

## บทที่ 2

### กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี

อุปสงค์ต่อสินค้าในทางเศรษฐศาสตร์นั้นก็คือ ความสัมพันธ์อย่างง่ายระหว่างราคาและปริมาณสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการ สำหรับที่อยู่อาศัยหรือแม้แต่สินค้าอื่น ๆ นั้นจะมีปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภคหลากหลายปัจจัย การนำแนวความคิดรายได้ประจำ (permanent income) เข้ามาใช้ในการศึกษา นอกจากนี้ยังได้ให้ความสนใจกับปัจจัยอื่น ทั้งในด้านภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ ผังเมือง การคมนาคมขนส่ง ระดับมาตรฐานความปลอดภัย เข้ามาเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม การศึกษาอุปสงค์ที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลเมืองเชียงใหม่ การศึกษาแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ผนคววิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อายุการทำงาน อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ระยะเวลาการพักอาศัย ลักษณะของที่อยู่อาศัย เป็นต้น

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ แหล่งข้อมูล ราคาคอนโดมิเนียม พื้นที่ใช้สอย วงเงินที่ประสงค์ใช้สินเชื่อกับสถาบันการเงิน เป็นต้น

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลเมืองเชียงใหม่ ประกอบด้วย ปัจจัยพื้นฐาน ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม และ ปัจจัยทางกายภาพ

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร (correlation analysis)

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis)

#### 2.2 เอกสารที่เกี่ยวข้อง

##### ผลการศึกษาในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ

เดอะ นูญะฮัย (2530) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรระดับปานกลางของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ามีปัจจัย 3 ประการคือ ทำเลที่ตั้งของบริเวณที่อยู่

อาศัย การส่งเสริมการขาย และความสามารถในการขายของพนักงานขายที่มีผลต่อการซื้อของผู้บริโภคมากที่สุด

**ราตรี พิริยะประสาธน์ (2534)** ได้ศึกษาถึงเรื่องความต้องการที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในช่วงปี พ.ศ. 2513-2531 การศึกษานี้แบ่งประเภทความต้องการที่อยู่อาศัยออกเป็น 2 ประเภท คือ ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้สูงและที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย ซึ่งปัจจัยที่กำหนดในการศึกษาได้แก่ ราคา รายได้ ปัจจัยด้านสถาบันการเงิน ลักษณะของประชากร และการเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐบาลที่มีต่อตลาดที่อยู่อาศัย ผลการศึกษาพบว่า รายได้เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุดในความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้ต่ำ แต่ทางด้านความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูง กลับพบว่าจำนวนประชากรจะเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด โดยมีปัจจัยราคาและรายได้เป็นปัจจัยรองลงมา ในขณะที่การเปลี่ยนแปลงของนโยบายของรัฐบาลไม่มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อทั้งผู้มีรายได้ต่ำและรายได้สูง

**กิตติพงษ์ ไตรสารวัฒน์ (2538)** ศึกษาปัจจัยการตัดสินใจซื้อ ทศนคติ และความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยอาคารชุดพักอาศัยราคาปานกลางในเขต ชนชั้นกลางของกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มผู้ที่พักอาศัยในโครงการอาคารชุดราคาปานกลางคือ คนในวัยหนุ่มสาวที่กำลังสร้างฐานะและต้องการแยกครอบครัว โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อครอบครัวประมาณ 20,000 - 40,000 บาทต่อเดือนและมีการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นสัดส่วนมากที่สุด ก่อนซื้ออาคารชุดส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับบิดามารดา และต้องการซื้อเพื่อเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในที่อยู่อาศัย

**ชัชวาล เย็นบำรุง (2546)** ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อห้องชุดพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของผู้บริโภค กรณีศึกษาห้องชุดพักอาศัยในครอบครัวของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคาที่ส่งผลต่อการซื้อได้แก่ ราคาสูงกว่าตลาด กลุ่มค่ากับราคา และราคาอยู่ในเกณฑ์ที่รับภาระได้ ด้านทำเลและสถานที่ตั้งที่ส่งผลต่อการซื้อ ได้แก่ อยู่ในทำเลที่ตั้งดี ทางเข้า/ออกที่สะดวก การไปทำงานสะดวก ใกล้ห้างสรรพสินค้าและสิ่งแวดล้อมที่ดี ด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการซื้อได้แก่ สภาพอาคารที่ดี และสภาพห้องชุดที่ดี ด้านการส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อการซื้อได้แก่ เงื่อนไขดอกเบี้ยที่ถูกระยะเวลาการผ่อนที่นานและการให้สินเชื่อในสัดส่วนที่สูง

