



การประเมินมูลค่าทัศนียภาพของชายหาดหัวหินโดยแบบจำลองราคาแบบฮีดอนนิค (Economic Valuation of Hua Hin Beach Scenery by Hedonic Pricing Model)

วิไลวรรณ สิริโรจนพุดิ¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะที่มีผลต่อราคาคอนโดมิเนียม และประเมินมูลค่าทัศนียภาพของชายหาดหัวหิน จากราคาคอนโดมิเนียมบริเวณชายหาดหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้แบบจำลองราคาแบบฮีดอนนิค โดยใช้ข้อมูลราคาและคุณลักษณะของห้องคอนโดมิเนียมจำนวน 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 ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรวิวทะเลที่ประมาณการได้นำไปประเมินมูลค่าทัศนียภาพของชายหาดหัวหิน พบว่ามูลค่าทัศนียภาพของชายหาดหัวหินเท่ากับ 530,431 บาท ถ้าหากราคาเฉลี่ยคอนโดมิเนียมบริเวณชายหาดหัวหิน เท่ากับ 4,851,032 บาท

คำสำคัญ: การประเมินมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ แบบจำลองราคาฮีดอนนิค คุณลักษณะที่อยู่อาศัย

ABSTRACT

This study aims to 1) explore marketing environment of rubberwood sawn timber industry 2) study technical aspects of rubberwood sawn timber factory processing plant in Changwat Buri Ram 3) perform financial feasibility and 4) test the ability to sustain changes of rubberwood sawn timber factory plant in Changwat Buri Ram. The study uses primary data obtained from participatory observation and in-depth interviews and secondary data obtained from academic papers of various sources including the internet. Both types of data are used in descriptive and quantitative analyses. Financial tools are weighted average cost of capital (WACC), net present value (NPV), profitability index (PI), internal rate of return (IRR), modified IRR (MIRR), and switching value test (SVT). The study result shows that in 2014 Thailand have 54 rubberwood sawn timber factories producing 3 million m³ of rubberwood which is insufficient to meet demand of 8 million m³. Furthermore, Changwat Buri Ram does not yet have rubberwood sawn timber factory. Presently, there are rubber tree plantation

¹ คณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120 อีเมลล์: sirirojanaput_w@silpakom.edu



for over 1,400 acres in Changwat Buri Ram which can be utilized as timbers in order to increase the product value. The estimated production capacity is 10,200 m³ per year. The factory plant required area of 10 rais and production technology of factory by using the Band Mill saw followed by Chemical Treatment and Vacuum Pressure Impregnation Process and the final process is drying in the stove in order to get rid of humidity. The financial result under project life of 10 years In case with BOI and Non-BOI WACC as discounted rate of 10.74 and 10.61 percent, the project is feasible for the investment since NPVs are calculated to be 18,528,388 and 30,106,403 Baht; PI are 1.35 and 1.57; IRR are 17.01 and 20.45 percent, and MIRR are 14.13 and 15.73 percent. The project risk is quite low.

Keywords: Feasibility Study, Rubberwood Sawn Timber Factory

บทนำ

อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นเมืองท่องเที่ยวชายทะเลที่มีความเก่าแก่ และโดดเด่นด้วยชายหาดที่สะอาดและสงบ จึงได้รับความนิยมอย่างสูงจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศในกลุ่มสแกนดิเนเวีย ได้แก่ เดนมาร์ก ฟินแลนด์ สวีเดน และนอร์เวย์ โดยมีสัดส่วนรวมกันกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยรวมที่มากท่องเที่ยวหัวหินในปี 2555 นอกจากนี้นักท่องเที่ยวคนไทยที่มากเที่ยวหัวหินมีอัตราการขยายตัวอย่างรวดเร็ว จากที่มีจำนวน 1.97 ล้านคนในปี 2553 เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.8 เป็น 2.40 ล้านคนในปี 2554 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 35.6 เป็น 3.25 ล้านคนในปี 2555 ตามลำดับ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558)

เนื่องจากการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหินมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลทำให้ตลาดอสังหาริมทรัพย์ ประเภทคอนโดมิเนียม มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมไว้เป็นที่พักตากอากาศในช่วงวันหยุดพักผ่อน แทนการเข้าโรงแรม จากการสำรวจของบริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (2558) พบว่าในปี 2557 ปริมาณอุปทานคอนโดมิเนียมในอำเภอหัวหินมีประมาณ 3,725 ยูนิต โดยส่วนใหญ่เป็นโครงการ

คอนโดมิเนียมที่ตั้งอยู่บริเวณชายหาดหัวหิน และจะใช้ความสวยงามของทัศนียภาพชายหาดหัวหินในการส่งเสริมการขาย ส่งผลทำให้ราคาคอนโดมิเนียมในบริเวณนี้มีราคาแพง กว่าคอนโดมิเนียมที่อยู่ไกลออกไปจากชายหาดหัวหิน จะเห็นได้ว่ามูลค่าความสวยงามของทัศนียภาพชายหาดหัวหินถูกแฝงอยู่ในราคาของคอนโดมิเนียม ทำให้ไม่สามารถประเมินมูลค่าชายหาดหัวหินผ่านระบบตลาดโดยตรง แต่จะใช้วิธีการประเมินโดยใช้มูลค่าตัวแทน (Surrogate Market-Value Approaches) ด้วยแบบจำลองราคาแบบฮีดอนนิค (Hedonic Pricing Model) การประเมินมูลค่าชายหาดหัวหินดังกล่าวจะทำให้ทราบถึงคุณค่าของชายหาดหัวหินเพิ่มขึ้นอีกด้านหนึ่ง นอกเหนือจากคุณค่าทางด้านการท่องเที่ยว และคุณค่าด้านการประมง ซึ่งจะทำให้เกิดการตระหนักถึงความสำคัญในการอนุรักษ์ชายหาดหัวหินต่อไป

