

บทที่ 2

กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะกล่าวถึงแนวคิดทางทฤษฎีด้านเศรษฐศาสตร์ที่นำมาใช้ในงานศึกษาเรื่องการประเมินมูลค่าที่ราชพัสดุ โดยวิธี Hedonic Pricing Method กรณีศึกษาแปลงที่ดินเลขที่ ชม.1723 ตำบลดอนแก้ว อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีการอ้างอิง และนำข้อมูลการศึกษาครั้งนี้ในอดีตที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการศึกษา ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี

2.1.1 ทฤษฎี Hedonic Price Method

Hedonic Price Method โดยจะเป็นการศึกษามูลค่าสิ่งแวดลอม เพราะสิ่งแวดลอมเป็นคุณลักษณะ (Characteristic) และส่วนประกอบที่มีมูลค่าในตลาด Hedonic Price Method มักจะถูกนำมาใช้การศึกษาตลาดอสังหาริมทรัพย์และตลาดแรงงาน ดังนั้นวิธี Hedonic Price Method จึงประกอบด้วย 2 แบบจำลอง คือ 1) แบบจำลองที่ใช้ราคาอสังหาริมทรัพย์และราคาที่ดิน (Property and Land Value Model) และ 2) แบบจำลองที่ใช้ความแตกต่างในค่าจ้าง (Wage Differential Model) นักเศรษฐศาสตร์ได้นำวิธี Hedonic Price Method ซึ่งเป็นการประเมินราคาแอบแฝง (Implicit price) ของลักษณะเชิงคุณภาพที่ประกอบรวมกันเป็นราคาโดยรวมของสินค้าที่มีลักษณะแตกต่างกัน (differentiated product) มาใช้ในการประเมินมูลค่าคุณภาพสิ่งแวดลอม ทั้งนี้เพราะสภาพแวดลอมในบริเวณที่อยู่อาศัยไม่ว่าจะเป็นคุณภาพอากาศ น้ำ ระดับเสียง ปริมาณขยะมูลฝอย ทัศนียภาพท่าเล ที่ตั้ง ฯลฯ ฉะนั้น กล่าวสรุปได้ว่าวิธี Hedonic Price Method ซึ่งเป็นการใช้ราคาอสังหาริมทรัพย์และราคาที่ดินเป็นราคาตัวแทนเพื่อประเมินมูลค่าคุณภาพสิ่งแวดลอม

นอกจากจะใช้ราคาอสังหาริมทรัพย์และราคาที่ดินเป็นตัวแทนเพื่อประเมินมูลค่าทรัพย์สินธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดลอมแล้ว ในบางกรณีอาจจะใช้ความแตกต่างในค่าจ้างเป็นราคาตัวแทนวัดมูลค่าระดับคุณภาพและความปลอดภัยของงานที่ทำ ทั้งนี้เพราะในแง่ของเศรษฐศาสตร์ความแตกต่างของอัตราค่าจ้างมีนัยกับลักษณะงาน กล่าวคืองานที่มีความเสี่ยงสูงหรืองานที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพสิ่งแวดลอมที่สกปรก หรือส่งกลิ่นเหม็นรำคาญ มีความเสี่ยงต่อสุขภาพอนามัย น่าจะมีอัตราค่าตอบแทนสูงเพื่อดึงดูดใจให้คนมาทำงาน จะเห็นได้ว่ากรณีกรณีเช่นนี้ ค่าจ้างที่

แตกต่างกัน ไม่ได้ขึ้นอยู่กับผลผลิตทางกายภาพหน่วยสุดท้าย (Marginal Physical product) ของแรงงานแต่อย่างใด

