

ความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับอาคารชุดในแนวโครงการรถไฟฟ้า กรณีศึกษาพื้นที่ถนนแจ้งวัฒนะ

Willingness to Pay for Condominium Nearby Mass Rapid Transit Project: Case Study Jangwattana Road

เกียรติศักดิ์ สมัครสมาน

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ได้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาความเต็มใจที่จะจ่ายและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อราคาอาคารชุด ในแนวโครงการรถไฟฟ้าด้วยวิธีประเมินมูลค่าสมมติเหตุการณ์ทางตรง Double Bounded Closed-ended โดยกำหนดราคาเริ่มต้นพร้อมกับ คุณลักษณะของโครงการ 8 รูปแบบ ด้วยแบบสอบถามจำนวน 806 ชุด ผลการวิจัยพบว่าโครงการที่เป็นอาคารสูง โครงการทำเลที่ตั้งริมถนนใหญ่ โครงการที่ผู้ประกอบการมีชื่อเสียง อาชีพและรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่าย (WTP) ในทิศทางเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สรุปผลจากการวิเคราะห์ความเต็มใจที่จะจ่ายรวม (Total WTP) ของกลุ่มตัวอย่างข้าราชการมีค่า 79,561 บาทต่อตารางเมตร พนักงานบริษัทเอกชนมีค่า 51,649 บาทต่อตารางเมตร ซึ่งกว่าร้อยละ 40 ของความเต็มใจที่จะจ่ายรวม เป็นค่าความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม (WTP) ต่อตัวแปรต่าง ๆ ดังนี้ (1) โครงการที่ผู้ประกอบการมีชื่อเสียงอัตราร้อยละ 24 (2) โครงการที่เป็นอาคารสูงอัตราร้อยละ 11 และ (3) โครงการทำเลที่ตั้งริมถนนใหญ่อัตราร้อยละ 10.5 ตามลำดับ สำหรับประโยชน์ที่ได้จากงานวิจัยนี้ จะช่วยให้ผู้พัฒนาโครงการอาคารชุดตามแนวโครงการรถไฟฟ้า โดยเฉพาะผู้พัฒนาโครงการที่มีชื่อเสียง สามารถตั้งราคาขายส่วนเพิ่มเมื่อเทียบกับผู้พัฒนาโครงการทั่วไปได้ถึงร้อยละ 24 นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐที่ดูแลนโยบายด้านที่อยู่อาศัย สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ การพัฒนาโครงการที่สอดคล้องกับความเต็มใจที่จะจ่ายของประชาชน หน่วยงานประเมินราคาอสังหาริมทรัพย์และภาครัฐ สามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางราคาประเมินและการประมาณการจี้บรายได้ทางภาษี

คำสำคัญ: ความเต็มใจที่จะจ่าย วิธีประเมินมูลค่าสมมติเหตุการณ์ทางตรง คำถามปลายปิดสองชั้น
อาคารชุดในแนวโครงการรถไฟฟ้า

ABSTRACT

The purpose of this paper is to study the willingness to pay (WTP) and factors affecting the price of condominium nearby mass rapid transit project by using the contingent valuation method (CVM) double bounded closed-ended of eight initial bid price and characteristics of the condominium. We collected data by using questionnaires with 806 respondents. The result of this study shown high-rise building, main road location, reputation of a developer, occupation and income were positively affected the price of a condominium at the statistical significance level of 0.01. The total willingness to pay (Total WTP) for the government officer group is 79,561 Baht per square meter and 51,649 Baht per square meter for business employee group. More than 40 percent of total willingness to pay (Total WTP) are the willingness to pay for the factors as follows (1) willingness to pay for reputation of the developer (24%) (2) Willingness to pay for high-rise building (11%), and (3) willingness to pay for main road location (10.5%). The benefits of this research would be for condominium developers nearby mass rapid transit project, in particular for the reputable developers, the price can be added up to 24 percent than the other developers. Furthermore, the result of this research could be used as a guide for the real estate appraisal to determining the appraisal price or the property valuation for the purpose to plan and collect income tax and property tax.

Keywords: Willingness to Pay, Contingent Valuation Method, Double Bounded Closed-ended, Condominium Nearby Mass Rapid Transit Project

บทนำ

อาคารชุดเป็นที่อยู่อาศัยรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นในเมืองไทย นับตั้งแต่มีการตราพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. 2522 โดยมีลักษณะการอยู่อาศัยในห้องชุดที่อยู่ในอาคารเดียวกัน สามารถอยู่อาศัยได้หลายครอบครัว และมีกรรมสิทธิ์ในห้องชุดได้หลายคนในอาคารเดียวกัน (อนุชา กุศลวิสุทธิ, 2557) และเริ่มได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น หลังจากมีการเปิดให้บริการระบบขนส่งมวลชนระบบราง (BTS และ MRT) โดยมีสัดส่วนยอดขายเพิ่มสูงกว่าร้อยละ 50 เป็นครั้งแรกในช่วงปี พ.ศ. 2548 ถึงปี พ.ศ. 2550 นอกจากนี้ยังพบว่าราคาที่ดินโดยเฉพาะในแนวโครงข่ายรถไฟฟ้า ได้มีราคาสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว (ประทีป ตั้งมติธรรม, 2553) สำหรับการอยู่อาศัยในอาคารชุด ยังได้ตอบโจทย์คนทำงานในเมืองเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะคนโสดหรือคนหนุ่มสาว ที่เริ่มจะมีรายได้มากขึ้นในช่วงระยะ 5 ถึง 10 ปีของระยะเริ่มต้นการทำงาน นอกจากนี้กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จะมีการพัฒนาโครงข่ายขนส่งระบบรางอีก 7 ถึง 10 สายทางในอนาคต จะส่งผลให้ผู้คนเข้ามาอาศัยอยู่ในเมืองและอาศัยอยู่แนวโครงข่ายขนส่งระบบราง หรือแนวโครงข่ายรถไฟฟ้าเพิ่มมากขึ้น (มานพ พงศทัต, 2550)

จากพฤติกรรมการยอมรับที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดที่เพิ่มขึ้น ได้ส่งผลให้ตลาดภาพรวมที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลช่วงปี พ.ศ. 2551 ถึงปี พ.ศ. 2555 ที่พัฒนาโดยภาคเอกชนพบว่า มีอัตราส่วนที่เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 23 ในปี พ.ศ. 2551 เป็นร้อยละ 42 ในปี พ.ศ. 2554 และร้อยละ 57 ในเดือนที่ 8 ของปี พ.ศ. 2555 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2555) ผลจากการประเมินภาพรวมในเดือนพฤษภาคม ปี พ.ศ. 2557 อาคารชุดยังคงมีสัดส่วนที่เปิดขายมากที่สุดโดยมีจำนวนหน่วยคิดเป็นร้อยละ 44.6 โดยระดับราคา 2 ถึง 3 ล้านบาทได้รับความนิยมสูงสุด รองลงมาคือระดับราคา 3 ถึง 5 ล้านบาท และระดับราคา 1 ถึง 2 ล้านบาท ตามลำดับ (เอเจนซี ฟอร์ เรียลเอสเตท แอพพร้าส์, 2557) สำหรับการพัฒนาที่อยู่อาศัยของภาครัฐโดยการเคหะแห่งชาติ ได้มีแผนพัฒนาโดยร่วมมือกับการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย ในการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยตามเส้นทางโครงข่ายรถไฟฟ้า บนที่ดินของการเคหะแห่งชาติ หรือการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้า 10 สายทางในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเน้นกลุ่มประชาชนที่มีรายได้น้อยถึงปานกลางที่มีรายได้เฉลี่ย 20,000 ถึง 40,000 บาทต่อเดือน ระดับราคาขายเฉลี่ย 500,000 ถึง 800,000 บาทต่อหน่วย และมีขนาดห้องชุดเริ่มต้นที่ 30 ตารางเมตร (กฤษดา รักษากุล, 2556)

จากแนวโน้มความต้องการอาคารชุดที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในแนวโครงข่ายรถไฟฟ้าที่เปิดให้บริการ รวมถึงโครงการที่กำลังอยู่ระหว่างการก่อสร้างและได้รับการอนุมัตินั้น จะส่งผลให้ผู้ประกอบการที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดมีความสนใจที่จะลงทุนในพื้นที่ดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างที่สนใจอาคารชุดพักอาศัย เพื่อค้นหาความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to Pay) ส่วนเกินของผู้บริโภคภายใต้อรรถประโยชน์สูงสุด (Utility Maximization) ที่คาดหวังจะได้รับในอนาคต ด้วยวิธีประเมินมูลค่าสามมิติเหตุการณ์ทางตรง (Contingent Valuation Method (CVM)) ใช้วิธีตั้งคำถามลักษณะปลายปิดสองชั้น (Double Bounded Closed-ended) ซึ่งจะมีความเหมาะสมสำหรับโครงการอาคารชุดที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และการวิจัยนี้เป็นการประยุกต์เครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์สิ่งแวดลอม มีความแตกต่างจากวิธีที่ใช้ในปัจจุบัน ได้แก่ วิธี Hedonic Price Method และวิธี Competitive Market Price ซึ่งทั้งสองวิธีจะมีความเหมาะสมเมื่อสินค้านั้นมีอยู่ในตลาดเป็นจำนวนมาก สำหรับการคัดเลือกพื้นที่วิจัยจะทำการคัดเลือกพื้นที่ที่จะมีโครงการรถไฟฟ้าผ่านในอนาคต โดยได้คัดเลือกพื้นที่ถนนแจ้งวัฒนะ ซึ่งเป็นพื้นที่จะมีโครงการรถไฟฟ้าสายสีชมพูผ่าน เป็นทำเลที่ตั้งที่มีสถานประกอบการทั้งภาครัฐและเอกชนจำนวนมาก ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดความต้องการที่อยู่อาศัยแห่งใหม่ใกล้ที่ทำงานเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะโครงการอาคารชุดตามแนวโครงการรถไฟฟ้าที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน

ดังนั้นการศึกษาความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับอาคารชุดตามแนวโครงการรถไฟฟ้า จึงมีความสำคัญในการศึกษาวิจัย สำหรับผลที่ได้จากการวิจัยนี้จะสามารถช่วยให้ผู้พัฒนาโครงการอาคารชุด นำมาใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการกำหนดกลยุทธ์ของโครงการได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้หน่วยงานด้านการประเมินราคาและหน่วยงานการจัดเก็บรายได้และภาษีของภาครัฐ สามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผนจัดเก็บรายได้ทางภาษีที่จะเกิดขึ้น จากการพัฒนาโครงการอาคารชุดในอนาคต ส่วนผู้สนใจสามารถนำแนวคิดวิธีวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้ในการวิจัยกับโครงการอสังหาริมทรัพย์รูปแบบต่าง ๆ และสินค้าชนิดอื่นได้

วัตถุประสงค์และคำถามของงานวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา และความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับอาคารชุดในแนวโครงการรถไฟฟ้าในอนาคต โดยมีคำถามวิจัยดังนี้ (1) ผู้สนใจที่จะซื้ออาคารชุดในแนวรถไฟฟ้าในอนาคตมีความเต็มใจที่จะจ่ายได้ในราคาที่เท่าไร (2) ชื่อเสียงของผู้ประกอบการ (3) โครงการที่เป็นอาคารสูง และ (4) โครงการทำเลที่ตั้งริมถนนใหญ่ของอาคารชุดในแนวโครงการรถไฟฟ้า จะมีผลต่อการทำให้มีมูลค่าเพิ่มและมีผลต่อการตัดสินใจที่จะซื้ออย่างไร

ทบทวนวรรณกรรม

ลักษณะประชากรศาสตร์และการอยู่อาศัย

จากทฤษฎีของกระบวนการตัดสินใจ 5 ขั้นตอนที่ได้มีการยอมรับและนิยามกันอย่างแพร่หลาย สามารถนำมาประยุกต์กับการเลือกที่อยู่อาศัยได้เป็นอย่างดี สำหรับที่อยู่อาศัยเป็นสินค้าที่มีราคาสูงหรือมีความเกี่ยวข้องกับชีวิตสูง (High Involvement Product) ผู้ซื้อจะใช้เวลาในการศึกษาหาข้อมูลอย่างละเอียดก่อนการตัดสินใจ ซึ่งจะเห็นได้ว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์จะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยหรืออาจกล่าวได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) โดยการตัดสินใจซื้อนั้นจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลด้านต่าง ๆ ได้แก่ (1) อายุ (Age) โดยอายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน เช่น คนหนุ่มสาวอาจมีพฤติกรรมชอบพักอาศัยในอาคารชุด ส่วนผู้สูงอายุอาจมีความต้องการพักอาศัยลักษณะเป็นบ้าน (2) วงจรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle Stage) ลักษณะของครอบครัวในแต่ละช่วงของการดำเนินชีวิตจะมีอิทธิพลต่อความต้องการ และพฤติกรรมการซื้อที่อยู่อาศัยที่ต่างกัน เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับการใช้พื้นที่ของจำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ร่วมกัน ผลจากการศึกษาของ วิทวัส รุ่งเรืองผล (2557) พบว่า การตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยเป็นการตัดสินใจร่วมจากสมาชิกในครอบครัว หากเป็นการซื้อที่อยู่อาศัยในแนวราบ ส่วนการซื้อที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดพบว่า ส่วนใหญ่จะเป็นการตัดสินใจเพียงคนเดียว จากทฤษฎีวงจรชีวิตครอบครัวจะมีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยที่ต่างกัน เช่น ช่วงชีวิตโสด เริ่มต้นชีวิตคู่ ครอบครัวลูกอ่อน ครอบครัวลูกวัยเด็ก ครอบครัวลูกวัยรุ่น ครอบครัววัยเกษียณและโดดเดี่ยวผู้เหลือรอด เป็นต้น (3) อาชีพ (Occupation) อาชีพที่ต่างกันของแต่ละบุคคลนั้น จะมีความต้องการและบริการที่ต่างกัน (4) รายได้ (Income) รายได้หรือโอกาสทางเศรษฐกิจจะส่งผลต่ออำนาจการซื้อและทัศนคติในการใช้จ่าย และ (5) การศึกษา (Education) โดยผู้มีการศึกษาสูงนั้นมีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ดีและมีคุณภาพ (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2554; ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546; Kotler, 2003; Solomon, 2009)

