

บทที่ 2

กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกซื้อทรัพย์สินรอกการขายนั้น สามารถนำทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยโดยทั่วไปมาใช้เป็นพื้นฐานประกอบการศึกษาได้ ดังนี้

2.1 ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand)

1) ความหมายของอุปสงค์

อุปสงค์ หมายถึง ความต้องการซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ณ ระดับราคาต่าง ๆ กันของสินค้าชนิดนั้น ภายในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยมีความสามารถที่จะซื้อ (Ability to pay) สินค้าชนิดนั้นด้วย

2) กฎของอุปสงค์ (Law of demand)

ปริมาณสินค้าที่ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อในขณะใดขณะหนึ่ง จะมีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับราคาสินค้าชนิดนั้น (ชลดดา จามรกุล, 2547) ซึ่งหมายความว่า ถ้าราคาสินค้าสูงขึ้น อุปสงค์จะลดลง และถ้าราคาสินค้าลดลง อุปสงค์จะเพิ่มขึ้นเพราะ

2.1) ผลของการใช้แทนกัน (Substitution effect)

ปริมาณซื้อจะเพิ่มขึ้นหรือลดลงขึ้นอยู่กับผู้บริโภคเมื่อรู้ว่าสินค้าชนิดนั้นมีราคาถูกลงหรือแพงขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับราคาของสินค้าชนิดอื่น

2.2) ผลของรายได้ (Income effect)

ปริมาณซื้อจะเพิ่มขึ้นหรือลดลงขึ้นอยู่กับชนิดหรือประเภทของสินค้าชนิดนั้น เมื่อราคาสินค้าเพิ่มขึ้น อำนาจซื้อของผู้บริโภคจะลดลง ทำให้ซื้อสินค้าชนิดปกตินี้ลดลง แต่สำหรับสินค้าประเภทยากจนเช่น มาม่า กลับจะเพิ่มขึ้น

3) ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ (Determinants of demand)

อุปสงค์ในสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะมากน้อยเพียงใดไม่ได้ขึ้นอยู่กับราคาสินค้าชนิดนั้นเพียงอย่างเดียว แต่ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งหากมีการเปลี่ยนแปลงในปัจจัยเหล่านี้ ก็จะทำให้อุปสงค์เปลี่ยนแปลงไปด้วย

3.1) รายได้ของผู้บริโภค

เมื่อยุติรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปมักทำให้ผู้บริโภคจ่ายซื้อสินค้าเปลี่ยนแปลงไปด้วย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของรายได้อาจมีผลกระทบต่อปริมาณการซื้อเล็กน้อยเพียงโดยอ้อมแล้วแต่ชนิดของสินค้า หากเป็นสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ จะได้รับผลกระทบน้อย แต่หากเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยจะได้รับผลกระทบมาก

3.2) ระดับราคาสินค้าชนิดอื่น

ปริมาณสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคจะซื้อเพิ่มขึ้นหรือลดลง ถูกกำหนดโดยราคาสินค้าชนิดอื่น ๆ อีกด้วย เพราะสินค้าชนิดต่าง ๆ ในตลาดมักมีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ สินค้าบางชนิดสามารถใช้แทนกันได้ (substitute goods) สินค้าบางชนิดต้องใช้ร่วมกัน (complementary goods)

3.3) รสนิยมของผู้บริโภค

รสนิยมเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยปกติรสนิยมในสินค้าชนิดต่าง ๆ จะเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ตามยุค ตามสมัย รสนิยมในสินค้าบางประเภทจะเปลี่ยนแปลงได้เร็ว

3.4) การคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต

ปริมาณการซื้อสินค้าจะเพิ่มขึ้น หากผู้บริโภคคาดว่าสินค้าชนิดนั้นจะขึ้นราคา ในทางตรงกันข้าม ปริมาณการซื้อสินค้าจะลดลง หากผู้บริโภคคาดว่าสินค้าชนิดนั้นราคาจะลดลง

สมการอุปสงค์ $Q_x = f(Y, P_x, P_y, T, \dots)$

โดยที่ Q_x = ปริมาณความต้องการซื้อสินค้า

Y = รายได้ของผู้บริโภค

P_x = ราคาของสินค้าชนิดนั้น

P_y = ราคาของสินค้าชนิดอื่น

T = รสนิยมของผู้บริโภค

2.2 ทฤษฎีสติงกระตุ้นและตอบสนอง S-R Theory (Stimulus Respond Theory)

จากโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคได้อธิบายว่าการตัดสินใจเลือกบริโภคของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งกระตุ้น (stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นนี้จะต้องเข้าสู่ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ การตอบสนองหรือการตัดสินใจที่จะบริโภคของผู้ซื้อเกิดจากการประมวลผลที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ

โดยได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้บริโภคและ ขั้นตอนตัดสินใจของผู้บริโภค จุดเริ่มต้นของ
โมเดลนี้มีสิ่งกระตุ้น ให้เกิดความต้องการก่อนแล้วจึงเกิดการตอบสนอง (respond) ดังนั้น
โมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รูปที่ 2.1 ทฤษฎีสิ่งกระตุ้นและการตอบสนองของ ทฤษฎี S-R Theory



2.3 ทฤษฎีการบริโภค

1) ทฤษฎีการบริโภคแบบรายได้ถาวร (The Permanent Income Hypothesis)

ปี ค.ศ.1957 มิลตัน ฟรีดแมน (Milton Friedman) ได้พัฒนาทฤษฎีการบริโภคขึ้นมาอีก ระดับหนึ่ง โดยมีสมมติฐานสำคัญ 3 ประการ ดังนี้