การสร้างแบบจำลองราคาตามความต้องการคุณลักษณะของตัวสินค้า หรือ Hedonic Price Model อาศัยทฤษฎีอรรถประโยชน์ (Utility theory) ของผู้บริโภคร โดย Ladd and Suvannunt (1976) ได้พัฒนาแบบจำลอง hedonic price ด้วยข้อสมมติที่เหมาะสมกับการวิเคราะห์สินค้าอาหาร ในแบบจำลองนี้จำนวนคุณลักษณะ (Characteristic) ชนิดหนึ่งที่ได้รับสินค้าชนิดหนึ่งนั้นจะมีค่าคงที่สำหรับผู้บริโภค แต่จะเปลี่ยนแปลงได้แล้วแต่ผู้ผลิต เพราะจำนวนของสารอาหาร (Nutrients) หรือคุณลักษณะทางรสชาติที่อยู่ในอาหารไม่สามารถที่จะกำหนดโดยผู้บริโภคและในแบบจำลองของ Ladd and Suvannunt ไม่ได้มีข้อบังคับว่าต้องไม่มีค่าเป็นลบ (Non-negative) เหมือนอย่างที่ปรากฏในแบบจำลองของ Lancaster (1996) และสมเหตุสมผลในการศึกษาเชิงประจักษ์ที่สมมติว่า คุณลักษณะบางประการมาจากคุณภาพ และให้ความพอใจเป็นลบได้

2.1.2 การประยุกต์ใช้ทฤษฎี Hedonic Price Method กับตลาดที่อยู่อาศัย

การประยุกต์ใช้แบบจำลอง Hedonic Price Method กับตลาดที่อยู่อาศัยให้ไปอย่างถูกต้องและเชื่อถือได้ขึ้นอยู่กับสมมติฐานที่ถูกต้องและเหมาะสมดังนี้ ประการแรกคือ ลักษณะที่อยู่อาศัยที่มีอยู่จะมีลักษณะเหมือนกันหมดทุกประการ โดยไม่มีความแตกต่างใดๆ ทั้งสิ้น แต่อย่างไรก็ตามลักษณะที่อยู่อาศัยโดยทั่วไปจะมีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน ไม่เหมือนกันทุกประการ โดยความแตกต่างนั้นสามารถแบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ๆ เพื่อให้เห็นความแตกต่างได้อย่างชัดเจน เช่น ลักษณะทำเลที่ตั้ง ลักษณะโครงสร้างของที่อยู่อาศัย และลักษณะสภาพแวดล้อมและเพื่อนบ้าน เป็นต้น ประการที่สองคือ ลักษณะของตลาดที่อยู่อาศัยต้องเป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์ โดยมีทั้งผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมากในตลาดจนทำให้ไม่มีผู้ซื้อหรือผู้ขายรายใดในตลาดสามารถมีส่วนกำหนดราคาสินค้าในตลาดได้ เพราะการซื้อและการขายของผู้ซื้อและผู้ขายรายหนึ่งๆ มีปริมาณเพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปริมาณการซื้อขายทั้งหมดของตลาดที่มีผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมาก ประการที่สามคือ ทั้งในส่วนของผู้ซื้อและผู้ขายในตลาดต่างเชื่อมั่นว่าการเข้าและออกจากตลาดเป็นไปได้อย่างเสรีไร้ซึ่งข้อจำกัดในด้านต่างๆ แต่ในทางปฏิบัติไม่สามารถเป็นไปได้จริงทั้งหมด เพราะปัจจัยหนึ่งที่ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายจะต้องประสบปัญหาคือเรื่องข้อจำกัดของเงินทุน เป็นต้น ประการที่สี่คือ ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายในตลาดที่อยู่อาศัยต่างได้รับข้อมูลข่าวสารของตลาดอย่างถูกต้องครบถ้วน โดยในส่วนของผู้ซื้อสามารถหาข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับที่อยู่อาศัยที่ต้องการจะซื้อ เช่น ปริมาณที่อยู่อาศัยในรูปแบบที่ต้องการที่มีอยู่ในตลาดปัจจุบัน ระดับราคา และคุณลักษณะต่างๆ ได้โดยง่ายตามแหล่งข้อมูลต่างๆ ไป ในส่วนของผู้ขายหรือผู้ประกอบการก็เป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในการดำเนินงานในธุรกิจที่อยู่อาศัยอย่างแท้จริงสามารถกำหนดราคาขายเพื่อแสวงหากำไรจากการขายสินค้าได้อย่างเหมาะสม แต่อย่างไรก็ตามการ

