

住宅市場與政策課堂討論

什麼影響了你？

100257020 吳健宇

www.themegallery.com **LOGO**



購屋需求者購買房屋時的行為是怎麼決定的呢？

- 搜尋時間
- 比價
- 購買目的
- 標的選擇...等等

消費者行為理論

消費者的購屋行為

效用理論

- 環境
- 坪數
- 公設
- 其他帶來效用...等等

www.themegallery.com **LOGO**



理性的人可以做出正確判斷？

- ❖ 有A、B兩個方案，方案A你有80%的機會可得12萬元、20%的機會得到0元；B方案有100%的機會得到9萬元。

	結果	出現機率	回答
方案A	12萬收入	0.8	
	0元收入	0.2	
方案B	9萬元收入	1.0	

- ❖ 你選哪個？



理性的人可以做出正確判斷？

- ❖ 有A、B兩方案，方案A有80%的機會損失12萬元、有20%的機會損失0元；方案B則100%會損失9萬元。

	結果	出現機率	回答
方案A	損失12萬	0.8	
	沒有損失	0.2	
方案B	損失9萬元	1.0	

- ❖ Make your choice!!!





行為財務學的觀念:

風險規避

人們面對利得(正展望)時，喜歡確定性，不喜歡風險。

損失規避

負展望(面對損失)時，若有機會減少損失，人們會願意賭一賭

處分效果

投資損失時會繼續持有(避免損失的痛苦)，依但回本或小賺就快速獲利了結(風險規避，馬上體驗獲利喜悅)

人往往是不理性的!!!



購屋需求者購買房屋時的行為是怎麼決定的呢?

- 搜尋時間
- 比價
- 購買目的
- 標的選擇...等等

消費者行為理論

消費者的購屋行為

展望理論

- 做決策時不會以理性的分布作為決策依據，而是主觀上給予另外一種評價。

效用理論

- 環境
- 坪數
- 公設
- 其他帶來效用...等等

在資訊不透明的市場更難做出正確的決策!



在資訊不透明的市場.....

台灣不動產市場從眾行為之檢視

(陳明吉, 2008)

■何謂從眾行為

跟隨群體的行爲，使得許多資訊無法立即反映到市場，更會使得單一資訊有過度反應的現象。

■什麼情況容易發生

信心不足、資訊不透明

■探討不動產市場

預售屋、成屋、土地



www.themegallery.com LOGO



在資訊不透明的市場.....

