

Елізабер Сіахаан, Хайра Амалія Фахрудін, Магдалена Лінда Леоніта Сібарані, Іскандар Муда

Оцінка думки клієнтів про ціни на житло на основі фактору місцезнаходження та економічної вартості

Метою дослідження є оцінка думки клієнтів про ціни на житло для пришвидшення їх формування з точки зору споживача. Загалом було опитано 240 власників будинків з середнім та високим рівнем доходу у місті Медан, Індонезія. Дані було проаналізовано за допомогою методу часткових найменших квадратів. Результати свідчать про значний вплив економічної вартості житла та фактору місцезнаходження на думку клієнтів. Запропоноване житло має задовольняти потреби споживачів, високу мобільність та доступність. У оцінці думки клієнтів необхідно звернути увагу на здатність продукту в цілому, а саме житла, задовольняти потреби споживачів.

Ключові слова: думка споживачів, метод часткових найменших квадратів, економічна вартість, фактор місцезнаходження, ціна на житло

Класифікація JEL: D13, R21, R31, R53



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, що дозволяє повторне використання, розповсюдження та відтворення, забороняє використання матеріалів у комерційних цілях та вимагає наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

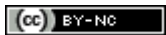
Элизабер Сиахаан, Хайра Амалия Фахрудин, Магдалена Линда Леонита Сибарани, Искандар Муда

Оценка мнения клиентов о ценах на жилье на основе фактора местонахождения и экономической стоимости

Целью исследования является оценка мнения клиентов о ценах на жилье для ускорения их формирования с точки зрения потребителя. В целом были опрошены 240 владельцев домов со средним и высоким уровнем дохода в городе Медан, Индонезия. Данные были проанализированы при помощи метода частичных наименьших квадратов. Результаты свидетельствуют о значительном влиянии экономической стоимости жилья и фактора местонахождения на мнение клиентов. Предложенное жилье должно удовлетворять потребности потребителей, высокую мобильность и доступность. В оценке мнения клиентов необходимо обратить внимание на способность продукта в целом, а именно жилья, удовлетворять потребности потребителей.

Ключевые слова: мнение потребителей, метод частичных наименьших квадратов, экономическая стоимость, фактор местонахождения, цена на жилье

Классификация JEL: D13, R21, R31, R53



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, что позволяет повторное использование, распространение и воспроизведение, запрещает использование материалов в коммерческих целях и требует наличия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.