

بررسی عوامل مرتبط بر ترجیحات مشتریان برای خرید و یا اجاره مسکن (مورد مطالعه: جویندگان مسکن در شهر تهران)

جمشید صالحی صدقیانی^۱

ابوالفضل تاج زاده نمین^۲

مهديه فناخسرو^۳

چکیده :

شناسایی چگونگی انتخاب مسکن و عوامل موثر بر آن و ترجیحات مشتریان برای خرید و یا اجاره مسکن یکی از نیازهای اساسی سیاست گذاران بخش مسکن می باشد. صنعت ساختمان سازی و بازار خرید و فروش، مسکن و ملک نقش بسیار مهمی در اقتصاد کشور و سید هر خانواده دارد. امروزه تمام سازمان ها برای تداوم سودآوری و بازدهی خود، به دنبال جذب مشتری و افزایش رضایتمندی و

۱- هیات علمی دانشکده مدیریت، دانشگاه علامه طباطبایی و دانشگاه آزاد اسلامی تهران شمال

۲- هیات علمی دانشکده مدیریت، دانشگاه علامه طباطبایی

۳- کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی تهران شمال

شناخت ترجیحات آنها هستند. این مسأله به خصوص برای مسکن سازان اهمیت ویژه ای دارد، زیرا مسکن برای مصرف کننده اش کالایی دائمی است.

تحقیق حاضر با هدف بررسی عوامل مرتبط بر ترجیحات مشتریان برای خرید و یا اجاره مسکن انجام شده است. این عوامل عبارتند از: عوامل شخصی، اقتصادی، داخلی، خارجی و محیطی. در پژوهش کاربردی حاضر، داده‌های موردنیاز از طریق ابزار پرسشنامه و به روش نمونه گیری دردسترس از میان ۳۸۵ نفر از جویندگان اجاره و یا خرید مسکن در شهر تهران گردآوری شد. به منظور سنجش روایی ابزار گردآوری، از تحلیل عاملی تأییدی و به منظور آزمون فرضیات از روش آزمون تی تک نمونه‌ای بهره گرفته شد.

یافته‌ها نشان داد تمامی عوامل بر ترجیحات مشتریان خریدار و یا مستاجرین مسکن تاثیر دارد.

واژگان کلیدی: عوامل اقتصادی، عوامل شخصی، عوامل داخلی، عوامل خارجی و عوامل محیطی

مقدمه

مسکن به عنوان یکی از پدیده‌های واقعی، از نخستین مسائلی است که بشر همواره با آن دست به گریبان بوده و همواره در تلاش برای دگرگونی و یافتن پاسخی مناسب، معقول و اندیشیده برای آن است. مسکن به عنوان یک مکان فیزیکی و سرپناه اولیه و اساسی خانوارها به حساب می‌آید. در این سرپناه، برخی از نیازهای اولیه خانوار یا فرد، همچون خواب، استراحت، حفاظت در برابر شرایط جوی و خلاصه شرایط زیست در مقابل طبیعت تأمین می‌شود (حکمت نیا، ۱۳۸۴). مسکن به عنوان یک کالای ناهمگن، بادوام، غیرمنقول، دارای هزینه‌های بالای معاملاتی، جنبه‌های سرمایه‌ای، مصرفی، سهم بالایی از بودجه خانوارها، هزینه‌های ملی و سرمایه‌گذاری ثابت ناخالص ملی را به خود اختصاص داده و نقش منحصر بفردی در اشتغال و ارزش افزوده کشورها دارد. صنعت ساختمان سازی و بازار خرید و فروش، مسکن و ملک یکی از مسائل بسیار مهم بوده و نقش بسیار مهمی در اقتصاد کشور و سبب هر خانواده دارد؛ بطوریکه میزان سرمایه‌گذاری‌های بخش ملک و مسکن در سال‌های اخیر حتی بیش از توان اقتصادی جهانی بوده است. به همین دلیل ضروریست تا از طریق آموزش، تحقیق و اجرای شیوه

های علمی بازاریابی و استراتژی های لازم، زمینه های خرید و فروش علمی و بازاریابی تخصصی در این حوزه فراهم آید (خوبه، ۱۳۸۸). از سوی دیگر هرانسانی پس از تامین نیازهای اولیه خود مانند غذا و پوشاک، به فکر تامین یک سقف، مسکن و ملک مناسب می باشد. مسکن مناسب بخش جدایی ناپذیر زندگی امروزی می باشد و ارزش آن برای هر خانواده بسیار زیاد است و شاید بزرگترین سرمایه گذاری اغلب خانواده ها در سرتاسر زندگی خرید مسکن می باشد (Opoku & Alhassan, 2010).

خرید یا اجاره مسکن بعنوان یک فرایند مبادله ای برای مصرف کننده میباشد (موون و مینور، ۱۳۸۶). در این مبادله انتخاب مصرف کننده (تصمیم گیری در خصوص خرید و یا اجاره مسکن) از بین موارد مختلفی که وجود دارد، متاثر از ترجیحات وی می باشد (Opoku & Alhassan, 2010). مواردی که به عنوان عوامل تاثیرگذار بر انتخاب مسکن عنوان شده اند، شامل: قیمت خانه و اندازه آن (Amaturo & Ragone, 1987؛ Cupchik & Ritterfeld & Levin, 2003؛ Lindberg & Montgomery, 1988؛ عواملی مانند طراحی درونی و فضای بیرونی (Bhatti & Church, 2004)، محله، عوامل مکانی مانند آلودگی صوتی و محیطی (Graves & Thayer & Waldman, 1988؛ Yusuf & Resosudarmo, 2009؛ Zabel & Kiel, 2000) و یا برخی عوامل شخصی نظیر ترجیح برای زندگی در مناطق مرکزی با راحتی بیشتر و دسترسی به حمل و نقل عمومی (Wang & Li, 2006) می باشند.

با توجه به اینکه فعالان و تصمیم گیرندگان حوزه مسکن همانند سایر بخش ها و صنایع کشور از چالش های شناخت ترجیحات مشتریان که ممکن است در جامعه به وجود آید مستثنی نیست خصوصاً با توسعه کمی و کیفی شتابانی که در سالهای اخیر در حوزه سلاقی و ترجیحات مشتریان رخ داده است. همچنین به خاطر گستردگی و حساسیت فعالیت خرید مسکن و درگیر بودن در حوزه های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی به یک چارچوب مناسب برای بررسی ترجیحات مشتریان در خرید مسکن نیاز است تا ریسک های احتمالی و خطرات عدم استقبال از مسکن های ساخته شده تا حد امکان کاهش یابد و اطلاعات مفیدی برای برنامه ریزی در حوزه مسکن در اختیار مسئولان و تصمیم گیرندگان این حوزه قرار گیرد. در واقع شناخت عوامل موثر بر ترجیحات مصرف کننده (خریدار یا مستاجر) مسکن می تواند به ارزیابی صحیح فعالان این بخش از نوع نیاز مصرف کنندگان و در نتیجه اتخاذ سیاستهای صحیح بازاریابی از یک سو و جلوگیری از هدر رفت منابع از سوی دیگر شود از طرفی از آن جایی که مسکن بازاری محلی داشته و امکان جابه جایی برای آن وجود ندارد، خرید و فروش هر واحد مسکونی محدود به جایگاه اولیه آن است (بحرانی، ۱۳۷۸).