分析結果

■預售屋

台北市、新北市上漲時存在顯著從眾行為，下跌時台北市無從眾行為，新北市有明顯從眾行為。

■成屋

無顯著從眾行為，但存在從眾可能

遞延現象明顯

■土地

土地市場並沒有發現從眾行為的證據

1. 地價資料並不是市場資料
2. 資料時間長度不足
3. 樣本期間適逢景氣低迷時期
4. 投資人較少進行土地投資

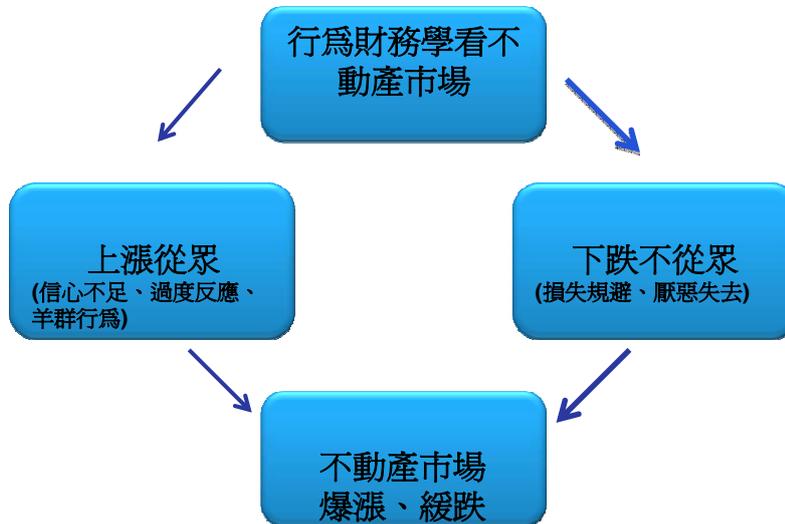


www.themegallery.com LOGO



不動產市場確實有從眾行為現象

上漲階段較
能被證實



在買、售行為上人往往是有限
理性的

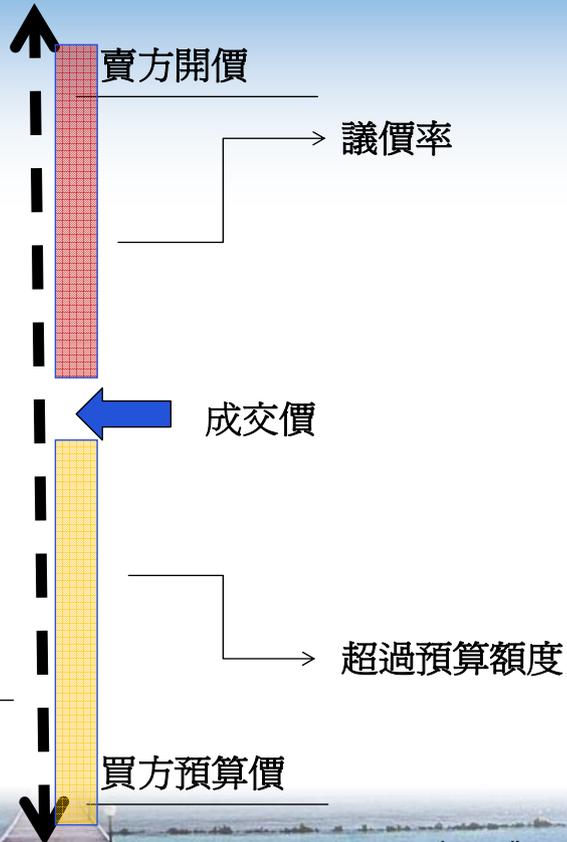
那麼已經確定買的人呢？

購屋時的行為會改變?

購屋時會有這些價....

理性的人對於超過預算的程度可能會有一個停損點

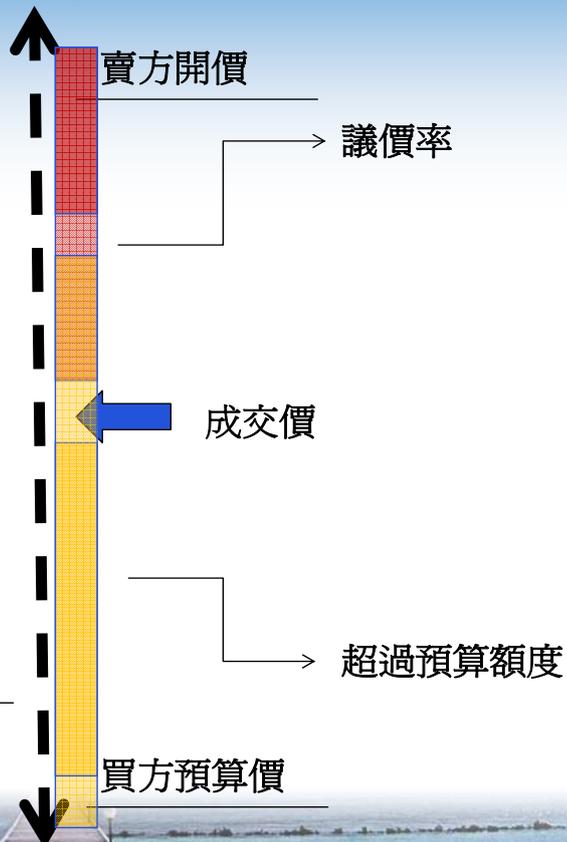
賣方底價(未知)



購屋時的行為會改變?