1.1) รายได้ที่เกิดขึ้นจริง และการบริโภคที่เกิดขึ้นจริงในระยะเวลาใดเวลาหนึ่งแบ่งได้เป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่เป็นการถาวร และส่วนที่เป็นการชั่วคราว

รายได้	Y_m	=	$Y_p + Y_t$
การบริโภค	C_m	=	$C_p + C_t$
โดยที่	Y_m	=	รายได้ที่เกิดขึ้นจริง (Measured Income)
	Y_p	=	รายได้ถาวร (Permanent Income)
	Y_t	=	รายได้ชั่วคราว (Transitory Income)
	C_m	=	การบริโภคที่เกิดขึ้นจริง (Measured Consumption)
	C_p	=	การบริโภคถาวร (Permanent Consumption)
	C_t	=	การบริโภคชั่วคราว (Transitory Consumption)

ฟรีดแมน ได้ให้คำนิยามของค่าต่าง ๆ ไว้ ดังนี้

รายได้ถาวร หมายความว่า รายได้ปัจจุบันรวมถึงรายได้ที่มาจากผลตอบแทนของทรัพย์สิน รายได้ส่วนนี้จึงสามารถนำไปใช้จ่ายเพื่อการบริโภคโดยไม่กระทบถึงทรัพย์สินที่สะสมไว้ นั่นคือ

$$V_p = rPV$$

$$r = \text{อัตราผลตอบแทน}$$

$$PV = \text{มูลค่าปัจจุบันของกระแสรายได้หรือความมั่งคั่ง ซึ่งเป็นรายได้}$$

เฉลี่ยที่จะได้รับในระยะยาว

รายได้ชั่วคราว หมายถึง รายได้ที่เกิดขึ้นโดยมิได้คาดหมาย หรือเกิดขึ้นเพียงชั่วคราว ตามคำอธิบายของฟรีดแมน รายได้ชั่วคราวอาจมีค่าเป็นบวกหรือลบก็ได้

การบริโภคถาวร หมายถึง การบริโภคที่ดำเนินในชีวิตประจำวัน

การบริโภคชั่วคราว หมายถึง การใช้จ่ายเฉพาะกิจเป็นครั้งคราว อาจมีบวกหรือลบก็ได้เช่นกัน

1.2) การบริโภคถาวรเป็นสัดส่วนคงที่ (k) เมื่อเทียบกับรายได้ถาวรหรืออีกนัยหนึ่ง k คือ MPC_p และมีค่าคงที่ สมการการบริโภคถาวรมีดังนี้

$$C_p = kY_p$$

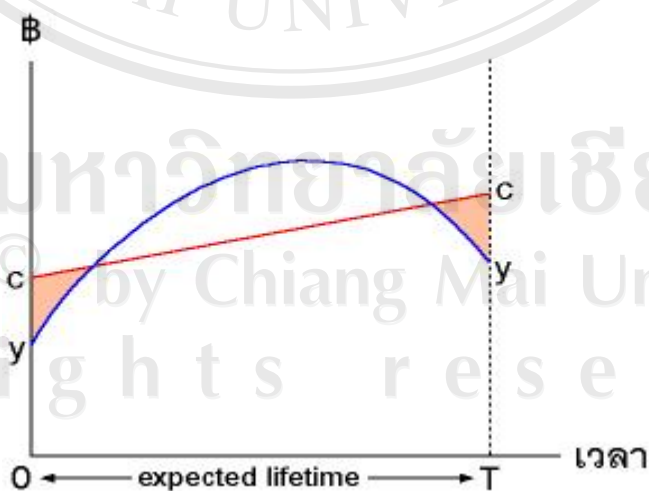
1.3) รายได้ชั่วคราว (Y) ไม่มีความสัมพันธ์กับรายได้ถาวร (Y_p) และการบริโภคชั่วคราว (C) ไม่มีความสัมพันธ์กับการบริโภคถาวร (C_p) อีกทั้งไม่มีความสัมพันธ์กับรายได้ชั่วคราว (Y) นั่นคือ $MPC_p = 0$

2) ทฤษฎีการบริโภคแบบช่วงอายุขัย (The Life Cycle Theory : Ando and Modigliani)

ทฤษฎีการบริโภคแบบช่วงอายุขัย ของศาสตราจารย์ฟรังโก โมดิกลีอานี (Franco Modigliani) ได้พัฒนาแนวคิดการบริโภคตามสมมติฐานวงจรชีวิตและทดสอบกับข้อมูลสถิติของสหรัฐอเมริกา ซึ่งให้ผลที่น่าสนใจ ทฤษฎีการบริโภคแบบวงจรชีวิตมีสมมติฐานและการวิเคราะห์ที่สำคัญ 2 ประการ ดังนี้

สมมติฐานประการแรก กระแสรายได้ในช่วงชีวิตของผู้บริโภคแต่ละคนมีรูปแบบคล้ายคลึงกัน กล่าวคือ ช่วงต้นและช่วงปลายของชีวิตของผู้บริโภคมีกระแสรายได้ต่ำกว่าช่วงกลาง นอกจากนั้น ระดับการบริโภคของบุคคลก่อนข้างคงที่หรือมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย ดังนั้น ในช่วงแรกและช่วงปลายของชีวิต การบริโภคจึงสูงกว่ารายได้ จึงมีการออมสุทธิเป็นลบ ส่วนช่วงกลางของชีวิตมีการออมเป็นบวก ดังปรากฏในรูปที่ 4