ผลของทัศนคติต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย

ทัศนคติถือว่าเป็นตัวแปรหนึ่งของกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค หรือเป็นแกนกลางของความรู้สึกชอบและไม่ชอบบุคคล กลุ่ม สถานการณ์ สิ่งของ รวมทั้งความคิดเห็นที่เรามองไม่เห็น หรืออาจนิยามได้ว่าเป็นแนวโน้มที่จะก่อปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเป็นความโน้มเอียงมาจากประสบการณ์ และจะส่งผลต่อพฤติกรรมในลักษณะชอบหรือไม่ชอบ โดยมีลักษณะองค์ประกอบของความเชื่อ (Cognitive) ความรู้สึก (Affective) และแนวโน้มที่จะเกิดปฏิกิริยาตอบสนอง (Behavioral) โดยแหล่งที่มีอิทธิพลต่อการก่อตัวของทัศนคติ ได้แก่ ประสบการณ์ของบุคคล ผู้มีอิทธิพล และผลจากวัฒนธรรม (อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล, 2550) จะเห็นได้ว่าทัศนคติคือปัจจัยที่เกิดขึ้นจากการหลอมรวมประสบการณ์ เช่น ผู้ที่กลัวแผ่นดินไหว เพลิงไหม้หรือมีประสบการณ์ติดอยู่ในลิฟต์อาคารสูง อาจมีความโน้มเอียงของทัศนคติต่ออาคารชุดจากงานวิจัย การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของคนกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภายหลังจากวิกฤติอุทกภัยปี พ.ศ. 2554 พบว่า ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะเลือกทำเลที่ไม่เคยเกิดอุทกภัย มีความสนใจที่จะซื้ออาคารชุดและที่อยู่อาศัยสำรองในต่างจังหวัดเพิ่มมากขึ้น (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2557) ผลจากการศึกษาของ Carter (1975) พบว่า การเลือกที่อยู่อาศัยจะขึ้นอยู่กับลักษณะทางกายภาพ และสิ่งแวดล้อมและปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ งบประมาณ รายได้ ปัจจัยทางด้านสังคม เช่น ความต้องการทางพฤติกรรมและลักษณะส่วนบุคคล

จากลักษณะประชากรศาสตร์และการอยู่อาศัยและทัศนคติต่อการซื้อที่อยู่อาศัยพบว่า เป็นปัจจัยที่สำคัญและมีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยโดยเฉพาะอาคารชุดในเมืองในแนวรถไฟฟ้าพบว่า จะได้รับความนิยมจากคนโสดหนุ่มสาววัยเริ่มทำงาน นอกจากนี้ลักษณะทางครอบครัวจำนวนสมาชิกในครัวเรือนและทัศนคติจะมีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย

การเลือกและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย

จากการรวบรวมปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยพบว่า มีตัวแปรหลัก ๆ อยู่ 4 กลุ่มตัวแปร ได้แก่ (1) ราคา (Price) ซึ่งเป็นราคาซื้อขายของที่อยู่อาศัยที่ได้มีการบันทึกไว้อาจมีหลายช่วงราคาขึ้นอยู่กับระยะเวลาของการซื้อขาย (2) ทำเล ที่ตั้ง (Locational) ที่อยู่อาศัยที่ดีจะมีทำเลที่ตั้งที่ดีควรมีระยะทางที่สามารถเดินทางเข้าออกสะดวกสบาย ใกล้ระบบบริการ สาธารณะ เช่น สถานีรถไฟฟ้า ป้ายรถโดยสารประจำทาง ทางด่วน ห้างสรรพสินค้า สวนสาธารณะ โรงเรียน โรงพยาบาล แหล่งงาน ศูนย์กลางธุรกิจ เป็นต้น (3) สภาพแวดล้อมของย่านที่อยู่อาศัย (Neighborhood) โดยสภาพแวดล้อมบริเวณรอบ ๆ ของที่อยู่อาศัยที่ดีจะส่งผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยเป็นอย่างยิ่ง หรืออาจกล่าวได้ว่าลักษณะที่อยู่อาศัยที่ดีควรอยู่ในสภาพชุมชน ที่ดีมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน มีบรรยากาศที่สงบเงียบเมื่ออยู่อาศัย (4) คุณลักษณะของที่อยู่อาศัย (Structural) ซึ่งคุณลักษณะของที่อยู่อาศัยที่ดี ได้แก่ รูปแบบและการออกแบบโครงการที่สวยงาม ลักษณะอาคาร ห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักและโครงการที่ครบครัน มีวิวทิวทัศน์ที่ดี อากาศถ่ายเทได้สะดวก และยังสามารถลดปัญหาเสียงจากการจราจร ซึ่งโครงการที่เป็นอาคารสูงจะได้รับความนิยมเป็นอย่างยิ่ง โดยผู้อยู่อาศัยยินดีที่จะจ่ายเพิ่มขึ้น (ขั้นที่สูง ๆ ขึ้นไปจะมีราคาที่สูงขึ้นตั้งแต่ร้อยละ 1 ถึงร้อยละ 7) นอกจากนี้ยังพบว่า ความเชื่อมั่นในผู้ประกอบการ เช่น การบริการหลังการขาย ฐานะทางการเงิน และชื่อเสียงของผู้ประกอบการนั้น มีผลต่อการตัดสินใจ (Murphy, 1970; Claire, 1975; Zinas et al., 2012; Zavei et al., 2012; Almatarneh, 2013; Dokmeci et al., 1996; Kahrik et al., 2011; Jim & Chen, 2006; บุปผา เทวภักดี, 2548; อารี งามศิริอุดม, 2548; เอื้องทิพย์ จงพัฒนะสินสุข, 2548; นิคม หอมยีน, 2554; บุศรินทร์ รุ่งรัตนกุล, 2549; กรกฏ กุฎีศรี, 2553; ศนิดา ภิญโญ, 2552; ประพันธ์ มาโต, 2550; มานพ พงศทัต, 2541)

ผลกระทบของที่อยู่อาศัยใกล้แนวรถไฟฟ้า

ผลจากการวิจัยของ Forest et al. (1996) ในสหราชอาณาจักรพบว่า เมื่อมีรถไฟฟ้าสายใหม่เปิดให้บริการจะส่งผลกระทบต่อราคาที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์เดิม (ที่อยู่นอกแนวรถไฟฟ้าสายใหม่) โดยราคาจะลดลงประมาณร้อยละ 4 จะมีการเพิ่มขึ้นในบางพื้นที่ที่มีการเข้าถึงและลดลงในบางชุมชนที่ห่างออกไป สำหรับการวิจัยในประเทศไทย Sirikolkarn (2008) Thamrongrisook (2011) โดยใช้วิธี Hedonic Price Method พบว่า ระยะทางของที่อยู่อาศัยที่ใกล้สถานีรถไฟฟ้า หรือถนนหลักจะมีผลต่อราคาที่อยู่อาศัย โดยที่อยู่อาศัยที่ใกล้สถานีรถไฟฟ้าจะมีราคาขายต่อตารางเมตร ที่สูงขึ้น สำหรับผลการวิจัยในฮ่องกงของ Wong et al. (2011) ไม่พบนัยสำคัญของระยะทางจากสถานีรถไฟฟ้าต่อราคาขาย แต่ได้มุ่งเน้นราคาขายต่อชั้นต่อความสูงของอาคารพบว่า ราคาขายไม่มีนัยสำคัญต่อความสูงของอาคารและมีแนวโน้มที่ลดลง เมื่อชั้นของอาคารสูงขึ้นสาเหตุจากอาคารสูงที่ฮ่องกงจะมีการอยู่อาศัยที่ค่อนข้างหนาแน่น ส่วนงานวิจัยพื้นที่อื่น ๆ พบว่า ในแต่ละชั้นความสูงของอาคารจะมีผลต่อราคาขายในทิศทางที่เพิ่มขึ้น

ตราสินค้ากับการพัฒนาที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์

ปัจจัยตราสินค้าปัจจุบันบริษัทอสังหาริมทรัพย์ได้ให้ความสนใจในการสร้างตราสินค้าเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะบริษัทขนาดใหญ่ได้ประสบความสำเร็จในการสร้างตราสินค้า เนื่องจากแนวคิดด้านทำเลเริ่มจะไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการจึงได้มีนโยบายสร้างตราสินค้าเพื่อให้ได้รับการยอมรับในการทำตลาดที่ง่ายขึ้น (ชลิต ลิปะนะเวช, 2551) สำหรับงานวิจัยด้านการสร้างตราสินค้า สุมนันฐ โควกุล (2552) ได้ทำการวิจัยการสร้างตราสินค้าของบริษัท แลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน) พบว่า การสร้างตราสินค้าที่ดูทันสมัยขึ้น สามารถเพิ่มกลุ่มลูกค้าที่เป็นคนรุ่นใหม่ได้มากขึ้น สำหรับการใช้อินเทอร์เน็ตกับการสร้างตราสินค้าพบว่า สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้เป็นอย่างดี สามารถสร้างภาพลักษณ์ให้เกิดการรับรู้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ โดยสามารถส่งผลต่อยอดขายได้ถึงร้อยละ 58.3 ผลจากการสร้างตราสินค้าพบว่า ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยที่สร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ดีและเร็วกว่าโครงการที่อยู่อาศัยอื่น (ศรัญญา รัตนจงกล, 2554; อัญชลี ปิยบุญพาวผล, 2547)

ความเต็มใจจ่ายด้วยวิธีประเมินมูลค่าสมมติเหตุการณ์ทางตรง (Contingent Valuation Method (CVM))

การหาค่าความเต็มใจที่จะจ่าย (WTP) เป็นศึกษาหาค่าใช้จ่ายส่วนเกินของผู้บริโภค (Surplus Demand) ที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อให้ได้รรถประโยชน์สูงสุด สามารถหาได้หลายโดยวิธีทางอ้อม (Indirect Method) ได้แก่ วิธี Hedonic Price Method (HPM) วิธี Competitive Market Price ซึ่งวิธีดังกล่าวจะเหมาะกับสินค้าที่มีในตลาด สำหรับแนวคิดการหาค่าความเต็มใจที่จะจ่ายด้วยวิธีประเมินมูลค่าสมมติเหตุการณ์ทางตรง (CVM) นี้เป็นวิธีที่เหมาะสมกับสินค้าที่ยังไม่มีในท้องตลาดหรือมีค่อนข้างน้อย ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีแนวคิดนำเสนอวิธีวิธีประเมินมูลค่าสมมติเหตุการณ์ทางตรงแบบ Double Bounded Closed-ended มาประยุกต์กับการวิจัยนี้

การหาค่าความเต็มใจที่จะจ่าย (WTP) ด้วยวิธีประเมินมูลค่าสมมติเหตุการณ์ทางตรง (CVM) ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการวิจัยในหลากหลายสาขา การวิจัยจะเริ่มต้นด้วยการกำหนดค่าเริ่มต้น (Initial BID Price) จากนั้นนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ผลที่ได้จากการวิจัยจะประกอบไปด้วยค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ย (MWTP) ค่าความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม (WTP) ค่าความเต็มใจที่จะจ่ายขอบล่าง (Lower Bound) และค่าความเต็มใจที่จะจ่ายขอบบน (Upper Bound) นอกจากนี้ยังสามารถระบุความค่าความเต็มใจที่จะจ่าย ของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะประชากรศาสตร์ ผลจากการศึกษาของ ญัฐกิตต์ กิตติณัฐพงษ์ (2555) นพรัตน์ พรหมอินทร์ (2554) ประกาย ธีระวัฒนากุล (2550) และ Park (2013) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้และการศึกษาที่สูง จะมีค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาและรายได้ที่ต่ำกว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะมีค่า

ความเต็มใจที่จะจ่ายมากกว่าผู้ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องหรือได้รับผลกระทบที่น้อยกว่า (Loomis & Pate, 1997) นอกจากนี้ยังพบว่า วิธีนี้สามารถระบุค่าความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มโดยผลจากการศึกษาของ จรินทร์ ชลไพศาล (2549) ได้ศึกษาความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับสินค้าเนื้อสุกรอินทรีย์เทียบกับเนื้อสุกรปกติพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ให้ค่าความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มต่อเนื้อสุกรอินทรีย์เมื่อเทียบกับเนื้อสุกรปกติอยู่ที่ 25 บาทต่อกิโลกรัม เป็นต้น