預期未來房價會上漲

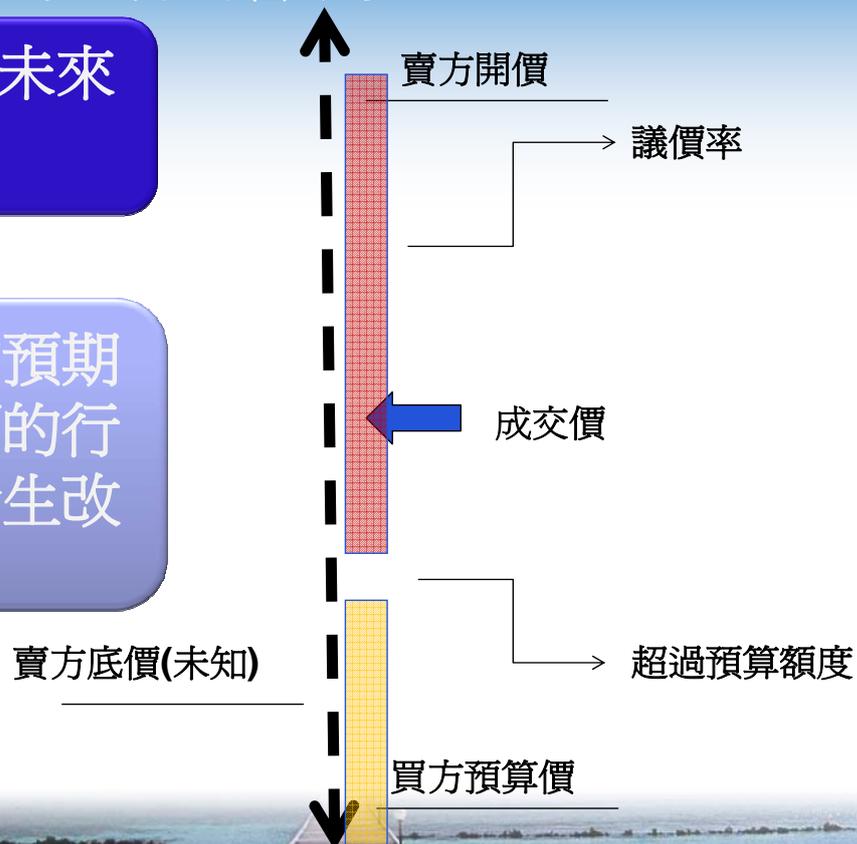
賣方底價(未知)



購屋時的行為會改變?

預期房價未來
會下跌

在不同的預期
下，人們的行
為可能發生改
變



賣方開價也有文章...





在資訊不透明的市場.....

The trade-off Between the selling price of residential properties and time on the market:
the impact of price setting (Paul M.ANGLIN,2003)

▪ 表價(賣方開價)

同質性的房屋，賣方開價越高，通常可以得到較高的成交價。

▪ TOM

通常開價高於平均市價TOM會較長，需要花較多時間蒐尋願意支付的買家，但TOM過長可能產生不良商品的印象，降低成交可能性

▪ 議價空間

但開價高不一定成交價高、TOM長，因為賣家可能採取議價空間大的策略，給買家更大砍價空間已加速成交

▪ 成交價

通常表價過高、TOM過長而無法出售而再次修正表價時，成交價會較一次開出適當表價時來的更低



賣家的訂價策略可以影響消費者的判斷、購買行為？

面對同質性的房屋，不同的開價與銷售率對你有什麼影響？



行為學的雙面刃

消費者:
可以判斷自己的
是否理性，避免
受到心理因素影
響做出錯誤決
策。

業者、供給者:
特過行為學了解購屋
者心理，透過影響其
心理因素誘使購屋者
作出符合自己利益的
決策。



總結



人的理性是很容易受到影響的

外在影響、內在預期、賣方策略都
可能影響購屋者決策

行為學是雙面刃



問題討論：

- ❖ 你認為自己的購屋行為(購買的決策、購買過程中的行為)受到什麼影響會不理性?
- ❖ 賣方可以制定怎麼樣的策略?
- ❖ 若消費者真能達到完全的理性，市場會如何變化?
- ❖ 如何避免消費者因上述影響造成的錯誤決策、或是其實這沒必要去改善因為就是市場的一部分?

[Add your company slogan]

Thank You !

參考文獻：
台灣不動產市場從眾行為之檢視
(陳明吉，2008)

The trade-off Between the selling price of residential properties and time on the market: the impact of price setting (Paul M. ANGLIN, 2003)

行為財務學 盧育明著 商鼎文化出版