จากสมมติฐานข้างต้น นำมาใช้ในการพิจารณาแบบภาคตัดขวาง (Cross Section) โดยแบ่งผู้บริโภคเป็น 2 กลุ่ม ตามระดับรายได้และวัย กลุ่มที่อยู่ในวัยเยาว์และวัยสูงอายุเป็นกลุ่มที่มีรายได้ต่ำ แต่ความโน้มเอียงถ่วงเฉลี่ยในการบริโภคสูง กลุ่มที่อยู่ในวัยกลางเป็นกลุ่มที่มีรายได้สูงและมีความโน้มเอียงถ่วงเฉลี่ยในการบริโภคต่ำ



รูปที่ 2.2 กระแสรายได้ตลอดช่วงชีวิตของบุคคลและเส้นการบริโภค

สมมติฐานประการที่สอง การบริโภค ณ เวลาใดเวลาหนึ่งจะเป็นสัดส่วนกับมูลค่าปัจจุบันของรายได้ที่คาดว่าจะได้ตลอดช่วงอายุที่เหลือ หากมองเป็นรายบุคคลการบริโภคของผู้บริโภคแต่ละรายจะมีค่าเป็นสัดส่วนกับมูลค่าปัจจุบันของรายได้ตลอดชีพ นั่นคือ

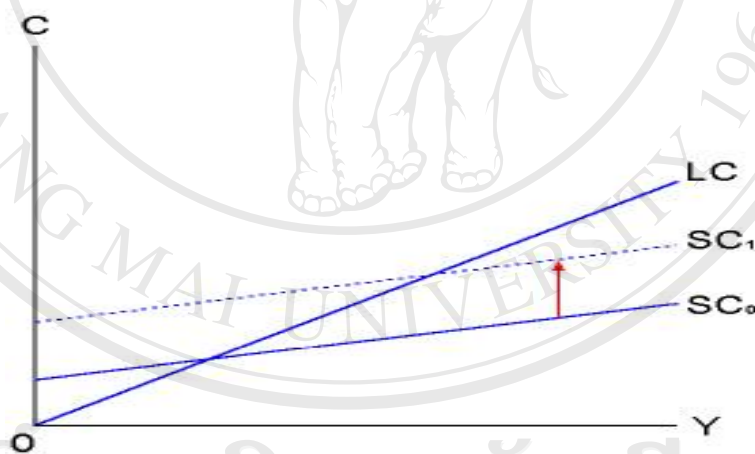
$$C_t = k(PV_t) ; \quad 0 < k < 1$$

และเมื่อรวมฟังก์ชันการบริโภคของทุกคน จะได้ฟังก์ชันการบริโภคมวลรวม

$$C_t = k(PV_t)$$

มูลค่าปัจจุบันของรายได้ที่คาดว่าจะได้รับตลอดช่วงอายุที่เหลืออาจแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ รายได้ที่เกิดจากแรงงาน (Y^L) และรายได้จากทรัพย์สิน (Y^A) ซึ่งรายได้จากแรงงานยังอาจจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนย่อย ได้แก่ รายได้ที่เกิดจากแรงงานในปีปัจจุบัน (Y_0^L) ซึ่งทราบค่าแน่ชัดและมูลค่าปัจจุบันของรายได้จากแรงงานที่จะได้รับในอนาคต Y^L ซึ่งไม่ทราบค่าแน่ชัด

เส้นการบริโภคในระยะสั้นและระยะยาวในตรรกะของแอนโดและโมคิเกลียแสดงดังในรูปที่ 2.3



รูปที่ 2.3 เส้นการบริโภคระยะสั้นและระยะยาวในตรรกะของแอนโดและโมคิเกลีย

ในระยะสั้นมูลค่าทรัพย์สินค่อนข้างคงที่ ดังนั้นค่าใช้จ่ายในการบริโภคจะเปลี่ยนแปลงเมื่อรายได้จากการทำงานเปลี่ยน ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการบริโภคและรายได้เป็นไปตามเส้นการบริโภค C_0 หรือ C_1 ในระยะยาวเงินออมของบุคคลจะทำให้มูลค่าทรัพย์สินที่บุคคลมีมากขึ้น ดังนั้นการบริโภคจะเคลื่อนย้ายขึ้นไปข้างบนทั้งเส้น เช่น จากเส้น C_0 เป็นเส้น C_1 ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการบริโภคและรายได้ในระยะยาวจะเป็นไปตามเส้น OLC

3) ปัจจัยอื่นนอกเหนือจากรายได้ที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายในการบริโภค

(Other Influence on Consumption Spending)

3.1) จำนวนเงินสดที่บุคคลมีอยู่

ถ้าบุคคลมีเงินสดอยู่ในมือเป็นจำนวนมากก็มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายเพื่อการบริโภคมามาก แต่ถ้าบุคคลมีเงินสดอยู่ในมือเป็นจำนวนน้อยก็จะมีแนวโน้มในการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคน้อยลง

3.2) จำนวนทรัพย์สินที่มีสภาพคล่องสูง (High Liquidity Asset)

ถ้าบุคคลมีทรัพย์สินที่มีสภาพคล่องสูงอยู่ในมือมาก โอกาสใช้จ่ายเพื่อการบริโภคก็มาก แต่ถ้าทรัพย์สินที่มีสภาพคล่องสูงอยู่ในมือน้อย ก็ย่อมมีโอกาสที่จะใช้เพื่อการบริโภคน้อย