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะที่มีผลต่อราคาคอนโดมิเนียมบริเวณชายหาดหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อประเมินมูลค่าทัศนียภาพของชายหาดหัวหิน จากราคาคอนโดมิเนียมบริเวณชายหาดหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษาคูณลักษณะด้านทำเลที่ตั้งและโครงสร้างของคอนโดมิเนียมที่มีผลต่อราคาคอนโดมิเนียมบริเวณชายหาดหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยหรือคุณลักษณะของคอนโดมิเนียม ได้แก่ พื้นที่ของห้องคอนโดมิเนียม จำนวนห้องนอน ตำแหน่งชั้นของห้องคอนโดมิเนียม วิวทะเล การตกแต่งเฟอร์นิเจอร์ และตำแหน่งห้องมุม คาดว่าจะมีความสัมพันธ์กับราคาคอนโดมิเนียมในทิศทางเดียวกัน แต่ระยะห่างจากชายหาดหัวหิน (DIS) จะมีความสัมพันธ์กับราคาคอนโดมิเนียมในทิศทางตรงกันข้าม

การทบทวนวรรณกรรม

1. การประเมินมูลค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้วย Hedonic Pricing Model

เป็นวิธีประเมินมูลค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมประเภทมูลค่าที่เกิดจากการใช้ประโยชน์ (Use Value) ที่เป็นมูลค่าจากการใช้ประโยชน์โดยตรงของมนุษย์ในฐานะผู้บริโภคหรือ Direct Use Value เช่น การให้คุณค่าด้านสุนทรียภาพ การใช้ชายหาดเพื่อเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ (กัลยาณี พรพิเนตพงศ์, 2550) นักเศรษฐศาสตร์มักนำวิธีนี้ไปใช้เพื่อประเมินราคาแอบแฝงของลักษณะเชิงคุณภาพที่ประกอบรวมกันเป็นราคาโดยรวมของสินค้าที่มีลักษณะแตกต่างกัน รวมทั้งใช้ในการประเมินมูลค่าคุณภาพสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพราะสภาพแวดล้อมในบริเวณที่อยู่อาศัยไม่ว่าจะเป็นคุณภาพอากาศ ทัศนียภาพ หรือแม้กระทั่งทำเลที่ตั้งล้วนแต่มีอิทธิพลในการกำหนดราคาที่ดินและราคาบ้าน ซึ่งวิธี Hedonic Pricing Methods จะประเมินมูลค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยใช้ราคาอสังหาริมทรัพย์และราคาที่ดินเป็นราคาตัวแทนเพื่อประเมินมูลค่าทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (ปิยฉัตร จินตประชา, 2552)

Hedonic Price Model สามารถสร้างได้จากทฤษฎีอรรถประโยชน์ (Utility Theory) ของผู้บริโภค โดยกำหนดให้อรรถประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับเกิดจากการบริโภคคุณลักษณะ j จากทุกชนิดสินค้า รวมกันทุกชนิด (X_j)

$$U = u(Q_1, Q_2, \dots, Q_n, X_{11}, X_{12}, \dots, X_{1m}, X_{21}, X_{22}, \dots, X_{nm}) \quad \dots(1)$$

โดยที่ X_{ij} คือ ปริมาณคุณลักษณะ j ของการบริโภคสินค้า i ($i = 1, 2, \dots, n$ และ $j = 1, 2, \dots, m$)

Q_i คือ ปริมาณการบริโภคสินค้า i

ในการตัดสินใจบริโภคนั้น ผู้บริโภคจะตัดสินใจบริโภคภายใต้งบประมาณ (Budget : B) ที่มีอยู่ เพื่อให้ได้อรรถประโยชน์สูงสุด ดังสมการที่ 2

$$B = \sum_{i=1}^n P_i Q_i \quad \dots(2)$$

โดยที่ P_i คือ ราคาสินค้า i

สามารถเขียน Lagrangian ได้ดังนี้

$$L = u(X_{11}, X_{12}, \dots, X_{nm}) - \lambda \sum P_i Q_i - B \quad \dots(3)$$

ปริมาณการบริโภคสินค้า i ที่เหมาะสมสามารถหาได้จาก

$$\frac{\partial L}{\partial Q_i} = \sum_{j=1}^m \left(\frac{\partial U}{\partial X_{ij}} \right) \left(\frac{\partial X_{ij}}{\partial Q_i} \right) - \lambda P_i = 0 \quad \dots(4)$$

โดย λ คือ อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มของรายได้ หรือ $\frac{\partial U}{\partial B}$ ดังนั้น

$$P_i = \sum_{j=1}^m \left(\frac{\partial X_{ij}}{\partial Q_i} \right) \left(\frac{\partial U / \partial X_{ij}}{\partial U / \partial B} \right) \quad \dots(5)$$