همچنین هر نوع تقسیم بندی که از اقتصاد وجود داشته باشد، نقش بخش ساختمان در کمک به سایر بخش های اقتصادی غیرقابل انکار است. بخش ساختمان در ایجاد زیرساخت ها و فراهم کردن بستر مناسب برای همه فعالیت ها نقش محوری دارد. از زاویه دیگر اگر اقتصاد را به دو بخش پیشرو و دنباله رو تقسیم کنیم، بدیهی است که بخش ساختمان یک بخش پیشرو است و تحرک اقتصادی این بخش، سبب تحرک در بخش های دیگر اقتصاد می شود. بخش مسکن، یکی از زیربخش های مهم بخش ساختمان شمرده می شود. این بخش که تأمین کننده واحدهای مسکونی (ملکی یا استیجاری) است، ارتباط پیشین و پسین فراوانی با سایر بخش های اقتصادی دارد. تقاضا در این بخش، تقاضا برای بسیاری از کالاها و خدمات دیگر را در پی خواهد داشت و تحرک اقتصادی بخش مسکن، دیگر بخش ها را نیز به حرکت وا می دارد.

مسکن کالایی غیرمنقول است. از این رو بخش مسکن، وابستگی بسیار کمی به کالاها و خدمات وارداتی دارد و تکیه گاه بخش مسکن، بیشتر به مواد اولیه داخلی و نیروی کار بومی و کم تخصص (مهارت) می باشد. بنابراین ضریب تکاثر (مولتی پلیکاتور) بخش مسکن در سطح بالایی است. در بسیاری از کشورها، از جمله ایران، بخش مسکن می تواند دولت ها را از رکود به در آورده و به سوی رونق اقتصادی، رهنمون شود (رحیم پور و وکیل قاهانی، ۱۳۹۱).
از این رو در مقاله حاضر، به بررسی تأثیر عوامل (اقتصادی، خارجی، داخلی، شخصی و محیطی) بر بر ترجیحات مشتریان خریدار و یا مستاجرین می پردازیم.

مبانی نظری

خصوصیات مسکن

مفهوم مسکن علاوه بر مکان فیزیکی، کل محیط مسکونی را نیز در بر می گیرد که شامل کلیه خدمات و تسهیلات ضروری مورد نیاز برای به زیستن خانواده و طرح های اشتغال، آموزش و بهداشت افراد است. در واقع تعریف و مفهوم مسکن یک واحد مسکونی نیست بلکه کل محیط مسکونی را شامل می گردد (امانی، ۱۳۸۳). مسکن زائیده مهمترین نیاز انسان ها و یکی از پدیده های جغرافیایی هر منطقه به شمار می رود. در شکل گیری و انواع مسکن، در کنار عوامل نژادی، تاریخی و روانی، عوامل جغرافیایی نیز که از منطقه ای به منطقه دیگر متفاوت به وجود آورنده ویژگی هر منطقه است؛ نقش عمده ای دارد (تولون، ۱۳۷۴).

مسکن به عنوان یک کالا دارای خصوصیات قابل توجهی است و در مقایسه با سایر کالاها بعضاً کالایی منحصر به فرد است. بسیاری از مسائل مربوط به عملکرد بازار مسکن و شرایط حاکم بر این بازار از جمله کیفیت شکل گیری قیمت‌ها و عوامل مؤثر بر آن، متأثر از همین خصوصیات است. خصوصیات مسکن سبب ایجاد تفاوت‌هایی بین نیاز به مسکن و سایر نیازهای ضروری می‌شود. بخش مسکن بر سایر بخشهای اقتصادی بسیار اثرگذار است. تولید مسکن با سه جزء اصلی اقتصاد ملی، بخصوص تولید ناخالص ملی، تشکیل سرمایه و اشتغال، ارتباط مستقیم دارد و دارای اثرات قابل ملاحظه ای بر آنها است. ارتباط متقابل رشد اقتصادی و رشد فعالیتهای ساختمانی، بخصوص در کشورهای در حال توسعه که مراحل اولیه توسعه اقتصادی خود را می‌گذرانند، اهمیت فراوان دارد. در مراحل اولیه توسعه، افزایش فعالیتهای ساختمانی بر آهنگ رشد اقتصادی افزوده و در مراحل بعدی، خود تحت تأثیر رشد اقتصادی گسترش می‌یابد (دلال پورمحمدی، ۱۳۷۹). بنابراین، از آنجا که مسکن یکی از ضروریترین نیازهای هر فرد در جامعه است، با اجرای برنامه های احداث مسکن، علاوه بر تأمین این نیاز اساسی، سایر بخشهای اقتصادی کشور نیز رونق خواهند یافت.

شاخصهای کیفیت مسکن

بحث شاخصهای کیفی مسکن، مدت کمی نیست که ذهن متخصصان را به خود اختصاص داده است. به جرأت میتوان گفت که شاخصهای مسکن، کلیدی ترین و مهمترین ابزار در برنامه ریزی مسکن هستند. در حقیقت، عوامل متعددی در مسکن وجود دارند که کیفیت را تعریف میکنند. این عوامل از مهمترین معیارها و شاخصها در تعریف و تبیین کیفیت مسکن هستند که توجه به آنها در ساخت و ساز، انجام تمامی فعالیتهای زندگی انسان را به سهولت و کارآیی مطلوب امکانپذیر ساخته و کمکی برای یافتن زندگی پایدار شهری و ساخت و شکل مناسب برای شهر و مناطق شهری محسوب می‌شود. در یک طبقه بندی کلی، شاخصهای کیفیت مسکن عبارتند از: شکل مطلوب مسکن، امنیت، راحتی و میزان دسترسی ساکنان به تسهیلات و خدمات کالبدی محله، دسترسی به طبیعت و فضای سبز باز، تأمین تأسیسات یا زیرساختهای موردنیاز مسکن و همجواری با کاربریهای سازگار.