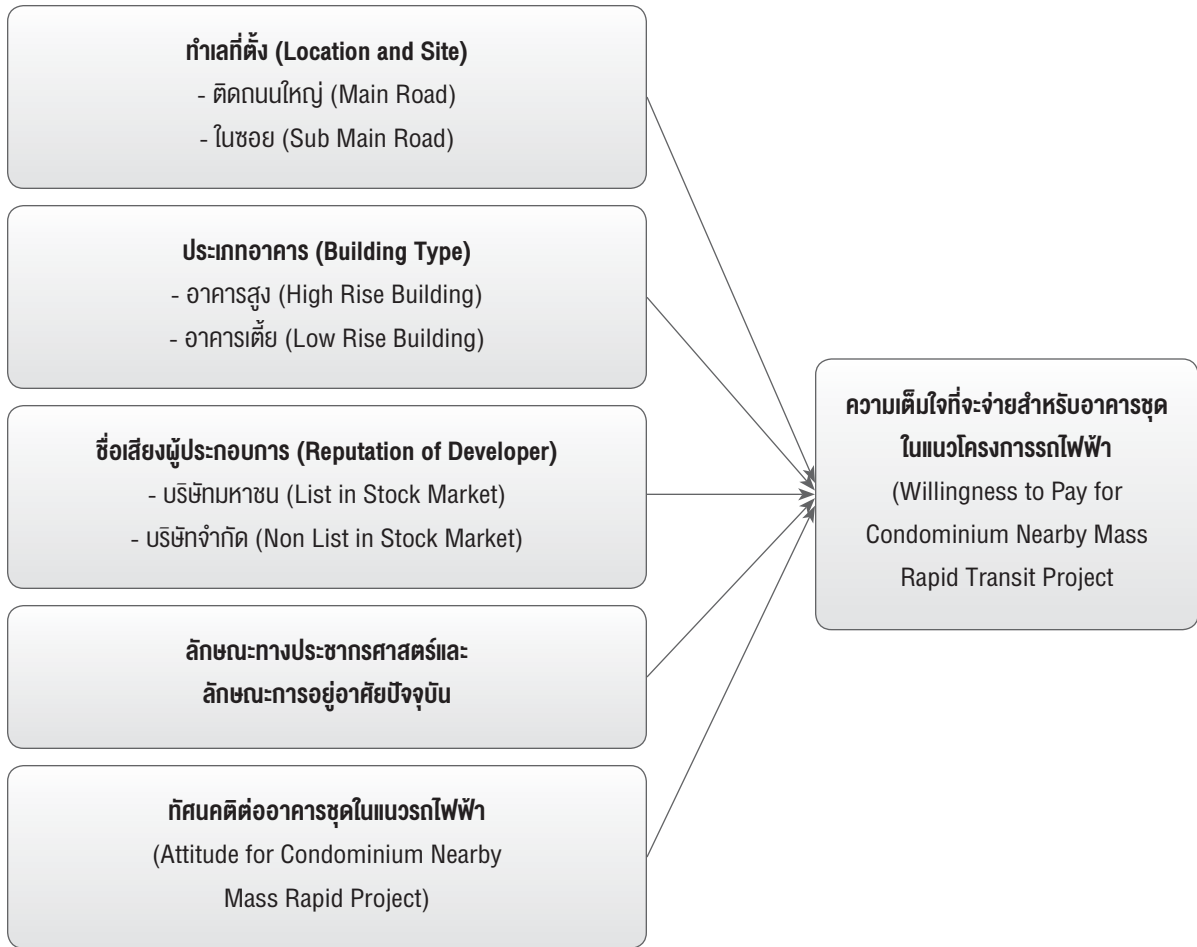
สำหรับวิธีประเมินมูลค่าสมมติเหตุการณ์ทางตรงสามารถนำไปประเมินเพื่อเทียบกับวิธีปกติได้ Mattia et al. (2012) ได้นำวิธีประเมินมูลค่าสมมติเหตุการณ์ทางตรง (CVM) มาใช้ในการประเมินมูลค่าที่อยู่อาศัย ผลที่ได้จากการประเมินเมื่อเทียบกับวิธีปกติแล้วค่าที่ได้มีความแตกต่างกันเล็กน้อย Libscomb (2010) ได้ทำการประเมินราคาบ้านด้วยการสมมติเหตุการณ์ จะมีโครงการสร้างโรงงานชีวมวลใกล้กับที่อยู่อาศัยของประชาชน พบค่าเฉลี่ยความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มในแต่ละค่าไม่แตกต่างกัน Simons (2005) ได้ทำการประเมินราคาที่อยู่อาศัยใน 8 รัฐของสหรัฐอเมริกาด้วยวิธีกรณีสมมติให้นำที่ดินมีการปนเปื้อนจากสารเคมีพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ให้ค่าการประเมินที่ลดลงของราคาที่อยู่อาศัย และ Breffle et al. (1997) ได้ทำการ ค่าความเต็มใจที่จะจ่าย (WTP) ในการป้องกันพื้นที่ว่างที่ให้ประโยชน์ได้ค่าเฉลี่ยความเต็มใจที่จะจ่าย (MWTP) อยู่ที่ 774,000 ดอลลาร์สหรัฐ

จากแนวคิดวิธีประเมินมูลค่าสมมติเหตุการณ์ทางตรง (CVM) Double Bounded Closed-ended ในการประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายนั้นพบว่า สามารถประเมินมูลค่าออกมาเป็นตัวเลขได้ให้ค่าประเมินที่เหมาะสมใกล้เคียงกับความสามารถที่จะจ่ายจริง ดังนั้นผู้วิจัยจะนำวิธีดังกล่าวมาทำการวิจัยในครั้งนี้

กรอบแนวคิดความเต็มใจที่จะจ่าย

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ตัวแปรหลักที่สอดคล้องแนวคิดความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม (Surplus Demand) ได้แก่ (1) ตัวแปรทำเลที่ตั้งริมถนนใหญ่ (2) ตัวแปรอาคารสูง (3) ตัวแปรชื่อเสียงของผู้ประกอบการ โดยตัวแปรทั้ง 3 นี้จะส่งผลต่อต้นทุนต่อหน่วยที่สูงกว่าโครงการอาคารชุดปกติทั่วไป นอกจากนี้พบว่า ตัวแปรทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ลักษณะการอยู่อาศัยและทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายเช่นกัน สำหรับกรอบแนวคิดของความเต็มใจที่จะจ่าย ผู้วิจัยได้ทำการควบคุมตัวแปรอื่นที่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่าย ได้แก่ ตัวแปรการออกแบบโครงการ ห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศรอบโครงการ สภาพการจราจร การส่งเสริมการขายและการตลาด ให้มีลักษณะคล้ายกันเพื่อให้ตัวแปรที่กำหนดขึ้นสามารถอธิบายผลการวิจัยได้ดีขึ้น โดยมีสมมติฐานการวิจัยและกรอบแนวคิดความเต็มใจที่จะจ่ายดังนี้

- สมมติฐาน 1 (H1) อาคารชุดที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ริมถนนใหญ่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่าย
- สมมติฐาน 2 (H2) อาคารชุดที่เป็นอาคารสูงมีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่าย
- สมมติฐาน 3 (H3) อาคารชุดที่ผู้ประกอบการเป็นบริษัทมหาชนในตลาดหลักทรัพย์ที่มีชื่อเสียง มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่าย
- สมมติฐาน 4 (H4) ลักษณะประชากรศาสตร์มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายในการตัดสินใจที่จะซื้อ อาคารชุดในแนวรถไฟฟ้า
- สมมติฐาน 5 (H5) ทัศนคติต่ออาคารชุดในแนวรถไฟฟ้าที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายในการตัดสินใจที่จะซื้อ



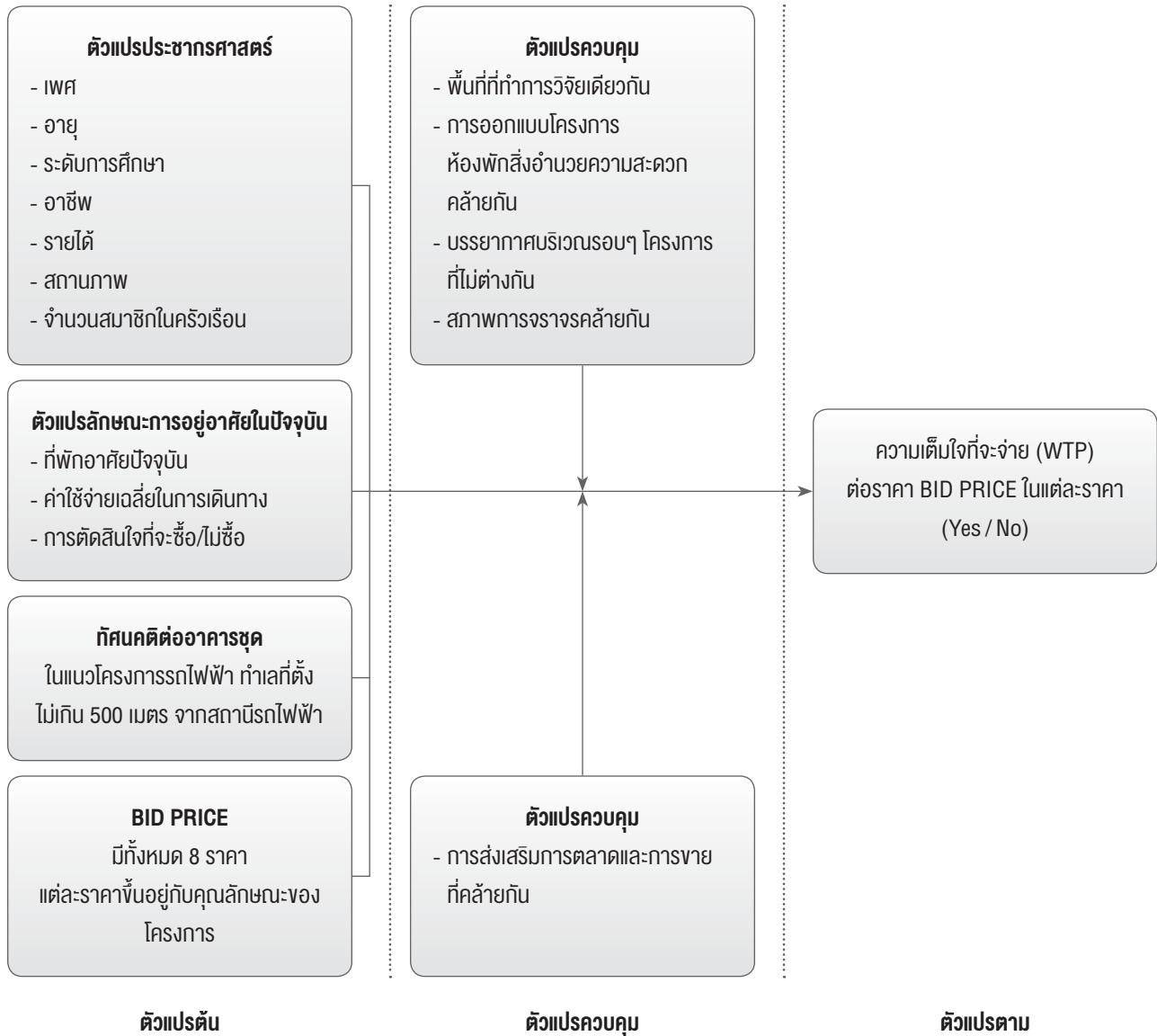
ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับอาคารชุดในแนวโครงการรถไฟฟ้า
ที่มา: ผู้วิจัย, 2557

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยจะใช้แบบจำลอง Double Bounded Logit Model ในการศึกษาวิจัยโดยมีตัวแปรตาม ได้แก่ ความเต็มใจที่จะจ่าย (WTP) และตัวแปรต้น ได้แก่ ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ลักษณะการอยู่อาศัยในปัจจุบัน การตัดสินใจซื้อและไม่ซื้อ ทัศนคติต่ออาคารชุดทำเลที่ตั้งในแนวโครงการรถไฟฟ้าและราคาเริ่มต้น (Initial BID Price) (โดยได้ทำการควบคุมตัวแปรอื่น ๆ ที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่าย) มีฟังก์ชันความเต็มใจที่จะจ่ายดังนี้

$$WTP = f(BID, \text{Gender, Age, Education, Occupation, Income, Marital Status, Household Number, Present Resident, Travel Cost, Buying Decision, Attitude for Condominium Nearby MRT})$$

จากแบบจำลองสามารถสร้างเป็นกรอบแนวคิดสำหรับการวิจัยได้ดังภาพที่ 2 ดังนี้



ภาพที่ 2: กรอบแนวคิดวิธีวิจัยความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับอาคารชุดในแนวโครงการรถไฟฟ้า