3.3) จำนวนสินค้าคงทนถาวร (Durable Goods) ที่บุคคลมีอยู่

สินค้าสำหรับบริโภคมีอยู่ 2 ชนิด คือ สินค้าประเภทไม่คงทนถาวร (Nondurable Goods) เช่น อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น และสินค้าประเภทคงทนถาวร (Durable Goods) เช่น รถยนต์ ตู้เย็น โทรทัศน์ วิทยุ พัดลม เป็นต้น ถ้าบุคคลมีสินค้าประเภทคงทนถาวรอยู่แล้วเป็นจำนวนมาก โอกาสที่จะซื้อหาใหม่ก็มีน้อย เพราะสินค้าเหล่านี้มีอายุการใช้ประโยชน์ยาวนานหลายปี แต่ถ้าบุคคลมีสินค้าประเภทคงทนถาวรอยู่แล้วเป็นจำนวนน้อย จึงมีแนวโน้มที่จะซื้อหาใหม่มากขึ้น

3.4) การคาดคะเนเกี่ยวกับราคาสินค้าในอนาคต

ถ้าผู้บริโภคคาดว่าปริมาณสินค้าจะขาดแคลนหรือคาดว่าราคาสินค้าจะสูงขึ้น ผู้บริโภคจะพากันซื้อสินค้ามากกักตุนไว้มากขึ้น แต่ถ้าผู้บริโภคคาดว่าปริมาณสินค้าจะล้นตลาดหรือคาดว่าราคาสินค้าจะลดลงแล้ว ผู้บริโภคจะชะลอการซื้อไว้ก่อน โดยรอให้ราคาลดลงถึงที่สุดก่อนแล้วจึงซื้อ

3.5) เครดิตเพื่อการบริโภคและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้

ปกติวงการธุรกิจมักจะให้เครดิตเพื่อการบริโภค โดยระบบการซื้อขายแบบผ่อนส่ง ซึ่งขึ้นอยู่กับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ กล่าวคือ ถ้าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ ธุรกิจที่ให้เครดิตซื้อขายแบบผ่อนส่ง มีต้นทุนการดำเนินงานต่ำ จึงสามารถให้เครดิตระยะยาวได้ ด้วยการเรียกเก็บเงินงวดแรกต่ำและจำนวนงวดจะมากขึ้น แต่แต่ละงวดผู้ซื้อจะจ่ายแต่เพียงเล็กน้อยจึงไม่เดือนร้อน ทำให้การบริโภคหรือการซื้อขายแบบผ่อนส่งเพิ่มขึ้น แต่ถ้าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูงขึ้น ธุรกิจที่ให้เครดิตซื้อขายผ่อนส่งที่มีต้นทุนการดำเนินงานสูงขึ้นจึงไม่สามารถให้เครดิตระยะยาวได้ ดังนั้นจึงกำหนดเงินงวดแรกไว้มากและจำนวนงวดน้อยลง แต่แต่ละงวดผู้ซื้อจะต้องจ่ายมากขึ้น ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเดือนร้อน ดังนั้นผู้บริโภคจึงซื้อน้อยลง

3.6) การคาดคะเนเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ถ้าผู้บริโภคคาดคะเนว่ารายได้ในอนาคตของเขาจะสูงขึ้น ผู้บริโภคมีแนวโน้มจะใช้จ่ายเพื่อการบริโภคมามากขึ้น (เก็บออมน้อยลง) โดยหวังว่ารายได้ที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคตจะสามารถชดเชย

การออมที่ต่ำลงในปัจจุบันได้ แต่ถ้าผู้บริโภคคาด ว่าในอนาคตเขาจะมีรายได้ลดลงหรือไม่มีรายได้แล้ว ผู้บริโภคจะลดการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคลงโดยการเตรียมเก็บออมเงินมากขึ้นเพื่อไม่ให้เดือดร้อนในอนาคต

3.7) ประเภทของรายได้ที่ผู้บริโภคได้รับ

ปกติรายได้ที่บุคคลได้รับจะมีสองประเภทใหญ่ ๆ คือ รายได้ประจำที่แน่นอน (Permanent Income) และรายได้ที่ไม่แน่นอน (Temporary Income) โดยทั่วไปแล้วผู้ที่มีรายได้ประจำแน่นอนมักมีแนวโน้มในการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคมากกว่าผู้ที่มีรายได้ไม่แน่นอน

3.8) รสนิยมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง

เมื่อผู้บริโภคมีรสนิยมเปลี่ยนแปลงไปในลักษณะของการชอบหรือไม่ชอบ และชอบมากขึ้นหรือชอบน้อยลงแล้วย่อมทำให้การใช้จ่ายเพื่อการบริโภคเปลี่ยนแปลงไปด้วย

3.9) การเอาอย่างในการบริโภค (Demonstration Effect)

โดยทั่วไปแล้วผู้บริโภคมักเอาอย่างผู้อื่นในการบริโภคเสมอ ดังนั้น ถ้าผู้บริโภคได้มีโอกาสอยู่ใกล้ชิดหรือเปรียบเทียบกับบุคคลอื่นแล้ว ย่อมจะเอาอย่างในการบริโภคในลักษณะที่เห็นเขามีก็อยากมีตาม เห็นเขาได้ก็อยากได้ตาม

3.10) ระดับการศึกษาของผู้บริโภค

ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงมักมีแนวโน้มในการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคสูงกว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาน้อย ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงจะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูง ซึ่งย่อมมีราคาสูงและทำให้มีรายจ่ายเพื่อการบริโภคสูงกว่า