ได้รับข้อมูลอย่างครบถ้วนถูกต้องของทั้งผู้ซื้อและผู้ขายในลักษณะดังกล่าวนี้ไม่สามารถเกิดขึ้นได้
อย่างสมบูรณ์ในทางปฏิบัติ และสมมติฐานประการสุดท้ายคือ แบบจำลอง Hedonic Price Method จะ
เป็นจริงและถูกต้องก็ต่อเมื่อตลาดที่อยู่อาศัยต้องอยู่ในภาวะดุลยภาพ กล่าวคือ ราคาแฝงของแต่ละ
คุณลักษณะของที่อยู่อาศัยจะต้องไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างกันและกัน

2.1.3 แนวคิดมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Value)

ทรัพยากรธรรมชาติโดยทั่วไปที่มีอยู่ในธรรมชาติจะดำรงอยู่ร่วมกันในฐานะของการเป็นผู้ให้
และเป็นผู้รับที่เกื้อกูลกันภายใต้ดุลยภาพระดับต่างๆ เช่น การที่ต้นไม้ให้ผลผลิตแก่มนุษย์และสัตว์ได้
ใช้ประโยชน์โดยตรงในรูปของ ยา ที่อยู่อาศัย อาหาร และให้คุณประโยชน์ทางอ้อมเช่น ดูด
คาร์บอนไดออกไซด์ ดูดความร้อนในกระบวนการสังเคราะห์แสง และการคายออกซิเจน ซึ่งสร้าง
ความสดชื่นในบรรยากาศ ฯลฯ ในด้านการเป็นผู้รับของต้นไม้เช่น สัตว์ที่ใช้ต้นไม้เป็นที่อยู่อาศัยให้
มูลที่เป็นปุ๋ยแก่ต้นไม้ การที่แมลง และนกที่อาศัยต้นไม้ช่วยในการขยายพันธุ์ ฯลฯ และมนุษย์ยังใช้
ประโยชน์จากสัตว์อีกทอดหนึ่งในรูปของการนันทนาการเช่น การใช้เนื้อสัตว์เป็นอาหาร

การประเมินค่าทรัพยากรเช่นในกรณีของการประเมินค่าต้นไม้ นั้น ถึงแม้ต้นไม้จะให้คุณค่า
กับสิ่งมีชีวิตต่างๆมากมาย แต่ในการวัดคุณค่านั้นจะวัดโดยอ้างอิงจากคุณค่าที่มนุษย์ได้รับทั้งส่วนที่
เป็นคุณค่าทางตรง คุณค่าทางอ้อม รวมทั้งคุณค่าส่วนที่ยังไม่ได้ใช้ (Non-use Value หรือ Passive-use
Value) ด้วยเทคนิคที่เหมาะสม

ในการวัดคุณค่าของทรัพยากรนั้นในทางเศรษฐศาสตร์จะใช้การเปลี่ยนแปลงความสุขของคน
(human well-being) เป็นเกณฑ์ในการวัด ดังนั้นความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการบริโภคทรัพยากรทั้ง
โดยตรงและโดยอ้อมรวมถึงความพอใจแม้จะไม่ได้เกิดจากการบริโภคทรัพยากร (Passive-use
Value) จึงได้รับการพิจารณา