โดยที่ $\left(\frac{\partial U / \partial X_{ij}}{\partial U / \partial B} \right)$ คือ ราคาแฝง (Marginal Implicit Price) ของคุณลักษณะที่ j เมื่อกำหนดให้งบประมาณเท่ากับรายได้

ดังนั้นเมื่อพิจารณาสินค้าเพียงชนิดเดียวจะพบว่า ราคาของสินค้า (P) จะสามารถคำนวณได้จากผลรวมของอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มของคุณลักษณะที่ j (หรือ ซึ่งกำหนดให้มีค่าคงที่) คูณด้วยราคาแฝงของคุณลักษณะที่ j (หรือ P_j ซึ่งมีค่าคงที่) หรือก็คือ

$$P = \sum_{j=1}^m X_j P_j + \varepsilon \quad \dots (6)$$

โดยที่ X_j คือ คุณลักษณะที่ j ของสินค้า

P_j คือ ราคาแฝงของคุณลักษณะที่ j ของสินค้า หรือ ค่าสัมประสิทธิ์ซึ่งต้องทำการประมาณการ

ε คือ ค่าความคลาดเคลื่อนของราคา

2. การประยุกต์ใช้ Hedonic Price Model ในการประเมินมูลค่าทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

Lansford & Jones (1995) ได้ทำการประเมินมูลค่าความสวยงามและประโยชน์ของการพักผ่อนหย่อนใจของทะเลสาบกลางเมืองเท็กซัส สหรัฐอเมริกา โดยใช้ Hedonic Pricing Method ประเมินมูลค่าความสวยงามและประโยชน์ของการพักผ่อนหย่อนใจผ่านราคาที่พักอาศัยในบริเวณทะเลสาบดังกล่าว พบว่าโดยเฉลี่ยมูลค่าความสวยงามและประโยชน์ของการพักผ่อนหย่อนใจของทะเลสาบจะมีมูลค่าประมาณ ร้อยละ 22 ของมูลค่าบ้าน Benson, Hansen, Arthur L. Schwarthz, & Smersh (1998) ได้ทำการประเมินมูลค่าความสวยงามที่ทัศนียภาพของทะเล ในเมือง Bellingham, Washington ผ่านราคาที่พักอาศัยในเมืองดังกล่าว ด้วยวิธี Hedonic Pricing Method พบว่า โดยเฉลี่ยทัศนียภาพของทะเลที่สวยงามจะทำให้ราคาบ้านเพิ่มขึ้นร้อยละ 25.6 Jim & Chen (2009) ใช้ Hedonic Pricing Method เพื่อประเมินมูลค่าของความสวยงามของทัศนียภาพบนเกาะฮองกงผ่านราคาที่พักอาศัย พบว่าทัศนียภาพทะเลจะทำให้ราคาอพาร์ทเมนท์เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.97

นอกจากนี้ กิริยา กุลกลการ และโชติวุฒิ เหล่าไพโรจน์ (2555) ได้ใช้ Hedonic Pricing Model ในการวิเคราะห์คุณลักษณะของที่อยู่อาศัยที่เป็นตัวกำหนดราคาคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณลักษณะที่ส่งผลต่อราคาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ที่ตั้งของโครงการระยะห่างจากสถานี

รถไฟฟ้า ตำแหน่งชั้น ขนาดที่ดิน จำนวนห้องชุดในโครงการ ชื่อเสียงของเจ้าของโครงการ ปริมาณที่จอดรถ ระยะเวลาแล้วเสร็จ ขนาดห้องชุด จำนวนห้องนอน เพอร์นิเจอร์ และค่าส่วนกลาง จากการทบทวนเอกสารข้างต้น พบว่า Hedonic Pricing Method สามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อประเมินมูลค่าของความสวยงามของทัศนียภาพสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติซึ่งจะสะท้อนมูลค่าดังกล่าวผ่านราคาของที่อยู่อาศัย โดยที่ความสวยงามของทัศนียภาพสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ คือคุณลักษณะหนึ่งที่เป็นตัวกำหนดราคาของที่อยู่อาศัย นอกจากนี้ยังมีปัจจัยหรือคุณลักษณะอื่นๆ ซึ่งเป็นตัวกำหนดราคาของที่อยู่อาศัยและไม่สามารถหาราคาของส่วนประกอบหรือคุณลักษณะเหล่านี้ได้โดยตรง Hedonic Pricing Method จึงถูกนำมาใช้ในการหาราคาแอบแฝง (Implicit Price) ของส่วนประกอบหรือคุณลักษณะเหล่านี้ ผู้วิจัยจึงได้นำปัจจัยหรือคุณลักษณะที่เป็นตัวกำหนดราคาของคอนโดมิเนียม ได้แก่ ขนาดที่ดิน ทั้งหมดของโครงการ ขนาดห้องชุด จำนวนห้องนอน ตำแหน่งชั้นของห้องคอนโดมิเนียม การตกแต่งเพอร์นิเจอร์พร้อมเข้าอยู่ ร่วมกับตัวแปรที่เป็นตัวแทนทัศนียภาพของชายหาดหัวหินมารวมไว้ในแบบจำลองของงานวิจัยนี้