3.11) การเก็บภาษีอากรของรัฐบาล

ถ้ารัฐบาลเก็บภาษีอากรเพิ่มขึ้นย่อมทำให้รายได้ของผู้บริโภคหลังหักภาษีแล้วเหลือน้อยลง ย่อมสามารถใช้จ่ายเพื่อการบริโภคน้อยลง แต่ถ้ารัฐบาลเก็บภาษีอากรน้อยลงก็จะมีผลทำให้รายจ่ายเพื่อการบริโภคของประชาชนสูงขึ้น

3.12) ลักษณะการกระจายรายได้ในสังคม

ถ้าสังคมใดมีการกระจายรายได้เป็นไปอย่างเท่าเทียมกันย่อมทำให้รายจ่ายเพื่อการบริโภคของประชาชนในสังคมนั้นสูงกว่าในสังคมที่การกระจายรายได้มีความเหลื่อมล้ำกันเป็นอันมาก ทั้งนี้เพราะผู้มีรายได้สูงจะมีการออมมากขึ้น แต่ผู้มีรายได้น้อย ซึ่งมีจำนวนมากก็จะมีรายได้น้อยเพียงพอที่จะใช้เพื่อการบริโภคได้ ดังนั้น จึงทำให้รายจ่ายเพื่อการบริโภคโดยส่วนรวมอยู่ในระดับต่ำ

3.13) การโฆษณาสินค้า

การโฆษณาสินค้าหรือบริการย่อมมีส่วนจูงใจในการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคเสมอ ไม่น้อย

3.14) การขยายตัวของตลาดสินค้าและบริการ

การขยายตัวของตลาดสินค้าและบริการย่อมมีผลให้ผู้บริโภคสามารถซื้อหาสินค้าหรือบริการได้สะดวกขึ้น ซึ่งย่อมมีผลกระทบต่อยอดรวมของรายจ่ายเพื่อการบริโภคโดยตรง

3.15) ปัจจัยอื่น ๆ

ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม ฯลฯ ก็มีผลกระทบต่อการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคของประชาชน

2.4 ทฤษฎีการประมาณค่าแบบจำลองถดถอยที่มีตัวแปรตามเป็นตัวแปรหุ่น

(Estimation of Regression Models With Dummy Dependent Variables)

ในการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สมการถดถอยนั้นในบางลักษณะ จะพบว่าตัวแปรตาม (Dependent variable) จะมีลักษณะเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ (Qualitative) ซึ่งประกอบด้วย 2 ทางเลือกหรือมากกว่า เช่น การเลือกตั้ง การยอมรับเทคโนโลยีของเกษตรกร การเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์การเกษตรของเกษตรกร การเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร การเลือกวิธีเดินทางไปทำงานว่าเดินทางโดยรถเมล์ รถไฟ รถยนต์ หรือจักรยานยนต์ เป็นต้น แบบจำลองที่มีตัวแปรตามเป็นลักษณะเช่นนี้ สามารถจะใช้วิธีการประมาณค่าได้ 3 วิธี คือ

- 1) แบบจำลองความน่าจะเป็นเชิงเส้น (linear probability model)
- 2) แบบจำลองโพรบิต (probit model)
- 3) แบบจำลองโลจิท (logit model)

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

เนื่องจากวัตถุประสงค์สำคัญในการศึกษารั้งนี้ คือการประมาณค่าพารามิเตอร์ของตัวแปรอิสระหรือปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลต่อการเลือกซื้อทรัพย์สินรอการขายของธนาคารกรุงเทพ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นการศึกษานี้จึงเลือกที่จะใช้แบบจำลองโลจิท (ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์, 2547)

แบบจำลองโลจิท (logit model)

จากการแจกแจงแบบโลจิททิก (logistic distribution)

$$\begin{aligned} \text{prob}(Y = 1) &= \frac{e^{\beta'x}}{1 + e^{\beta'x}} \\ &= \Lambda(\beta'x) \end{aligned} \quad (1)$$

โดยที่ $\wedge(\cdot)$ คือ ฟังก์ชันการแจกแจงสะสม (cumulative distribution function)
จากแบบจำลองความน่าจะเป็น (probability model)

$$E[y|x] = 0[1 - F(\beta'x)] + 1[F(\beta'x)] \quad (2)$$

เราจะได้ว่า

$$\begin{aligned} \frac{\partial E[y|x]}{\partial x} &= \left\{ \frac{dF(\beta'x)}{d(\beta'x)} \right\} \beta \\ &= f(\beta'x)\beta \end{aligned} \quad (3)$$

โดยที่ $f(\cdot)$ คือ ฟังก์ชันความหนาแน่น (density function) ซึ่งคล้อยกับฟังก์ชันการแจกแจงสะสม (cumulative distribution) $F(\cdot)$ สำหรับการแจกแจงปกติ (normal distribution) เราจะได้ว่า

$$\frac{\partial E[y|x]}{\partial \beta} = \phi(\beta'x)\beta$$

โดยที่ $\phi(t)$ คือ ฟังก์ชันความหนาแน่นปกติมาตรฐาน (standard normal density function) สำหรับการแจกแจงแบบโลจิสติก

$$\begin{aligned} \frac{d \wedge[\beta'x]}{d(\beta'x)} &= \frac{e^{\beta'x}}{(1 + e^{\beta'x})^2} \\ &= \wedge(\beta'x)[1 - \wedge(\beta'x)] \end{aligned} \quad (4)$$