ترجیحات مشتریان مسکن

اهمیت مسکن مناسب برای شهروندان و ساکنان هر کشور و یا جامعه را مساله ایی نیست که نتوان بر آن تاکید کرد. شاید بزرگترین سرمایه گذاری که اکثر خانواده ها تاکنون انجام داده اند، خرید یا اجاره یک خانه باشد، که حافظ امنیت، ثبات و حریم خصوصی افراد در سراسر جهان است. به عنوان یک نماد به رسمیت شناخته شده از موقعیت اجتماعی، در بسیاری از جوامع نوع مسکن یک فرد

تعیین کننده چگونگی ارزش گذاری او است. در نتیجه، برای بسیاری از مصرف کنندگان تصمیم (خرید یا جاره) مسکن یک نیاز به یک تعادل بالا میان فعل و انفعال عوامل بسیار زیاد و پیچیده ای دارد. مسائل مورد بررسی در این مطالعات شامل چیزهایی مانند، ترجیحات مصرف کنندگان برای خانه و تصدی گزینه های جایگزین و تاثیر ویژگیهای مسکن می باشد (Cho, 1997؛ Consuelo Colom & Cruz Mole's, 2008) و عوامل محیطی مرتبط (Hays & Alexandra, 2007) مطالعات آکادمیک منتشر شده از ترجیحات مسکن مصرف کنندگان و مسائل مرتبط نیز در کشورهای توسعه یافته و کشورهای در حال توسعه انجام شده است. با این حال به خوبی نقش پررنگ ملیت و فرهنگ در ترجیحات (خرید یا اجاره مسکن) و اهمیت نگرش به مسکن مشخص شده است. نتایج این تحقیق نشان داد که عوامل مطالعه شده در یک بافت ملی/فرهنگی، الزاما در برگیرنده همه موارد مطرح شده نمی باشد.

عوامل اقتصادی

- تعریف مفهومی: فرض بر این است که یک مصرف کننده در انتخاب خانه مطلوبیت نهایی خانه را با قیمت آن مقایسه می کند (Palmquist, 1984 و Taylor, 2008).
- تعریف عملیاتی: عوامل اقتصادی به وسیله دو عامل قیمت خانه (بهای پرداختی برای آن) و نحوه پرداخت سنجیده می شوند (Opoku & Alhassan, 2010).
- عوامل داخلی
- تعریف مفهومی: براساس معنی مندرج در لغت نامه آکسفورد، طراحی داخلی عبارت است از: «همه‌انگ سازی طراحی شده برای به جلوه درآوردن رنگ‌ها، اثاثیه و سایر اشیاء در یک اتاق یا ساختمان به صورت هنرمندانه». طراحی داخلی آفرینش فضاست، فضایی که در عین زیبا و خاطره انگیز بودن عملگرا و کارآمد نیز باشد.
- تعریف عملیاتی: مفهوم طراحی داخلی در این تحقیق به وسیله متغیرهایی چون؛ اندازه ساختمان، تعداد و اندازه اتاقها، اندازه آشپزخانه و وجود انباری سنجیده می شود (Opoku & Alhassan, 2010).

عوامل خارجی

- تعریف مفهومی: در ساختمان سازی طراحی بیرونی یک ساختمان، نما نامیده می شود. در طراحی ساختمان، نما مهم ترین بخش به شمار می رود زیرا نما چارچوب کار برای بقیه اجزای

ساختمان را مشخص می‌کند. در کشورهای گوناگون قوانین سختگیرانه‌ای در مورد موضوع تغییر نما وجود دارد.

- تعریف عملیاتی: در پژوهش حاضر، عوامل خارجی با؛ نوع نمای ساختمان، کیفیت نمای ساختمان، وجود حیاط، تعداد طبقات ساختمان و طبقه ای که واحد مسکونی در آن قرار دارد، سنجیده می‌شود (Opoku & Alhassan, 2010).

- عوامل شخصی

- عوامل شخصی (نزدیکی به محل کار، خیابان اصلی، وسائل حمل و نقل عمومی، خرید، مدرسه، فضای سبز و بستگان).

- تعریف مفهومی: خصوصیات شخصی مصرف کننده بر نحوه درک و واکنش او نسبت به محرکها تأثیر دارد. خریدهای مصرف کنندگان شدیداً تحت تأثیر عوامل و ترجیحات شخصی آنان است (مرتضوی و صمد زاده، ۱۳۹۳).

- تعریف عملیاتی: در پژوهش حاضر، عوامل شخصی به وسیله نزدیکی به محل کار، نزدیکی به خیابان اصلی، نزدیکی به وسائل حمل و نقل عمومی، نزدیکی به مراکز خرید، نزدیکی به مدرسه، نزدیکی به فضای سبز، نزدیکی به بستگان سنجیده می‌شود (Opoku & Alhassan, 2010).

- عوامل محیطی

- تعریف مفهومی: محیط زیست انسانی عبارت است از مجموعه عوامل طبیعی و مصنوعی و اجتماعی که در اطراف او وجود دارد و بر زندگی اش تأثیر می‌گذارد و او تأثیر می‌گیرد و به ۳ بخش کلی تقسیم می‌شود: محیط زیست طبیعی؛ محیط زیست مصنوعی؛ محیط زیست اجتماعی.

- تعریف عملیاتی: عوامل محیطی به وسیله عواملی نظیر؛ امنیت محله، کیفیت هوای منطقه، میزان توسعه یافتگی فضای شهری منطقه و سطح اجتماعی ساکنین محله بررسی می‌شود (Opoku & Alhassan, 2010).

در بررسی انتخاب مسکن مصرف کنندگان، اغلب مطالعات با استفاده از چارچوب نگرش قیمت محور که توسط روزن (1974) بسط یافت، انجام شده اند و در قلب این نظریه مفهوم قیمت مسکن از مهم ترین ویژگیهای مسکن یا عوامل خرید خانه است. بررسی سایر عوامل مرتبط و تاثیرگذار بر خرید و اجاره مسکن به ویژه عوامل فرهنگی و ملی در مدل‌های جدا از هم دیگر انجام شده

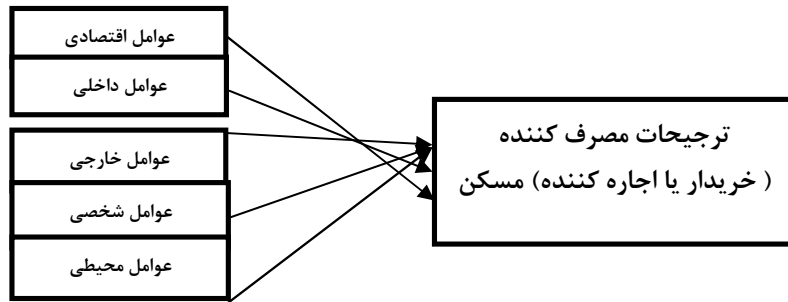
است (McFadden, Longley, 1984؛ Freidman, 1981؛ Chattopadhyay, 1998؛ Kirkby, 1985؛ Nechbya & Strauss, 1988؛ 1978).