การประมาณค่าทรัพยากรธรรมชาติ โดยวัดจากความสุขนี้เป็นความท้าทายต่อนัก
เศรษฐศาสตร์อย่างยิ่งในการให้คำจำกัดความและการวัดค่าความสุขออกมาในลักษณะที่เป็นหน่วยนับ
เพื่อประโยชน์ต่อการวิเคราะห์โดยการเปรียบเทียบ ซึ่งโดยพื้นฐานแล้วจะใช้หลักการของการวัด
สวัสดิการในทางเศรษฐกิจของการบริโภคสินค้าและบริการ โดยในกรณีนี้ที่เป็นการใช้ประโยชน์
ทรัพยากรโดยตรง และใช้เทคนิคการสะท้อนค่าในส่วนของการใช้ประโยชน์ทรัพยากรทางอ้อม ซึ่ง
ในส่วนของ Passive-use Value สามารถทำได้โดยการสร้างสถานการณ์สมมติเพื่อค้นหาค่าความยินดี
จ่ายเพื่อการใช้ประโยชน์ทรัพยากรในส่วนนี้ ซึ่งเป็นเทคนิคที่มีความยุ่งยากซับซ้อนสูง หน่วยนับที่ใช้
ในการวัดค่านี้ จะใช้เงินเป็นหน่วยนับ ดังนั้นคุณค่าของทรัพยากรที่แปลงเป็นเงินนี้จึงใช้ในนาม
ของ "มูลค่า" อย่างไรก็ตามการใช้เงินเป็นหน่วยนับนี้เป็นเพียงเพื่อความสะดวกในการนำไป
วิเคราะห์และนำไปเปรียบเทียบกับสิ่งอื่นได้เท่านั้น

2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับประเภทของมูลค่าสิ่งแวดล้อม

มูลค่าทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในเชิงเศรษฐศาสตร์นั้น เป็นการวัดมูลค่าของการเปลี่ยนแปลงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นที่มีผลต่อความกินดีอยู่ดีของมนุษย์ และการเปลี่ยนแปลงของราคาของสินค้าและบริการ หรืออาจจะมีผลต่อสินค้าและบริการที่ระบบตลาดไม่สามารถสะท้อนมูลค่าที่แท้จริงได้ เช่น การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อสุขภาพและทัศนียภาพของสิ่งแวดล้อม โดยมูลค่าทางเศรษฐกิจของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทางเศรษฐศาสตร์สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ

1. มูลค่าเกิดจากการใช้ (Use Value) หมายถึงมูลค่าจากการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เป็นรูปธรรมชัดเจนต่อบุคคล โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

1.1 มูลค่าที่เกิดจากการใช้ทางตรง (Direct Use Value) คือมูลค่าที่ผู้บริโภคได้รับประโยชน์โดยตรงจากการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มูลค่าการใช้ในส่วนนี้สามารถแบ่งได้อีก 2 ประเภท คือ มูลค่าจากการใช้เพื่อการบริโภค (Consumption Use) โดยการบริโภคนี้อาจจะไปลดจำนวนทรัพยากรธรรมชาติและมูลค่าจากการที่ไม่ใช้เพื่อการบริโภค (Non-Consumption Use) โดยการบริโภคนี้อาจจะไม่ไปลดจำนวนทรัพยากรธรรมชาติ