วิธีวิจัย

1. กำหนดกลุ่มตัวอย่าง

เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ในการเก็บข้อมูล คือ โครงการคอนโดมิเนียมในพื้นที่หัวหินฝั่งทะเล ซึ่งเป็นพื้นที่ทางทิศตะวันออกของถนนเพชรเกษม (ทางหลวงหมายเลข 4) เริ่มตั้งแต่ หัวหินเหนือ ตำบลหัวหิน จนถึง เขาเต่า ตำบลหนองแก อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (ภาพที่ 1) และจากการสำรวจโครงการคอนโดมิเนียมในบริเวณดังกล่าวที่กำลังเปิดขาย ณ วันที่ 1 ธันวาคม 2557 พบว่ามีทั้งสิ้นจำนวน 25 โครงการ ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มมาจำนวน 20 โครงการ (หรือคิดเป็น 4 ใน 5) เพื่อเก็บข้อมูล

ทางด้านราคาและคุณลักษณะต่างๆ ของคอนโดมิเนียม โดยโครงการจำนวน 20 โครงการนี้ มีทั้งโครงการที่กำลังก่อสร้างและโครงการที่ก่อสร้างเสร็จแล้วที่กำลังเปิดขายในช่วงวันที่ 15 มกราคม - 15 กุมภาพันธ์ 2558 ซึ่งเป็นโครงการคอนโดมิเนียมแบบอาคารต่ำ (Low-rise Condominium) มีความสูงไม่เกิน 8 ชั้นจำนวน 19 โครงการ และอีก 1 โครงการเป็นโครงการคอนโดมิเนียมแบบอาคารสูง (High-Rise Condominium) มีความสูงเกิน 8 ชั้น ในแต่ละโครงการจะสู่มตัวอย่างชั้นละเท่าๆ กัน แบ่งเป็น 8 กลุ่ม ได้แก่ ชั้น 1 ชั้น 2 ชั้น 3 ชั้น 4 ชั้น 5 ชั้น 6 ชั้น 7 และชั้น 8 ขึ้นไป รวมจำนวนตัวอย่างที่เก็บได้ทั้งสิ้น 127 ตัวอย่าง



ภาพที่ 1 พื้นที่บริเวณชายหาดหัวหิน อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์

ที่มา: บริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด

2. กำหนดปัจจัยหรือคุณลักษณะต่างๆ ของคอนโดมิเนียม

จากการทบทวนวรรณกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยนี้ ทำให้สามารถกำหนดปัจจัยหรือคุณลักษณะต่างๆ ของคอนโดมิเนียมที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับราคาคอนโดมิเนียมซึ่งประกอบด้วย 2 กลุ่มปัจจัย ได้แก่

$$P = f(L, S) \quad \dots(7)$$

โดยที่ P คือ ราคาของคอนโดมิเนียมของแต่ละโครงการ (บาท)

L คือ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม (Locational Attributes) ได้แก่ ระยะห่างจากชายหาดหัวหิน (DIS) วิวทะเล (VIEW) ตำแหน่งชั้นของห้อง (FLOOR) ตำแหน่งห้องมุม (CORNER)

S คือ ปัจจัยด้านโครงสร้างของคอนโดมิเนียม (Structural Attributes) ได้แก่ พื้นที่ทั้งหมดของโครงการคอนโดมิเนียม (LOT) จำนวนห้องทั้งหมดในโครงการ (UNIT) พื้นที่ของห้อง (AREA) จำนวนห้องนอน (BED) การตกแต่งเฟอร์นิเจอร์ (FURN)

เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม (Neighborhood Attributes) ได้แก่

สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มลภาวะทางอากาศ ความใกล้ไกลจากแหล่งชุมชน ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้จึงไม่มีปัจจัยดังกล่าวในแบบจำลอง Hedonic Price

3. กำหนดแบบจำลอง Hedonic Price

ในการศึกษาครั้งนี้ มีจำนวน 2 แบบจำลองเพื่อใช้ในการประมาณทางเศรษฐมิติ ดังนี้

แบบจำลองที่ 1 สมการเส้นตรง (Linear Equation)

$$P = \beta_0 + \beta_1 LOT + \beta_2 AREA + \beta_3 BED + \beta_4 FLOOR + \beta_5 DIS + \beta_6 VIEW + \beta_7 FURN + \beta_8 CORNER + \epsilon \quad \dots(8)$$

แบบจำลองที่ 2 Log-Linear Equation

$$\ln P = \beta_0 + \beta_1 LOT + \beta_2 AREA + \beta_3 BED + \beta_4 FLOOR + \beta_5 DIS + \beta_6 VIEW + \beta_7 FURN + \beta_8 CORNER + \epsilon \quad \dots(9)$$

- โดยที่ P คือ ราคาคอนโดมิเนียม (บาท)
- LOT คือ พื้นที่ทั้งหมดของโครงการคอนโดมิเนียม (ตารางวา)
- AREA คือ พื้นที่ของห้องคอนโดมิเนียม (ตารางเมตร)
- BED คือ จำนวนห้องนอน