ویژگیهای متعدد مسکن و عوامل خرید خانه در ادبیات مرتبط با موضوع به عنوان عوامل تاثیرگذار بر انتخاب مسکن عنوان شده اند. این ویژگیها شامل: قیمت خانه و اندازه آن (Amaturo & Lindberg & Cupchik & Ritterfeld & Levin, 2003؛ Ragone, 1987؛ Montgomery, 1988) عواملی مانند طراحی درونی و فضای بیرونی (Bhatti & Church, 2004)، محله و دیگر عوامل مکانی مانند آلودگی صوتی و محیطی (Graves & Thayer & Waldman, 1988؛ Yusuf & Resosudarmo, 2009؛ Zabel & Kiel, 2000) همچنین یک بحث جالب در مورد اهمیت نسبی عوامل درونی و بیرونی در انتخاب مسکن انجام شده است (Wachs & Taylor & Levine & Ong, 1993)؛ نتیجه می گیرند که، علاوه بر فاصله محل کار و خانه، انتخاب محل مسکونی به عواملی مانند کیفیت محله ها، محل مدارس و ایمنی محله مرتبط است. به طور مشابه، لوین (1998) نشان میدهد که زمان رفت و آمد بین محل کار و خانه و ارائه مسکن ارزان قیمت در نزدیکی محل اشتغال می تواند تصمیم گیری در مورد محل مسکونی برای خانواده های تک نان اور با درآمد کم تا متوسط را تحت تاثیر قرار دهد. در مقابل، کائوکو (2006) نشان میدهد که مصرف کنندگان مسکن بیشتر به جادار بودن خانه اهمیت می دهند تا به محل آن و این در حالی است که جولیانو و اسمال (1993) استدلال می کنند که عواملی مهم تر از قیمت و فاصله برای رفت و آمد دیگری وجود دارند که تصمیم خرید یا اجاره مسکن را تحت تاثیر قرار می دهند. ادبیات تحقیق نشان می دهد که (۱) ویژگیهای مسکن و عوامل مرتبط با آن، نقش حیاتی در تصمیم گیری های مسکن مصرف کنندگان دارد، (۲) اهمیت نسبی ویژگی ترجیحات مسکن در فرهنگ ها و ملیت های مختلف، متفاوت است و (۳) ملاحظات اجتماعی و فرهنگی به شدت تحت تاثیر قرار می دهند اهمیت نسبی ویژگیهای مسکن و تصمیم گیری نهایی مصرف کنندگان را برای خرید یا اجاره مسکن.

بدین ترتیب فرضیه های تحقیق عبارت اند از:

- عوامل اقتصادی بر ترجیحات مشتریان در خرید یا اجاره مسکن تاثیر دارد.
- عوامل فضای داخلی بر ترجیحات مشتریان در خرید یا اجاره مسکن تاثیر دارد.
- عوامل فضای بیرونی بر ترجیحات مشتریان در خرید یا اجاره مسکن تاثیر دارد.
- عوامل شخصی بر ترجیحات مشتریان در خرید یا اجاره مسکن تاثیر دارد.
- عوامل محیطی بر ترجیحات مشتریان در خرید یا اجاره مسکن تاثیر دارد.

بنابراین با توجه به مفاهیم و متغیرهای تحقیق، مدل مفهومی پژوهش به صورت زیر می‌باشد:



شکل ۱) مدل مفهومی تحقیق (منبع: Opoku & Alhassan, 2010؛ Jim & Chen, 2007)

روش‌شناسی

تحقیق حاضر، از نظر هدف، کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌های موردنیاز، توصیفی از نوع پیمایشی است. کاربردی بودن آن از این جهت است که نتایج می‌تواند به شناسایی هر چه بهتر عوامل مؤثر بر ترجیحات مشتریان مسکن در ایران کمک کند؛ و توصیفی و پیمایشی بودن آن هم به این دلیل است که محقق در صدد تحقیق و بررسی وضع موجود بوده و ارتباط میان متغیرها را بررسی و هر یک از عناصر آن را تجزیه و تحلیل می‌نماید. جامعه آماری تحقیق، متشکل از میان از جویندگان اجاره و یا خرید مسکن در شهر تهران می‌باشد. پژوهشگر با تقسیم شهر تهران به چهار بخش شمالی، جنوبی، شرقی و غربی و هدف قرار دادن ده دفتر مشاوره مسکن در هر بخش، اقدام به نمونه‌گیری و توزیع پرسشنامه در بین مراجعه‌کنندگان به این مراکز برای خرید و اجاره مسکن نموده است. بدین ترتیب با روش نمونه‌گیری دردسترس با ضریب خطای ۰/۰۵، تعداد ۳۸۵ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب و پرسشنامه بین آنان توزیع گردید.

پرسشنامه این پژوهش از ۵ متغیر عوامل شخصی، اقتصادی، داخلی، خارجی و محیطی تشکیل شده و شامل ۲۳ گویه می‌باشد که براساس نتایجی پژوهش اوپوکو و همکاران، 2010 و جیم و چون، 2007 انجام گرفته است. به منظور سنجش روایی محتوا، محقق آن را در اختیار استاد راهنما، جمعی از اساتید دانشگاه و همچنین تعدادی از فعالان در زمینه مورد مطالعه قرار داده و برای سنجش روایی سازه از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شده است که تمامی شاخصها دارای بار عاملی مناسب بوده و

هیچ کدام حذف نشده اند. برای سنجش پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید. ابتدا پایایی هر متغیر اندازه گیری شد که همه دارای پایایی مناسبی بودند سپس ضریب موردنظر برای کل پرسشنامه‌ها تقریباً ۰/۸۲٪ تعیین گردید، که بیانگر پایایی بالای ابزار سنجش می‌باشد. در این تحقیق داده‌های پرسشنامه ابتدا با استفاده از نرم‌افزار SPSS از لحاظ جمعیت‌شناسی توصیف و در مرحله بعد با بهره‌گیری از نرم‌افزار LISREL تحلیل عاملی تأییدی به منظور سنجش روایی سازه صورت گرفت. در نهایت با استفاده از آزمون تی تک نمونه‌ای به تجزیه و تحلیل فرضیات پرداخته شده است.

یافته‌ها

داده‌های متغیرهای جمعیت‌شناختی طبق جدول ۱ نشان می‌دهد که اکثریت نمونه مورد مطالعه را مردان، افراد با توزیع سنی بین ۲۰ تا ۳۰ سال، دارای مدرک کارشناسی، متأهل، مالک و بچه دار و دارای درآمدی بین ۱/۵ تا ۲ میلیون تومان تشکیل می‌دهند.

