

**BRAND VALUATION OF CONDOMINIUMS  
IN THE BANGKOK METROPOLITAN AREA**

The background features a large, faint watermark of the Mahidol University logo. It is a circular emblem with Thai script around the perimeter and a central design that includes a stupa and other traditional symbols.

**PIYAPORN KLANGJATURAVET**

**A THEMATIC PAPER SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT  
OF THE REQUIREMENTS FOR  
THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION  
(BUSINESS MODELING AND ANALYSIS)  
FACULTY OF GRADUATE STUDIES  
MAHIDOL UNIVERSITY**

**2010**

**COPYRIGHT OF MAHIDOL UNIVERSITY**

**BRAND VALUATION OF CONDOMINIUMS IN THE BANGKOK  
METROPOLITAN AREA**

**PIYAPORN KLANGJATURAVET 5038694 ICMA/M**

**M.B.A. (BUSINESS MODELING AND ANALYSIS)**

**THEMATIC PAPER ADVISORY COMMITTEE : YINGYOT CHIARAVUTTHI,  
Ph.D.(ECONOMICS), MALINVISA SAKDIYAKORN, Ph.D.(PUBLIC  
ADMINISTRATION)**

**ABSTRACT**

The purpose of this paper was to study the value of a condominium's brand in the Bangkok Metropolitan Area and condominiums' attributes that influence buyers' decision making. 246 data sets of available rooms were collected and estimated using the Hedonic Pricing method. The results showed that Ananda Development had the highest price premium. Nevertheless, Asian Property, LPN Development, and Supalai had negative brand values, whilst Areeya Property had the lowest brand value. Some features of rooms were statistically significant as expected, such as interior decoration, area of the room, and the floor. Furthermore, maintenance fees which was one of the financial variables was positively significant as well. Consequently, besides the brand, developers should be aware that only some attributes have desirable impacts on price and should be carefully considered when constructing a new project.

**KEY WORDS : HEDONIC PRICING / CONDOMINIUM / BRAND  
VALUATION / BANGKOK METROPOLITAN AREA**

27 pages

มูลค่าตราสินค้าของห้องชุดพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล  
BRAND VALUATION OF CONDOMINIUMS IN THE BANGKOK  
METROPOLITAN AREA

ปีระกษณั คลัังจตุรเวทย์ 5038694 ICMA/M

บช.ม. (การวิเคราะห์และการสร้างตัวแบบธุรกิจ)

คณะกรรมการที่ปริกษาสารนิพนธ์: ยัังยศ เจียรวุทฒิ Ph.D. (ECONOMICS),  
มาลินวิษา ศักคิยากร Ph.D. (PUBLIC ADMINISTRATION)

บทคััดย่อ

รายงานฉบับนี้ศึกษาถึงมูลค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อราคาของห้องชุดพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมถึงตัวแปรหลักอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจากการรวบรวมข้อมูลและประมวลผลห้องชุดพักอาศัย 246 ห้องชุดโดยใช้เทคนิค Hedonic Pricing ผลจากการศึกษาพบว่า อนันดา มีมูลค่าตราสินค้าสูงที่สุด อย่างไรก็ตาม เอเชียน พรีเมียมเพอร์ดี แอลพี เอ็น และ สุภาลัย มีมูลค่าตราสินค้าติดลบ ในขณะที่ อารีญา พรีเมียมเพอร์ดี มีมูลค่าตราสินค้าต่ำที่สุด ลักษณะหลายประการของห้องชุดมีนัยสำคัญทางสถิติตามคาดการณ์ ตัวอย่างเช่น การตกแต่งภายใน ขนาดพื้นที่ของห้องชุด และตำแหน่งชั้นที่ตั้งของห้องชุด นอกจากนี้ ค่าส่วนกลางซึ่งเป็นตัวแปรทางการเงินก็มีผลทางบวกต่อราคาเช่นกัน ดังนั้น ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์จึงควรตระหนักและพิจารณาอย่างรอบคอบถึงองค์ประกอบอื่นนอกจากตราสินค้าที่มีผลต่อราคาห้องชุดพักอาศัย เพื่อให้เหมาะสมต่อความต้องการของผู้บริโภคในกรณีมีแผนการพัฒนาโครงการใหม่ออกสู่ตลาด

27 หน้า