- FLOOR** คือ ตำแหน่ง ชั้น ของ ห้อง คอนโดมิเนียม
- DIS** คือ ระยะระยะห่างจากชายหาด หัวหิน (เมตร)
- VIEW** คือ วิวทะเล เป็นตัวแปรหุ่นที่มีค่า เป็น 1 เมื่อเป็นห้องที่สามารถ มองเห็นวิวทะเล และมีค่าเป็น 0 เมื่อเป็นห้องที่ไม่สามารถมองเห็น วิวทะเล
- FURN** คือ การตกแต่งเฟอร์นิเจอร์ เป็นตัว แปรหุ่นที่มีค่าเป็น 1 เมื่อห้องได้มีการ ตกแต่งเฟอร์นิเจอร์อย่าง ครบถ้วนพร้อมเข้าอยู่ได้ทันที และมีค่าเป็น 0 เมื่อห้องชุดเป็นห้อง เปล่าหรือมีเฟอร์นิเจอร์บางส่วนไม่ สามารถเข้าอยู่ได้ทันที
- CORNER** คือ ตำแหน่งห้องมุม เป็นตัวแปร หุ่นที่มีค่าเป็น 1 เมื่อห้องอยู่ ตำแหน่งมุมของอาคาร และมีค่า เป็น 0 เมื่ออยู่ในตำแหน่งอื่นๆ
- E** คือ ค่าความคลาดเคลื่อน (Error Term)

4. เก็บรวบรวมข้อมูล

งานศึกษานี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ช่วงเวลาเดียว (Cross Section Approach) คือในช่วง วันที่ 15 มกราคม - 15 กุมภาพันธ์ 2558 โดยเก็บ ข้อมูลจากเว็บไซต์เกี่ยวกับคอนโดมิเนียม และเก็บ ข้อมูลโดยตรงจากพนักงานขาย ณ สถานที่สำนักงาน ขายของแต่ละโครงการคอนโดมิเนียม รวมจำนวน ตัวอย่างที่เก็บได้ทั้งสิ้น 127 ตัวอย่าง

5. วิเคราะห์ข้อมูล

ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis) ด้วยวิธีประมาณค่าแบบกำลังสองน้อย ที่สุด เพื่อตรวจสอบดูว่าปัจจัยใดบ้างที่มีความ เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาคอนโดมิเนียมอย่างมี นัยสำคัญ และมีทิศทางของความสัมพันธ์สอดคล้อง กับสมมติฐานที่ตั้งไว้หรือไม่

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

จากข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ห้อง คอนโดมิเนียมมีราคาเฉลี่ย 4,851,032 บาท โดย ราคาต่ำสุดอยู่ที่ 1,474,900 ล้านบาท และราคาสูงสุด 15,500,000 ล้านบาท พื้นที่ทั้งหมดของโครงการ คอนโดมิเนียมโดยเฉลี่ย 2,501.26 ตารางวา โดย พื้นที่โครงการที่สูงที่สุด เท่ากับ 8,098.20 ตารางวา และมีพื้นที่ต่ำสุด เท่ากับ 806.90 ตารางวา ส่วนพื้นที่ ห้องคอนโดมิเนียมมีพื้นที่โดยเฉลี่ย 57.54 ตาราง เมตร พื้นที่น้อยที่สุดเท่ากับ 23.40 ตารางเมตร และ มากที่สุดเท่ากับ 163.18 ตารางเมตร จำนวน ห้องนอนโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 1.31 ห้องนอน และมีจำนวน ห้องนอนน้อยสุดเท่ากับ 0 ซึ่งหมายถึงห้องประเภท สตูดิโอที่ไม่แบ่งแยกห้องนอนเป็นส่วนจาก ห้องครัวและห้องนั่งเล่น และมีจำนวนห้องนอนมาก ที่สุดคือ 3 ห้องนอน โดยเฉลี่ยห้องคอนโดมิเนียมอยู่ ชั้น 4.71 โดยชั้นที่ต่ำที่สุดคือ ชั้น 1 และที่สูงที่สุดคือ ชั้น 21 ห้องคอนโดมิเนียมที่สำรวจมีร้อยละ 40 ที่ เห็นวิวทะเล ร้อยละ 69 เป็นห้องที่มีการตกแต่ง เฟอร์นิเจอร์อย่างครบถ้วนพร้อมเข้าอยู่ได้ทันที และ ร้อยละ 33 ของห้องคอนโดมิเนียมที่สำรวจเป็นห้อง มุม (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุด และค่าต่ำสุดของตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด
P	4,851,032.00	2,712,992.00	1,474,900.00	15,500,000.00
LOT	2501.26	1731.61	806.90	8098.20
AREA	57.54	23.40	23.50	163.18

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด
BED	1.31	0.76	0.00	3.00
FLOOR	4.71	3.70	1.00	21.00
DIS	410.24	421.06	100.00	1,700.00
VIEW	0.40	0.49	0.00	1.00
FURN	0.69	0.47	0.00	1.00
CORNER	0.33	0.47	0.00	1.00