ที่มา: ผู้วิจัย, 2557

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

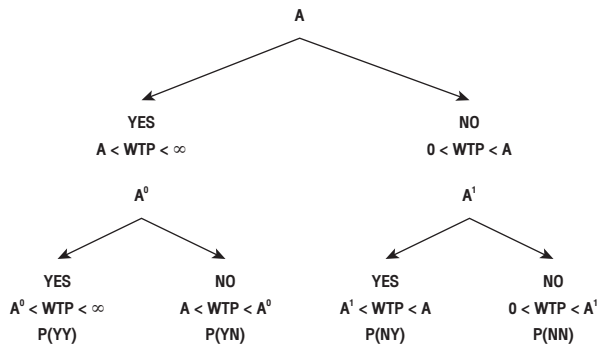
งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling Techniques) โดยจะทำการวิจัยกับข้าราชการที่ทำงานในศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา ซึ่งเป็นศูนย์ราชการแห่งใหม่มีข้าราชการพนักงานปฏิบัติงานกว่า 60,000 คน นอกจากนี้ยังมีพนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชนที่ทำงานในสถานประกอบการภาคเอกชนที่ตั้งอยู่บนถนนแจ้งวัฒนะเป็นจำนวนมาก พร้อมกันนี้ ถนนแจ้งวัฒนะมีโครงการรถไฟฟ้าผ่าน หากในอนาคตกลุ่มตัวอย่างสนใจที่จะซื้อที่อยู่อาศัยประเภทห้องชุดในแนวรถไฟฟ้า ก็จะสามารถพิจารณาซื้อได้ โดยอ้างอิงอรรถประโยชน์สูงสุดที่ได้รับเมื่อแลกกับค่าใช้จ่ายส่วนเพิ่มที่ได้จ่ายออกไป สำหรับวิธีการเลือกตัวอย่างได้กำหนดแบบโควตา (Quota Sampling) เนื่องจากพื้นที่ทำการศึกษามีลักษณะกลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกัน ของลักษณะทางประชากรศาสตร์ค่อนข้างชัดเจน โดยกลุ่มอาชีพข้าราชการจะเป็นกลุ่มผู้อยู่อาศัยกลุ่มใหม่ที่ย้ายเข้ามาในพื้นที่ โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มอาชีพข้าราชการจำนวน 400 ตัวอย่าง และพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 400 ตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ยอมรับความคลาดเคลื่อนได้ร้อยละ 5

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้จะทำการวิจัยความเต็มใจจ่ายด้วยวิธีประเมินมูลค่าสมมติเหตุการณ์ทางตรง Double Bounded Closed-ended สำหรับผู้สนใจอาคารชุดในแนวโครงการรถไฟฟ้าสายสีชมพู (แคราย - มีนบุรี) ซึ่งจะมีทำเลที่ตั้งของโครงการไม่เกิน 500 เมตรจากสถานี โดยเริ่มต้นจากแยกหลักสี่เขตกรุงเทพมหานครไปจนถึงห้าแยกปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี รวมระยะทางประมาณ 6 กิโลเมตร สำหรับตัวแปรที่ทำการศึกษา ได้แก่ ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ลักษณะการอยู่อาศัย ราคาเริ่มต้น (Initial BID Price) 8 ราคา (โดยแต่ละราคาจะมีคุณลักษณะของอาคารชุดที่แตกต่างกัน) และทัศนคติต่ออาคารชุดในแนวรถไฟฟ้า

คำถามแบบปลายปิดสองชั้น (Double Bounded Closed-ended)

สำหรับลักษณะคำถามปลายปิด 2 ชั้นนี้จะเป็นลักษณะการสมมติค่าเริ่มต้นขึ้นมา ซึ่งได้จากการสำรวจและการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของการวิจัย ซึ่งลักษณะคำถามแบบปลายปิดสองชั้นนี้ ผู้ตอบสามารถตอบคำถามได้ใกล้เคียงกับความสามารถของความเต็มใจที่จะจ่ายจริง และนอกจากนี้ยังเป็นวิธีที่ได้รับความนิยมในหลายสาขา ซึ่งวิธีนี้จะช่วยให้สามารถค้นหาราคาหรือค่าใช้จ่ายส่วนเพิ่ม สำหรับผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำวิธีดังกล่าวนี้ มาประยุกต์ในการวิจัยในครั้งนี้ สำหรับลักษณะคำถามปลายปิดสองชั้นจะทำให้ทราบค่าขอบล่าง (Lower Bound) และค่าขอบบน (Upper Bound) โดยการสอบถามด้วยคำถามปลายปิดสองชั้น จะมีความเป็นไปได้ของเหตุการณ์ 4 เหตุการณ์ ดังแสดงในภาพที่ 3



ภาพที่ 3: ความเป็นไปได้ของเหตุการณ์จากคำถามปิดสองชั้น (Double Bounded Closed-ended)

ที่มา: ปรับจากต้นแบบของ เรณู สุขารมณ (2541)

การกำหนดค่า Upper Bid และค่า Lower Bid

จากภาพที่ 3 ความเป็นไปได้ของเหตุการณ์จากคำถามปิดสองชั้นสอบถามด้วยคำถามปิดสองชั้นมีค่าเริ่มต้นครั้งแรก (Initial Bid: A) และค่าเริ่มต้นครั้งที่สองจะมี 2 ค่า ได้แก่ค่า Upper Bid (A^u) ซึ่งจะมีค่าเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่า และค่า Lower Bid (A^l) จะมีค่าลดลงสองเท่า โดยจะมีความเป็นไปได้ของเหตุการณ์ 4 เหตุการณ์ดังนี้ (เรณู สุขารมณ, 2541)

- P(YesYes) ซึ่งค่า WTP จะมีค่ามากกว่า Upper Bid (A^u) แต่จะน้อยกว่าค่า Infinity
- P(YesNo) ซึ่งค่า WTP จะมีค่ามากกว่า Initial Bid (A) แต่จะน้อยกว่าค่า Upper Bid (A^u)
- P(NoYes) ซึ่งค่า WTP จะมีค่ามากกว่า Lower Bid (A^l) แต่จะน้อยกว่าค่า Initial Bid (A)
- P(NoNo) ซึ่งค่า WTP จะมีค่ามากกว่าศูนย์ (0) แต่จะน้อยกว่าค่า Lower Bid (A^l)

โดยมีสมการประมาณค่าสูงสุดของฟังก์ชันความน่าจะเป็น Likelihood Function ดังนี้

$$L = P(YY) P(YN) P(NY) P(NN) \dots(1)$$

วิธีการกำหนดราคาเริ่มต้น (Initial Bid)

วิธีการประเมินความเต็มใจที่จะจ่าย (WTP) ด้วยวิธี Double Bounded Closed-ended ได้มีการพัฒนารูปแบบและวิธีการที่แม่นยำมากขึ้นสำหรับการกำหนดค่าเริ่มต้นของสินค้าที่ยังไม่มีหรือมีน้อยในท้องตลาด โดยจะใช้วิธีการสำรวจข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจากนั้นนำค่าที่ได้มาคำนวณค่าเฉลี่ยที่เหมาะสมเพื่อใช้ในการกำหนดค่าเริ่มต้น (Initial BID Price) งานวิจัยนี้ได้คำนึงถึงปัญหาดังกล่าวจึงได้สำรวจราคาขายอาคารชุดปัจจุบันในพื้นที่วิจัย จากนั้นนำค่าที่ได้มาคำนวณค่าเฉลี่ยและปรับปรุงค่าโดยการอ้างอิงจากงานวิจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา เพื่อให้ได้ราคาเริ่มต้น (Initial BID Price) ที่เหมาะสม จากนั้นนำมากำหนดค่าขอบบน (Upper Bound) และค่าขอบล่าง (Lower Bound) ของค่าความเต็มใจที่จะจ่ายตามวิธี Double Bounded Closed-ended โดยมีผลการรวบรวมข้อมูลโครงการที่เปิดตัวขายในปัจจุบันดังนี้

ตารางที่ 1: ผลสำรวจโครงการอาคารชุดที่เปิดตัวย้ายปี พ.ศ. 2556

ลำดับที่	เจ้าของโครงการ	ชื่อโครงการ	ความสูงอาคาร	ที่ตั้งโครงการ		ราคาขายบาท/ตรม.
				ติดถนน	เข้าซอย	
1	บจก.มหานครที่พรอพเพอร์ตี้	เดอะฟอร์เรสต์	7 ชั้น	/		56,000
2	บจก.ประกาศิตแอนด์ซันส์เอสเตท	เดอะโซน	8 ชั้น		/	57,000
3	บจก.สมุยทาวเวอร์	แอเดร่า	8 ชั้น		/	47,000
4	บจก.พิจิตรพร็อพเพอร์ตี้	เดอะโมทีฟ	8 ชั้น		/	43,000
5	บจก.ไตรพร็อพเพอร์ตี้	พราวออฟ	7 ชั้น		/	48,000
6	บจก.วิทูพีพร็อพเพอร์ตี้	เดอะคิวบ์	5 ชั้น		/	36,000
7	บจก.วินซิม	เดอะซิมเมอร์	8 ชั้น		/	49,900
8	บจก.เอ็มเรสซิเด็นส์	เอ็มโซไซตี้	32 ชั้น		/	34,900
9	บจก.ปริดาโฮลดิ้ง	เดอะกรีนเน่	22 ชั้น	/		56,000
10	บจก.ไรซ์ซิงเอสเตท	เรสต้า	23 ชั้น		/	45,000
11	บมจ.เสนาดีเวลลอปเม้นท์	เดอะคิท์แจ่งวัฒนะ	7 ชั้น	/		33,000
12	บมจ.เสนาดีเวลลอปเม้นท์	เดอะคิท์ทีวานนท์	6 ชั้น	/		33,000
13	บมจ.พุกษาเรียลเอสเตท	เดอะซีดีแจ่งวัฒนะ	8 ชั้น	/		73,300
14	บมจ.แลนด์แอนด์เฮาส์	เดอะคีย์แจ่งวัฒนะ	21 ชั้น	/		56,000
15	บมจ.แสนสิริ	เดอะเบสแจ่งวัฒนะ	24 ชั้น	/		59,000
16	บมจ.แอลพีเอ็นดีเวลลอปเม้นท์	ลุมพินีวิลล์แจ่งวัฒนะ	30 ชั้น	/		38,000

ที่มา: ผู้วิจัย, 2557

ตัวอย่างวิธีการกำหนดค่าเริ่มต้น (Initial BID) โดยนำราคาขายจากตารางที่ 1 มาทำการหาค่าเฉลี่ยและปรับปรุงค่าให้เหมาะสม ตัวอย่างเช่น กลุ่มอาคารชุดเป็นอาคารสูงตั้งริมถนนใหญ่และผู้ประกอบการเป็นบริษัทมหาชนในตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีต้นทุนโครงการสูงที่สุด หากมีการพัฒนาโครงการภายใต้เงื่อนไขปกติโดยมีทั้งหมด 3 บริษัท ได้แก่ โครงการเดอะคีย์แจ่งวัฒนะมีราคาขาย 56,000 บาทต่อตารางเมตร โครงการเดอะเบสมีราคาขาย 59,000 บาทต่อตารางเมตร และโครงการลุมพินีวิลล์มีราคาขาย 38,000 บาทต่อตารางเมตร สำหรับโครงการลุมพินีวิลล์เมื่อพิจารณาจากข้อมูลราคาขายที่ต่ำและจำนวนหน่วยเปิดขายที่ค่อนข้างมากของโครงการลุมพินีวิลล์พบว่า มีความแตกต่างจากกลุ่มจึงได้ละไว้ไม่นำมารวมคำนวณหาค่าเฉลี่ย ดังนั้นจึงเหลือเพียงสองโครงการ เมื่อทำการคำนวณจะได้ค่าเฉลี่ยประมาณ 57,500 บาทต่อตารางเมตร $((56,000 + 59,000) / 2 = 57,500)$ จากนั้นทำการคำนวณโครงการที่เหลือ โดยปรับสัดส่วนตัวเลขให้มีความเหมาะสม และนำไปสร้างตารางตามวิธีของ Double Bounded Closed-ended ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2: แสดงค่าขอบบนและค่าขอบล่างของค่าความเต็มใจที่จะจ่ายจากการคำนวณ

ผู้ประกอบการ	ประเภท อาคาร	ทำเลที่ตั้ง	จำนวนเงินเริ่มต้น (A) บาท/ตรม.	จำนวนเงินเริ่มต้น ครั้งที่ 2 (A ^u หรือ A ^l) บาท/ตรม.	ความ น่าจะเป็น	ค่าขอบล่าง (Lower Bound)	ค่าขอบบน (Upper Bound)
บริษัทมหาชน หรือ บริษัทที่ มีชื่อเสียง	สูงเกิน 8 ชั้น	ตั้งริม ถนนใหญ่	57,500	115,000	P(Y _Y)	115,000	∞
					P(Y _N)	57,500	115,000
				28,750	P(N _Y)	28,750	57,500
					P(N _N)	0	28,750
	สูงเกิน 8 ชั้น	ตั้งในซอย	55,000	110,000	P(Y _Y)	110,000	∞
					P(Y _N)	55,000	110,000
				27,500	P(N _Y)	27,500	55,000
					P(N _N)	0	27,500
	เตี้ยต่ำกว่า 8 ชั้น	ตั้งริม ถนนใหญ่	53,000	106,000	P(Y _Y)	106,000	∞
					P(Y _N)	53,000	106,000
				26,500	P(N _Y)	26,500	53,000
					P(N _N)	0	26,500
เตี้ยต่ำกว่า 8 ชั้น	ตั้งในซอย	51,000	102,000	P(Y _Y)	102,000	∞	
				P(Y _N)	51,000	102,000	
			25,500	P(N _Y)	25,500	51,000	
				P(N _N)	0	25,500	
บริษัทจำกัด หรือ ผู้ประกอบการ รายใหม่ ในตลาด	สูงเกิน 8 ชั้น	ตั้งริม ถนนใหญ่	56,000	112,000	P(Y _Y)	112,000	∞
					P(Y _N)	56,000	112,000
				28,000	P(N _Y)	28,000	56,000
					P(N _N)	0	28,000
	สูงเกิน 8 ชั้น	ตั้งในซอย	53,500	107,000	P(Y _Y)	107,000	∞
					P(Y _N)	53,500	10,700
				26,750	P(N _Y)	26,750	53,500
					P(N _N)	0	26,750
	เตี้ยต่ำกว่า 8 ชั้น	ตั้งริม ถนนใหญ่	51,000	102,000	P(Y _Y)	102,000	∞
					P(Y _N)	51,000	102,000
				25,500	P(N _Y)	25,500	51,000
					P(N _N)	0	25,500
เตี้ยต่ำกว่า 8 ชั้น	ตั้งในซอย	48,500	97,000	P(Y _Y)	97,000	∞	
				P(Y _N)	48,500	97,000	
			24,250	P(N _Y)	24,250	48,500	
				P(N _N)	0	24,250	