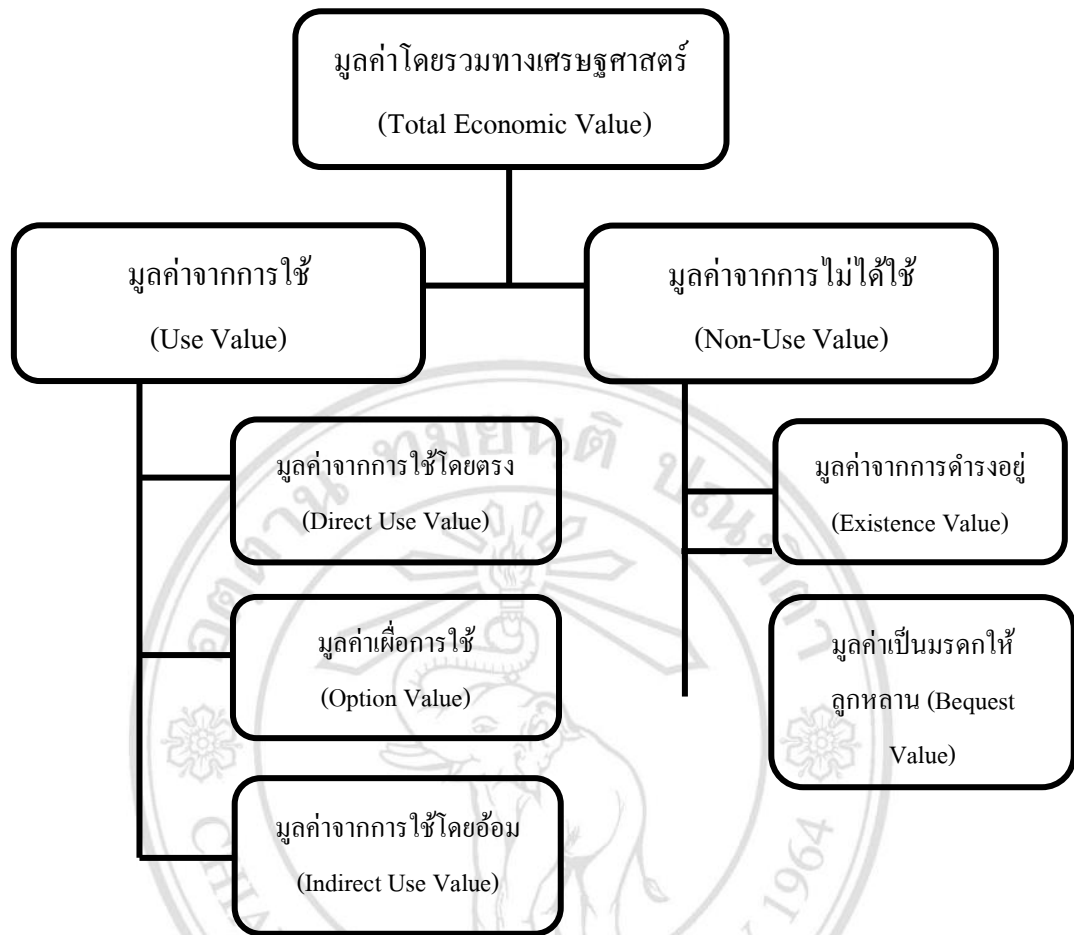
1.2 มูลค่าที่เกิดจากการใช้ทางอ้อม (Indirect Use Value) ได้แก่มูลค่าที่ผู้บริโภคได้รับประโยชน์ทางอ้อม ซึ่งเกิดจากการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยในการผลิต

1.3 มูลค่าเผื่อจะใช้ (Option Value) ได้แก่มูลค่าที่บุคคลในสังคมมอบให้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยจะเป็นการสะท้อนถึงการที่ประชาชนต้องการสงวนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมไว้ใช้ในอนาคตรวมทั้งความพึงพอใจของแต่ละบุคคลต่อการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในอนาคต

2. มูลค่าที่ไม่ได้เกิดจากการใช้ (Non-use Value) คือมูลค่าของทรัพยากรให้ประโยชน์ในรูปแบบของความรู้สึกดี โดยที่บุคคลจะไม่ได้ใช้ประโยชน์ทั้งในปัจจุบันและอนาคตและไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อมธรรมชาติ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท

2.1 มูลค่าของการคงอยู่ (Existence Value) ได้แก่มูลค่าที่ได้จากบุคคลที่ได้รับประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยเมื่อทราบว่าทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมยังอยู่ในสภาพที่ดี

2.2 มูลค่าเป็นมรดกให้ลูกหลาน (Bequest Value) ได้แก่มูลค่าจากที่บุคคลได้รับประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยทราบว่าทรัพยากรธรรมชาติยังอยู่ในสภาพที่ดีเพื่ออนุรักษ์ให้ประชากรรุ่นหลังจะใช้ประโยชน์ได้ในอนาคต สามารถสรุปได้ดังภาพที่ 1