**นันทิดา วชิรปราการสกุล (2549)** ทำการศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม กรณีศึกษา: บริษัท แอล พี เอ็น ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งศึกษาทั้งลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ และความสำคัญของปัจจัยทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการจำหน่าย ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีวิธีการหาข้อมูลเกี่ยวกับห้องชุดหรือคอนโดมิเนียม

นิยมทั่วไปจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือ โทรทัศน์สอบถามโครงการและอินเตอร์เน็ต ตามลำดับ ส่วนปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อนั้น พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาเป็นปัจจัยด้านราคา และด้านสถานที่ ตามลำดับคะแนนความสำคัญจะมีค่าใกล้เคียงกัน

**อภิญา เสริมบุญ (2549)** ศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในย่านถนนทองหล่อ กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในย่านถนนทองหล่อ กรุงเทพมหานคร ผู้บริโภคมีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในย่านถนนทองหล่อ กรุงเทพมหานคร ซึ่งทั้ง 4 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย โดยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับสุดท้าย นอกจากนี้พบว่าการทดสอบสมมติฐาน ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ แตกต่างกันมีปัจจัยการตัดสินใจ เลือกซื้อคอนโดมิเนียมในย่านถนนทองหล่อ กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ ระดับ .05 ส่วนผู้บริโภครวมที่มีการศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกัน มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม ในย่านถนนทองหล่อ กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

**อภิชาติ สุขสินธ์ (2551)** เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และเครื่องมือทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าลักษณะประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในด้าน งบประมาณ พื้นที่ใช้สอย และกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ สำหรับด้านราคา การให้ส่วนลด การกำหนดราคา เงื่อนไขการชำระเงินและสินเชื่อ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในด้าน งบประมาณ พื้นที่ใช้สอย และกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ นอกจากนี้ด้านผลิตภัณฑ์คุณภาพ ผลิตภัณฑ์การออกแบบผลิตภัณฑ์ ความหลากหลาย การรับประกันสินค้า มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในด้านงบประมาณ พื้นที่ใช้สอย และกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

**ธนาวุฒิ เขียวรอด (2552)** ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคโครงการคอนโดมิเนียมในจังหวัดกรุงเทพมหานครและพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภค ซึ่งศึกษาทั้งผู้ที่พิจารณาจะซื้อคอนโดมิเนียมและผู้ที่ทำการซื้อคอนโดมิเนียมแล้วไม่เกิน 1 ปี จำนวน 400 คน สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นำมาพิจารณาได้แก่ ปัจจัยด้านแบบแปลนหรือรูปแบบของคอนโดมิเนียม, ด้านการก่อสร้างโครงการ, ด้านทำเลที่ตั้ง, ด้านสิ่ง

สาธารณูปโภค และด้านการส่งเสริมการขาย และแบ่งพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อออกเป็น การตัดสินใจซื้อโดยเกณฑ์เศรษฐกิจ การตัดสินใจซื้อโดยคล้อยตามคนอื่น การตัดสินใจซื้อโดยความเข้าใจ การตัดสินใจซื้อด้วยอารมณ์ และการตัดสินใจซื้อแบบซับซ้อน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด โดยมีสิ่งสำคัญที่สุดคือ ระยะเวลาในการผ่อนชำระ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการก่อสร้างโครงการ ซึ่งสำคัญคือคุณภาพวัสดุที่ใช้ ส่วนพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภคมีพฤติกรรมซื้อแบบซับซ้อนมีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด รองลงมาคือ พฤติกรรมซื้อด้วยความเข้าใจ