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าแบบจำลองที่ 1 สมการเส้นตรง มีค่า Adjusted R² เท่ากับ 0.8134 ซึ่งต่ำกว่า แบบจำลองที่ 2 Log-Linear Equation มีค่า Adjusted R² เท่ากับ 0.8432 กล่าวคือ ปัจจัยต่างๆ ที่นำเข้ามาไว้ในแบบจำลองที่ 2 สามารถอธิบายราคาคอนโดมิเนียมได้ร้อยละ 84.32 และร้อยละ 15.68 เป็นผลจากปัจจัยอื่นๆ ที่ไม่ได้นำมาวิเคราะห์ในการวิจัยครั้งนี้ นอกจากนี้จำนวนตัวแปรที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติในแบบจำลองที่ 1 มีมากกว่าแบบจำลองที่ 2 ดังนั้นแบบจำลองที่ 2 Log-Linear Equation จึงมีความเหมาะสมในการวิเคราะห์เพื่อหาคุณลักษณะต่างๆ ของคอนโดมิเนียมที่มีส่วนในการกำหนดราคาคอนโดมิเนียมมากกว่าแบบจำลองที่ 1 โดยตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติในแบบจำลองที่ 2 มีทั้งสิ้น 6 ตัวแปร ได้แก่ พื้นที่ทั้งหมดของโครงการคอนโดมิเนียม (LOT) พื้นที่ของห้องคอนโดมิเนียม (AREA) จำนวนห้องนอน (BED) วิวทะเล (VIEW) การตกแต่งเฟอร์นิเจอร์ (FURN) และตำแหน่งห้องมุม (CORNER) โดยที่ทิศทางความสัมพันธ์กับราคาคอนโดมิเนียมสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังแสดงในตารางที่ 2 กล่าวคือ

พื้นที่ทั้งหมดของโครงการคอนโดมิเนียม พื้นที่ของห้องคอนโดมิเนียม และจำนวนห้องนอน มีส่วนในการกำหนดราคา โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.0000406, 0.0121051 และ 0.2349479 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า หากพื้นที่ทั้งหมดของโครงการคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้น 1 ตารางวา จะทำให้ราคาคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้น ร้อยละ 0.004 หากพื้นที่ของห้องคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้น 1 ตารางเมตร จะทำให้

ราคาคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.21 และหากจำนวนห้องนอนเพิ่มขึ้น 1 ห้อง จะทำให้ราคาคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.49

นอกจากนี้ ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรหุ่น วิวทะเล (VIEW) การตกแต่งเฟอร์นิเจอร์ (FURN) และตำแหน่งห้องมุม (CORNER) เท่ากับ 0.1037688 0.0955691 และ 0.072416 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าห้องคอนโดมิเนียมที่เห็นวิวทะเล เป็นห้องมุมของอาคาร และมีการตกแต่งเฟอร์นิเจอร์พร้อมเข้าอยู่มีส่วนในการกำหนดราคาคอนโดมิเนียมด้วยเช่นกัน โดยห้องคอนโดมิเนียมที่เห็นวิวทะเลจะมีราคาแพงกว่าห้องที่ไม่เห็นวิวทะเล ร้อยละ 10.93 ห้องคอนโดมิเนียมที่เป็นห้องมุมของอาคารจะมีราคาแพงกว่าห้องในตำแหน่งอื่น ร้อยละ 7.51 และห้องคอนโดมิเนียมที่มีการตกแต่งเฟอร์นิเจอร์พร้อมเข้าอยู่จะมีราคาแพงกว่าห้องที่ไม่มีการตกแต่งเฟอร์นิเจอร์ ร้อยละ 10.03

นอกจากนี้ ค่าสัมประสิทธิ์ที่ประมาณได้จากแบบจำลองที่ 2 สามารถนำมาคำนวณมูลค่าห้องคอนโดมิเนียมได้ ดังนี้

$$\ln P = 14.09258 + 0.0000406 \text{LOT} + 0.0121051 \text{AREA} + 0.2349479 \text{BED} + 0.1037688 \text{VIEW} + 0.0955691 \text{FURN} + 0.072416 \text{CORNER} \dots (10)$$

แทนค่าเฉลี่ยของปัจจัยหรือคุณลักษณะต่างๆ (ตามตารางที่ 1) ในสมการ ดังนี้

$$\ln P = 14.09258 + 0.0000406(2501.26) + 0.0121051(57.54) + 0.2349479(1) + 0.1037688(1) + 0.0955691(1) + 0.072416(1) \dots (11)$$

$$\widehat{\ln P} = 15.39736041$$

$$\hat{P} = 4,863,945.07 \text{ บาท}$$

ผลการคำนวณราคาคอนโดมิเนียมตามสมการที่ 11 สามารถอธิบายได้ว่า คอนโดมิเนียมที่มีคุณลักษณะดังนี้ คือ มีพื้นที่ทั้งหมดของโครงการเฉลี่ย 2,501.26 ตารางวา พื้นที่ห้องคอนโดมิเนียมเฉลี่ย 57.54 ตารางเมตร มีห้องนอน 1 ห้อง เป็นห้องที่อยู่ในตำแหน่งที่สามารถเห็นวิวทะเล อยู่ในตำแหน่งห้องมุมของอาคาร และมีการตกแต่งเฟอร์นิเจอร์พร้อมเข้าอยู่ จะมีราคาคุณภาพเท่ากับ 4,863,945.07 บาท

