยเพื่อกลุ่ม เจเนอเรชันวายโดยเฉพาะ เพื่อสะท้อนมุมมองของกลุ่มประชากรเจเนอเรชันวายต่อการเลือกที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุด ที่มีอายุในช่วงระหว่าง 19-35 ปี ซึ่งประกอบอาชีพหรือศึกษาในเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร

## 2. วัตถุประสงค์

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษารูปแบบในการออกแบบพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุดและลักษณะของพื้นที่ใช้สอยส่วนกลาง ของโครงการอาคารชุดพักอาศัยเพื่อตอบสนองคนเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ที่ประกอบอาชีพหรือศึกษาอยู่ในเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร Central Business District (CBD) จากมุมมองของผู้ออกแบบที่มีประสบการณ์

## 3. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (qualitative approach) โดยการทบทวนวรรณกรรมประกอบการวิเคราะห์เนื้อหาและทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ออกแบบอาคารชุดพักอาศัยที่มีประสบการณ์การออกแบบอาคารชุดสำหรับกลุ่มคน

เจเนอเรชันวาย จำนวน 4 ท่าน โดยมีขอบเขตในการค้นคว้าวิจัย ดังนี้

### 3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ทำการศึกษา

ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกอาคารชุดพักอาศัยของกลุ่มประชากรเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ที่ใช้ชีวิตในเขตศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้กำหนดขอบเขตด้านพื้นที่การศึกษา คือ เขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร ดังนี้ เขตสาทร สีลม เพลินจิต ชิดลม อโศก ซึ่งเป็นเขตศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร (Central Business District CBD) ตั้งอยู่ในเขตสาทร ปทุมวัน และวัฒนาตามลำดับ ซึ่งพื้นที่ดังกล่าวประกอบไปด้วย โครงการอสังหาริมทรัพย์มากมายหลายภาคส่วน ทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น อาคารสำนักงาน ห้างร้านสรรพสินค้า และยังมีระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่รองรับ

### 3.2 ขอบเขตของผู้ให้ข้อมูล

ทำการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีประสบการณ์ด้านการออกแบบอาคารชุดพักอาศัยเพื่อกลุ่มคนเจเนอเรชันวาย จำนวน 4 ท่าน โดยข้อมูลคุณลักษณะผู้ให้สัมภาษณ์ มีประสบการณ์ด้านการออกแบบเป็นระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 10 ปี ดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารระดับสูง ในบริษัทขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียงในประเทศไทยไม่ต่ำกว่า 10 ปี ซึ่งมีอำนาจต่อรองและนำเสนอรูปแบบการออกแบบต่อผู้มีอำนาจการตัดสินใจ

### 3.3 ขอบเขตเนื้อหาการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความความเห็นของผู้ที่มีประสบการณ์ในการออกแบบโครงการเพื่อตอบสนองกลุ่มประชากรเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ซึ่งเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพเพื่อสะท้อนความเห็นของผู้ที่เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ต่อแนวคิดและรูปแบบการออกแบบภายในห้องชุดและลักษณะพื้นที่

ใช้สอยของส่วนกลาง เพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมาย ตามวัตถุประสงค์ของ โครงการอาคารชุดพักอาศัย  
 3.4 ขอบเขตด้านเครื่องมือการวิจัย

โดยใช้การ สร้างตารางและวิเคราะห์ เปรียบเทียบ และสรุปประเด็นจากการให้สัมภาษณ์ ผู้ออกแบบอาคารชุดพักอาศัยที่มีประสบการณ์การ ออกแบบอาคารชุดสำหรับกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย จำนวน 4 ท่าน

3.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการ ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปกรอบแนวคิดการวิจัย ได้ดังนี้

**ตัวแปรต้น**

ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อแนวคิดในการเลือกที่อยู่อาศัยของ กลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของ กรุงเทพมหานคร

- ทำเลที่ตั้ง
- รูปแบบการเดินทาง
- ระดับราคาโครงการ
- สถานที่อำนวยความสะดวกและพักผ่อนหย่อนใจรอบ ๆ โครงการ