جدول ۱- مشخصات جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان

متغیر جمعیت‌شناختی	توزیع نمونه
جنسیت	زن: ۱۸۵ نفر (۰/۴۸/۰۵) / مرد: ۲۰۰ نفر (۰/۵۱/۹۵)
سن	۲۰ تا ۳۰ سال: ۱۵۵ نفر (۰/۴۰/۲۶) / ۳۱ تا ۴۰ سال: ۱۴۶ نفر (۰/۳۷/۹۲) / ۴۱ به بالا: ۸۴ نفر (۰/۲۱/۸۲)
میزان تحصیلات	دکتر: ۳۴ نفر (۰/۸/۸۳) / کارشناسی ارشد: ۶۵ نفر (۰/۱۶/۸۸) / کارشناسی: ۹۰ نفر (۰/۲۳/۳۸) / کاردانی: ۱۱ نفر (۰/۲۸/۸۳)
وضعیت تأهل	متأهل: ۲۳۲ نفر (۰/۶۰/۲۶) / مجرد: ۱۵۳ نفر (۰/۳۹/۷۴)
وضعیت مسکن	مالک: ۲۲۵ نفر (۰/۵۸/۴۴) / مستأجر: ۱۶۰ نفر (۰/۴۱/۵۶)
وضعیت خانواده	بچه دار: ۲۱۵ نفر (۰/۵۵/۸۴) / بدون بچه: ۱۷۰ نفر (۰/۴۴/۱۶)
میزان درآمد ماهیانه	کمتر از ۱ میلیون تومان: ۳۵ نفر (۰/۹/۱) / بین ۱ تا ۱/۵ میلیون: ۱۰۰ نفر (۰/۲۵/۹۷) / بین ۱/۵ تا ۲ میلیون: ۱۵۵ نفر (۰/۴۰/۲۶) / بیش از ۲ میلیون: ۹۵ نفر (۰/۲۴/۶۷)

قبل از شروع هر تحلیلی، بایستی نحوه توزیع داده‌ها مورد بررسی قرار گیرد. بدین منظور از آزمون کولموگروف اسمیرنوف تک نمونه‌ای بهره گرفته شد و خروجی آزمون، فرض نرمال بودن توزیع داده‌ها را تأیید نمود.

به منظور سنجش روایی سازه نیز از روش تحلیل عاملی تأییدی بهره گرفته شد. در تحلیل عاملی رابطه میان شاخص‌ها و ابعاد تحقیق را سنجیده که هیچ گویه ای حذف نشد و طبق جدول ۲، تمامی عامل‌ها دارای اعتبار کافی بودند.

جدول ۲- نتایج نهایی تحلیل عاملی تأییدی

خطای برآورد استاندارد	آماره تی	بار عاملی استاندارد	شاخص	ابعاد
۰/۰۷	۱۲/۸۳	۰/۹۶	قیمت مسکن	عوامل اقتصادی
۰/۵۱	۶/۷۸	۰/۶۵	شرایط پرداخت	
۰/۵۱	۷/۷۸	۰/۷۰	اندازه ساختمان	عوامل فضای داخلی
۰/۲۰	۱۱/۰۳	۰/۸۹	تعداد اتاقها	
۰/۲۷	۱۰/۳۱	۰/۸۵	اندازه اتاقها	
۰/۲۸	۱۰/۱۷	۰/۸۵	اندازه آشپزخانه	
۰/۷۲	۵/۴۱	۰/۵۳	وجود انباری	
۰/۴۵	۷/۴۱	۰/۷۴	نوع نمای ساختمان	عوامل فضای خارجی
۰/۳۳	۸/۳۱	۰/۸۲	کیفیت نمای ساختمان	
۰/۷۷	۴/۵۱	۰/۴۸	وجود حیاط	
۰/۷۳	۴/۴۹	۰/۵۲	تعداد طبقات ساختمان	
۰/۸۳	۳/۸۷	۰/۴۱	طبقه ای که واحد مسکونی در آن قرار دارد	
۰/۸۰	۴/۴۰	۰/۴۵	نزدیکی به محل کار	عوامل شخصی
۰/۴۴	۸/۱۲	۰/۷۵	نزدیکی به خیابان اصلی	
۰/۳۲	۹/۲۷	۰/۸۲	نزدیکی به وسائل حمل و نقل عمومی	
۰/۴۷	۷/۷۹	۰/۷۳	نزدیکی به مراکز خرید	
۰/۸۷	۳/۵۰	۰/۳۷	نزدیکی به مدرسه	
۰/۶۵	۵/۹۸	۰/۵۹	نزدیکی به فضای سبز	
۰/۷۷	۴/۷۰	۰/۴۸	نزدیکی به بستگان	
۰/۲۱	۱۱/۰۸	۰/۸۹	امنیت محله	عوامل محیطی
۰/۳۸	۹/۱۸	۰/۷۹	کیفیت هوای منطقه	
۰/۴۸	۸/۱۸	۰/۷۲	میزان توسعه یافتگی فضای شهری منطقه	
۰/۰۶	۱۲/۹۲	۰/۹۷	سطح اجتماعی ساکنین محله	

همانطور که نتایج نشان می‌دهد تمامی شاخص از بار عاملی قابل قبولی برخوردار هستند و مقدار t برای تمامی گویه‌ها بیشتر از $1/96$ می‌باشد در نتیجه هیچ کدام از شاخص‌ها حذف نخواهند شد. برای بررسی فرضیه‌ها از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شد. از آنجا که سطح معناداری آزمون تی برای همه عوامل کمتر از $0/05$ است، تفاوت میانگین با مقدار ثابت عدد ۳ معنادار است. با بررسی مقدار میانگین به دست آمده از تحلیل داده‌ها می‌توان نتیجه گرفت، تأثیر تمام عوامل بالاتر از حد متوسط است. همچنین هرگاه حد پایین و بالا مثبت باشد، میانگین از مقدار مورد آزمون بزرگتر است و تفاوت میانگین معنی دار است. نتایج بر روی نمودار ۳ مشخص شده و تمام فرضیه‌ها تأیید می‌شوند:

جدول ۳- نتایج آزمون فرضیات فرعی تحقیق

عوامل	آماره تی	درجه آزادی	سطح معنادار	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	حد بالا	حد پایین	نتیجه آزمون
اقتصادی	۴۹/۶۱۶	۳۸۴	۰/۰۰۰	۳۸۵	۴/۱۶۸۹	۰/۷۲۲۸۰	۴/۳۳۶۴	۴/۰۰۱۵	تأیید
داخلی	۳۹/۶۵۵	۳۸۴	۰/۰۰۰	۳۸۵	۳/۵۸۶۵	۰/۷۷۸۰۱	۳/۷۶۶۷	۳/۴۰۶۲	تأیید
خارجی	۴۰/۵۷۵	۳۸۴	۰/۰۰۰	۳۸۵	۳/۴۳۷۸	۰/۷۲۸۸۰	۳/۶۰۶۷	۳/۲۶۹۰	تأیید
شخصی	۴۰/۵۳۹	۳۸۴	۰/۰۰۰	۳۸۵	۳/۲۷۶۱	۰/۶۹۵۱۸	۳/۴۳۷۱	۳/۱۱۵۰	تأیید
محیطی	۵۰/۸۹۵	۳۸۴	۰/۰۰۰	۳۸۵	۴/۲۰۲۷	۰/۷۱۰۳۴	۴/۳۶۷۳	۴/۰۳۸۱	تأیید

بحث و بررسی

از آنجا که بررسی و شناسایی عوامل مؤثر بر ترجیحات مشتریان مسکن دارای جایگاه مهم و ویژه‌ای در صنعت ساختمان سازی برخوردار است، تبدیل آنها به مفهومی قابل اندازه‌گیری و ملموس از اهمیت بالایی برخوردار بوده و نقش به‌سزایی در فرآیند تحقیق داشته است. همانطور که نتایج بررسی نشان داد تمامی عوامل بر ترجیحات مشتریان خریدار و یا مستاجرین مسکن تأثیر دارد. پژوهش‌هایی درخصوص عوامل تاثیرگذار بر انتخاب مسکن صورت گرفته، نتایج آنها دارای وجوه افتراق و اشتراک با پژوهش حاضر می‌باشند که در زیر اشاره می‌شود:

یافته این پژوهش همراستا با تحقیق حسینی (۱۳۸۰)، با عنوان "بررسی عوامل مؤثر بر تصمیم‌گیری خانوارهای شهری استان تهران در انتخاب مسکن" نتایج نشان می‌دهد که منازل اجاره‌ای

کوچک با امکانات رفاهی شامل گاز شهری، حمام، آشپزخانه، سرویس بهداشتی مستقل و تلفن، از احتمال بیشتری برای انتخاب برخوردار بوده و تقاضای بیشتری برای آنها وجود دارد. ابونوری و همکاران (۱۳۸۲) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که از دید مشتریان مهمترین ویژگیهای واحدهای مسکونی به ترتیب عبارتند از: سطح زیربنا، مساحت زمین، تعداد اتاق، فاصله از خیابان اصلی و فاصله از مرکز شهر. اکبری و همکاران (۱۳۹۱) مقاله ای تحت عنوان «سنجش و ارزشگذاری عوامل موثر بر انتخاب مسکن با استفاده از روش انتخابی تجربی از دیدگاه خانوارهای ساکن در بافت فرسوده شهر اصفهان»: یافته ها نشان می دهد که انتخاب واحد مسکونی تابعی از ۷ ویژگی، مساحت زمین، کیفیت و نوع مصالح بکار رفته در واحد مسکونی، امنیت محله، میزان دسترسی، میزان بخشودگی عوارض، میزان پرداخت وام برای ساخت و قیمت واحد مسکونی بوده است. اوپوکو و همکاران (2010) در مقاله ای بنام «ترجیحات مسکن و اهمیت ویژگیهای آن در میان مصرف کنندگان کم درآمد در عربستان سعودی» آورده اند: این مطالعه به بررسی ترجیحات مسکن قشر کم درآمد در عربستان سعودی، پرداخته است. با استفاده از اطلاعات جمع آوری شده در می یابیم که اکثریت پاسخ دهندگان ترجیح می دهند خانه کوچک یا آپارتمان داشته باشند. نتایج نشان دادند که ملاحظات مالی، فضای خصوصی، و جنبه های زیبایی شناختی به عنوان ۳ عامل مهم در تصمیم گیری برای مسکن مصرف کنندگان هستند. همچنین فضای بیرونی، محل خیابان، و نزدیکی به بستگان عوامل کم اهمیت هستند و مطالعه اجتماعی و جمعیت شناختی، برای اهمیت طراحی داخلی، فضای زندگی خصوصی، زیبایی شناسی، و فضای بیرونی در دو جنس تفاوت معناداری را نشان می دهد (برای زنان این عوامل مهم تر بود). جیم و چن (2007) تحقیقی تحت عنوان «ترجیحات مصرف کننده و اثرات جانبی زیست محیطی: تجزیه و تحلیل از بازار مسکن در گوانگژو» انجام داده اند. آنالیز پرسشنامه ها نشان داد انگیزه اصلی خرید مسکن بهبود شرایط زندگی می باشد. نگرانی های امنیتی و اولویت برای ساختمان های بلند تا حدودی غیر منتظره بود. محیط زیست در فضای باز خوب، از جمله ارائه فضای سبز، نزدیکی به پارک ها، و دیدگاه های فضای سبز قابل توجه است. خریداران جوان تر تمایل داشتند به آپارتمان ها در بلوک های منحصر به فرد با منظره فضای سبز، در حالی که خانواده قدیمی ترجیح می دادند که به مناطق خرید و محل های کار نزدیک باشند. ارزش قائل شدن به ویژگیهای زیست محیطی می تواند کمک های مالی برای توسعه فضای سبز شهری و حفاظت از طبیعت را توجیه کند.

دانگن وانگ و سی - مینگلی (2006)، در مقاله خود تحت عنوان "تفاوتهای اقتصادی- اجتماعی و ترجیحات اظهار شده برای مسکن در گوانجو، چین"، نتایج، حاکی از آن است که افراد در تصمیمات خرید برای واحد مسکونی به ویژگیهای محیطی، محلهای و همسایگی، اهمیت بیشتری داده و در

مقابل، برای ویژگیهای فیزیکی ساختمان، اهمیت کمتری قائل هستند. همچنین متغیرهای اقتصادی-اجتماعی خانوار تأثیر معناداری در ترجیحات افراد برای خرید واحدهای مسکونی داشته است.

نتایج حاصل از فرضیه اول با یافته های اوپوکو و همکاران (2010) مطابقت دارد. در تحقیق ایشان نیز، عوامل اقتصادی (قیمت مسکن و شرایط پرداخت) بر ترجیحات مشتری تأثیرگذار بود. همچنین در پژوهشی که دانگن وانگ و سی-مینگلی (2006) انجام داده اند متغیرهای اقتصادی-اجتماعی تأثیر معناداری در ترجیحات افراد برای خرید واحدهای مسکونی داشته اند.

نتایج حاصل از فرضیه دوم با یافته های اوپوکو و همکاران (2010) مطابقت دارد. در تحقیق ایشان نیز، عوامل فضای داخلی (اندازه ساختمان، اتاقها و آشپزخانه، تعداد اتاقها و وجود انباری) بر ترجیحات مشتری تأثیرگذار بود. همچنین یافته های تحقیق رضوی و همکاران (۱۳۸۳) بر تأثیرگذار بودن مساحت آپارتمان بر انتخاب مسکن تأکید دارد. نتایج تحقیق حسینی (۱۳۸۰)، و ابونوری و همکاران (۱۳۸۲)، کاملاً همراستا با نتایج این فرضیه می باشد. اما در تحقیق وارثی و همکاران (۱۳۸۹) تأثیر تعداد اتاقها، اندازه آشپزخانه و نیز وجود زیرزمین (انباری) رد شده است و با یافته های این پژوهش در تضاد است.

نتایج حاصل از فرضیه سوم با یافته های اوپوکو و همکاران (2010) مطابقت دارد. در تحقیق ایشان نیز، عوامل فضای بیرونی (نوع نمای ساختمان، کیفیت نمای ساختمان، وجود حیاط، تعداد طبقات ساختمان، طبقه ای که واحد مسکونی در آن قرار دارد بر ترجیحات مشتری تأثیرگذار بود. همچنین یافته های تحقیق وارثی و همکاران (۱۳۸۹) بر تأثیرگذار بودن تعداد طبقات آپارتمان بر انتخاب مسکن تأکید دارد.

نتایج حاصل از فرضیه چهارم با یافته های اوپوکو و همکاران (2010) مطابقت دارد. در تحقیق ایشان نیز، عوامل شخصی (نزدیکی به محل کار، خیابان اصلی، وسائل حمل و نقل عمومی، مراکز خرید، مدرسه، فضای سبز و بستگان) بر ترجیحات مشتری تأثیرگذار بود. همچنین یافته های تحقیق وارثی و همکاران (۱۳۸۹) و ابونوری و همکاران (۱۳۸۲) بر تأثیرگذار بودن فاصله از مرکز شهر و خیابان اصلی بر انتخاب مسکن تأکید دارد.

نتایج حاصل از فرضیه پنجم با یافته های اوپوکو و همکاران (2010) مطابقت دارد. در تحقیق ایشان نیز، عوامل محیطی (امنیت محله، کیفیت هوای منطقه، میزان توسعه یافتگی فضای شهری منطقه و سطح اجتماعی ساکنین محله) بر ترجیحات مشتری تأثیرگذار بود. همچنین یافته های تحقیق رضوی و همکاران (۱۳۸۳) بر تأثیرگذار بودن امنیت محله و نیز توسعه یافتگی فضای شهری منطقه بر انتخاب مسکن تأکید دارد. در تحقیق دانگن وانگ و سی-مینگلی (2006) نتایج بیانگر این

است که افراد در تصمیمات خرید برای واحد مسکونی به ویژگیهای محیطی، محله ای و همسایگی، اهمیت بیشتری داده اند. در نتیجه نتایج آن همراستا با نتایج این پژوهش است.

نتیجه گیری

همانطور که در بخش‌های پیشین مقاله ملاحظه شد، عوامل اقتصادی، محیطی، شخصی، فضای بیرونی و فضای داخلی بر ترجیحات مشتریان در خرید یا اجاره مسکن تاثیر دارد. با توجه به یافته های پژوهش پیشنهاد می شود، سازندگان و فروشندگان مسکن با توسعه همکاری های خود با بانک، و فروش شرایطی راه را برای تقاضای بیشتر هموار نمایند. همچنین با افزایش کیفیت در طراحی های داخلی و خارجی به ارائه قیمت های رقابتی بپردازند. با مطالعه کامل موقعیت های شهری به ساخت و عرضه ساختمان در سطوح مختلف طراحی و امکانات بپردازند تا امکان عرضه به طبقات مختلف جامعه، وجود داشته باشد. در طراحی مجتمع های مسکونی و نیز آپارتمانها دسترسی به فضای سبز و مراکز خرید را مدنظر قرار دهند. در این راستا می توان توصیه کرد با نزدیک نمودن آپارتمانها به مراکز شهرها و نیز طراحی خانه های ویلایی در فاصله های دورتر، امکان دسترسی به امکانات شهری و حمل و نقل عمومی را برای بخش بزرگتری از متقاضیان مسکن فراهم نمایند، همچنین با طبقه بندی واحدهای موردنظر برای فروش و اجاره با لحاظ این آیتم ها، امکان انتخاب مطمئن را برای فروشنده بالا ببرند. به طراحی بیرونی ساختمان توجه بیشتری داشته و استانداردهای موجود در این زمینه را رعایت نمایند و با بهره گیری از خلاقیت و نیز الگوهای خارجی به ارائه ساختمان هایی درخور سلیقه متقاضیان بپردازند. سازندگان مسکن با استفاده از اصول طراحی داخلی و نیز استانداردهای موجود، امکان استفاده حداکثر از فضای داخلی را فراهم نمایند.

در هر پژوهشی محدودیت‌هایی وجود دارد، تحقیق حاضر نیز از آن مستثنی نبوده است. در این پژوهش برای سنجش متغیرهای تحقیق از پرسشنامه استفاده شده است و به دلیل استفاده از پرسشنامه، نگرش افراد بررسی می‌شود نه واقعیت وفاداری و صداقت پاسخ دهندگان در انتخاب گزینه-ها و به تعبیری نحوه پاسخگویی آنها نیز از جمله محدودیت‌هایی است که می‌تواند در نتیجه تحقیق تاثیر گذارد. محقق امکان کنترل تمامی متغیرهای مؤثر دیگر را نداشته و به همین جهت تحقیق با محدودیت حاصل از شرایط اجرای تحقیق همراه است. با توجه به اینکه ممکن است شاخص‌های در نظر گرفته شده توسط محقق به منظور سنجش ابعاد کافی نباشد. به محقق آینده پیشنهاد می شود به منظور سنجش دقیق‌تر، و شاخص‌های بیشتری را در نظر بگیرند. از طرف دیگر استفاده از شیوه‌های

کیفی نسبت به متد کمی به منظور آزمون فرضیات تحقیق از اعتبار بیشتری برخوردار بوده و بررسی موضوع حاضر با شیوه کیفی به پژوهشگران آتی توصیه می‌گردد.

منابع

۱. اکبری، نعمت ا...، خوش اخلاق، رحمان و مردیها، سارا (۱۳۹۱) «سنجش و ارزشگذاری عوامل مؤثر بر انتخاب مسکن با استفاده از روش انتخاب تجربی از دیدگاه خانوارهای ساکن در بافت فرسوده شهر اصفهان»، فصلنامه پژوهشهای اقتصادی رشد و توسعه پایدار، سال سیزدهم، شماره سوم
۲. ابونوری، اسمعیل؛ رضانی، رسولی و کیل کندی. (۱۳۸۱). «برآورد تابع تقاضای مسکن با استفاده از مدل هدینیک (مطالعه موردی شهر ساری؛)»، پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی، سال ۱، شماره ۴: ۱۳-۳۵
۳. بحرانی، سید جواد محمد، (۱۳۷۸) «عوامل مؤثر بر اجاره مسکن شهر شیراز»
۴. تولون، بدریه. (۱۳۷۴)، جغرافیای سکونت، ترجمه مظاهری، انتشارات تربیت معلم، تبریز
۵. حسینی، محمد مهدی. (۱۳۸۰). «بررسی عوامل مؤثر بر تصمیم گیری خانوارهای شهری استان تهران در انتخاب مسکن» پایاننامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس
۶. حکمت نیا، حسن؛ موسوی، میرنجف. و زرافشان، عطا... (۱۳۸۴). «بررسی و تحلیل شاخصهای کمی و کیفی مسکن در شهر تفت و برنامه ریزی آتی آن»؛ مجله جغرافیا و توسعه ناحیه ای، شماره پنجم، پاییز و زمستان: ۱۲۵-۱۴۲
۷. خوبه، علی (۱۳۸۸). «بازاریابی املاک و مستغلات راهکارهای علمی و عملی درانتخاب، خرید، فروش و اجاره ساختمان، ملک و آپارتمان، با نگرش بازار و فرهنگ ایران»، تهران: انتشارات آگاه
۸. دلال پورمحمدی، محمدرضا. (۱۳۷۹). برنامه ریزی مسکن؛ قم انتشارات سمت
۹. رفیعیان، مجتبی. عسگری، علی. و عسگریزاده، زهرا. (۱۳۸۸). «سنجش میزان رضایتمندی سکونتی ساکنان محله نواب» پژوهش های جغرافیای انسانی. شماره ۶۷: ۵۳-۶۸
۱۰. رحیم پور، علی و وکیل قاهانی، سید علی (۱۳۹۱) «بررسی عوامل مؤثر بر عرضه و تقاضای بازار مسکن»
۱۱. درودی، حسین. (۱۳۸۶). «بررسی عوامل مؤثر بر شکل گیری قیمتتها در بازار مسکن»؛ پایاننامه دکتری، دانشکده اقتصاد، دانشگاه تهران

۱۲. عمادزاده، مصطفی. (۱۳۸۱). «بررسی راهکارهای افزایش تقاضای مؤثر در بخش مسکن، مطالعه موردی استان اصفهان»؛ طرح تحقیقاتی وزارت امور اقتصاد و دارایی
۱۳. کلاتری، عبدالحسین، (۱۳۹۲) «وضعیت مسکن و سرپناه در مناطق شهر تهران» عدالت در شهر، شماره ۵۶-۲-۳۶،
۱۴. مرتضوی، سید رسول و صمدزاده، ناصر (۱۳۸۲). «شناسایی ترجیحات مشتریان آبمیوه از طریق سازوکارهای مشتری»، نشریه مدیرساز، شماره ۱۳، ص ۸۴
۱۵. موون، جان سی و مینور، میشل اس (۱۳۸۶) رفتار مصرف کننده، مترجمان: صالح اردستانی، عباس و سعدی، محمدرضا، چاپ اول، انتشارات جهان نو- اتحاد، تهران.
16. Amatur, E., Costagliola, S., & Ragone, G. (1987). «Furnishing and status attributes: a sociological study of the living room». *Environment and Behavior*, 19(2), 228–249
17. Bhatti, M., & Church, A. (2004). «Home, the culture of nature and meanings of gardens in late modernity». *Housing Studies*, 19(1), 37–51
18. Cupchik, G. C., Ritterfeld, U., & Levin, J. (2003). «Incidental learning of features from interior living spaces». *Journal of Environmental Psychology*, 23(2), 189–197
19. Chattopadhyay, S. (1998). «An empirical investigation into the performance of Ellickson’s random bidding model with an application to air quality valuation». *Journal of Urban Economics*, 43(2), 292–314.
20. Cho, C. J. (1997). «Joint choice of tenure and dwelling type: a multinomial logit analysis for the city of Chongju». *Urban Studies*, 34(9), 1459–1473.
21. Consuelo Colom, M., & Cruz Mole’s, M. (2008). «Comparative analysis of the social, demographic and economic factors that influenced housing choices in Spain in 1990 and 2000». *Urban Studies*, 45(4), 917–941
22. Freidman, J. (1981). «A conditional logit model of the role of local public services in residential choice». *Urban Studies*, 18(3), 347–358.
23. Giuliano, G., & Small, K. A. (1993). «Is the journey to work explained by urban structure? *Urban Studies*». 30(9), 1485–1500
24. Graves, P., Murdoch, J. C., Thayer, M. A., & Waldman, D. (1988). «The robustness of hedonic price estimation: urban air quality». *Land Economics*, 64(3), 220–233

25. Hays, R. A., & Alexandra, M. K. (2007). «Neighbourhood attachment, social capital building, and political participation: a case study of low- and moderate-income residents of Waterloo, Iowa». *Journal of Urban Affairs*, 29(2), 181–205
26. Jim, C. Y., & Chen, W. Y. (2007). «Consumption preferences and environmental externalities: a hedonic analysis of the housing market in Guangzhou». *Geoforum*, 38(2), 414–431
27. Kauko, T. (2006). «Expressions of housing consumer preferences: proposition for a research agenda». *Housing, Theory and Society*, 23(2), 92–108
28. Koizumi, N., & McCann, P. (2006). «Living on a plot of land as a tenure choice: the case of Panama. *Journal of Housing Economics*». 15(4), 349–371
29. Kirkby, R.J.R., 1985. «Urbanization in China: Town and Country in a Developing Economy 1949–2000 AD». Columbia University Press, New York, 289 pp
30. Lindberg, E., Gårling, T., & Montgomery, H. (1988). «People's beliefs and values as determinants of housing preferences and simulated choices». *Housing Theory and Society*, 5(3), 181–197.
31. Li, S.-M. (2003). «Housing tenure and residential mobility in urban China: analysis of survey data». *Urban Affairs Review*, 38(4), 510–534
32. Longley, P. A. (1984). «Comparing discrete choice models: some housing market examples». In D. E. Pitfield (Ed.), *Discrete choice models in regional science* (pp. 163–180). London: Pion Ltd.
33. Levine, J. (1998). «Rethinking accessibility and jobs-housing balance». *Journal of the American Planning Association*, 64(2), 133–149
34. McFadden, D. (1978). «Modeling the choice of residential location. In Anders Karqvist» et al. (Eds.), *Spatial interaction theory and planning models* (pp. 75–96) (Amsterdam: North Holland
35. Nechbya, T., & Strauss, R. (1988). «Community choice and local public services: a discrete choice approach». *Regional Science and Urban Economics*, 28(1), 51–73.
36. Opoku, Robert A., Alhassan G. Abdul-Muhmin (2010). «Housing preferences and attribute importance among low-income consumers in Saudi Arabia», *Habitat International* 34, pp 219–227

37. Palmquist, R. (1984). «Estimating the demand for characteristics of housing». *Review of Economics and Statistics*, 66(3), 394–404
38. Parkes, A., & Kearns, A. (2003). «Residential perceptions and housing mobility in Scotland: an analysis of the longitudinal Scottish house condition survey». *Housing Studies*, 18(5), 673–701
39. Seko, M., & Sumita, K. (2007). «Japanese housing tenure choice and welfare implications after the revision of the tenant protection law». *The Journal of Real Estate Finance and Economics*, 35(3), 357–383
40. Taylor, L. O. (2008). «Theoretical foundations and empirical developments in hedonic modeling». In A. Baranziniet al. (Eds.), *Hedonic methods in housing markets* (pp. 15–37). New York: Springer
41. Tipple, A. G., & Willis, K. G. (1991). «Tenure choice in a West African city». *Third World Planning Review*, 13(1), 27–45
42. Wang, D., & Li, S. (2006). Socio-economic differentials and stated housing preferences in Guangzhou, China». *Habitat International*, 30(2), 305–326
43. Wachs, M., Taylor, B. D., Levine, N., & Ong, P. (1993). «The changing commute: a case study of the jobs-housing relationship over time». *Urban Studies*, 30(10), 1711–1729.
44. Yusuf, A. A., & Resosudarmo, B. P. (2009). «Does clean air matter in developing countries' megacities? A hedonic price analysis of the Jakarta housing market, Indonesia». *Ecological Economics*, 68(5), 1398–1407
45. Zabel, J. E., & Kiel, K. A. (2000). «Estimating the demand for air quality in four U.S. cities». *Land Economics*, 76(2), 174–194.