ที่มา: โสมสกว เพชรานนท์(2553)

ภาพที่ 2.1 มูลค่าโดยรวมของทรัพยากรธรรมชาติ

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สันติยา เอกอัคร และ ชูชีพ พิพัฒน์ศิริ (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดราคาในตลาดบ้านจัดสรรประเภททาวน์เฮาส์ และการประเมินคุณภาพของโครงการหลังการขาย : กรณีศึกษาจังหวัดปทุมธานี โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดราคาในตลาดบ้านจัดสรรประเภททาวน์เฮาส์ และการประเมินราคาแฝง การประมาณการดัชนีราบ้านจัดสรรประเภททาวน์เฮาส์ และการประเมินคุณภาพของโครงการบ้านจัดสรรประเภททาวน์เฮาส์หลังการขายในจังหวัดปทุมธานีโดยครอบคลุมพื้นที่ 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองปทุมธานี ลำลูกกา ัญญบุรี และคลองหลวง ซึ่งมีการประยุกต์ใช้แบบจำลอง Hedonic Price ในการศึกษาและกำหนดตัวแปรในแบบจำลองจำนวน 9 ตัวแปร แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือกลุ่มแรกจะเกี่ยวข้องกับพื้นที่ดิน โครงสร้างบ้าน ได้แก่ ขนาดของแปลงที่ดิน (LDREA) จำนวน 2 ชั้น (LEVEL 2) จำนวน 3 ชั้น (LEVEL 3) จำนวน 4 ชั้น (LEVEL 4)

และการมีอ่างอาบน้ำ (BTTUB) กลุ่มที่สองเกี่ยวกับลักษณะเจ้าของโครงการ ได้แก่ ประเภทผู้ประกอบการ (OWNER) กลุ่มที่สามเกี่ยวกับสาธารณูปโภคภายในโครงการ ได้แก่ จำนวนที่จอดรถ (PARK) และกลุ่มที่สี่เกี่ยวข้องกับขนาดของโครงการ ได้แก่ โครงการขนาดกลาง (MEDIUM) และโครงการขนาดใหญ่ (LARGE) ส่วนในด้านการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแยกตามขนาดของโครงการ คือ กลางและใหญ่แบบไม่เป็นสัดส่วน จำนวน 420 ตัวอย่าง เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis) เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์และความมีนัยสำคัญของแต่ละตัวแปรในแบบจำลอง ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่กำหนดราคาบ้านทาวน์เฮาส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับราคา ได้แก่ ขนาดของแปลงที่ดิน (LDREA) จำนวนชั้น (LEVEL 1- LEVEL 4) การมีอ่างอาบน้ำ (BTTUB) ส่วนในด้านเจ้าของโครงการ พบว่า บ้านทาวน์เฮาส์ในโครงการที่นิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัดเป็นเจ้าของโครงการจะมีราคาสูงกว่าบ้านทาวน์เฮาส์ในโครงการที่บุคคลเป็นผู้จัดสรร และขนาดของโครงการก็เป็นปัจจัยที่ทำให้ราคาบ้านทาวน์เฮาส์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติด้วย กล่าวคือ บ้านทาวน์เฮาส์ที่มีลักษณะเหมือนกันทุกประการ ถ้าตั้งอยู่ในโครงการขนาดกลางจะมีราคาสูงกว่าบ้านทาวน์เฮาส์ที่ตั้งอยู่ในโครงการขนาดเล็ก และถ้าตั้งอยู่ในโครงการขนาดใหญ่ก็จะมีราคาสูงกว่าบ้านทาวน์เฮาส์ที่ตั้งอยู่ในโครงการขนาดเล็กด้วยเช่นกัน