ที่มา : ผู้วิจัย, 2557

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ลักษณะกึ่งสัมภาษณ์ โดยขณะเก็บข้อมูลผู้เก็บข้อมูลจะแนะนำในการตอบพร้อมภาพตัวอย่างประกอบในแบบคำถามโดยมีแนวคำถามดังนี้ ส่วนที่ 1 คำถามส่วนบุคคล ประกอบไปด้วย เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ส่วนที่ 2 ลักษณะการอยู่อาศัยในปัจจุบัน สถานที่ของที่พักอาศัยในปัจจุบัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางมาทำงานต่อวัน การตัดสินใจซื้อและไม่ซื้อ ส่วนที่ 3 คำถามเงินเริ่มต้น (Initial BID Price) สำหรับความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อซื้ออาคารชุดจะมีทั้งหมด 8 ราคาและลักษณะของ โครงการ ส่วนที่ 4 ทศนคติต่ออาคารชุดในแนวรถไฟฟ้าที่มีผลต่อการตัดสินใจที่จะซื้อในอนาคต และส่วนที่ 5 เป็นข้อเสนอแนะ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยตามวิธี Double Bounded Closed-ended

จากการรวบรวมค่าเริ่มต้น (Initial BID Price) ที่เหมาะสมแล้ว จึงทำการแปรข้อมูลจากตารางที่ 1 เพื่อความสะดวกในการตอบของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจะมีทั้งหมด 8 สถานการณ์มีลักษณะตัวอย่างแนวคำถามดังภาพที่ 4 นี้

สถานการณ์	ลักษณะอาคาร	ทำเลที่ตั้ง	เจ้าของโครงการ	ราคาเปิดตัวขายบาทต่อตารางเมตร (ขนาดห้องเริ่มต้นตั้งแต่ 28 ตารางเมตร)	
				ราคาเสนอขายครั้งที่ 1 ตอบเพียง 1 ครั้ง	ราคาเสนอขายครั้งที่ 2 ตอบต่อจากครั้งที่ 1 เพียง 1 ครั้ง
A	 อาคารสูง	ติดถนนใหญ่ ห่างสถานีรถไฟฟ้าไม่เกิน 500 เมตร	บริษัทมหาชนขนาดใหญ่	57,500 บาท/ตรม. (1.61 ล้านบาท ต่อห้อง 28 ตรม.) <input checked="" type="checkbox"/> ซื้อ <input type="checkbox"/> ไม่ซื้อ	<input type="checkbox"/> ซื้อ ถ้าเพิ่มราคาขึ้น 115,000 บาท/ตรม. (3.22 ล้านบาท/28 ตรม.) <input checked="" type="checkbox"/> ไม่ซื้อ <input type="checkbox"/> ซื้อ ถ้าลดราคาลง 28,750 บาท/ตรม. (8.05 แสนบาท/28 ตรม.) <input type="checkbox"/> ไม่ซื้อ

ภาพที่ 4: ตัวอย่างแนวคำถามตามวิธี Double Bounded Closed-ended

ที่มา: ผู้วิจัย, 2557

จากภาพที่ 4 กลุ่มตัวอย่างจะเผชิญกับแนวคำถามสถานการณ์ A โดยมีลักษณะคำถามโดยย่อดังนี้ “ถ้ามีอาคารชุดจะสร้างใหม่ติดถนนใหญ่ในบริเวณถนนแจ้งวัฒนะ (ตั้งแต่แยกหลักสี่ไปจนถึงห้าแยกปากเกร็ด) มีทำเลที่ตั้งห่างจากสถานีรถไฟฟ้าไม่เกิน 500 เมตร ลักษณะโครงการเป็นอาคารสูง ผู้ประกอบการเป็นบริษัทมหาชนขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง มีการออกแบบโครงการและการส่งเสริมการขายที่ไม่แตกต่างกัน และมีราคาขายเริ่มต้นที่ 57,500 บาทต่อตารางเมตร หรือประมาณ 1.61 ล้านบาทสำหรับห้องขนาด 28 ตารางเมตร ท่านสนใจที่จะซื้อหรือไม่” หากผู้ตอบสนใจซื้อก็จะทำการเพิ่มราคาขายเป็น 2 เท่าจากนั้นจะทำการสอบถามใหม่อีกครั้ง ในทางกลับกันหากผู้ตอบไม่สนใจที่จะซื้อ ผู้ถามจะการลดราคาขายลง 2 เท่าและทำการสอบถามใหม่อีกครั้ง ซึ่งแบบสอบถามจะมีทั้งหมด 8 สถานการณ์ โดยมีราคาเริ่มต้นและคุณลักษณะโครงการอ้างอิงจากตารางที่ 1 สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล 2 แบบ คือ (1) การวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) ด้วยวิธี Panel Random-Effects Logit Regression (เป็นวิธีที่เหมาะสมกับตัวแปรตามเป็นลักษณะคำตอบ YES หรือ NO จำนวน 16 คำตอบต่อ 1 ชุดคำถาม) เพื่อหาความสัมพันธ์และนัยสำคัญทางสถิติของปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่าย (2) การวิเคราะห์ความเต็มใจที่จะจ่ายรวม (Total WTP) ความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ย (MWTP) และความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม (WTP) ต่อตัวแปรโครงการเป็นอาคารสูง โครงการทำเลที่ตั้งริมถนนใหญ่ และโครงการที่ผู้ประกอบการมีชื่อเสียง ด้วยวิธี WTP Double Bounded Closed-ended (โดยโปรแกรมทางสถิติ STATA V.12)

ผลการศึกษา

ผลวิเคราะห์การถดถอย (Panel Random-Effects Logit Regression Analysis)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้จำนวนแบบสอบถามที่ถูกต้องและสมบูรณ์จำนวน 806 ชุด ประกอบไปด้วยกลุ่มตัวอย่างข้าราชการจำนวน 404 ชุด และพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 402 ชุด โดยมีผลการวิเคราะห์ ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3: ผลการวิเคราะห์การถดถอยปัจจัยที่กำหนดความเต็มใจที่จะจ่าย

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์				
	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4	Model 5
	รวมทั้งหมด 806 ตัวอย่าง	อาชีพข้าราชการ 404 ตัวอย่าง		พนักงานบริษัทเอกชน 402 ตัวอย่าง	
	สนใจซื้อ 203 ตัวอย่าง	ไม่สนใจซื้อ 201 ตัวอย่าง	สนใจซื้อ 157 ตัวอย่าง	ไม่สนใจซื้อ 245 ตัวอย่าง	
โครงการเป็นอาคารสูง	0.100**	0.348***	0.091	0.188**	-0.185**
โครงการทำเลที่ตั้งริมถนนใหญ่	0.314***	0.311***	0.380***	0.194**	0.362***
โครงการที่ผู้ประกอบการมีชื่อเสียง	0.551***	0.701***	0.260***	0.458***	0.721***
ราคาเริ่มต้น BID Price	-0.000039***	-0.000040***	-0.000045***	-0.000033***	-0.000039***
เพศ	0.094	0.604***	-0.573**	-0.0378	0.145
อายุ	-0.159	-0.122	0.2	-0.508**	-0.189
ระดับการศึกษา	-0.274*	-0.18	-1.292***	0.0946	0.093
อาชีพ	-0.572***				
รายได้ต่อเดือน	0.094	0.946***	-0.196	0.472*	-0.395*
สถานภาพ	0.036	0.004	0.286	0.119	-0.302
จำนวนสมาชิกครัวเรือน	-0.006	0.036	-0.066	0.006	0.023

ตารางที่ 3: ผลการวิเคราะห์การถดถอยปัจจัยที่กำหนดความเต็มใจที่จะจ่าย (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์				
	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4	Model 5
	รวมทั้งหมด 806 ตัวอย่าง	อาชีพข้าราชการ 404 ตัวอย่าง		พนักงานบริษัทเอกชน 402 ตัวอย่าง	
สนใจซื้อ 203 ตัวอย่าง		ไม่สนใจซื้อ 201 ตัวอย่าง	สนใจซื้อ 157 ตัวอย่าง	ไม่สนใจซื้อ 245 ตัวอย่าง	
ลักษณะที่พักอาศัยปัจจุบัน	-0.095	0.225	-0.433	-0.001	-0.413**
ค่าใช้จ่ายเดินทางมาทำงาน	0.0002	0.0009	0.0001	-0.001	0.001*
การตัดสินใจซื้อ/ไม่ซื้อ	0.548***				
ทัศนคติต่ออาคารชุดในแนวรถไฟฟ้า					
- โครงการและการเข้าถึง	-0.701	0.644	-2.233*	0.637	-1.395
- ทำเลที่ตั้งโครงการ (ใกล้แหล่งชุมชน)	-0.139	-3.579***	1.155	-0.22	1.640*
- สภาพแวดล้อม	0.563	1.195	0.491	1.522	-0.866
- ความมั่นใจต่อผู้ประกอบการด้านก่อสร้าง ส่งมอบ	-1.48***	0.152	-1.723*	-1.299	-1.896**
- ความมั่นใจในราคา สภาพคล่องเมื่อต้องการขายต่อ	0.191	-0.183	0.561	-0.56	1.609**
Constant	2.358***	1.823***	3.415***	0.868	1.688***
N	12896	3248	3216	2512	3920
N _g	806	203	201	157	245
Log likelihood	-7158	-1868	-1694	-1453	-2056
Chi-Square-test	1362***	408***	416***	219***	362***

หมายเหตุ: * ** และ *** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ

ผลวิเคราะห์ภาพรวมกลุ่มตัวอย่าง 806 ตัวอย่าง (Model 1)

ผลการวิเคราะห์พบนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายได้แก่ ปัจจัยโครงการที่เป็นอาคารสูง (0.10***) โครงการตั้งริมถนนใหญ่ (0.314***) โครงการที่ผู้ประกอบการมีชื่อเสียง (0.551***) และ BID Price (ราคาเสนอขายเริ่มต้น) ซึ่งผลที่ได้จากการวิเคราะห์ภาพรวมนี้พบว่า ปัจจัยด้านโครงการที่ผู้ประกอบการมีชื่อเสียงส่งผลต่อค่า ความเต็มใจที่จะจ่าย (WTP) สูงสุด และมีแนวโน้มในทิศทางที่เพิ่มขึ้นจากค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ย (MWTP) รองลงมาเป็นปัจจัยโครงการทำเลที่ตั้งริมถนนใหญ่และโครงการที่เป็นอาคารสูง นอกจากนี้พบว่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีความเต็มใจที่จะจ่ายน้อยกว่าอาชีพข้าราชการ (-0.572***) ส่วนลักษณะการตัดสินใจซื้อพบว่า ผู้ที่สนใจซื้อได้ให้ความเต็มใจที่จะจ่ายสูงกว่าผู้ที่ไม่สนใจซื้อ (0.548***) ส่วนทัศนคติด้านความมั่นใจต่อผู้ประกอบการ (-1.48***) พบว่า ส่งผลต่อ

ค่าความเต็มใจที่จะจ่ายในทิศทางที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผลจากการวิเคราะห์ภาพรวมดังกล่าวพบว่า อาชีพและลักษณะการตัดสินใจซื้อและไม่ซื้อ ของกลุ่มตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ต่อความเต็มใจที่จะจ่าย จากนั้นทำการวิเคราะห์แยกกลุ่มอาชีพ และลักษณะการตัดสินใจซื้อและไม่ซื้อ ในแบบจำลองที่ 2 แบบจำลองที่ 3 แบบจำลองที่ 4 และแบบจำลองที่ 5 ดังแสดงในตารางที่ 2 ข้างต้น โดยมีผลการวิจัยดังนี้

ผลวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างอาชีพราชการจำนวน 404 ตัวอย่าง

1) สำหรับกลุ่มตัวอย่างข้าราชการที่สนใจซื้อจำนวน 203 ตัวอย่าง (Model 2)

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยโครงการพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ให้ค่าความเต็มใจที่จะจ่ายในทิศทางที่เพิ่มขึ้น โดยเรียงลำดับค่าสัมประสิทธิ์ที่พบ ได้แก่ ปัจจัยโครงการที่ผู้ประกอบการมีชื่อเสียง (0.701***) รองลงมาเป็นปัจจัยโครงการที่เป็นอาคารสูง (0.348***) และปัจจัยโครงการตั้งริมถนนใหญ่ (0.311***) ส่วนราคา BID Price (-0.000039***) ถึงแม้จะมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ต่อความเต็มใจที่จะจ่ายในทิศทางลดลง เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แล้วพบว่า ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายในระดับที่ต่ำ นอกจากนี้ยังพบว่า เพศชายให้ความเต็มใจที่จะจ่ายสูงกว่าเพศหญิง (0.604***) และผู้มีรายได้ต่อเดือนที่สูงมีความเต็มใจที่จะจ่ายมากกว่าผู้ที่มีรายได้ที่ต่ำกว่า (0.946***) ส่วนปัจจัยทัศนคติต่ออาคารชุดในแนวโครงการรถไฟฟ้าพบว่า ทัศนคติด้านทำเลที่ตั้งโครงการ (ใกล้แหล่งชุมชน) ส่งผลต่อค่าความเต็มใจที่จะจ่ายในทิศทางที่ลดลง (-3.579***) แสดงถึงความไม่ต้องการอยู่อาศัยใกล้แหล่งชุมชน ควรมีระยะห่างของโครงการที่เหมาะสม

2) สำหรับกลุ่มตัวอย่างข้าราชการที่ไม่สนใจซื้อจำนวน 201 ตัวอย่าง (Model 3)

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยโครงการพบว่า มีความแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่สนใจซื้อ โดยกลุ่มตัวอย่างได้ให้ค่าความเต็มใจที่จะจ่ายในทิศทางที่เพิ่มขึ้นต่อปัจจัยโครงการตั้งริมถนนใหญ่ (0.380***) และปัจจัยโครงการที่ผู้ประกอบการมีชื่อเสียง (0.260***) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนโครงการที่เป็นอาคารสูง (0.091) ไม่พบนัยสำคัญทางสถิติและส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายที่ค่อนข้างต่ำ นอกจากนี้ยังพบว่า เพศชายมีความเต็มใจที่จะจ่ายต่ำกว่าเพศหญิง (-0.573**) ระดับการศึกษาที่สูงกว่ามีความเต็มใจที่จะจ่ายต่ำกว่าผู้ที่มีการศึกษาที่ต่ำกว่า (-1.292***) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างอาชีพพนักงานบริษัทจำนวน 402 ตัวอย่าง

1) กลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัทเอกชนที่สนใจซื้อจำนวน 157 ตัวอย่าง (Model 4)

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยโครงการพบว่า เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่างข้าราชการที่สนใจซื้อ โดยกลุ่มตัวอย่างได้ให้ค่าความเต็มใจที่จะจ่ายในทิศทางที่เพิ่มขึ้นต่อปัจจัยโครงการที่ผู้ประกอบการมีชื่อเสียงเป็นอันดับแรก (0.458***) รองลงมาเป็นปัจจัยโครงการทำเลที่ตั้งริมถนนใหญ่ (0.194***) และปัจจัยโครงการที่เป็นอาคารสูง (0.188**) ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยอื่น ๆ พบว่า มีเพียงปัจจัยอายุ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุที่สูงมีความเต็มใจที่จะจ่ายที่ต่ำกว่าผู้ที่มีช่วงอายุที่ต่ำกว่า (-0.508**) ส่วนปัจจัยอื่น ๆ และทัศนคติต่ออาคารชุดในแนวโครงการรถไฟฟ้าไม่พบนัยสำคัญทางสถิติแต่อย่างใด

2) กลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัทเอกชนที่ไม่สนใจซื้อจำนวน 245 ตัวอย่าง (Model 5)

ผลวิเคราะห์ปัจจัยโครงการพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ให้ค่าความเต็มใจที่จะจ่ายในทิศทางที่ลดลงต่อปัจจัยด้านโครงการที่เป็นอาคารสูง (-0.185**) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านโครงการที่ผู้ประกอบการมีชื่อเสียง กลุ่มตัวอย่างยังคงให้ค่าความเต็มใจที่จะจ่ายที่ค่อนข้างสูง (0.721***) รองลงมาเป็นปัจจัยด้านโครงการตั้งริมถนนใหญ่

ความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับอาคารชุดในแนวโครงการรถไฟฟ้า กรณีศึกษาพื้นที่ถนนแจ้งวัฒนะ

(0.362***) ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ต่อปัจจัยด้านการอยู่อาศัยในปัจจุบัน โดยพบว่า ผู้เช่าพักอาศัย หรือผู้อยู่อาศัยกับญาติมีความเต็มใจที่จะจ่ายที่ต่ำกว่าผู้มีที่พักอาศัยเป็นของตนเอง (-0.413**) ส่วนปัจจัยทางด้านทัศนคติต่อ อาคารชุดในแนวรถไฟฟ้าพบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อยู่ 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยความมั่นใจต่อผู้ประกอบการด้านการก่อสร้างและส่งมอบ (-0.413**) โดยมีทิศทางที่เป็นลบหรือลดลงต่อความเต็มใจที่จะจ่าย และปัจจัยความมั่นใจในราคาและสภาพคล่องในการขาย (1.609**) เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านทัศนคติดังกล่าวแล้วพบว่า ได้ส่งผลลบต่อค่าความเต็มใจที่จะจ่ายต่อปัจจัยโครงการที่เป็นอาคารสูง

ผลวิเคราะห์ความเต็มใจที่จะจ่าย (WTP)

จากการรวบรวมข้อมูลด้วยวิธี Double Bounded Closed-ended กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 806 ตัวอย่าง โดยมีผลวิเคราะห์ ซึ่งประกอบไปด้วยค่าความเต็มใจที่จะจ่ายรวม (Total WTP) ค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ย (MWTP) ค่าความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม (WTP) ต่อโครงการที่เป็นอาคารสูง โครงการทำเลที่ตั้งริมถนนใหญ่ และโครงการที่ผู้ประกอบการมีชื่อเสียง ดังแสดงในตารางที่ 4 ดังนี้

ตารางที่ 4: ผลการวิเคราะห์ค่าความเต็มใจที่จะจ่าย (WTP)

Model แบบจำลอง		WTP โครงการที่เป็น อาคารสูง (บาท/ตรม)	WTP โครงการ ทำเลที่ตั้ง ริมถนนใหญ่ (บาท/ตรม)	WTP โครงการที่ ผู้ประกอบการ มีชื่อเสียง (บาท/ตรม)	MWTP (ความเต็มใจ ที่จะจ่ายเฉลี่ย) (บาท/ตรม)	Total WTP (ความเต็มใจ ที่จะจ่ายรวม) (บาท/ตรม)
1 รวมทั้งหมด 806 ตัวอย่าง	WTP	2,550	7,980	13,981	59,889	84,400
	Lower Bound	391	5,816	11,788	42,176	
	Upper Bound	4,710	10,144	16,175	77,601	
2 อาชีพข้าราชการ สนใจซื้อ 203 ตัวอย่าง	WTP	8,705	7,760	17,526	45,570	79,561
	Lower Bound	4,587	3,638	13,340	12,757	
	Upper Bound	12,823	11,882	21,712	78,383	
3 อาชีพข้าราชการ ยังไม่สนใจซื้อ 201 ตัวอย่าง	WTP	1,996	8,349	5,715	74,943	91,003
	Lower Bound	-1,895	4,453	1,821	38,538	
	Upper Bound	5,888	12,244	9,610	111,349	
4 อาชีพพนักงานบริษัท เอกชน สนใจซื้อ 157 ตัวอย่าง	WTP	5,684	5,871	13,846	26,248	51,649
	Lower Bound	72	264	8,141	-16,506	
	Upper Bound	11,296	11,479	19,551	69,004	
5 อาชีพพนักงานบริษัท เอกชน ยังไม่สนใจซื้อ 245 ตัวอย่าง	WTP	-4,652	9,129	18,153	42,526	65,156
	Lower Bound	-8,695	5,104	13,966	11,108	
	Upper Bound	-609	13,154	22,340	73,944	

ผลวิเคราะห์ค่าความเต็มใจที่จะจ่ายภาพรวม 806 ตัวอย่าง (Model 1)

ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ค่าความเต็มใจที่จะจ่ายรวม (Total WTP) 84,400 บาทต่อตารางเมตร ความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ย (MWTP) 59,889 บาทต่อตารางเมตร ความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม (WTP) ต่อโครงการที่ผู้ประกอบการมีชื่อเสียง 13,981 บาทต่อตารางเมตร โครงการที่ตั้งริมถนนใหญ่ 7,980 บาทต่อตารางเมตร และโครงการที่เป็นอาคารสูง 2,550 บาทต่อตารางเมตร ตามลำดับ

ผลวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างอาชีพข้าราชการจำนวน 404 ตัวอย่าง

1) กลุ่มตัวอย่างที่สนใจซื้อจำนวน 203 ตัวอย่าง (Model 2)

ผลจากการวิเคราะห์พบว่า มีค่าความเต็มใจที่จะจ่ายรวม (Total WTP) 79,561 บาทต่อตารางเมตร ความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ย (MWTP) 45,570 บาทต่อตารางเมตร และความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม (WTP) ต่อโครงการที่ผู้ประกอบการมีชื่อเสียง 17,526 บาทต่อตารางเมตร โครงการที่เป็นอาคารสูง 8,705 บาทต่อตารางเมตร และโครงการทำเลที่ตั้งริมถนนใหญ่ 7,760 บาทต่อตารางเมตร ตามลำดับ

2) กลุ่มตัวอย่างที่ไม่สนใจซื้อจำนวน 201 ตัวอย่าง (Model 3)

ผลจากการวิเคราะห์พบว่า มีค่าความเต็มใจที่จะจ่ายรวม (Total WTP) 91,003 บาทต่อตารางเมตร ความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ย (MWTP) 74,943 บาทต่อตารางเมตร และความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม (WTP) ต่อโครงการทำเลที่ตั้งริมถนนใหญ่ 8,349 บาทต่อตารางเมตร โครงการที่ผู้ประกอบการมีชื่อเสียง 5,715 บาทต่อตารางเมตร และโครงการที่เป็นอาคารสูง 1,996 บาทต่อตารางเมตร ตามลำดับ

ผลวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างอาชีพพนักงานบริษัทจำนวน 402 ตัวอย่าง

1) กลุ่มตัวอย่างที่สนใจซื้อจำนวน 157 ตัวอย่าง (Model 4)

ผลจากการวิเคราะห์พบว่า มีค่าความเต็มใจที่จะจ่ายรวม (Total WTP) 51,649 บาทต่อตารางเมตร ความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ย (MWTP) 26,248 บาทต่อตารางเมตร ความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม (WTP) ต่อโครงการที่ผู้ประกอบการมีชื่อเสียง 13,846 บาทต่อตารางเมตร โครงการทำเลที่ตั้งริมถนนใหญ่ 5,871 บาทต่อตารางเมตร และโครงการที่เป็นอาคารสูง 5,684 บาทต่อตารางเมตร ตามลำดับ

2) กลุ่มตัวอย่างที่ไม่สนใจซื้อจำนวน 245 ตัวอย่าง (Model 5)

ผลจากการวิเคราะห์พบว่า มีค่าความเต็มใจที่จะจ่ายรวม (Total WTP) 65,156 บาทต่อตารางเมตร ความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ย (MWTP) 42,526 บาทต่อตารางเมตร และความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม (WTP) ต่อโครงการที่ผู้ประกอบการมีชื่อเสียง 18,153 บาทต่อตารางเมตร โครงการทำเลที่ตั้งริมถนนใหญ่ 9,129 บาทต่อตารางเมตร และโครงการที่เป็นอาคารสูง โดยมีค่าเป็นลบ 4,652 บาทต่อตารางเมตร ซึ่งสอดคล้องกับผลวิเคราะห์การถดถอยในข้างต้น

สรุปผลการศึกษาเพื่อตอบสนองมาตรฐาน

สมมติฐาน 1 (H1) สมมติฐาน 2 (H2) และสมมติฐาน 3 (H3) พบว่า อาคารชุดทำเลที่ตั้งริมถนนใหญ่ โครงการเป็นอาคารสูงและผู้ประกอบการมีชื่อเสียง มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการตัดสินใจซื้อ ในทิศทางที่เพิ่มขึ้นอย่างน้อยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยด้านผู้ประกอบการมีชื่อเสียง มีค่าสูงที่สุดต่อค่าความเต็มใจที่จะจ่าย

สมมติฐาน 4 (H4) ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ ปัจจัย เพศ อาชีพ รายได้ มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่าย ในการตัดสินใจที่จะซื้ออาคารชุดในแนวโครงการรถไฟฟ้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเพศชายให้ค่าความเต็มใจที่จะจ่ายมากกว่าเพศหญิง อาชีพข้าราชการให้ค่าความเต็มใจที่จะจ่ายมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนปัจจัยรายได้นั้น พบว่าผู้มีรายได้ต่อเดือนที่สูงให้ค่าความเต็มใจที่จะจ่ายมากกว่าผู้มีรายได้ที่ต่ำกว่า

สมมติฐาน 5 (H5) ทศคนคติต่ออาคารชุดในแนวรถไฟฟ้าที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่าย ผลจากการทดสอบ สมมติฐานพบว่า ตัวแปรย่อยความมั่นใจต่อผู้ประกอบการ ได้ส่งผลต่อค่าความเต็มใจที่จะจ่ายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 จากนั้นจึงได้ทำการวิเคราะห์แยกกลุ่มระหว่างผู้สนใจซื้อและไม่สนใจซื้อ พบว่าทัศนคติมีผลต่อค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับกลุ่มที่ไม่สนใจที่จะซื้อ และสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ด้วยวิธี WTP โดยพบว่า กลุ่มผู้ไม่สนใจซื้อได้ให้ค่าความเต็มใจที่จะจ่ายที่เป็นค่าลบต่อตัวแปรโครงการอาคารสูง ดังนั้นสรุปได้ว่าทัศนคติต่ออาคารชุดในแนวโครงการรถไฟฟ้า ไม่ส่งผลหรือส่งผลที่ค่อนข้างน้อย ต่อค่าความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มของผู้ที่สนใจที่จะซื้อจากการวิจัยในครั้งนี้