จากผลการวิเคราะห์ทำให้สามารถประเมินมูลค่าทัศนียภาพของชายหาดหัวหิน จากราคาคอนโดมิเนียมบริเวณชายหาดหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กล่าวคือ ห้องคอนโดมิเนียมที่เห็นวิวทะเลจะมีราคาแพงกว่าห้องที่ไม่เห็นวิวทะเลร้อยละ 10.93 ดังนั้นหากราคาห้องคอนโดมิเนียมเท่ากับ 4,851,032 บาท (ราคาห้องคอนโดมิเนียมเฉลี่ยของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง ดังตารางที่ 1) ห้องคอนโดมิเนียมที่เห็นวิวทะเลจะมีราคาแพงกว่าห้องที่ไม่เห็นวิวทะเล เท่ากับ 530,431 บาท ดังนั้นมูลค่าทัศนียภาพของชายหาดหัวหิน ที่ทำการประเมินผ่านราคาห้องคอนโดมิเนียมจะเท่ากับ 530,431 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 10.93 ของราคาคอนโดมิเนียม

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดราคาคอนโดมิเนียมบริเวณชายหาดหัวหิน

ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์	
	แบบจำลองที่ 1	แบบจำลองที่ 2
ค่าคงที่ (Constant)	-1345983*** (364250.8)	14.09258*** (0.0673498)
LOT	183.3055*** (67.4418)	0.0000406*** (0.0000125)
AREA	93107.53*** (8715.25)	0.0121051*** (0.0016114)
BED	21699.22 (256861.8)	0.2349479*** (0.0474936)
FLOOR	2386.746 (40322.69)	-0.0084989 (0.0074556)
DIS	-342.6652 (343.4303)	-0.0000973 (0.0000635)
VIEW	443431.5* (233268.5)	0.1037688** (0.0431312)
FURN	286777.8 (235584.4)	0.0955691** (0.0435594)
CORNER	324555.9 (227640.7)	0.072416* (0.0420907)
จำนวนตัวอย่าง	127	127
Adjusted R ²	0.8134	0.8432

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บเป็นค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Errors)

โดยที่ *** หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

** หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

* หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.10

จากการศึกษาคุณลักษณะที่มีผลต่อราคา คอนโดมิเนียมบริเวณชายหาดหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่าพื้นที่ทั้งหมดของโครงการคอนโดมิเนียม พื้นที่ของห้องคอนโดมิเนียม จำนวนห้องนอน การตกแต่งเฟอร์นิเจอร์ มีผลต่อราคาคอนโดมิเนียมซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กิริยา กุลกลการ และโชติวุฒิ เหล่าไพโรจน์ (2555) โครงการที่มีพื้นที่มากย่อมจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น พื้นที่ออกกำลังกาย พื้นที่ของสวนหย่อม และพื้นที่จอดรถ เป็นต้น เพิ่มขึ้นตามไปด้วย ดังนั้นการที่โครงการคอนโดมิเนียมที่มีพื้นที่มากจะมีราคาแพงกว่าโครงการคอนโดมิเนียมที่มีพื้นที่น้อย เนื่องมาจากผู้อยู่อาศัยหรือผู้ซื้อคอนโดมิเนียมจะได้รับกรรมสิทธิ์หรือความเป็นเจ้าของในการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านั้นด้วยเช่นกัน ส่วนพื้นที่ของห้องคอนโดมิเนียม และจำนวนห้องนอนที่มากขึ้นจะส่งผลทำให้ราคาของคอนโดมิเนียมแพงขึ้นด้วยเช่นกัน เนื่องจากพื้นที่ของห้องคอนโดมิเนียม และจำนวนห้องนอนที่มากขึ้นก็ย่อมต้องมีค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างเพิ่มขึ้น ประกอบกับผู้ที่มีการครอบครองหรือผู้ที่มีฐานะดีย่อมเต็มใจที่จะจ่ายแพงขึ้นเพื่อให้ตนมีพื้นที่ที่พักอาศัยเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน ในลักษณะเดียวกันห้องคอนโดมิเนียมที่มีการตกแต่งเฟอร์นิเจอร์ครบพร้อมเข้าอยู่ได้จะมีราคาแพงกว่าห้องคอนโดมิเนียมที่ไม่มีการตกแต่ง เนื่องจากการตกแต่งเฟอร์นิเจอร์จะทำให้ต้นทุนของโครงการเพิ่มสูงขึ้น จะส่งผลทำให้ราคาเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้ยังพบว่าตำแหน่งห้องมุมของห้องคอนโดมิเนียม และตำแหน่งห้องคอนโดมิเนียมที่สามารถมองเห็นวิวทะเลได้เป็นปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดราคาคอนโดมิเนียม ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Gordon, Winkler, J., & Zumpano (2013) ที่ได้ศึกษาถึง

ผลกระทบของตำแหน่งห้องมุมของคอนโดมิเนียม และวิวทะเลต่อราคาของคอนโดมิเนียม เนื่องจากตำแหน่งดังกล่าวมีความเงียบสงบไม่วุ่นวาย และถ้าหากห้องคอนโดมิเนียมที่เป็นตำแหน่งห้องมุมที่สามารถมองเห็นวิวทะเลได้อีกจะยิ่งทำให้ราคาคอนโดมิเนียมเพิ่มสูงขึ้นไปอีก