เพราะฉะนั้นในแบบจำลองโลจิสติก จะได้ว่า

$$\frac{\partial E[y|x]}{\partial x} = \wedge(\beta'x)[1 - \wedge(\beta'x)]\beta \quad (5)$$

สำหรับตัวประมาณค่า นั้น ในกรณีของแบบจำลองโลจิสติก

$$B = \sum_i (y_i - \wedge_i)^2 x_i x_i' \quad (6)$$

ซึ่งเป็นการคำนวณเมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมเกี่ยวเชิงเส้นกำกับ (asymptotic covariance matrix) วิธีหนึ่งจาก

$$\hat{f} = \hat{\lambda}(1 - \hat{\lambda})$$

จะได้

$$\frac{d\hat{f}}{dz} = (1 - 2\hat{\lambda}) \left(\frac{d\hat{\lambda}}{dz} \right) = (1 - 2\hat{\lambda}) \hat{\lambda}(1 - \hat{\lambda})$$

เมื่อจัดพจน์ (terms) ต่าง ๆ เข้าด้วยกันจะได้

$$\text{Asy. Var}[\hat{y}] = [\hat{\lambda}(1 - \hat{\lambda})]^2 [I + (1 - 2\hat{\lambda})\beta x'] \vee [I + (1 - 2\hat{\lambda})x\beta']$$

2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขวัญชัย อรรถวิภาณนท์ (2535) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากหัวหน้าครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรร 125 ราย จากหมู่บ้านจัดสรร 33 แห่ง วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา พบว่า ในการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ผู้อยู่อาศัยให้ความสำคัญกับเรื่องทำเลที่ตั้งมากที่สุด รองลงมาคือ ราคาบ้านและที่ดิน รายได้ต่อเดือนของครัวเรือน และจากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยที่มีรายได้ต่อเดือนของครัวเรือนแตกต่างกัน โดยแบ่งได้ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยที่มีรายได้ต่อเดือนของครัวเรือนระดับปานกลาง และระดับสูง พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยที่มีรายได้ต่อเดือนของครัวเรือนระดับปานกลางให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้ของครัวเรือน การลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำงาน หรือเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ เช่น ตลาดสด ห้างสรรพสินค้า ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยที่มีรายได้ต่อเดือนของครัวเรือนระดับสูงจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพของที่อยู่อาศัย เช่น ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเข้าถึง ทิวทัศน์สวยงาม บรรยากาศเหมาะสมกับการอยู่อาศัย

รณชัย รักวงษ์ (2540) ศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่จะซื้อบ้านหลังที่ 2 ในจังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาถึงสาเหตุของใจที่ทำให้คนซื้อบ้านหลังที่ 2 ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของผู้บริโภค จำนวน 120 ราย ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ โดยใช้ทฤษฎี S - R (stimulus - response theory) เพื่อหาสิ่งกระตุ้นภายนอก ความรู้สึกลึกซึ้งนึกคิดของผู้ซื้อ และการตอบสนองของผู้ซื้อ พบว่า ผู้ซื้อบ้านหลังที่ 2 เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อยู่ในวัยทำงาน

21-50 ปี สถานภาพสมรสแล้ว มีรายได้ของ ครอบครัว 25,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป สถานภาพเป็นหัวหน้าครอบครัว สาเหตุที่ซื้อเพื่อให้คนในครอบครัวหรือญาติพี่น้องอยู่อาศัย จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้ซื้อ พบว่า สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ราคาและการชำระ เงิน การส่งเสริมการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านหลังที่ 2 ของผู้บริโภค

นางนุช กะดีแดง (2541) ศึกษาเรื่องนี้ค้างชำระของสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคาร อาคารสงเคราะห์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาข้อมูลทั่วไปของลูกหนี้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยที่ค้างชำระหนี้ และศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระของสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากบัญชีลูกหนี้ที่ค้างชำระหนี้ ตั้งแต่ปี 2535-2539 จำนวน 300 ตัวอย่าง จากทั้งหมด 1,900 ราย โดยการสุ่มจากตารางเลข สุ่ม และใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (multiple regression analysis) พบว่า ลูกหนี้ส่วนใหญ่มีหนี้ค้างชำระมูลค่าต่ำกว่า 600,000 บาท อายุระหว่าง 36 – 45 ปี มีการศึกษาระดับสูงกว่าหรือเท่ากับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 30,001 บาท มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนจำนวน 3 – 4 คน โดยมีวัตถุประสงค์ซื้อที่ดินและอาคารรวมทั้งห้องชุดที่พักอาศัย วงเงินกู้ยืมระหว่าง 300,000 - 600,000 บาท อัตราดอกเบี้ยอยู่ระหว่างร้อยละ 11.6 – 13.0 ระยะเวลากู้ยืมอยู่ระหว่าง 10 – 15 ปี การผ่อนชำระต่องวดอยู่ระหว่าง 3,001 - 6,000 บาท มูลค่าหลักทรัพย์ค้ำประกันต่ำกว่า 600,001 บาท

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระของสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ อัตราส่วนระหว่างมูลค่าวงกการชำระหนี้เทียบกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และมูลค่าสิ่งปลูกสร้างที่เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกัน สอดคล้องกับหลักความสามารถในการชำระหนี้ตามหลักเกณฑ์ C (C's Policy) หรือหลักการชำระหนี้ตามหลักเกณฑ์ P(P's Policy)