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยสรุปได้ว่าปัจจัยตัวแปรโครงการที่ผู้วิจัยได้กำหนดขึ้นทั้ง 3 ปัจจัยในครั้งนี้สามารถส่งผลต่อค่าความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มได้ นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างอาชีพข้าราชการที่สนใจซื้อได้ให้ค่าความเต็มใจที่จะจ่ายรวมที่สูงกว่าพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีค่าความเต็มใจที่จะจ่ายรวม (Total WTP) 79,561 บาทต่อตารางเมตร และค่าความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม (WTP) 33,991 บาทต่อตารางเมตร หรือคิดเป็นร้อยละ 43 ของค่าความเต็มใจที่จะจ่ายรวม ซึ่งในจำนวนค่าความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มดังกล่าวนี้พบว่า เป็นค่าความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มต่อปัจจัยผู้พัฒนาโครงการที่มีชื่อเสียงสูงสุดโดยมีค่า 17,526 บาทต่อตารางเมตร หรือคิดเป็นประมาณร้อยละ 22 ของค่าความเต็มใจที่จะจ่ายรวม (Total WTP) งานวิจัยนี้ได้ต่อยอดจากแนวคิดและงานวิจัย ด้านตราสินค้าของโครงการอสังหาริมทรัพย์ของ วิทวัส รุ่งเรืองผล (2554) ชลิต ลิปะนะเวช (2551) สุมณัฐ โควิทกุล (2552) ศรีธัญญา รัตนจงกล (2554) อัญชลี ปิยบุญพาผล (2547) บุศรินทร์ รุ่งรัตนกุล (2549) และ Zarin (1999) ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวส่วนใหญ่จะค้นพบตราสินค้าหรือชื่อเสียงของผู้ประกอบการจะสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์และกระตุ้นยอดขายให้กับโครงการได้ แต่สำหรับงานวิจัยนี้จะสามารถบอกมูลค่าตราสินค้าในลักษณะเชิงตัวเลข ซึ่งสามารถนำไปใช้ประกอบการตั้งราคาหรือบอกมูลค่าของตราสินค้า นอกจากนี้ยังพบค่าความเต็มใจที่จะจ่ายต่อปัจจัย โครงการที่เป็นอาคารสูง 8,705 บาทต่อตารางเมตร (ร้อยละ 11 ของค่า Total WTP) และโครงการที่ตั้งอยู่ริมถนนใหญ่ 7,760 บาทต่อตารางเมตร (ร้อยละ 10.5 ของค่า Total WTP) ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับผู้วิจัยต่าง ๆ ดังที่ได้ทบทวนวรรณกรรมด้านการเลือกและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยข้างต้น

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่าย ได้แก่ (1) เพศชายมีความเต็มใจที่จะจ่ายมากกว่าเพศหญิง (2) อายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป มีแนวโน้มความเต็มใจที่จะจ่ายลดลงเมื่อเทียบกับผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี ซึ่งแสดงถึงคนรุ่นใหม่ให้ความสนใจที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดในแนวรถไฟฟ้า (3) อาชีพข้าราชการมีความเต็มใจที่จะจ่ายสูงกว่าพนักงานบริษัทเอกชน สาเหตุส่วนหนึ่งมาจากข้าราชการส่วนใหญ่ได้ย้ายที่ทำงานมายังศูนย์ราชการแห่งใหม่อาจมีความจำเป็นด้านที่อยู่อาศัยและมีฐานเงินเดือนที่ค่อนข้างสูงกว่าพนักงานบริษัทเอกชนในพื้นที่วิจัย (4) รายได้ต่อเดือนที่สูงมีความเต็มใจที่จะจ่ายมากกว่าผู้มีรายได้ที่ต่ำกว่า ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาของ จรินทร์ ชลไพศาล (2549) ประกาย ธีระวัฒนากุล (2550) Carter (1975) และ Park (2013) ส่วนทัศนคติต่ออาคารชุดในแนวรถไฟฟ้าพบว่า ไม่ส่งผลต่อค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่สนใจซื้อแต่อย่างใด ส่วนราคาเริ่มต้น (Initial BID Price) เมื่อมีการเพิ่มราคาเริ่มต้นต่อตารางเมตรที่สูงขึ้น กลุ่มตัวอย่างจะให้ค่าความเต็มใจที่จะจ่ายในทิศทางที่ลดลงเพียงเล็กน้อย ซึ่งสะท้อนถึงแนวคิดของการกำหนดราคาเริ่มต้นที่มีความเหมาะสมในการวิจัยในครั้งนี้

สำหรับผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่สนใจซื้อพบว่า อาชีพข้าราชการได้ให้ค่าความเต็มใจที่จะจ่ายรวมสูงกว่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีค่าความเต็มใจที่จะจ่ายรวม (Total WTP) 91,003 บาทต่อตารางเมตร ค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ย (MWTP) 74,943 บาทต่อตารางเมตร (สูงกว่ากลุ่มข้าราชการสนใจซื้อ) และค่าความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม (WTP) 16,060 บาทต่อตารางเมตรหรือคิดเป็นร้อยละ 18 ของค่าความเต็มใจที่จะจ่ายรวม (ต่ำกว่ากลุ่มข้าราชการสนใจซื้อ) นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างดังกล่าว ได้ให้ความสำคัญต่อตัวแปรโครงการที่เป็นอาคารสูงค่อนข้างน้อย โดยให้ค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเพียง 1,996 บาทต่อตารางเมตร หรือคิดเป็นประมาณร้อยละ 2 ของค่าความเต็มใจที่จะจ่ายรวม ส่วนตัวแปรชื่อเสียงของผู้ประกอบ การกลุ่มตัวอย่างได้ให้ค่าความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม (WTP) 5,715 บาทต่อตารางเมตรหรือคิดเป็นร้อยละ 6 ของค่าความเต็มใจที่จะจ่ายรวม และโครงการทำเลที่ตั้งริมถนนใหญ่ 8,349 บาทต่อตารางเมตร หรือประมาณเป็นร้อยละ 9 สำหรับผลวิเคราะห์ของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่สนใจซื้อในครั้งนี้ ได้สะท้อนถึงการไม่ได้ให้ความสำคัญต่อโครงการที่เป็นอาคารสูง หรืออาจกล่าวได้ว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามีความเสี่ยงเริ่มต้นที่สูง จึงให้น้ำหนักการเลือกไปยังโครงการที่เป็นอาคารเตี้ยแทน แต่ยังคงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโครงการติดถนนใหญ่ และโครงการที่ผู้ประกอบการมีชื่อเสียง ตามลำดับ สำหรับข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่สนใจซื้อในครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์เมื่อกลุ่มตัวอย่างนี้สนใจที่จะซื้อที่อยู่อาศัยในอนาคต

ข้อเสนอแนะผลการวิจัย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากปัจจัยที่ค้นพบ

1) ผลการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายได้แก่ปัจจัย เพศ อายุ รายได้ อาชีพ และโครงการที่ผู้ประกอบการมีชื่อเสียง โครงการทำเลที่ตั้งริมถนนใหญ่ โครงการที่เป็นอาคารสูงและราคาเริ่มต้น (Initial BID Price) โดยปัจจัยที่ค้นพบในครั้งนี้ ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำมาประกอบการพิจารณาวางแผนการดำเนินงานได้ โดยเฉพาะหน่วยงานภาคเอกชนที่พัฒนาโครงการอาคารชุด และหน่วยงานภาครัฐที่จัดการด้านที่อยู่อาศัย สามารถนำปัจจัยเหล่านี้มาร่วมกำหนดกลุ่มผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนสูง เช่น กลุ่มข้าราชการรัฐวิสาหกิจ จะมีแนวโน้มความเต็มใจที่จะจ่ายที่ค่อนข้างสูง นอกจากนี้พบว่า ปัจจัยที่สำคัญอีกกลุ่มหนึ่งที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มหรือค่าความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม (WTP) ได้แก่ ปัจจัยโครงการที่ผู้ประกอบการมีชื่อเสียง โครงการที่มีทำเลที่ตั้งริมถนนใหญ่ และโครงการที่เป็นอาคารสูง โดยทั้ง 3 ปัจจัยจะส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายรวม (Total WTP) สูงถึงกว่าร้อยละ 40 โดยในจำนวนนี้พบว่า ปัจจัยผู้ประกอบการ ที่มีชื่อเสียงมีค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสูงที่สุด ดังนั้นผู้พัฒนาโครงการอาคารชุดในแนวโครงการรถไฟฟ้า ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ได้ค้นพบในครั้งนี้ เพื่อให้การพัฒนาโครงการเหมาะสม และสอดคล้องกับค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับกลุ่มผู้บริโภค

2) ผลการวิจัยค่าความเต็มใจที่จะจ่าย (WTP) พบว่า กลุ่มตัวอย่างข้าราชการได้ให้ค่าความเต็มใจที่จะจ่ายรวม (Total WTP) สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัทเอกชนถึงกว่าร้อยละ 50 นอกจากนี้ยังพบว่า ทั้งสองอาชีพได้ให้ค่าความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม (WTP) ที่แตกต่างกัน โดยอาชีพข้าราชการยังคงให้ค่าความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มที่สูงกว่าทั้ง 3 ตัวแปร ดังนั้นผลการวิจัยนี้สามารถเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ราคา ทำเลที่ตั้ง และลักษณะอาคารของโครงการ ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มได้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้อง

1) สำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการพัฒนาโครงการอาคารชุดในแนวโครงการรถไฟฟ้าย่านถนนแจ้งวัฒนะ จากแยกหลักสี่กรุงเทพมหานครถึงห้าแยกปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี สามารถนำข้อมูลที่ได้มาอ้างอิงในการทำการตลาดกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียงที่เป็นบริษัทมหาชน สามารถกำหนดราคาขายได้สูงกว่าคู่แข่งทั่วไปได้ถึงร้อยละ 24 ของราคาขายเฉลี่ยในตลาด นอกจากนี้หากผู้ประกอบการสามารถจัดหาที่ดินที่สามารถเดินทางเข้าออกสะดวกสบาย ทำเลติดถนนใหญ่ และสร้างโครงการเป็นอาคารสูง จะช่วยให้สามารถตั้งราคาขายต่อตารางเมตรได้สูงกว่าราคาขายเฉลี่ยในตลาดถึงกว่าร้อยละ 20 เช่นกัน โดยกลุ่มตัวอย่างข้าราชการมีค่าความเต็มใจที่จะจ่ายรวมสูงถึง 79,561 บาทต่อตารางเมตรหรือคิด 2.227 ล้านบาทต่อห้องชุดขนาด 28 ตารางเมตร กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนมีค่าความเต็มใจที่จะจ่ายรวมสูงถึง 51,649 บาทต่อตารางเมตร หรือคิด 1.446 ล้านบาทต่อห้องชุดขนาด 28 ตารางเมตร ในทำนองเดียวกันหากผู้ประกอบการทั่วไปที่ต้องการพัฒนาโครงการ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาประกอบการพิจารณากำหนดกลยุทธ์การตั้งราคาได้เช่นกัน นอกจากนี้ยังสามารถนำวิธีวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่อื่น ๆ ได้อีกต่อไป

2) สำหรับหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบด้านการจัดการที่อยู่อาศัยเพื่อประชาชน ผลจากการวิจัยพบว่า ในพื้นที่บริเวณถนนแจ้งวัฒนะ ประชาชนในพื้นที่มีค่าความเต็มใจที่จะจ่ายอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดี หากภาครัฐต้องการจัดสร้างที่อยู่อาศัยเพื่อกลุ่มผู้มีรายได้น้อยปานกลางสามารถนำตัวเลขที่ได้จากการวิจัยมากำหนดราคาห้องชุด หรืออาจปรับเงื่อนไขและราคาให้สอดคล้องกับกับความสามารถที่จะจ่ายของประชาชนได้ นอกจากนี้ยังสามารถนำวิธีวิจัยไปประยุกต์ใช้สำหรับพื้นที่อื่น ๆ สำหรับแนวทางในการกำหนดนโยบายด้านราคาและคุณลักษณะของโครงการต่อไป

3) หน่วยงานด้านการประเมินราคาอยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์ สำหรับวิธีการวิจัยนี้ จะมีข้อดีตรงที่เป็นวิธีประเมินมูลค่าโดยสมมติเหตุการณ์ทางตรง ภายใต้งื่อนไขอาคารชุดที่จะเกิดขึ้นในอนาคตกับผู้บริโภคที่สนใจ (Demand Side) ตัวเลขที่ได้จากการประเมินมูลค่าด้วยวิธีนี้ จะสามารถช่วยให้ทราบถึงตัวเลขที่แท้จริงสำหรับผู้บริโภคได้ ซึ่งผลที่ได้จากการประเมินมูลค่าด้วยวิธีนี้ สามารถเป็นแนวทางสำหรับการกำหนดราคาประเมินห้องชุด การอ้างอิงการตั้งราคาขายของผู้ประกอบการ และการวางแผนการประมาณการจัดเก็บรายได้ทางภาษีของภาครัฐ สำหรับโครงการอาคารชุดในพื้นที่ใหม่ ๆ ได้

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

บทความ

- ณัฐกิตติ์ กิตติณัฐพงษ์. (2555). วิเคราะห์ความเต็มใจจะจ่ายเพื่อฟื้นฟูสภาพอากาศในเขตควบคุมมลพิษของจังหวัดระยอง. *วารสารเศรษฐศาสตร์สุโขทัยธรรมมาธิราช*, 2, 1-3.
- เรณู สุขารมณ. (2541). วิธีการสมมติเหตุการณ์ให้ประเมินสินค้าที่ไม่ผ่านตลาด. *วารสารเศรษฐศาสตร์ธรรมศาสตร์*, 16 (4), 89-117.