**แนวคิดกับความพึงพอใจด้านกายภาพ**

(Facility)

- สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ
- รูปแบบการออกแบบอาคารและห้องชุด
- ขนาดพื้นที่ของห้องชุด

**ตัวแปรตาม**

เพื่อทราบถึงรูปแบบการออกแบบที่อยู่อาศัยประเภท อาคารชุดพักอาศัยที่ตอบสนองกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย

รูปที่ 1 กรอบการวิจัย

ตัวแปรต้นคือ ปัจจัยภายนอก และปัจจัย ภายใน ของโครงการอาคารชุดพักอาศัย ซึ่งจะกำหนด ตัวแปรตามคือ การตัดสินใจเลือกรูปแบบโครงการ อาคารชุดพักอาศัยของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย

จากการวิเคราะห์และจัดกลุ่ม ปัจจัยตัวแปร ต้น จึงทำการเก็บ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้มี ประสบการณ์ด้านการออกแบบอาคารชุดพักอาศัยเพื่อ กลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย จำนวน 4 ท่าน โดยข้อมูล คุณลักษณะผู้ให้สัมภาษณ์ สามารถสรุปได้ในตาราง 2

ตารางที่ 2 คุณลักษณะผู้ให้สัมภาษณ์

คุณลักษณะ ของผู้ให้ สัมภาษณ์	ผู้ให้ สัมภาษณ์ 1	ผู้ให้ สัมภาษณ์ 2	ผู้ให้ สัมภาษณ์ 3	ผู้ให้ สัมภาษณ์ 4
ตำแหน่ง	กรรมการ	ผู้จัดการ	ผู้จัดการ	สถาปนิก
ลักษณะงาน ของบริษัท	ผู้จัดการ	โครงการ	โครงการ	อาวุโส
ประสบการณ์ ด้านการ ออกแบบ/ปี	25 ปี	19 ปี	12 ปี	10 ปี
จำนวน โครงการ อาคารชุด พักอาศัยที่ ออกแบบ	> 40	42	4	20
อาคารชุด พักอาศัย ที่ ออกแบบ สำหรับคน GEN Y ที่ได้ ออกแบบ / โครงการ	โครงการ	โครงการ	โครงการ	โครงการ
หน้าที่ รับผิดชอบ	ออกแบบ แนวคิด และ วางแผน การตลาด	ออกแบบ / วางผัง และ ผู้จัดการ โครงการ	มี GEN Y ผสม GEN อื่น ใน โครงการ	ออกแบบ ออกแบบ สถาปัตย์ กรรม พัฒนา แบบ
เก็บข้อมูล เมื่อ	3 กพ 59	4 กพ 59	5 กพ 59	5 กพ 59

## 4. ผลการวิจัย

จากการเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการออกแบบอาคารชุดพักอาศัยเพื่อกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวัยที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของตารางที่ 3 หัวข้อเกณฑ์การเปรียบเทียบและวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์

กรุงเทพมหานคร จำนวน 4 ท่าน สามารถสรุปข้อมูลด้านการออกแบบอาคารชุดพักอาศัยเพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว สามารถสรุปผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบข้อมูล ได้ดังตารางที่ 3

ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อแนวคิดในการเลือกที่อยู่อาศัยของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวัยที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร	ผู้ให้สัมภาษณ์ 1	ผู้ให้สัมภาษณ์ 2	ผู้ให้สัมภาษณ์ 3	ผู้ให้สัมภาษณ์ 4
ด้านการเลือกที่ตั้ง				
โครงการและการเชื่อมโยงพื้นที่ภายนอก (site selection)	มีความสำคัญมากเป็นอันดับแรก	มีความสำคัญมากเป็นอันดับแรก	มีความสำคัญมากเป็นอันดับแรก เน้นการสัญจรเป็นหลัก	ให้ความสำคัญรองลงมาจากการออกแบบและราคา
ด้านรูปแบบการออกแบบ รูปสัญลักษณ์โครงการ	มีความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ รองจากราคา	ให้ความสำคัญรองลงมาจาก ทำเลและราคา	ให้ความสำคัญรองลงมาจากทำเล เพราะกลุ่มนี้ต้องการโชว์รสนิยมของตัวเอง	มีความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ รองจากราคา
ด้านระดับราคาและเกรดความหรูหราของโครงการ (segment)	มีความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ รองจากทำเลที่ตั้ง	มีความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ รองจากทำเลที่ตั้ง	ราคามีความสำคัญ รองจากทำเลและการออกแบบ เพราะเงินเจนเนอเรชั่นวัยให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ตัวเอง	มีความสำคัญรองลงมาจากทำเลที่ตั้งและการออกแบบที่เข้ากับคนเจนเนอเรชั่นวัย
แนวคิดกับความพึงพอใจด้านการออกแบบกายภาพภายในโครงการ	ผู้ให้สัมภาษณ์ 1	ผู้ให้สัมภาษณ์ 2	ผู้ให้สัมภาษณ์ 3	ผู้ให้สัมภาษณ์ 4
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ (Facility)	สวนกลางแจ้ง มีลู่วิ่ง/ลู่วิ่งจักรยาน	สถานที่นั่งดื่มกาแฟ/เล่นอินเทอร์เน็ต/Co Working space	สถานที่นั่งดื่มกาแฟ/ที่จอดรถจักรยาน/พื้นที่จัด EVEN	จักรยาน/ลู่วิ่งกลางแจ้ง โยคะกลางแจ้ง
ด้านรูปแบบการออกแบบอาคารและห้องชุด	เรียบ/โล่ง (มินิมอล สไตร์)	มีเอกลักษณ์/ปรับเปลี่ยนได้	ปรับเปลี่ยนได้/กะทัดรัด เหลี่ยม เหลือบ บาง	ทันสมัย นำแฟชั่นเข้ามา มีส่วนในการออกแบบ
ขนาดพื้นที่ของห้องชุด	ไม่เกิน 2 ห้องนอน ไม่เล็กกว่า 25 ตารางเมตร	ขนาด 1 ห้องนอน ไม่เกิน 35 ตารางเมตร	ขนาด 1/2 ไม่เล็กกว่า 25 ตารางเมตร	ขนาด 1 ห้องนอน ไม่เกิน 35 ตารางเมตร

## 5. การอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูล จากเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ผู้มีประสบการณ์ด้านการออกแบบอาคารชุดพักอาศัยพักอาศัยเพื่อกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายพบว่า

**ด้านปัจจัย :** ที่มีผลต่อแนวคิดในการเลือกที่อยู่อาศัยของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย ที่ใช้ชีวิตในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร ด้านการเลือกที่ตั้งโครงการและการเชื่อมโยงพื้นที่ภายนอก (site selection)

1. ทำเลที่เกาะแนวขนต่งระบบราง มีความสำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกซื้อของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย ที่ใช้ชีวิตในเมือง โดยผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวตรงกันว่า พิสูจน์ได้จากยอดขายห้องชุด จากประสบการณ์ออกแบบอาคารชุดเพื่อคนกลุ่มนี้

2. การออกแบบที่โดดเด่น และมีเอกลักษณ์พิเศษต่อโครงการนั้น กลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายจะให้ความสำคัญลงมา เนื่องจากคนกลุ่มนี้ต้องการโชว์ความเป็นตัวเองออกสู่ภายนอก ให้ถูกการยอมรับว่าเป็นผู้ที่มีรสนิยมที่โดดเด่นและสังคมยอมรับ

3. ด้านราคายังคงมีความสำคัญแต่ไม่มากพอที่ผู้อุปโภคบริโภคกลุ่มนี้จะตัดสินใจเลือกซื้อ ถ้ารูปลักษณ์โครงการถูกออกแบบมานั้น ไม่มีความทันสมัยและไม่ตอบรับรูปแบบการใช้ชีวิต (life style) ของคนกลุ่มนี้