สุปราณี ธนพิทักษ์ (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่กำหนดราคาเช่าห้องพักด้วยวิธี Hedonic Pricing Method: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต โดยทำการศึกษาหาราคาแอบแฝงของคุณลักษณะต่างๆ (Implicit price) ของห้องพัก และคุณลักษณะที่ส่งผลต่อราคาเช่าห้องพัก ซึ่งได้ทำการศึกษาห้องพักบริเวณมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ทั้งที่เป็นห้องพักของเอกชน และห้องพักมหาวิทยาลัย จำนวน 11 หอพัก การศึกษาในครั้งนี้มีการเก็บข้อมูลปฐมภูมิจากการใช้แบบสอบถามในการสุ่มสัมภาษณ์ผู้ที่พักอาศัยอยู่ในห้องพักเอกชนและห้องพักของมหาวิทยาลัยที่สนใจศึกษา โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 376 ตัวอย่าง ซึ่งแบบสอบถามประกอบไปด้วย 4 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไป การตัดสินใจเช่าห้องพัก ความคิดเห็นเกี่ยวกับห้องพัก และความคิดเห็นอื่นๆ เพื่อเป็นการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับราคาเช่าห้องพักและส่วนประกอบต่างๆ ของห้องพัก และนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการประมาณค่าโดยใช้ Hedonic Pricing Method เพื่อหาราคาแอบแฝงของคุณลักษณะของห้องพักต่างๆ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีนัยสำคัญต่อการกำหนดราคาเช่าห้องพัก ซึ่งมีผลทางลบต่อราคาเช่าห้องพัก ประกอบไปด้วย อายุของอาคาร และการเป็นห้องพักของมหาวิทยาลัย ส่วนปัจจัยที่มีนัยสำคัญต่อการกำหนดราคาเช่าห้องพัก ซึ่งมีผลทางบวกต่อราคาเช่าห้องพัก ประกอบด้วยขนาดของห้องพัก, อัตราการเช่าอยู่, สภาพแวดล้อมของห้องพักและหอพัก, ระยะเวลาการเช่าขั้นต่ำ, เฟอร์นิเจอร์พื้นฐานและเฟอร์นิเจอร์เสริม และส่วนลด ส่วนปัจจัยทางด้านระยะเวลาการเดินทางไป

เรียน, ความพึงพอใจต่อที่จอดรถ และความพึงพอใจต่อพื้นที่สีเขียวรอบๆอาคาร ไม่มีนัยสำคัญต่อการกำหนดราคาเช่าห้องพัก เนื่องจากมีค่าใกล้เคียงกันในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง

ปิยฉัตร จินตประชา (2552) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การประเมินมูลค่าที่วาททัศน์โดยสุเทพจากราคาคอนโดมิเนียม โดยวิธี Hedonic Price Model โดยมีจุดประสงค์เพื่อหาราคาแอบแฝงของคุณลักษณะต่างๆ ของคอนโดมิเนียม และหาคุณลักษณะที่มีผลต่อราคาคอนโดมิเนียม โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้มาจากเว็บไซต์ของคอนโดมิเนียม และสำนักงานขาย ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ใช้จำนวนตัวอย่างจำนวน 198 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นข้อมูลจาก The Trio Condominium จำนวน 73 ตัวอย่าง Touch Hill Condominium จำนวน 31 ตัวอย่าง บ้านกาญจนาภิเษก 94 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรด้านพื้นที่ ตัวแปรด้านชั้น และตัวแปรด้านทิวทัศน์ มีความสัมพันธ์กับราคาคอนโดมิเนียมในทิศทางเดียวกัน

ชวัลยา สิทธิยศ (2554) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การตั้งราคาห้องพัก โรงแรม ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดน่าน โดยวิธี Hedonic Price Model ในการวิเคราะห์ได้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2554 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2554 ผลการศึกษาโดยโดยใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุดพบว่า ตัวแปรที่ส่งผลต่อราคาอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ การบริการอาหารเช้า โทรทัศน์ชนิดแอลซีดีในห้องพัก และขนาดห้องพัก ส่งผลเชิงบวกกับระดับราคาโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่าน