หนังสือ

- มานพ พงศทัต. (2541). *กลยุทธ์อสังหาริมทรัพย์ยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2554). *Real Estate Real Marketing (พิมพ์ครั้งที่ 1)*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์บริษัทฐานการพิมพ์จำกัด.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2557). *การบริหารการตลาดธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ (พิมพ์ครั้งที่ 1)*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์บริษัทเฟิสท์ออฟเซท (1993) จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค (ปรับปรุงครั้งที่ 8)*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- กฤษฎา รักษากุล. (2556). *กคช. ลุยบ้านแนวรถไฟฟ้า*. สืบค้นเมื่อ 27 สิงหาคม 2556, จาก <http://www.manager.co.th/Daily/ViewNew.aspx?NewsID=9560000107473>.
- ชลิต ลิ้มปะนะเวช. (2551). *ถึงคิวบริษัทจัดสรรต้องสร้างแบรนด์เพื่อขายสินค้า*. สืบค้นเมื่อ กุมภาพันธ์ 2551, จาก <http://www.brandage.com/>.
- พนม กาญจนเทียมเท่า (2556). *คอนโดแนวรถไฟฟ้าพีเวอร์ 5 หมื่นยูนิต*. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2556, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/property/property/20130910/528922/คอนโดแนวรถไฟฟ้าพีเวอร์ 5 ปี 5 หมื่นยูนิต.html>.
- พลัส พร็อพเพอร์ตี้. (2556). *ซีเทรนด์ที่พักอาศัยแนวสูงยังฮอตปี 2556 ยอดขายคอนโดสูงสุดในรอบ 8 ปี*. สืบค้นเมื่อ 27 มีนาคม 2556, จาก <http://www.thaiproperty.in.th/News.aspx?ID=540>.

อื่น ๆ

- กรกฎ ภูมิศรี. (2553). *ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อห้องชุดพักอาศัยใกล้สถานีรถไฟฟ้า: กรณีศึกษา โครงการไอดีไอ มิกซ์ พหลโยธิน และไอดีไอ คิว พญาไท*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จรินทร์ ชลไพศาล. (2549). *ความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับสินค้าเนื้อสุกรอินทรีย์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ทัสนี นิลมงคล. (2546). *ปัจจัยในการตัดสินใจที่จะซื้อที่อยู่อาศัย กรณีศึกษาโครงการบ้านสถาพร บ้านภัสสร 3 และบ้านพฤษภา 12*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนิภรณ์ รัตนโสภานิจริน. (2552). *การปรับตัวด้านการอยู่อาศัยของข้าราชการและพนักงานของรัฐที่ย้ายมายังศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับอาคารชุดในแนวโครงการรถไฟฟ้า กรณีศึกษาพื้นที่ถนนแจ้งวัฒนะ

- นิคม หอมเย็น. (2554). สิ้นค้าทดแทนในโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยราคาปานกลางทำเลหลักสี่ กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุศรินทร์ รุ่งรัตนกุล. (2549). เหตุจูงใจในการตัดสินใจซื้อห้องชุดพักอาศัยใกล้สถานีรถไฟฟ้า: กรณีศึกษา โครงการซีดีโฮม รัชดาและซีดีโฮม สุขุมวิท. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุปผา เทวภักดี. (2548). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างชั้นของอาคารชุดกับราคาต่อตารางเมตร ของอาคารชุดพักอาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประกาย ธีระวัฒนากุล. (2550). การศึกษาความเต็มใจจ่ายเพื่อการปรับปรุงคุณภาพอากาศ ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้เทคนิค การสมมติเหตุการณ์ให้ประเมินมูลค่า: กรณีศึกษาเขตจตุจักร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประพันธ์ มาโต. (2550). ปัจจัยทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกอาคารชุดพักอาศัย ริมน้ำเจ้าพระยา: กรณีศึกษาเขต คลองสาน. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศนิตา ภิญญ. (2552). สภาพการอยู่อาศัยของผู้สูงอายุในอาคารชุด: กรณีศึกษาอาคารชุดในแขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรัณญา รัตนจก. (2554). กลยุทธ์การสื่อสารด้านการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของธุรกิจอาคารชุด กรณีศึกษา บริษัท แสนลิรี จำกัด (มหาชน) บริษัทเอเชียนพร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุมนัฐ โควกุล. (2552). การสร้างตราสินค้าของบริษัทอสังหาริมทรัพย์เพื่อการอยู่อาศัย: กรณีศึกษา บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัญชลี ปิยบุญพาส. (2547). การเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย จากอิทธิพลของสื่อโฆษณาในโครงการบ้านकुภาลัยบุรี และบ้านคชญา จังหวัดปทุมธานี. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอื้องทิพย์ จงพัฒนะสินสุข. (2548). ตัวแปรที่มีผลต่อการจำแนกกลุ่มอาคารชุดพักอาศัยในกรุงเทพมหานคร เพื่อการประเมินราคา. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อารี งามศิริอุดม. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคาประเมินทุนทรัพย์ห้องชุดพักอาศัย: กรณีศึกษาอาคารชุดพักอาศัย ในเขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

English

Articles

- Almatarnah, R.T. (2013). Choices and Changes in The Housing Market and Community Preferences: Reasons for The Emergence of Gated Communities in Egypt. A Case Study of The Greater Cairo Region, Egypt. *Ain Shams Engineering*, 4, 563–583.
- Brefe, W.S., Morey, E.R. & Lodder, T.S. (1998). Using Contingent Valuation to Estimate a Neighbourhood's Willingness to Pay to Preserve Undeveloped Urban Land. *Urban Studies*, 35(4), 715–727.
- Dokmeci, V.L. & Cagdas, G. (1996). Residential Preferences in Istanbul. *HABITAT INTL*, 20(2), 241–251.
- Forest, D. & Glen, J. & Ward, R. (1996). The Impact of a Light Rail System on The Structure of House Price: A Hedonic Longitudinal Study. *Journal of Transport Economics and Policy* January 1996. 30(1), 15–29.

- Jim, C.Y. & Chen, W.Y. (2006). Impacts of Urban Environmental Elements on Residential Housing Prices in Guangzhou (China). *Landscape and Urban Planning*, 78, 422–434.
- Kährik, A., Leetmaa, K. & Tammaru, T. (2012). Residential Decision-Making and Satisfaction Among New Suburbanites in The Tallinn Urban Region, Estonia. *Cities*, 29, 49–58.
- Lipscomb, C. (2010). Using Contingent Valuation to Measure Property Value Impacts. *Journal of Property Investment & Finance*, 29(4/5), 448–459.
- Loomis, J. & Pate, J. (1997). The Effect of Distance on Willingness to Pay Values: A Case Study of Wetlands and Salmon in California. *Ecological Economics*, 20, 199–207.
- Mattia, S., Oppio, A. & Pandolfi, A. (2012). Testing The Use of Contingent Valuation Method in Real Estate Market: First Results of An Experiment in The City of Milan. *XLI Incontro di Studio del Ce.S.E.T.*, 721–734.
- Park, M., Hagishima, A., Tanimoto, J. & Chun, C. (2013). Willingness to Pay for Improvements in Environmental Performance of Residential Buildings. *Building and Environment*, 60, 225–233.
- Simons, R.A. & Winson-Geideman, K. (2005). Determining Market Perceptions on Contamination of Residential Property Buyers Using Contingent Valuation Surveys. *JRER*, 27(2), 193–220
- Wong, S.K., Chau, K.W., Yau, Y. & Cheung, A.K.C. (2011). Property Price Gradients: The Vertical Dimension. *Journal of Housing And The Built Environment*, 26(1), 33–45.
- Zavei, S.J.A.P. & Jusan, M.M. (2012). Exploring Housing Attributes Selection Based on Maslow's Hierarchy of Needs. *Social and Behavioral Sciences*, 42, 311–319.
- Zinas, B.Z. & Jusan, B.M. (2012). Housing Choice and Preference: Theory and Measurement. *Social and Behavioral Sciences*, 49, 282–292.

Books

- Carter, H. (1975). *The Study of Urban Geography (2nd Ed.)*. London: Edward Arnold.
- Claire, W.H. (1975). *Urban Studies*. London: Van-Nonstrand-Reinhold.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management, (11th ed.)*. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Murphy, R.E. (1974). *The American City: An Urban Geography, (2nd ed.)*. Newyork: McGraw-Hill.
- Needham, B. (1997). *How Cities Work*. Oxford: Pergamon Press.
- Solomon, M.R. (2009). *Consumer Behavior (8th ed.)*. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.

Other Materials

- Sirikolkarn, P. (2008). *The Effect of Mass Transit Systems on Price of Condominium in Bangkok*. California: University of California Berkeley.
- Thamrongrisook, C. (2011). *The Influence of Rapid Transit Systems on Condominium Prices in Bangkok: A Hedonic Price Model Approach*. Stockholm: KTH Architecture and the Building Environment.

Translated Thai References (ส่วนที่แปลรายการอ้างอิงภาษาไทย)

Articles

- Kittinatthapong, N. (2012). An Analysis of Willingness to Pay for Improvement of Air Quality in the Pollution Control Area of Rayong Province. *Sukhothaimathirath Economic Journal*, 6(2), 1–3.
- Sukharomana, R. (1998). Using Surveys to Value Non-Marketable Good: Contingent Valuation Method. *Thammasat Economic Journal*, 16(4), 89–117.

Books

- Chaturongkakul, A. & Chaturongkakul, D. (2007). *Consumer Behavior*. (8th ed.). Thammasat University Press.
- Pongsatit, M. (1998). *Modern Real Estate Strategies*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Rungruangphol, W. (2011). *Real Estate Real Marketing*. (1st ed.). Bangkok: Thankarnpim Press.
- Rungruangphol, W. (2014). *Real Estate Real Marketing Management*. (1st ed.). Bangkok: First offset (1993) Press.
- Serirat, S. (1998). *Consumer Behavior*. Bangkok: Thaiwattanapanich Press.

Electronic Media

- Karnchanatiamtao, P. (2013, September 10) Highly Popular of 50,000 Condominium Nearby Mass Rapid Transit [Text in Website]. Retrieved from Website [http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/property/property/20130910/528922/Highly Popular in Five Years of 50,000 Condominiums Nearby Mass Rapid Transit.html](http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/property/property/20130910/528922/Highly_Popular_in_Five_Years_of_50,000_Condominiums_Nearby_Mass_Rapid_Transit.html).
- Limpanavet, C. (2008, February). Time for Real Estate Property Development to Create a Brand into the Market [Text in Website]. Retrieved from Website <http://www.brandage.com/>.
- Plus Property. (2013, March 27). Trend Residential on High-Rise Condominium Selling are Hot in Year 2013, The Highest on Eight Years [Text in Website]. Retrieved from Website <http://www.thaiproperty.in.th/News.aspx?ID=540>.
- Ruksakul, K. (2013, August 27). National Housing Authority of Thailand Interest Housing Development Nearby Mass Rapid Transit Project [Text in Website]. Retrieved from Website <http://www.manager.co.th/Daily/ViewNew.aspx?NewsID=9560000107473>.

Other Materials

- Cholpaisal, J. (2006). *Willingness to Pay for Organic Pork Product*. Bangkok: Thammasat University.
- Homyuen, N. (2011). *Substitute Housing Products in The Medium-Priced Segment: A Case Study of Laksi, Bangkok*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Jongpattanasinsuk, U. (2005). *Discriminant Analysis of Residential Variables in Bangkok Metropolis for Valuation*. Bangkok: Chulalongkorn University.

- Kohakul, S. (2009). *Brand Building for a Residential Real Estates Company: A Case Study of Land And Houses Public Company Limited*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Kudeesri, K. (2010). *Decision and Motivations in Buying Condominiums Close to Mass Rapid Transit Station: Case Studies of IDEO Mix phaholyothin and IDEO Q Phayathai*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Mato, P. (2007). *Physical Factors Affecting The Selection of Condominiums Along The Chao Praya River: A Case Study of Klongsan Distric*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Ngamsiriudom, A. (2005). *Factors Affecting Valuation of Condominium: A Case Study of Residential Condominium Wattana District, Bangkok Metropolis*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Nilmongkol, T. (2003). *The decision making factors of housing prospects: A case study of Baan Sathaporn, Baan Patsorn 3 and Baan Preuksa 12 project*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Phinyo, S. (2009). *Living Condition of The Elderly in Residential Condominiums: A Case Study of Residential Condominiums in Lumpini Sub-District, Pathumwan District*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Piyaboonphaphol, A. (2004). *A Comparision Making Based on Media and Advertising on Bann Supalaiburi Project and Bann Suchaya Project in Pathum Thani Province*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Ratanachongkol, S. (2011). *Communicative Strategies in Marketing Via Social Media: A Case Study of The Sansiri Public Company Limited and The Asian Property Development Public Company Limited*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Rattanasophajirasin, T. (2009). *Housing Adaptation of Civil Servants and Government Employees Who Moved to Work in The Government Complex Commemorating His Majesty The King's 80th Birthday Anniversary*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Rungratkul, B. (2006). *Decision Motivations in Buying Condominiums Close to an MRT Station: Case Studies of City Home Ratchada and Sukhumvit*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Thevapuk, B. (2005). *A Study on Relationship Between Condominium Level and Price per Square Meter of Residential Condominium in Bangkok Metropolis*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Theerawattanakul, P. (2007). *Estimation of Willingness to Pay for Air Quality Improvement in Bangkok by Contingent Valuation Method (CVM): A Case Study of Chatuchak Distric*. Bangkok: Thammasat University.