ชัยยุทธ สุวรรณมาลัย (2543) ศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านมือสองในจังหวัด เชียงใหม่ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ราย โดยวิธีเลือกสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้โดยใช้สถิติ ร้อยละ และความถี่ พบว่าประเภทบ้านมือสองที่นิยมซื้อ มากที่สุดคือบ้านเดี่ยว รองลงมาคือบ้านทาวน์เฮาส์ พื้นที่โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 90 ตารางวา และ 24 ตารางวา ตามลำดับ ส่วนราคาของบ้านมือสอง พบว่าบ้านเดี่ยวมีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 1,200,000 บาท ทาวน์เฮาส์มีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 650,000 บาท โดยผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพสมรสแล้ว อายุจะอยู่ระหว่าง 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้ของครอบครัวอยู่ที่ระดับ 10,001 – 30,000 บาท มีเงินออมเฉลี่ยต่อเดือน 5,000 บาท ส่วนปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการ

เลือกซื้อบ้านมือสองในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ซื้อให้ ความสำคัญกับสภาพเศรษฐกิจของครอบครัว ในเรื่อง รายได้ รายจ่าย และเงินออมของครอบครัวเป็นอันดับแรก รองลงมาคือการหาแหล่งเงินทุน และระบบการชำระเงิน ปัจจัยทางด้านสังคม ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อม ความสะดวกในการเดินทาง ปัจจัยทางด้านกายภาพ ให้ความสำคัญกับขนาดที่ดิน และพื้นที่ใช้สอยของบ้าน และปัจจัย ด้านการตลาด ผู้ซื้อใช้วิธีหาด้วยตนเองจากสื่อสิ่งพิมพ์ และป้ายโฆษณา

พัฒนา กัญยานนท์ (2543) ศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของธนาคาร พาณิชย์หนึ่งในจังหวัดเชียงราย เพื่อให้ทราบถึงแนวทางในการแก้ไขปัญหาค่าการปรับปรุง โครงสร้าง หนี้ และป้องกันการเพิ่มขึ้นของหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลลูกหนี้สินเชื่อ ของธนาคารพาณิชย์หนึ่งในจังหวัดเชียงราย จำนวน 400 ราย โดยจำแนกเป็นลูกหนี้ปกติจำนวน 200 ราย และเป็นลูกหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้จำนวน 200 ราย ใช้สถิติในการทดสอบด้วยวิธี Chi-square และ Logistic regression พบว่า ลูกหนี้ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 41 – 50 ปี มีอาชีพพาณิชยกรรม ทั่วไปและค้าขาย รายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ระยะเวลาในการทำสัญญาอยู่ระหว่าง 6 – 10 ปี ภาระ หนี้คงเหลืออยู่ระหว่าง 1 – 5 ล้านบาท ผลการศึกษาสามารถนำมาสรุปเพื่อใช้ในการพิจารณาปล่อย สินเชื่อ เพื่อลดความเสี่ยงและป้องกันไม่ให้เกิดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้

สถาพร ศรีประสิทธิ์ (2544) ศึกษาถึงความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยเบื้องต้น สำหรับที่อยู่อาศัย ประเภทบ้านจัดสรร และสาเหตุของการชะลอการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัด เชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มผู้ที่ต้องการซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ และนำข้อมูล ที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ร้อยละ ความถี่ และทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยสถิติไคว์ส แควร์ จากจำนวน 306 ราย พบว่าสาเหตุสำคัญที่ต้องการซื้อบ้าน คือต้องการมีที่อยู่อาศัยเป็นของ ตัวเอง ส่วนใหญ่ต้องการที่อยู่อาศัยแบบบ้านเดี่ยวสองชั้น ราคาอยู่ในช่วง 1 – 2 ล้านบาท ทำเลย่าน ถนนเชียงใหม่-แม่โจ้ และ ถนนเชียงใหม่-หางดง โดยผู้ซื้อมีความต้องการขอสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย จากสถาบันการเงิน ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรคือ ราคาบ้านและที่ดิน รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้ง จากการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยสถิติไคว์สแควร์ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า งบประมาณในการซื้อสัมพันธ์กับอายุ อาชีพ รายได้ของครอบครัวต่อเดือน ระดับการศึกษา ลักษณะบ้านที่ต้องการ ความต้องการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย เปอร์เซ็นต์เงินดาวน์ที่ต้องการ จำนวนเงินผ่อนดาวน์ต่อเดือนที่ต้องการ สำหรับสาเหตุของการชะลอการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร ในจังหวัดเชียงใหม่ คือ ไม่มีบ้านจัดสรรในทำเลที่ตั้งตรงตามความต้องการ รองลงมาคือ เงินเก็บ ออมสำหรับดาวน์บ้านไม่เพียงพอ

จิราภา เตโช (2546) ศึกษาถึงปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง จากธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) จากลูกค้าที่ซื้อบ้านมือสองจากธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จำนวน 10 สาขาในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 106 ราย สถิติที่ใช้วิเคราะห์ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) ตามแนวทางของ Likert (Likert's scale) พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นหัวหน้าครอบครัว เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุเฉลี่ยอยู่ที่ 37 ปี มีสมาชิกในครัวเรือน 4 คน การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 24,434 บาท รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 13,868 บาท และมีเงินออมเฉลี่ยต่อเดือน 4,255 บาท รูปแบบของบ้านมือสองที่ผู้บริโภคนิยมซื้อมากที่สุดคือ บ้านเดี่ยว อาคารชุด ทาวน์เฮาส์ และอาคารพาณิชย์ ตามลำดับ เป็นการซื้อเพื่อต้องการแยกครอบครัวเพื่อความเป็นส่วนตัวเป็นสำคัญ โดยมีมูลเหตุจูงใจที่ทำให้ตัดสินใจซื้อบ้านมือสองคือ ราคาขาย อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และเงื่อนไขการชำระเงิน ตามลำดับ ส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อบ้านมือสองแยกเป็นประเภทได้ดังนี้