โชติวุฒิ เหล่าไพโรจน์ (2555) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยกำหนดราคาคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยอาศัยแนวคิดการวิเคราะห์ Hedonic Price Model มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาเพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยหรือคุณลักษณะต่างๆ ของคอนโดมิเนียมกับการเปลี่ยนแปลงของราคาคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานั้นเป็นข้อมูลที่ได้จากการสอบถามและขอใบเสนอราคาจากพนักงานขายของคอนโดมิเนียมในแต่ละโครงการจากกลุ่มตัวอย่างคอนโดมิเนียม 40 โครงการ จำนวน 141 รูปแบบห้อง โดยได้ทำการวิเคราะห์เพื่อหาความมีนัยสำคัญทางสถิติ และเครื่องหมายทิศทางของแต่ละปัจจัยด้วยวิธีการ Regression Analysis ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยหรือคุณลักษณะด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ได้แก่ โซนพื้นที่กรุงเทพมหานครในระยะเวลาทางจากสถานีรถไฟฟ้า และตำแหน่งชั้นของคอนโดมิเนียม ปัจจัยหรือคุณลักษณะด้านโครงสร้างของคอนโดมิเนียม ได้แก่ การตกแต่งเฟอร์นิเจอร์ และจำนวนชั้นของคอนโดมิเนียม และปัจจัยด้านคุณลักษณะด้านสภาพแวดล้อมของโครงการ ได้แก่ ค่าบำรุงส่วนกลางของคอนโดมิเนียม มีนัยสำคัญทางสถิติกับการเปลี่ยนแปลงราคาของคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร

วิไลวรรณ สิริโรจนพุดดิ (2558) ได้ทำการศึกษาการประเมินมูลค่าทัศนียภาพของชายหาดหัวหิน โดยแบบจำลองราคาแบบฮีดอนนิค โดยการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะที่มีผลต่อราคาคอนโดมิเนียม และประเมินมูลค่าทัศนียภาพของชายหาดหัวหิน จากราคาคอนโดมิเนียม

บริเวณชายหาดหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้แบบจำลองราคาอีคอนนิก โดยใช้ข้อมูลราคาและคุณลักษณะของห้องคอนโดมิเนียม จำนวน 8 คุณลักษณะ จาก 127 ตัวอย่าง เก็บข้อมูลจากเว็บไซต์เกี่ยวกับคอนโดมิเนียม และสำนักงานขายในช่วงวันที่ 15 มกราคม – 15 กุมภาพันธ์ 2558 ผลการวิจัยพบว่า หากพื้นที่ทั้งหมดของโครงการคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้น 1 ตารางวา (4 ตารางเมตร) จะทำให้ราคาคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้น ร้อยละ 0.004 หากพื้นที่ของห้องคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้น 1 ตารางเมตร จะทำให้ราคาคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.21 และหากจำนวนห้องนอนเพิ่มขึ้น 1 ห้อง จะทำให้ราคาคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.49 นอกจากนี้ ราคาคอนโดมิเนียมของห้องที่อยู่ในตำแหน่งที่สามารถมองเห็นวิวทะเล มีการตกแต่งเฟอร์นิเจอร์ และอยู่ในตำแหน่งห้องมุม จะมีราคาแพงกว่าห้องที่ไม่มีคุณลักษณะดังกล่าว ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรวิวทะเลที่ประมาณการได้นำไปประเมินมูลค่าทัศนียภาพของหาดหัวหิน พบว่ามูลค่าทัศนียภาพของชายหาดหัวหินเท่ากับ 530,431 บาท ถ้าหากราคาเฉลี่ยคอนโดมิเนียมบริเวณชายหาดหัวหิน เท่ากับ 4,851,032 บาท



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved