



ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรร

โดย

นายสมจริง วงษ์คต

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ความเต็มใจถ่ายทอดตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรร

โดย

นายสมจริง วงษ์คต



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรม

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



WILLINGNESS TO PAY FOR THE LOCATION FACTORS OF
RESIDENCES IN HOUSING PROJECTS

BY

MR. SOMJING WONGKOT



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE
REQUIREMENTS FOR THE MASTER OF SCIENCE
INNOVATIVE REAL ESTATE DEVELOPMENT
FACULTY ARCHITECTURE AND PLANNING
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2015
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นายสมจริง วงษ์คต

เรื่อง

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรร
ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (นวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์)

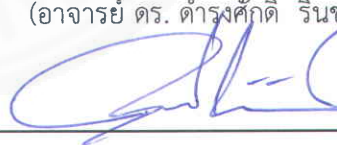
เมื่อ วันที่ 15 พฤษภาคม พ.ศ. 2559

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



(อาจารย์ ดร. ดำรงค์ดี รินชุมภู)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กองกณฑ์ โตชัยวัฒน์)

คณบดี



(รองศาสตราจารย์ เฉลิมวัฒน์ ตันตสวัสดิ์)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของที่อยู่อาศัยในโครงการ หมู่บ้านจัดสรร
ชื่อผู้เขียน	นายสมจริง วงษ์ศต
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	นวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กองกฤษ โตชัยวัฒน์
ปีการศึกษา	2558

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาร้อยละของความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในงานวิจัยนี้ทำการศึกษาที่อยู่อาศัยแนวราบ ได้แก่ บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์ และอาคารพาณิชย์ 5 ระดับราคา ได้แก่ (1) ต่ำกว่า 2.00 ล้านบาท (2) 2.01-3.00 ล้านบาท (3) 3.01-5.00 ล้านบาท (4) 5.01-10.00 ล้านบาท และ (5) มากกว่า 10.00 ล้านบาท โดยการสำรวจด้วยแบบสอบถามซึ่งผ่านการตรวจสอบความเที่ยงและความตรง ทำการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่มีความสนใจซื้อบ้านทั้งสิ้น 450 ชุด นำผลที่ได้ไปวิเคราะห์ผลทางสถิติคือ ความถี่และค่าร้อยละของความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของที่อยู่อาศัย ผลของการวิจัยที่ได้คือ ร้อยละของราคามูลค่าบ้านที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากผลของตำแหน่งบ้านในตำแหน่งที่ดีมีความสัมพันธ์กับราคา กล่าวคือ ในส่วนการตลาดที่มีราคาสูงขึ้น ผู้ซื้อจะให้ความสำคัญกับทำเลภายในโครงการมากขึ้น แตกต่างจากร้อยละของราคามูลค่าบ้านที่ลดลงเนื่องจากผลของตำแหน่งบ้านในตำแหน่งต่างที่ไม่ดีซึ่งมีผลกระทบทางลบต่อการตัดสินใจซื้อในทุกๆระดับราคา โดยเฉพาะตำแหน่งที่มีผลกระทบทางลบต่อการตัดสินใจซื้อในอัตราสูง ได้แก่ ตำแหน่งทางสามแพร่ง ติดบ่อบำบัด ใกล้เคียงโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งผลของการวิจัยที่ได้นี้ ผู้ประกอบการสามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดราคาขายที่เหมาะสมสำหรับบ้านที่ตั้งอยู่ในตำแหน่งต่าง ๆ ของโครงการ เพื่อช่วยกระตุ้นอัตราการขายและสร้างผลกำไรตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ได้

คำสำคัญ: ความเต็มใจจ่าย, หมู่บ้านจัดสรร, ตำแหน่งที่ตั้ง

Independent Study Title	WILLINGNESS TO PAY FOR THE LOCATION FACTORS OF RESIDENCES IN HOUSING PROJECTS
Author	Mr. Somjing Wongkot
Degree	Master of Science
Major Field/Faculty/University	Innovative Real Estate Development Architecture And Planning Thammasat University
Independent Study Advisor	Assistant Professor Dr. Koongkoon Tochaiwat
Academic Years	2015

ABSTRACT

This survey research proposes the willingness to pay for locations of the residences, i.e. single-detached houses, twin houses, townhouses, and shop houses with 5 price ranges: (1) less than 2 MB, (2) 2-3 MB, (3) 3-5 MB, (4) 5-10 MB, and (5) more than 10 MB, located in housing projects in Bangkok Metropolitan. The questionnaires, which had been tested their validity and reliability, were the research tools in gathering the required data from 450 participants who were interested in purchasing residences. Then, the acquired data were analyzed to find the frequency and percentages of the willingness to pay for locations. It was found that the positive locations have relationships with the prices of the residences, i.e. the owners of the higher prices the residences have higher willingness to pay for the positive locations. In the other hand, the negative locations have negative effects on the willingness to pay for every segment, especially that is located at T-junction, nearby water treatment area, and nearby factory outside project. Finally, the findings are beneficial to real estate developers and practitioners in setting up appropriate prices for residences in order to stimulate absorption rates and make required margins.

Keywords: Willingness to Pay, Housing Project, Location

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความช่วยเหลืออย่างยิ่งของ อาจารย์ ดร. ดำรงค์ศักดิ์ รินชุมภู และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กองกฤษ โตชัยวัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ที่กรุณาสรรหาให้ความรู้ ให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา รวมถึงการตรวจสอบปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. ดำรงค์ศักดิ์ รินชุมภู ที่กรุณารับเป็นประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ และได้ให้ข้อเสนอแนะที่มีคุณค่าต่อการศึกษา พร้อมทั้งตรวจทานและแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น อันส่งผลให้งานวิจัยฉบับนี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมืองทุกท่าน ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ นอกจากนี้ ขอขอบคุณพี่น้องชาวนวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และเพื่อน ๆ ทุกคนที่ช่วยเหลือให้คำปรึกษาและให้กำลังใจตลอดมา

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัว ที่ให้กำลังใจสนับสนุนให้การศึกษาในครั้งนี้สำเร็จตามมุ่งหวังทุกประการ

นายสมจริง วงษ์คต

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(6)
สารบัญภาพ	(9)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ขอบเขตการศึกษา	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษานี้	3
1.5 กรอบตัวแปรของการศึกษา	3
1.6 นิยามคำศัพท์	5
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์	6
2.2 แนวคิดที่เกี่ยวกับที่อยู่อาศัย	8
2.3 แนวคิดการกำหนดราคา	9
2.4 แนวคิดและทฤษฎีความเต็มใจจ่าย	11
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
2.6 สรุปผลการทบทวนวรรณกรรม	15

บทที่ 3 วิธีการวิจัย	18
3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	18
3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	19
3.3 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ	20
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	21
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	22
3.6 สรุปข้อมูลวิธีการวิจัย	23
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปราย	25
4.1 ข้อมูลประชากรศาสตร์และลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจ	25
4.2 ข้อมูลด้านความต้องการที่อยู่อาศัย	27
4.3 ข้อมูลการประเมินความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัย	28
4.4 สรุป	76
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	77
5.1 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย	77
5.2 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	82
5.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย	83
รายการอ้างอิง	84
ภาคผนวก	86
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	87
ภาคผนวก ข ผลงานทางวิชาการ	93
ประวัติผู้เขียน	102

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ระดับราคาบ้านที่ออกสู่ตลาด แยกตามระดับราคา มกราคม-พฤศจิกายน ปี 2557	10
2.2 ลักษณะของหน่วยที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรร	11
2.3 ตารางสรุปการทบทวนทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	17
3.1 ตารางสรุปวิธีการวิจัย	24
4.1 ข้อมูลประชากรศาสตร์	26
4.2 ข้อมูลความต้องการที่อยู่อาศัย	28
4.3 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ดี	29
4.4 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ไม่ดี	33
4.5 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งติดสวนส่วนกลาง	42
4.6 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งติดถนนเมน	43
4.7 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งแปลงหัวมุม	44
4.8 ความเต็มใจจ่ายต่อบริเวณที่มีบ้านน้อยหลัง	45
4.9 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งที่ไม่มีบ้านอยู่ตรงข้าม	46
4.10 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งติดสโมสร	47
4.11 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งติดสวนหย่อม	48
4.12 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งติดทะเลสาบ	49
4.13 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งที่หน้าบ้านหันไปทิศเหนือ	50
4.14 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งที่หน้าบ้านหันไปทิศใต้	51
4.15 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งทางสามแพร่ง	52
4.16 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งติดบ่อบำบัด	53
4.17 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งท้ายโครงการ	54
4.18 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของซอยตัน	55
4.19 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งที่หน้าบ้านหันไปทิศตะวันตก	56
4.20 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งที่หน้าบ้านหันไปทิศตะวันออก	57
4.21 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งใกล้หม้อแปลงไฟฟ้ากับประเภทที่	58
4.22 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งที่เพื่อนบ้านเลี้ยงสัตว์เลี้ยงกับ	59
4.23 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งที่ใกล้สายไฟฟ้าแรงสูงที่มีเสาเป็นโครงเหล็กถัก	60

4.24 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งติตร้านค้าขายของชำ	61
4.25 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งติตร้านขายอาหาร	62
4.26 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งใกล้สำนักงานขายโครงการ	63
4.27 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งใกล้สำนักงานก่อสร้างโครงการ	64
4.28 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งใกล้สำนักงานนิติบุคคล	65
4.29 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งติดบ้านตัวอย่างในโครงการ	66
4.30 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งใกล้วัด	67
4.31 ความเต็มใจจ่ายต่อตารางแสดงจำนวนและร้อยละของตำแหน่งติดใกล้มัสยิด	68
4.32 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งใกล้ชุมชนแออัด	69
4.33 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งใกล้ที่รกร้างว่างเปล่า	70
4.34 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งใกล้โรงงานอุตสาหกรรม	71
4.35 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งใกล้แคมป์คนงาน	72
4.36 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งติดเพื่อนบ้านต่อเติมโรงจอดรถหน้าบ้านจนติด รั้วด้านหน้า	73
4.37 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งติดเพื่อนบ้านต่อเติมด้านข้างหรือด้านหลัง จนชิดรั้วระหว่างแปลง	74
4.38 ความเต็มใจจ่ายต่อบริเวณที่ติดเพื่อนบ้านที่ทาสีด้วยสีฉูดฉาด	75
5.1 ตารางสรุปอัตราความเต็มใจจ่ายของตำแหน่งที่อยู่อาศัยที่ดีในหมู่บ้านจัดสรรของที่ อยู่อาศัยแต่ละประเภท ในแต่ละระดับราคา	79
5.2 ตารางสรุปอัตราความเต็มใจจ่ายของตำแหน่งที่อยู่อาศัยที่ไม่ดีในหมู่บ้านจัดสรร อยู่อาศัยแต่ละประเภท ในแต่ละระดับราคา	80

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 โครงสร้างการกำหนดราคาขายของบ้านในหมู่บ้านจัดสรร	2
1.2 กรอบตัวแปรการศึกษา	4



บทที่ 1

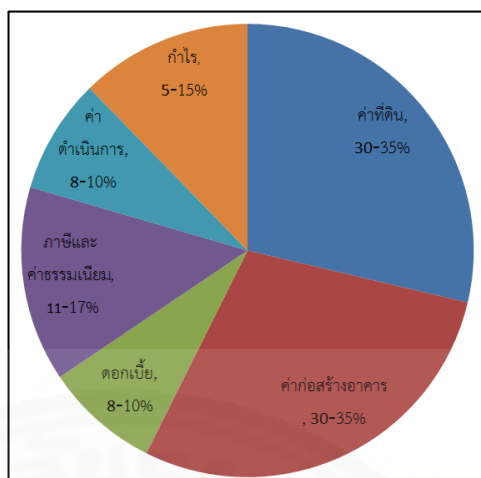
บทนำ

1.1 ความสำคัญและปัญหา

ในปัจจุบัน ที่อยู่อาศัยถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีพของมนุษย์จากวิถีชีวิตของคนในสังคมเมืองปัจจุบันผู้คนให้ความสนใจกับพื้นฐานการใช้ชีวิตที่สะดวกสบายขึ้น ใส่ใจในเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินแสดงถึงคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ทำให้เกิดความต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มมากขึ้น การได้มาซึ่งที่อยู่อาศัยที่มีคุณภาพตอบโจทย์ความต้องการของผู้ซื้อย่อมต้องแลกด้วยมูลค่าทางการเงินที่สูงขึ้นตามคุณภาพของบ้านไปด้วย

ในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ ประเภทแนวราบ ได้แก่ โครงการบ้านเดี่ยว โครงการบ้านแฝด โครงการบ้านทาวน์เฮาส์และอาคารพาณิชย์ การกำหนดราคาของบ้านในโครงการหมู่บ้านจัดสรรเป็นหนึ่งในปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์คือ การตั้งราคาที่ให้เหมาะสมกับสภาพสินค้า เช่น หากกำหนดราคาอสังหาริมทรัพย์ถูกเกินไปก็อาจจะส่งผลต่อยอดขายที่ต่ำกว่าที่ควรจะเป็น ในขณะที่หากกำหนดราคาอสังหาริมทรัพย์สูงเกินไปอาจจะส่งผลต่ออัตราการขายและยอดการรับรู้รายได้ของโครงการ ส่งผลต่อกระแสเงินสดโครงการ หรืออาจส่งผลให้บ้านหลังดังกล่าวไม่สามารถขายได้ จนเป็นสินค้าค้างคลัง ส่งผลเสียต่อต้นทุนโครงการและภาพลักษณ์โดยรวมของโครงการ ดังนั้น การกำหนดราคาบ้านให้เหมาะสมจึงมีความสำคัญต่อความสำเร็จของโครงการ (กองกฤษณ์ โดชัยวัฒน์, 2556; ดำรงค์ศักดิ์ รินชุมภู, 2557) จากการศึกษาพบว่า ประทีป ตั้งมติธรรม (2553) ได้นำเสนอโครงสร้างการของกำหนดราคาบ้านในโครงการหมู่บ้านจัดสรรโดยมีสัดส่วนราคาตามภาพที่ 1.1

อย่างไรก็ตาม ราคาขายหน่วยที่อยู่อาศัยในโครงการอสังหาริมทรัพย์โครงการเดียวกัน แม้มีขนาดหรือรูปร่างเหมือนกันก็อาจมีราคาที่แตกต่างกันได้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยของตำแหน่งที่อยู่อาศัยในโครงการอสังหาริมทรัพย์นั้น ๆ เช่น ตำแหน่งที่ตั้ง ใกล้สวนส่วนกลางใกล้สโมสร หรือตั้งอยู่บนถนนหลักภายในโครงการ ตำแหน่งเหล่านี้ช่วยทำให้สินค้ามีจุดเด่น ดึงดูดลูกค้าและช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่โครงการรวมทั้งสามารถเพิ่มยอดขายและสร้างกำไรได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งเมื่อมีตำแหน่งที่ดีในผังโครงการก็ต้องมีตำแหน่งที่ดีในผังโครงการเช่นกันตัวอย่างเช่น ตำแหน่งทางสามแพร่ง หรือตำแหน่งติดบ่อบำบัดน้ำเสียโครงการเป็นต้น ตำแหน่งที่ดีของสินค้าก็จะส่งผลทำให้สินค้าขายออกยากหรือขายไม่ได้ในราคาปกติ จึงอาจต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเข้าช่วยเพื่อลดราคาหรือเพิ่มการสนับสนุนการขายให้แก่ลูกค้าเพื่อขายสินค้าออกไป (กองกฤษณ์ โดชัยวัฒน์, 2556)



ภาพที่ 1.1 โครงสร้างการกำหนดราคาขายของบ้านในหมู่บ้านจัดสรร. จาก (ประทีป ตั้งมติธรรม, 2553)

จากการศึกษาพบว่า สมิทธ์ เงิน (2557) ได้กล่าวถึงระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประเภทที่อยู่อาศัยแบบบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์และอาคารพาณิชย์โดยมีระดับราคาของที่อยู่อาศัยดังนี้ (1) ต่ำกว่า 2.00 ล้านบาท (2) 2.01-3.00 ล้านบาท (3) 3.01-5.00 ล้านบาท (4) 5.01-10.00 ล้านบาท และ (5) มากกว่า 10.00 ล้านบาท พบว่าในแต่ละระดับที่กล่าวมา ปัจจัยราคามีระดับความสำคัญมากไปจนถึงมากที่สุดต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย แต่ไม่ได้มีการพิจารณาถึงอิทธิพลของตำแหน่งที่ตั้งของหน่วยที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่มีผลต่อระดับราคาและประเภทที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรร

โดยจากความสำคัญของกระบวนการการกำหนดราคาเพิ่มหรือลดมูลค่าของสินค้าในโครงการอสังหาริมทรัพย์ อันมีผลจากตำแหน่งที่ตั้งของหน่วยที่อยู่อาศัย ภายในโครงการที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยของในโครงการบ้านจัดสรรในครั้งนี้

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงอัตราความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัย ในหมู่บ้านจัดสรร ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1.3 ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตในการศึกษาความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษา ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่านั้นและ ผู้ศึกษาจะทำการศึกษาลักษณะที่อยู่อาศัยประเภทแนวราบเพียงประเภทเดียว โดยจะทำการสำรวจหาอัตราความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรร ในตำแหน่งต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้เพื่อหาความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรร การวิจัยนี้มีระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือน สิงหาคม 2558-มิถุนายน 2559

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

การศึกษาความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรรนี้มีประโยชน์หลายประการดังนี้

1.4.1 ผู้ประกอบการ และผู้ที่สนใจศึกษาทราบถึงอัตราความเต็มใจจ่ายที่มีต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยในตำแหน่งต่าง ๆ ของหมู่บ้านจัดสรร ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

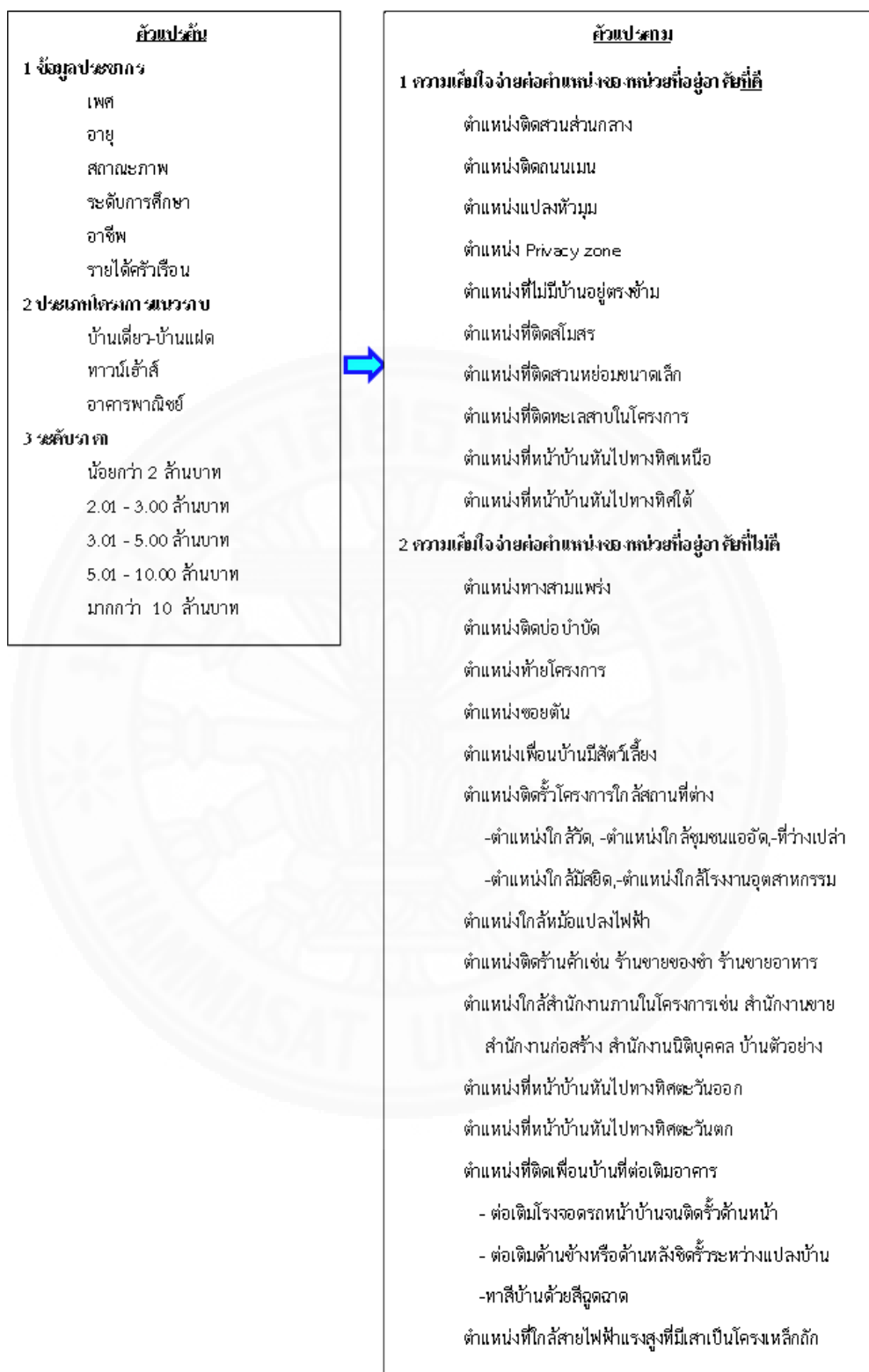
1.4.2 เป็นแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการ ในการจัดทำแผนทางการตลาด เพื่อช่วยส่งเสริมการขายที่จะมีผลต่อตำแหน่งต่าง ๆ ของหมู่บ้านจัดสรร ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1.4.3 เป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจแก่ผู้ที่ จะซื้อบ้านได้ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1.4.4 เป็นข้อมูลให้แก่ผู้ที่สนใจศึกษาต่อยอดในเรื่องความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรร ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1.5 กรอบตัวแปรของการศึกษา

การศึกษานี้ จะเป็นการสำรวจความเต็มใจจ่าย โดยผู้วิจัยจะใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาโดยมีกรอบตัวแปรการศึกษาดังนี้



ภาพที่ 1.2 กรอบตัวแปรการศึกษา

1.6 นิยามคำศัพท์

ความเต็มใจจ่าย (Willingness To Pay) หมายถึงความยินดีหรือความเต็มใจของผู้บริโภคที่พร้อมจะจ่าย สำหรับค่าสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง การที่ผู้บริโภคจะยินดีจ่ายค่าสินค้านั้นในราคาเท่าใดย่อมขึ้นอยู่กับว่าผู้บริโภคมีความสามารถที่จะจ่ายได้มากหรือน้อยเพียงใด และขึ้นอยู่กับการประเมินค่าของสินค้าหรือบริการนั้นของผู้บริโภค ความยินดีที่จะจ่ายนี้เป็นองค์ประกอบหนึ่งของอุปสงค์ที่มีประสิทธิภาพ โดยปัจจัยสำคัญที่มีผลให้อุปสงค์สำหรับสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่ง ๆ เปลี่ยนแปลง ได้แก่ ระดับรายได้ของผู้บริโภค ราคาสินค้าชนิดอื่นที่ใช้ประกอบกันหรือใช้ทดแทนกัน รสนิยมของผู้บริโภค จำนวนผู้บริโภครวมไปถึงการคาดการณ์เกี่ยวกับราคาในอนาคตด้วย (ภราดร ปริดาศักดิ์, 2549)

การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) หมายถึง กระบวนการในการแบ่งหรือแยกลูกค้าออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ เพื่อให้ลูกค้ามีลักษณะความต้องการคล้ายคลึงกันมาอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ทำให้เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานทางการตลาด และจัดสรรงบประมาณในการเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายแต่ละกลุ่มซึ่งมีความต้องการแตกต่างกัน โดยงานวิจัยนี้ได้แบ่งส่วนตลาด (Market segment) ไว้ดังนี้คือ ส่วนตลาดตามประเภทโครงการประกอบไปด้วย บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์ อาคารพาณิชย์ และส่วนตลาดแบบแบ่งตามระดับราคาโดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับราคา ดังนี้ (1) ต่ำกว่า 2.00 ล้านบาท (2) 2.01-3.00 ล้านบาท (3) 3.01-5.00 ล้านบาท (4) 5.01-10.00 ล้านบาท และ (5) มากกว่า 10.00 ล้านบาท

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากศึกษาและรวบรวมเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษาความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัย ในโครงการหมู่บ้านจัดสรร ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เพื่อนำมากำหนดแนวคิด กรอบตัวแปรงานวิจัย และสร้างเครื่องมือวิจัยที่มีลักษณะเป็นแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้รวบรวมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยสรุปได้ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
- 2.2 แนวคิดที่เกี่ยวกับที่อยู่อาศัยแนวราบ
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับระดับราคา
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีความเต็มใจจ่าย
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 สรุปผลการทบทวนวรรณกรรม

2.1 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพครอบครัว อาชีพ รายได้ครัวเรือน เป็นลักษณะพื้นฐานลำดับต้น ๆ ที่นักการตลาดมักนำมาเป็นปัจจัยในการแบ่งส่วนผสมทางการตลาด ทำให้สามารถทราบถึงลักษณะของกลุ่มตัวอย่างได้อย่างชัดเจน (อัจฉรา นพวิญญวงศ์, 2550)

2.1.1 เพศ (Gender) เป็นตัวแปรตัวสำคัญที่ทำให้เราทราบได้ว่า หากผู้บริโภคมีเพศที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติ การรับรู้ ค่านิยม และ การตอบสนองความพึงพอใจการตัดสินใจที่แตกต่างกัน โดยอาจได้รับการเลี้ยงดู การปลูกฝังนิสัยตั้งแต่เด็กอิทธิพลจากทางด้านวัฒนธรรม หรือสังคม ในการกำหนดบทบาทและกิจกรรม

2.1.2 อายุ (Age) กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันในแต่ละช่วงวัย มักจะมีความต้องการและความพึงพอใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่แตกต่างกันกับผู้บริโภคที่อายุน้อยกว่า ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่ม ๆ ได้ ดังนี้

2.1.2.1 กลุ่มวัยรุ่น หมายถึง กลุ่มคนที่มีช่วงอายุระหว่าง 13 – 22 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลเป็นอย่างมากในกลุ่มผู้บริโภค เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ใช้การตัดสินใจเลือกสินค้าด้วยอารมณ์ความพึงพอใจ หรือมาจากอิทธิพลของกลุ่มสภาพแวดล้อมทางสังคมจากการเลียนแบบสิ่งที่ชอบหรือสนใจ โดยมีกำลังซื้อหลักมาจากผู้ปกครองเป็นส่วนใหญ่

2.1.2.2 กลุ่มวัยทำงานหรือกลุ่มวัยกลางคน หมายถึง กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 23 – 45 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภควัยทำงาน มีรายได้และกำลังซื้อเป็นของตนเอง ซึ่งจะทำให้การตัดสินใจในการซื้อสินค้ามักจะคิดอย่างละเอียดรอบคอบ และมักจะคำนึงถึงประโยชน์เป็นส่วนใหญ่ รวมไปถึงต้องตอบสนองความต้องการของตัวเองได้สูงสุด

2.1.2.3 กลุ่มวัยกลางคนถึงกลุ่มวัยเกษียณ หมายถึง กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มที่มีหน้าที่การงานมั่นคง ผ่านการประสบความสำเร็จในชีวิตมาแล้ว มีกำลังซื้อสูง และในการตัดสินใจซื้อ จะคำนึงความคุ้มค่า และมองไปถึงเป็นการลงทุนเป็นทรัพย์สิน

2.1.3 ระดับการศึกษา (Education) ระดับการศึกษาเป็นลักษณะการแสดงถึงศักยภาพของผู้บริโภคในการรับรู้อย่างมีเหตุและผล และสร้างความเข้าใจได้ง่ายของผู้บริโภค

2.1.4 สถานภาพ (Status) เป็นคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญ เกี่ยวกับเรื่องทางเศรษฐกิจ กฎหมาย โดยสามารถแบ่งเป็นลักษณะต่าง ๆ เช่น โสด สมรส หม้ายและไม่สมรสใหม่ หย่าร้างและไม่สมรสใหม่ สมรสแต่แยกกันอยู่ อยู่โดยไม่มีจดทะเบียนสมรส อยู่โดยไม่ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งในการตัดสินใจของแต่ละบุคคลจะมีความเป็นอิสระและแตกต่างกัน

2.1.5 อาชีพ (Occupation) อาชีพเป็นลักษณะที่แสดงถึงศักยภาพในการซื้อสินค้า โดยระดับราคาของกำลังซื้อนั้น จะแตกต่างกันตามอาชีพ ตำแหน่งหน้าที่การทำงาน ซึ่งส่วนใหญ่การตัดสินใจซื้อของนั้นมักจะเป็นไปในลักษณะเพื่อเป็นเครื่องบ่งบอกถึงฐานะและเสริมสร้างบุคลิกภาพทางสังคม

2.1.6 รายได้ (Economic Circumstances) จำนวนมูลค่าของรายได้ในแต่ละบุคคล หรือครัวเรือน มักจะมีผลต่ออำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค และเป็นตัวที่แสดงถึงสถานะทางเศรษฐกิจของบุคคลเหล่านั้นทางสังคมอีกด้วย

ดังนั้น จากในทฤษฎีข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ที่มีความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ เช่น เพศ อายุ รายได้ สถานภาพ อาชีพ และระดับการศึกษา เป็นต้น มักจะมีอิทธิพลส่งผลกระทบต่อทัศนคติของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้า ดังนั้นจึงเป็นตัวแปรที่สำคัญ ในการวางแผนกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายให้มากที่สุด และสามารถประเมินกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพในการประเมินการตลาด

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

ลักษณะของอาคารประเภทที่อยู่อาศัยนั้น มีลักษณะและเอกลักษณ์ รวมไปถึงชื่อเรียกเฉพาะตัว และมีความหมายที่แตกต่างกัน โดยจะมีผลต่อการแปลความทางกฎหมาย การแปลความหมายของประเภทอาคารนั้น จะยึดหลักความหมายทางกฎหมายจากข้อกำหนดเกี่ยวกับการจัดสรรที่ดินเพื่อที่อยู่อาศัยและพาณิชย์กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2550 และกฎกระทรวงฉบับที่ 55 (พ.ศ. 2543) ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 (ศุภวิศวรร์ ปัญญาสกุลวงศ์ และกฤษณ์ แยมสระโส, 2552)

2.2.1 บ้านเดี่ยว (Single - Detached house) เป็นรูปแบบที่ดินจัดสรรบ้านเดี่ยว ซึ่งที่ดินแปลงย่อยต้องมีขนาดความกว้าง หรือความยาว ไม่ต่ำกว่า 12.00 เมตร และต้องมีเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 50 ตารางวาขึ้นไป ซึ่งหากความกว้างหรือความยาวไม่ได้ขนาดดังกล่าว จะต้องมิเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 60 ตารางวา โดยอาจมีลักษณะเป็นชั้นเดียว สองชั้น หรือสามชั้นก็ได้ ซึ่งจะมีลักษณะความเป็นส่วนตัวสูง

2.2.2 บ้านแฝด (Twin House) เป็นรูปแบบที่ดินจัดสรรบ้านแฝด ซึ่งที่ดินแปลงย่อยต้องมีขนาดความกว้างหรือความยาวไม่ต่ำกว่า 9.00 เมตร และต้องมีเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 35 ตารางวาขึ้นไป โดยอาจมีลักษณะเป็นบ้านที่สร้างขึ้นคู่กัน โดยมีส่วนของโครงสร้างส่วนใดส่วนหนึ่งของอาคารใช้ร่วมกัน มีผนังร่วมแบ่งอาคารเป็นบ้าน

2.2.3 ทาวน์เฮาส์ (Townhouse) เป็นรูปแบบที่ดินจัดสรรบ้านแถว ซึ่งที่ดินแปลงย่อยต้องมีขนาดความกว้าง 4.00 เมตร และต้องมีเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 16 ตารางวาขึ้นไป โดยมีลักษณะการสร้างติดกันเป็นแถว มีผนังติดกันทั้งสองด้านเหมือนอาคารพาณิชย์ แต่แตกต่างกันตรงที่บริเวณหน้าบ้าน จะสามารถจอดรถได้ หรือมีพื้นที่สำหรับรับสวนหย่อมหน้าบ้าน โดยนิยมสร้างจำนวน 2 – 3 ชั้น เนื่องจากทาวน์เฮาส์ส่วนมากสร้างในเมือง ซึ่งมีราคาที่ดินสูง โดยความยาวของแต่ละแถวต้องไม่เกิน 40 เมตร

2.2.4 อาคารพาณิชย์ (Shop House) เป็นรูปแบบที่ดินจัดสรรบ้านแถว ซึ่งที่ดินแปลงย่อยต้องมีขนาดความกว้าง 4.00 เมตร และต้องมีเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 16 ตารางวาขึ้นไป โดยมีลักษณะการสร้างห่างจากถนนหรือทางสาธารณะไม่เกิน 20 เมตร มีการใช้งานอาคารเพื่อประโยชน์ในการพาณิชย์กรรม หรือบริการธุรกิจ โดยสร้างต่อเนื่องตั้งแต่ 2 คูหาขึ้นไป และนิยมสร้างจำนวน 4 – 5 ชั้นขึ้นไป

2.3 แนวคิดการกำหนดราคา

ในการพัฒนาที่อยู่อาศัย เพื่อจำหน่ายนั้น การกำหนดราคา (Pricing) เป็นการตัดสินใจของผู้ประกอบการ การกำหนดราคาขายได้นั้นมักจะมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องในด้านการตลาด จิตวิทยาที่มีผลต่อผู้บริโภค ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคา ในระดับนโยบายสิ่งที่นักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ใช้ตัดสินใจในการกำหนดราคาประกอบไปด้วย (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2557)

2.3.1 การกำหนดราคาจากต้นทุนที่ดินหรือกำหนดราคาจากความสามารถในการซื้อของลูกค้า

ทำเลที่ตั้งจะเป็นตัวชี้นำการพัฒนาโครงการพร้อมกับการกำหนดราคาอสังหาริมทรัพย์และอีกแนวทางคือการกำหนดราคาจากความสามารถในการซื้อของลูกค้าก็คือการกำหนดราคาตามตลาดอสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่ที่จะทำโครงการ

2.3.2 การกำหนดราคาขายทั้งโครงการในคราวเดียวกันหรือการทยอยปรับราคาเป็นระยะ

ในสถานะที่ตลาดมีแนวโน้มความต้องการสูง การกำหนดราคาทั้งโครงการและเปิดขายในคราวเดียวกันจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเปิดขายได้อย่างรวดเร็ว แต่จะเสียโอกาสในการสร้างกำไรในส่วนเพิ่มจากการปรับราคาในอนาคต ส่วนการปรับราคาเป็นระยะนั้นจะแบ่งหน่วยขายออกจำหน่ายในแต่ละระยะเป็นนโยบายราคาให้ผู้ประกอบการนิยมใช้เปิดขายในช่วงแรกที่ราคาต่ำกว่าหน่วยขายที่จะนำมาขายในระยะต่อมา เพื่อผลทางจิตวิทยาทำให้ลูกค้าที่ซื้อไปก่อนรู้สึก่อสังหาริมทรัพย์ของตนมีราคาสูงขึ้นขณะที่ผู้ซื้อรายใหม่ก็จะถูกกระตุ้นให้เร่งตัดสินใจซื้อเพราะเกรงว่าหากตัดสินใจซื้อล่าช้าจะทำให้ราคาอสังหาริมทรัพย์ที่สนใจราคาสูงขึ้นกว่าเดิม

ตารางที่ 2.1

ระดับราคาบ้านที่ออกสู่ตลาด แยกตามระดับราคา มกราคม-พฤศจิกายน ปี 2557

ระดับราคาบ้าน(ทุกประเภท)	รวม	%
ต่ำกว่า ห้าแสน	-	-
ห้าแสน-1 ล้านบาท	5,719	6
เกินกว่า 1 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 2 ล้านบาท	30,374	31
เกินกว่า 2 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 3 ล้านบาท	27,246	28
เกินกว่า 3 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 5 ล้านบาท	20,319	21
เกินกว่า 5 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 10 ล้านบาท	10,875	11
เกินกว่า 10 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 20 ล้านบาท	1,403	1
เกินกว่า 20 ล้านขึ้นไป	517	1
รวม	96,453	100

หมายเหตุ: คัดลอกจาก เอเจนซี พอร์ เรียวเอสเตท แอฟแฟร์ส (AREA).

จากตารางที่ 2.1 แสดงถึงการสำรวจราคาบ้านของเอเจนซี พอร์ เรียวเอสเตท แอฟแฟร์ส จากข้อมูลสามารถแบ่งราคาบ้านออกเป็น 5 กลุ่มใหญ่ ๆ ดังนี้

- (1) ต่ำกว่า 2.00 ล้านบาท
- (2) ราคา 2.01-3.00 ล้านบาท
- (3) ราคา 3.01-5.00 ล้านบาท
- (4) ราคา 5.01-10.00 ล้านบาท
- (5) ราคามากกว่า 10.00 ล้านบาท

จากการศึกษาพบผู้วิจัยท่านหนึ่งกล่าวถึงระดับของบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์และอาคารพาณิชย์ไว้ 5 ระดับราคา ดังนี้ (1) ต่ำกว่า 2.00 ล้านบาท (2) 2.01-3.00 ล้านบาท (3) 3.01-5.00 ล้านบาท (4) 5.01-10.00 ล้านบาท และ (5) มากกว่า 10.00 ล้านบาท (พีรญา ธนภัทรจัตุพร, 2557)

การกำหนดราคาขายที่อยู่อาศัยในโครงการเดียวกันแม้จะมีรูปแบบเดียวกันและมีขนาดเท่ากันก็อาจจะมีราคาที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งของหน่วยที่อยู่อาศัย ดังนั้นการกำหนดราคาขายหน่วยที่อยู่อาศัยทุกหน่วย นักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ควรพิจารณาถึงตำแหน่งที่ตั้งของหน่วยที่อยู่อาศัย เช่น ตำแหน่งใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก ตำแหน่งใกล้สวนส่วนกลาง ตำแหน่งที่ตั้งอยู่บนถนนเมนของโครงการ ตำแหน่งอยู่บริเวณทางสามแพร่ง ตำแหน่งแปลงที่หันหน้าบ้านไปทางทิศตะวันตก

หรือแม้แต่แปลงบ้านที่มีขนาดที่ดินใหญ่ก็นำมาพิจารณาด้วย โดยพิจารณาเพิ่ม ลดราคาบ้านตาม ลักษณะเด่นหรือด้อยแตกต่างกันออกไป (กองกฤษณ์ โต้ชัยวัฒน์, 2556)

ตารางที่ 2.2

ลักษณะของหน่วยที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรร

หน่วยที่อยู่อาศัยที่มีลักษณะดี	หน่วยที่อยู่อาศัยที่มีลักษณะด้อย
ตำแหน่งที่ดินสวนส่วนกลาง	ตำแหน่งทางสามแพร่ง
ตำแหน่งใกล้สโมสร	ตำแหน่งติดเขตก่อสร้าง
ตำแหน่งติดถนนเมน	ตำแหน่งท้ายโครงการและซอยตัน
ตำแหน่งแปลงห้วมุม	ตำแหน่งติดเพื่อนบ้านที่มีสัตว์เลี้ยง
ตำแหน่งที่ไม่มีบ้านอยู่ตรงข้าม (Single load road)	ตำแหน่งใกล้สำนักงานโครงการหรือสำนักงานขาย
ตำแหน่งติดทะเลสาบ	ตำแหน่งหันหน้าไปทางทิศตะวันตก
ตำแหน่งใกล้สวนหย่อมขนาดเล็ก	ตำแหน่งติดรั้วโครงการ
ตำแหน่งที่หน้าบ้านหันไปทางทิศเหนือ	ตำแหน่งที่ติดเพื่อนบ้านที่ต่อเติมอาคาร
ตำแหน่งที่หน้าบ้านหันไปทางทิศใต้	ตำแหน่งใกล้หม้อแปลงไฟฟ้า
ตำแหน่งพื้นที่ที่มีความเป็นส่วนตัว (Privacy zone)	ตำแหน่งที่ติดเพื่อนบ้านที่ทาสีบ้านฉูดฉาด
	ตำแหน่งติดบ่อบำบัด
	ตำแหน่งติดร้านขายของชำ

หมายเหตุ. การวางแผนการใช้ที่ดินเพื่อพัฒนาที่อยู่อาศัย (กองกฤษณ์ โต้ชัยวัฒน์, 2556).

2.4 แนวคิดและทฤษฎีความเต็มใจจ่าย

ความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to Pay Approach) หมายถึงความยินดีหรือความเต็มใจของผู้บริโภคที่พร้อมจะจ่าย สำหรับค่าสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง การที่ผู้บริโภคจะยินดีจ่ายค่าสินค้านั้นในราคาเท่าใด ย่อมขึ้นอยู่กับว่าผู้บริโภคมีความสามารถที่จะจ่ายได้มากหรือน้อยเพียงใด และขึ้นอยู่กับการประเมินค่าของสินค้าหรือบริการนั้นของผู้บริโภค ความยินดีที่จะจ่ายนี้เป็นองค์ประกอบหนึ่งของอุปสงค์ที่มีประสิทธิภาพ โดยปัจจัยสำคัญที่มีผลให้อุปสงค์สำหรับสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่ง ๆ เกิดการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ รายได้ของผู้บริโภค รสนิยมของผู้บริโภค ราคาสินค้า

ชนิดอื่นที่ใช้ประกอบกันหรือสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน จำนวนผู้บริโภคและรวมไปถึงการคาดการณ์เกี่ยวกับราคาในอนาคตด้วย (ภราดร ปรีดาศักดิ์, 2549)

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กองกฤษณ์ โดชัยวัฒน์ (2556) นำเสนอบทความเกี่ยวกับการกำหนดราคาขายจากการวิเคราะห์ต้นทุนที่อยู่อาศัยในโครงการอสังหาริมทรัพย์ บทความนี้อธิบายถึงโครงสร้างของต้นทุนและราคาขายของโครงการอสังหาริมทรัพย์ ประเภทที่อยู่อาศัย วิธีการวิเคราะห์ต้นทุนและราคาขาย รวมถึงการนำวิธีการวิเคราะห์ต้นทุนและราคาขายไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ ทั้งในโครงการแนวราบ ได้แก่โครงการบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์ และอาคารพาณิชย์ และโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทแนวสูง ได้แก่โครงการอาคารชุดต่าง ๆ เพื่อให้ให้นักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์และผู้ที่เกี่ยวข้อง มีความรู้ความเข้าใจทราบถึงวิธีการวิเคราะห์ต้นทุนและราคาขายของโครงการ

ดำรงศักดิ์ รินชุมภู (2557) นำเสนอบทความเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างราคาบ้านและตำแหน่งที่ตั้งในโครงการบ้านจัดสรร กรณีศึกษาโครงการบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยงานวิจัยนี้ผู้ศึกษาเลือกทดสอบกรณีบ้านติดสวนสาธารณะ เทียบกับบ้านจุดอื่น ๆ ของโครงการในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเก็บข้อมูลราคาขายบ้านและตำแหน่งของบ้าน ทำการปรับปรุงข้อมูลและทำการทดสอบการกระจายตัวอย่างปกติ (normal distribution) ทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทั้งระหว่างคู่และระหว่างกลุ่ม ทำผลที่ได้มาสรุปเป็นผลการศึกษา โดยผลของการศึกษาพบว่าค่าเฉลี่ยของราคาบ้านติดสวนสาธารณะสูงกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับร้อยละ 95 ซึ่งสูงกว่าตำแหน่งที่ไม่ติดสวนร้อยละ 11 ผลของการศึกษานี้สามารถนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลในการกำหนดราคาขายบ้านให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งมีประโยชน์ต่อความคล่องตัวในการขายบ้านและภาพรวมในการพัฒนาต่อไป

พีรญา ธนภัทรจัตุพร (2557) อิทธิพลของการสนับสนุนการขายต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์การศึกษาคือเพื่อศึกษาระดับความสำคัญของการสนับสนุนการขายที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์ อาคารพาณิชย์ และอาคารชุด 5 ระดับราคาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณรวบรวมข้อมูลโดยเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์ อาคารพาณิชย์ 621 ตัวอย่าง นำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา พบว่าการสนับสนุนการขายที่สำคัญที่สุดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญคือ ส่วนลดเงินสด รองลงมาคือ ส่วนฟรีเงินจองทำสัญญา และ ฟรีค่าใช้จ่ายวันโอนกรรมสิทธิ์ ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็น

แนวทางในการสนับสนุนการขายให้เหมาะสมต่อกลุ่มผู้บริโภค ระดับราคา และประเภทของที่อยู่อาศัย

สมิทธิ์ เงิน (2557) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภทที่อยู่อาศัยในปี พ.ศ. 2557 ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง 600 ตัวอย่างและนำผลมาวิเคราะห์ด้วยการคำนวณหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งแปรผลเป็นค่าระดับความสำคัญผลลัพธ์ที่ได้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยเรื่องทำเลที่ตั้งและคุณภาพงานก่อสร้างในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ รองลงมา คือ ราคาและพื้นที่ใช้สอยในระดับความสำคัญมาก ผลจากการศึกษางานวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นปัจจัยที่ยังคงเป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ คือทำเลที่ตั้ง และคุณภาพงานก่อสร้าง

ธนบุรณ์ อินแก้ว (2548) จากการศึกษาพบว่างานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาค่าความยินดีที่จะจ่าย (willingness to pay: WTP) ค่าธรรมเนียมในการคุ้มครองการซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต ในกรณีที่เกิดบริการคุ้มครองการซื้อขายขึ้น โดยมีวิธีการวัดมูลค่าความยินดีที่จะจ่ายด้วยวิธีการตอบคำถามแบบ (Contingent Valuation Method) หรือ CVM โดยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ตัวอย่างด้วยวิธีการ CVM ที่มีลักษณะคำถามเปิด (open – ended question) จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพอใจในค่าธรรมเนียมเท่ากับร้อยละ 5.56 ของการซื้อในแต่ละครั้งโดยได้มาจากการสมมติให้กลุ่มตัวอย่างซื้อสินค้าเป็นจำนวนเงิน 1,000 บาท และให้ตอบค่าธรรมเนียมที่ต้องการจ่ายออกมา และกลุ่มตัวอย่างยังมีความต้องการใช้อยู่ในระดับที่ปานกลาง คือ 62.5% และปัญหาของการซื้อขาย ก็คือเรื่องการที่ผู้ซื้อและผู้ขายไม่ได้ติดต่อกันโดยตรงนั่นเองทำให้เกิดความระแวงและไม่ไว้วางใจกันเกิดขึ้น โดยปัญหาอันดับหนึ่งของผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการซื้อขายทาง Internet ก็คือ กลัวไม่ได้รับสินค้าร้อยละ 24.23 และเหตุผลอันดับหนึ่งที่ทำให้ผู้ไม่เคยมีประสบการณ์ในการซื้อขายทาง Internet นั้นไม่ซื้อก็คือ ไม่ไว้วางใจผู้ขายร้อยละ 18.51 ถึงแม้ว่าผลของการศึกษาในครั้งนี้จะมีความน่าเชื่อถือน้อยเพราะเนื่องด้วยข้อจำกัดต่างๆเช่น การใช้สมการเส้นตรงมาวิเคราะห์ทั้ง ๆ ที่ค่า WTP นั้นอาจจะไม่อยู่ในรูปสมการเส้นตรง แต่ด้วยความรู้ทางเศรษฐศาสตร์สถิติที่มีจำกัดของผู้เขียนและในการเก็บข้อมูลที่เก็บเพียง 200 ชุดการศึกษาด้วยวิธี CVM ที่มีลักษณะคำถามเปิด (open – ended question) นั้นค่า WTP ที่ได้นั้นอาจจะแตกต่างกันมากเพราะผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่ค่อยให้ความสำคัญในเรื่องการซื้อขายทาง Internet มากนัก รวมไปถึงประสบการณ์ของแต่ละคนก็ไม่เท่ากัน จึงทำให้ค่า WTP ที่ได้นั้นอาจไม่ตรงกับความเป็นจริง แต่ก็มี

แนวโน้มที่การคุ้มครองการซื้อขายจะสามารถเข้ามาแก้ไขปัญหาบางประการของการซื้อขายทาง Internet ในปัจจุบันได้

ไพรวลัย ศิริมูล (2547) จากการศึกษางานวิจัยการประเมินมูลค่าทางด้านนันทนาการของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี ซึ่งมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อประเมินมูลค่าการเข้าไปใช้ประโยชน์ด้านนันทนาการของ สวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี (2) เพื่อศึกษาถึงความเต็มใจที่จะจ่ายของประชาชนผู้ไม่เคยเข้าไปใช้ประโยชน์จากสวนสัตว์เปิดเขาเขียวและประเมินมูลค่าการมิได้ใช้ประโยชน์ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในสวนสัตว์เปิดเขาเขียวและ (3) เพื่อศึกษาข้อมูลด้านเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างทั้งกลุ่มที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องสวนสัตว์ ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และประเมินมูลค่าทั้งมูลค่าที่เกิดจากการใช้สอยและมูลค่าที่มิได้มาจากการใช้สอยจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่เกี่ยวข้องสวนสัตว์ 400 คน และกลุ่มไม่เกี่ยวข้องสวนสัตว์ 100 คน โดยผลของการวิจัยพบว่า อัตราการมานันทนาการสวนสัตว์เปิดเขาเขียว ขึ้นอยู่กับต้นทุนการเดินทาง และระดับรายได้เฉลี่ย โดยคิดเป็นร้อยละ 94.3 ซึ่งผลการทดสอบระดับนัยสำคัญทางสถิติค่าสัมประสิทธิ์ของต้นทุนการเดินทาง มีผลกระทบเชิงลบต่ออัตราการมานันทนาการสวนสัตว์ค่าความยินดีที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมสูงสุดสำหรับกลุ่มที่เกี่ยวข้องสวนสัตว์ผู้ใหญ่และของเด็ก เท่ากับ 60.76 และ 27.98 บาท ตามลำดับ ส่วนกลุ่มที่ไม่เกี่ยวข้องสวนสัตว์มีค่าความยินดีที่จะจ่ายของผู้ใหญ่และของเด็ก เท่ากับ 55.35 และ 26.49 บาท ตามลำดับมูลค่าทางด้านนันทนาการของสวนสัตว์ในปีพ.ศ. 2546 โดยวิธี TCM มีค่าเท่ากับ 24,098 ล้านบาท และวิธี CVM เท่ากับ 33.05 ล้านบาทส่วนมูลค่าที่เกิดจากการมิได้ใช้มีค่าเท่ากับ 256.40 ล้านบาท ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการจัดการ การจัดสรรงบประมาณตลอดจนการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมที่เหมาะสมได้

วิศรา ไกรวิ (2557) งานวิจัยเรื่องความเต็มใจจ่ายต่อบ้านอนุรักษ์พลังงาน จากการศึกษาพบว่างานวิจัยนี้ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทางเลือกซื้อบ้านอนุรักษ์พลังงานและความเต็มใจจ่ายซึ่งงานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาโดยใช้วิธี Discrete Choice Experiment (DCE) โดยทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 363 ตัวอย่าง และวิเคราะห์ผลโดยแบบจำลอง ได้ค่าความเต็มใจจ่ายส่วนเพิ่ม (marginal willingness to pay) โดย มีความเต็มใจจ่ายที่ 234,649.91 บาท สำหรับการเพิ่มขึ้นของเซลล์แสงอาทิตย์ 1 กิโลวัตต์และมีความเต็มใจจ่ายต่อวัสดุรีไซเคิลมากกว่าการปลูกต้นไม้คลุมและวัสดุธรรมชาติ ที่ 105,419.57 บาท และ 293,077.40 บาทตามลำดับ ในส่วนของระบบปรับอากาศนั้น มีความเต็มใจจ่ายสำหรับระบบปรับอากาศที่ 550,716.86 บาท ซึ่งมีความเต็มใจจ่ายสำหรับการลดลงของอุณหภูมิ 1 องศาที่ 97,529.64 บาท ความเต็มใจจ่ายต่อร้อยละการประหยัดพลังงานนั้นไม่สามารถหาได้โดยตรงแต่สามารถเปรียบเทียบจากผลความเต็มใจจ่ายต่อระบบปรับอากาศแบบ

(Passive cooling) โดยมีความเต็มใจจ่ายต่อการเพิ่มขึ้นของเซลล์แสงอาทิตย์ 1 กิโลวัตต์ กับร้อยละ การประหยัดพลังงานของระบบดังกล่าว ทำให้สามารถหาค่าความเต็มใจจ่ายต่อร้อยละความประหยัด พลังงานที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ได้ระหว่าง 9,500-23,500 บาท และจากผลการศึกษาพบว่าความเต็มใจ จ่ายของการเพิ่มขึ้นของเซลล์พลังงานแสงอาทิตย์ 1 กิโลวัตต์ พบว่ามีค่าสูงกว่าต้นทุนการติดตั้งจริงใน ปัจจุบันเนื่องจากการพัฒนาของเทคโนโลยีทำให้ราคาเซลล์แสงอาทิตย์ลดลง

2.6 สรุปผลการทบทวนวรรณกรรม

จากที่ได้ศึกษารรณกรรมที่เกี่ยวข้องและทบทวนทฤษฎีบทต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการศึกษา ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยในโครงหมู่บ้านจัดสรร ทั้ง 4 ประเภทที่อยู่อาศัย คือ บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์ และอาคารพาณิชย์ ในแต่ละระดับราคา ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑลโดยได้แบ่งพิจารณาตามลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลกับระดับความสำคัญต่อ ความเต็มใจจ่ายที่มีต่อตำแหน่งของที่อยู่อาศัยดังนี้

2.6.1 ความเต็มใจจ่ายที่มีต่อตำแหน่งที่อยู่อาศัยที่ดี

- (1) ตำแหน่งติดสวนส่วนกลาง
- (2) ตำแหน่งใกล้สโมสร
- (3) ตำแหน่งติดถนนเมน
- (4) ตำแหน่งแปลงหัวมุม
- (5) ตำแหน่ง Privacy zone
- (6) ตำแหน่งที่ไม่มีบ้านอยู่ตรงข้าม (Single load road)
- (7) ตำแหน่งติดทะเลสาบ
- (8) ตำแหน่งใกล้สวนหย่อมขนาดเล็ก
- (9) ตำแหน่งที่หน้าบ้านหันไปทางทิศเหนือ
- (10) ตำแหน่งที่หน้าบ้านหันไปทางทิศใต้

2.6.2 ความเต็มใจจ่ายที่มีต่อตำแหน่งที่อยู่อาศัยที่ไม่ดี

- (1) ตำแหน่งทางสามแพร่ง
- (2) ตำแหน่งติดบ่อบำบัด
- (3) ตำแหน่งท้ายโครงการ
- (4) ตำแหน่งซอยตัน
- (5) ตำแหน่งหันหน้าไปทางทิศตะวันตก

- (6) ตำแหน่งหันหน้าไปทางทิศตะวันออก
- (7) ตำแหน่งใกล้หม้อแปลงไฟฟ้า
- (8) ตำแหน่งติดเพื่อนบ้านที่มีสัตว์เลี้ยง
- (9) ตำแหน่งใกล้สายไฟฟ้าแรงสูงที่มีเสาเป็นโครงเหล็กถัก
- (10) ตำแหน่งติดร้านขายของชำ
- (11) ตำแหน่งติดร้านขายอาหาร
- (12) ตำแหน่งใกล้สำนักงานขายโครงการ
- (13) ตำแหน่งใกล้สำนักงานก่อสร้าง
- (14) ตำแหน่งใกล้สำนักงานนิติบุคคล
- (15) ตำแหน่งใกล้บ้านตัวอย่างของโครงการ
- (16) ตำแหน่งใกล้วัด
- (17) ตำแหน่งใกล้มัสยิด
- (18) ตำแหน่งใกล้ชุมชนแออัด
- (19) ตำแหน่งใกล้ที่รกร้างว่างเปล่า
- (20) ตำแหน่งใกล้โรงงานอุตสาหกรรม
- (21) ตำแหน่งใกล้แคมป์คนงาน
- (22) ตำแหน่งติดบ้านเพื่อนบ้านต่อเติมโรงจอดรถหน้าบ้านจนติดรั้วด้านหน้า
- (23) ตำแหน่งติดเพื่อนบ้านต่อเติมด้านข้างหรือด้านหลังซึ่งติดรั้วระหว่างแปลงบ้าน
- (24) ตำแหน่งที่ติดเพื่อนบ้านที่ทาสีบ้านฉูดฉาด

ตารางที่ 2.3

ตารางสรุปการทบทวนทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ตัวแปร งานค้นคว้าอิสระ	นิยาม	องค์ประกอบ	ความสัมพันธ์ ระหว่าง ตัวแปร	วิธีวัดค่าตัว แปร
ลักษณะ ประชากรศาสตร์ (Demography)	อัจฉรา นพวิญญวงค์, 2550 พีรญา ธนภัทรจตุพร, 2557	อัจฉรา นพวิญญวงค์, 2550 ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ, 2538	พีรญา ธนภัทรจตุพร, 2557	พีรญา ธนภัทรจตุพร, 2557
แนวคิดการ กำหนดราคา และระดับราคา ที่พึงอาศัย แนวราบ	วิหวัส รุ่งเรืองผล, 2557 พีรญา ธนภัทรจตุพร, 2557 กองกฤษณ์ โตชัยวัฒน์, 2556	วิหวัส รุ่งเรืองผล, 2557 พีรญา ธนภัทรจตุพร, 2557 กองกฤษณ์ โตชัยวัฒน์, 2556	ดำรงศักดิ์ รินชุมภู, 2557 กองกฤษณ์ โตชัยวัฒน์, 2556	ดำรงศักดิ์ รินชุมภู, 2557
ประเภทที่อยู่ อาศัยแนวราบใน โครงการหมู่บ้าน จัดสรร	ศุภวิศวรร ปัญญาสกุลวงศ์ และกฤษณ์ แย้มสระโส, 2552	ศุภวิศวรร ปัญญาสกุลวงศ์ และกฤษณ์ แย้มสระโส, 2552	ดำรงศักดิ์ รินชุมภู, 2557 กองกฤษณ์ โตชัยวัฒน์, 2556	ดำรงศักดิ์ รินชุมภู, 2557 พีรญา ธนภัทรจตุพร, 2557
ความเต็มใจจ่าย (willingness to pay)	ภราดร ปรีดาศักดิ์, 2549	ภราดร ปรีดาศักดิ์, 2549	ดำรงศักดิ์ รินชุมภู, 2557	ธนบูรณ์ อินแก้ว, 2548 ไพรวลัย ศิริมูล, 2547

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่องความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัยไว้ดังนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 กลุ่มประชากร

กลุ่มประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการซื้อที่อยู่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลประเภท บ้านเดี่ยว บ้านแฝด บ้านทาวน์เฮาส์ และอาคารพาณิชย์ในแต่ละระดับราคา ดังนี้ (1) ต่ำกว่า 2.00 ล้านบาท (2) 2.01-3.00 ล้านบาท (3) 3.01-5.00 ล้านบาท (4) 5.01-10.00 ล้านบาท และ (5) มากกว่า 10.00 ล้านบาท

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการซื้อที่อยู่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรรมีจำนวนมาก และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดให้แต่ละประเภทที่ทำการวิจัยต้องมีข้อมูลไม่น้อยกว่า 30 ข้อมูล ($n \geq 30$) เพื่อให้ค่าเฉลี่ยของข้อมูลเป็นการกระจายตัวแบบปกติ (Normal Distribution) ตามทฤษฎีบทของแรงโน้มถ่วงสู่ศูนย์กลาง (Central Limit Theorem) (กัลยา วาณิชย์ บัญชา, 2550) ผู้วิจัยทำการรวบรวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 450 คน โดยผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ในการเก็บข้อมูล

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัยใช้ในการเก็บข้อมูลขั้นปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยจะทำการสำรวจจากกลุ่มผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้นโดยอาศัยแนวคิดและทฤษฎี รวมทั้งผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

3.2.1.1 ส่วนที่ 1 ด้านข้อมูลประชากรศาสตร์และลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานะภาพ อาชีพ รายได้เป็นต้น โดยเป็นคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (multiple choice questions) ซึ่งเก็บข้อมูลตัวแปรดังนี้

- (1) เพศ
- (2) อายุ
- (3) สถานภาพสมรส
- (4) ระดับการศึกษา
- (5) อาชีพ
- (6) รายได้รวมของครอบครัว

3.2.1.2 ส่วนที่ 2 ด้านข้อมูลความต้องการที่อยู่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรรประเภท บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์และอาคารพาณิชย์โดยมีระดับราคาของที่อยู่อาศัยดังนี้ (1) ต่ำกว่า 2.00 ล้านบาท (2) 2.01-3.00 ล้านบาท (3) 3.01-5.00 ล้านบาท (4) 5.01-10.00 ล้านบาท และ (5) มากกว่า 10.00 ล้านบาท โดยเป็นคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (multiple choice questions) ซึ่งเก็บข้อมูลตัวแปรดังนี้

- (1) ประเภทของที่อยู่อาศัยแนวราบโดยแบ่งเป็นตัวแปรย่อย 3 ตัวแปรดังนี้
 1. บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด
 2. ทาวน์เฮาส์
 3. อาคารพาณิชย์
- (2) ระดับราคาที่อยู่อาศัยโดยแบ่งเป็นตัวแปรย่อยได้ดังนี้
 1. ระดับราคาต่ำกว่า 2.00 ล้านบาท
 2. ระดับราคา 2.01-3.00 ล้านบาท
 3. ระดับราคา 3.01-5.00 ล้านบาท
 4. ระดับราคา 5.01-10.00 ล้านบาท
 5. ระดับราคามากกว่า 10.00 ล้านบาท

3.2.1.3 ส่วนที่ 3 ด้านข้อมูลประเมินความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ดีและความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่มีดีในหมู่บ้านจัดสรรในเขตพื้นที่ทำการวิจัย โดยเป็นคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (multiple choice questions)

3.3 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ออกไว้เพื่องานวิจัยนี้ไปทำการทดสอบหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และค่าความเที่ยง (Reliability) ดังนี้

3.3.1 หาค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เมื่อตรวจสอบแล้วหลังจากนั้นนำข้อมูลมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence: IOC)

โดยใช้สูตร $IOC = \Sigma R/N$

เมื่อ	IOC	หมายถึง	ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence)
R		หมายถึง	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดย
ค่า	+1	หมายถึง	ข้อคำถามสามารถนำไปวัดได้แน่นอน
ค่า	0	หมายถึง	ไม่แน่ใจว่าจะวัดได้
ค่า	-1	หมายถึง	ข้อคำถามไม่สามารถนำไปวัดได้ค่าได้อย่างแน่นอน
N		หมายถึง	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

นำข้อมูลที่สามารถรวบรวมได้จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of congruence) ของผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องแล้วเลือกค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550)

3.3.2 ความเที่ยง (reliability)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมานำไปทดสอบ (try out) จำนวน 40 ชุด กับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามเข้าใจคำถามตรงตามทีผู้ออกแบบคำถามแบบสอบถามต้องการหรือไม่ จากนั้นผู้วิจัยได้นำเอาแบบสอบถามที่ได้มาการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยค่า

แอลฟาที่ใช้ควรมากกว่า 0.7 ถ้าน้อยกว่านั้น ควรปรับปรุงแบบสอบถาม หรืออาจตัดบางข้อทิ้ง (alpha if item deleted) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550)

3.4 การรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (descriptive research) โดยได้มุ่งเน้นศึกษาความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อบ้านในหมู่บ้านจัดสรรในเขตพื้นที่ ที่ทำการศึกษโดยผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องในงานวิจัยโดยจำแนกข้อมูลได้ 2 ประเภทดังนี้

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยลงทำการสำรวจด้วยตนเอง โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 450 ชุด และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ประมวลผล

3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากผู้วิจัยทำการศึกษาทฤษฎี เก็บรวบรวมข้อมูลทางวิชาการ บทความวิชาการ ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

3.4.3 ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามที่ออกแบบไว้ แก่กลุ่มตัวอย่างประชากร ที่ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 450 ชุด

3.4.4 เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามครบตามจำนวนที่ต้องการ ขั้นตอนต่อไปจะทำการตรวจสอบ ความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม โดยทำการคัดแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกและรวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์ให้ครบตามจำนวนที่ต้องการเพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ผลต่อไป

3.4.5 นำเนนการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามที่สมบูรณ์นำข้อมูลที่ได้ไปลงรหัสเพื่อทำการวิเคราะห์ผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ของตัวแปรและทำการแปรผลต่อไป

3.5 การวิเคราะห์ผลข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลขั้นต้นหรือสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการสรุปถึงลักษณะของข้อมูลที่มีอยู่ ออกมาในรูปการแจกแจงความถี่ การหาค่าอัตราส่วนหรือร้อยละ

3.5.1 ส่วนที่ 1 ด้านข้อมูลประชากรศาสตร์และลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจซึ่งได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เป็นต้น ค่าสถิติที่ใช้คือความถี่และร้อยละ

3.5.2 ส่วนที่ 2 ด้านข้อมูลความต้องการที่อยู่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรรประเภท บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์และอาคารพาณิชย์โดยมีระดับราคาของที่อยู่อาศัยดังนี้ (1) ต่ำกว่า 2.00 ล้านบาท (2) 2.01-3.00 ล้านบาท (3) 3.01-5.00 ล้านบาท (4) 5.01-10.00 ล้านบาท และ (5) มากกว่า 10.00 ล้านบาท ค่าสถิติที่ใช้คือความถี่และร้อยละ

3.5.3 ส่วนที่ 3 ด้านข้อมูลประเมินความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ดีและความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ไม่ดีในหมู่บ้านจัดสรรในเขตพื้นที่ที่ทำการวิจัยโดยการประเมินค่าความเต็มใจจ่ายผู้วิจัยได้เสนอค่าความเต็มใจจ่ายเป็นค่าช่วงร้อยละโดยมีความหมายดังนี้

ช่วงค่า $>10\%$ หมายถึง มีความเต็มใจจ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ของมูลค่าขายหน่วยของที่อยู่อาศัย

ช่วงค่า $5\% - 10\%$ หมายถึง มีความเต็มใจจ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.51 - 10 ของมูลค่าขายหน่วยของที่อยู่อาศัย

ช่วงค่า $5\% - 10\%$ หมายถึง มีความเต็มใจจ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 - 7.5 ของมูลค่าขายหน่วยของที่อยู่อาศัย

ช่วงค่า $2.51\% - 5\%$ หมายถึง มีความเต็มใจจ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.51 - 5 ของมูลค่าขายหน่วยของที่อยู่อาศัย

ช่วงค่า $0\% - 2.5\%$ หมายถึง มีความเต็มใจจ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 0 - 2.5 ของมูลค่าขายหน่วยของที่อยู่อาศัย

เมื่อค่า 0 หมายถึง ไม่มีความเต็มใจจ่ายเพิ่มขึ้นหรือลดลงจากมูลค่าขายหน่วยของที่อยู่อาศัย

ช่วงค่า $-0\% - -2.5\%$ หมายถึง มีความเต็มใจจ่ายลดลงร้อยละ 0 - 2.5 ของมูลค่าขายหน่วยของที่อยู่อาศัย

ช่วงค่า $-2.51\% - -5\%$ หมายถึง มีความเต็มใจจ่ายลดลงร้อยละ 2.51 - 5 ของมูลค่าขายหน่วยของที่อยู่อาศัย

ช่วงค่า $-5.01\% - -7.5\%$ หมายถึง มีความเต็มใจจ่ายลดลงร้อยละ 5.01 - 7.5 ของมูลค่าขายหน่วยของที่อยู่อาศัย

ช่วงค่า $-7.51\% - -10\%$ หมายถึง มีความเต็มใจจ่ายลดลงร้อยละ 7.51 - 10 ของมูลค่าขายหน่วยของที่อยู่อาศัย

ช่วงค่า $(>(-10\%))$ หมายถึง มีความเต็มใจจ่ายลดลงมากกว่าร้อยละ 10 ของมูลค่าขายหน่วยของที่อยู่อาศัย

ค่าสถิติที่ใช้คือความถี่ (frequency) และร้อยละ (percentage)

3.6 สรุปข้อมูลวิธีการวิจัย

สรุปวิธีการวิจัยเป็นการนำเอาข้อมูลตัวแปรที่เกี่ยวข้องมาสรุปถึงการใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเหมาะสมกับการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างการวิจัยและวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากการเก็บข้อมูลเพื่อทดสอบได้ว่าสามารถตอบวัตถุประสงค์การวิจัยที่ตั้งเป้าหมายเอาไว้ โดยตัวแปรต้นมีด้วยกัน 3 หัวข้อ มีด้านประชากรศาสตร์ ด้านกลุ่มประเภทที่อยู่อาศัยแนวราบประกอบด้วย บ้านเดี่ยวหรือบ้านแฝด ทาวน์เฮาส์ และอาคารพาณิชย์ มีการแบ่งระดับราคา (1) ต่ำกว่า 2.00 ล้านบาท (2) 2.01-3.00 ล้านบาท (3) 3.01-5.00 ล้านบาท (4) 5.01-10.00 ล้านบาท และ(5) มากกว่า 10.00 ล้านบาท ในส่วนของตัวแปรตามมีด้วยกัน 2 หัวข้อหลักคือความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งที่อยู่อาศัยที่ดีและความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งที่อยู่อาศัยที่ไม่ดี เครื่องมือที่ใช้การเก็บข้อมูลการวิจัยคือแบบสอบถามโดยทำการสำรวจ จากกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ผู้วิจัยสนใจ เพื่อศึกษาถึงอัตราความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัย ในหมู่บ้านจัดสรร ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยคำถามเป็นแบบมีหลายคำตอบให้เลือก (multiple choice questions) ในการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเชิงปริมาณวิเคราะห์โดยโปรแกรมสำเร็จรูป และทำการแปรผลต่อไป

ตารางที่ 3.1

ตารางสรุปวิธีการวิจัย

วัตถุประสงค์งานวิจัย	ตัวแปรที่เกี่ยวข้อง	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	การวัดค่าข้อมูลและวิเคราะห์ผล
เพื่อศึกษาถึงอัตราความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	<u>ตัวแปรต้น</u> 1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ 2. ข้อมูลระดับราคาที่อยู่อาศัย 3. ข้อมูลประเภทที่อยู่อาศัยแนวราบ <u>ตัวแปรตาม</u> 1. ความเต็มใจจ่ายที่มีต่อตำแหน่งที่อยู่อาศัยที่ดี 2. ความเต็มใจจ่ายที่มีต่อตำแหน่งที่อยู่อาศัยที่ไม่ดี	ประชากรคือกลุ่มผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้จำนวน 450 ตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบโควต้า	แบบสอบถาม โดยจะทำการสำรวจกลุ่มผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการซื้อที่อยู่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรร ลักษณะคำถามเป็นแบบคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (multiple choice questions)	การวิเคราะห์ข้อมูลคำนวณหาค่าจากแบบสอบถาม ข้อมูลส่วนบุคคลเป็นร้อยละ (percentage) ค่าความถี่ (frequency)

บทที่ 4

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเรื่องร้อยละความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรร ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลของที่พักอาศัยประเภท บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์และอาคารพาณิชย์ ในแต่ละระดับราคา ซึ่งประกอบไปด้วยการวิเคราะห์ 3 ส่วนดังนี้

4.1 ส่วนที่ 1 ด้านข้อมูลประชากรศาสตร์และลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจซึ่งได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ เป็นต้น

4.2 ส่วนที่ 2 ด้านข้อมูลความต้องการที่อยู่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรรประเภท บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์และอาคารพาณิชย์

4.3 ส่วนที่ 3 ด้านข้อมูลประเมินความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ดี และความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่มีดีในหมู่บ้านจัดสรรในเขตพื้นที่ที่ทำการวิจัย

4.1 ข้อมูลประชากรศาสตร์และลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจ

การศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์และลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่างจากการตอบแบบสอบถามจำนวน 450 คน มีข้อมูลประชากรศาสตร์ที่ต้องการที่อยู่อาศัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

จากตารางที่ 4.1 พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 450 คน โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 53.56 มีอายุอยู่ระหว่าง 25-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 77.56 การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.33 มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน ร้อยละ 58.22 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 65.56 และมีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยที่ 40,000-199,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 62.67 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 4.1

ข้อมูลประชากรศาสตร์และลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจ

ข้อมูลประชากรศาสตร์		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	เพศชาย	209	46.44
	เพศหญิง	241	53.56
	รวม	450	100.00
อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	26	5.78
	25-35 ปี	169	37.56
	35-45 ปี	180	40.00
	45-55 ปี	59	13.11
	55-60 ปี	13	2.88
	60 ปีขึ้นไป	3	0.67
	รวม	450	100.00
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	43	9.56
	ปริญญาตรี	267	59.33
	ปริญญาโท	126	28.00
	สูงกว่าปริญญาโท	14	3.11
	รวม	450	100.00
อาชีพ	พนักงานเอกชน	262	58.22
	เจ้าของกิจการ/ประกอบการ	80	17.79
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	73	16.22
	อื่น ๆ	20	4.44
	รับจ้าง/เกษตรกร	15	3.33
	รวม	450	100.00

ตารางที่ 4.1

ข้อมูลประชากรศาสตร์และลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจ (ต่อ)

ข้อมูลประชากรศาสตร์		จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพ	โสด	295	65.56
	แต่งงาน	148	32.88
	หย่า/หม้าย	7	1.56
	รวม	450	100.00
รายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 40,000 บาท	97	21.56
	40,000-59,999 บาท	116	25.77
	60,000-99,999 บาท	102	22.67
	100,000-199,999 บาท	64	14.22
	200,000 บาทขึ้นไป	71	15.78
	รวม	450	100.00

4.2 ข้อมูลด้านความต้องการที่อยู่อาศัย

การศึกษาข้อมูลความต้องการที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างจากการตอบแบบสอบถามจำนวน 450 คน มีข้อมูลความต้องการที่อยู่อาศัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการที่อยู่อาศัยประเภท บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด อยู่จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 65.56 ทาวน์เฮาส์จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 20.89 และอาคารพาณิชย์จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 13.56 โดยระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการส่วนใหญ่คือ 2.00-5.00 ล้านบาท จำนวน 304 คน คิดเป็นร้อยละ 67.56 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 4.2

ข้อมูลความต้องการที่อยู่อาศัย

ข้อมูลความต้องการที่อยู่อาศัย	จำนวน	ร้อยละ	
ประเภทที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	295	65.56
	ทาวน์เฮาส์	94	20.88
	อาคารพาณิชย์	61	13.56
	รวม	450	100.00
ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	51	11.33
	2.00-3.00 ล้านบาท	153	34.00
	3.01-5.00 ล้านบาท	151	33.56
	5.01-10.00 ล้านบาท	73	16.22
	มากกว่า 10.00 ล้านบาท	22	4.89
	รวม	450	100.00

4.3 ข้อมูลการประเมินความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัย

4.3.1 การประเมินความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ดี

การศึกษาข้อมูลการประเมินความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ดีของกลุ่มตัวอย่างจากการตอบแบบสอบถามจำนวน 450 คน ได้ทำการประเมินความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ดี โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.3

เต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ดี

ตำแหน่งที่อยู่อาศัย	ร้อยละของมูลค่าบ้านที่ยินดีจ่าย	จำนวน	ร้อยละ
ตำแหน่งติดสวนส่วนกลาง	ไม่มีผลกระทบ	135	30.00
	ร้อยละ 0.01-2.50	139	30.90
	ร้อยละ 2.51-5.00	90	20.00
	ร้อยละ 5.01-7.50	38	8.44
	ร้อยละ 7.51-10.00	26	5.78
	มากกว่าร้อยละ 10	22	4.88
	รวม	450	100.00
ตำแหน่งติดถนนเมน	ไม่มีผลกระทบ	105	23.33
	ร้อยละ 0.01-2.50	147	32.67
	ร้อยละ 2.51-5.00	93	20.67
	ร้อยละ 5.01-7.50	41	9.11
	ร้อยละ 7.51-10.00	43	9.56
	มากกว่าร้อยละ 10	21	4.67
	รวม	450	100.00
ตำแหน่งแปลงหัวมุม	ไม่มีผลกระทบ	90	20.00
	ร้อยละ 0.01-2.50	130	28.89
	ร้อยละ 2.51-5.00	100	22.22
	ร้อยละ 5.01-7.50	71	15.78
	ร้อยละ 7.51-10.00	32	7.11
	มากกว่าร้อยละ 10	27	6.00
	รวม	450	100.00

ตารางที่ 4.3

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ดี (ต่อ)

ตำแหน่งที่อยู่อาศัย	ร้อยละของมูลค่าบ้านที่ยินดีจ่าย	จำนวน	ร้อยละ
ตำแหน่ง Privacy Zone (บริเวณที่มี บ้านจำนวนน้อยหลัง)	ไม่มีผลกระทบ	128	28.40
	ร้อยละ 0.01-2.50	138	30.70
	ร้อยละ 2.51-5.00	64	14.22
	ร้อยละ 5.01-7.50	54	12.00
	ร้อยละ 7.51-10.00	35	7.78
	มากกว่าร้อยละ 10	31	6.89
	รวม	450	100.00
ตำแหน่งที่ไม่มีบ้านอยู่ตรงข้าม	ไม่มีผลกระทบ	173	38.44
	ร้อยละ 0.01-2.50	122	27.11
	ร้อยละ 2.51-5.00	75	16.67
	ร้อยละ 5.01-7.50	39	8.67
	ร้อยละ 7.51-10.00	22	4.89
	มากกว่าร้อยละ 10	19	4.22
	รวม	450	100.00
ตำแหน่งติดสโมสร	ไม่มีผลกระทบ	188	41.78
	ร้อยละ 0.01-2.50	143	31.78
	ร้อยละ 2.51-5.00	48	10.67
	ร้อยละ 5.01-7.50	37	8.22
	ร้อยละ 7.51-10.00	18	4.00
	มากกว่าร้อยละ 10	16	3.56
	รวม	450	100.00

ตารางที่ 4.3

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ดี (ต่อ)

ตำแหน่งที่อยู่อาศัย	ร้อยละของมูลค่าบ้านที่ยินดีจ่าย	จำนวน	ร้อยละ
ตำแหน่งที่ดินสวนหย่อมขนาดเล็ก	ไม่มีผลกระทบ	162	36.00
	ร้อยละ 0.01-2.50	145	32.22
	ร้อยละ 2.51-5.00	73	16.22
	ร้อยละ 5.01-7.50	40	8.89
	ร้อยละ 7.51-10.00	23	5.11
	มากกว่าร้อยละ 10	7	1.56
	รวม	450	100.00
ตำแหน่งที่ดินทะเลสาบภายในโครงการ	ไม่มีผลกระทบ	99	22.00
	ร้อยละ 0.01-2.50	117	26.00
	ร้อยละ 2.51-5.00	98	21.78
	ร้อยละ 5.01-7.50	73	16.22
	ร้อยละ 7.51-10.00	40	8.89
	มากกว่าร้อยละ 10	23	5.11
	รวม	450	100.00
ตำแหน่งที่หน้าบ้านหันไปทางทิศเหนือ	ไม่มีผลกระทบ	101	22.44
	ร้อยละ 0.01-2.50	155	34.44
	ร้อยละ 2.51-5.00	102	22.67
	ร้อยละ 5.01-7.50	49	10.89
	ร้อยละ 7.51-10.00	36	8.00
	มากกว่าร้อยละ 10	7	1.56
	รวม	450	100.00

ตารางที่ 4.3

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ดี (ต่อ)

ตำแหน่งที่อยู่อาศัย	ร้อยละของมูลค่าบ้านที่ยินดีจ่าย	จำนวน	ร้อยละ
ตำแหน่งที่หน้าบ้านหันไปทางทิศใต้	ไม่มีผลกระทบ	189	42.00
	ร้อยละ 0.01-2.50	117	26.00
	ร้อยละ 2.51-5.00	73	16.22
	ร้อยละ 5.01-7.50	43	9.56
	ร้อยละ 7.51-10.00	19	4.22
	มากกว่าร้อยละ 10	9	2.00
	รวม	450	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อร้อยละของมูลค่าบ้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามยินดีจ่ายเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 0.01-2.50 ในตำแหน่งต่อไปนี้ ตำแหน่งที่หน้าบ้านหันไปทางทิศเหนือ ตำแหน่งติดถนนเมน ตำแหน่งติดสวนส่วนกลาง ตำแหน่งบริเวณที่มีบ้านจำนวนน้อยหลัง (Privacy Zone) ตำแหน่งแปลงหัวมุมและตำแหน่งติดทะเลสาบภายในโครงการ ตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ คำรงค์ศักดิ์ รินชุมภู (2557) และในทางกลับกัน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ตำแหน่งที่หน้าบ้านหันไปทางทิศใต้ ตำแหน่งติดสโมสร ตำแหน่งที่ไม่มีบ้านตรงข้ามและตำแหน่งติดสวนหย่อมขนาดเล็กไม่มีผลกระทบต่อการจ่ายเงินหรือไม่ยินดีจ่ายเงินในตำแหน่งเหล่านี้

4.3.2 การประเมินความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ไม่ดี

การศึกษาข้อมูลการประเมินความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ไม่ดีของกลุ่มตัวอย่างจากการตอบแบบสอบถามจำนวน 450 คน ได้ทำการประเมินความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ไม่ดีโดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.4

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ไม่ดี

ตำแหน่งที่อยู่อาศัย	ร้อยละของมูลค่าบ้านที่ยินดีจ่าย	จำนวน	ร้อยละ
ตำแหน่งทางสามแพรง	ไม่มีผลกระทบ	23	5.11
	ร้อยละ 0.01-2.50	52	11.56
	ร้อยละ 2.51-5.00	61	13.56
	ร้อยละ 5.01-7.50	99	22.00
	ร้อยละ 7.51-10.00	76	16.89
	มากกว่าร้อยละ 10	139	30.89
	Total	450	100.00
	ตำแหน่งติดบ่อบำบัด	ไม่มีผลกระทบ	23
ร้อยละ 0.01-2.50		51	11.33
ร้อยละ 2.51-5.00		60	13.33
ร้อยละ 5.01-7.50		100	22.22
ร้อยละ 7.51-10.00		81	18.00
มากกว่าร้อยละ 10		135	30.00
Total		450	100.00
ตำแหน่งท้ายโครงการ		ไม่มีผลกระทบ	65
	ร้อยละ 0.01-2.50	101	22.44
	ร้อยละ 2.51-5.00	102	22.67
	ร้อยละ 5.01-7.50	80	17.78
	ร้อยละ 7.51-10.00	50	11.11
	มากกว่าร้อยละ 10	52	11.56
	Total	450	100.00

ตารางที่ 4.4

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ไม่ดี (ต่อ)

ตำแหน่งที่อยู่อาศัย	ร้อยละของมูลค่าบ้านที่ยินดีจ่าย	จำนวน	ร้อยละ
ตำแหน่งชอยตัน	ไม่มีผลกระทบ	95	21.11
	ร้อยละ 0.01-2.50	98	21.78
	ร้อยละ 2.51-5.00	100	22.22
	ร้อยละ 5.01-7.50	69	15.33
	ร้อยละ 7.51-10.00	51	11.33
	มากกว่าร้อยละ 10	37	8.22
	Total	450	100.00
ตำแหน่งหันหน้าบ้านไปทางทิศตะวันตก	ไม่มีผลกระทบ	62	13.78
	ร้อยละ 0.01-2.50	72	16.00
	ร้อยละ 2.51-5.00	93	20.67
	ร้อยละ 5.01-7.50	89	19.78
	ร้อยละ 7.51-10.00	82	18.22
	มากกว่าร้อยละ 10	52	11.56
	Total	450	100.00
ตำแหน่งหันหน้าบ้านไปทางทิศตะวันออก	ไม่มีผลกระทบ	104	23.11
	ร้อยละ 0.01-2.50	109	24.22
	ร้อยละ 2.51-5.00	103	22.89
	ร้อยละ 5.01-7.50	64	14.22
	ร้อยละ 7.51-10.00	37	8.22
	มากกว่าร้อยละ 10	33	7.33
	Total	450	100.00

ตารางที่ 4.4

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ไม่ดี (ต่อ)

ตำแหน่งที่อยู่อาศัย	ร้อยละของมูลค่าบ้านที่ยินดีจ่าย	จำนวน	ร้อยละ
ตำแหน่งใกล้หม้อแปลงไฟฟ้า	ไม่มีผลกระทบ	28	6.22
	ร้อยละ 0.01-2.50	72	16.00
	ร้อยละ 2.51-5.00	81	18.00
	ร้อยละ 5.01-7.50	107	23.78
	ร้อยละ 7.51-10.00	84	18.67
	มากกว่าร้อยละ 10	78	17.33
	Total	450	100.00
ตำแหน่งที่ติดเพื่อนบ้านที่มีสัตว์เลี้ยง	ไม่มีผลกระทบ	107	23.78
	ร้อยละ 0.01-2.50	120	26.67
	ร้อยละ 2.51-5.00	85	18.89
	ร้อยละ 5.01-7.50	55	12.22
	ร้อยละ 7.51-10.00	49	10.89
	มากกว่าร้อยละ 10	34	7.56
	Total	450	100.00
ตำแหน่งใกล้สายไฟฟ้าแรงสูงที่มีเสาเป็นโครงเหล็กถัก	ไม่มีผลกระทบ	28	6.22
	ร้อยละ 0.01-2.50	55	12.22
	ร้อยละ 2.51-5.00	53	11.78
	ร้อยละ 5.01-7.50	79	17.56
	ร้อยละ 7.51-10.00	89	19.78
	มากกว่าร้อยละ 10	146	32.44
	Total	450	100.00

ตารางที่ 4.4

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ไม่ดี (ต่อ)

ตำแหน่งที่อยู่อาศัย	ร้อยละของมูลค่าบ้านที่ยินดีจ่าย	จำนวน	ร้อยละ
ตำแหน่งที่ติดร้านค้าขายของชำ	ไม่มีผลกระทบ	105	23.33
	ร้อยละ 0.01-2.50	119	26.44
	ร้อยละ 2.51-5.00	106	23.56
	ร้อยละ 5.01-7.50	58	12.89
	ร้อยละ 7.51-10.00	40	8.89
	มากกว่าร้อยละ 10	22	4.89
	Total	450	100.00
	ตำแหน่งที่ติดร้านอาหาร	ไม่มีผลกระทบ	91
ร้อยละ 0.01-2.50		126	28.00
ร้อยละ 2.51-5.00		100	22.22
ร้อยละ 5.01-7.50		58	12.89
ร้อยละ 7.51-10.00		44	9.78
มากกว่าร้อยละ 10		31	6.89
Total		450	100.00
ตำแหน่งใกล้สำนักงานขายโครงการ		ไม่มีผลกระทบ	122
	ร้อยละ 0.01-2.50	131	29.11
	ร้อยละ 2.51-5.00	100	22.22
	ร้อยละ 5.01-7.50	57	12.67
	ร้อยละ 7.51-10.00	28	6.22
	มากกว่าร้อยละ 10	12	2.67
	Total	450	100.00

ตารางที่ 4.4

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ไม่ดี (ต่อ)

ตำแหน่งที่อยู่อาศัย	ร้อยละของมูลค่าบ้านที่ยินดีจ่าย	จำนวน	ร้อยละ
ตำแหน่งใกล้สำนักงานก่อสร้าง โครงการ	ไม่มีผลกระทบ	90	20.00
	ร้อยละ 0.01-2.50	102	22.67
	ร้อยละ 2.51-5.00	100	22.22
	ร้อยละ 5.01-7.50	91	20.22
	ร้อยละ 7.51-10.00	42	9.33
	มากกว่าร้อยละ 10	25	5.56
	Total	450	100.00
ตำแหน่งใกล้สำนักงานนิติบุคคล	ไม่มีผลกระทบ	116	25.78
	ร้อยละ 0.01-2.50	130	28.89
	ร้อยละ 2.51-5.00	104	23.11
	ร้อยละ 5.01-7.50	63	14.00
	ร้อยละ 7.51-10.00	23	5.11
	มากกว่าร้อยละ 10	14	3.11
	Total	450	100.00
ตำแหน่งใกล้บ้านตัวอย่างของโครงการ	ไม่มีผลกระทบ	111	24.67
	ร้อยละ 0.01-2.50	137	30.44
	ร้อยละ 2.51-5.00	108	24.00
	ร้อยละ 5.01-7.50	55	12.22
	ร้อยละ 7.51-10.00	26	5.78
	มากกว่าร้อยละ 10	13	2.89
	Total	450	100.00

ตารางที่ 4.4

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ไม่ดี (ต่อ)

ตำแหน่งที่อยู่อาศัย	ร้อยละของมูลค่าบ้านที่ยินดีจ่าย	จำนวน	ร้อยละ
ตำแหน่งใกล้วัด	ไม่มีผลกระทบ	76	16.89
	ร้อยละ 0.01-2.50	109	24.22
	ร้อยละ 2.51-5.00	89	19.78
	ร้อยละ 5.01-7.50	50	11.11
	ร้อยละ 7.51-10.00	38	8.44
	มากกว่าร้อยละ 10	88	19.56
	Total	450	100.00
	ตำแหน่งใกล้มัสยิด	ไม่มีผลกระทบ	48
ร้อยละ 0.01-2.50		73	16.22
ร้อยละ 2.51-5.00		90	20.00
ร้อยละ 5.01-7.50		73	16.22
ร้อยละ 7.51-10.00		52	11.56
มากกว่าร้อยละ 10		114	25.33
Total		450	100.00
ตำแหน่งใกล้ชุมชนแออัด		ไม่มีผลกระทบ	33
	ร้อยละ 0.01-2.50	61	13.56
	ร้อยละ 2.51-5.00	89	19.78
	ร้อยละ 5.01-7.50	95	21.11
	ร้อยละ 7.51-10.00	55	12.22
	มากกว่าร้อยละ 10	117	26.00
	Total	450	100.00

ตารางที่ 4.4

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ไม่ดี (ต่อ)

ตำแหน่งที่อยู่อาศัย	ร้อยละของมูลค่าบ้านที่ยินดีจ่าย	จำนวน	ร้อยละ
ตำแหน่งใกล้ที่รกร้างว่างเปล่า	ไม่มีผลกระทบ	67	14.89
	ร้อยละ 0.01-2.50	103	22.89
	ร้อยละ 2.51-5.00	83	18.44
	ร้อยละ 5.01-7.50	73	16.22
	ร้อยละ 7.51-10.00	44	9.78
	มากกว่าร้อยละ 10	80	17.78
	Total	450	100.00
ตำแหน่งใกล้โรงงานอุตสาหกรรม	ไม่มีผลกระทบ	24	5.33
	ร้อยละ 0.01-2.50	49	10.89
	ร้อยละ 2.51-5.00	67	14.89
	ร้อยละ 5.01-7.50	86	19.11
	ร้อยละ 7.51-10.00	77	17.11
	มากกว่าร้อยละ 10	147	32.67
	Total	450	100.00
ตำแหน่งใกล้แคมป์คนงาน	ไม่มีผลกระทบ	31	6.89
	ร้อยละ 0.01-2.50	67	14.89
	ร้อยละ 2.51-5.00	88	19.56
	ร้อยละ 5.01-7.50	100	22.22
	ร้อยละ 7.51-10.00	37	8.22
	มากกว่าร้อยละ 10	127	28.22
	Total	450	100.00

ตารางที่ 4.4

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ไม่ดี (ต่อ)

ตำแหน่งที่อยู่อาศัย	ร้อยละของมูลค่าบ้านที่ยินดีจ่าย	จำนวน	ร้อยละ
ต่อเติมโรงจอดรถหน้าบ้านจนติดรั้ว ด้านหน้า	ไม่มีผลกระทบ	102	22.67
	ร้อยละ 0.01-2.50	121	26.89
	ร้อยละ 2.51-5.00	97	21.56
	ร้อยละ 5.01-7.50	54	12.00
	ร้อยละ 7.51-10.00	45	10.00
	มากกว่าร้อยละ 10	31	6.89
	Total	450	100.00
	ต่อเติมด้านข้างหรือด้านหลังติดรั้ว ระหว่าง แปลงบ้าน	ไม่มีผลกระทบ	86
ร้อยละ 0.01-2.50		122	27.11
ร้อยละ 2.51-5.00		102	22.67
ร้อยละ 5.01-7.50		58	12.89
ร้อยละ 7.51-10.00		48	10.67
มากกว่าร้อยละ 10		34	7.56
Total		450	100.00
ทาสีบ้านด้วยสีฉูดฉาด		ไม่มีผลกระทบ	143
	ร้อยละ 0.01-2.50	124	27.56
	ร้อยละ 2.51-5.00	78	17.33
	ร้อยละ 5.01-7.50	48	10.67
	ร้อยละ 7.51-10.00	23	5.11
	มากกว่าร้อยละ 10	34	7.56
	Total	450	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่าจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 450 คน มีความเห็นส่วนใหญ่ในอัตราความเต็มใจจ่ายที่ร้อยละ 0.01-2.51 และมีผลการสำรวจส่วนลดที่ต้องการ (ความเต็มใจจ่ายที่ลดลง) ดังแสดงในตาราง ซึ่งตำแหน่งที่ไม่ดีในโครงการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการที่จะได้ ส่วนลดที่ร้อยละ 0.01-2.51 ของมูลค่าบ้าน ประกอบไปด้วยตำแหน่งหันหน้าไปทางทิศตะวันออก ตำแหน่งใกล้เพื่อนบ้านมีสัตว์เลี้ยงตำแหน่งใกล้ร้านขายของชำ ตำแหน่งใกล้ร้านขายอาหาร ตำแหน่งใกล้สำนักงานขาย ตำแหน่งใกล้สำนักงานก่อสร้าง ตำแหน่งที่ใกล้สำนักงานนิติบุคคล ตำแหน่งใกล้บ้านตัวอย่าง ตำแหน่งใกล้วัด ตำแหน่งใกล้ที่รกร้างว่างเปล่า ตำแหน่งอยู่ติดกับบริเวณที่เพื่อนบ้านต่อเติมหน้าบ้านและข้างบ้าน ตำแหน่งที่เพื่อนบ้านทาสีฉูดฉาด และตำแหน่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการ ส่วนลดในอัตราที่มากกว่าร้อยละ 10 มีอยู่ทั้งสิ้น 5 ตำแหน่งคือ ตำแหน่งทางสามแพร่ง ตำแหน่งติดบ่อบำบัด ตำแหน่งใกล้เสาไฟฟ้าที่มีเสาเป็นเหล็กถัก ตำแหน่งใกล้โรงงานอุตสาหกรรมและตำแหน่งใกล้แคมป์คนงาน

ตารางที่ 4.5

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งติดสวนส่วนกลาง

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายของตำแหน่งติดสวนส่วนกลาง						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	7	5	4	0	0	0	16
		43.8%	31.3%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	36	24	18	5	2	1	86
		41.9%	27.9%	20.9%	5.8%	2.3%	1.2%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	27	31	21	9	7	9	104
		26.0%	29.8%	20.2%	8.7%	6.7%	8.7%	100.0%
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	5	15	4	0	1	1	26
		19.2%	57.7%	15.4%	0.0%	3.8%	3.8%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	18	16	8	3	3	4	52
		34.6%	30.8%	15.4%	5.8%	5.8%	7.7%	100.0%
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	6	3	1	1	2	2	15
		40.0%	20.0%	6.7%	6.7%	13.3%	13.3%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	0	2	3	0	0	0	5
		0.0%	40.0%	60.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	1	5	0	0	0	0	6
		16.7%	83.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	2	4	4	4	1	0	15
		13.3%	26.7%	26.7%	26.7%	6.7%	0.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	7	19	2	2	0	1	31
		22.6%	61.3%	6.5%	6.5%	0.0%	3.2%	100.0%
รวม	5.01-10.00 ล้านบาท	1	4	4	0	0	0	9
		11.1%	44.4%	44.4%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	13	25	8	0	1	1	48
		27.1%	52.1%	16.7%	0.0%	2.1%	2.1%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	56	44	30	12	6	5	153
		36.6%	28.8%	19.6%	7.8%	3.9%	3.3%	100.0%
รวม	3.01-5.00 ล้านบาท	40	53	24	12	9	12	150
		26.7%	35.3%	16.0%	8.0%	6.0%	8.0%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	20	17	23	7	6	4	77
		26.0%	22.1%	29.9%	9.1%	7.8%	5.2%	100.0%
	>+10.00 ล้านบาท	3	2	7	7	3	0	22
		13.6%	9.1%	31.8%	31.8%	13.6%	0.0%	100.0%
รวม		132	141	92	38	25	22	450
		29.3%	31.3%	20.4%	8.4%	5.6%	4.9%	100.0%

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งติดสวนส่วนกลางที่ร้อยละ 0.01-2.50 เมื่อพิจารณาในแต่ละระดับราคาพบว่าระดับราคา 2-3 ล้านบาท มีความเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อและพบว่าในระดับราคาที่สูงขึ้นผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจจ่ายต่อติดสวนส่วนกลางเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.6

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งติดถนนเมน

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายของตำแหน่งติดตำแหน่งติดถนนเมน						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	9	4	1	2	0	0	16
		56.3%	25.0%	6.3%	12.5%	0.0%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	21	33	20	4	3	5	86
		24.4%	38.4%	23.3%	4.7%	3.5%	5.8%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	30	24	26	7	11	6	104
		28.8%	23.1%	25.0%	6.7%	10.6%	5.8%	100.0%
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	7	14	1	2	1	1	26
		26.9%	53.8%	3.8%	7.7%	3.8%	3.8%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	11	25	6	4	4	2	52
	21.2%	48.1%	11.5%	7.7%	7.7%	3.8%	100.0%	
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	0	5	0	0	0	1	6
		0.0%	83.3%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	2	1	6	2	4	0	15
		13.3%	6.7%	40.0%	13.3%	26.7%	0.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	5	13	7	3	2	1	31
	16.1%	41.9%	22.6%	9.7%	6.5%	3.2%	100.0%	
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	16	23	2	4	1	2	48
		33.3%	47.9%	4.2%	8.3%	2.1%	4.2%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	34	59	32	10	11	7	153
		22.2%	38.6%	20.9%	6.5%	7.2%	4.6%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	38	41	37	11	15	8	150
		25.3%	27.3%	24.7%	7.3%	10.0%	5.3%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	14	19	20	12	10	2	77
	18.2%	24.7%	26.0%	15.6%	13.0%	2.6%	100.0%	
	2	8	3	4	5	0	22	
	9.1%	36.4%	13.6%	18.2%	22.7%	0.0%	100.0%	
รวม		104	150	94	41	42	19	450
		23.1%	33.3%	20.9%	9.1%	9.3%	4.2%	100.0%

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งติดถนนเมนที่ร้อยละ 0.01-2.50 เมื่อพิจารณาในแต่ละระดับราคาพบว่าระดับราคาไม่เกิน 5 ล้านบาท มีอัตราความเต็มใจจ่ายไม่เกินร้อยละ 2.50 และพบว่าในระดับราคาที่สูงขึ้นผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งติดถนนเมนเพิ่มขึ้นแต่ไม่เกินร้อยละ 5.00

ตารางที่ 4.7

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งแปลงหัวมุม

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายของตำแหน่งติดตำแหน่งแปลงหัวมุม						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว- บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	7	5	3	1	0	0	16
		43.8%	31.3%	18.8%	6.3%	0.0%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	21	27	19	10	7	2	86
		24.4%	31.4%	22.1%	11.6%	8.1%	2.3%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	18	28	21	17	11	9	104
		17.3%	26.9%	20.2%	16.3%	10.6%	8.7%	100.0%
บ้านแฝด	5.01-10.00 ล้านบาท	12	11	18	10	7	5	63
		19.0%	17.5%	28.6%	15.9%	11.1%	7.9%	100.0%
	>+10.00 ล้านบาท	2	2	8	8	2	0	22
		9.1%	9.1%	36.4%	36.4%	9.1%	0.0%	100.0%
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	5	14	1	4	0	2	26
		19.2%	53.8%	3.8%	15.4%	0.0%	7.7%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	14	16	10	8	2	2	52
		26.9%	30.8%	19.2%	15.4%	3.8%	3.8%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	1	1	2	6	1	4	15
	6.7%	6.7%	13.3%	40.0%	6.7%	26.7%	100.0%	
ทาวน์เฮาส์	5.01-10.00 ล้านบาท	0	3	1	0	1	0	5
		0.0%	60.0%	20.0%	0.0%	20.0%	0.0%	100.0%
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	1	3	2	0	0	0	6
		16.7%	50.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	1	4	8	2	0	0	15
		6.7%	26.7%	53.3%	13.3%	0.0%	0.0%	100.0%
อาคารพาณิชย์	3.01-5.00 ล้านบาท	8	15	2	3	0	3	31
		25.8%	48.4%	6.5%	9.7%	0.0%	9.7%	100.0%
อาคารพาณิชย์	5.01-10.00 ล้านบาท	0	3	6	0	0	0	9
		0.0%	33.3%	66.7%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	13	22	6	5	0	2	48
		27.1%	45.8%	12.5%	10.4%	0.0%	4.2%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	36	47	37	20	9	4	153
		23.5%	30.7%	24.2%	13.1%	5.9%	2.6%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	27	44	25	26	12	16	150
		18.0%	29.3%	16.7%	17.3%	8.0%	10.7%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	12	17	25	10	8	5	77
	15.6%	22.1%	32.5%	13.0%	10.4%	6.5%	100.0%	
รวม	>+10.00 ล้านบาท	2	2	8	8	2	0	22
		9.1%	9.1%	36.4%	36.4%	9.1%	0.0%	100.0%
รวม	รวม	90	132	101	69	31	27	450
		20.0%	29.3%	22.4%	15.3%	6.9%	6.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งแปลงหัวมุมที่ร้อยละ 0.01-2.50 เมื่อพิจารณาในแต่ละระดับราคาพบว่าระดับราคาไม่เกิน 5 ล้านบาท มีอัตราความเต็มใจจ่ายไม่เกินร้อยละ 2.50 และพบว่าในระดับราคาที่สูงขึ้นผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งแปลงหัวมุมเพิ่มขึ้นแต่ไม่เกินร้อยละ 5.00

ตารางที่ 4.8

ความเต็มใจจ่ายต่อบริเวณที่มีบ้านน้อยหลัง

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายของตำแหน่งบริเวณที่มีบ้านจำนวนน้อยหลัง						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	9	4	2	1	0	0	16
		56.3%	25.0%	12.5%	6.3%	0.0%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	30	27	17	5	4	3	86
		34.9%	31.4%	19.8%	5.8%	4.7%	3.5%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	21	35	12	14	9	13	104
		20.2%	33.7%	11.5%	13.5%	8.7%	12.5%	100.0%
ทาวน์เฮาส์	5.01-10.00 ล้านบาท	17	11	16	7	7	5	63
		27.0%	17.5%	25.4%	11.1%	11.1%	7.9%	100.0%
	>+10.00 ล้านบาท	1	7	4	5	3	2	22
		4.5%	31.8%	18.2%	22.7%	13.6%	9.1%	100.0%
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	9	10	2	3	1	1	26
		34.6%	38.5%	7.7%	11.5%	3.8%	3.8%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	20	19	5	4	3	1	52
		38.5%	36.5%	9.6%	7.7%	5.8%	1.9%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	2	2	1	4	3	3	15
		13.3%	13.3%	6.7%	26.7%	20.0%	20.0%	100.0%
รวม	5.01-10.00 ล้านบาท	1	3	0	0	1	0	5
		20.0%	60.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	100.0%
	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	0	5	1	0	0	0	6
		0.0%	83.3%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
รวม	2.00-3.00 ล้านบาท	5	2	1	3	4	0	15
		33.3%	13.3%	6.7%	20.0%	26.7%	0.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	13	11	2	3	0	2	31
		41.9%	35.5%	6.5%	9.7%	0.0%	6.5%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	1	4	1	3	0	0	9
		11.1%	44.4%	11.1%	33.3%	0.0%	0.0%	100.0%
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	18	19	5	4	1	1	48
		37.5%	39.6%	10.4%	8.3%	2.1%	2.1%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	55	48	23	12	11	4	153
		35.9%	31.4%	15.0%	7.8%	7.2%	2.6%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	36	48	15	21	12	18	150
		24.0%	32.0%	10.0%	14.0%	8.0%	12.0%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	19	18	17	10	8	5	77
	24.7%	23.4%	22.1%	13.0%	10.4%	6.5%	100.0%	
รวม	>+10.00 ล้านบาท	1	7	4	5	3	2	22
		4.5%	31.8%	18.2%	22.7%	13.6%	9.1%	100.0%
รวม	รวม	129	140	64	52	35	30	450
		28.7%	31.1%	14.2%	11.6%	7.8%	6.7%	100.0%

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจจ่ายต่ตำแหน่งบริเวณที่มีบ้านน้อยหลังที่ร้อยละ 0.01-2.50 เมื่อพิจารณาในแต่ละระดับราคาพบว่าระดับราคา 2-3 และ 5-10 ล้านบาท มีความเห็นว่าบริเวณที่มีบ้านน้อยหลังไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ตารางที่ 4.9

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งที่ไม่มีบ้านอยู่ตรงข้าม

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายของตำแหน่งที่ไม่มีบ้านอยู่ตรงข้าม						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	12	3	1	0	0	0	16
		75.0%	18.8%	6.3%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	38	21	19	4	4	0	86
		44.2%	24.4%	22.1%	4.7%	4.7%	0.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	34	27	16	13	6	8	104
		32.7%	26.0%	15.4%	12.5%	5.8%	7.7%	100.0%
		28	11	8	5	5	6	63
5.01-10.00 ล้านบาท	44.4%	17.5%	12.7%	7.9%	7.9%	9.5%	100.0%	
	1	7	9	1	3	1	22	
	4.5%	31.8%	40.9%	4.5%	13.6%	4.5%	100.0%	
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	7	14	0	4	0	1	26
		26.9%	53.8%	0.0%	15.4%	0.0%	3.8%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	26	19	3	3	1	0	52
		50.0%	36.5%	5.8%	5.8%	1.9%	0.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	5	1	2	4	1	2	15
33.3%		6.7%	13.3%	26.7%	6.7%	13.3%	100.0%	
5.01-10.00 ล้านบาท	0	4	1	0	0	0	5	
0.0%	80.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	3	3	0	0	0	0	6
		50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	4	2	7	2	0	0	15
		26.7%	13.3%	46.7%	13.3%	0.0%	0.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	6	16	6	2	0	1	31
19.4%		51.6%	19.4%	6.5%	0.0%	3.2%	100.0%	
5.01-10.00 ล้านบาท	4	2	3	0	0	0	9	
44.4%	22.2%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%		
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	22	20	1	4	0	1	48
		45.8%	41.7%	2.1%	8.3%	0.0%	2.1%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	68	42	29	9	5	0	153
		44.4%	27.5%	19.0%	5.9%	3.3%	0.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	45	44	24	19	7	11	150
		30.0%	29.3%	16.0%	12.7%	4.7%	7.3%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	32	17	12	5	5	6	77
		41.6%	22.1%	15.6%	6.5%	6.5%	7.8%	100.0%
>+10.00 ล้านบาท	1	7	9	1	3	1	22	
	4.5%	31.8%	40.9%	4.5%	13.6%	4.5%	100.0%	
รวม	168	130	75	38	20	19	450	
	37.3%	28.9%	16.7%	8.4%	4.4%	4.2%	100.0%	

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตำแหน่งที่ไม่มีบ้านอยู่ตรงข้ามไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ แต่กลับพบว่าในระดับราคาที่สูงกว่า 10 ล้านบาท มีความเต็มใจจ่ายที่ไม่เกินร้อยละ 5.00

ตารางที่ 4.10

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งติดสโมสร

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายของตำแหน่งติดสโมสร						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	6	9	0	0	1	0	16
		37.5%	56.3%	0.0%	0.0%	6.3%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	37	28	12	4	3	2	86
		43.0%	32.6%	14.0%	4.7%	3.5%	2.3%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	47	27	10	14	0	6	104
		45.2%	26.0%	9.6%	13.5%	0.0%	5.8%	100.0%
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	12	11	1	0	1	1	26
		46.2%	42.3%	3.8%	0.0%	3.8%	3.8%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	22	18	3	6	1	2	52
	42.3%	34.6%	5.8%	11.5%	1.9%	3.8%	100.0%	
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	4	2	0	0	0	0	6
		66.7%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	2	6	3	0	4	0	15
	13.3%	40.0%	20.0%	0.0%	26.7%	0.0%	100.0%	
รวม	3.01-5.00 ล้านบาท	11	13	3	3	0	1	31
		35.5%	41.9%	9.7%	9.7%	0.0%	3.2%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	2	7	0	0	0	0	9
		22.2%	77.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	22	22	1	0	2	1	48
		45.8%	45.8%	2.1%	0.0%	4.2%	2.1%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	61	52	18	10	8	4	153
	39.9%	34.0%	11.8%	6.5%	5.2%	2.6%	100.0%	
3.01-5.00 ล้านบาท	66	42	14	19	2	7	150	
	44.0%	28.0%	9.3%	12.7%	1.3%	4.7%	100.0%	
5.01-10.00 ล้านบาท	31	23	10	6	4	3	77	
	40.3%	29.9%	13.0%	7.8%	5.2%	3.9%	100.0%	
>+10.00 ล้านบาท	8	5	5	2	2	0	22	
	36.4%	22.7%	22.7%	9.1%	9.1%	0.0%	100.0%	
รวม	188	144	48	37	18	15	450	
	41.8%	32.0%	10.7%	8.2%	4.0%	3.3%	100.0%	

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตำแหน่งที่ติดสโมสรไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทุกระดับราคา

ตารางที่ 4.11

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งที่ดินสวนหย่อม

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายของตำแหน่งที่ดินสวนหย่อมขนาดเล็ก						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	3	10	2	1	0	0	16
		18.8%	62.5%	12.5%	6.3%	0.0%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	38	30	10	5	2	1	86
		44.2%	34.9%	11.6%	5.8%	2.3%	1.2%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	35	26	27	10	4	2	104
		33.7%	25.0%	26.0%	9.6%	3.8%	1.9%	100.0%
บ้านแฝด	5.01-10.00 ล้านบาท	20	15	16	6	3	3	63
		31.7%	23.8%	25.4%	9.5%	4.8%	4.8%	100.0%
	>+10.00 ล้านบาท	4	9	4	4	1	0	22
	18.2%	40.9%	18.2%	18.2%	4.5%	0.0%	100.0%	
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	9	14	0	1	2	0	26
		34.6%	53.8%	0.0%	3.8%	7.7%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	23	15	8	4	1	1	52
		44.2%	28.8%	15.4%	7.7%	1.9%	1.9%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	4	7	2	0	2	0	15
	26.7%	46.7%	13.3%	0.0%	13.3%	0.0%	100.0%	
ทาวน์เฮาส์	5.01-10.00 ล้านบาท	4	0	0	1	0	0	5
		80.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	100.0%
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	3	0	0	1	2	0	6
		50.0%	0.0%	0.0%	16.7%	33.3%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	3	3	2	3	4	0	15
		20.0%	20.0%	13.3%	20.0%	26.7%	0.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	12	12	2	4	1	0	31
	38.7%	38.7%	6.5%	12.9%	3.2%	0.0%	100.0%	
อาคารพาณิชย์	5.01-10.00 ล้านบาท	5	4	0	0	0	0	9
		55.6%	44.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	15	24	2	3	4	0	48
		31.3%	50.0%	4.2%	6.3%	8.3%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	64	48	20	12	7	2	153
		41.8%	31.4%	13.1%	7.8%	4.6%	1.3%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	51	45	31	14	7	2	150
		34.0%	30.0%	20.7%	9.3%	4.7%	1.3%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	29	19	16	7	3	3	77
	37.7%	24.7%	20.8%	9.1%	3.9%	3.9%	100.0%	
รวม	>+10.00 ล้านบาท	4	9	4	4	1	0	22
		18.2%	40.9%	18.2%	18.2%	4.5%	0.0%	100.0%
	รวม	163	145	73	40	22	7	450
		36.2%	32.2%	16.2%	8.9%	4.9%	1.6%	100.0%

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตำแหน่งที่ดินสวนหย่อมขนาดเล็กไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ มีเพียงระดับราคาต่ำกว่า 2 ล้านบาทและระดับราคาที่สูงกว่า 10 ล้านบาท มีความยินดีจ่ายเพิ่มขึ้นที่ไม่เกินร้อยละ 2.50

ตารางที่ 4.12

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งติดทะเลสาบ

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายของตำแหน่งติดทะเลสาบภายในโครงการ						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	5	5	3	3	0	0	16
		31.3%	31.3%	18.8%	18.8%	0.0%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	24	27	17	14	1	3	86
		27.9%	31.4%	19.8%	16.3%	1.2%	3.5%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	22	17	25	19	15	6	104
		21.2%	16.3%	24.0%	18.3%	14.4%	5.8%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	10	9	21	11	9	3	63
	15.9%	14.3%	33.3%	17.5%	14.3%	4.8%	100.0%	
	>+10.00 ล้านบาท	3	2	3	6	4	4	22
		13.6%	9.1%	13.6%	27.3%	18.2%	18.2%	100.0%
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	4	16	3	1	1	1	26
		15.4%	61.5%	11.5%	3.8%	3.8%	3.8%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	13	18	7	11	2	1	52
		25.0%	34.6%	13.5%	21.2%	3.8%	1.9%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	4	3	3	3	2	0	15
	26.7%	20.0%	20.0%	20.0%	13.3%	0.0%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	2	2	0	0	1	5
		0.0%	40.0%	40.0%	0.0%	0.0%	20.0%	100.0%
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	3	0	0	0	3	0	6
		50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	1	6	4	0	1	3	15
		6.7%	40.0%	26.7%	0.0%	6.7%	20.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	7	12	8	2	1	1	31
	22.6%	38.7%	25.8%	6.5%	3.2%	3.2%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	2	2	2	3	0	0	9
		22.2%	22.2%	22.2%	33.3%	0.0%	0.0%	100.0%
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	12	21	6	4	4	1	48
		25.0%	43.8%	12.5%	8.3%	8.3%	2.1%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	38	51	28	25	4	7	153
		24.8%	33.3%	18.3%	16.3%	2.6%	4.6%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	33	32	36	24	18	7	150
		22.0%	21.3%	24.0%	16.0%	12.0%	4.7%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	12	13	25	14	9	4	77
		15.6%	16.9%	32.5%	18.2%	11.7%	5.2%	100.0%
	>+10.00 ล้านบาท	3	2	3	6	4	4	22
		13.6%	9.1%	13.6%	27.3%	18.2%	18.2%	100.0%
	รวม	98	119	98	73	39	23	450
		21.8%	26.4%	21.8%	16.2%	8.7%	5.1%	100.0%

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งติดทะเลสาบภายในโครงการที่ร้อยละ 0.01-2.50 เมื่อพิจารณาในแต่ละระดับราคาพบว่าระดับราคาไม่เกิน 3 ล้านบาท มีอัตราความเต็มใจจ่ายไม่เกินร้อยละ 2.50 และพบว่าในระดับราคาที่สูงขึ้นผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจจ่ายเพิ่มขึ้นแต่ไม่เกินร้อยละ 7.50

ตารางที่ 4.13

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งที่หน้าบ้านหันไปทิศเหนือ

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายของตำแหน่งที่หน้าบ้านหันไปทิศเหนือ						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	5	7	3	1	0	0	16
		31.3%	43.8%	18.8%	6.3%	0.0%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	19	39	16	6	4	2	86
		22.1%	45.3%	18.6%	7.0%	4.7%	2.3%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	29	24	28	11	10	2	104
		27.9%	23.1%	26.9%	10.6%	9.6%	1.9%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	12	9	26	8	6	2	63
	19.0%	14.3%	41.3%	12.7%	9.5%	3.2%	100.0%	
	>+10.00 ล้านบาท	2	4	5	8	3	0	22
		9.1%	18.2%	22.7%	36.4%	13.6%	0.0%	100.0%
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	6	17	2	0	1	0	26
		23.1%	65.4%	7.7%	0.0%	3.8%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	14	23	8	5	1	1	52
		26.9%	44.2%	15.4%	9.6%	1.9%	1.9%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	1	4	1	3	6	0	15
	6.7%	26.7%	6.7%	20.0%	40.0%	0.0%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	2	2	1	0	0	5
		0.0%	40.0%	40.0%	20.0%	0.0%	0.0%	100.0%
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	0	3	0	2	1	0	6
		0.0%	50.0%	0.0%	33.3%	16.7%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	2	6	6	0	1	0	15
		13.3%	40.0%	40.0%	0.0%	6.7%	0.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	5	15	4	4	3	0	31
	16.1%	48.4%	12.9%	12.9%	9.7%	0.0%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	2	4	3	0	0	0	9
		22.2%	44.4%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	11	27	5	3	2	0	48
		22.9%	56.3%	10.4%	6.3%	4.2%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	35	68	30	11	6	3	153
		22.9%	44.4%	19.6%	7.2%	3.9%	2.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	35	43	33	18	19	2	150
		23.3%	28.7%	22.0%	12.0%	12.7%	1.3%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	14	15	31	9	6	2	77
		18.2%	19.5%	40.3%	11.7%	7.8%	2.6%	100.0%
	>+10.00 ล้านบาท	2	4	5	8	3	0	22
		9.1%	18.2%	22.7%	36.4%	13.6%	0.0%	100.0%
	รวม	97	157	104	49	36	7	450
		21.6%	34.9%	23.1%	10.9%	8.0%	1.6%	100.0%

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งที่หน้าบ้านหันไปทิศเหนือที่ร้อยละ 0.01-2.50 เมื่อพิจารณาในแต่ละระดับราคาพบว่าระดับราคาไม่เกิน 5 ล้านบาท มีอัตราความเต็มใจจ่ายไม่เกินร้อยละ 2.50 และพบว่าในระดับราคาที่สูงขึ้นผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจจ่ายเพิ่มขึ้นแต่ไม่เกินร้อยละ 7.50

ตารางที่ 4.14

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งที่หน้าบ้านหันไปทิศใด

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายของตำแหน่งที่หน้าบ้านหันไปทิศใด						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	9	4	2	1	0	0	16
		56.3%	25.0%	12.5%	6.3%	0.0%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	42	19	14	7	2	2	86
		48.8%	22.1%	16.3%	8.1%	2.3%	2.3%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	35	31	22	11	4	1	104
		33.7%	29.8%	21.2%	10.6%	3.8%	1.0%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	16	18	17	6	4	2	63
	25.4%	28.6%	27.0%	9.5%	6.3%	3.2%	100.0%	
	>+10.00 ล้านบาท	5	6	6	5	0	0	22
		22.7%	27.3%	27.3%	22.7%	0.0%	0.0%	100.0%
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	17	4	4	0	1	0	26
		65.4%	15.4%	15.4%	0.0%	3.8%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	29	12	4	4	2	1	52
		55.8%	23.1%	7.7%	7.7%	3.8%	1.9%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	4	3	1	2	5	0	15
	26.7%	20.0%	6.7%	13.3%	33.3%	0.0%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	1	3	0	1	0	0	5
		20.0%	60.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	100.0%
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	3	0	0	2	0	1	6
		50.0%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	16.7%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	10	3	1	0	1	0	15
		66.7%	20.0%	6.7%	0.0%	6.7%	0.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	14	11	2	4	0	0	31
	45.2%	35.5%	6.5%	12.9%	0.0%	0.0%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	3	6	0	0	0	0	9
		33.3%	66.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	29	8	6	3	1	1	48
		60.4%	16.7%	12.5%	6.3%	2.1%	2.1%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	81	34	19	11	5	3	153
		52.9%	22.2%	12.4%	7.2%	3.3%	2.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	53	45	25	17	9	1	150
		35.3%	30.0%	16.7%	11.3%	6.0%	0.7%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	20	27	17	7	4	2	77
		26.0%	35.1%	22.1%	9.1%	5.2%	2.6%	100.0%
	>+10.00 ล้านบาท	5	6	6	5	0	0	22
		22.7%	27.3%	27.3%	22.7%	0.0%	0.0%	100.0%
	รวม	188	120	73	43	19	7	450
		41.8%	26.7%	16.2%	9.6%	4.2%	1.6%	100.0%

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตำแหน่งที่หน้าบ้านหันไปทางทิศใดไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ตารางที่ 4.15

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งทางสามแพรง

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายของตำแหน่งทางสามแพรง						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	3	0	1	1	7	4	16
		18.8%	0.0%	6.3%	6.3%	43.8%	25.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	7	16	13	22	11	17	86
		8.1%	18.6%	15.1%	25.6%	12.8%	19.8%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	5	11	12	20	19	37	104
		4.8%	10.6%	11.5%	19.2%	18.3%	35.6%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	3	5	7	19	2	27	63
	4.8%	7.9%	11.1%	30.2%	3.2%	42.9%	100.0%	
	>+10.00 ล้านบาท	1	0	1	7	3	10	22
		4.5%	0.0%	4.5%	31.8%	13.6%	45.5%	100.0%
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	0	5	7	5	7	2	26
		0.0%	19.2%	26.9%	19.2%	26.9%	7.7%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	2	3	9	18	5	15	52
		3.8%	5.8%	17.3%	34.6%	9.6%	28.8%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	0	3	1	0	3	8	15
	0.0%	20.0%	6.7%	0.0%	20.0%	53.3%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	0	0	0	0	5	5
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	2	0	0	0	0	4	6
		33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	0	6	0	4	4	1	15
		0.0%	40.0%	0.0%	26.7%	26.7%	6.7%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	0	3	9	0	10	9	31
	0.0%	9.7%	29.0%	0.0%	32.3%	29.0%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	0	0	2	5	2	9
		0.0%	0.0%	0.0%	22.2%	55.6%	22.2%	100.0%
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	5	5	8	6	14	10	48
		10.4%	10.4%	16.7%	12.5%	29.2%	20.8%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	9	25	22	44	20	33	153
		5.9%	16.3%	14.4%	28.8%	13.1%	21.6%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	5	17	22	20	32	54	150
		3.3%	11.3%	14.7%	13.3%	21.3%	36.0%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	3	5	7	21	7	34	77
		3.9%	6.5%	9.1%	27.3%	9.1%	44.2%	100.0%
	>+10.00 ล้านบาท	1	0	1	7	3	10	22
		4.5%	0.0%	4.5%	31.8%	13.6%	45.5%	100.0%
	รวม	23	52	60	98	76	141	450
		5.1%	11.6%	13.3%	21.8%	16.9%	31.3%	100.0%

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตำแหน่งทางสามแพรงมีผลทางลบต่อการตัดสินใจซื้อโดยมีอัตราความเต็มใจจ่ายที่ลดลงมากกว่าร้อยละ 10 ขึ้นไป หรือถ้าผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้อบ้านในตำแหน่งดังกล่าวจะต้องได้ส่วนลดมากกว่าร้อยละ 10 ถึงจะมีความสนใจที่จะซื้อ

ตารางที่ 4.16

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งติดบ่อบำบัด

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายที่ลดลงของตำแหน่งติดบ่อบำบัด						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	2	1	1	1	6	5	16
		12.5%	6.3%	6.3%	6.3%	37.5%	31.3%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	5	14	13	18	16	20	86
		5.8%	16.3%	15.1%	20.9%	18.6%	23.3%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	7	12	10	21	17	37	104
		6.7%	11.5%	9.6%	20.2%	16.3%	35.6%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	3	5	6	20	4	25	63
	4.8%	7.9%	9.5%	31.7%	6.3%	39.7%	100.0%	
	>+10.00 ล้านบาท	1	0	3	5	5	8	22
		4.5%	0.0%	13.6%	22.7%	22.7%	36.4%	100.0%
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	0	5	7	6	6	2	26
		0.0%	19.2%	26.9%	23.1%	23.1%	7.7%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	2	3	10	16	10	11	52
		3.8%	5.8%	19.2%	30.8%	19.2%	21.2%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	0	3	2	1	1	8	15
	0.0%	20.0%	13.3%	6.7%	6.7%	53.3%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	0	0	0	0	5	5
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	2	0	0	0	0	4	6
		33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	1	2	1	5	2	4	15
		6.7%	13.3%	6.7%	33.3%	13.3%	26.7%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	0	6	5	4	9	7	31
	0.0%	19.4%	16.1%	12.9%	29.0%	22.6%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	0	1	2	5	1	9
		0.0%	0.0%	11.1%	22.2%	55.6%	11.1%	100.0%
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	4	6	8	7	12	11	48
		8.3%	12.5%	16.7%	14.6%	25.0%	22.9%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	8	19	24	39	28	35	153
		5.2%	12.4%	15.7%	25.5%	18.3%	22.9%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	7	21	17	26	27	52	150
		4.7%	14.0%	11.3%	17.3%	18.0%	34.7%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	3	5	7	22	9	31	77
		3.9%	6.5%	9.1%	28.6%	11.7%	40.3%	100.0%
	>+10.00 ล้านบาท	1	0	3	5	5	8	22
		4.5%	0.0%	13.6%	22.7%	22.7%	36.4%	100.0%
	รวม	23	51	59	99	81	137	450
		5.1%	11.3%	13.1%	22.0%	18.0%	30.4%	100.0%

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตำแหน่งติดบ่อบำบัดมีผลทางลบต่อการตัดสินใจซื้อโดยมีอัตราความเต็มใจจ่ายที่ลดลงมากกว่าร้อยละ 10 ขึ้นไปหรือถ้าผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้อบ้านในตำแหน่งดังกล่าวจะต้องได้ส่วนลดมากกว่าร้อยละ 10 ถึงจะมีความสนใจที่จะซื้อ

ตารางที่ 4.17

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งท้ายโครงการ

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายที่ลดลงของตำแหน่งท้ายโครงการ						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	4	3	2	3	3	1	16
		25.0%	18.8%	12.5%	18.8%	18.8%	6.3%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	15	28	18	13	4	8	86
		17.4%	32.6%	20.9%	15.1%	4.7%	9.3%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	17	19	25	15	15	13	104
		16.3%	18.3%	24.0%	14.4%	14.4%	12.5%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	5	14	9	15	7	13	63
	7.9%	22.2%	14.3%	23.8%	11.1%	20.6%	100.0%	
	>+10.00 ล้านบาท	1	3	4	6	6	2	22
		4.5%	13.6%	18.2%	27.3%	27.3%	9.1%	100.0%
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	5	11	6	1	3	0	26
		19.2%	42.3%	23.1%	3.8%	11.5%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	8	11	13	8	7	5	52
		15.4%	21.2%	25.0%	15.4%	13.5%	9.6%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	1	3	3	4	0	4	15
	6.7%	20.0%	20.0%	26.7%	0.0%	26.7%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	0	3	1	0	1	5
		0.0%	0.0%	60.0%	20.0%	0.0%	20.0%	100.0%
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	2	0	0	0	0	4	6
		33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	2	3	4	5	1	0	15
		13.3%	20.0%	26.7%	33.3%	6.7%	0.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	5	3	14	7	2	0	31
	16.1%	9.7%	45.2%	22.6%	6.5%	0.0%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	3	2	3	0	1	9
		0.0%	33.3%	22.2%	33.3%	0.0%	11.1%	100.0%
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	11	14	8	4	6	5	48
		22.9%	29.2%	16.7%	8.3%	12.5%	10.4%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	25	42	35	26	12	13	153
		16.3%	27.5%	22.9%	17.0%	7.8%	8.5%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	23	25	42	26	17	17	150
		15.3%	16.7%	28.0%	17.3%	11.3%	11.3%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	5	17	14	19	7	15	77
		6.5%	22.1%	18.2%	24.7%	9.1%	19.5%	100.0%
	>+10.00 ล้านบาท	1	3	4	6	6	2	22
		4.5%	13.6%	18.2%	27.3%	27.3%	9.1%	100.0%
	รวม	65	101	103	81	48	52	450
		14.4%	22.4%	22.9%	18.0%	10.7%	11.6%	100.0%

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตำแหน่งท้ายโครงการมีผลทางลบต่อการตัดสินใจซื้อโดยมีอัตราความเต็มใจจ่ายที่ลดลงไม่เกินร้อยละ 5.00 โดยใน ระดับราคาที่ไม่เกิน 3 ล้านบาท พบว่ามีความยินดีจ่ายลดลงร้อยละไม่เกินร้อยละ 2.50 และในระดับ ราคาที่สูงขึ้นพบว่ามีความยินดีจ่ายลดลงร้อยละสูงขึ้นแต่ไม่เกินร้อยละ 7.50

ตารางที่ 4.18

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งชอยตัน

ประเภท ที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่ อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายที่ลดลงของตำแหน่งชอยตัน						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้าน เดี่ยว- บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	3	1	6	4	2	0	16
		18.8%	6.3%	37.5%	25.0%	12.5%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	16	32	14	7	9	8	86
		18.6%	37.2%	16.3%	8.1%	10.5%	9.3%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	38	8	23	19	7	9	104
		36.5%	7.7%	22.1%	18.3%	6.7%	8.7%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	9	8	16	12	11	7	63
	14.3%	12.7%	25.4%	19.0%	17.5%	11.1%	100.0%	
	>+10.00 ล้านบาท	2	5	5	3	5	2	22
		9.1%	22.7%	22.7%	13.6%	22.7%	9.1%	100.0%
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	6	12	4	1	1	2	26
		23.1%	46.2%	15.4%	3.8%	3.8%	7.7%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	9	20	4	9	7	3	52
		17.3%	38.5%	7.7%	17.3%	13.5%	5.8%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	1	3	6	2	1	2	15
	6.7%	20.0%	40.0%	13.3%	6.7%	13.3%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	0	1	4	0	0	5
		0.0%	0.0%	20.0%	80.0%	0.0%	0.0%	100.0%
อาคาร พาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	2	0	0	0	3	1	6
		33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	16.7%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	2	2	4	3	4	0	15
		13.3%	13.3%	26.7%	20.0%	26.7%	0.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	7	5	10	8	1	0	31
	22.6%	16.1%	32.3%	25.8%	3.2%	0.0%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	2	6	0	0	1	9
		0.0%	22.2%	66.7%	0.0%	0.0%	11.1%	100.0%
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	11	13	10	5	6	3	48
		22.9%	27.1%	20.8%	10.4%	12.5%	6.3%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	27	54	22	19	20	11	153
		17.6%	35.3%	14.4%	12.4%	13.1%	7.2%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	46	16	39	29	9	11	150
		30.7%	10.7%	26.0%	19.3%	6.0%	7.3%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	9	10	23	16	11	8	77
		11.7%	13.0%	29.9%	20.8%	14.3%	10.4%	100.0%
	>+10.00 ล้านบาท	2	5	5	3	5	2	22
		9.1%	22.7%	22.7%	13.6%	22.7%	9.1%	100.0%
	รวม	95	98	99	72	51	35	450
		21.1%	21.8%	22.0%	16.0%	11.3%	7.8%	100.0%

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตำแหน่งชอยตันมีผลทางลบต่อการตัดสินใจซื้อโดยมีอัตราความเต็มใจจ่ายที่ลดลงไม่เกินร้อยละ 5.00 โดยในระดับราคาที่ไม่เกิน 3 ล้านบาท พบว่ามีความยินดีจ่ายลดลงร้อยละไม่เกินร้อยละ 2.50 และในระดับราคาที่สูงขึ้นพบว่ามีความยินดีจ่ายลดลงสูงขึ้นแต่ไม่เกินร้อยละ 5.00

ตารางที่ 4.19

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งหน้าบ้านหันไปทางทิศตะวันตก

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายที่ลดลงของตำแหน่งหน้าบ้านหันไปทางทิศตะวันตก						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	2	4	2	3	3	2	16
		12.5%	25.0%	12.5%	18.8%	18.8%	12.5%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	21	14	18	18	10	5	86
		24.4%	16.3%	20.9%	20.9%	11.6%	5.8%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	20	15	16	21	16	16	104
		19.2%	14.4%	15.4%	20.2%	15.4%	15.4%	100.0%
บ้านแฝด	5.01-10.00 ล้านบาท	3	13	14	13	9	11	63
		4.8%	20.6%	22.2%	20.6%	14.3%	17.5%	100.0%
	>+10.00 ล้านบาท	1	3	3	5	4	6	22
	4.5%	13.6%	13.6%	22.7%	18.2%	27.3%	100.0%	
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	2	8	9	3	3	1	26
		7.7%	30.8%	34.6%	11.5%	11.5%	3.8%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	5	5	17	9	12	4	52
		9.6%	9.6%	32.7%	17.3%	23.1%	7.7%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	0	4	5	1	3	2	15
	0.0%	26.7%	33.3%	6.7%	20.0%	13.3%	100.0%	
5.01-10.00 ล้านบาท	0	0	1	0	2	2	5	
	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	40.0%	40.0%	100.0%	
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	2	0	0	0	3	1	6
		33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	16.7%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	1	2	3	5	4	0	15
		6.7%	13.3%	20.0%	33.3%	26.7%	0.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	4	4	4	5	11	3	31
	12.9%	12.9%	12.9%	16.1%	35.5%	9.7%	100.0%	
5.01-10.00 ล้านบาท	0	0	0	6	2	1	9	
	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	22.2%	11.1%	100.0%	
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	6	12	11	6	9	4	48
		12.5%	25.0%	22.9%	12.5%	18.8%	8.3%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	27	21	38	32	26	9	153
		17.6%	13.7%	24.8%	20.9%	17.0%	5.9%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	24	23	25	27	30	21	150
		16.0%	15.3%	16.7%	18.0%	20.0%	14.0%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	3	13	15	19	13	14	77
	3.9%	16.9%	19.5%	24.7%	16.9%	18.2%	100.0%	
>+10.00 ล้านบาท	1	3	3	5	4	6	22	
	4.5%	13.6%	13.6%	22.7%	18.2%	27.3%	100.0%	
รวม		61	72	92	89	82	54	450
		13.6%	16.0%	20.4%	19.8%	18.2%	12.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตำแหน่งหน้าบ้านหันไปทางทิศตะวันตกมีผลทางลบต่อการตัดสินใจซื้อโดยมีอัตราความเต็มใจจ่ายที่ลดลงไม่เกินร้อยละ 5.00 โดยในระดับราคาที่ไม่เกิน 3 ล้านบาท พบว่ามีความยินดีจ่ายลดลงร้อยละไม่เกินร้อยละ 5.00 และในระดับราคาที่สูงขึ้นพบว่ามีความยินดีจ่ายลดลงร้อยละสูงขึ้นแต่ไม่เกินร้อยละ 7.50

ตารางที่ 4.20

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งหน้าบ้านหันไปทางทิศตะวันออก

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายที่ลดลงของตำแหน่งหน้าบ้านหันไปทางทิศตะวันออก						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	5	1	6	3	0	1	16
		31.3%	6.3%	37.5%	18.8%	0.0%	6.3%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	21	27	15	9	10	4	86
		24.4%	31.4%	17.4%	10.5%	11.6%	4.7%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	31	14	20	25	6	8	104
		29.8%	13.5%	19.2%	24.0%	5.8%	7.7%	100.0%
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	6	14	4	1	1	0	26
		23.1%	53.8%	15.4%	3.8%	3.8%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	15	11	16	3	6	1	52
	28.8%	21.2%	30.8%	5.8%	11.5%	1.9%	100.0%	
อาคารพาณิชย์	3.01-5.00 ล้านบาท	2	3	5	1	1	3	15
		13.3%	20.0%	33.3%	6.7%	6.7%	20.0%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	0	2	3	0	0	5
		0.0%	0.0%	40.0%	60.0%	0.0%	0.0%	100.0%
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	2	0	0	0	0	4	6
		33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	3	5	4	0	3	0	15
		20.0%	33.3%	26.7%	0.0%	20.0%	0.0%	100.0%
รวม	3.01-5.00 ล้านบาท	5	10	8	6	1	1	31
		16.1%	32.3%	25.8%	19.4%	3.2%	3.2%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	3	5	0	0	1	9
		0.0%	33.3%	55.6%	0.0%	0.0%	11.1%	100.0%
	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	13	15	10	4	1	5	48
		27.1%	31.3%	20.8%	8.3%	2.1%	10.4%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	39	43	35	12	19	5	153
	25.5%	28.1%	22.9%	7.8%	12.4%	3.3%	100.0%	
3.01-5.00 ล้านบาท	38	27	33	32	8	12	150	
	25.3%	18.0%	22.0%	21.3%	5.3%	8.0%	100.0%	
5.01-10.00 ล้านบาท	8	18	20	15	7	9	77	
	10.4%	23.4%	26.0%	19.5%	9.1%	11.7%	100.0%	
>+10.00 ล้านบาท	3	6	5	4	2	2	22	
	13.6%	27.3%	22.7%	18.2%	9.1%	9.1%	100.0%	
รวม	101	109	103	67	37	33	450	
	22.4%	24.2%	22.9%	14.9%	8.2%	7.3%	100.0%	

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตำแหน่งหน้าบ้านหันไปทางทิศตะวันออกมีผลทางลบต่อการตัดสินใจซื้อโดยมีอัตราความเต็มใจจ่ายที่ลดลงไม่เกินร้อยละ 2.50

ตารางที่ 4.21

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งใกล้หม้อแปลงไฟฟ้า

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายที่ลดลงของตำแหน่งใกล้หม้อแปลงไฟฟ้า						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว- บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	3	0	4	6	1	2	16
		18.8%	0.0%	25.0%	37.5%	6.3%	12.5%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	6	22	15	18	13	12	86
		7.0%	25.6%	17.4%	20.9%	15.1%	14.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	7	19	15	26	14	23	104
		6.7%	18.3%	14.4%	25.0%	13.5%	22.1%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	1	7	8	21	11	15	63
	1.6%	11.1%	12.7%	33.3%	17.5%	23.8%	100.0%	
	>+10.00 ล้านบาท	1	2	1	5	9	4	22
		4.5%	9.1%	4.5%	22.7%	40.9%	18.2%	100.0%
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	0	6	6	7	5	2	26
		0.0%	23.1%	23.1%	26.9%	19.2%	7.7%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	3	6	16	9	12	6	52
		5.8%	11.5%	30.8%	17.3%	23.1%	11.5%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	0	2	6	2	0	5	15
	0.0%	13.3%	40.0%	13.3%	0.0%	33.3%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	0	1	1	3	0	5
		0.0%	0.0%	20.0%	20.0%	60.0%	0.0%	100.0%
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	2	0	0	0	0	4	6
		33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	4	2	0	5	4	0	15
		26.7%	13.3%	0.0%	33.3%	26.7%	0.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	1	4	8	6	8	4	31
	3.2%	12.9%	25.8%	19.4%	25.8%	12.9%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	0	1	0	7	1	9
		0.0%	0.0%	11.1%	0.0%	77.8%	11.1%	100.0%
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	5	6	10	13	6	8	48
		10.4%	12.5%	20.8%	27.1%	12.5%	16.7%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	13	30	31	32	29	18	153
		8.5%	19.6%	20.3%	20.9%	19.0%	11.8%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	8	25	29	34	22	32	150
		5.3%	16.7%	19.3%	22.7%	14.7%	21.3%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	1	7	10	22	21	16	77
		1.3%	9.1%	13.0%	28.6%	27.3%	20.8%	100.0%
	>+10.00 ล้านบาท	1	2	1	5	9	4	22
		4.5%	9.1%	4.5%	22.7%	40.9%	18.2%	100.0%
	รวม	28	70	81	106	87	78	450
		6.2%	15.6%	18.0%	23.6%	19.3%	17.3%	100.0%

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตำแหน่งใกล้หม้อแปลงไฟฟ้ามีผลทางลบต่อการตัดสินใจซื้อโดยมีอัตราความเต็มใจจ่ายที่ลดลงไม่เกินร้อยละ 7.50 ในทุกระดับราคา

ตารางที่ 4.22

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งเพื่อนบ้านเลี้ยงสัตว์เลี้ยง

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายที่ลดลงของตำแหน่งเพื่อนบ้านมีสัตว์เลี้ยง						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	4	1	3	6	2	0	16
		25.0%	6.3%	18.8%	37.5%	12.5%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	19	29	12	9	12	5	86
		22.1%	33.7%	14.0%	10.5%	14.0%	5.8%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	32	21	17	14	10	10	104
		30.8%	20.2%	16.3%	13.5%	9.6%	9.6%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	15	13	11	10	6	8	63
	23.8%	20.6%	17.5%	15.9%	9.5%	12.7%	100.0%	
	>+10.00 ล้านบาท	3	5	4	4	5	1	22
		13.6%	22.7%	18.2%	18.2%	22.7%	4.5%	100.0%
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	4	12	7	0	2	1	26
		15.4%	46.2%	26.9%	0.0%	7.7%	3.8%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	13	19	8	6	3	3	52
		25.0%	36.5%	15.4%	11.5%	5.8%	5.8%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	6	2	0	3	3	1	15
	40.0%	13.3%	0.0%	20.0%	20.0%	6.7%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	0	4	1	0	0	5
		0.0%	0.0%	80.0%	20.0%	0.0%	0.0%	100.0%
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	0	0	3	0	0	3	6
		0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	50.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	1	6	5	2	0	1	15
		6.7%	40.0%	33.3%	13.3%	0.0%	6.7%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	9	9	8	1	3	1	31
	29.0%	29.0%	25.8%	3.2%	9.7%	3.2%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	3	5	0	1	0	9
		0.0%	33.3%	55.6%	0.0%	11.1%	0.0%	100.0%
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	8	13	13	6	4	4	48
		16.7%	27.1%	27.1%	12.5%	8.3%	8.3%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	33	54	25	17	15	9	153
		21.6%	35.3%	16.3%	11.1%	9.8%	5.9%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	47	32	25	18	16	12	150
		31.3%	21.3%	16.7%	12.0%	10.7%	8.0%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	15	16	20	11	7	8	77
		19.5%	20.8%	26.0%	14.3%	9.1%	10.4%	100.0%
	>+10.00 ล้านบาท	3	5	4	4	5	1	22
		13.6%	22.7%	18.2%	18.2%	22.7%	4.5%	100.0%
	รวม	106	120	87	56	47	34	450
		23.6%	26.7%	19.3%	12.4%	10.4%	7.6%	100.0%

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตำแหน่งเพื่อนบ้านมีสัตว์เลี้ยงมีผลทางลบต่อการตัดสินใจซื้อโดยมีอัตราความเต็มใจจ่ายที่ลดลงไม่เกินร้อยละ 2.50

ตารางที่ 4.23

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งใกล้สายไฟฟ้าแรงสูงที่มีเสาเป็นโครงเหล็กถัก

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายที่ลดลงของตำแหน่งใกล้สายไฟฟ้าแรงสูงที่มีเสาเป็นโครง						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว- บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	2	2	4	4	1	3	16
		12.5%	12.5%	25.0%	25.0%	6.3%	18.8%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	8	15	10	12	23	18	86
		9.3%	17.4%	11.6%	14.0%	26.7%	20.9%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	9	12	11	17	21	34	104
		8.7%	11.5%	10.6%	16.3%	20.2%	32.7%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	1	5	5	22	7	23	63
	1.6%	7.9%	7.9%	34.9%	11.1%	36.5%	100.0%	
	>+10.00 ล้านบาท	1	2	3	3	2	11	22
		4.5%	9.1%	13.6%	13.6%	9.1%	50.0%	100.0%
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	0	6	5	1	5	9	26
		0.0%	23.1%	19.2%	3.8%	19.2%	34.6%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	3	4	6	9	17	13	52
		5.8%	7.7%	11.5%	17.3%	32.7%	25.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	0	6	0	2	2	5	15
	0.0%	40.0%	0.0%	13.3%	13.3%	33.3%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	0	1	0	0	4	5
		0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	80.0%	100.0%
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	2	0	0	0	1	3	6
		33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	50.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	1	2	4	1	1	6	15
		6.7%	13.3%	26.7%	6.7%	6.7%	40.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	1	0	3	8	7	12	31
	3.2%	0.0%	9.7%	25.8%	22.6%	38.7%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	0	0	0	2	7	9
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	22.2%	77.8%	100.0%
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	4	8	9	5	7	15	48
		8.3%	16.7%	18.8%	10.4%	14.6%	31.3%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	12	21	20	22	41	37	153
		7.8%	13.7%	13.1%	14.4%	26.8%	24.2%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	10	18	14	27	30	51	150
		6.7%	12.0%	9.3%	18.0%	20.0%	34.0%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	1	5	6	22	9	34	77
		1.3%	6.5%	7.8%	28.6%	11.7%	44.2%	100.0%
	>+10.00 ล้านบาท	1	2	3	3	2	11	22
		4.5%	9.1%	13.6%	13.6%	9.1%	50.0%	100.0%
	รวม	28	54	52	79	89	148	450
		6.2%	12.0%	11.6%	17.6%	19.8%	32.9%	100.0%

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตำแหน่งใกล้สายไฟฟ้าแรงสูงที่มีเสาเป็นโครงเหล็กถักมีผลทางลบต่อการตัดสินใจซื้อโดยมีอัตราความเต็มใจจ่ายที่ลดลงมากกว่าร้อยละ 10 ในทุกระดับราคา

ตารางที่ 4.24

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งติดร้านค้าขายของชำ

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายที่ลดลงของตำแหน่งร้านค้าขายของชำ						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	7	3	5	1	0	0	16
		43.8%	18.8%	31.3%	6.3%	0.0%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	23	27	13	13	9	1	86
		26.7%	31.4%	15.1%	15.1%	10.5%	1.2%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	25	17	30	17	10	5	104
		24.0%	16.3%	28.8%	16.3%	9.6%	4.8%	100.0%
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	7	14	23	9	5	5	63
		11.1%	22.2%	36.5%	14.3%	7.9%	7.9%	100.0%
	>+10.00 ล้านบาท	1	4	8	2	4	3	22
	4.5%	18.2%	36.4%	9.1%	18.2%	13.6%	100.0%	
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	8	14	3	0	1	0	26
		30.8%	53.8%	11.5%	0.0%	3.8%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	14	15	7	8	5	3	52
		26.9%	28.8%	13.5%	15.4%	9.6%	5.8%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	0	8	1	2	1	3	15
	0.0%	53.3%	6.7%	13.3%	6.7%	20.0%	100.0%	
รวม	5.01-10.00 ล้านบาท	0	3	2	0	0	0	5
		0.0%	60.0%	40.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	0	0	2	0	3	1	6
		0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	50.0%	16.7%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	7	5	1	2	0	0	15
	46.7%	33.3%	6.7%	13.3%	0.0%	0.0%	100.0%	
รวม	3.01-5.00 ล้านบาท	8	7	12	4	0	0	31
		25.8%	22.6%	38.7%	12.9%	0.0%	0.0%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	5	3	0	0	0	1	9
		55.6%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	100.0%
	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	15	17	10	1	4	1	48
		31.3%	35.4%	20.8%	2.1%	8.3%	2.1%	100.0%
รวม	2.00-3.00 ล้านบาท	44	47	21	23	14	4	153
		28.8%	30.7%	13.7%	15.0%	9.2%	2.6%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	33	32	43	23	11	8	150
		22.0%	21.3%	28.7%	15.3%	7.3%	5.3%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	12	20	25	9	5	6	77
		15.6%	26.0%	32.5%	11.7%	6.5%	7.8%	100.0%
รวม	>+10.00 ล้านบาท	1	4	8	2	4	3	22
		4.5%	18.2%	36.4%	9.1%	18.2%	13.6%	100.0%
	รวม	105	120	107	58	38	22	450
		23.3%	26.7%	23.8%	12.9%	8.4%	4.9%	100.0%

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตำแหน่งติดร้านค้าขายของชำมีผลทางลบต่อการตัดสินใจซื้อโดยมีอัตราความเต็มใจจ่ายที่ลดลงไม่เกินร้อยละ 2.50 โดยในระดับราคาที่ไม่เกิน 3 ล้านบาท พบว่ามีความยินดีจ่ายลดลงร้อยละไม่เกินร้อยละ 2.50 และในระดับราคาที่สูงขึ้นพบว่ามีความยินดีจ่ายลดลงสูงขึ้นแต่ไม่เกินร้อยละ 5.00

ตารางที่ 4.25

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งติดร้านค้าขายอาหาร

ประเภท ที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่ อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายที่ลดลงของตำแหน่งร้านค้าขายอาหาร						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้าน เดี่ยว- บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	4	4	6	2	0	0	16
		25.0%	25.0%	37.5%	12.5%	0.0%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	19	27	14	13	10	3	86
		22.1%	31.4%	16.3%	15.1%	11.6%	3.5%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	20	18	29	16	10	11	104
		19.2%	17.3%	27.9%	15.4%	9.6%	10.6%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	6	14	21	9	6	7	63
	9.5%	22.2%	33.3%	14.3%	9.5%	11.1%	100.0%	
	>+10.00 ล้านบาท	1	4	7	3	4	3	22
		4.5%	18.2%	31.8%	13.6%	18.2%	13.6%	100.0%
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	4	18	3	0	1	0	26
		15.4%	69.2%	11.5%	0.0%	3.8%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	16	13	8	6	6	3	52
		30.8%	25.0%	15.4%	11.5%	11.5%	5.8%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	1	7	1	1	2	3	15
	6.7%	46.7%	6.7%	6.7%	13.3%	20.0%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	3	2	0	0	0	5
		0.0%	60.0%	40.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
อาคาร พาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	3	0	0	1	2	0	6
		50.0%	0.0%	0.0%	16.7%	33.3%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	6	6	1	2	0	0	15
		40.0%	40.0%	6.7%	13.3%	0.0%	0.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	6	10	9	5	1	0	31
	19.4%	32.3%	29.0%	16.1%	3.2%	0.0%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	5	3	0	0	0	1	9
		55.6%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	100.0%
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	11	22	9	3	3	0	48
		22.9%	45.8%	18.8%	6.3%	6.3%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	41	46	23	21	16	6	153
		26.8%	30.1%	15.0%	13.7%	10.5%	3.9%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	27	35	39	22	13	14	150
		18.0%	23.3%	26.0%	14.7%	8.7%	9.3%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	11	20	23	9	6	8	77
		14.3%	26.0%	29.9%	11.7%	7.8%	10.4%	100.0%
	>+10.00 ล้านบาท	1	4	7	3	4	3	22
		4.5%	18.2%	31.8%	13.6%	18.2%	13.6%	100.0%
	รวม	91	127	101	58	42	31	450
		20.2%	28.2%	22.4%	12.9%	9.3%	6.9%	100.0%

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตำแหน่งติดร้านค้าขายอาหารมีผลทางลบต่อการตัดสินใจซื้อโดยมีอัตราความเต็มใจจ่ายที่ลดลงไม่เกินร้อยละ 2.50 โดยในระดับราคาที่ไม่เกิน 3 ล้านบาท พบว่ามีความยินดีจ่ายลดลงร้อยละไม่เกินร้อยละ 2.50 และในระดับราคาที่สูงขึ้นพบว่ามีความยินดีจ่ายลดลงสูงขึ้นแต่ไม่เกินร้อยละ 5.00

ตารางที่ 4.26

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งใกล้เคียงสำนักงานขายโครงการ

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายที่ลดลงของตำแหน่งใกล้เคียงสำนักงานขายโครงการ						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	6	5	5	0	0	0	16
		37.5%	31.3%	31.3%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	26	28	11	11	7	3	86
		30.2%	32.6%	12.8%	12.8%	8.1%	3.5%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	37	20	23	18	4	2	104
		35.6%	19.2%	22.1%	17.3%	3.8%	1.9%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	11	13	24	8	4	3	63
	17.5%	20.6%	38.1%	12.7%	6.3%	4.8%	100.0%	
	>+10.00 ล้านบาท	3	6	5	5	2	1	22
		13.6%	27.3%	22.7%	22.7%	9.1%	4.5%	100.0%
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	5	14	5	1	1	0	26
		19.2%	53.8%	19.2%	3.8%	3.8%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	7	21	10	10	4	0	52
		13.5%	40.4%	19.2%	19.2%	7.7%	0.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	6	2	2	1	2	2	15
	40.0%	13.3%	13.3%	6.7%	13.3%	13.3%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	2	3	0	0	0	5
		0.0%	40.0%	60.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	3	0	3	0	0	0	6
		50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	6	5	2	1	1	0	15
		40.0%	33.3%	13.3%	6.7%	6.7%	0.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	8	11	9	2	1	0	31
	25.8%	35.5%	29.0%	6.5%	3.2%	0.0%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	4	4	0	0	0	1	9
		44.4%	44.4%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	100.0%
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	14	19	13	1	1	0	48
		29.2%	39.6%	27.1%	2.1%	2.1%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	39	54	23	22	12	3	153
		25.5%	35.3%	15.0%	14.4%	7.8%	2.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	51	33	34	21	7	4	150
		34.0%	22.0%	22.7%	14.0%	4.7%	2.7%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	15	19	27	8	4	4	77
		19.5%	24.7%	35.1%	10.4%	5.2%	5.2%	100.0%
	>+10.00 ล้านบาท	3	6	5	5	2	1	22
		13.6%	27.3%	22.7%	22.7%	9.1%	4.5%	100.0%
	รวม	122	131	102	57	26	12	450
		27.1%	29.1%	22.7%	12.7%	5.8%	2.7%	100.0%

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตำแหน่งใกล้เคียงสำนักงานขายโครงการมีผลทางลบต่อการตัดสินใจซื้อโดยมีอัตราความเต็มใจจ่ายที่ลดลงไม่เกินร้อยละ 2.50 โดยในระดับราคาที่ไม่เกิน 3 ล้านบาท พบว่ามีความยินดีจ่ายลดลงร้อยละไม่เกินร้อยละ 2.50 และในระดับราคาที่สูงขึ้นพบว่ามีความยินดีจ่ายลดลงสูงขึ้นแต่ไม่เกินร้อยละ 5.00

ตารางที่ 4.27

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งใกล้สำนักงานก่อสร้างโครงการ

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายที่ลดลงของตำแหน่งใกล้สำนักงานก่อสร้างโครงการ						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	4	1	3	6	1	1	16
		25.0%	6.3%	18.8%	37.5%	6.3%	6.3%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	20	26	12	16	8	4	86
		23.3%	30.2%	14.0%	18.6%	9.3%	4.7%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	27	17	25	21	12	2	104
		26.0%	16.3%	24.0%	20.2%	11.5%	1.9%	100.0%
5.01-10.00 ล้านบาท	8	7	9	24	6	9	63	
	12.7%	11.1%	14.3%	38.1%	9.5%	14.3%	100.0%	
>+10.00 ล้านบาท	3	1	7	7	1	3	22	
	13.6%	4.5%	31.8%	31.8%	4.5%	13.6%	100.0%	
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	5	11	8	2	0	0	26
		19.2%	42.3%	30.8%	7.7%	0.0%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	7	14	14	9	7	1	52
		13.5%	26.9%	26.9%	17.3%	13.5%	1.9%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	3	2	4	0	4	2	15
20.0%		13.3%	26.7%	0.0%	26.7%	13.3%	100.0%	
5.01-10.00 ล้านบาท	0	2	2	0	1	0	5	
0.0%	40.0%	40.0%	0.0%	20.0%	0.0%	100.0%		
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	2	0	3	0	1	0	6
		33.3%	0.0%	50.0%	0.0%	16.7%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	2	5	5	2	1	0	15
		13.3%	33.3%	33.3%	13.3%	6.7%	0.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	4	11	12	4	0	0	31
12.9%		35.5%	38.7%	12.9%	0.0%	0.0%	100.0%	
5.01-10.00 ล้านบาท	5	3	0	0	0	1	9	
55.6%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	100.0%		
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	11	12	14	8	2	1	48
		22.9%	25.0%	29.2%	16.7%	4.2%	2.1%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	29	45	31	27	16	5	153
		19.0%	29.4%	20.3%	17.6%	10.5%	3.3%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	34	30	41	25	16	4	150
		22.7%	20.0%	27.3%	16.7%	10.7%	2.7%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	13	12	11	24	7	10	77
		16.9%	15.6%	14.3%	31.2%	9.1%	13.0%	100.0%
>+10.00 ล้านบาท	3	1	7	7	1	3	22	
	13.6%	4.5%	31.8%	31.8%	4.5%	13.6%	100.0%	
รวม	90	100	104	91	42	23	450	
	20.0%	22.2%	23.1%	20.2%	9.3%	5.1%	100.0%	

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตำแหน่งใกล้สำนักงานก่อสร้างโครงการมีผลทางลบต่อการตัดสินใจซื้อโดยมีอัตราความเต็มใจจ่ายที่ลดลงไม่เกินร้อยละ 5.00 โดยในระดับราคาที่ไม่เกิน 5 ล้านบาท พบว่ามีความยินดีจ่ายลดลงร้อยละไม่เกินร้อยละ 5.00 และในระดับราคาที่สูงขึ้นพบว่ามีความยินดีจ่ายลดลงสูงขึ้นแต่ไม่เกินร้อยละ 7.50

ตารางที่ 4.28

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งใกล้เคียงสำนักงานนิติบุคคล

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายที่ลดลงของตำแหน่งใกล้เคียงสำนักงานนิติบุคคล						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	5	3	7	1	0	0	16
		31.3%	18.8%	43.8%	6.3%	0.0%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	26	27	11	11	6	5	86
		30.2%	31.4%	12.8%	12.8%	7.0%	5.8%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	32	25	25	19	3	0	104
		30.8%	24.0%	24.0%	18.3%	2.9%	0.0%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	6	22	16	7	7	5	63
	9.5%	34.9%	25.4%	11.1%	11.1%	7.9%	100.0%	
	>+10.00 ล้านบาท	5	3	7	5	1	1	22
		22.7%	13.6%	31.8%	22.7%	4.5%	4.5%	100.0%
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	9	10	4	3	0	0	26
		34.6%	38.5%	15.4%	11.5%	0.0%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	7	18	11	13	3	0	52
		13.5%	34.6%	21.2%	25.0%	5.8%	0.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	5	2	3	1	2	2	15
	33.3%	13.3%	20.0%	6.7%	13.3%	13.3%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	2	3	0	0	0	5
		0.0%	40.0%	60.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	2	0	4	0	0	0	6
		33.3%	0.0%	66.7%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	6	5	2	1	1	0	15
		40.0%	33.3%	13.3%	6.7%	6.7%	0.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	6	10	13	2	0	0	31
	19.4%	32.3%	41.9%	6.5%	0.0%	0.0%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	5	3	0	0	0	1	9
		55.6%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	100.0%
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	16	13	15	4	0	0	48
		33.3%	27.1%	31.3%	8.3%	0.0%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	39	50	24	25	10	5	153
		25.5%	32.7%	15.7%	16.3%	6.5%	3.3%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	43	37	41	22	5	2	150
		28.7%	24.7%	27.3%	14.7%	3.3%	1.3%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	11	27	19	7	7	6	77
		14.3%	35.1%	24.7%	9.1%	9.1%	7.8%	100.0%
	>+10.00 ล้านบาท	5	3	7	5	1	1	22
		22.7%	13.6%	31.8%	22.7%	4.5%	4.5%	100.0%
	รวม	114	130	106	63	23	14	450
		25.3%	28.9%	23.6%	14.0%	5.1%	3.1%	100.0%

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตำแหน่งใกล้เคียงสำนักงานนิติบุคคลมีผลทางลบต่อการตัดสินใจซื้อโดยมีอัตราความเต็มใจจ่ายที่ลดลงไม่เกินร้อยละ 2.50 โดยในระดับราคาที่ไม่เกิน 5 ล้านบาท พบว่าไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและในระดับราคาที่สูงขึ้นพบว่ามีความยินดีจ่ายลดลงสูงขึ้นแต่ไม่เกินร้อยละ 2.50

ตารางที่ 4.29

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งติดบ้านตัวอย่างในโครงการ

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายที่ลดลงของตำแหน่งบ้านตัวอย่างของโครงการ						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	4	6	5	1	0	0	16
		25.0%	37.5%	31.3%	6.3%	0.0%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	25	26	11	13	7	4	86
		29.1%	30.2%	12.8%	15.1%	8.1%	4.7%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	31	25	30	13	5	0	104
		29.8%	24.0%	28.8%	12.5%	4.8%	0.0%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	9	18	19	6	7	4	63
14.3%		28.6%	30.2%	9.5%	11.1%	6.3%	100.0%	
>+10.00 ล้านบาท	3	4	7	6	1	1	22	
		13.6%	18.2%	31.8%	27.3%	4.5%	4.5%	100.0%
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	6	14	4	1	1	0	26
		23.1%	53.8%	15.4%	3.8%	3.8%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	8	21	11	10	1	1	52
		15.4%	40.4%	21.2%	19.2%	1.9%	1.9%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	5	3	2	1	2	2	15
33.3%		20.0%	13.3%	6.7%	13.3%	13.3%	100.0%	
5.01-10.00 ล้านบาท	0	2	3	0	0	0	5	
		0.0%	40.0%	60.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	3	0	3	0	0	0	6
		50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	6	4	4	0	1	0	15
		40.0%	26.7%	26.7%	0.0%	6.7%	0.0%	100.0%
3.01-5.00 ล้านบาท	6	11	11	2	1	0	31	
	19.4%	35.5%	35.5%	6.5%	3.2%	0.0%	100.0%	
5.01-10.00 ล้านบาท	5	3	0	0	0	1	9	
		55.6%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	100.0%
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	13	20	12	2	1	0	48
		27.1%	41.7%	25.0%	4.2%	2.1%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	39	51	26	23	9	5	153
		25.5%	33.3%	17.0%	15.0%	5.9%	3.3%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	42	39	43	16	8	2	150
		28.0%	26.0%	28.7%	10.7%	5.3%	1.3%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	14	23	22	6	7	5	77
		18.2%	29.9%	28.6%	7.8%	9.1%	6.5%	100.0%
>+10.00 ล้านบาท	3	4	7	6	1	1	22	
	13.6%	18.2%	31.8%	27.3%	4.5%	4.5%	100.0%	
รวม	111	137	110	53	26	13	450	
		24.7%	30.4%	24.4%	11.8%	5.8%	2.9%	100.0%

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตำแหน่งติดบ้านตัวอย่างในโครงการมีผลทางลบต่อการตัดสินใจซื้อโดยมีอัตราความเต็มใจจ่ายที่ลดลงไม่เกินร้อยละ 2.50 โดยในระดับราคาที่ไม่เกิน 3 ล้านบาท พบว่ามีความยินดีจ่ายลดลงร้อยละไม่เกินร้อยละ 2.50 และในระดับราคาที่สูงขึ้นพบว่ามีความยินดีจ่ายลดลงสูงขึ้นแต่ไม่เกินร้อยละ 5.00

ตารางที่ 4.30

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งใกล้วัด

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายที่ลดลงของตำแหน่งใกล้วัด						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	7	0	1	3	3	2	16
		43.8%	0.0%	6.3%	18.8%	18.8%	12.5%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	20	20	15	18	4	9	86
		23.3%	23.3%	17.4%	20.9%	4.7%	10.5%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	14	25	17	9	14	25	104
		13.5%	24.0%	16.3%	8.7%	13.5%	24.0%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	5	7	23	3	6	19	63
	7.9%	11.1%	36.5%	4.8%	9.5%	30.2%	100.0%	
	>+10.00 ล้านบาท	1	7	2	4	6	2	22
		4.5%	31.8%	9.1%	18.2%	27.3%	9.1%	100.0%
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	1	16	5	1	0	3	26
		3.8%	61.5%	19.2%	3.8%	0.0%	11.5%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	11	12	8	8	2	11	52
		21.2%	23.1%	15.4%	15.4%	3.8%	21.2%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	2	2	3	0	1	7	15
	13.3%	13.3%	20.0%	0.0%	6.7%	46.7%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	0	0	4	0	1	5
		0.0%	0.0%	0.0%	80.0%	0.0%	20.0%	100.0%
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	0	2	3	0	0	1	6
		0.0%	33.3%	50.0%	0.0%	0.0%	16.7%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	6	5	1	1	1	1	15
		40.0%	33.3%	6.7%	6.7%	6.7%	6.7%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	5	9	10	3	0	4	31
	16.1%	29.0%	32.3%	9.7%	0.0%	12.9%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	4	3	1	0	0	1	9
		44.4%	33.3%	11.1%	0.0%	0.0%	11.1%	100.0%
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	8	18	9	4	3	6	48
		16.7%	37.5%	18.8%	8.3%	6.3%	12.5%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	37	37	24	27	7	21	153
		24.2%	24.2%	15.7%	17.6%	4.6%	13.7%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	21	36	30	12	15	36	150
		14.0%	24.0%	20.0%	8.0%	10.0%	24.0%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	9	10	24	7	6	21	77
		11.7%	13.0%	31.2%	9.1%	7.8%	27.3%	100.0%
	>+10.00 ล้านบาท	1	7	2	4	6	2	22
		4.5%	31.8%	9.1%	18.2%	27.3%	9.1%	100.0%
	รวม	76	108	89	54	37	86	450
		16.9%	24.0%	19.8%	12.0%	8.2%	19.1%	100.0%

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตำแหน่งใกล้วัดมีผลทางลบต่อการตัดสินใจซื้อโดยมีอัตราความเต็มใจจ่ายที่ลดลงไม่เกินร้อยละ 2.50 โดยในระดับราคาที่ไม่เกิน 5 ล้านบาท พบว่ามีความยินดีจ่ายลดลงร้อยละไม่เกินร้อยละ 2.50 และในระดับราคาที่สูงขึ้นพบว่ามีความยินดีจ่ายลดลงสูงขึ้นแต่ไม่เกินร้อยละ 5.00

ตารางที่ 4.31

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งใกล้มัธยม

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายที่ลดลงของตำแหน่งใกล้มัธยม						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	4	0	2	4	3	3	16
		25.0%	0.0%	12.5%	25.0%	18.8%	18.8%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	14	22	12	15	10	13	86
		16.3%	25.6%	14.0%	17.4%	11.6%	15.1%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	12	20	14	12	14	32	104
		11.5%	19.2%	13.5%	11.5%	13.5%	30.8%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	4	7	21	6	1	24	63
	6.3%	11.1%	33.3%	9.5%	1.6%	38.1%	100.0%	
	>+10.00 ล้านบาท	1	3	3	2	6	7	22
		4.5%	13.6%	13.6%	9.1%	27.3%	31.8%	100.0%
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	0	7	10	6	0	3	26
		0.0%	26.9%	38.5%	23.1%	0.0%	11.5%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	7	2	11	13	9	10	52
		13.5%	3.8%	21.2%	25.0%	17.3%	19.2%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	2	2	2	1	1	7	15
	13.3%	13.3%	13.3%	6.7%	6.7%	46.7%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	0	0	1	3	1	5
		0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	60.0%	20.0%	100.0%
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	0	2	3	0	0	1	6
		0.0%	33.3%	50.0%	0.0%	0.0%	16.7%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	1	4	2	3	1	4	15
		6.7%	26.7%	13.3%	20.0%	6.7%	26.7%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	3	3	6	10	3	6	31
	9.7%	9.7%	19.4%	32.3%	9.7%	19.4%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	0	4	1	3	1	9
		0.0%	0.0%	44.4%	11.1%	33.3%	11.1%	100.0%
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	4	9	15	10	3	7	48
		8.3%	18.8%	31.3%	20.8%	6.3%	14.6%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	22	28	25	31	20	27	153
		14.4%	18.3%	16.3%	20.3%	13.1%	17.6%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	17	25	22	23	18	45	150
		11.3%	16.7%	14.7%	15.3%	12.0%	30.0%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	4	7	25	8	7	26	77
		5.2%	9.1%	32.5%	10.4%	9.1%	33.8%	100.0%
	>+10.00 ล้านบาท	1	3	3	2	6	7	22
		4.5%	13.6%	13.6%	9.1%	27.3%	31.8%	100.0%
	รวม	48	72	90	74	54	112	450
		10.7%	16.0%	20.0%	16.4%	12.0%	24.9%	100.0%

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตำแหน่งใกล้มัธยมมีผลทางลบต่อการตัดสินใจซื้อโดยมีอัตราความเต็มใจจ่ายที่ลดลงมากกว่าร้อยละ 10 ในระดับราคาตั้งแต่ 3 ล้านบาทขึ้นไป

ตารางที่ 4.32

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งใกล้ชุมชนแออัด

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายที่ลดลงของตำแหน่งใกล้ชุมชนแออัด						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	2	1	3	5	3	2	16
		12.5%	6.3%	18.8%	31.3%	18.8%	12.5%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	7	20	26	15	5	13	86
		8.1%	23.3%	30.2%	17.4%	5.8%	15.1%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	9	12	16	17	12	38	104
		8.7%	11.5%	15.4%	16.3%	11.5%	36.5%	100.0%
บ้านแฝด	5.01-10.00 ล้านบาท	3	4	14	15	8	19	63
		4.8%	6.3%	22.2%	23.8%	12.7%	30.2%	100.0%
	>+10.00 ล้านบาท	1	1	3	6	3	8	22
	4.5%	4.5%	13.6%	27.3%	13.6%	36.4%	100.0%	
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	1	10	6	2	4	3	26
		3.8%	38.5%	23.1%	7.7%	15.4%	11.5%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	2	2	8	20	7	13	52
		3.8%	3.8%	15.4%	38.5%	13.5%	25.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	1	3	1	1	2	7	15
	6.7%	20.0%	6.7%	6.7%	13.3%	46.7%	100.0%	
5.01-10.00 ล้านบาท	0	0	0	1	3	1	5	
	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	60.0%	20.0%	100.0%	
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	5	0	0	0	0	1	6
		83.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	2	4	2	1	1	5	15
		13.3%	26.7%	13.3%	6.7%	6.7%	33.3%	100.0%
พาณิชย์	3.01-5.00 ล้านบาท	0	3	6	12	6	4	31
		0.0%	9.7%	19.4%	38.7%	19.4%	12.9%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	0	4	1	3	1	9
	0.0%	0.0%	44.4%	11.1%	33.3%	11.1%	100.0%	
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	8	11	9	7	7	6	48
		16.7%	22.9%	18.8%	14.6%	14.6%	12.5%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	11	26	36	36	13	31	153
		7.2%	17.0%	23.5%	23.5%	8.5%	20.3%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	10	18	23	30	20	49	150
		6.7%	12.0%	15.3%	20.0%	13.3%	32.7%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	3	4	18	17	14	21	77
	3.9%	5.2%	23.4%	22.1%	18.2%	27.3%	100.0%	
>+10.00 ล้านบาท	1	1	3	6	3	8	22	
	4.5%	4.5%	13.6%	27.3%	13.6%	36.4%	100.0%	
รวม	33	60	89	96	57	115	450	
	7.3%	13.3%	19.8%	21.3%	12.7%	25.6%	100.0%	

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตำแหน่งใกล้ชุมชนแออัดมีผลทางลบต่อการตัดสินใจซื้อโดยมีอัตราความเต็มใจจ่ายที่ลดลงมากกว่าร้อยละ 10 ในระดับราคาตั้งแต่ 3 ล้านบาทขึ้นไป

ตารางที่ 4.33

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งใกล้ที่รกร้างว่างเปล่า

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายที่ลดลงของตำแหน่งใกล้ที่รกร้างว่างเปล่า						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว- บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	2	2	5	2	4	1	16
		12.5%	12.5%	31.3%	12.5%	25.0%	6.3%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	11	27	13	18	7	10	86
		12.8%	31.4%	15.1%	20.9%	8.1%	11.6%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	22	19	17	10	13	23	104
		21.2%	18.3%	16.3%	9.6%	12.5%	22.1%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	6	12	15	6	7	17	63
	9.5%	19.0%	23.8%	9.5%	11.1%	27.0%	100.0%	
>+10.00 ล้านบาท	2	3	4	7	1	5	22	
	9.1%	13.6%	18.2%	31.8%	4.5%	22.7%	100.0%	
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	3	15	1	5	0	2	26
		11.5%	57.7%	3.8%	19.2%	0.0%	7.7%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	6	12	9	12	4	9	52
		11.5%	23.1%	17.3%	23.1%	7.7%	17.3%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	2	1	2	2	4	4	15
	13.3%	6.7%	13.3%	13.3%	26.7%	26.7%	100.0%	
5.01-10.00 ล้านบาท	0	0	0	4	1	0	5	
	0.0%	0.0%	0.0%	80.0%	20.0%	0.0%	100.0%	
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	2	0	0	0	0	4	6
		33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	3	4	4	2	0	2	15
		20.0%	26.7%	26.7%	13.3%	0.0%	13.3%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	5	5	9	8	2	2	31
	16.1%	16.1%	29.0%	25.8%	6.5%	6.5%	100.0%	
5.01-10.00 ล้านบาท	3	2	3	0	0	1	9	
	33.3%	22.2%	33.3%	0.0%	0.0%	11.1%	100.0%	
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	7	17	6	7	4	7	48
		14.6%	35.4%	12.5%	14.6%	8.3%	14.6%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	20	43	26	32	11	21	153
		13.1%	28.1%	17.0%	20.9%	7.2%	13.7%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	29	25	28	20	19	29	150
		19.3%	16.7%	18.7%	13.3%	12.7%	19.3%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	9	14	18	10	8	18	77
		11.7%	18.2%	23.4%	13.0%	10.4%	23.4%	100.0%
>+10.00 ล้านบาท	2	3	4	7	1	5	22	
	9.1%	13.6%	18.2%	31.8%	4.5%	22.7%	100.0%	
รวม	67	102	82	76	43	80	450	
	14.9%	22.7%	18.2%	16.9%	9.6%	17.8%	100.0%	

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตำแหน่งใกล้ชุมชนแออัดมีผลทางลบต่อการตัดสินใจซื้อโดยมีอัตราความเต็มใจจ่ายที่ลดลงไม่เกินร้อยละ 2.50 โดยในระดับราคาที่ไม่เกิน 3 ล้านบาท พบว่ามีความยินดีจ่ายลดลงร้อยละไม่เกินร้อยละ 2.50 และในระดับราคาที่สูงขึ้นพบว่ามีความยินดีจ่ายลดลงสูงขึ้นแต่ไม่เกินร้อยละ 5.00

ตารางที่ 4.34

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งใกล้โรงงานอุตสาหกรรม

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายที่ลดลงของตำแหน่งใกล้โรงงานอุตสาหกรรม						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว- บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	2	2	1	1	7	3	16
		12.5%	12.5%	6.3%	6.3%	43.8%	18.8%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	6	15	16	14	18	17	86
		7.0%	17.4%	18.6%	16.3%	20.9%	19.8%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	7	8	13	17	15	44	104
		6.7%	7.7%	12.5%	16.3%	14.4%	42.3%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	3	4	7	19	8	22	63
	4.8%	6.3%	11.1%	30.2%	12.7%	34.9%	100.0%	
	>+10.00 ล้านบาท	1	0	2	7	0	12	22
		4.5%	0.0%	9.1%	31.8%	0.0%	54.5%	100.0%
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	0	6	6	3	6	5	26
		0.0%	23.1%	23.1%	11.5%	23.1%	19.2%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	3	4	8	13	9	15	52
		5.8%	7.7%	15.4%	25.0%	17.3%	28.8%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	0	1	3	1	3	7	15
	0.0%	6.7%	20.0%	6.7%	20.0%	46.7%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	0	0	0	0	5	5
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	2	0	0	0	0	4	6
		33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	0	6	3	2	1	3	15
		0.0%	40.0%	20.0%	13.3%	6.7%	20.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	0	2	3	8	8	10	31
		0.0%	6.5%	9.7%	25.8%	25.8%	32.3%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	1	4	0	2	2	9
		0.0%	11.1%	44.4%	0.0%	22.2%	22.2%	100.0%
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	4	8	7	4	13	12	48
		8.3%	16.7%	14.6%	8.3%	27.1%	25.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	9	25	27	29	28	35	153
		5.9%	16.3%	17.6%	19.0%	18.3%	22.9%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	7	11	19	26	26	61	150
		4.7%	7.3%	12.7%	17.3%	17.3%	40.7%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	3	5	11	19	10	29	77
		3.9%	6.5%	14.3%	24.7%	13.0%	37.7%	100.0%
	>+10.00 ล้านบาท	1	0	2	7	0	12	22
		4.5%	0.0%	9.1%	31.8%	0.0%	54.5%	100.0%
	รวม	24	49	66	85	77	149	450
		5.3%	10.9%	14.7%	18.9%	17.1%	33.1%	100.0%

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตำแหน่งใกล้โรงงานอุตสาหกรรมมีผลทางลบต่อการตัดสินใจซื้อโดยมีอัตราความเต็มใจจ่ายที่ลดลงมากกว่าร้อยละ 10 ในทุกระดับราคาของที่อยู่อาศัย

ตารางที่ 4.35

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งใกล้แคมป์คนงาน

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายที่ลดลงของตำแหน่งใกล้แคมป์คนงาน						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	2	2	0	6	4	2	16
		12.5%	12.5%	0.0%	37.5%	25.0%	12.5%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	7	17	18	23	2	19	86
		8.1%	19.8%	20.9%	26.7%	2.3%	22.1%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	8	11	18	15	14	38	104
		7.7%	10.6%	17.3%	14.4%	13.5%	36.5%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	4	6	6	21	4	22	63
	6.3%	9.5%	9.5%	33.3%	6.3%	34.9%	100.0%	
	>+10.00 ล้านบาท	1	1	3	9	2	6	22
		4.5%	4.5%	13.6%	40.9%	9.1%	27.3%	100.0%
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	1	9	10	1	1	4	26
		3.8%	34.6%	38.5%	3.8%	3.8%	15.4%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	4	9	12	12	2	13	52
		7.7%	17.3%	23.1%	23.1%	3.8%	25.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	0	1	4	0	2	8	15
	0.0%	6.7%	26.7%	0.0%	13.3%	53.3%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	0	0	1	2	2	5
		0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	40.0%	40.0%	100.0%
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	2	0	3	0	0	1	6
		33.3%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	16.7%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	0	4	4	1	1	5	15
		0.0%	26.7%	26.7%	6.7%	6.7%	33.3%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	2	3	7	10	4	5	31
	6.5%	9.7%	22.6%	32.3%	12.9%	16.1%	100.0%	
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	4	2	2	0	1	9
		0.0%	44.4%	22.2%	22.2%	0.0%	11.1%	100.0%
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	5	11	13	7	5	7	48
		10.4%	22.9%	27.1%	14.6%	10.4%	14.6%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	11	30	34	36	5	37	153
		7.2%	19.6%	22.2%	23.5%	3.3%	24.2%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	10	15	29	25	20	51	150
		6.7%	10.0%	19.3%	16.7%	13.3%	34.0%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	4	10	8	24	6	25	77
		5.2%	13.0%	10.4%	31.2%	7.8%	32.5%	100.0%
	>+10.00 ล้านบาท	1	1	3	9	2	6	22
		4.5%	4.5%	13.6%	40.9%	9.1%	27.3%	100.0%
	รวม	31	67	87	101	38	126	450
		6.9%	14.9%	19.3%	22.4%	8.4%	28.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตำแหน่งใกล้แคมป์คนงานมีผลทางลบต่อการตัดสินใจซื้อโดยมีอัตราความเต็มใจจ่ายที่ลดลงมากกว่าร้อยละ 10 ในระดับราคาตั้งแต่ 2 ล้านบาทขึ้นไป

ตารางที่ 4.36

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งติดเพื่อนบ้านต่อเติมโรงรถหน้าบ้านจนติดรั้วด้านหน้า

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายที่ลดลงของตำแหน่งเพื่อนบ้านต่อเติมโรงรถด้านหน้าบ้าน						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	4	3	7	0	2	0	16
		25.0%	18.8%	43.8%	0.0%	12.5%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	20	26	17	9	7	7	86
		23.3%	30.2%	19.8%	10.5%	8.1%	8.1%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	28	20	20	14	12	10	104
		26.9%	19.2%	19.2%	13.5%	11.5%	9.6%	100.0%
		9	10	23	10	6	5	63
5.01-10.00 ล้านบาท	14.3%	15.9%	36.5%	15.9%	9.5%	7.9%	100.0%	
	3	3	5	4	5	2	22	
	13.6%	13.6%	22.7%	18.2%	22.7%	9.1%	100.0%	
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	4	15	3	2	2	0	26
		15.4%	57.7%	11.5%	7.7%	7.7%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	17	16	9	5	5	0	52
		32.7%	30.8%	17.3%	9.6%	9.6%	0.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	3	2	3	4	2	1	15
20.0%		13.3%	20.0%	26.7%	13.3%	6.7%	100.0%	
5.01-10.00 ล้านบาท	0	1	3	1	0	0	5	
0.0%	20.0%	60.0%	20.0%	0.0%	0.0%	100.0%		
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	2	0	0	0	0	4	6
		33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	4	10	0	1	0	0	15
		26.7%	66.7%	0.0%	6.7%	0.0%	0.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	5	10	9	4	2	1	31
16.1%		32.3%	29.0%	12.9%	6.5%	3.2%	100.0%	
5.01-10.00 ล้านบาท	3	5	0	0	0	1	9	
33.3%	55.6%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	100.0%		
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	10	18	10	2	4	4	48
		20.8%	37.5%	20.8%	4.2%	8.3%	8.3%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	41	52	26	15	12	7	153
		26.8%	34.0%	17.0%	9.8%	7.8%	4.6%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	36	32	32	22	16	12	150
		24.0%	21.3%	21.3%	14.7%	10.7%	8.0%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	12	16	26	11	6	6	77
		15.6%	20.8%	33.8%	14.3%	7.8%	7.8%	100.0%
>+10.00 ล้านบาท	3	3	5	4	5	2	22	
	13.6%	13.6%	22.7%	18.2%	22.7%	9.1%	100.0%	
รวม	102	121	99	54	43	31	450	
	22.7%	26.9%	22.0%	12.0%	9.6%	6.9%	100.0%	

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตำแหน่งติดเพื่อนบ้านต่อเติมโรงรถหน้าบ้านจนติดรั้วด้านหน้ามีผลทางลบต่อการตัดสินใจซื้อโดยมีอัตราความเต็มใจจ่ายที่ลดลงไม่เกินร้อยละ 2.50 โดยในระดับราคาที่ไม่เกิน 3 ล้านบาท พบว่ามีความยินดีจ่ายลดลงร้อยละไม่เกินร้อยละ 2.50 และในระดับราคาที่สูงขึ้นพบว่ามีความยินดีจ่ายลดลงสูงขึ้นแต่ไม่เกินร้อยละ 5.00

ตารางที่ 4.37

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งติดเพื่อนบ้านต่อเติมด้านข้างหรือด้านหลังจนขีดรั้วระหว่างแปลง

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายที่ลดลงของตำแหน่งเพื่อนบ้านต่อเติมด้านข้าง/บ้านด้านหลัง						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	3	3	7	0	3	0	16
		18.8%	18.8%	43.8%	0.0%	18.8%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	17	26	20	9	7	7	86
		19.8%	30.2%	23.3%	10.5%	8.1%	8.1%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	17	29	21	12	17	8	104
		16.3%	27.9%	20.2%	11.5%	16.3%	7.7%	100.0%
		8	8	18	14	7	8	63
5.01-10.00 ล้านบาท	12.7%	12.7%	28.6%	22.2%	11.1%	12.7%	100.0%	
	2	3	6	5	4	2	22	
	9.1%	13.6%	27.3%	22.7%	18.2%	9.1%	100.0%	
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	6	10	6	3	1	0	26
		23.1%	38.5%	23.1%	11.5%	3.8%	0.0%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	17	16	7	8	3	1	52
		32.7%	30.8%	13.5%	15.4%	5.8%	1.9%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	3	3	2	4	1	2	15
		20.0%	20.0%	13.3%	26.7%	6.7%	13.3%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	1	3	1	0	0	5
0.0%		20.0%	60.0%	20.0%	0.0%	0.0%	100.0%	
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	2	0	0	0	0	4	6
		33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	4	8	3	0	0	0	15
		26.7%	53.3%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	4	11	10	2	3	1	31
12.9%		35.5%	32.3%	6.5%	9.7%	3.2%	100.0%	
5.01-10.00 ล้านบาท	3	4	1	0	0	1	9	
33.3%	44.4%	11.1%	0.0%	0.0%	11.1%	100.0%		
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	11	13	13	3	4	4	48
		22.9%	27.1%	27.1%	6.3%	8.3%	8.3%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	38	50	30	17	10	8	153
		24.8%	32.7%	19.6%	11.1%	6.5%	5.2%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	24	43	33	18	21	11	150
		16.0%	28.7%	22.0%	12.0%	14.0%	7.3%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	11	13	22	15	7	9	77
		14.3%	16.9%	28.6%	19.5%	9.1%	11.7%	100.0%
>+10.00 ล้านบาท	2	3	6	5	4	2	22	
	9.1%	13.6%	27.3%	22.7%	18.2%	9.1%	100.0%	
รวม	86	122	104	58	46	34	450	
	19.1%	27.1%	23.1%	12.9%	10.2%	7.6%	100.0%	

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตำแหน่งติดเพื่อนบ้านต่อเติมด้านข้างหรือด้านหลังจนขีดรั้วระหว่างแปลงมีผลทางลบต่อการตัดสินใจซื้อโดยมีอัตราความเต็มใจจ่ายที่ลดลงไม่เกินร้อยละ 2.50 โดยในระดับราคาที่ไม่เกิน 5 ล้านบาท พบว่ามีความยินดีจ่ายลดลงร้อยละไม่เกินร้อยละ 2.50 และในระดับราคาที่สูงขึ้นพบว่ามีความยินดีจ่ายลดลงสูงขึ้นแต่ไม่เกินร้อยละ 5.00

ตารางที่ 4.38

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งติดเพื่อนบ้านทาสีบ้านด้วยสีฉูดฉาด

ประเภทที่อยู่อาศัย	ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	ร้อยละความเต็มใจจ่ายที่ลดลงของตำแหน่งใกล้เคียงเพื่อนบ้านทาสีด้วยสีฉูดฉาด						รวม
		ไม่มีผลกระทบ	0.01%-2.5%	2.51%-5%	5.01%-7.5%	7.51%-10%	> 10%	
บ้านเดี่ยว- บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	7	4	4	0	0	1	16
		43.8%	25.0%	25.0%	0.0%	0.0%	6.3%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	32	17	15	11	4	7	86
		37.2%	19.8%	17.4%	12.8%	4.7%	8.1%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	41	21	16	13	3	10	104
		39.4%	20.2%	15.4%	12.5%	2.9%	9.6%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	18	15	9	9	7	5	63
28.6%		23.8%	14.3%	14.3%	11.1%	7.9%	100.0%	
>+10.00 ล้านบาท	4	2	5	4	4	3	22	
		18.2%	9.1%	22.7%	18.2%	18.2%	13.6%	100.0%
ทาวน์เฮาส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	10	12	3	0	0	1	26
		38.5%	46.2%	11.5%	0.0%	0.0%	3.8%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	11	22	9	5	4	1	52
		21.2%	42.3%	17.3%	9.6%	7.7%	1.9%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	5	5	1	2	1	1	15
33.3%		33.3%	6.7%	13.3%	6.7%	6.7%	100.0%	
5.01-10.00 ล้านบาท	0	4	1	0	0	0	5	
		0.0%	80.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	4	0	0	0	0	2	6
		66.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	1	10	3	1	0	0	15
		6.7%	66.7%	20.0%	6.7%	0.0%	0.0%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	7	9	10	3	0	2	31
22.6%		29.0%	32.3%	9.7%	0.0%	6.5%	100.0%	
5.01-10.00 ล้านบาท	3	5	0	0	0	1	9	
		33.3%	55.6%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	100.0%
รวม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	21	16	7	0	0	4	48
		43.8%	33.3%	14.6%	0.0%	0.0%	8.3%	100.0%
	2.00-3.00 ล้านบาท	44	49	27	17	8	8	153
		28.8%	32.0%	17.6%	11.1%	5.2%	5.2%	100.0%
	3.01-5.00 ล้านบาท	53	35	27	18	4	13	150
		35.3%	23.3%	18.0%	12.0%	2.7%	8.7%	100.0%
	5.01-10.00 ล้านบาท	21	24	10	9	7	6	77
		27.3%	31.2%	13.0%	11.7%	9.1%	7.8%	100.0%
>+10.00 ล้านบาท	4	2	5	4	4	3	22	
	18.2%	9.1%	22.7%	18.2%	18.2%	13.6%	100.0%	
รวม	143	126	76	48	23	34	450	
	31.8%	28.0%	16.9%	10.7%	5.1%	7.6%	100.0%	

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตำแหน่งติดติดเพื่อนบ้านทาสีบ้านด้วยสีฉูดฉาดไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโดยในระดับราคาตั้งแต่ 5 ล้านบาท พบว่ามีความยินดีจ่ายลดลงร้อยละไม่เกินร้อยละ 2.50

4.4 สรุป

หลังจากได้เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้แสดงผลในประเด็นด้านต่าง ๆ ดังข้อมูลข้างต้นดังต่อไปนี้

4.4.1 ข้อมูลประชากรศาสตร์และลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจ

4.4.2 ข้อมูลด้านความต้องการที่อยู่อาศัย

4.4.3 ข้อมูลการประเมินความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัย

(1) การประเมินความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ดี

(2) การประเมินความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ไม่ดี

4.4.4 ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านต่าง ๆ ผู้วิจัยจะนำผลที่ได้ไปสรุปตามวัตถุประสงค์ และเป็นแนวทางในการศึกษาถึงอัตราความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรร ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องร้อยละความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัย ในหมู่บ้านจัดสรร ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลของที่อยู่อาศัยประเภท บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์ และอาคารพาณิชย์ ในแต่ละระดับราคา โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรประเภท ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 450 ชุด และนำมาวิเคราะห์ผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละโดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ด้านข้อมูลประชากรศาสตร์และลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจซึ่งได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ด้านข้อมูลความต้องการที่อยู่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรรประเภท บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์และอาคารพาณิชย์

ส่วนที่ 3 ด้านข้อมูลประเมินความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ดีและความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ไม่ดีในหมู่บ้านจัดสรรในเขตพื้นที่ทำการวิจัย

5.1 สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

5.1.1 สรุปผลด้านข้อมูลประชากรศาสตร์และลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจ

จากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 53.56 เป็นเพศหญิงซึ่งมีจำนวนมากกว่าเพศชาย อายุของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามกว่าร้อยละ 40 มีอายุอยู่ระหว่าง 35-45 ปี รอลงมาจะมีอายุอยู่ระหว่าง 25-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.56 จะสังเกตได้ว่าส่วนใหญ่จะมีอายุ 25-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 77.56 เพราะเป็นช่วงวัยที่กำลังสร้างครอบครัวจึงเป็นช่วงอายุที่มีความต้องการที่อยู่อาศัยปริมาณมาก ระดับของการศึกษาร้อยละ 59.33 มีระดับการศึกษาวุฒิปริญญาตรีเป็นส่วนมาก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชนร้อยละ 59.33 มีสถานะภาพโสดเป็นส่วนใหญ่อยู่จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 65.56 และมีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยเดือนละ 40,000-59,999 บาท อยู่จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 25.78 ซึ่งสามารถซื้อบ้านในระดับราคา 2.00-3.00 ล้านบาทได้ รองลงมา

รายได้ครัวเรือนเฉลี่ยเดือนละ 60,000-99,999 บาท อยู่จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 22.67 ซึ่งสามารถซื้อบ้านในระดับราคา 3.00-5.00 ล้านบาทได้

5.1.2 สรุปผลด้านข้อมูลความต้องการที่อยู่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรรประเภท บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์และอาคารพาณิชย์

จากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 65.56 มีความต้องการที่อยู่อาศัยประเภท บ้านเดี่ยว-บ้านแฝดมากที่สุด รองลงมามีความต้องการที่อยู่อาศัยประเภท ทาวน์เฮาส์ และอาคารพาณิชย์ตามลำดับ ส่วนระดับราคาของที่อยู่อาศัยที่ต้องการส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงระดับราคา 2.00-5.00 ล้านบาท ร้อยละ 67.56 ซึ่งสอดคล้องกับรายได้เฉลี่ยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุดคือ 40,000-99,999 บาท โดยเป็นรายได้ที่อยู่ในกรอบที่สามารถผ่อนบ้านในระดับดังกล่าวได้

5.1.3 สรุปผลด้านข้อมูลประเมินความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ดี และความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ไม่ดีในหมู่บ้านจัดสรร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเรื่องความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรร ผู้วิจัยได้ทำการสรุปอัตราความเต็มใจจ่ายของตำแหน่งที่อยู่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรรของที่อยู่อาศัยแต่ละประเภท ในแต่ละระดับราคา ตามตารางที่ 5.1

จากตารางที่ 5.1 ตารางสรุปอัตราความเต็มใจจ่ายของตำแหน่งที่อยู่อาศัยที่ดีในหมู่บ้านจัดสรรของที่อยู่อาศัยแต่ละประเภท ในแต่ละระดับราคาซึ่งสามารถสรุปอัตราความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ดีจำแนกตามส่วนการตลาด (market segment) โดยภาพรวมพบว่าในส่วนการตลาดที่มีราคาสูงขึ้น ผู้ซื้อจะให้ความสำคัญกับทำเลภายในโครงการมากขึ้น โดยในประเภทที่อยู่อาศัยแบบบ้านเดี่ยว-บ้านแฝด ระดับราคาต่ำกว่า 2 ล้านบาท จนถึง 5 ล้านบาท มีความเห็นส่วนใหญ่ว่าตำแหน่งที่อยู่อาศัยไม่มีผลต่อการซื้อ และมีผลกระทบในอัตราความเต็มใจจ่ายที่ไม่เกินร้อยละ 2.50 ในประเภทที่อยู่อาศัยแบบทาวน์เฮาส์ระดับราคาไม่เกิน 3 ล้านบาท ก็มีความเห็นส่วนใหญ่เช่นไปในทิศทางเดียวกัน และผู้ซื้อที่อยู่อาศัยแบบอาคารพาณิชย์ในราคาต่ำกว่า 2 ล้านบาท ก็จะมีความเห็นส่วนใหญ่เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับประเภท บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด และทาวน์เฮาส์ สำหรับที่อยู่อาศัยประเภท ทาวน์เฮาส์ และอาคารพาณิชย์ที่มีระดับราคามากกว่า 10 ล้านบาท ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 5.1

ตารางสรุปอัตราความเต็มใจของตำแหน่งที่อยู่อาศัยที่ดีในหมู่บ้านจัดสรรของที่อยู่อาศัยแต่ละประเภท ในแต่ละระดับราคา

ตำแหน่งที่อยู่อาศัยภายในโครงการ		ตำแหน่งดีดส่วนกลาง	ตำแหน่งดีดถนนเมน	ตำแหน่งแปลงหัวมุม	ตำแหน่ง Privacy Zone(บริเวณทิว ถนนเงินถนนทองเหลือง)	ตำแหน่งที่ไม่มีบ้านอยู่ตรงข้าม	ตำแหน่งดีดสโมสร	ตำแหน่งดีดสวนหย่อมขนาดเล็ก	ตำแหน่งดีดทะเลสาบภายในโครงการ	ตำแหน่งที่หันหน้าบ้านขึ้นปทุมทิศเหนือ	ตำแหน่งที่หันหน้าบ้านหันไปทางทิศใต้
บ้านเดี่ยว- บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
	2.00-3.00 ล้านบาท	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0
	3.01-5.00 ล้านบาท	1	0	1	1	0	0	0	2	0	0
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	2	2	2	0	0	0	2	2	1
	> 10.00 ล้านบาท	2	1	3	1	2	0	1	3	3	1
ทาวน์เฮ้าส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0
	2.00-3.00 ล้านบาท	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0
	3.01-5.00 ล้านบาท	0	1	3	3	0	0	1	1	4	0
	5.01-10.00 ล้านบาท	2	1	1	1	1	0	0	2	2	1
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0
	2.00-3.00 ล้านบาท	1	2	2	0	0	1	0	1	1	0
	3.01-5.00 ล้านบาท	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0
	5.01-10.00 ล้านบาท	1	2	2	1	0	1	0	3	1	1

หมายเหตุ . 0= ไม่มีผลกระทบ 1 = ร้อยละ 0.01-2.50 2= ร้อยละ 2.51-5.00

3= ร้อยละ 5.01-7.50 4= ร้อยละ 7.51-10. 5= มากกว่าร้อยละ 10

ตารางที่ 5.2

ตารางสรุปอัตราความเต็มจ่ายของตำแหน่งที่อยู่อาศัยที่ไม่ดีในหมู่บ้านจัดสรรของที่อยู่อาศัยแต่ละประเภท ในแต่ละระดับราคา

ตำแหน่งที่อยู่อาศัยภายในโครงการ		ตำแหน่งทางสามแพร่ง	ตำแหน่งติดบ่อบำบัด	ตำแหน่งท้ายโครงการ	ตำแหน่งซอยตัน	ตำแหน่งหันหน้าบ้านไปทางทิศตะวันตก	ตำแหน่งหันหน้าบ้านไปทางทิศตะวันออก	ตำแหน่งใกล้หม้อแปลงไฟฟ้า	ตำแหน่งที่ติดเพื่อนบ้านที่มีสัตว์เลี้ยง	ตำแหน่งใกล้สายไฟฟ้าแรงสูงที่มีเสาเป็นโครงเหล็ก	ตำแหน่งที่ติดร้านค้าขายของชำ	ตำแหน่งที่ติดร้านอาหาร	ตำแหน่งใกล้สำนักงานขงโครงการ
บ้านเดี่ยว- บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	4	5	4	2	4	0	3	3	5	0	2	0
	2.00-3.00 ล้านบาท	3	5	1	1	3	1	1	1	4	1	1	1
	3.01-5.00 ล้านบาท	5	5	2	0	3	0	3	0	5	0	2	0
	5.01-10.00 ล้านบาท	5	5	3	2	3	1	3	0	5	2	2	2
	> 10.00 ล้านบาท	5	5	4	4	5	1	4	1	5	2	2	1
ทาวน์เฮ้าส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	4	4	1	1	2	1	3	1	5	1	1	1
	2.00-3.00 ล้านบาท	3	3	2	1	2	2	2	1	4	1	0	1
	3.01-5.00 ล้านบาท	5	5	3	2	2	2	2	0	1	1	1	0
	5.01-10.00 ล้านบาท	5	5	2	3	4	3	4	2	5	1	1	2
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	5	5	5	4	4	5	5	2	5	4	0	0
	2.00-3.00 ล้านบาท	1	5	3	4	3	1	3	1	5	0	1	0
	3.01-5.00 ล้านบาท	4	4	2	2	4	1	4	1	5	2	1	1
	5.01-10.00 ล้านบาท	4	4	3	2	3	2	4	2	5	0	0	1

หมายเหตุ . 0= ไม่มีผลกระทบ 1 = ร้อยละ 0.01-2.50 2= ร้อยละ 2.51-5.00

3= ร้อยละ 5.01-7.50 4= ร้อยละ 7.51-10 5= มากกว่าร้อยละ 10

ตารางที่ 5.2

ตารางสรุปอัตราความเต็มจ่ายของตำแหน่งที่อยู่อาศัยที่ไม่ดีในหมู่บ้านจัดสรรของที่อยู่อาศัยแต่ละประเภท ในแต่ละระดับราคา (ต่อ)

ตำแหน่งที่อยู่อาศัยภายในโครงการ		ตำแหน่งใกล้สำนักงานก่อสร้างโครงการ	ตำแหน่งใกล้สำนักงานนิติบุคคล	ตำแหน่งใกล้บ้านตัวอย่างของโครงการ	ตำแหน่งใกล้วัด	ตำแหน่งใกล้สี่แยก	ตำแหน่งใกล้ชุมชนแออัด	ตำแหน่งใกล้ที่รกร้างว่างเปล่า	ตำแหน่งใกล้โรงงานอุตสาหกรรม	ตำแหน่งใกล้แคมป์คนงาน	ต่อเติมโรงจอดรถหน้าบ้านจนติดรั้วด้านหน้า	ต่อเติมด้านข้างหรือด้านหลังชิดรั้วระหว่างแปลงบ้าน	ทาสีบ้านด้วยสีดูตลาด
บ้านเดี่ยว- บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	3	0	1	0	5	3	4	4	3	2	2	0
	2.00-3.00 ล้านบาท	1	1	1	1	1	2	1	4	3	1	1	1
	3.01-5.00 ล้านบาท	2	0	2	1	5	5	5	5	5	0	1	0
	5.01-10.00 ล้านบาท	3	1	2	2	5	5	5	5	5	2	2	0
	> 10.00 ล้านบาท	3	2	2	1	5	5	3	5	3	2	2	2
ทาวน์เฮ้าส์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	1	1	1	1	2	1	1	4	2	1	1	1
	2.00-3.00 ล้านบาท	2	1	1	1	3	3	3	5	3	1	0	1
	3.01-5.00 ล้านบาท	2	0	0	5	2	5	4	5	5	3	3	1
	5.01-10.00 ล้านบาท	2	2	2	3	4	4	3	5	5	2	2	1
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	3	2	0	2	2	0	5	5	2	4	5	0
	2.00-3.00 ล้านบาท	3	1	0	0	5	5	2	1	5	1	1	1
	3.01-5.00 ล้านบาท	3	2	0	2	3	3	2	5	3	1	1	2
	5.01-10.00 ล้านบาท	0	0	0	0	2	2	2	2	1	1	1	1

หมายเหตุ . 0= ไม่มีผลกระทบ 1 = ร้อยละ 0.01-2.50 2= ร้อยละ 2.51-5.00

3= ร้อยละ 5.01-7.50 4= ร้อยละ 7.51-10 5= มากกว่าร้อยละ 10

จากตารางที่ 5.2 ตารางสรุปอัตราความเต็มใจจ่ายของตำแหน่งที่อยู่อาศัยที่ไม่ดีในหมู่บ้านจัดสรรของที่อยู่อาศัยแต่ละประเภท ในแต่ละระดับราคาซึ่งสามารถสรุปอัตราความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ไม่ดีจำแนกตามส่วนการตลาด (market segment) โดยภาพรวมพบว่าในส่วนการตลาดทุกระดับราคามีผลกระทบทางลบต่อการตัดสินใจซื้อทั้งสิ้น โดยผู้ซื้อจะให้ความสำคัญกับทุกทำเลภายในโครงการในทุกประเภทที่อยู่อาศัย ซึ่งสังเกตพบว่ามีตำแหน่งที่มีผลกระทบทางลบต่อการตัดสินใจซื้อในอัตราที่มากกว่าร้อยละ 10 อยู่ทั้งสิ้น 6 ตำแหน่งได้แก่ ตำแหน่งทางสามแพร่ง ตำแหน่งติดบ่อบำบัด ตำแหน่งใกล้สายไฟฟ้าแรงสูงที่มีเสาเป็นโครงเหล็กถัก ตำแหน่งใกล้มัสยิด ตำแหน่งใกล้โรงงานอุตสาหกรรม และตำแหน่งใกล้แคมป์คนงาน ความหมายคือถ้าผู้ซื้อจะซื้อบ้านในตำแหน่งดังกล่าวจะต้องได้ส่วนลดมากกว่าร้อยละ 10 ถึงจะมีความสนใจที่จะซื้อสำหรับที่อยู่อาศัยประเภท ทาวน์เฮาส์ และอาคารพาณิชย์ที่มีระดับราคามากกว่า 10 ล้านบาท ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

5.2 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

5.2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

จากผลการวิจัยอัตราความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรในครั้งนี้ สามารถนำไปเป็นแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการในการจัดทำแผนทางการตลาดเพื่อช่วยส่งเสริมการขายที่จะมีผลต่อตำแหน่งต่าง ๆ ของหมู่บ้านจัดสรร นอกจากนี้ผู้วิจัยใคร่ขอเสนอให้ผู้ประกอบการพิจารณาถึงปัจจัยในด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อการกำหนดราคาอสังหาริมทรัพย์ เช่น ด้านคุณภาพงานก่อสร้าง สภาพแวดล้อมในโครงการ การบริการหลังการขาย ความปลอดภัย เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อความแม่นยำและความถูกต้องสำหรับกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อขายสินค้าเพราะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นธุรกิจที่ใช้เงินในการลงทุนสูงการที่จำได้กำไรตามที่คาดหวังจึงจำเป็นต้องพิจารณาในทุกปัจจัย

5.2.1 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งนี้พบว่า ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มที่อยู่อาศัยประเภททาวน์เฮาส์ และอาคารพาณิชย์ในระดับราคาที่สูงกว่า 10 ล้านบาทขึ้นไป ซึ่งผู้วิจัยที่สนใจจะทำการศึกษานำไปทำการศึกษาต่อยอดได้

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณซึ่งจะบอกผลที่เราต้องการศึกษาเพียงเท่านั้น ซึ่งทำให้เราไม่ทราบสาเหตุความสัมพันธ์ลึกซึ้ง ดังนั้นการทำการศึกษาดูการสัมภาษณ์เจาะลึกเฉพาะกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ทราบถึงเหตุผลที่แท้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งจะสามารถทำ

ให้เราเข้าใจกลุ่มตัวอย่างได้อย่างลึกซึ้งพร้อมทั้งได้รับข้อเสนอแนะในด้านอื่นเพิ่มซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคและผู้ประกอบการสำหรับจัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้สูงสุดต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลขั้นต้นหรือสถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์หาอัตราความเต็มใจจ่ายต่อหน่วยของตำแหน่งที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรเพียงเท่านั้น เนื่องจากยังมีเทคนิคในการประเมินค่าความเต็มใจจ่ายในรูปแบบอื่น ๆ อีกหลายรูปแบบผู้วิจัยจึงใคร่ขอเสนอให้ผู้สนใจศึกษาในหัวข้อนี้ใช้เทคนิคในการประเมินค่าความเต็มใจจ่ายในระดับที่สูงขึ้นเพื่อให้ได้ความแม่นยำในการวิเคราะห์ผลและได้ผลลัพธ์ที่ใกล้เคียงความเป็นจริงมากที่สุด

5.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย

งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดในเรื่องของจำนวนของผู้ที่ตอบแบบสอบถามในส่วนการตลาด (market segment) ในบางระดับราคามีจำนวนน้อย อาจส่งผลทำให้ข้อมูลที่ได้ขาดความสมบูรณ์ การจะนำข้อมูลไปใช้จึงจำเป็นต้องพิจารณาความสมบูรณ์ของข้อมูลก่อนนำไปใช้

ข้อจำกัดในส่วนของการเก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ในการอยู่อาศัยในตำแหน่งภายในโครงการที่แตกต่างกัน จึงอาจทำให้ข้อมูลที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถามอาจมีความโน้มเอียงไปตามประสบการณ์ในการอยู่อาศัยที่มีอยู่เดิม การจะนำข้อมูลไปใช้จึงจำเป็นต้องพิจารณาความสมบูรณ์ของข้อมูลก่อนนำไปใช้

ข้อจำกัดในเรื่องการสมมุติชื่อของตำแหน่งที่ทำการเก็บข้อมูลไม่ชัดเจนหรือทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจผิดส่งผลให้ได้ข้อมูลที่อาจคลาดเคลื่อน การจะนำข้อมูลไปใช้จึงจำเป็นต้องพิจารณาความสมบูรณ์ของข้อมูลก่อนนำไปใช้

ข้อจำกัดในด้านข้อมูลที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถามในที่อยู่อาศัยประเภท ทาวน์เฮาส์ และ อาคารพาณิชย์ ระดับราคาที่ 5.01-10.00 ล้านบาท มีจำนวนน้อยมากซึ่งอาจส่งผลทำให้ข้อมูลที่ได้ขาดความสมบูรณ์ การจะนำข้อมูลไปใช้จึงจำเป็นต้องพิจารณาความสมบูรณ์ของข้อมูลก่อนนำไปใช้

รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

- กองกฤษณ์ โตชัยวัฒน์. (2557). *เอกสารประกอบการสอน พส.665: การวางแผนการใช้ที่ดินเพื่อพัฒนาที่อยู่อาศัย*. ปทุมธานี: สาขาวิชานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ คณะสถาปัตยกรรมและการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประทีป ตั้งมติธรรม. (2553). *เคล็ด (ไม่ลับ) คู่มืออสังหาริมทรัพย์* (พิมพ์ครั้งที่ 1). นนทบุรี: อมรินทร์ บুক เซ็นเตอร์
- ภราดร ปรีดาศักดิ์. (2549) *หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค*. (พิมพ์ครั้งที่ 2) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิหวัศ รุ่งเรืองผล. (2557). *การบริหารการตลาดธุรกิจอสังหาริมทรัพย์: การกำหนดราคา* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: พัฒนาการศึกษา.

บทความวารสาร

- กองกฤษณ์ โตชัยวัฒน์. (2556). *การกำหนดราคาขายจากการวิเคราะห์ต้นทุนที่อยู่อาศัยในโครงการอสังหาริมทรัพย์*. ประชุมวิชาการและการนำเสนอผลงาน: เนื่องในโอกาสครบรอบ 50 ปี และ 25 ปี คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์. ขอนแก่น. ประเทศไทย.
- ดำรงศักดิ์ รินชุมภู. (มีนาคม 2557). *ความสัมพันธ์ระหว่างราคาบ้านและตำแหน่งที่ตั้งในโครงการบ้านจัดสรร: กรณีศึกษาโครงการบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. ภูมิสังคม: ภูมิปัญญาแห่งความภาคภูมิใจ. บทความวิจัยในโครงการประชุมวิชาการระดับบัณฑิตศึกษา,คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง 179(172).

วิทยานิพนธ์

ธนบูรณ์ อินแก้ว (2548). *ความยินดีที่จะจ่าย (Willingness to pay) ค่าธรรมเนียมในการคุ้มครองการซื้อขายทาง Internet ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่: ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต*, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะเศรษฐศาสตร์.

พิรญา ธนภัทรจัตุพร. (2557). *อิทธิพลของการสนับสนุนการขายต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล: การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต*, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, สาขาวิศวกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์.

ไพรวลัย ศิริมูล (2547). *การประเมินมูลค่าทางด้านต้นทุนการของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี: วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต*, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, แขนงวิชาเศรษฐศาสตร์, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ .

วริศรา ไกรระวี (2557). *ความเต็มใจจ่ายต่อบ้านอนุรักษ์พลังงาน: วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต* มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะเศรษฐศาสตร์.

สมิทธิ์ เจิน. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในปี พ.ศ. 2557: การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต*, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, สาขาวิศวกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์.

อัจฉรา นพวิญญวงศ์. (2550). *ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและการให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการขายเสื้อเชิ้ตบุรุษมีตราสินค้าในตลาดบน: การศึกษาอิสระคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

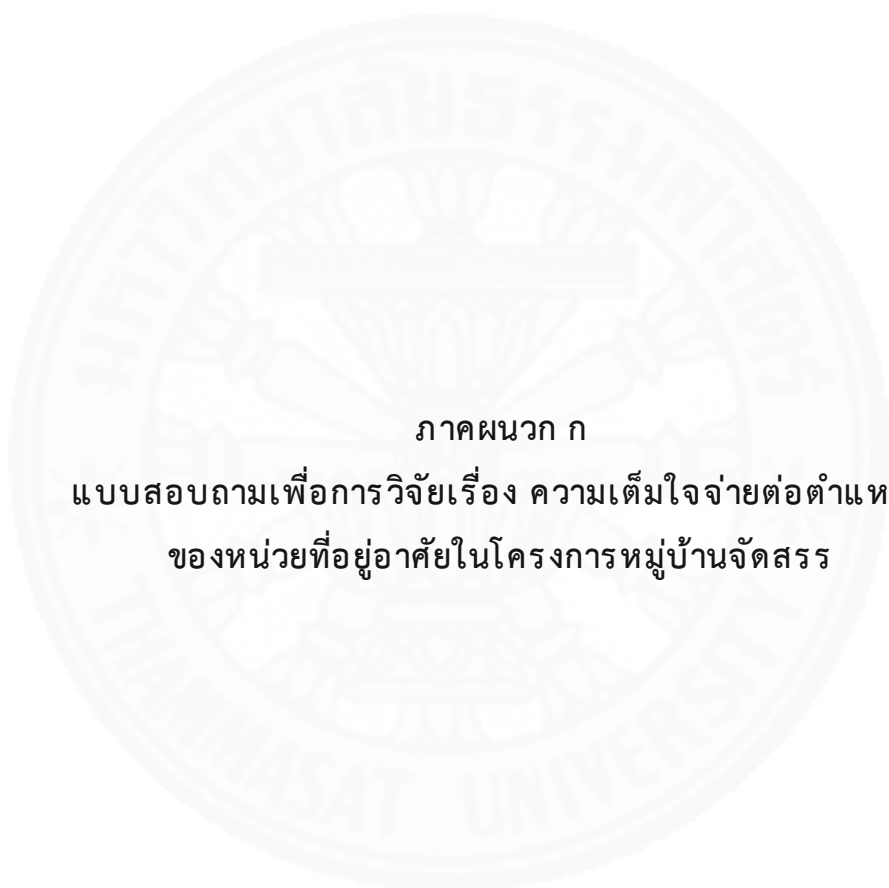
ศุภวิศวรร์ ปัญญาสกุลวงศ์ และกฤษณ์ แยมสระโส. (20 พฤษภาคม 2552). *ข้อเสนอแนะ การซื้อบ้าน*. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก:

www.thaihomemaster.com/showinformantion.php?TYPE=13&ID=823.

1
2



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง ความเต็มใจถ่ายทอดตำแหน่ง
ของหน่วยที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรร



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

อาคารคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12121

โทรศัพท์ 0-2986-9434, 0-2986-9605-6 โทรสาร 0-2986-8067 <http://www.arch.tu.ac.th> e-mail: info@arch.tu.ac.th

แบบสอบถาม

การวิจัยเรื่อง “ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรร”

คำชี้แจง: แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระเรื่อง “ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรร” (เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล) จัดทำโดย นายสมจริง วงษ์ศต นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยแบบสอบถามมี 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ลักษณะความต้องการที่อยู่อาศัยแต่ละประเภท

ส่วนที่ 3.1 ด้านการประเมินความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ดีในโครงการบ้านจัดสรร

ส่วนที่ 3.2 ด้านการประเมินความเต็มใจจ่ายที่ลดลงต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ไม่ดีในโครงการบ้านจัดสรร

ผู้วิจัยขอรับรองว่าจะไม่เปิดเผยข้อมูลใด ๆ แก่บุคคลภายนอกและใช้ในวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาเท่านั้น ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามที่เสียสละเวลาให้ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามนี้ เพื่อประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัย

สมจริง วงษ์ศต

นักศึกษาปริญญาโท สาขานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

โทร. 0913798871

ส่วนที่ 1 ปัจจัยประชากรศาสตร์

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่เป็นคำตอบของท่าน

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- ต่ำกว่า 25 ปี 25-35 ปี 35-45 ปี
 45-55 ปี 55-60 ปี 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท
 สูงกว่าปริญญาโท

4. อาชีพ

- รับจ้าง/เกษตรกร พนักงานเอกชน เจ้าของกิจการ/ประกอบการ
 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ เกษียณอายุ อื่น ๆ

5. สถานภาพ

- โสด แต่งงาน หย่า/หม้าย

6. รายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่า 40,000 บาท 40,000-59,999 บาท 60,000-99,999 บาท
 100,000-199,999 บาท 200,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ลักษณะความต้องการที่อยู่อาศัยแต่ละประเภท

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่เป็นคำตอบของท่าน

1. ท่านมีความสนใจซื้อที่อยู่อาศัยประเภทใดมากที่สุด

- บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์ อาคารพาณิชย์

2. ระดับราคาของที่อยู่อาศัยที่ท่านสนใจซื้อ

- ต่ำกว่า 2 ล้านบาท 2.00-3.00 ล้านบาท 3.01-5.00 ล้านบาท
 5.01-10.00 ล้านบาท มากกว่า 10.00 ล้านบาท

ส่วนที่ 3.1 ด้านการประเมินความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของที่อยู่อาศัยที่ดีในโครงการบ้านจัดสรร

คำชี้แจง: ส่วนนี้เป็นการสอบถามถึงความเต็มใจจ่ายของผู้ที่สนใจซื้อที่อยู่อาศัยประเภทแนวราบที่มีผลกระทบจากตำแหน่งของที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านจัดสรรโดยให้ท่านกรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ที่แสดงถึงจำนวนร้อยละของมูลค่า(ราคา)บ้านที่ท่านยินดีจ่ายเพิ่มขึ้น (เลือกเพียงช่องเดียว)

ตัวอย่าง หากท่านทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องร้อยละ 0.01-2.50 ความหมายคือ ท่านยินดีจ่ายเงินเพื่อซื้อที่อยู่อาศัยในตำแหน่งที่ดินส่วนกลาง โดยท่านต้องจ่ายเงินเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.01-2.50 ของมูลค่าบ้าน

หมายเหตุ. คูตารางแสดงมูลค่าเงินที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงสำหรับร้อยละของมูลค่า(ราคา)ที่อยู่อาศัยระดับต่าง ๆ ทั่วยแบบสอบถาม

ลำดับ	ตำแหน่งของบ้านในโครงการ	ร้อยละของราคามูลค่าบ้านที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากผลของตำแหน่งบ้าน (%)					
		ไม่มีผลกระทบ	0.01-2.50	2.51-5.00	5.01-7.50	7.51-10	มากกว่า10
1	ตำแหน่งที่ดินส่วนกลาง						
2	ตำแหน่งที่ดินถนน						
3	ตำแหน่งแปลงหัวมุม						
4	ตำแหน่ง Privacy Zone (บริเวณที่มีบ้านจำนวนน้อยหลัง)						
5	ตำแหน่งที่ไม่มีบ้านอยู่ตรงข้าม						
6	ตำแหน่งติดสโมสร						
7	ตำแหน่งที่ดินหย่อมขนาดเล็ก						
8	ตำแหน่งติดทะเลสาบภายในโครงการ						
9	ตำแหน่งที่หน้าบ้านหันไปทางทิศเหนือ						
10	ตำแหน่งที่หน้าบ้านหันไปทางทิศใต้						

ส่วนที่ 3.2 ด้านการประเมินความเต็มใจจ่ายที่ลดลงต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ไม่ดีในโครงการบ้านจัดสรร

คำชี้แจง ส่วนนี้เป็นการสอบถามถึงความเต็มใจจ่ายของผู้ที่สนใจซื้อที่อยู่อาศัยประเภทแนวราบที่มีผลกระทบจากตำแหน่งของที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านจัดสรรโดยให้ท่านกรณการทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ที่แสดงถึงจำนวนร้อยละของมูลค่าบ้านที่ผู้สนใจซื้อยินดีจ่าย ลดลง (เลือกเพียงช่องเดียว)

ตัวอย่าง เช่นหากทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องร้อยละ 0.01-2.50 ความหมายคือ ท่านยินดีจ่ายเงินเพื่อซื้อที่อยู่อาศัยในตำแหน่งที่มีผลเชิงลบ โดยราคาที่ยินดีจ่ายควรลดลงร้อยละ 0.01-2.50 ของมูลค่าบ้าน

หมายเหตุ. คูตารางแสดงมูลค่าเงินที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงสำหรับร้อยละของมูลค่า(ราคา)ที่อยู่อาศัยระดับต่าง ๆ ทั่วยแบบสอบถาม

ลำดับ	ตำแหน่งของบ้านในโครงการ	ร้อยละของราคามูลค่าบ้านที่ลดลงเนื่องจากผลของตำแหน่งบ้าน (%)					
		ไม่มีผลกระทบ	0.01-2.50	2.51-5.00	5.01-7.50	7.51-10	มากกว่า10
1	ตำแหน่งทางสามแพร่ง						
2	. ตำแหน่งติดบ่อบำบัด						
3	ตำแหน่งท้ายโครงการ						
4	ตำแหน่งซอยตัน						
5	ตำแหน่งหันหน้าบ้านไปทางทิศตะวันตก						
6	ตำแหน่งหันหน้าบ้านไปทางทิศตะวันออก						
7	ตำแหน่งใกล้หม้อแปลงไฟฟ้า						
8	ตำแหน่งที่ติดเพื่อนบ้านที่มีสัตว์เลี้ยง						
9	ตำแหน่งใกล้สายไฟฟ้าแรงสูงที่มีเสาเป็นโครงเหล็กถัก						
10	ตำแหน่งที่ติดร้านค้าขายของชำหรือร้านขายอาหาร						
	10.1ตำแหน่งที่ติดร้านค้าขายของชำ						
	10.2ตำแหน่งที่ติดร้านขายอาหาร						
11	ตำแหน่งใกล้สำนักงานภายในโครงการ						
	11.1ตำแหน่งใกล้สำนักงานขายโครงการ						
	11.2ตำแหน่งใกล้สำนักงานก่อสร้างโครงการ						
	11.3ตำแหน่งใกล้สำนักงานนิติบุคคล						
	11.4ตำแหน่งใกล้บ้านตัวอย่างของโครงการ						
12	ตำแหน่งติดรั้วโครงการที่ใกล้สถานที่ต่างๆ						
	12.1ตำแหน่งใกล้วัด						
	12.2ตำแหน่งใกล้มีสียัด						
	12.3ตำแหน่งใกล้ชุมชนแออัด						
	12.4ตำแหน่งใกล้ที่รกร้างว่างเปล่า						
	12.5ตำแหน่งใกล้โรงงานอุตสาหกรรม						
	12.6ตำแหน่งใกล้แคมป์คนงาน						
13	ตำแหน่งติดบ้านเพื่อนบ้านที่ต่อเติมอาคาร						
	13.1 ต่อเติมโรงจอดรถหน้าบ้านจนติดรั้วด้านหน้า						
	13.2 ต่อเติมด้านข้างหรือด้านหลังซีดีรั้วระหว่างแปลงบ้าน						
	13.3 ทาสีบ้านด้วยสีฉูดฉาด						

ตารางแสดงมูลค่าเงินที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงสำหรับร้อยละของมูลค่า(ราคา)ที่อยู่อาศัยระดับต่าง ๆ

มูลค่า(ราคา)ที่ ของอยู่อาศัย (ล้านบาท)	ร้อยละของราคามูลค้ำบ้านที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงเนื่องจากผลของตำแหน่งบ้าน								
	0.01%	2.50%	2.51%	5.00%	5.01%	7.50%	7.51%	10.00%	มากกว่า10%
1.00	100	25,000	25,100	50,000	50,100	75,000	75,100	100,000	มากกว่า 100,000
2.00	200	50,000	50,200	100,000	100,200	150,000	150,200	200,000	มากกว่า 200,000
3.00	300	75,000	75,300	150,000	150,300	225,000	225,300	300,000	มากกว่า 300,000
4.00	400	100,000	100,400	200,000	200,400	300,000	300,400	400,000	มากกว่า 400,000
5.00	500	125,000	125,500	250,000	250,500	375,000	375,500	500,000	มากกว่า 500,000
6.00	600	150,000	150,600	300,000	300,600	450,000	450,600	600,000	มากกว่า 600,000
7.00	700	175,000	175,700	350,000	350,700	525,000	525,700	700,000	มากกว่า 700,000
8.00	800	200,000	200,800	400,000	400,800	600,000	600,800	800,000	มากกว่า 800,000
9.00	900	225,000	225,900	450,000	450,900	675,000	675,900	900,000	มากกว่า 900,000
10.00	1,000	250,000	251,000	500,000	501,000	750,000	751,000	1,000,000	มากกว่า 1,000,000
15.00	1,500	375,000	376,500	750,000	751,500	1,125,000	1,126,500	1,500,000	มากกว่า 1,500,000
20.00	2,000	500,000	502,000	1,000,000	1,002,000	1,500,000	1,502,000	2,000,000	มากกว่า 2,000,000

*** ขอขอบคุณที่อนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม ***

ภาคผนวก ข

ผลงานทางวิชาการ

การประชุมวิชาการประจำปี 2559 “Built Environment Research Associates
Conference, BERAC 7, 2016” ครั้งที่ 7 วันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ. 2559

ณ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต

Built Environment Research Associates Conference, BERAC7, 2016
Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University, July 15, 2016

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรร
**WILLINGNESS TO PAY FOR THE LOCATIONS OF RESIDENCES IN
HOUSING PROJECTS**

สมจรรย์ วงษ์คต¹, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กองกoon โตชัยวัฒน์²

Somjing Wongkot¹ and Assistant Professor Kongkoon Tochaiwat, Ph.D.²

สถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

¹Somjing.w@gmail.com, ²kongkoon@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิจัยความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือที่ใช้วิจัยคือแบบสอบถาม ซึ่งผ่านการตรวจสอบความเที่ยงและความตรง ทำการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภครที่มีความสนใจซื้อบ้านทั้งสิ้น 450 ชุด นำผลที่ได้ไปวิเคราะห์ผลทางสถิติคือ ความถี่และร้อยละของความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของที่อยู่อาศัย ผลของการวิจัยที่ได้คือ ร้อยละของราคามูลค่าบ้านที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากผลของตำแหน่งบ้านตำแหน่งต่าง ๆ ที่ดีและร้อยละของราคามูลค่าบ้านที่ลดลงเนื่องจากผลของตำแหน่งบ้านตำแหน่งต่าง ๆ ที่ไม่ดีของที่อยู่อาศัยแนวราบทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ บ้านเดี่ยว บ้านแฝด และอาคารพาณิชย์ ซึ่งจากผลของการวิจัยที่ได้นี้สามารถใช้เป็นแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการ ในการกำหนดราคาขายที่เหมาะสมสำหรับบ้านที่ตั้งอยู่ในตำแหน่งต่าง ๆ ของโครงการ เพื่อช่วยกระตุ้นอัตราการขายและสร้างผลกำไรตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ได้

คำสำคัญ: ความเต็มใจจ่าย, หมู่บ้านจัดสรร, ที่อยู่อาศัย

Abstract

This survey research proposes the willingness to pay for locations of residences in housing projects located in Bangkok Metropolitan. The questionnaires, which had been tested their validity and reliability, were the research tools in gathering the required data from 450 participants who were interested in purchasing residences. Then, the acquired data were analyzed to find the frequency and percentages of the willingness to pay for locations. The findings are, accordingly, the percentages of housing values that are increased due to various positive locations and, on the other hand, decreased due to various negative locations of three types of residential houses, i.e. detached houses, twin houses, and shop houses. Finally, the findings are beneficial to real estate developers and practitioners in setting up appropriate prices for residences in order to stimulate absorption rates and make required margins.

Keywords: Willingness to Pay, Housing Projects, Residences

1 บทนำ

การกำหนดราคามันให้เหมาะสมจึงมีความสำคัญต่อความสำเร็จของโครงการ (กองกฤษณ์ โดชัยวัฒน์, 2556; ดำรงค์ศักดิ์ วินชุมภู, 2557) จากการศึกษาพบว่า ประทีป ตั้งมติธรรม (2553) ได้นำเสนอโครงสร้างการของกำหนดราคามันในโครงการหมู่บ้านจัดสรรโดยมีสัดส่วนราคา ดังนี้ 1) ค่าก่อสร้างอาคาร ร้อยละ 30-35 2) ค่าที่ดิน ร้อยละ 30-35 3) ดอกเบี้ย ร้อยละ 8-10 4) ค่าดำเนินการ ร้อยละ 8-10 5) ค่าธรรมเนียมและภาษี ร้อยละ 11-17 และ 6) กำไร ร้อยละ 5-15 อย่างไรก็ตาม ราคาขายหน่วยที่อยู่อาศัยในโครงการอสังหาริมทรัพย์โครงการเดียวกัน แม้มีขนาดหรือรูปร่างเหมือนกันแต่อาจมีราคาที่แตกต่างกันได้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยของตำแหน่งที่อยู่อาศัยในโครงการอสังหาริมทรัพย์นั้น ๆ เช่น ตำแหน่งที่ตั้งใกล้สวนสวนกลางใกล้สโมสรหรือตั้งอยู่บนถนนหลักภายในโครงการ ตำแหน่งเหล่านี้ช่วยให้สินค้ามีจุดเด่น ดึงดูดลูกค้าและช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่โครงการรวมทั้งสามารถเพิ่มยอดขายและสร้างกำไรได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งเมื่อมีตำแหน่งที่ดีในผังโครงการต้องมีตำแหน่งที่ด้อยในผังโครงการเช่นกัน ตัวอย่างเช่น ตำแหน่งทางสามแพร่ง หรือตำแหน่งติดบ่อน้ำบาดาน้ำเสียโครงการเป็นต้น ตำแหน่งที่ด้อยของสินค้าส่งผลทำให้สินค้าขายออกยากหรือขายไม่ได้ในราคาปกติ จึงอาจต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเข้าช่วยเพื่อลดราคาหรือเพิ่มการสนับสนุนการขายให้แก่ลูกค้าเพื่อขายสินค้าออกไป (กองกฤษณ์ โดชัยวัฒน์, 2556)

นอกจากนี้ สมิทซ์ เงิน (2557) ได้กล่าวถึงระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประเภทที่อยู่อาศัยแบบบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์และอาคารพาณิชย์โดยมีระดับราคาของที่อยู่อาศัยดังนี้ (1) ต่ำกว่า 2.00 ล้านบาท (2) 2.01-

3.00 ล้านบาท (3) 3.01-5.00 ล้านบาท (4) 5.01-10.00 ล้านบาท และ (5) มากกว่า 10.00 ล้านบาท พบว่าในแต่ละระดับที่กล่าวมา ปัจจัยราคามีระดับความสำคัญมากไปจนถึงมากที่สุดต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย แต่ไม่ได้มีการพิจารณาถึงอิทธิพลของตำแหน่งที่ตั้งของหน่วยที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่มีผลต่อระดับราคาและประเภทที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรโดยจากความสำคัญของกระบวนการกำหนดราคาเพิ่มหรือลดมูลค่าของสินค้าในโครงการอสังหาริมทรัพย์ อันมีผลจากตำแหน่งที่ตั้งของหน่วยที่อยู่อาศัย ภายในโครงการที่แตกต่างกัน

จากเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยของในโครงการบ้านจัดสรร

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาถึงร้อยละความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัย ในหมู่บ้านจัดสรร ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3. ขอบเขตการศึกษา

ผู้วิจัยทำการศึกษาในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่านั้นและทำการศึกษาลักษณะที่อยู่อาศัยประเภทแนวราบ ในด้านประชากรจะทำการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่มีความสนใจซื้ออาศัยประเภทบ้านเดี่ยว-บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์ และอาคารพาณิชย์ โดยแบ่งเป็น 5 ระดับราคา ดังนี้ (1) ต่ำกว่า 2 ล้านบาท (2) 2.01-3.0 ล้านบาท (3) 3.01-5.0 ล้านบาท (4) 5.01-10.0 ล้านบาท และ (5) มากกว่า 10.0 ล้านบาท โดยจะทำการสำรวจหาอัตราความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรร ในตำแหน่งต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้เพื่อหา

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรร

4. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิยามความหมายความเต็มใจจ่าย (willingness to pay) ภราวตร ปริดาศักดิ์ (2549) ได้กล่าวถึงทฤษฎีและความหมายของความเต็มใจจ่าย (willingness to pay) ไว้ว่าเป็นความยินดีหรือความเต็มใจของผู้บริโภคที่พร้อมจะจ่าย สำหรับค่าสินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง การที่ผู้บริโภคจะยินดีจ่ายค่าสินค้าหรือบริการนั้นในราคาเท่าใดยอมขึ้นอยู่กับว่าผู้บริโภคมีความสามารถที่จะจ่ายได้มากหรือน้อยเพียงใดและขึ้นอยู่กับการประเมินมูลค่าของสินค้าหรือบริการนั้นของผู้บริโภค

ความเต็มใจจ่าย (willingness to pay: WTP) หมายถึง การแสดงออกถึงความยินดีที่จะจ่ายเงินอย่างเต็มใจซึ่งประเมินค่าเป็นเงิน และยินดีจ่ายเพื่อใหยกระดับสินค้าหรือบริการที่ผู้จ่ายต้องการ ความยินดีที่จะจ่ายนี้เป็นองค์ประกอบหนึ่งของอุปสงค์ที่มีประสิทธิภาพ โดยปัจจัยสำคัญที่มีผลใหอุปสงค์สำหรับสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่ง ๆ เปลี่ยนแปลงได้แก่ ระดับรายได้ของผู้บริโภค ราคาสินค้าชนิดอื่นที่ใช้ประกอบกันหรือใช้ทดแทนกัน รสนิยมของผู้บริโภค จำนวนผู้บริโภครวมไปถึงการคาดการณ์เกี่ยวกับราคาในอนาคตด้วย

จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยพบว่า ได้กล่าวถึงทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพครอบครัว อาชีพ รายได้ครัวเรือน เป็นลักษณะพื้นฐานลำดับต้น ๆ ที่นักการตลาดมักนำมาเป็นปัจจัยในการแบ่งส่วนประสมการตลาด ทำให้สามารถทราบถึงลักษณะของกลุ่มตัวอย่างได้อย่างชัดเจนได้กล่าวถึง แนวคิดเกี่ยวกับที่

อยู่อาศัยลักษณะของอาคารประเภทที่อยู่อาศัยนั้น มีลักษณะและเอกลักษณ์ รวมไปถึงชื่อเรียกเฉพาะตัว และมีความหมายที่แตกต่างกัน โดยจะมีผลต่อการแปลความทางกฎหมาย การแปลความหมายของประเภทอาคารนั้น จะยึดหลักความหมายทางกฎหมายจากข้อกำหนดเกี่ยวกับการจัดสรรที่ดินเพื่อที่อยู่อาศัยและพาณิชย์กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2550 และกฎกระทรวงฉบับที่ 55 (พ.ศ. 2543) ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 และจากการศึกษาพบว่ามีหลายงานวิจัย อาทิเช่น พิรญา ธนภัทรจัดพร (2557) สมิทธิ์ เงิน (2557) ธิติ เขมการโกศล (2557) และชวลิต อริยะวิธานนท์ (2557) ได้กล่าวถึงระดับของบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์และอาคารพาณิชย์ไว้ 5 ระดับราคา ดังนี้ (1) ต่ำกว่า 2.00 ล้านบาท (2) 2.01-3.00 ล้านบาท (3) 3.01-5.00 ล้านบาท (4) 5.01-10.00 ล้านบาท และ (5) มากกว่า 10.00 ล้านบาท

5. วิจัยวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างไว้ดังนี้

ประชากรคือกลุ่มผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลประเภท บ้านเดี่ยว บ้านแฝด บ้านทาวน์เฮาส์ และอาคารพาณิชย์ในแต่ละระดับราคา ดังนี้ (1) ต่ำกว่า 2.00 ล้านบาท (2) 2.01-3.00 ล้านบาท (3) 3.01-5.00 ล้านบาท (4) 5.01-10.00 ล้านบาท และ (5) มากกว่า 10.00 ล้านบาท

กลุ่มตัวอย่างประชากรกำหนดให้แต่ละส่วนการตลาด (segment) ของที่อยู่อาศัย (แบ่งตามประเภทและระดับราคา) ที่ทำการวิจัยต้องมีข้อมูลไม่น้อยกว่า 30

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรร
สมจริง วงษ์คิด, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลคุณศรี ไตชัยวัฒน์

ข้อมูล($n \geq 30$) เพื่อให้ค่าเฉลี่ยของข้อมูลเป็นการกระจายตัวแบบปกติ (normal distribution) ตามทฤษฎีบทของแนวโน้มนัยศูนย์กลาง (Central Limit Theorem) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2557) ผู้วิจัยทำการรวบรวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 450 คน โดยผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (quota sampling) ในการเก็บข้อมูลเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างในแต่ละส่วนการตลาดตามที่ต้องการ

5.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยคือแบบสอบถามโดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ด้านข้อมูลประชากรศาสตร์โดยลักษณะคำถามจะเป็นคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (multiple-choice questions) ส่วนที่ 2 ลักษณะความต้องการที่อยู่อาศัยแต่ละประเภทโดยลักษณะคำถามจะเป็นคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (multiple-choice questions) ส่วนที่ 3 ด้านประเมินความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านจัดสรรโดยลักษณะคำถามจะเป็นตารางและคำถามแบบมาตราวัดค่า (rating scale) ซึ่งแสดงร้อยละของมูลค่าบ้านที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง 6 ช่วง ได้แก่ (1) ไม่มีผลกระทบ (2) ร้อยละ 0.01-2.50 (3) ร้อยละ 2.51-5.00 (4) ร้อยละ 5.01-7.50 (5) ร้อยละ 7.51-10.00 (6) มากกว่าร้อยละ 10 จากนั้น ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ออกไว้เพื่อทำงานวิจัยนี้ไปทำการทดสอบหาค่าความตรง (content validity) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เมื่อตรวจสอบแล้วหลังจากนั้นนำข้อมูลมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence: IOC) โดยได้ค่า IOC = 0.8 จากนั้นผู้วิจัยได้นำเอาแบบสอบถามที่ได้จำนวน 30 ชุดมาทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์

แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยค่าแอลฟาที่ได้มากกว่า 0.6 ซึ่งผลการทดสอบแสดงว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงและความตรงเพียงพอในการนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นต้นหรือสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) เป็นการสรุปถึงลักษณะของข้อมูลที่มีอยู่ ออกมาในรูปการแจกแจงความถี่ การหาอัตราส่วนหรือร้อยละ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
เพศชาย	209	46.44
เพศหญิง	241	53.56
รวม	450	100.00
อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	26	5.78
25-35 ปี	169	37.56
35-45 ปี	180	40.00
45-55 ปี	59	13.11
55-60 ปี	13	2.89
60 ปีขึ้นไป	3	0.67
รวม	450	100.00
ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	43	9.56
ปริญญาตรี	267	59.33
ปริญญาโท	126	28.00
สูงกว่าปริญญาโท	14	3.11
รวม	450	100.00
อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับจ้าง/เกษตรกร	15	3.33
พนักงานเอกชน	262	58.22
เจ้าของกิจการ/ประกอบการ	80	17.78
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	73	16.22
อื่นๆ	20	4.44
รวม	450	100.00
สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	295	65.56
แต่งงาน	148	32.89
หย่า/หม้าย	7	1.56
รวม	450	100.00
รายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 40,000 บาท	97	21.56
40,000-59,999 บาท	116	25.78
60,000-99,999 บาท	102	22.67
100,000-199,999 บาท	64	14.22
200,000 บาทขึ้นไป	71	15.78
รวม	450	100.00

รูปที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์และข้อมูลความต้องการที่อยู่อาศัย

6. ผลการวิจัย

6.1 ข้อมูลประชากรศาสตร์

มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 450 คน เป็นเพศหญิง 241 คน เป็นเพศชาย 209 คน ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 25-45 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสดประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน ซึ่งส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 40,000-59,999 บาท

6.2 ข้อมูลด้านความต้องการที่อยู่อาศัย

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มผู้ที่มีที่อยู่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรรแล้ว 450 คน ต้องการที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว-บ้านแฝด เป็นส่วนใหญ่โดยมีระดับราคา 2.00-3.00 ล้านบาท

ประเภทที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	295	65.56
ทาวน์เฮาส์	94	20.89
อาคารพาณิชย์	61	13.56
รวม	450	100.00
ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	51	11.33
2.00-3.00 ล้านบาท	153	34.00
3.01-5.00 ล้านบาท	151	33.56
5.01-10.00 ล้านบาท	73	16.22
มากกว่า 10.00 ล้านบาท	22	4.89
รวม	450	100.00

รูปที่ 2 ข้อมูลความต้องการที่อยู่อาศัย

6.3 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัย

6.3.1 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ดี

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 450 คน มีอัตราความเต็มใจจ่ายร้อยละ 0.01-2.50 ในตำแหน่งติดสวนส่วนกลาง ตำแหน่งติดถนนเมน ตำแหน่งแปลงหัวมุม ตำแหน่งบริเวณที่มีบ้านน้อยหลัง ตำแหน่งติดทะเลสาบภายในโครงการและตำแหน่งหน้าบ้านหันไปทางทิศเหนือและตำแหน่งไม่มีบ้านตรงข้าม

ในทางกลับกัน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ตำแหน่งติดสโมสร ตำแหน่งติดสวนหย่อมขนาดเล็กและตำแหน่งที่หน้าบ้านหันไปทางทิศใต้ไม่มีผลกระทบต่อการจ่ายเงินหรือไม่ยินดีจ่ายเงินในตำแหน่งเหล่านี้

ตำแหน่งที่อยู่อาศัย	ร้อยละของความเต็มใจจ่ายที่เพิ่มขึ้น	ร้อยละของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
หน้าบ้านหันไปทางทิศเหนือ	ร้อยละ 0.01-2.50	34.44
ติดถนนเมน	ร้อยละ 0.01-2.50	32.67
ติดสวนส่วนกลาง	ร้อยละ 0.01-2.50	30.09
Privacy Zone	ร้อยละ 0.01-2.50	30.07
แปลงหัวมุม	ร้อยละ 0.01-2.50	28.89
ติดทะเลสาบภายในโครงการ	ร้อยละ 0.01-2.50	26.00
หน้าบ้านหันไปทางทิศใต้	ไม่มีผลกระทบ	42.00
ติดสโมสร	ไม่มีผลกระทบ	41.78
ไม่มีบ้านอยู่ตรงข้าม	ไม่มีผลกระทบ	38.40
ติดสวนหย่อมขนาดเล็ก	ไม่มีผลกระทบ	36.00

รูปที่ 3 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ดี

6.3.2 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยที่ไม่ดี

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 450 คน มีความเห็นส่วนใหญ่ในอัตราความเต็มใจจ่ายที่ร้อยละ 0.01-2.51 และมีผลการสำรวจส่วนลดที่ต้องการ (ความเต็มใจจ่ายที่ลดลง) ดังแสดงในรูปที่ 4 ซึ่งตำแหน่งที่ไม่ดีในโครงการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการที่จะได้ส่วนลดที่ร้อยละ 0.01-2.51 ของมูลค่าบ้านประกอบไปด้วยตำแหน่งท้ายโครงการ ตำแหน่งขอยดิน ตำแหน่งหันหน้าไปทางทิศตะวันออก ตำแหน่งใกล้เพื่อนบ้านมีสัตว์เลี้ยงตำแหน่งใกล้ร้านขายของชำ ตำแหน่งใกล้ร้านขายอาหาร ตำแหน่งใกล้สำนักงานขาย ตำแหน่งใกล้บ้านตัวอย่าง ตำแหน่ง

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรร
สมจรีจ วัชรงค์, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ก้องกฤษณ์ ไตชัยวัฒน์

ใกล้วัด ตำแหน่งใกล้ที่รกร้างว่างเปล่า ตำแหน่งอยู่ติดกับบริเวณที่เพื่อนบ้านต่อเติมหน้าบ้านและข้างบ้าน และตำแหน่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการส่วนลดในอัตราที่มากกว่าร้อยละ 10 มีอยู่ทั้งสิ้น 5 ตำแหน่งคือ ตำแหน่งทางสามแพร่ง ตำแหน่งติดบ่อบำบัด ตำแหน่งใกล้เสาไฟฟ้าที่มีเสาเป็นเหล็กกล้า ตำแหน่งใกล้โรงงานอุตสาหกรรมและตำแหน่งใกล้แคมป์คนงาน

ตำแหน่งที่อยู่อาศัย	ร้อยละของความเต็มใจจ่ายที่ลดลง	ร้อยละของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
ใกล้ไฟฟ้าแรงสูงที่มีเสาเป็นโครงเหล็กกล้า	มากกว่าร้อยละ 10	32.4
ติดบ่อบำบัด	มากกว่าร้อยละ 10	31.2
ทางสามแพร่ง	มากกว่าร้อยละ 10	30.9
ใกล้โรงงานอุตสาหกรรม	มากกว่าร้อยละ 10	30.3
ใกล้แคมป์คนงาน	มากกว่าร้อยละ 10	26.2
ใกล้หม้อแปลงไฟฟ้า	ร้อยละ 5.01-7.50	25.9
ใกล้ลิฟต์	ร้อยละ 2.51-5.00	23.2
ใกล้สำนักงานก่อสร้างโครงการ	ร้อยละ 2.51-5.00	22.4
ใกล้ชุมชนแออัด	ร้อยละ 2.51-5.00	22.4
พื้นที่บ้านไปทางทิศตะวันตก	ร้อยละ 2.51-5.00	21.2
ใกล้บ้านตัวอย่างของโครงการ	ร้อยละ 0.01-2.50	31.2
ติดเพื่อนบ้านที่มีสัตว์เลี้ยง	ร้อยละ 0.01-2.50	30.3
ใกล้สำนักงานขายโครงการ	ร้อยละ 0.01-2.50	29.7
ต่อเติมโรงจอดรถ หน้าบ้านติดรั้วด้านหน้า	ร้อยละ 0.01-2.50	29.7
ต่อเติมด้านข้างหลังรั้วระหว่างแปลง	ร้อยละ 0.01-2.50	28.8
ใกล้วัด	ร้อยละ 0.01-2.50	27.9
ติดร้านขายอาหาร	ร้อยละ 0.01-2.50	27.9
ติดร้านค้าขายของชำ	ร้อยละ 0.01-2.50	26.5
พื้นที่บ้านไปทางทิศตะวันออก	ร้อยละ 0.01-2.50	25.9
ใกล้ที่รกร้างว่างเปล่า	ร้อยละ 0.01-2.50	25.6
ตำแหน่งซอยตัน	ร้อยละ 0.01-2.50	24.4
ท้ายโครงการ	ร้อยละ 0.01-2.50	22.9
ทึบบ้านด้วยสิ่งปลูกสร้าง	ไม่มีผลกระทบ	32.6
ใกล้สำนักงานนิติบุคคล	ไม่มีผลกระทบ	28.8

รูปที่ 4 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยไม่ได้

ตำแหน่งที่อยู่อาศัยในโครงการ	ตำแหน่งติดถนน	ตำแหน่งติดถนน	ตำแหน่งว่างเปล่า	ตำแหน่งใกล้/ติดโรงงาน	ตำแหน่งที่มีบ้านอยู่ติด	ตำแหน่งติดเสา	ตำแหน่งติดถนนซอย	ตำแหน่งติดเสาไฟฟ้า	ตำแหน่งที่เพื่อนบ้านไม่พอใจ	ตำแหน่งที่เพื่อนบ้านพอใจ	
											ต่ำกว่า 2 ล้านบาท
บ้านเดี่ยว-บ้านแฝด	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0
	200-300 ล้านบาท	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0
	301-500 ล้านบาท	1	0	1	1	0	0	0	2	2	1
	501-1000 ล้านบาท	2	0	2	0	0	0	0	2	2	2
	> 1000 ล้านบาท	2	1	2	1	2	0	1	3	3	2
ทาวน์โฮม	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
	200-300 ล้านบาท	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0
	301-500 ล้านบาท	0	1	3	3	3	0	1	2	4	4
	501-1000 ล้านบาท	2	4	4	4	2	2	3	5	3	3
	> 1000 ล้านบาท	x	x	1	x	x	0	x	x	x	x
อาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า 2 ล้านบาท	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0
	200-300 ล้านบาท	3	2	2	3	2	1	3	1	1	0
	301-500 ล้านบาท	1	2	1	1	1	0	0	1	1	0
	501-1000 ล้านบาท	1	2	2	1	0	1	0	3	1	1
	> 1000 ล้านบาท	x	x	x	x	x	x	x	x	1	x

หมายเหตุ: x=ไม่มีข้อมูล 0=ไม่มีผลกระทบ 1=ร้อยละ 001-250 2=ร้อยละ 251-500 3=ร้อยละ 501-750 4=ร้อยละ 751-1000

รูปที่ 5 ความเต็มใจจ่ายของตำแหน่งที่อยู่อาศัยจำแนกตามส่วนการตลาด (market segment)

6.3.3 ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยจำแนกตามส่วนการตลาด (market segment)
ผลการวิจัยเรื่องความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรโดยจำแนกตามส่วนการตลาดสามารถสรุปได้ในรูปที่ 5 โดยภาพรวมพบว่าในส่วนการตลาดที่มีราคาสูงขึ้นไป ผู้ซื้อจะให้ความสำคัญกับทำเลภายในโครงการมากขึ้น โดยในประเภทที่อยู่อาศัยแบบบ้านเดี่ยว-บ้านแฝดระดับราคาต่ำกว่า 2 ล้านบาทจนถึง 10 ล้านบาท มีความเห็นส่วนใหญ่ว่าตำแหน่งที่อยู่อาศัยไม่มีผลต่อการซื้อและมีผลกระทบในอัตราความเต็มใจจ่ายที่ไม่เกินร้อยละ 2.50 ในขณะที่ที่อยู่อาศัยแบบทาวน์เฮาส์ระดับราคาไม่เกิน 3 ล้านบาทก็มีความเห็นส่วนใหญ่เช่นเดียวกัน และผู้ซื้อที่อยู่อาศัยแบบอาคารพาณิชย์ในราคาต่ำกว่า 2 ล้านบาทก็มีความเห็นส่วนใหญ่เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับประเภทบ้าน

เดี่ยว-บ้านแฝดและทาวน์เฮาส์ สำหรับทาวน์เฮาส์ และอาคารพาณิชย์ที่มีระดับราคาต่ำกว่า 10 ล้านบาทไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

7. บทสรุป

ตำแหน่งของที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายของผู้ซื้อโดยผู้ซื้อจะมีความเต็มใจจ่ายที่แตกต่างกันตามส่วนการตลาด (market segment) ของโครงการ

จากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเต็มใจจ่ายที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากตำแหน่งบ้านที่ด้อยละ 0.01-2.50 เป็นส่วนใหญ่ อาทิเช่น ตำแหน่งติดสวน ส่วนกลาง ตำแหน่งติดถนนเมน ตำแหน่งแปลงหัวมุม ตำแหน่งบริเวณที่มีบ้านน้อยหลัง ตำแหน่งติดทะเลสาบภายในโครงการและตำแหน่งหน้าบ้านหันไปทางทิศเหนือและตำแหน่งไม่มีบ้านตรงข้าม

ในทางกลับกัน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นต่อร้อยละความเต็มใจจ่ายที่ลดลงเนื่องจากตำแหน่งบ้านที่ไม่ดีร้อยละ 0.01-2.50 เป็นส่วนใหญ่ และส่วนใหญ่ยังให้ความเห็นตรงกันต่อร้อยละความเต็มใจจ่ายที่ลดลงมากกว่าร้อยละ 10 อยู่ 6 ตำแหน่งด้วยกันคือ ตำแหน่งทางสามแพร่ง ตำแหน่งติดขอบำบัดตำแหน่งใกล้สายไฟฟ้าแรงสูงที่มีเสาเป็นโครงเหล็กถัก ตำแหน่งใกล้มีสียด ตำแหน่งใกล้โรงงานอุตสาหกรรมและตำแหน่งใกล้แคมป์คนงาน ความหมายคือถ้าผู้ซื้อจะซื้อบ้านในตำแหน่งดังกล่าวจะต้องได้ส่วนลดมากกว่าร้อยละ 10 ถึงจะมีความสนใจที่จะซื้อ

ทั้งนี้ ในภาพรวม ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยจำแนกตามส่วนการตลาด (market segment) พบว่าในประเภทที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว-บ้านแฝดและทาวน์เฮาส์ในระดับ

ราคาที่ไม่เกิน 3 ล้านบาทมีความเต็มใจจ่ายไม่เกินร้อยละ 2.50 ในระดับราคาที่สูงขึ้นพบว่าความเต็มใจจ่ายที่เพิ่มขึ้นด้วย ประเภทที่อาศัยแบบอาคารพาณิชย์ระดับราคาไม่เกิน 2 ล้านบาทพบว่ามีความเต็มใจจ่ายไม่เกินร้อยละ 2.50 ช่วงราคากระหว่าง 2.00-10 ล้านบาทพบว่ามีความเต็มใจจ่ายที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน

ผลงานวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการ ในการกำหนดราคาขายที่เหมาะสมสำหรับบ้านที่ตั้งอยู่ในตำแหน่งต่าง ๆ ของโครงการ เพื่อช่วยกระตุ้นอัตราการขายและสร้างผลกำไรตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ได้ อย่างไรก็ตามในงานวิจัยนี้ ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มที่อยู่อาศัยประเภททาวน์เฮาส์และอาคารพาณิชย์ระดับราคา มากกว่า 10 ล้านบาทขึ้นไป ซึ่งผู้ที่สนใจทำการวิจัยต่อไปสามารถนำไปทำการศึกษาต่อยอดต่อไป

8. รายการอ้างอิง

- กนกวรรณ กมลจรรย์พิศุท. (2554). ความเต็มใจที่จะจ่ายในการซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลส่วนบุคคล ส่วนเพิ่ม ของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร: สารนิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- กมลกฤษณ์ ไชยวัฒน์. (2556). การกำหนดราคาขายจากการวิเคราะห์ต้นทุนที่อยู่อาศัยในโครงการอสังหาริมทรัพย์. *ประชุมวิชาการและการนำเสนอผลงาน: เนื่องในโอกาสครบรอบ 50 ปี และ 25 ปี คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์*. ขอนแก่น, ประเทศไทย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2557). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 15)*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรร
สมจริง วงษ์คต, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ก้องกนกณ์ โตชัยวัฒน์

- ชวลิต อริยะวิริยานันท์. (2557) อิทธิพลของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย: การค้นคว้าอิสระ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, ภาควิชาวิศวกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์.
- ดำรงศักดิ์ รินชุมภู. (มีนาคม 2557). ความสัมพันธ์ระหว่างราคาบ้านและตำแหน่งที่ตั้งในโครงการบ้านจัดสรร: กรณีศึกษาโครงการบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. ภูมิสังคม: ภูมิปัญญาแห่งความภาคภูมิใจ. บทความวิจัยในโครงการประชุมวิชาการระดับบัณฑิตศึกษา, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ธิดิ เขมการโกศล. (2557) รูปแบบของที่อยู่อาศัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล: การค้นคว้าอิสระ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, ภาควิชาวิศวกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์.
- ประทีป ตั้งมติธรรม. (2553). เคล็ด (ไม่ลับ) คู่มือขายอสังหาริมทรัพย์ (พิมพ์ครั้งที่ 1). นนทบุรี: อมรินทร์ บุ๊ค เซ็นเตอร์
- พีรญา ธนภัทรจิตุพร. (2557). อิทธิพลของการสนับสนุนการขายต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล: การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, ภาควิชาวิศวกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์.
- ภราดร ปรีดาศักดิ์. (2549) หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค. (พิมพ์ครั้งที่ 2) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สมิทธิ์ เงิน. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในปี พ.ศ. 2557. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, ภาควิชาวิศวกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์.
- อังฉรา นพวิญญวงค์. (2550). ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและการให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการขายสื่อเช็ตบุรุษมีตราสินค้าในตลาดบน: การศึกษาอิสระคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายสมจริง วงษ์คต
วันเดือนปีเกิด	30 มีนาคม 2523
ตำแหน่ง	วิศวกรโยธา บริษัท พร็อพเพอร์ตี้เพอร์เฟค จำกัด (มหาชน)
ทุนการศึกษา	พ.ศ. 2557-พ.ศ. 2558: ทุนพัฒนาศักยภาพบุคลากร บริษัท พร็อพเพอร์ตี้เพอร์เฟค จำกัด (มหาชน)
ผลงานวิชาการ	บทความวิชาการเรื่อง ความเต็มใจจ่ายต่อตำแหน่งของหน่วยที่อยู่อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรร นำเสนอในงานการประชุมวิชาการประจำปี 2559 “Built Environment Research Associates Conference, BERAC 7, 2016” ครั้งที่ 7 วันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 ณ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต
ประสบการณ์ทำงาน	พ.ศ. 2555-ปัจจุบัน วิศวกรโยธา บริษัท พร็อพเพอร์ตี้เพอร์เฟค จำกัด (มหาชน) พ.ศ. 2553-พ.ศ. 2555 ผู้ควบคุมงานก่อสร้างอาคาร บริษัท พร็อพเพอร์ตี้เพอร์เฟค จำกัด (มหาชน) พ.ศ. 2548-พ.ศ. 2553 ผู้ควบคุมงานก่อสร้าง บริษัท พร็อพเพอร์ตี้เพอร์เฟค จำกัด (มหาชน) พ.ศ. 2546-พ.ศ. 2547 ช่างสำรวจและผู้ควบคุมงานโยธา บริษัท พร็อพเพอร์ตี้เพอร์เฟค จำกัด (มหาชน)