#### ผลการศึกษาในเขตพื้นที่เชียงใหม่และภูเก็ต

**รักชาติ แก้วผดุง (2536)** ศึกษาอุปสงค์ที่อยู่อาศัยประเภทจัดสรร ในเขตผังเมืองเชียงใหม่ พบว่า ผู้อยู่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรรส่วนใหญ่จะนิยมอยู่อาศัยในบ้านเดี่ยว ร้อยละ 65.7 และเป็นครัวเรือนขนาดเล็ก มีสมาชิกเฉลี่ย 3.79 คนต่อครัวเรือน และส่วนใหญ่เป็นการซื้อเพื่ออยู่อาศัยจริงไม่ได้เก็งกำไร

**กิตติพงษ์ วงศ์ฟู (2541)** ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตผังเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสุ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 198 ราย ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ซื้อคอนโดมิเนียมเป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21-40 ปี มีสถานภาพสมรสแล้ว และมีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า สาเหตุที่ทำให้ซื้อคอนโดมิเนียมเพราะต้องการมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง โดยเฉพาะบ้านพร้อมที่ดินแต่ที่อยู่อาศัยลักษณะดังกล่าวมีราคาค่อนข้างสูง จึงเลือกซื้อคอนโดมิเนียมแทน ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อได้แก่ ราคาของคอนโดมิเนียม และรายได้ รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งพบว่าผู้ซื้อจะพิจารณาถึงการประหยัดในการเดินทาง และเงื่อนไขในการชำระเงิน ทางด้านทัศนคติของการซื้อคอนโดมิเนียมพบว่า ก่อนเข้าอยู่อาศัยมีความเห็นว่าคอนโดมิเนียมน่าอยู่ และส่วนใหญ่คิดว่าในอนาคตที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมจะมีบทบาทสำคัญในด้านที่อยู่อาศัยมาก ซึ่งคาดว่าที่ดินในเมืองสำหรับปลูกสร้างที่อยู่อาศัยมีน้อยลงหรือแพงมากขึ้น ไม่สอดคล้องกับจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น

**นราภรณ์ ใจคำลือ (2551)** ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม ของประชากรในเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต ตามทฤษฎีการตัดสินใจ ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด และเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของประชากรในเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาปัจจัยในการตัดสินใจ จำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยการตัดสินใจ 4 ด้านที่มีการตัดสินใจในระดับมากที่สุดโดยเรียงตามลำดับได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม ลักษณะทางกายภาพ (physical) ด้านผลิตภัณฑ์ (product) ด้านราคา (price) และ ด้านบุคลากร

(people) ส่วนปัจจัยในการตัดสินใจระดับมาก 2 ด้าน เรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการขาย (promotion) และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (place) ประชากรที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน มีปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม แตกต่างกัน ดังรายละเอียดต่อไปนี้ จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชากรที่มีเพศ อาชีพ รายได้ แตกต่างกันมีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนประชากร ที่มี อายุ ระดับการศึกษาและสถานภาพ แตกต่างกัน มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

### ผลการศึกษาในประเทศไทย

**Lee และ Kong (1977)** ผลการศึกษาพบว่า ราคาและรายได้ที่จะเป็นตัวแปรที่มีนัยสำคัญต่ออุปสงค์ที่อยู่อาศัยและค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่อยู่อาศัยและค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่อยู่อาศัย ทั้งต่อราคาและรายได้นั้นจะมีค่าต่ำกว่าหนึ่ง และมีค่าเป็นลบ สำหรับอุปสงค์ที่อยู่อาศัยต่อราคา แต่ตัวแปรทางสังคมและลักษณะของประชากรกลับไม่มีนัยสำคัญต่ออุปสงค์ที่อยู่อาศัย ซึ่งเขาให้เหตุผลว่าอาจเป็นเพราะความไม่สมบูรณ์ของตัวแปรที่นำมาใช้ในการศึกษามากกว่า

**Follain, Lim และ Renaud (1980)** ได้ศึกษาถึงอุปสงค์ที่อยู่อาศัยในประเทศเกาหลีโดยใช้ข้อมูลภาคตัดขวาง (cross-sectional data) ซึ่งสุ่มตัวอย่างจำนวน 1,293 ครัวเรือน จาก 17 เมืองในประเทศเกาหลี โดยใช้สมการในรูป log-linear และได้ทำนายแนวคิดที่ใช้ค่าใช้จ่ายของครัวเรือนแทนรายได้ของครัวเรือนเข้ามาใช้ในการศึกษา และใช้ค่าเช่าเป็นตัววัดอุปสงค์ที่อยู่อาศัย เนื่องจากค่าเช่าเป็นข้อมูลที่หาได้จากการสำรวจในภาคสนามโดย ผลการศึกษาพบว่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่อยู่อาศัยต่อรายได้จะมีค่าน้อยกว่า หนึ่งส่วนความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่อยู่อาศัยต่อราคาจะมีค่าเป็นลบ และจะมีค่าน้อยกว่า หนึ่ง (ค่า absolute) ซึ่งเหมือนกับผลการศึกษาอุปสงค์ที่อยู่อาศัยของ Lee และ Kong (1977) ที่พบในสหรัฐอเมริกา

**Mayo (1981)** ได้ศึกษาถึงอุปสงค์ที่อยู่อาศัยในประเทศสหรัฐอเมริกา ได้สร้างแบบจำลองในลักษณะ linear expenditure function ซึ่งมีคุณสมบัติคือ ค่าความยืดหยุ่นที่ได้จากแบบจำลองนี้สามารถแปรผันได้ตามการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรที่กำหนด โดยได้ให้เหตุผลว่า ในการศึกษาถึงอุปสงค์ที่อยู่อาศัยโดยใช้ log-linear demand equation นั้นจะทำให้ค่าความยืดหยุ่นที่คำนวณได้มีความเอนเอียง และได้ค่าต่ำกว่าความเป็นจริง โดยผลการศึกษาที่ได้ก็ไม่มีแตกต่างไปจากการใช้ log-linear demand equation กล่าวคือ ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ที่ได้จากการคำนวณดังกล่าวก็ยังคมีค่าน้อยกว่าหนึ่งเช่นเดิม และมีค่าเป็นลบสำหรับความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา

**Goodman (1985)** ได้ศึกษาถึงอุปสงค์ที่อยู่อาศัยในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ที่อยู่อาศัย โดยการใช้ข้อมูลจาก annual housing survey (AHS) ในการศึกษาครั้งนี้ นอกจากตัวแปรทางด้านราคาและรายได้แล้วยังได้ให้ความสำคัญกับตัวแปรทางประชากร โดยเฉพาะอายุของหัวหน้าครัวเรือนซึ่ง Goodman คิดว่ามีความสัมพันธ์ กับอุปสงค์ที่อยู่อาศัย และจากการศึกษาพบว่าถ้าหัวหน้าครัวเรือนมีอายุมากขึ้นจะมีอุปสงค์ที่อยู่อาศัยน้อยลง แต่อย่างไรก็ตาม ราคาและรายได้ก็ยังมีผลค่อนข้างมากต่ออุปสงค์ที่อยู่อาศัย

**Malpezzi และ Mayo (1987)** ได้ทำการศึกษาในลักษณะเดียวกันกับ Follain, Lim และ Renaud (1980) เป็นการศึกษาประเทศที่กำลังพัฒนาจำนวน 8 ประเทศ ได้แก่ โคลัมเบีย, เอกวาดอร์, อียิปต์, กานา, อินเดีย, จาเมกา, เกาหลีและฟิลิปปินส์ โดยใช้ข้อมูลจาก 3 เมืองในแต่ละประเทศ จำนวน โดย Simple housing expenditure model ซึ่งก็เหมาะสมเพราะเป็นโมเดลที่ใช้ตัวแปรไม่มาก เนื่องจากในบางประเทศอาจจะมีข้อจำกัดของข้อมูลซึ่งไม่สามารถเก็บได้ โดยโมเดลจะศึกษา (1) การประมาณค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่อยู่อาศัยต่อรายได้ (2) การประมาณค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่อยู่อาศัยต่อราคา ซึ่งผลการศึกษาที่ได้เหมือนกับผลการศึกษาพบในสหรัฐอเมริกาและเกาหลีคือ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่อยู่อาศัยต่อรายได้จะมีค่าน้อยกว่าหนึ่งและความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่อยู่อาศัยต่อราคาจะมีค่าน้อยกว่าหนึ่งโดยไม่คิดเครื่องหมาย นอกจากนี้แล้วยังพบอีกว่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ของผู้เช่าจะมีค่าน้อยกว่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ของเจ้าของ