**ด้านการออกแบบ :** แนวคิดและความพึงพอใจด้านการออกแบบภายในโครงการ

1. ขนาดห้องชุดมีขนาดกะทัดรัดไม่ใหญ่เกินไป แต่ต้องมีพื้นที่ใช้สอยครบครันและ สามารถปรับเปลี่ยนพื้นที่ใช้งานในห้องชุดได้ระหว่างวัน หรือตามความเหมาะสมกับความต้องการเพื่อตอบสนองกิจกรรมของคนกลุ่มนี้

2. การออกแบบ ต้องทันสมัยรูปแบบการออกแบบเรียบ ตกแตงน้อยแต่ใช้ของดี มีน้อยชิ้นที่ผลิตหรือทำขึ้นมาเฉพาะ หรือที่เรียกว่า minimal style กะทัดรัด สื่อสารผ่านการออกแบบ แบบไม่ซับซ้อน โดดเด่นมีเอกลักษณ์ ทันยุคไอที ผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์มีความคิดเห็นเรื่องเอกลักษณ์และพฤติกรรมกลุ่มคนเจนวายที่สอดคล้องกันว่า ประชากรกลุ่มนี้ โดมาพร้อมกับคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และยุคไอที เป็นกลุ่มคนที่เป็นตัวของตัวเองสูง มีความกล้าแสดงออก ไม่ชอบอยู่ในกรอบ รักแฟชั่นและทุกสิ่งทุกอย่างต้องได้ ต้องผ่านการออกแบบ

3. พื้นที่ส่วนกลาง (facility) ต้องการพื้นที่เปิดโล่ง สามารถทำกิจกรรมส่วนตัวได้โดยที่มีบุคคลอื่นใช้พื้นที่เดียวกันได้ เช่นพื้นที่นั่งทำงานที่ไม่ใช่ในห้องสี่เหลี่ยม หรือในอาคารออฟฟิศ เช่น co-working space พื้นที่นั่งดื่มกาแฟ มีอินเทอร์เน็ตตลอดเวลา มีอุปกรณ์เชื่อมต่ออิเล็กทรอนิกส์ และสามารถในพื้นที่หรือสถานที่นั้น ๆ ได้ตลอดเวลา ไม่มีข้อแม้ทางด้านการเปิดปิดสถานที่ มาเป็นตัวบังคับการใช้งาน เพราะคนกลุ่มนี้มีความคิดที่ไม่ต้องการทำงานหรือใช้ชีวิตเข้าออกตามเวลาออฟฟิศ

## 6. บทสรุป

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งหมดสามารถสรุปได้ว่า เจนเนอเรชั่นวายหรือประชากรที่เกิดระหว่าง ค.ศ. ในช่วงปี 2523 - 2538 (ค.ศ. 1980 – 1995) มีอายุเฉลี่ยประมาณ 19 - 35 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ที่อยู่อาศัยของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย นิยมอยู่อาศัยอาคารชุด หรือคอนโดมิเนียมในเมือง ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกอาคารชุดพักอาศัยของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายที่ใช้ชีวิตในพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานครคือ ให้มีความสำคัญปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งสำหรับอาคารชุดพัก

อาศัยเป็นอันดับต้น ๆ เพราะการตัดสินใจซื้ออาคารชุดพักอาศัยนั้น ผู้เลือกซื้ออาคารชุดจะพิจารณาทำเลที่ตั้งที่มีความสะดวกในการเดินทางจากที่พักผู้แหล่งที่ทำงาน จึงเป็นตัวแปรสำคัญที่นำมาประกอบการจัดทำวิจัยนี้ และพิจารณาเพิ่มเติมได้ว่า ทำเลที่ตั้งของอาคารชุดพักอาศัยต้องสามารถเดินทางติดต่อกับสถานที่ต่างๆ สาธารณูปการ และระบบขนส่งมวลชนได้สะดวกรวดเร็ว นอกเหนือจากการคำนึงถึงเพียงอยู่ใกล้สถานที่เหล่านั้น

ในเรื่องรูปแบบทางด้านกายภาพ การออกแบบอาคารชุดพักอาศัย พบว่าการออกแบบมีบทบาทสำคัญอย่างเห็นได้ชัด เพราะมีส่วนสำคัญทั้งในด้านการลงทุนของผู้ประกอบการในเรื่องของการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและยังตอบโจทย์ภาพลักษณ์ต่อตัวบุคคลของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่วิจัยนี้ให้นิยามว่ากลุ่มประชากรเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) สอดคล้องกับการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้มีประสบการณ์ด้านการออกแบบ พบว่ากลุ่มเจนเอเรชั่นวายชอบการออกแบบที่กะทัดรัด สื่อสารผ่านการออกแบบ แบบไม่ซับซ้อน โดยมีลักษณะออกแบบเรียบง่ายแต่ใช้ของดีโดยใช้แฟชั่นช่วยในการออกแบบ โดดเด่นมีเอกลักษณ์ทันสมัย ทันยุคไอที

ดังนั้นประชากรกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่ทำงานในเขตศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานคร ต้องการที่พักอาศัย ที่มีพื้นที่ใช้สอยเล็กลง สะดวกในการเดินทางเพื่อประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย เนื่องจากรูปแบบการพักอาศัยในห้องชุดหรืออาคารชุดพักอาศัย สามารถตอบสนองความต้องการต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตและกำลังผ่อนชำระของกลุ่มประชากรเจนเอเรชั่นวายได้ในยุคปัจจุบัน

นอกจากนี้ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ควรทำการศึกษาต่อถึงรูปแบบที่อยู่อาศัยของกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่ใช้ชีวิตในเขตพื้นที่จังหวัดรอบ

กรุงเทพมหานคร เช่น จังหวัดปทุมธานี เพราะมีส่วนขยายทางการลงทุนของอสังหาริมทรัพย์หลายรูปแบบ จึงเป็นพื้นที่ที่น่าสนใจต่อการวิเคราะห์ข้อมูลค้นคว้า เพื่อเป็นประโยชน์ต่อไป

## 7. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้จะเสร็จสมบูรณ์ไม่ได้หากไม่ได้รับการสนับสนุนและร่วมมือจาก บุคคลและสถาบันต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ คณะอาจารย์ สาขาวิชาวิศวกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ของขอบคุณสถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่เป็นแหล่งข้อมูลในการทำงานวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณ บริษัท แปลน แอสโซซิเอต และสถาปนิกผู้ออกแบบที่ให้ข้อมูลศึกษาค้นคว้า และสุดท้ายนี้ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยรังสิต ที่ให้โอกาสนำเสนอทวิวิจัยนี้

## 8. เอกสารอ้างอิง

วสวัตต์ โขติวงศ์อริยะ และ กองคุณท์ โดชัยวัฒน์ (2556).เกณฑ์การคัดเลือกผู้ออกแบบตกแต่งภายใน โครงการอาคารชุดพักอาศัย: Build Environment Research Associates Conference, BERAC 4, 2013 Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University, May 24, 2013.

อลงกรณ์ จำฟู (2554) การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกอาคารชุดเป็นบ้านหลังที่สองในเขตชั้นในกับชั้นกลางของกรุงเทพมหานคร. ตกแต่งภายใน โครงการอาคารชุดพักอาศัย : Chulalongkorn University Intellectual Repository, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,2554.

Sirikolkarn, P. (2008). The Effect of Mass Transit Systems on Price of Condominium in



Bangkok. Undergraduate Honor Thesis, Department of Economics University of California Berkeley.

Weisbrod, G., Ben-Akiva, M. and Lerman, S. (1980). Tradeoffs in residential location decisions: Transportation versus other factors. Transportation Policy and Decision-Making, Vol.1, No.1. pp. 13-26.

ณัฐวุฒิ ศรีกตัญญู.(2540).รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของ เจเนอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท สาขาวิชา การโฆษณา ภาควิชาการ ประชาสัมพันธ์.

รัชฎา อติสนธิสกุล และอ้อยอุมารุ่งเรือง.(2558).เจเนอเรชั่นวาย ทำไมน่าสนใจ: สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2558 จาก [www.bizexcenter.com](http://www.bizexcenter.com)

วีรพงษ์ ชุตินันท์ (2556). 10 'ไลฟ์สไตล์'ของคนในยุค Gen Y: สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2558 จาก [www.bangkokbiznews.com](http://www.bangkokbiznews.com)