การประเมินมูลค่าทัศนียภาพของชายหาดหัวหิน จากราคาคอนโดมิเนียมบริเวณชายหาดหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่ามีมูลค่าประมาณร้อยละ 10.93 ของราคาคอนโดมิเนียม ซึ่งมีมูลค่าต่ำกว่าผลการศึกษาของ Benson, Hansen, Arthur L. Schwarthz, & Smersh (1998) แต่จะสูงกว่าผลการศึกษาของ Jim & Chen (2009) ทั้งนี้อาจเป็นผลมาจากความแตกต่างของสภาพเศรษฐกิจของพื้นที่ที่เก็บข้อมูลของการศึกษานั้นๆ จำนวนตัวอย่าง แบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์ และช่วงเวลาที่ทำการศึกษา เป็นต้น

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบว่าคุณลักษณะที่มีผลต่อราคาคอนโดมิเนียมบริเวณชายหาดหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้แก่ พื้นที่ทั้งหมดของโครงการคอนโดมิเนียม (LOT) พื้นที่ของห้องคอนโดมิเนียม (AREA) จำนวนห้องนอน (BED) ตำแหน่งห้องที่สามารถมองเห็นวิวทะเล (VIEW) การตกแต่งเฟอร์นิเจอร์ (FURN) และตำแหน่งห้องมุม (CORNER) โดยคุณลักษณะดังกล่าวจะมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับราคาคอนโดมิเนียม และมูลค่าทัศนียภาพของชายหาดหัวหินมีมูลค่าประมาณร้อยละ 10.93 ของราคาคอนโดมิเนียม

ข้อเสนอแนะ

การประเมินมูลค่าทัศนียภาพของชายหาดหัวหินทำให้ทราบถึงมูลค่าของชายหาดหัวหินเพิ่มขึ้นอีกด้านหนึ่ง นอกเหนือจากมูลค่าทางด้านการท่องเที่ยว และมูลค่าด้านการประมง ซึ่งจะทำให้เกิดการตระหนักถึงความสำคัญในการอนุรักษ์ชายหาดหัวหินต่อไป นอกจากนี้เทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถนำมูลค่าทัศนียภาพที่ประเมินได้ไปใช้ในการจัดสรรงบประมาณเพื่อใช้ในการอนุรักษ์หรือปรับปรุงทัศนียภาพชายหาดหัวหินที่เหมาะสมต่อไป

การศึกษาในอนาคต ควรได้พิจารณาเพิ่มเติมทั้งจำนวนตัวอย่าง และจำนวนคุณลักษณะของคอนโดมิเนียม เช่น อายุของอาคาร, จำนวนชั้นของอาคาร ค่าบริการส่วนกลาง และส่วนลดหรือเงื่อนไขในการขายต่างๆ เป็นต้น เพื่อให้ผลการศึกษาที่ได้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น นอกจากนี้ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมไปถึงราคาที่พักอาศัยชนิดอื่นๆ ด้วย เช่น บ้านเดี่ยว และทาวน์เฮ้าส์ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กัลยาณี พรพิเนตพงศ์. 2550. **คุณค่าและความสำคัญของชายหาด**, น. 1-8. ใน เอกสารประกอบการสัมมนาทางวิชาการเรื่อง ชายฝั่งทะเล:คุณค่า ปัญหา และการฟื้นฟู วันที่ 20-22 มิถุนายน 2550. กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง.
- กิริยา กุลกลการ และโชติวุฒิ เหล่าไพโรจน์. 2555. **ปัจจัยกำหนดราคาคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร**. 19(1), 24-45.
- บริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด. 2558. **ตลาดคอนโด ชะอำ-เขาเต่า เดิมโตดี ยอดขายทะลุ 70%**. (Online). marketeer.co.th/2014/12/condo-chaam/, 15 กุมภาพันธ์ 2558.
- ปิยฉัตร จินตประชา. 2552. **การประเมินมูลค่าทิวทัศน์บริเวณดอยสุเทพจากราคาคอนโดมิเนียม โดยวิธี Hedonic Pricing**

Method. (Online).

library.cmu.ac.th/faculty/econ/index.php?option=com_content&task=view&id=808&Itemid=553, 1 กุมภาพันธ์ 2558.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2558. **ช่วงปิดเทอมกระตุ้นท่องเที่ยว...คึกคัก: เดือน ต.ค. คาดคนไทยสร้างรายได้ท่องเที่ยวสะพัดหัวหิน 2,400 ล้านบาท**. (Online). tourisminvest.tat.or.th/บทวิเคราะห์/บทความจากศูนย์วิจัยกสิกร, 1 กุมภาพันธ์ 2558.

- Benson, E.D., J.L. Hansen, J. Arthur L. Schwarthz and G.T. Smersh. 1998. **Pricing Residential Amenities: The Value of a View**. 16 (1): 55-73.
- Gordon, B.L., D. Winkler, D.B. J. and L. Zumpano. 2013. **The Effect of Elevation and Corner Location on Oceanfront Condominium Value**. 35 (3): 345-364.
- Halvorsen, R. and R. Palmquist. 1980. **The Interpretation of Dummy Variables in Semilogarithmic Equations**. 70(3), 474-475.
- Jim, C.Y. and W.Y. Chen. 2009. **Value of Scenic Views: Hedonic Assessment of Private Housing in Hong Kong**. 91(4), 226-234.
- Lansford, N.H., Jr. and L.L. Jones. 1995. **Marginal Price of Lake Recreation and Aesthetics: An Hedonic Approach**. 27 (01): 212-223.