ประเภทบ้านเดี่ยวจะให้ความสำคัญกับการมีความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน รองลงมาคือ มีสภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี การมีสาธารณูปโภค และมีราคาเหมาะสม

ประเภทบ้านทาวน์เฮาส์ จะให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสม รองลงมาคือการมีสาธารณูปโภค และมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ตามลำดับ

ประเภทห้องชุด จะให้ความสำคัญกับการมีสาธารณูปโภค มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีราคาเหมาะสม สภาพแวดล้อมที่ดี และมีพนักงานรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง ตามลำดับ

ประเภทอาคารพาณิชย์ จะให้ความสำคัญกับการมีสภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีสาธารณูปโภค และมีราคาเหมาะสม ตามลำดับ

ผกาแก้ว จิตรักษ์ (2549) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดนนทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) ศึกษาข้อมูลทั่วไปของความต้องการบ้านจัดสรรในจังหวัดนนทบุรี 2) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดนนทบุรี 3) ศึกษาข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในจังหวัดนนทบุรี โดยการเก็บข้อมูลจากโครงการบ้านจัดสรรจำนวน 20 ตัวอย่าง และผู้บริโภคจำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน มีระดับรายได้อยู่ในระดับล่าง – ปานกลาง ขนาดครอบครัวเล็ก ดังนั้น ผู้บริโภคจึงมีความต้องการซื้อบ้านจัดสรรที่ราคาปานกลาง ประมาณ 1-3 ล้านบาท

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ รายได้ มาตรฐานด้านความปลอดภัย การได้รับความคุ้มครองจากสำนักงานคุ้มครอง

ผู้บริโภค ทำเลที่ตั้งของโครงการ ราคาขาย ความ สะดวกในการซื้อหรือสถานที่ขาย และการบริการก่อนและหลังการขาย ส่วนข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ธุรกิจนี้มีการชะลอตัวลงเล็กน้อยจากความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจ ความไม่แน่นอนทางการเมือง ปัญหาวิกฤตการณ์น้ำมัน โดยโครงการบ้านจัดสรรมีแนวโน้มก่อสร้างในบริเวณนอกเขตเมือง เขตปริมณฑล และบริเวณเส้นทางตัดใหม่ เช่น ถนนรอบนอกวงแหวนตะวันตก ถนนกาญจนาภิเษก ถนนราชพฤกษ์ เป็นต้น

รุ่งลาวัลย์ คำปิ่น (2550) ศึกษาถึงพฤติกรรมในการเลือกซื้อบ้านในโครงการหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ซื้อบ้านจัดสรรในโครงการหมู่บ้านจัดสรร 5 โครงการ จำนวนตัวอย่าง 250 ราย โดยแยกเป็นกลุ่มตัวอย่างคนไทยจำนวน 150 ราย และกลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติจำนวน 100 ราย ใช้วิธีเลือกสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) นำเสนอเป็นตารางแจกแจงความถี่ (frequency) และอัตราร้อยละ (percentage) เพื่ออธิบายลักษณะพฤติกรรมของผู้ซื้อบ้านจัดสรรกลุ่มคนไทยและชาวต่างชาติ และเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ซื้อบ้านจัดสรรทั้งสองกลุ่มว่ามีพฤติกรรมในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรที่เหมือนหรือแตกต่างกัน

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30 – 40 ปี สถานภาพสมรสแล้ว อาชีพข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ขณะที่ผู้ซื้อชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป สถานภาพสมรสแล้ว โดยสมรสกับคนไทย อาชีพเป็นนักธุรกิจหรือเจ้าของกิจการ การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท

ผลการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมผู้ซื้อบ้านในโครงการหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทย ส่วนใหญ่ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านสร้างใหม่ 2 ชั้น ราคาที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างอยู่ระหว่าง 2 – 3 ล้านบาท มีขนาดที่ดิน 50 – 100 ตารางวา โดยส่วนใหญ่กู้ยืมเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ มีระยะเวลากู้ระหว่าง 5 – 10 ปี จำนวนเงินการผ่อนชำระต่องวดอยู่ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท ขณะที่กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านสร้างใหม่ 2 ชั้น เช่นเดียวกับคนไทย ราคาที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างอยู่ระหว่าง 3 – 4 ล้านบาท มีขนาดที่ดิน 100 – 150 ตารางวา โดยส่วนใหญ่ชำระเงินค่าบ้านเป็นเงินสด และคู่สมรสเป็นผู้ถือกรรมสิทธิ์ในหลักทรัพย์

ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร พบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวไทยให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก ได้แก่ คุณภาพและวัสดุของบ้าน ทำเลที่ตั้งของโครงการ ขณะที่กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านบริการของโครงการ

เป็นอันดับแรก เช่น การให้บริการและความ รวดเร็ว ถูกต้องในการให้บริการ ปัจจัยด้าน ภาพลักษณ์ของโครงการ เช่น ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ สภาพแวดล้อมในโครงการดี เป็น ต้น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved