

Félagsvísindasvið

September 2008

**Ánægja íslenskra húsnæðiseigenda  
Rannsókn á hegðun og viðhorfi  
kaupenda á íslenskum húsnæðismarkaði**

**María Dröfn Sigurðardóttir**

Leiðbeinandi: Dr. Ingjaldur Hannibalsson  
Aðstoðarleiðbeinandi: Gunnar Óskarsson

Háskóli Íslands  
Viðskiptafræðideild  
Gimli v/Sæmundargötu, 101 Reykjavík  
Heimasíða: [www.vidskipti.hi.is](http://www.vidskipti.hi.is)

## **Samantekt**

Verkefni þetta er 30 eininga (ECTS) útskriftarverkefni til MS prófs í viðskiptafræði. Leiðbeinandi er Gunnar Óskarsson og hefur vinna þess staðið yfir vor og sumar 2008.

Markmið þess er að skoða hegðun og mæla ánægju íslenskra húsnæðiskaupenda sem fjárfest hafa í íbúðarhúsnæði á síðustu tveimur árum. Tvenns konar fræðinálgun var notuð við skilgreiningu á þáttum sem móta viðhorf og hegðun kaupenda. Fyrst voru umhverfislegir áhrifapættir skilgreindir og síðan kaupferlið sem framkvæmd í fimm þrepum. Fimmta og síðasta þrep kaupferlis skilgreinir eftirkaupaáhrif neytanda sem markmið verkefnisins er að mæla. Gerðar voru tvær rannsóknir, sú fyrri miðaði að því að skilgreina hvað felst í hugtakinu ánægja í þessu markaðsumhverfi og í seinni rannsókninni var ánægja mæld meðal kaupenda sjálfra. Tekin voru djúpviðtöl við fasteignasala og í framhaldi var gerð rannsókn á viðhorfi kaupenda þar sem ánægja kaupenda er mæld í níu þáttum auk viðhorfa til umhverfisins til að greina tengsl milli hegðunar og viðhorfa.

Niðurstöður benda til þess að kaupendur séu almennt frekar og mjög ánægðir með húsnæði sitt og hversu vel það uppfyllir þarfir fjölskyldunnar. Viðhorf til samkeppnisumhverfisins og úrvals húsnæðis í boði reyndist einnig jákvætt en viðhorf til neytendaverndar, starfa fasteignasala og byggingarverktaka var neikvæðara. Niðurstöður benda einnig til vaxandi áherslu á hverfaímynd sem sýnileika á samfélagslegri stöðu auk þess sem stjórnvöld eru talin bera ábyrgð á stöðu markaðarins í dag.

Einnig gefa niðurstöður vísbindingu um viðhorf og væntingar neytenda til ýmissa áhrifapátta og vonandi að þær nýtist sem innlegg í fyrirliggjandi þekkingu á hegðun og viðhorfi íslenskra húsnæðiskaupenda.

Ég vil nota tækifærið og þakka leiðbeinanda mínum, vinum og samferðarmönnum fyrir mikla og mikilvæga aðstoð sem án efa er lykill að því að verkefni þetta komst endanlega á blað.

# Efnisyfirlit

Myndaskrá.....	5
Töfluskrá.....	6
1 Inngangur.....	7
1.1 Íslenski húsnæðismarkaðurinn.....	7
1.2 Rannsóknarspurning .....	10
1.3 Uppbygging verkefnis .....	11
2 Saga íslenska húsnæðismarkaðarins .....	13
3 Kaupendur og neytendur á húsnæðismarkaði .....	19
3.1 Mikilvægi fjárfestingar og hlutverk viðhorfsmælinga.....	19
3.2 Neytendahegðun .....	20
3.3 Áhrifaþættir í umhverfinu.....	22
3.4 Kaupferlið .....	24
3.4.1 Fyrsta stig, þörf fyrir húsnæði .....	25
3.4.2 Annað stig, upplýsingaleit.....	27
3.4.3 Þriðja stig, mat valkosta .....	28
3.4.4 Fjórða stig, kaupákvörðun.....	30
3.5.5 Fimmta stig, eftirkaupaáhrif og ánægja neytenda .....	31
3.6 Samantekt. .....	34
4 Aðferð.....	36
4.1 Aðferðarfræði .....	36
4.2 Eigindleg viðtol, viðhorf fasteignasala .....	38
4.2.1 Rannsóknaraðferð.....	38
4.2.2 Markmið .....	39
4.2.3 Þátttakendur.....	40
4.2.4 Framkvæmd .....	40
4.3 Megindleg rannsókn, viðhorf kaupenda og neytenda .....	41
4.3.1 Rannsóknaraðferð.....	41
4.3.2 Markmið .....	42
4.3.3 Gagnaöflun .....	42

4.3.4	Mælitæki.....	43
4.3.5	Framkvæmd.....	45
5	Niðurstöður.....	47
5.1	Eigindleg rannsókn, greining og helstu niðurstöður.....	47
5.2	Megindleg rannsókn, svarhlutfall .....	50
5.3	Ánægja kaupenda með húsnæðið .....	51
5.3.1	Ánægja með hverfið .....	52
5.3.2	Ánægja með sveitarfélagið.....	55
5.3.3	Ánægja með efnislega þætti. ....	57
5.3.4	Garður og falleg aðkoma .....	61
5.3.5	Hljóð- og umhverfismengun. ....	63
5.3.6	Nágrannar .....	64
5.3.7	Hversu vel uppfyllir húsnæðið þarfir fjölskyldunar .....	67
5.3.8	Viðhorf til fjárhagslega þáttarins og áhrif hans .....	70
5.4	Ánægja með gegnsæi upplýsinga .....	74
5.5	Neytendavernd og samningsstaða kaupenda á markaði .....	78
5.5.1	Samkeppnisumhverfið.....	78
5.5.2	Viðhorf til samkeppnisástands .....	79
5.5.3	Ábyrgð stjórnvalda .....	80
5.5.4	Reglur um neytendavernd og hversu vel þeim er fylgt .....	81
5.5.5	Reglur sem tryggja hlutlaus og fagleg vinnubrögð .....	82
5.5.6	Traust á almennum upplýsingum .....	83
5.5.7	Hversu vel er reglum fylgt.....	84
5.5.8	Viðhorf kaupenda til neytendaverndar .....	86
5.6	Hversu ígrundað er ákvarðanaferlið .....	90
6	Niðurstöður, samantekt.....	91
6.1	Umræða.....	94
6.1.1	Innlegg til rannsókna .....	96
6.1.2	Helstu takmarkanir .....	97
6.1.3	Áhugavert að skoða í framhaldi .....	99
7	Að lokum.....	100

8	Viðaukar .....	101
	Viðauki 1. Kynningarbréf sent í pósti .....	101
	Viðauki 2. Spurningalisti sem sendur var í pósti.....	102
	Viðauki 3. Heimasíða sem var virk meðan svartími var í gangi .....	106
	Viðauki 4. Tengingar á heimasíðu .....	107
	Viðauki 5. Rafrænn spurningalisti.....	108
	Viðauki 6. Heimasíða sem var sett inn eftir að svartíma lauk.....	112
	Viðauki 7. Leyfi til að nota rannsóknarspurningar.....	113
	Viðauki 8. Punktar fyrir viðtölin við fasteignasala .....	114
	Viðauki 9. Tölulegar upplýsingar af vef Hagstofu Íslands og Fasteignamats ríkisins	116
	Viðauki 10. Niðurstöður opinnar umfjöllunar um neytendavernd .....	117
	Viðauki 11. Meðaltal ánægjuþáttu við mælingu rannsóknarspurningar.....	121
9	Heimildarskrá. ....	124

## **Myndaskrá**

Mynd 1. Tvær fræðinálganir sem verkefnið byggist á .....	11
Mynd 2. Húsnæði í einkaeign .....	15
Mynd 3. Umhverfislegir áhrifaþættir á val kaupenda.....	22
Mynd 4. Kaupferlið .....	24
Mynd 5 Fyrsta stig kaupferlis, .....	25
Mynd 6. Annað stig kaupferlisins .....	27
Mynd 7. Þriðja stig kaupferlisins .....	28
Mynd 8. Fjórða stig kaupferlisins .....	30
Mynd 9. Fimmta stig kaupferlisins .....	31
Mynd 10. Heildaránaðja með húsnæðið og umhverfislega þætti .....	51
Mynd 11. Viðhorf til umhverfisins skipting svara, staðalfrávik og dreifing .....	52
Mynd 12. Hversu mikilvægt er hverfið við val á fasteign .....	52
Mynd 13. Tengsl ánægju og mikilvægis með hverfið .....	54
Mynd 14. Viðhorf til hverfisins .....	55
Mynd 15. Tengsl mikilvægis og ánægju með sveitarfélagið .....	56
Mynd 16. Ánægja með húnæðið að innan og utan .....	57
Mynd 17. Tengsl ánægju með ástand og aðgengi að upplýsingum um ástand .....	58
Mynd 18. Ánægja með ástand húsnæðis að utan, eftir húsnæðistegund .....	59
Mynd 19. Mikilvægi ástands húsnæðis að utan eftir búsetuformi .....	60
Mynd 20. Ánægja með umhverfi húsnæðisins .....	61
Mynd 21. Mikilvægi umhverfisþátta eftir húsnæðistegundum.....	62
Mynd 22. Tengsl ánægju og mikilvægis með umhverfislega þætti.....	62
Mynd 23. Viðhorf til hljóð og umhverfismengunar .....	63
Mynd 24. Viðhorf til hljóð- og umhverfismengunar eftir búsetuformi .....	64
Mynd 25. Viðhorf til nágranna .....	64
Mynd 26. Viðhorf til nágranna eftir búsetuformi .....	65
Mynd 27. Hversu vel uppfyllir húsnæðið þarfir fjölskyldunar.....	67
Mynd 28. Tengsl viðhorfs og þróunar ákvarðanatöku .....	68

Mynd 29. Breytingar upphaflegra hugmynda um stærð við leit.....	69
Mynd 30. Hversu vel fjárhagleg áætlun hefur staðist.....	70
Mynd 31. Fjárhagsleg ánægja eftir búsetuformi.....	71
Mynd 32. Mikilvægi þess að verð sé innan greiðslugetu eftir búsetuformi .....	72
Mynd 33. Mikilvægi þess að verðið sé sanngjarn eftir búsetuformi .....	72
Mynd 34. Gegnsæi upplýsinga við fasteignaleit.....	74
Mynd 35. Aðgengi að upplýsingum um verð og eiginleika fasteigna.....	75
Mynd 36. Aðgengi að upplýsingum um ástand og fjármögnunarmöguleika .....	76
Mynd 37. Aðgengi að upplýsingum til að gera heildarsamanburð.....	77
Mynd 38. Hversu ástættanlegt úrval fasteigna var í boði á markaði.....	78
Mynd 39. Samkeppnisástand þegar fjárfest var.....	79
Mynd 40. Ábyrgð stjórnvalda .....	80
Mynd 41. Hversu góður eru reglur um neytendavernd .....	81
Mynd 42. Vernd sem tryggir hlutlaus vinnubrögð fasteignasala.....	82
Mynd 43. Traust á almennum upplýsingum.....	83
Mynd 44. Hversu vel er reglum fylgt af seljendum og verktökum .....	84
Mynd 45. Tími ákvarðanatöku .....	90

## Töfluskrá

Tafla 1. Staðalfrávik svara, heildaránægja .....	51
Tafla 2. Krosstafla (e. Crosstabulaton) .....	54
Tafla 3. Athugasemdir þátttakenda, skortur á upplýsingum.....	86
Tafla 4. Athugasemdir þátttakenda, vantar úttekt.....	87
Tafla 5. Athugasemdir þátttakenda, eftirlit og vinnubrögð .....	87
Tafla 6. Athugasemdir þátttakenda, hlutleysi fasteignasala .....	88
Tafla 7. Athugasemdir þátttakenda, gallar.....	88
Tafla 8. Athugasemdir þátttakenda, meira eftirlit.....	89
Tafla 9. Athugasemdir þátttakenda, peningamál .....	89

# 1 Inngangur

## 1.1 Íslenski húsnæðismarkaðurinn

Íslenskur húsnæðismarkaður í núverandi mynd á sér ekki nema um hundrað ára þróunarsögu og er um margt áhugavert viðfangsefni. Þar má sjá hraðar breytingar, bæði í efnahagsumhverfi þjóðarinnar sem endurspeglar tækifæri fólks til að koma sér upp varanlegu húsnæði og einnig má sjá þar sjá hvernig ríkjandi viðhorf til neyslu og þess hvað telst ásættanlegt í rými og gæðum húsnæðis tekur breytingum í samræmi við kaupgetu og menningarsjónarmið á hverjum tíma.

Margar leiðir eru til staðar til að koma sér upp þaki yfir höfuðið almennt. Má þar nefna langtímaleigu húsnæði í eigu yfirvalda eða fjárfesta sem hafa tekjur af langtímaleigu. Einnig eru til staðar viða bæði hér og erlendis fyrirkomulag þar sem fólk festir sér húsnæði með eingreiðslu í upphafi og greiðir svo leigu í framhaldi. Að lokum eru kaup valkostur til að öðlast fullan eignar og ráðstöfunarrétt yfir eign þar sem greiðslur af lánum koma svo í framhaldi samhliða búsetu.

Hérlandis hefur þessi síðasti valmöguleiki orðið sá víðtækasti og virðast ástæður þess nokkrar. Lítið er um að fjárfestar kaupi eignir eða eignablokkir sem ætlað er að fara í útleigu eins og viða er þekkt erlendis. Einnig hefur leighúsnaði í eigu hins opinbera ekki verið til staðar nema fyrir þá verst stöddu og því ekki þróast sem ákjósanlegur valmöguleiki ef annað er mögulegt. Því virðist leigumarkaður hérlandis ekki hafa þróast nema sem skammtímalausn þar sem einstaklingar eru að leigja tímabundið eign sína eða fyrir þá sem ekki teljast hafa aðrar lausnir í boði. Neytendavernd er einnig nokkuð frábrugðin hér og í nágrannalöndum gagnvart réttindum leigutaka svo sem gagnvart vaxandi réttindum leigutaka svo lítið er hér sem byggir upp öryggi og réttindi fólks til lengri tíma í leighúsnaði. Sá valmöguleiki hefur þó verið til hérlandis að leggja kaupa sig inn í leigurétt þar sem greiðsla í upphafi leigusamningas veitir yfirráðarétt á húsnæði eins lengi og viðkomandi vill og stendur í skilum og hefur því að mörgu verið jafnað við eiginleg húsnæðiskaup en þó ekki náð

mikilli útbreiðslu í samanburði við kaupendamarkað almennt. Margir þættir hafa áhrif á eignamyndun við fasteignakaup, svo sem breytilegir vextir og sveiflur í gjaldmiðli. Ef horft er til íslensks efnahagsumhverfis og þess hversu margir fljótandi þættir eru til staðar sem hafa áhrif á eignamyndun má þó á móti telja einkennilegt hversu mikill kaupvilji er til staðar hjá einstaklingum og fjölskyldum.

Markaðsumhverfi húsnæðismarkaðarins er á margan hátt sambærilegt öðrum markaðsumhverfum. Þar fer fram kaup og sala vöru í frjálsu markaðsumhverfi þar sem húsnæðið er verðlagt og í framhaldi komast aðilar að endanlegu samkomulagi um verð og afhendingarskilmála. Einnig eru áhrifavaldar í umhverfinu sem telja má að hafi töluberð áhrif á bæði kaupgetu og vilja fólks til að fjárfesta. Í svo stórum fjárfestingum þarf fólk yfirleitt að standa í lánveitingum til að fjármagna kaupin og áhrifavaldar í umhverfinu því nokkrir, svo sem gagnvart kaupgetu sem aðgengi að lánsfé mótar að mestu leiti. Einnig er líklegt að það sé til staðar áhrif af vaxtakostnaði á kaupvilja eins og víða kemur fram í kenningum hagfræðinnar um verðtegni. Aðgengi að upplýsingum og aðstoð við framkvæmd kaupana og lántoku er mikilvægt til að skýrar og réttar upplýsingar komist til skila til neytenda og þeir geti valið úr því sem í boði er og hámarkar persónubundið virði hverju sinni.

Mikið hefur gerst á þessum markaði síðustu ár. Kringum 2004 var brotið blað í sögu húsnæðiskaupa hérlendis þar sem umhverfislegir áhrifaþættir urðu þess valdandi að aðgengi að lánsfé og kostnaður við það tók snöggum breytingum. Við það tók eftirspurn hratt við sér og sýndu veltutölur Fasteignamats Ríkisins, hvernig hún margfaldaðist milli mánaða á skömmum tíma. Af því mátti því sjá hversu mikill kaupvilji hefur verið til staðar og virðist hann afmarkast hvað helst við fyrirgreiðslu hvers tíma. Verð hækkaði því hratt og viðmið um það hversu langan tíma kaupendur gátu gefið sér í umhugsunarfest breyttist einnig samhliða. Kaupendur sem áður höfðu getað gefið sér tíma til umhugsunar og samanburðar, í vikur eða jafnvel mánuði þurftu nú að gera upp við sig mjög hratt jafnvel samdægurs hvort þeir vildu gera kauptilboð og þá jafnvel í framhaldi hversu langt þeir væru tilbúnir að ganga í verðhækjunum til að ná samkomulagi. Telja má að þetta hafi ekki verið mjög ákjósanleg staða með tilliti til ígrundunar, (Palmer 2004) og Engu að síður virtist ekkert lát vera á eftirspurn í

framhaldi af rýmkuðum lánsheimildum þó verð húsnæðis færi hratt hækkandi og samningsskilmálar yrðu þannig mun harðari og afmarkaðari en áður.

Telja má víst að húsnæðiskaup séu ein af stærri, ef ekki stæðstu fjárfestingum sem einstaklingar og fjölskyldur ganga í gegnum á lífsleiðinni. Þar þarf að huga að mörgum þáttum, bæði einstaklingsbundnum sem miða að því að hámarka virði hvers og eins og einnig þarf kaupandi að geta gert sér skýra grein fyrir kostum og göllum hverrar fjárfestingar til að geta gert samanburð og valið besta kostin í stöðunni (Whang, 2002). Ef horft er til þess hversu margir þættir það eru hér sem taka þarf tillit til í nærumhverfi kaupanda og þess hversu flókið það getur verið að bera saman kosti og galla eigna er það spurning hversu vel kaupendum í raun hefur gengið að velja húsnæði í samræmi við sínar þarfir í þessu umhverfi og hversu sáttir þeir eru með kaupin í framhaldi þegar reynsla kemur á notkun.

Rannsóknir á húsnæðismarkaði hérlandis hafa stórukvist síðustu ár samhliða einkavæðingu fjármálamaðarins. Tölulegar mælingar á hreyfingum eru nú aðgengilegar gegnum upplýsingarveit hins opinbera svo sem fasteignamat ríkisins og einnig má sjá töluvert af umfjöllun og túlkun þessara gagna hjá flestum ef ekki öllum fjármálfyrirtækjum sem koma að lánamaðar húsnæðis. Þessar tölur sýna það vel hvernig eftirspurn hefur hegðað sér og gefa því töluvert til kynna hvers má vænta miðað við fyrri reynslu.

Þar er má þó finna þætti sem áhugavert getur talist að skoða betur og lúta þau hvað helst að viðhorfum kaupendana sjálfra og sjónarmiðum þeirra sem liggja að baki öllum þessum hreyfingum. Þannig hafa greiningardeildir bankanna fjallað um verðþróun sem sýnir vaxandi verðmun milli hverfa en ekki virðist þekkt hvers vegna hann er tilkomin. Einnig virðist að því er best er vitað, óþekkt hversu sáttir kaupendur eru að fara út úr þeim fjárfestingum sem stofnað hefur verið til á síðustu árum í því erfiða kaupendaumhverfi sem skapaðist vegna umframeftirspurnar. Ef horft er til þess að hér er um að ræða eina af stæðstu fjárfestingum sem einstaklingar ganga í gegnum má því telja að áhugavert sé að þekkja viðhorf kaupenda til eignarinnar og það hversu sáttir kaupendur eru með fjárfestinguna þegar upp er staðið. Þær niðurstöður segja töluvert til um fullkomleika markaðsumhverfisins auk þess að mögulega varpa ljósi á þætti sem geta farið betur í tengslum við neytendavernd, upplýsinga aðgengi og

aðkomu milliliða að kaupunum. Þær ættu því að geta verið áhugaverð viðbót við fyrirliggjandi upplýsingar um hegðun og hreyfingar markaðarins í heild.

Markmið þessa verkefnis er að skoða þessi viðhorf nánar, sjá hversu ánægðir kaupendur eru með fjárfestinguna sína og mögulega hvaða þættir í kaupferlinu og umhverfi þess hafa mögulega haft öðru fremur áhrif á val og ánægju þeirra.

## 1.2 Rannsóknarspurning

Eftirkaupaáhrif kaupenda er hér skilgreint sem síðasti þáttur kaupferlis samkvæmt fræðilegri nálgun verkefnisins og er upplifun neytanda á vöru eftir að hún hefur verið tekin í notkun (Solomon, 2002). Þessi upplifun getur verið bæði neikvæð og jákvæð og er hér mæld í formi ánægju kaupenda með húsnæði sitt sem fjárfest hefur verið í á síðustu tveimur árum. Sett er hér fram rannsóknarspurning sem niðurstöðum er ætlað að svara:

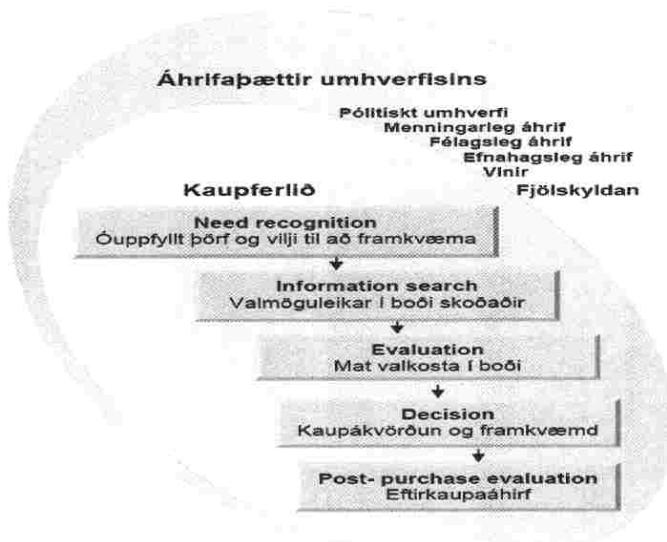
***Hversu ánægðir eru kaupendur með húsnæði sitt sem fjárfest hefur verið í á síðustu tveimur árum ?***

Til að svara þessari spurningu voru gerðar tvær rannsóknir, fyrst á viðhorfum fasteignasala og í framhaldi á viðhorfum kaupenda. Til samanburðar voru viðhorf til ýmissa umhverfislegra áhrifaþáttta mæld og skoðuð og hvaða tengsl þau mögulega hafa á viðhorf kaupenda.

### 1.3 Uppbygging verkefnis

Verkefnið skiptist í meginatriðum í fjóra hluta. Í upphafi er fyrst fjallað er um sögu húsnæðismarkaðarins síðustu hundrað árin frá því að löggjöf um húsnæði í einkaeign varð til hérlendis. Tilgangur þessarar umfjöllunar er fyrst og fremst að taka saman yfirlit yfir sögu og þróun viðhorfa og menningargilda sem mótað hafa umhverfi húsnæðismarkaðarins sem höfundur telur nauðsynlegt og áhugavert að skoða í samhengi við aðra umfjöllun.

Í framhaldi er fræðileg nálgun skilgreind sem notuð er við vinnslu og greiningu verkefnisins. Fasteignakaup eru flókið og viðamikið ferli. Bæði eru áhrifapættir í umhverfi kaupenda sem hafa áhrif á val og viðhorf þegar fólk kaupir sér fasteign en einnig er hér töluvert ferli í gangi sem tekur allt frá nokkrum dögum upp í marga mánuði. Þannig er notast við tvær megin nálganir eins og mynd 1 sýnir og eru kenningar Solomon, Bamossy og Askegaard (2002), nýttar sem fræðileg uppistaða auk umfjöllunar sem reifuð er samhliða til samanburðar.



Mynd 1. Tvær fræðinálganir sem verkefnið byggist á

Fjallað er um áhrifapætti í umhverfi kaupenda svo sem menningarlega og félagslega og dregnir fram þættir sem teljast hafa öðrum fremur áhrif á viðhorf húsnæðiskaupenda (Foxall, 1990; Solomon, 2002). Nærumhverfi kaupenda er skoðað

og áhrif af stöðu og félagshóp kaupenda og ytri áhrifaþættir svo sem efnahagslegir og menningarlegir.

Kaupferli sem fimm þrepa ferli er seinni nálgunin, og er nokkrum kenningum um kaupferli sem tímasettri framkvæmd, gerðar skil, (Foxall, 1990: Schiffman og Kanusk, 1983: Solomon, 2002) þar sem leitast er við að skilgreina ferlið og áhrifaþætti á ákvarðanatöku viðkomandi. Síðasti hluti kaupferlisins skilgreinir eftirkaupahrif sem markmið verkefnisins er að mæla í formi ánægju og sjá árangur kaupenda í samanburði við upplifun þeirra af umhverfinu.

Þriðji hluti verkefnisins skilgreinir þá aðferðafræði sem notuð var við þær tvær rannsóknir sem gerðar voru til að svara spurningu verkefnisins og lýsir framkvæmd rannsóknanna. Fyrri rannsóknin var eigindleg nálgun þar sem notast var við djúpviðtöl sem tekin voru við fasteignasala. Þeir eru umboðsaðilar bæði kaupenda og seljenda og því líklegt að þeir búi yfir áhugaverðari reynslu af eftirspurn og hegðun kaupenda auk þess sem viðhof þeirra til neytendaverndar og upplifun á samskiptum aðila í framkvæmd og ýmsum þáttum sem þar skipta máli voru taldar áhugaverðar. Ekki virðast til staðar rannsóknir á hegðun húsnæðiskaupenda hérlandis til að byggja viðhorfsmælingu á og voru niðurstöður viðtalanna því nýttar við vinnslu á spurningalista sem lagður var fyrir kaupendur. Í framhaldi var gerð viðhorfsrannsókn sem send var á 850 heimili á höfuðborgarsvæðinu til að mæla ánægju kaupenda og þætti sem teljast geta haft áhrif á hana. Ánægja kaupenda er hér mæld í níu þáttum auk áhrifaþátta í umhverfinu til að sjá tengsl milli hegðunar, viðhorfa og ánægju.

Í síðasta hluta eru niðurstöður settar fram. Þar er fjallað um hvern áhrifaþátt fyrir sig sem móta saman heildaránægju kaupenda og einnig eru skoðað samhliða viðhorf kaupenda til neytendaverndar, traust á seljendum og verktökum og öðrum þáttum sem teljast hafa áhrif á ofangreind viðhorf og fram kom í vinnslu gagna. Í lokin kemur fram umfjöllun um helstu niðurstöður og þann lærðom sem draga má að niðurstöðum verkefnisins, hvað má betur fara og hvað væri áhugavert að skoða í framhaldi.

## 2 Saga íslenska húsnæðismarkaðarins

Íslenski sögualdarbærinn markar upphaf rúmlega ellefu hundruð ára byggðar á Íslandi. Ellefu aldir er stuttur tími í þróumarsögu sem þessari og ef horft er til þess að íslenskur byggingastíll markaðist fyrstu tíu aldirnar af hagnýtu gildi torfbæja, (Guðmundur Hálfdanarson, 1993) má segja að eiginlegur húsnæðismarkaður í núverandi mynd hefur ekki þróast nema tæpa öld hérlendis. Áhugavert er að íslensku torfbærirnir og byggingar í kauptúnum að danskri fyrirmynnd hafa þó endurspeglad efnahag fólks í samræmi við áherslur hvers tíma í Íslandssögunni eins langt aftur og núverandi þekking nær til (Guðmundur Hálfdanarson, 1993).

Árið 1900 markaði upphaf löggjafar um uppbyggingu húsnæðis í einkaeign hérlendis sem ætlað var að móta uppbyggingu húsnæðis sem einstaklingar og fjölskyldur ættu möguleika á að eignast. Þessi uppbygging fór þó hægt af stað, kreppuástand ríkti, innflutningsbann var á byggingarefnni og mikið atvinnuleysi hrjáði þjóðina (Magnús Árni Skúlason, 2006).

Lög um byggingarsjóð verkamanna voru sett árið 1929 og urðu þau til þess að um 400 verkamannabússtaðir risu fram til loka stríðsins um 1945. (Magnús Árni Skúlason, 2006; Eggert þór Bernharðsson, 2000). Húsnæði var af mjög skornum skammti sökum mikillar fjölgunar íbúa í Reykjavík og þrátt fyrir vilja stjórnvalda til að hefja uppbyggingu húsnæðis var því langt enn í land með árangur. Árið 1940 bjuggu 8.600 fjölskyldur á höfuðborgarsvæðinu. Á þessum tíma bjuggu að meðaltali fimm manns í hverri íbúð og innan við eitt herbergi á mann þótt eldhúsið væri talið með. Rúmlega helmingur húsnæðis var leiguþúsnæði og um fjórðungur íbúða taldist ónýtur og algerlega óibúðarhæfur (Eggert þór Bernharðsson, 2000). Athyglisvert er þó að þrátt fyrir það að leiguþúsnæði væri á þessum tímapunkti algengur valmöguleiki virðist hann ekki hafa þróast áfram sem valmöguleiki á varanlegu húsnæði eins og sjá má að gerst hefur víða erlendis (National Board of Housing, 2005).

Frá 1945, í kjölfar styrjaldarinnar og með nýju sjálfstæði fór að bera á breytingum. Á þessum tíma voru miklar pólitískar sviptingar í gangi og mismunandi sjónarmið að þróast um opinbera velferðarforsjá. Áhugavert er að skoða tillögur um almannatryggingarkerfi árið 1945. Þar er áhersla á naumhyggju og vinnuframlag talin

lykill að velferðaruppbýggingu hins nýja hagkerfis. Þannig var talið að „*hinni heilbrigðu sparnaðarhvöt sé betur viðhaldið ef fólk greiði iðgjald, það innræti kostnaðarvitund meðal almennings, sem aftri því að fólk leiðist til að misnota opinbera velferðarkefið*“ (Guðmundur Hálfdanarson og Svanur Kristjánsson, 1993, bls. 415). Af þessu má sjá áherslu á sjálfsbjargarviðleitni og frumkvæði í viðhorfum stjórnenda sem líklega hefur verið grunnur að uppbýggingu húsnæðiskerfis og velferðakerfisins í heild hérlandis fram á daginn í dag.

Í kjölfar stríðsins stóðu braggabyggingar sem byggðar höfðu verið fyrir hermenn eftir mannlusar og urðu sjálfkrafa eitt af húsnæðisúrræðum efnaminni fjólskyldna.

Atvinnuástandið hafði lagast nokkuð með uppbýggingu kringum hersetuna, innflutningur var hafinn og hjól efnahagslífsins farin að snúast.

Kröfur um aðstoð til að koma þaki yfir fjólskylduna urðu sífellt háværari og 1952 voru sett lög um lánadeild smáibúða þar sem einstaklingum var veitt lán og aðstöð á góðum kjörum til að kaupa og byggja. Þetta nýja fyrirkomulag nýttist vel framtakssönum aðilum sem nýttu tækifærið samhliða eigin vinnuframlagi (Magnús Árni Skúlason, 2006).

Enn var uppbýgging ekki að svara eftirspurn svo illa gekk að útrýma gömlu bráðabirgðahúsnæði. Fólk bjó enn í selbúðum frá fyrri heimstyrjöldinni, bröggum og í útjaðri bæjarins höfðu risið kofar af miklum vanefnum sem uppfylltu á engan hátt lágmarkskröfur um hreinlæti og öryggi (Eggert Þór Berharðsson, 2000).

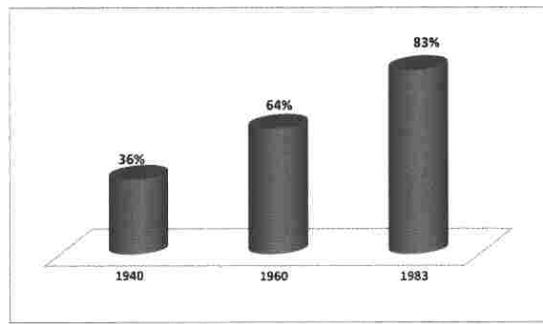
Tæpum tíu árum eftir stríðið eða 1955 voru því enn á ný sett lög um veðlán til íbúðarbygginga og útrýmingu heilsuspíllandi húsnæðis. Tilgangur þeirra var að losna við þessar byggingar og stuðla að varanlegri uppbýggingu húsnæðis á höfuðborgarsvæðinu. Húsnæðismálstofnun var stofnuð til að sjá um framkvæmd lánavirgreiðslu og varð síðar að íbúðarlánsjóði sem enn er starfandi í dag.

Strax sama ár lágu fyrir 2.000 umsóknir, sem sýndi áhuga almennings að nýta þetta tækifæri til að komast í varanlegt húsnæði. Hér er athyglisvert að sjá að lög og aðgerðir yfirvalda til að leysa húsnæðisvanda höfuðborgarsvæðisins virtust nokkuð einsleitar og vísuðu að því að greiða aðgang fólks að fjármagni og aðstoð til að kaupa eða byggja eigin húsnæði í stað uppbýggingar í formi langtímaleigu.

Magnús Árni Skúlason (2006) nefnir í grein sinni um íslenska drauminn: „...að setja megi fram þá tilgátu að það hafi verið meðvituð eða ómeðvituð stefna stjórnvalda að efla séreignarvitund landsmanna og efla með því móti andstöðu við sósialisma.“ (bls. 20). Einnig mætti í framhaldi setja fram þá tilgátu að séreignarvilji landsmanna sé hluti af sjálfstæðisvitund þjóðarinnar og hafi þannig á hinn veginn mótað aðgerðir stjórnvalda gegnum þrýsting verkalýðsfélaganna. Landfræðilegar aðstæður, mikill kuldi á veturna og veðursveiflur hafa einnig og ekki síður skapað þörf fyrir uppbyggingu húsnæðis enda ekki möguleiki að búa í opnum kofum eða undir beru lofti hér eins og víða erlendis.

Ef skoðaðar eru blaðagreinar frá árunum 1940 til 1960 (Guðrún Pálsdóttir, 1985; Sigurlína Sigurbjörnsdóttir, 1986) kemur vilji fólksins til að koma þaki yfir höfuðið með kaupum eða byggingu skýrt fram í umræðu forsvarsmana alþýðunnar. Árið 1955 voru sett lög nr. 55/1955 sem miðuðu að því að útrýma heilsuspíllandi húsnæði endanlega og má sjá staðfestingu á viðhorfi stjórnvalda í yfirlýsingu þeirra í morgunblaðinu sama ár. Þar kom fram að „*Stefnt sé að því að hver fjölskylda búi i eigin íbúð*“ með lagasetningu þessari (Magnús Árni Skúlason, 2006, bls 19).

Mynd 2 sýnir hvernig hlutfall húsnæðis í einkaeign hefur þróast frá því að áhrifa af uppbyggingu verkamannabústaða fór að gæta fram til ársins 1983 þegar meirihluti landsmanna hafði komið sér upp húsnæði í einkaeign.



**Mynd 2. Húsnæði í einkaeign**  
Heimild: Undir bárujárnsboga, bls. 252.

Það staðfestir því nokkuð vel vilja Íslendinga til að framkvæma og fjárfesta sem varð til mikillar framþróunar þrátt fyrir misgóðar fjárhagslegar aðstæður.

Upp úr 1955 gat fólk nú selt borginni braggana og fengið pening til að kaupa sig inn í nýtt húsnæði sem það fékk úthlutað og braggarnir voru rifnir í framhaldi. Fjármögnun gekk þó hæglega og bjuggu Reykvíkingar á þessum tíma við lakari kjör bæði varðandi vexti og lánschlutfall en þekktist annarsstaðar á norðurlöndum (Eggert Þór Bernharðsson, 2000, bls. 246).

Uppbygging hélt áfram næsta áratug og bæjaryfirvöld nýtu sér frumkvæði fólksins. Fjölskyldur fengu gjarnan afhent ófullgert húsnæði og skattareglur greiddu leið þeirra sem vildu vinna sjálfir í húsnæðinu. Stjórnvöld töldu uppbyggingu fjölbýlishúsa álitlegasta valmöguleikann á þessum tíma fyrir efnaminni fjölskyldur þar sem hægt var að byggja þau á hagkvæmari hátt og losa þannig vanda sem flestra á sem fljótastan hátt (Egget Þór Bernharðsson, 2000).

Arið 1963 var samþykkt áætlun til að útrýma heilsuspíllandi húsnæði endanlega og áhersla lögð á fjölbýli. Næsta áratuginn var því mikið byggt af stórum fjölbýlishúsum en enn stóð það nokkuð fyrir þrifum að útborgunin var erfið enda lánaði fyrirgreiðsla borgarinnar ekki nema hluta kaupverðsins. Á þessum tíma var að myndast samhliða leigumarkaður á húsnæði í eigu borgarinnar en það húsnæði kom í hlut efnaminsta fólksins sem ekki hafði aðra möguleika og hefur aldrei náð fótfestu sem ákjósanlegur valmöguleiki hérlandis ef annað er framkvæmanlegt (Jóhanna Gunnlaugsdóttir, 1984).

Nýju blokkarbyggingunum fylgdu ný vandamál. Eitt þessara hverfa var Fellahverfið í Breiðholti sem samanstóð nánast eingöngu af blokkarbyggingum fyrir félagslega studdar fjölskyldur. Einsleitur hópur neytenda safnaðist saman á einum stað (Bragi Bergsson, 2004) og í skýrslu félagsráðgjafa Reykjavíkurborgar í júní 1975 kemur fram gagnrýni á ákvörðun stjórnvalda að staðsetja allar félagsísbúðir á sama stað. Talið var að þetta hefði í för með sér félagsleg vandamál og neikvæða umræðu sem hverfið fékk af bæði búendum og öðrum og myndi móta ímynd hverfisins til lengri tíma litið (Bragi Bergsson, 2004). Fellahverfið í Reykjavík svo og Breiðholtið í heild sinni hefur gengið í gegnum þroskaskeið eins og önnur hverfi en hér má sjá dæmi um staðbundið viðhorf sem haldist hefur fram á daginn í dag og hefur áhrif á það hverjir kjósa að búa þar og hverjir ekki. Vorið 1981 var vísitölubinding launa afnumin sem orsakaði á skömmum tíma mikið ósamræmi í kaupmætti launa og húsnæðis samhliða

því að verðbólgan rauk upp og fór yfir 100%. Það kallaði á viðbrögð neytenda og í ágúst sama ár var haldinn fjölmennur fundur húsbyggjenda þar sem fram kom umræða um alvarlegt ástand húsbyggjenda sem horfðu fram á nauðungarsölur og gjaldþrot. Allt of stórt hluti húsnæðis taldist fjármagnaður með skammtímalánum sem þó var eini valmöguleiki fólks til að fjárfesta. Þessi lánavirgreiðsla samhliða kjaraskerðingum og verðbólgu kæmi svo alfarið í veg fyrir eignamyndun. Óskað var eftir aðstoð yfirvalda með lengingu í lánstíma og lækkun lána. Ekkert gerðist og um haustið fjölgæði nauðungarsöluum svo gríðarlega að fjölda þurfti útgáfum lögbirtingarblaðsins (Öldin okkar, 1988).

Þetta hafði þó ekki þau áhrif að neytendur yrðu fráhverfir húsnæðisfjárfestingum heldur voru komin af stað samtök áhugafólks um úrbætur í húsnæðismálum sem taldi félagsmenn á fimmta þúsund og kröfðu stjórnvöld um umbætur í lánavirgreiðslu.

Yfirvöld brugðust við þessum vanda með frumvarpi til lánsfjárlaga fyrir árið 1985 þar sem kveðið var á um auknar skattheimtur sem átti að koma til móts við greiðsluvanda þeirra verst stöddu. Það sýnir enn aftur hvernig menningaleg sjónarmið endurspeglast í aðgerðum stjórnvalda til að láta vinnuaflíð axla ábyrgðina og vinna sig gegnum vandann í stað þess að koma með fjármagn inn í formi lánsfjár eða styrkja.

Jafnvægi komst aftur á verðbólguna næsta áratug en lágt lánschlutfall var enn vandamál. Húsnæðismálastofnun ein veitti lán til húsnæðis og var hámarks veðhlutfall bundið félagslegum aðstæðum fólks. Þannig gáfu bágar aðstæður rétt til hærra lánschlutfalls og við fjárfestingu í fyrsta húsnæði var meira lánað en síðar. Lánschlutfall var 65 til 70% af brunabótamati eignarinnar auk þess sem þak var á lánveitingu við tíu milljónir (Öldin okkar, 1988). Kaupendur þurftu að fjármagna mismun með eigin framlagi eða skammtíma lánveitingu. Nokkur hefð virtist á þessum tíma myndast fyrir því að spara fyrir útborgun að hluta sem endurspeglarist meðal annars í skyldusparnaði sem var lögbundinn sparnaður og hægt að taka út við húsnæðiskaup. Einnig kom gjarnan í hlut foreldra að styðja við bakið á börnum sínum með aðgangi að viðbótarábyrgð fyrir skammtímalánveitingu eða jafnvel fjárfamlagi.

Upp úr aldamótum tók við nýtt tímabil í íslenskri fjármálasögu. Árið 2004 hófu bankarnir innreið á húsnæðislánamarkað og við það skapaðist á skömmum tíma, aukinn

kaupmáttur vegna lengri lánstíma, lægri vaxta og hærra lánshlutfalls en áður hafði þekkst.

Markaðurinn lét ekki á sér standa og hafa árin 2004-2007 einkennst af miklum þensluáhrifum (Arnór Sighvatsson, 2005). Á árinu 2008 hefur nú aftur orðið neikvæður viðsnúningur í efnahagsumhverfinu og umræða um aðkomu stjórnvalda og ábyrgð gagnvart heimilum landsins orðið háværari. Ekki er enn séð fyrir endann á þeirri niðursveiflu en ljóst er þó að hún hefur gríðarleg áhrif á húsnæðismarkaðinn og möguleika fólks til að eignast öruggt þak yfir höfuðið sem upphafleg þörf kaupenda byggist á.

### **3      Kaupendur og neytendur á húsnæðismarkaði**

#### **3.1    Mikilvægi fjárfestingar og hlutverk viðhorfsmælinga**

Húsnæði er eitt þeirra atriða sem teljast til grunnþarfa einstaklingsins (Abraham Harold Maslow, 1943) og ber saga íslenska húsnæðismarkaðarins þess glöggt vitni að þjóðin hefur í gegnum tíðina verið tilbúin að leggja töluvert á sig til að koma þaki yfir höfuðið. Líklegt er einnig að menning þjóðarinar hafi á einhvern hátt móttandi áhrif á það hversu mikilvæg það telst að hafa fest sér húsnæði varnanlega. Rannsókn sem gerð var í Englandi sýndi þessu til samanburðar fram á hversu mikil áhrif menning hefur á það viðhorf neytenda, hversu mikilvægt þeir telja að hafa fjárfest og hafa þannig eignarétt yfir húsnæðinu frekar en búa við annað eignarform (Livette, 2005).

Ef horft er aftur í tímann á umfjöllun hagfræðinga erlendis má sjá að áherslur á hlutverk og viðhorf neytenda hafa lengi verið til staðar og viðurkenndar sem mikilvægur áhrifaþáttur í hagfræðirannsóknum. Dæmi um það eru áhrif þekkingar á fullkomleika markaðarins (Nelson, 1970) og áhrif litarháttar kaupenda á verðlagningu húsnæðis, (Kain og Quigely, 1972) sem greind hafa verið samhliða hagrænum rannsóknum, og nefnir hagfræðingurinn Richard Blundell (1988) í grein sinni að „*fáir þættir í hagkerfinu innihaldi ekki áhrifaþætti neytendahegðunar og beri því að veita þeim eðlilega athygli*”(bls 16). Áhersla á þarfir og viðhorf neytenda virðist einnig vaxandi í heimi markaðsfraeðinnar og hefur aukið magn gagna og rannsóknatækja opnað möguleika á sífellt nákvæmari og faglegri hegðunar- og viðhorfsrannsóknum til að styðja við tölulegar greiningar (Solomon, Bamossy og Askegaard, 2002).

Ísland hefur fylgt húsnæðisþróun nokkuð sambærilega og víða í Evrópu eftir seinni heimsstyrjöldina. Pólitisk stefna hefur mótað möguleika neytenda auk þess sem hröð þróun á svíði alþjóðamála hefur haft mikil áhrif. Má þar helst nefna aðild Íslands að alþjóðlegum vinnumörkuðum og hröð innkoma á erlenda fjármálamarkaði bæði hvað varðar inn og útstreymi fjármagns (Eggert þór Bernharðsson, 2007; Arnór Sighvatsson, 2005).

### **3.2 Neytendahegðun**

Hugtakið neytendahegðun tekur til huglæga þátt eins í kaupferli óháð því markaðsumhverfi sem um ræðir og er gjarnan skoðað gegnum tvær megin nálganir. Annars vegar er ferli kaupandans rannsakað og hins vegar er um að ræða skilgreiningu á þeim áhrifaþáttum sem hafa áhrif á þetta ferli. (Solomon o.fl., 2002; Schiffman og Kanuk, 2000; Palmer, 2004; Engel, Kollat og Blackwell, 1968).

Ef horft er á fræðilega skilgreiningu hugtaksins neytendahegðun (e. consumer behaviour) tekur það til þess ferlis sem á sér stað þegar neytandi, einn eða fleiri, velur og festir kaup á vörum og notar hana með það að markmiði að fullnægja einhverri skilgreindri þörf (Solomon o.fl., 2002). Rannsóknir á þessu ferli falla gjarnan undir hegðunarrannsóknir (e. human behavior) en afmarkast við hegðun sem tengist kaupum á vörum eða þjónustu og notkun hennar (Engel, Kollat og Blackwell, 1968).

Hugtakið „neytendahegðun“ er byggt á víðari skilgreiningu en sambærileg hugtök svo sem kauphegðun (e. buyer behavior) og kaupferli (e. buyer process), (Foxall, 1990). Varan getur því verið samblanda missnertanlegra þátta, ferlið að velja, kaupa og nota vörum getur verið í höndum mismunandi aðila og upplifun áhrifaþáttu á öllum stigum kaupferlisins getur einnig verið mjög einstaklingsbundin, sérstaklega í flóknu kaupferli (Solomon o.fl., 2002).

Við húsnæðiskaup er um að ræða einstakling, einn eða fleiri, sem fjárfestir í ákveðinni vörum og hún síðan notuð af kaupendum og/eða öðrum. Þannig er ekki víst að notandi (e. consumer) sé endilega sá sami og sá sem kaupir og borgar (e. customer).

Síðasti hluti kaupferlisins er skilgreindur sem eftirkaupaáhrif og tekur til þeirrar ánægju sem kaupandi upplifir þegar hann tekur svo vörum í notkun. Þessi upplifun getur verið jákvæð eða neikvæð eftir því hversu vel tókst til að uppfylla upphaflegar væntingar.

Solomon, Babossy og Askegaard (2002) tiltaka í bók sinni Consumer Behaviour, hversu mikil áhrif þættir í umhverfi kaupenda hafa á hegðun þeirra og viðhorf. Hér telst um að ræða mismikilvæga þætti í bæði nær og fjær umhverfi sem hafa mismunandi áhrif eftir einstaklingsbundnum þörfum og því mikilvægt að veita þeim athygli við mælingu á viðhorfi og hegðun kaupenda.

Ísland hefur fylgt húsnæðisþróun nokkuð sambærilega og víða í Evrópu eftir seinni heimsstyrjöldina. Pólitísk stefna hefur mótað möguleika neytenda auk þess sem hröð þróun á sviði alþjóðamála hefur haft mikil áhrif (Eggert Þór Bernharðsson, 2006). Má þar helst nefna aðild Íslands að alþjóðlegum vinnumörkuðum og hröð innkoma á erlenda fjármálamarkaði bæði hvað varðar inn og útstreymi fjármagns (Arnór Sighvatsson, 2005).

Kaupferli húsnæðiskaupenda á Íslandi og tengsl þess við eftirkaupaáhrif neytenda hefur að því er þekkt er, ekki verið rannsakað sérstaklega. Þó eru til staðar tölulegar heimildir og viðtæk umfjöllun um hegðun neytenda eins og áður hefur komið fram sem verður reifuð hér í framhaldi samhliða umfjöllun um stöðu á markaði.

Hér verður í næsta kafla fjallað nánar um fræðilega skilgreiningu á helstu áhrifapáttum í umhverfi kaupenda og í framhaldi af því verður farið gegnum kaupferlið sem fimm þreppa ferli.

### 3.3 Áhrifapættir í umhverfinu

Áhrifapættir á kaupferlið eru margir og mis áhrifamiklir og nokkur módel til staðar sem skilgreina bæði áhrifapætti umhverfisins og þeirra hópa sem hlut eiga að máli. Ef borið er saman Howard-seth módelið, (Foxall, 1990) skilgreining Schiffman og Kanusk (1983) og skilgreining Solomon, Babossy og Askegaard (2002) á áhrifavöldum umhverfisins virðist í meginatriðum um sömu þætti að ræða. Þessir áhrifavaldar eru flokkaðir eftir því hvar þeir standa í umhverfinu og hversu mikil áhrif þeir hafa á ákvörðun viðkomandi. Mynd 3 sýnir megin áhrifapætti sem skilgreindir eru samkvæmt ofangreindum kenningum þar sem áhrifa þeirra gætir bæði í nær og fjær umhverfi kaupenda.



Mynd 3. Umhverfislegir áhrifapættir á val kaupenda  
Heimild: Solomon, ofl.

Solomon (2002) fjallar um menningarlega og félagslega áhrifapætti þar sem talið er að engin einstakur aðili eða fyrirtæki standi að mótonum þessara þátta heldur séu hér um samverkandi öfl að ræða sem móta heildstæð viðhorf að lokum. Þannig hafa menningarleg sjónarmið áhrif á viðhorf einstaklinga til þess hvað telst mikilvægt og ákjósanlegt við val á leiðum til að öðlast öruggt húsnæði (Livette, 2006).

Húsnæði er ein af stærstu fjárfestingum sem fólk stendur í. Því má telja nauðsynlegt að hér sé almennt um vel ígrundað og flókið ferli að ræða og því hefur umhverfið eðlilega áhrif á öllum stigum, allt eftir hvaða upplýsingar eru notaðar, og hvaða þarfir viðkomandi eru að uppfylla (Whang, 2002).

Í skýrslu Norrænu Ráðherranefndarinnar (Nordic Council of Ministers, 2005) koma fram viðhorf þess að neytendavernd geti talist ein af lykilþáttum sem skoða þarf þegar gæði samkeppnismuhverfisins eru metin. Hún hefur áhrif á aðgengi og réttmæti þeirra upplýsinga sem aðilum á markaði ber að veita og endurspeglar þannig mikilvægi réttra upplýsinga til að meta þá valkosti sem í boði eru.

Þetta má einnig sjá í áherslum evrópuþingsins með útgáfu reglugerðar síðan 11 maí 2005 (2005/29/EF), um fráleita verslunarhætti gagnvart neytendum á innri markaði þess. Skilgreining þessarar lagasetningar á fráleitum verslunarháttum eru meðal annars gagnvart villandi og ágengri sölumennsku sem talin er hafa áhrif á ákvarðanatöku neytenda.

Þegar horft er til húsnæðiskaupa er það yfirleitt tengt stærð, aðstæðum og fjárhag heimilisins. Þannig geta áhrifahópar (*e. reference groups*) haft mismikil áhrif allt eftir nálægð þeirra og mikilvægi og spila áhrif fjölskylduaðstæðna því almennt stóran þátt í vali neytenda (Lambin 2000).

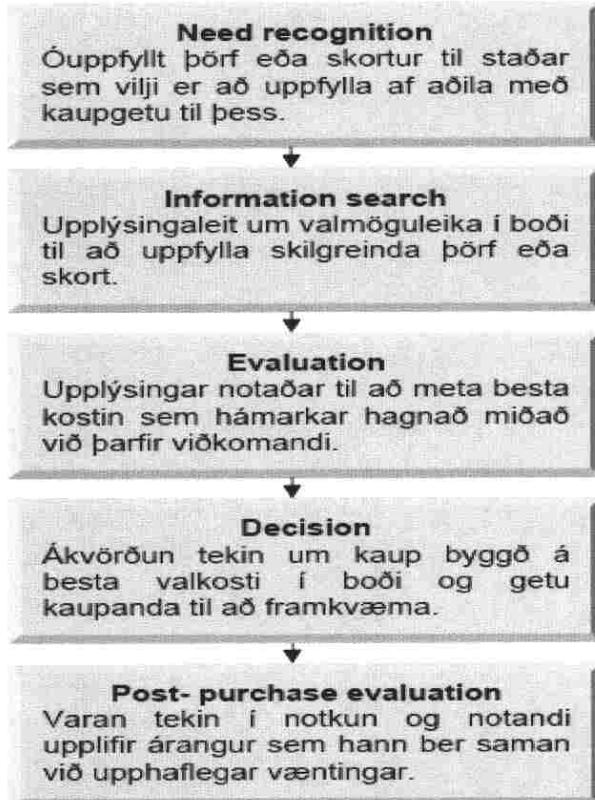
Áhrif nærumhverfisins eru hvað helst félagsleg gegnum þá áhrifahópa sem einstaklingurinn tilheyrir eða vill tilheira (Solomon, 2002).

Brian Krauth, (2006) fjallar um það í grein sinni hvernig hegðun mótaðast af stærð hópsins og þess hversu sterk áhrif hann hefur á viðkomandi aðila. Einstaklingar virðast þó hafa tilhnegingu til að treysta frekar vináttu tveggja aðila en hópsins samkvæmt rannsókn sem gerð var þar sem borið var saman traust milli aðila og vinahóps (Kugler, Bornstein, Kocher og Sutter, 2002).

Viðhorf til áhrifa félagshópsins má merkja á flestum stöðum þjóðfélagsins. Rannsókn á áhrifum félagshópsins á ánægju unglunga með netleiki sýndi þannig fram á hvernig áhrif hópsins endurspeglast jafnvel í viðhorfum og gildum viðkomandi jafnvel þó um sé að ræða félagsskap einstaklinga sem eiga samskipti án þess að hittast (Shieh og Cheng, 2007).

### 3.4 Kaupferlið

Samkvæmt skilgreiningu Solomon, Bambossy og Askegaard (2002) ber að horfa á neytandann sem geranda (e. role theory ) og beina sjónum að þeim þörfum sem hann er að leitast við að uppfylla með vörukaupum. Skilgreining Palmers (2000) er sú sama þegar hann skilgreinir kauphegðun (e. buyer behavior) þar sem hann setur fram kaupferli í fimm þáttum. Þetta ferli er hér sett upp á mynd 4 sem sýnir að um sömu skilgreiningu er að ræða. Engel, Kollat og Blackwell (1968) gera greinarmun á þessum tveimur hugtökum og telja kaupendahegðun afmarkast við kaupframkvæmdina en skilgreina þetta ferli í heild sinni á sama hátt þar sem huga þarf að huglæga þættinum ekki síður en þeim sýnilega.



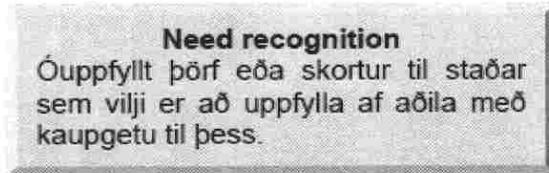
Mynd 4. Kaupferlið  
Heimild: Solomon o.fl., 2002.

Hér verður í framhaldi leitast við að skilgreina kaupferli íslenska húsnæðismarkaðarins út frá þessum kenningum. Viðhorf neytenda til hinna ýmsu þátta í ferlinu verða skilgreind og skoðuð tengsl þess við ánægju kaupenda með húsið sitt.

Síðasti hluti ferlisins tekur á upplifun kaupandans eftir að varan hefur verið tekin í notkun eða svokölluðum eftirkaupaáhrifum. Sú upplifun er heildarniðurstaða ferlisins og byggist árangur kaupanda í lokin því á hversu vel honum tókst upp á fyrri stigum. Eftirkaupaáhrif eru mæld í viðhorfí neytenda sem markmið verkefnisins er að mæla hjá húsnæðiskaupendum og skoða þær niðurstöður í samhengi við fyrri þrep.

### 3.4.1 Fyrsta stig, þörf fyrir húsnæði

Mynd 5 sýnir fyrsta hluta kaupferlisins sem hefst á því að þörf er skilgreind í huga einstaklingsins. Þegar hugtakið „þörf“ er skilgreint þarf að gera greinarmun á þörf (e. needs ) og löngun (e. wants). Þarfir geta verið meðvitaðar og ómeðvitaðar og einnig getur verið breitt bil milli þess sem fólk lætur sér dreyma um og þess sem framkvæmt er í raunveruleikanum. (Lambin, 2000; Kotler, 1997; Solomon, o.fl., 2002).



Mynd 5 Fyrsta stig kaupferlis,  
Heimild: Solomon o.fl., 2002

Lambin (2000) skiptir þörf í two flokka, grunnþörf (e. generic needs) og skilgreinda þörf (e. derived needs), þar sem grunnþarfir teljast þörf fyrir fæðu og öryggi meðan skilgreinda þörfin er myndgerving á því hvernig einstaklingurinn vinnur úr þessum upplýsingum. Þannig verður grunnþörf svo sem öryggi fyrir veðrum og vindum (Abraham Maslow, 1943) að þörf fyrir húsnæði (Lambin, 2000).

Athyglisvert er að skoða í þessu samhengi sjónarmið Attali og Guillaume (1974) þar sem þeir telja að snúa megi tengslum þarfa og langana við og vísa í samfélagslega tilhneigingu til að móta hefðir sem eru hættar að þjóna tilgangi sínum eða upprunalegum þörfum.

Þannig sé fólk að uppfylla skilgreindar þarfir sem það hefur í raun ekki þörf fyrir en gerir þó á einhvers konar samfélagslegum grunni. Við fjárhagslegt óöryggi sem tengist lántöku geti húsnæðiskaup því mögulega snúist upp í andhverfu sína. Þannig séu

fjölskyldur ekki lengur að uppfylla þörf um öryggi heldur samfélagslega þörf til að standa sig samhliða öðrum og það jafnvel á kostnað fjárhagslegs öryggis.

Hvort þetta er til raunin hérlandis er ekki víst en áhugavert væri að sjá hversu ánægt fólk er með kaupverð og byrgði afborgana og hvort tengsl eru á milli þeirra viðhorfa og ánægju fólks með húsnæðið.

Þegar einstaklingur eða fjölskylda þarf að koma þaki yfir höfuðið verður til skilgreining í huga viðkomandi út frá samfélaglegum sjónarmiðurm (e. social forces), (Lambin, 2000).

Tveir þættir skipta máli á þessu stigi, vilji og kaupgeta og þarf hvort tveggja að vera til staðar til að eitthvað gerist (Whang, 2002). Líklegt er því að greiðslugeta hái hópi neytenda á húsnæðismarkaði sem háðir eru hárrí lánsfjármögnun, meðan hátt vaxtastig háir hópi kaupenda sem láta vaxtakostnað sig skipta.

Ef þessi þættir eru báðir til staðar verður til óformleg ákvörðun um að hefja upplýsingaleit. Þá er settur rammi sem byggist á tveimur innri áhrifaþáttum, verðhugmyndum sem byggja á eigin mati og val á eiginleikum til að uppfylla þær þarfir sem viðkomandi hefur (Whang, 2002).

Ólíklegt er að ferlið gerist svona í veruleikanum en áhugavert er þó að sjá hversu nálægt þessum hugmyndum raunverulegt kaupferli er. Hér móta neytendur væntingar út frá þeim þörfum sem þeir hafa skilgreint í huga sér og út frá fjárhagsettu svo sem sparifé, tekjum og fjölskylduaðstæðum. Félagslegir þættir, eins og þörf fyrir að sýna samfélagslega stöðu, birtast gjarnan á þessu stigi í viðhorfi til hverfa, vilja til stækkunar á húsnæði eða vilja til að fara í húsnæði með meiri ábatatengdum þáttum svo sem garði eða bílskúr. Whang (2002) fjallar um hlutverk ígrundunar, þar sem hann telur að ef fjárfest sé án nægilegrar ígrundunar eða ef mikið er vikið frá upphaflegum afmörkunum svo sem með því að teyga sig ofarlega, fjárhaglega séð getur þessi framkvæmd verið á kostnað annara grunnþarfa og skapi óánægju fljótlega í framhaldi. Því virðist skipta máli hversu mótaðar hugmyndir neytenda eru þegar þeir hefja upplýsingaleit og hversu mikið þær breytast í framhaldi gegnum fasteignaleitina ef horft er til þess hversu sáttir neytendur verða í lokin.

### 3.4.2 Annað stig, upplýsingaleit

Annað þrep kaupferlisins sem mynd 6 sýnir, lítur að upplýsingaleit neytanda þar sem hann aflar sér gagna til að gera samaburð þess sem í boði er (Lambin, 2000). Gegnsæi á markaði og aðgengi að upplýsingum er mikilvæg mælieining á gæði samkeppnisumhverfisins til að viðkomandi geti strax fengið réttar upplýsingar um úrval í boði (Carlton og Perloff, 2005).

#### Information search

Upplýsingaleit um valmöguleika í boði til að uppfylla skilgreinda þörf eða skort.

Mynd 6. Annað stig kaupferlisins

Heimild: Solomon o.fl., 2002

Rannsóknir á netvæðingu hafa þó sýnt fram á að ekki virðast til staðar tengsl milli verðvitundar markaðarins og aðgengis fólks að verðupplýsingum til að gera verðsamanburð (Mullikin, Grewal, 2006). Þó er það talið að aðgengi að netinu hafi upplýsingagildi þó þær upplýsingar leiði ekki endilega til verðsamkeppni.

Ef horft er til þess hversu hátt flækjustig er á kaupferli í fasteignaviðskiptum er spurning hvort neytendur nái að móta sér nógu skýra afstöðu um það hverju þeir eru að leita eftir og hvað þeir hafa getu til að kaupa. Ef ekki getur það valdið því að viðkomandi finni í lokin ekki eign sem hámarkar virði hans (Lambin 2000). Einnig getur illa skilgreindur fjárhagsrammi aukið líkurnar á offjárfestingu, (Yun-Oh Whang, 2002) og að lokum geta illa skilgreindar væntingar orðið til þess að viðkomandi missi sjónar af upphaflegum tilgangi kaupanna og sitji ósáttur uppi með óhentuga eign (Carlton og Perloff, 2005).

Samanburður virðist einnig mikilvægari eftir því sem ábataaukandi þættir skipta meira máli og valið samanstendur af fleiri og minna samanburðarhæfum ábataþáttum (Whang, 2002) og spurning hvort telja megi samanburð í fasteignaviðskiptum mögulegan samkvæmt þessum viðhorfum þar sem engar tvær eignir eru nákvæmlega eins og því líklegt að mat valkosta byggist að lokum á því sem hámarkar einstaklingsbundnar þarfir.

Palmer (2004) tiltekur þrjá þætti sem valdið geta því að viðkomandi nái ekki að skoða alla valmöguleika í boði. Ákjósanlegasti valmöguleikinn getur hreinlega farið framhjá viðkomandi ef leitarvélar skilgreina ekki nægilega það sem er í boði. Einnig getur verið að viðkomandi nái ekki að greina það sem gerir hann ákjósanlegan og að lokum geta valmöguleikar týnst ef um marga sambærilega kosti er að ræða.

### 3.4.3 Priðja stig, mat Valkosta

Mynd 7 vísar til priðja stigs kaupferlisins. Þegar fólk í húsnæðisleit hefur aflað sér upplýsinga er komið að því að vega og meta valkosti í boði.

Palmer (2004) skilgreinir þennan hluta í nokkrum þrepum. Fyrst eru allir möguleikar í boði. Eftir því sem neytendur eru virkari að leita í upphafi er líklegra að þeir hafi meira úrval valmöguleika til að meta og á sá hluti því ágætlega við annað stig sem fjallað hefur verið um hér að framan.

**Evaluation**  
Upplýsingar notaðar til að meta besta kostin sem hámarkar hagnað miðað við þarfir viðkomandi.

Mynd 7. Priðja stig kaupferlisins  
Heimild: Solomon o.fl., 2002

Úr þeim hóp velur kaupandi svo nokkra möguleika sem skoðaðir eru nánar og gerður samanburður á. Hér er líklegt að kaupendur eyði tíma í að skoða eignir með heimsókn eða umræðu innan fjölskyldunnar. Umræða sem tengist breytingum á fjölskylduvenjum svo sem nýtt hverfi, nýjir skólar, fjarlægð frá vinnu og fornarkostnaður eru þættir sem skipta hér töluverðu máli. Einnig geta umræður við fasteignasala um verð, aðbúnað og afhendingu eignar skipt hér máli.

Úrval fasteigna í boði er mikilvægt á þessum tímapunkti og gegnsæi upplýsinga til að gera samanburð allra þátta sem skipta máli (Whang, 2002).

Húsnæðismarkaðurinn er markaðsumhverfi þar sem kaupendur og seljendur eru nánast jafnmargir. Því má gera ráð fyrir að upplýsingaleiðir milli kaupenda og seljenda

fari almennt gegnum fasteignasala þar sem báðir aðilar eru háðir þeim að einhverju leyti með þekkingu og reynslu á vörunni og söluferlinu. Þó er það nokkuð almennt að skoðun kaupenda fari fram með heimsókn á staðinn án aðkomu fasteignasala ef horft er til upplýsinga á netinu um nöfn og heimilisföng eigenda sem sýna. Fasteignasölur veita svo frekari upplýsingar um eignirnar á þessu stigi símleiðis og koma ef óskað er.

Söludagar og „opin hús“ eru líka dæmi þess að fasteignasalar eru nokkuð sýnilegir á þessu stigi ferlisins sem væntanlega er mikilvægt með tilliti til upplýsingamiðlunar á hlutlausum upplýsingum.

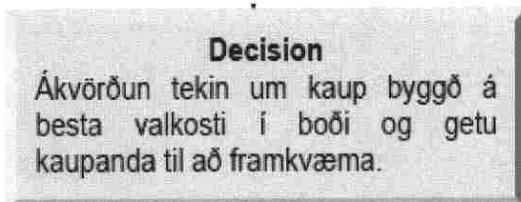
Þegar búið er að flokka frá eignir sem ekki henta við fyrstu sýn standa eftir möguleikar sem uppfylla væntingarnar en hafa líklega til að bera mismunandi áherslur, kosti og galla sem þarf að vega og meta endanlega með tilliti til fórnarkostnaðar (Palmer, 2004).

Sjónarmið Whang (2002) eru einnig áhugaverð á þessu stigi þar sem hann sýnir fram á að minna skilgreindur rammi þess hverju kaupendur eru að leita að, getur valdið því á þessu stigi að kaupendur missa sjónar á upphaflegum tilgangi, fara fram úr sér fjárhagslega og týnast í virðisaukandi þáttum sem jafnvel skipta minna máli þegar upp er staðið.

Einnig er áhugavert að sjá hversu duglegir neytendur eru að afla sér þekkingar til að tryggja gæði vörunnar og hversu vel þeir treysta seljendum til að viðhafa hlutlaus og fagleg vinnubrögð við verðmætamat, kynningu og upplýsingamiðlun.

### 3.4.4 Fjórða stig, kaupákvörðun.

Mynd 8 sýnir fjórða og næstsíðasta þrep kaupferlisins. Á þessum tímapunkti í hefur verið leitað upplýsinga um valkostí og þeir hafa verið skoðaðir með tilliti þess sem telst skipta máli hjá viðkomandi. Að lokum taka aðilar ákvörðun um einhverja eign sem telst hámarka virði þeirra út frá fyrri forsendum og tekin er ákvörðun um kaup. Liklegt er að þessi tvö stig sveiflist eitthvað til á húsnæðismarkaði þar sem stundum eru gerð tilboð í eignir sem ekki er tekið og eins gerist það að kaupendur stökkva á eignir sem þeir vita af og uppfylla væntingar þeirra án þess að hafa gert samanburð áður.



Mynd 8. Fjórða stig kaupferlisins  
Heimild: Solomon o.fl., 2002

Til að taka ígrundaða kaupákvörðun þarf viðkomandi að vera búin að kynna sér eiginleika vörunnar nokkuð betur en gert var á fyrri stigum og skiptir stig ígrundunar hér máli við mat á gæðum þeirrar ákvörðunar sem tekin er (Whang, 2002). Hér er átt við sérþekkingu á eiginleikum húsnæðis og greiðslumat bankans um hvort fjárhagslegar forsendur standist. Annað hvort þarf viðkomandi að hafa þekkingu til að meta þessi atriði eða hann þarf að hafa aðgang að henni gegnum aðra (Solomon o.fl., 2002). Dæmi um mistök hvað þetta varðar eru gallar sem koma í ljós eftir kaup og vanmat á virðisaukandi þáttum neytandans. Hér spila því saman áhrifaþættir úr umhverfinu og hegðun kaupanda við upplýsingaöflun og mat þeirra.

Því má telja hlutverk fasteignasalans mikilvægt á þessum tímapunkti ferlisins með miðlun upplýsinga og aðstoð við öflun faglegra úttekta ef við á. Ekki er endilega víst að kaupendur þekki á þessu stigi fullkomlega allar aðstæður eða rétt sinn svo þeim mun mikilvægara að miðla þeim að fyrra bragði til að fyrirbyggja mistök og vandamál og spila þar því inn í umhverfislegir áhrifaþættir svo sem neytendavernd og aðgengi upplýsinga sem fjallað verður nánar um í síðari hluta.

Ákvörðun um fjárfestingu byggir á vali þess möguleika sem kaupandi telur hámarka sinn ávinning sem mest og mikilvægt á þessu stigi að viðkomandi hafi skoðað

nægilega úrval í boði til að besti valmöguleikinn hafi ekki farið framhjá (Palmer, 2000). Einnig þarf að huga að því að upplýsingar á fyrri stigum séu réttar og áreiðanlegar svo komist verði hjá óvæntum áhrifum að lélegri vörum eða offjárfestingu vegna illa skilgreindar fjárhagsramma (Whang, 2002). Fjárfestingin sem framkvæmd er hér byggir á upphaflegum væntingum og þeim breytingum sem orðið hafa gegnum kaupferlið og eru þær lykill að upplifun kaupandans og ánægju í framhaldi með virði og notagildi eignarinnar (Carlton og Perloff, 2005).

### 3.5.5 Fimmta stig, eftirkaupaáhrif og ánægja neytenda

Hugtakið eftirkaupaáhrif (e. post- purchase evaluation) tekur til þeirrar upplifunar sem neytandi verður fyrir eftir að hann hefur tekið vöruna í notkun og mynd 9 vísar til. Hér er um að ræða niðurstöðu ferlisins og þannig árangur allra þeirra þátta sem kaupandinn hefur farið gegnum við val og ákvörðunartöku sem skilgreind er hér að framan (Palmer, 2005; Solomon o.fl., 2002; Engel o.fl., 1968).

#### Post- purchase evaluation

Varan tekin í notkun og notandi upplifir árangur sem hann ber saman við upphaflegar væntingar.

Mynd 9. Fimmta stig kaupferlisins Heimlid:  
Solomon o.fl., 2002

Vaxandi mikilvægis þess að mæla viðhorf kaupenda eftir að fjárfesting hefur farið fram hefur víða komið fram í umfjöllun og nefnir Harrison (2002) í grein sinni um eftirkaupaáhrif fjármálamaðarins hversu mikilvægt það er að meta ánægju kaupenda þar sem þar séu gjarnan til staðar vandamál ef væntingar voru illa skilgreindar í upphafi og kaupandi jafnvel ekki með þekkingu eða reynslu til að meta virði vörunnar í framhaldi af kaupum eins og mögulegt er á fjármálamaðaði.

Tengsl ánægju við væntingar kaupenda á húsnæðismarkaði í kanada voru einnig rannsókuð 1979 af Brink og Johnston, þar sem fram kom hvernig ánægja getur verið skýrð eftir því hversu vel væntingar hafa verið uppfylltar og til þess að viðkomandi sé

sáttur þarf hann því að hafa náð að fjárfesta í vöru sem uppfyllir þörf eða skort sem skilgreindur var upphaflega. Væntingar kaupandans þurfa að hafa verið raunhæfar og hann náð að velja besta valmöguleikann í stöðunni með tilliti til allra þátta sem skipta máli. Eftir því sem betur hefur tekist til er líklegra að svo viðkomandi hafi náð að fjárfesta í vöru sem uppfyllir raunhæfar væntingar og hámarkar þannig ávinnung viðkomandi sem verður ánægður og sáttur í framhaldi (Solomon ofl., 2002; Brink og Johnston, 1979).

Fram kom einnig í fyrrgreindri rannsókn á kanadísku húsnæðismarkaðinum áhugaverð umfjöllun þar sem sýnt var fram á jákvæð tengsl milli kostnaðar og ánægju kaupenda í framhaldi í tengslum við fasteignakaup.

Upplýsingar um ásett verð húsnæðis hérlandis eru ljós frá upphafi en í kaupferlinu sjálfu verða stundum breytingar þar á þar sem kaupendur og seljendur takast á í tilboðsgerð sem endar í einhverri tölu sem báðir telja sig geta sætt sig við.

Í framhaldi koma svo afborganir af lánum og má því segja að greiðsla vörunnar fari fram áfram samhliða notkun og því líklegt að byrgði afborgana og sú fyrirhöfn sem kaupendur verða fyrir fjárhagslega, hafi áhrif á viðhorf þeirra og valdi því að viðvarandi samanburður á kostnaði og ávinningi heldur áfram.

Annar mikilvægu áhrifaþáttur í umhverfi kaupenda sem hefur áhrif á það hversu aðilar fara sáttir frá samningsborði er neytendavernd (Nordic Council of Ministers, 2005).

Hafi kaupendur tryggt sig við húsnæðiskaup meðal annars með því að fá sérfræðiálit á ástandi eignarinnar og kynnt sér vandlega alla þætti sem mögulega geta skipt máli er ólíklegra að óvænt atvik svo sem leyndir gallar eða óvænt viðhald komi upp sem valda því að fara þarf í viðræður um bætur vegna ófullnægjandi ástands vörunnar (Brink og Johnston, 1979)

Áhugavert er því að sjá hvort fasteignasalar nái raunverulega að gæta þessa hagsmuna á ásættanlegan hátt að mati kaupenda eða hvort aðkoma seljenda að söluferlinu og hlutverk þeirra sem umboðsaðilar seljenda telst hafa teljandi áhrif að mati neytenda.

Mælingar á viðhorfum og ánægju viðskiptavina hefur hvað helst þróast í frjálsu samkeppnisumhverfi þar sem samkeppnislögmálin þrýsta á umbætur seljenda og mikilvægt er að þekkja viðhorf neytenda sem best. Dæmi um stærri mælitæki sem

notuð eru í þessum tilgangi á íslenskum markaði er Íslenska ánægjuvogin (Capasent (e.d.)) Hún er fyrirtækjamiðað mælitæki sem miðar að því að mæla ánægju neytenda með hina ýmsu samkeppnisaðila á afmörkuðum markaði og bera saman árangur þeirra við aðra sem keppa á sama markaði.

Ánægjumælingar hafa aukist í pólitískum tilgangi þar sem ánægja kjósenda með störf flokka, nefnda eða ákveðinna persóna er mæld í þeim tilgangi að meta árangur enda mikill fjárhagslegur ávinnungur þar í gangi (Capasent (e.d.)).

Gera má ráð fyrir að rannsóknarfé sé háð efnahags- og pólitísku ástandi, auk þess sem fjárhagslegur ávinnungur blandast mögulega saman við og er rannsóknarskýrsla norrænu samstarfsnefndarinnar (Nordic Council of Ministers, 2005) er ágætis dæmi um niðurstöður mælinga sem þróaðar eru í samfélagslegum tilgangi en miða þó að því að mæla viðhorf samkeppnisumhverfis. Hún byggir á þróun evrópsku ánægjuvogarinnar en nálgunin er önnur að því leyti að viðhorf neytenda til tilgreinds markaðsumhverfis er mælt í stað þess að einblína á viðhorf til fyrirtækjanna sérstaklega. Þannig eru sjónarmið til umhverfisatriða, vöruframboðs, neytendaverndar og gegnsæi upplýsinga mæld í stað samanburðar á viðhorfi til skilgreindra aðila á markaði.

Íslenski húsnæðismarkaðurinn er markaðsumhverfi þar sem mörg öfl ráða ferðinni, bæði samkeppnis- og samfélagsleg öfl. Þó hafa í seinni tið, eftir einkavæðingu fjármálamaðurins, samkeppnisöfl orðið mun sýnilegri á flestum stigum markaðsumhverfisins. Dæmi um það eru hagrannsóknir Fasteignamats Ríkisins (Fasteignamat ríkisins e.d.) sem stóraukist hafa síðustu ár, og rannsóknarskýrslur og efni á vegum Seðlabanka Íslands (Seðlabankinn, (e.d.)) Samtök atvinnulífsins hafa einnig verið ötul að vinna að rannsóknarvinnu tengdri húsnæðismarkaðinum með ríkisfjárveitingu gagngert til rannsóknarvinnu (Samtök atvinnulífsins (e.d.)).

### **3.6 Samantekt.**

Í þessum hluta hefur verið fjallað um kaupferlið sem fimm þrepa ferli þar sem síðasta þrepið tekur til þeirra áhrifa sem neytandi upplifir eftir að vara hefur verið tekin í notkun. Einnig hefur verið fjallað um helstu þætti í umhverfi kaupenda sem telja má að hafi áhrif á viðhorf og upplifun þeirra á val og virði fjárfestingar. Megin viðfangsefni þessarar ritgerðar er að kanna nánar upplifun kaupenda með húsnæði sitt og skoða til samanburðar ýmsa áhírfafþætti.

Tengsl eru á milli ánægju kaupenda með húsnæði sitt og þess hversu væntingar eru vel skilgreindar í upphafi (Brink og Johnston, ) Einnig telur Harrison (2002) að illa skilgreindar upplýsingar í upphafi geti valdið neikvæðum eftirkaupaáhrifum, ekki vegna þess að varan stenst ekki væntingar heldur vegna þess að ekki var ljóst í upphafi hverjar væntingar til hennar voru. Óljósar væntingar geta valdið því að viðkomandi finni ekki eign sem hámarki ánægju hans (Lambin 2000). Einnig getur illa skilgreindur fjárhagsrammi aukið líkurnar á offjárfestingu, (Yun-Oh Whang, 2002) og illa skilgreindar væntingar orðið til þess að viðkomandi missi sjónar af upphaflegum tilgangi kaupanna og sitji eftir ósáttur með óhentuga eign (Carlton og Perloff, 2005).

Áhrif þekkingar á fullkomleika markaðarins eru til staðar og skiptir þar höfuðmáli að kaupendur hafi aðgang að upplýsingum og þekkingu á vörunni til að gera réttan og raunhæfan samanburð (Nelson, 1970: Carlton og perloff, 2005). Í því samhengi telst neytendavernd lykill að mælingu á gæðum samkeppnisumhverfisins þar sem hún afmarkar réttindi og skyldur aðila gagnvart réttum og aðgengilegum upplýsingum. (Nordic Council of Ministers, 2005). Þó virðast ekki endilega tengsl á milli verðvitundar og aðgengis að almennum upplýsingum svo sem gegnum netmiðla (Mullikn og Grewal, 2006) þó netið hafi upplýsingagildi sem telja megi nauðsynlegt.

Félagsleg áhrif umhverfisins eru hvað helst gegnum þá hópa sem einstaklingar tilheyra. Áhrif þeirra gætir víða og eru þau missterk eftir nálægð þeirra og stöðu viðkomandi (Solomon o.fl.) Í rannsókn á viðhorfum unglings til netleikja kom þannig fram að áhrif félagsheildarinnar á val og virði til vörunar var töluberð þrátt fyrir að hér væru einungis til staðar tengsl á netinu.

Eftirkaupaáhif er skilgreining á þeim áhrifum sem einstaklingurinn upplifir eftir að hann hefur tekið vöru í notkun. Þau geta verið jákvæð og neikvæð og endurspeglar viðhorf hans í samræmi við upphaflegar væntingar. (Solomon o.fl., 2002). Whang (2000), benti einnig á það í rannsókn sinni hversu mikilvæg áhrif ígrundunar eru við val á húsnæði, sérstaklega þegar um er að ræða samanburð á flóknum og misvel samanburðarhæfum þáttum eins og eiginleikum húsnæðis.

Viðfangsefni þessarar ritgerðar er að mæla ánægju kaupenda með húsnæði sitt sem skilgreind hefur verið sem eftirkaupaáhif.

Hér er um viðhorfsmælingu að ræða og vonandi að hún nýtist sem viðbót við fyrirliggjandi tölulegar upplýsingar og umfjöllun um hegðun og viðhorf neytenda á húsnæðismarkaði.

Í næsta kafla verður fjallað um aðferðafræði þeirra tveggja rannsókna sem framkvæmdar voru til að svara rannsóknarsprungu verkefnisins og í framhaldi er framkvæmd og niðurstöðum lýst.

## 4 Aðferð

### 4.1 Aðferðarfræði

Hér verður fjallað um þær tvær rannsóknir sem framkvæmdar voru til að safna gögnum til að svara rannsóknarsprungu verkefnisins. Greint er frá helstu markmiðum, úrtaki þátttakenda, framkvæmd og mælitæki hverrar rannsóknar fyrir sig. Að auki verður fjallað um greiningu og úrvinnslu áður en tölulegar niðurstöður viðhorfsrannsóknarinnar verða kynntar. Fyrst verður hér þó fjallað á fræðilegan hátt um þær aðferðir sem beitt var.

Eigindlegar og megindlegar rannsóknaraðferðir eru dæmi um andstæða nálgun við öflun gagna í rannsóknum. Hér er einnig um ólika gagnavinnslu að ræða þar sem megindlegar aðferðir hafa gjarnan það markmið að safna gögnum fyrir tölulega úrvinnslu meðan eigindleg nálgun miðar gjarnan að því að kalla fram nýjar upplýsingar og þekkingu sem ekki var til staðar áður (Sigurlína Davíðsdóttir, 2003).

Þegar upp er staðið eru rannsóknir almennt gerðar til að fá nýjar, betri, eða nákvæmari upplýsingar um hin ýmsu sjónarhorn á veruleikanum og því til staðar margar aðferðir til að kalla þá þekkingu fram. Helstu einkenni sem aðgreina þessar tvær nálganir sem hér er fjallað um eru gagnaöflun og úrvinnsla þeirra (Helga Jónsdóttir, 2003). Við gagnaöflun eigindlegra aðferða eru um að ræða skilgreiningar á viðhorfum og sjónarhornum viðmælenda og þá gjarnan byggt á persónulegum samskiptum milli rannsakanda og þátttakanda. Hér er því um að ræða fyrirbærafræði sem byggir lýsandi gögnum og opnum upplýsingum sem koma fram við persónuleg samskipti aðila (Sigurlína Davíðsdóttir, 2003).

Á hinn bóginn er gagnaöflun megindlegrar aðferðar gjarnan miðuð við mælingar viðhorfa fjölda aðila þar sem aflað er gagna á afmarkaðan hátt og yfirleitt leitað svara við fyrirfram skilgreindu viðfangsefni sem hægt er svo í framhaldi að nýta við tölulega greiningu og samanburð viðhorfa (Sigurlína Davíðsdóttir, 2003).

Einnig er úrvinnsla nokkuð ólík þar sem gagnagreining eigindlegrar nálgunar byggir á aðleiðslu þar sem hlutverk rannsakandans er að túlka og greina opna tjáningu. Við gagnagreiningu megindlegra aðferða er á móti byggt á afleiðslu. Afleiðsla er hugtak sem byggir á því að leitast er við að sannreyna frekar upplýsingar sem liggja til

grundvallar meðan aðleiðsla hefur það markmið að kalla fram nýjar upplýsingar eða dýpri (Burns og Bush, 2006). Talið er að tilleiðsla gegni þannig ekki vísindalegu hlutverki nema sem uppgvötunaraðferð en á móti hefur verið reynt að setja fram svokallaða tilleiðslurökfræði sem talin er geta sagt til um það hvaða tilleiðslur eru traustar öðrum fremur (Erlendur Jónsson, 2003).

Hér er því til staðar grundvallar munur á aðferðarfæði en þó um að ræða nálganir sem teljast bæði jafnvígar hver á sínu sviði og ekki síður nauðsynlegar til síns brúks við aðstæður hverju sinni (Sigurlína Davíðsdóttir, 2003).

Þessar aðferðir eru gjarnan notaðar sem sjálfstæðar rannsóknaraðferðir en einnig eru dæmi þess að þær séu nýttar samhliða við gagnaöflun. Í þeim tilfellum þar sem talið er þörf á því að dýpka skilning eða þekkingu viðkomandi á afmörkuðu viðfangsefni fyrri rannsóknar er því ákjósanlegt að nýta viðtalsrannsókn. Einnig eru framkvæmdar rannsóknir þar sem gagnaleit hefst með viðtölum sem svo eru sannprófuð frekar í framhaldi (Sigurlína Davíðsdóttir, 2003).

Markmið þessa verkefnis er að mæla ánægju kaupenda á húsnæðismarkaði. Ekki voru til staðar í upphafi upplýsingar svo þekkt sé, á því hvað það er sem mótar þessa ánægju né heldur rannsóknir á því hvernig kaupferli er háttað og hverjir mögulegir áhrifaþættir eru þar sem hafa áhrif á viðhorf kaupenda.

Til að fá sem skýrast svar við rannsóknarsprungunni var ákveðið að beita tvenns konar aðferðum við öflun gagna. Í upphafi var notast við eigindlega rannsóknaraðferð sem byggir á lýsandi niðurstöðum og miðaði að því að hafa eigindlega vinnu við undirbúning spurningalisti. Spuringalisti var svo unnin úr þeim gögnum og lagður fyrir kaupendur og miðaði hann að því að mæla á tölulegan hátt þá þætti sem fram komu að skipta máli við val á húsnæði.

## 4.2 Eigindleg viðtöl, viðhorf fasteignasala

### 4.2.1 Rannsóknaraðferð

Viðtöl sem gagnasöfnunaraðferð hafa það megin markmið að safna gögnum með beinum orðaskiptum milli rannsakanda og viðmælanda hans. Allmargar tegundir viðtala eru til og misjöfn nálgun rannsakanda til staðar eftir tilgangi viðtalsins og þeim forsendum sem eru til staðar í upphafi. Viðtöl eru gjarnan notuð samhliða öðrum rannsóknaraðferðum þá annað hvort til að afla nýrra upplýsinga um viðfangsefnið sem markmiðið er svo að rannsaka nánar tölulega í framhaldi (Sigurlína Davíðsdóttir, 2003). Einnig eru þau gjarnan notuð til að dýpka skilning rannsakanda á tilgreindu viðfangsefni sem fram hefur komið í fyrri rannsókn eða jafnvel ein og sér. Viðtalsrannsóknir geta þannig byggt á bæði stöðluðum, hálfstöðluðum og óstöðluðum viðtolum allt eftir tilgangi rannsóknarinnar (Helga Jónsdóttir, 2003).

Óstöðluð viðtöl (e. Unstructured, in dept) viðtöl eru notuð til að laða fram nýjar upplýsingar hjá þátttakendum og kalla þau þannig á nánari og viðameiri samskipti milli rannsakenda og þátttakanda. Hér er viðfangsefnið jafnan afmarkað að einhverju leiti svo sem með punktum um atriði sem rannsakandi vill fá skýringar á eða spurningar sem verið er að leita svara við en ekki ákveðið nánar hvert innihald samræðanna verður (Helga Jónsdóttir, 2003). Þegar viðtal á sér stað felur það í sér samskipti milli tveggja aðila þar sem upplýsingar koma frá þátttakanda og er það svo hlutverk rannsakanda að túlka þær upplýsingar í niðurstöðum (Helga Jónsdóttir, 2003). Þær upplýsingar sem koma frá þátttakanda eru þannig endurspeglun á hans viðhorfum og upplifun á því efni sem fjallað er um. Því má gera ráð fyrir að túlkun rannsakanda á samtalini sé vandasamari en við stöðluð viðtöl auk þess sem framkoma og persónulegir áhrifaþættir geta haft áhrif á hvernig samtalið þróast og hversu góðar upplýsingar nást frá viðmælanda. Einnig getur verið vandasamt í framhaldi að túlka upplýsingar rétt og án þess að leggja hlutdrægan skilning í efnið. (Helga Jónsdóttir, 2003).

Réttmæti þeirra gagna sem fjallað er um má tryggja með ýmsum hætti. Ýmist er lögð áhersla á að viðtalið sé annað hvort hljóðritað eða tekið upp á myndband og skráð niður í beinu framhaldi sem gefur möguleika á að kalla fram sömu upplýsingar um rannsakanda og áður hefur verið gert.

Einnig er túlkun rannsakanda á stundum varpað yfir til þátttakanda og hann beðin að svara því hvort um rétta skilgreiningu sé að ræða hjá viðkomandi (Helga Jónsdóttir, 2003). Við framkvæmd opinna viðtala þarf því að hyggja að þeim atriðum sem snúa að mannlega þættinum í samskiptum aðila. Gæta þarf þess að skapaðar séu aðstæður fyrir þægileg og opin samskipti þar sem líklegt er að þátttakandi sé tilbúinn að ræða um málefnið á hreinskilinn hátt. Hér skiptir máli hversu góða þekkingu viðkomandi hefur á efninu og hversu vel rannsakanda tekst að leiða samtalið áfram til að afla þeirra gagna sem leitað er eftir (Helga Jónsdóttir, 2003).

#### 4.2.2 Markmið

Við gagnöflun þessa verkefnis var markmiðið að undirbúa megindlega rannsókn með eigindlegum hætti. Hagkvæmt getur talist að hafa undirbúningsvinnuna eigindlega þegar markmiðið er að ná fram tölulegum upplýsingum en upplýsingar vantar til að byggja á og afmarka viðfangsefnið (Sigurlína Davíðsdóttir, 2003).

Hér var leitað eftir nýjum upplýsingum um hegðun og eftirspurn til að fá heildarmynd af samskiptum kaupenda, seljenda og umboðsaðila sem nýst gætu við vinnslu spurningalistu fyrir kaupendur.

Fasteignasalar eru umboðsaðilar beggja aðila og því líklegt að þeir búi að breiðri reynslu og mikilli þekkingu, þótti þessi nálgun því henta vel til að skilgreina helstu þætti sem líklegt er að kaupendur láti sig skipta máli við val á húseign og til að fá innsýn í hvernig samskipti kaupenda, seljenda og umboðsaðila eru almennt háttar í þessum viðskiptum.

Því var ákveðið að nota óstöðluð eigindleg viðtöl við fasteignasala sem upphaflega gagnasöfnun verkefnisins. Á móti kemur að viðhorf þeirra er upplifun þriðja aðila á viðhorfum kaupenda og ber því að túlka umfjöllun þeirra sem lýsingar á þeirra viðmiðum og upplifun af samskiptum kaupenda og seljenda. Í framhaldi af þessu var gert ráð fyrir því að mæla viðhorf kaupenda sjálfra á þeim þáttum sem fasteignasalar telja skipta máli við val á fasteign. Þessar upplýsingar eru tilgreindar í niðurstöðum samhliða viðhorfi neytenda og einnig voru þær nýttar til við mótn spurningalistans í seinni hluta.

#### **4.2.3 Þáttakendur**

Félag fasteignasala heldur skrá yfir félagsmenn sem eru aðilar með löggild réttindi til að sjá um fasteignakaup (Félag Fasteignasala (e.d.)) og voru þáttakendur valdir af þeirri skrá. Þessir aðilar töldust líklegir til að hafa þekkingu umfram almenna sölumenn á samkeppnisástandi, reglum og skyldum, auk almennt lengri reynslu af eftirspurn bæði fyrir og eftir aðkomu bankanna að fasteignalánamarkaði.

Þess var gætt að ná til þeirra sem sérhæfa sig eða sinna staðbundnum viðskiptum, hér er átt við fasteignasala sem ýmist hafa sérhæft sig í ákveðnum svæðum og/eða nýbyggingum, auk fasteignasala sem sinna almennum markaði. Þannig urðu tveir fasteignasalar í Hafnarfjörði fyrir valinu, einn fasteignasali sem þekkir vel til nýbyggingasölu fyrir stórverktaka, og að lokum einn sem bæði hefur starfað á Íslandi og á Evrópumarkaði við fjárfestingastarfsemi. Þessir fjórir þáttakendur voru valdir með markmiðsúrtaki (e. Purposive sample) með tilliti til þekkingar sinnar (Þórólfur Þórlindsson og Þorlákur Karlsson, 2003).

Þar sem þáttakendur eru aðilar í samkeppni þótti þessi nálgun henta betur en hópviðtol og var metið eftir framvindu hversu mörg viðtol teldust nægileg. Mælitækið var því hér rannsakandi sem tók óstöðluð djúpviðtol (e. unstructured, in-depth) við fjóra þáttakendur. Við undirbúning voru settar niður spurningar og punktar (sjá viðauka 8) til að ramma inn umræðuefnin sem þótti hæfilegt fyrir klukkustundar langt viðtal (Helga Jónsdóttir, 2003) án þess að loka of mikið á efnið.

#### **4.2.4 Framkvæmd**

Haft var samband gegnum netpóst og óskað eftir þáttöku viðkomandi. Nokkrir aðilar óskuðu eftir frekari upplýsingum um rannsóknina og var þeim sendur úrdráttur úr rannsóknaráætlun og rammi efnisins. Viðtolin fóru fram í öllum tilfellum á vinnustað þáttakenda, að þeirra ósk, sem hentaði mjög vel. Fasteignasölur hafa yfir að ráða ágætis fundaraðstöðu sem lágmarkaði fyrirhöfn þáttakenda og taldist auk þess líklegt til að opna á betri tjáskipti þar sem viðkomandi var í eigin umhverfi (Helga Jónsdóttir, 2003).

Markmið rannsóknarinnar og meðferð upplýsinga var kynnt í upphafi viðtalsins og leyfi þáttakenda fengið til að taka það upp. Tekið var fram að nafnleynd yrði virt í beinum tilvísunum í niðurstöðum verkefnisins og kynnt fyrir þáttakendum lauslega hvernig meðferð heimilda yrði. Viðtolin urðu nokkuð mislöng, frá fjörutíu til sextíu mínútur en almennt nálægt klukkutíma og voru þau öll hljóðrituð.

Rannsakandi fékk mjög góðar viðtökur. Aðilar virðast hafa góða reynslu af stuttum fundum og vanir samskiptum gegnum netið sem auðveldaði mjög skipulagningu og framkvæmd. Í viðtolunum var auðvelt að opna umræðuna og fá þáttakendur til að tjá sig um efnið á opinn hátt.

Þegar viðtolin voru tekin á vormánuðum 2008, stóð fasteignamarkaður á krossgötum. Hægt hafði á sölu, sem líklega varð til þess að svo auðvelt var að ná í þáttakendur, en aðgangur að lánsfé enn nokkuð óheftur svo áhrifin af breytingum á fjármálamarkaði sem kom í kjölfarið ekki komin alvarlega í umræðuna.

## 4.3 Megindleg rannsókn, viðhorf kaupenda og neytenda

### 4.3.1 Rannsóknaraðferð

Sú rannsóknaraðferð sem notuð var við gagnasöfnun í seinni hluta var spurningakönnun. Spurningakannanir hafa þann styrk hvað helst að safna má með þeim fjölbreyttum gögnum á skömmum tíma meðal hóps þáttakenda þar sem réttmæti er töluvert (Þorlákur Karlsson, 2003). Þær eru þó vandmeðfarnar í undirbúningi og mikilvægt að vanda vel til verka við hönnun spurningalistar bæði hvað varðar orðalag og mælikvarða (Þorlákur Karlsson, 2003).

Það sem hefur styrkt spurningakannanir er réttmæti þeirra þar sem fram hafa komið skýr tengsl milli þess sem fólk telur sig muni gera og þess sem það svo framkvæmir. (Godin, Jobin og Bouillon, 1986). Spurningalistar teljast til gagnasöfnunar við megindelega nálgun viðfangsefnis og er markmið þeirra því helst að safa gögnum fyrir tölulega úrvinnslu þar sem ætlunin er að mæla viðhorf á marktækan hátt.

#### 4.3.2 Markmið

Markmið rannsóknarinnar er að mæla ánægju húsnæðiskaupenda á höfuðborgarsvæðinu með húsnæði sem fjárfest hefur verið í á síðustu tveimur árum og svara þannig rannsóknarsprungu verkefnisins um eftirkaupaáhrif. Ánægja kaupenda er hér skilgreind í níu þáttum sem töldust hvað helst móta heildaránaegju kaupenda samkvæmt niðurstöðum viðtalsrannsóknar. Einnig var leitast við að mæla á tölulegan hátt viðhorf neytenda til ýmissa þátta í samkeppnismuhverfinu sem komið hefur fram að hefur áhrif á ánægju kaupenda og upplifun þeirra af sínu kaupferli.

Settar voru inn fastar breytur um fjölskyldustærð, húsnæðistegund og hverfi svo hægt væri að gera áhugaverðan samanburð milli hópa ef hann væri til staðar.

#### 4.3.3 Gagnaöflun

Þýði rannsóknarinnar (*e. population*) eru fasteignakaupendur á höfuðborgarsvæðinu frá hausti 2006 fram til haustsins 2008. Hér er einungis átt við kaupendur að húsnæði til einkanota og atvinnustarfsemi og fjárfestingafyrirtæki því undanskilin.

Tekið var úrtak úr kaupendahóp síðustu tveggja ára. Þannig væri ekki of langt um liðið frá kaupum til að hægt væri að spyrja um upplifun kaupenda á kaupferlinu en þó líklegt að reynsla væri komin á búsetu í húsnæðinu. Á þessu tímabili fjárfestu yfir 16.000 aðilar og fjölskyldur í húsnæði á höfuðborgarsvæðinu svo aðlögunarstaðal (*e. Small Population sample-size Formula*) vegna lítils þýðis á ekki við. Úrtakslistinn var unnin úr opinberum gögnum yfir aðila sem þinglýst höfðu afsali eða kaupsamningi í maí 2007 á höfuðborgarsvæðinu.

Samkvæmt viðtölum við fasteignasala tekur kaupferlið frá viku að einu ári, frá því að tilboð er samþykkt fram að lokauppgjöri svo hér eru þáttakendur, aðilar sem ýmist voru að hefja eða ljúka kaupferli á tímabilinu maí 2006 til maí/jún 2008.

Reglur um persónuvernd takmarka nokkuð möguleika á að safna upplýsingum um kaupendur svo sem netfangalista sem taldist útiloka aðra möguleika við nálgun úrtaksins en spurningalista í pósti. Tekið var úr ofangreindum úrtakslista einfalt handahófskennt úrtak (*e. Simple random sampling*) 850 aðila og fjölskyldna.

#### 4.3.4 Mælitæki

Mælitækið var spurningalisti sem unnin var á grunni erlendrar fyrirmynadar (viðauki 2). Upphoflega mælitækið er tilgreint í skýrslu Norrænu ráðherranefndarinnar (2005) og tilgangur þess að mæla ánægju kaupenda og neytenda á afmörkuðu samkeppnisumhverfi (Nordic Council of Ministers, 2005). Hann er unnin á grunni evrópsku ánægjuvogarinnar, The Europion customer satisfaction Index, en hefur verið þróaður gegnum samstarf Norrænu ráðherranefndarinnar, the Nordic Council of Ministers og danska viðskiptaháskólans Aarhus School of Business. Listinn hefur verið í þróun síðustu þrjú ár og verið lagður fyrir í Danmörku á átta mismunandi mörkuðum.

Listinn þótti henta vel í þetta verkefni þar sem hann er ekki fyrirtækjamíðaður eins og Ánægjuvugin auk þess sem hann mælir viðhorf bæði kaupenda og neytenda. Listinn hefur ekki verið notaður hér til fyrir neðan. Listinn hefur ekki verið notaður hér til fyrri rannsóknir heldur markmiðið að byggja á faglegum grunni með viðbótarupplýsingum sem tengjast markmiðum rannsóknarinnar.

Erlendi spurningalistinn hefur það markmið að mæla fimm víddir, gegnsæi upplýsinga, neytendavernd, viðhorf til vörunnar, umhverfislega ábyrgð og samkeppnisástand.

Sá hluti hans sem mælir viðhorf til vörunnar er hér skilgreindur sem eftirkaupaáhrif og notaður til að svara rannsóknarspurningu verkefnisins. Nauðsynlegt taldist að skilgreinda hugtakið „ánægja“ hér nánar þar sem ljóst er að meira en eitt atriði mótar ánægju neytenda og voru niðurstöður fyrri rannsóknar nýttar í það eins fram hefur komið.

Aðrir þættir eru einnig mældir samhliða til samanburðar viðhorfa. Spurningalistinn sem lagður var fyrir þátttakendur rannsóknarinnar innhélt fjórtán spurningar og þrjár bakgrunns spurningar (viðauki 2).

Föstu breyturnar voru fjölvalsspurningar (*e. multiple choice*) um fjölskyldustærð, húsnaðistegund og póstnúmer sem ætlað var að gefa möguleika á áhugaverðum samanburði. Ekki þótti skipta máli að spyrja um kyn, aldur né laun enda óflokkað hverjir innan fjölskyldunar svara könnuninni. Ein opin spurning var um

viðhorf til neytendaverndar þar sem tilgangurinn var að kalla fram óþekktar upplýsingar um viðhorf neytenda frá þeim sjálfum til samanburðar við viðhorf fasteignasala úr viðtolunum. Spurningar eitt til sjö og tíu voru mælistikur með jafnbila merkingarkvarða (*e. semantic differential scale*) með skilgreiningum á viðhorfi. Mjög jákvætt var mest og mjög neikvætt var minnst. Svör voru svo skilgreind eftir efni spurningarinnar. Best þótti að hafa oddatölu og valmöguleikann „hvorki né“ í miðjunni til að þvinga ekki fram afstöðu. Í rafrænu útgáfunni var fólk einnig gefin kostur á því í öllum tilfellum að sleppa því að svara eða nota valmöguleikann „á ekki við/ vil ekki svara“. Líklegt er að hluti svaranna eigi ekki við og einnig að einhverjur þáttakendur kjósi að tjá sig ekki um sinar skoðanir. Því var lögð áhersla á að hafa þessa möguleika alla opna til að loka sem minnst á vilja svarenda. Spurningar í krosstöflu 12, 13 og 14 eru eins, en gerður greinarmunur milli áhrifaþáttta út frá niðurstöðum viðtalanna. Á sama hátt var ákveðið að aðgreina viðhorf til fasteignasala og verktaka í spurningu tíu og er það eini staðurinn sem mærir viðhorf gagnvart verktökum sérstaklega. Spurningum átta og níu er ætlað að svara því hversu umhugsunartíminn var langur og hver áhrif umhverfisins eru á upphaflegar hugmyndir svo hægt væri að sjá tengsl ánægju og þeirra þátta í samræmi við kenningar Whang (2002).

Að lokum var spurningu 13 ætlað að mæla gegnsæi upplýsinga sem fjallað hefur verið um sem mikilvægan þátt í mótu viðhorfa. Þar eru niðurstöður flokkaðar eftir almennum upplýsingum gegnum vefmiðla, upplýsingaflæði frá fjármálastofnunum og hversu auðvelt kaupendur telji að vinna úr þessu öllu til samans.

Til að fá sem besta þáttöku var ákveðið að hafa happdrætti með vinningum og gefin kostur á því að svara bæði rafrænt eða með fyrirfram greiddri endursendingu í pósti. Þannig var hægt að svara spurningalistanum rafrænt gegnum heimasíðu [www.vextir.com](http://www.vextir.com) (viðauki 3 - 5). Tilgangur heimasíðunnar var að skapa greiðan aðgang að svörun og einnig að koma vinningsnúmerum á framfæri í lokin. Það sem sent var í pósti til þáttakenda var því kynningarbréf (viðauki 1) með happdrættisnúmeri, svarumslag með endursendingaráritun, og númeraður spurningalisti á pappír.

#### 4.3.5 Framkvæmd

Spurningalistinn var þýddur á íslensku þar sem heimildir úr viðtölum við fasteignasala voru notaðar til að aðlaga hann frekar að markmiðum rannsóknarinnar.

Listinn var í framhaldi forþrófaður á sjö aðilum og gerðar endurbætur í samræmi við athugasemdir. Einnig var listinn sendur á leiðbeinanda sem kom með athugasemdir og í framhaldi var hann lagaður og lesin yfir. Upphaflega var hugmyndin að þýða listan aftur yfir á upprunalegt tungumál til að sannreyna réttmæti þýðingarinnar en hætt var við það þar sem hann hafði tekið nokkrum breytingum og því ekki lengur tilgangur að sannreyna réttmæti á þann hátt. Markmið rannsóknarinnar er ekki að sannþrófa mælitækið sérstaklega svo ofangreind vinna við þýðingu og lagfæringar var því látin duga.

Haft var samband við Félagsvísindadeild Háskólangs til að fá staðfestingu og ráðleggingar hvort leyfilegt væri að aðlaga spurningalista jafn mikið og hér var gert, bæði að nýju markaðsumhverfi auk þess sem hann breyttist í spurningar á blaði í stað símarannsókanar áður. Fram kom að þessi nálgun væri ágætlega við hæfi þar sem byggt væri á faglegu mælitæki sem lagað væri að markmiðum verkefnisins með niðurstöðum annarar rannsóknar. Það mætti frekar teljast styrkur að byggja á góðum grunni þó gerðar væru töluberðar breytingar í framhaldi. Þetta ætti við svo framalega sem tekið væri fram að niðurstöður yrðu ekki heimfærðar á fyrri mælingar sem gert hefur verið hér að framan. Áhugaverð gagnrýni kom frá aðilum í forþrófun um þátttökuvilja í rannsókn sem þessari:

*„Pungar og óspennandi spurningar sem svara þarf eingöngu af góðvilja er nánast dauðadæmd hugmynd og eitthvað sem enginn nennir að gera í dag hvað þá hafa fyrir því að koma því til skila” (Porbjörg Sigurðardóttir, munnleg heimild, 20 júlí 2008).*

Fram kom að þátttokuverðlaun og myndskreytingar geri hlutina áhugaverðari auk þess sem nauðsynlegt væri nota kynningarbréfið vel til að „selja“ þátttakendum þá hugmynd að þátttaka þeirra skipti máli og sé áhugaverð.

Þetta var haft í huga við hönnun kynningarbréfsins og heimasíðunnar sem breytti yfirbragði þeirra í vinnslu auk þess sem ákveðið var að bæta við happdrættisvinningum sem dregið yrði úr í lokin. Lénið [www.vextir.com](http://www.vextir.com) var stofnað og hönnuð heimasíða

með sambærilegu yfirbragði og kynningarbréfið. Spurningalistinn var settur inn rafrænt gegnum [www.questionpro.com](http://www.questionpro.com) og láttinn vera eins og pappírslistinn þar sem hægt var í upphafsmyndinni að setja inn þátttökunúmerið í happdrættinu. Spurningalistinn var sendur út í pósti og heimasíðan virkjuð samhliða og stóð gagnasöfnun yfir í samtals 15 daga í byrjun ágúst 2008. Að henni lokinni var úrdráttur úr vinningum sett inn á netið og haft samband við þá aðila sem dregnir höfðu verið út (viðauki 6). Þau svör sem komu á pappír var bætt við þau gögn sem komin voru rafrænt og unnið úr niðurstöðum í SPSS tölfraðiforritinu.

## 5 Niðurstöður

### 5.1 Eigindleg rannsókn, greining og helstu niðurstöður

Við úrvinnslu skráði rannsakandi hjá sér vettvangsnótur þar sem lögð var áhersla á að geyma upplýsingar um upplifun og samskipti aðila til að viðhalda réttmæti niðurstaðna sem best og einnig voru viðtölin vélrituð upp frá orði til orðs.

Í framhaldi fór fram kóðun sem fólst helst í því að hlustað var aftur ítrekað á viðtölin og skráð niður jafnóðum þau atriði sem fram komu um hvaða þættir það væru sem fasteignasalar telja að fólk sé helst að leita eftir og hvað það er sem líklegt er að skipti fólk helst máli við val á fasteign. Að lokum var kominn saman listi með níu þáttum sem fram komu nokkrum sinnum í viðtolunum. Þessi atriði eru hér skilgreind sem punktar sem teljast hafa áhrif á líðan og væntingar kaupenda og líklegt er að móti ánægju þeirra með húsnæðið sitt. Reynt var að flokka niður almenn atriði og þætti sem tengdust minni markhópum og voru þessir þættir eftirfarandi:

- *Sveitarfélagið sem ég bý í*
- *Hverfið sem ég bý í*
- *Ástand húsnæðis að utan*
- *Ástand húsnæðis að innan*
- *Virðisaukandi þættir*
- *Hljóð og umhverfismengun*
- *Nágrannar*
- *Hversu vel það uppfyllir þarfir fjölskyldunnar*
- *Hversu vel fjárhagsleg áætlun hefur staðist*

Þessir þættir voru hafðir til hliðsjónar þegar ánægja kaupenda er skilgreind í seinni hluta. Þeir hafa jafnt vægi og mynda saman heildaránægju kaupenda með húsnæði sitt. Tilgangur þess að skilgreina ánægju í nokkrum þáttum er að sjá mögulegan viðhorfsmun milli áhrifaþátta og geta greint hvort eitthvað sérstaklega er að draga ánægju neytenda niður eða upp.

Í viðtölu var viðkomandi beðinn að lýsa því hvernig söluferlið fer fram og voru þau atriði flokkuð til að sjá lýsingu þáttakenda á snertiflötum kaupferlisins sem fjallað hefur verið um að framan. Í niðurstöðum verkefnisins er stuðst við umfjöllun samhliða annari greiningu og er hún túlkun rannsakanda á því sem fram kom í viðtölu til samanburðar.

Athygli vakti hversu sammála aðilar voru um hlutverk sitt sem upplýsingaaðila og um leiðbeiningarskyldu sína. Viðmælendur voru sammála um það að kaupendur og seljendur séu almennt mjög meðvitaðir um verð og verðsamanburð meðal annars vegna þess að verð eru nánast alltaf sett fram í sölumeðferð. Þannig sé markaðurinn virkur í báðar áttir og breytist hratt með breytingum í eftirspurn. Fasteignasalar telja að upplýsingar gegnum fjölmíðla og opinber umræða hafi einnig tölverð áhrif. Opinber umræða endurspeglist í hegðun fólks og dæmi um það sé hvernig samdráttarumræða sem virðist fylgja breytingum sem eru að gerast á fjármálamörkuðum sé að skila sér hratt í viðhorfi kaupenda. Við þær aðstæður reyna kaupendur strax að gera tilboð undir ásettu verði auk þess sem fólk tekur sér betri tíma til að vega og meta úrval fasteigna en áður.

Varðandi hagsmunagæslu beggja aðila telja þeir hlutverk sitt sem þriðja aðila í tilboðsvinnu nauðsynlega því þannig geti fólk gert tilboð, hafnað og komist að samkomulagi enda séu kaupendur almennt með upplýstar og skýrar skoðanir á því hvað þeir vilja og ekki tilbúnir að greiða ósanngjarnt verð fyrir vöruna.

Fasteignasalar telja það ekki skipta máli þótt þóknunin komi frá seljendum því þó eignin sé verðmetin sé það seljandinn sjálfur sem ákveður að lokum hvort það sé verðið sem hann sé tilbúinn að setja á eignina og markaðurinn sem veiti aðhald. Þannig hafa seljendur gjarnan áhrif á ásetti verð og algengt að seljendur vilji prófa hærra verð en fasteignasali ákvárdar og sjá hvernig markaðurinn svarar því. Á móti komi að kaupendur séu líka meðvitaðir um sanngjarnt verð og mjög ákveðnir með sína hagsmuni ekki síður en seljendur.

Hlutverk fasteignasalanna teljist því hér öðru fremur að koma þessum upplýsingum á milli án þess að aðilar þurfi að hittast og prútta. Þannig nái báðir aðilar að prófa sig áfram og ef samningar nást er oftast fullreynt hvort hægt hefði verið að fá

meira eða borga minna. Sú fullvissa móti svo almennt ánægju kaupenda og seljenda að lokum.

Athygli vakti hversu vel þáttakendur voru að sér í reglum um neytendavernd og hlutverk sitt sem upplýsingagjafa gagnvart bæði kaupendum og seljendum. Varlega var þó farið í þá umfjöllun í viðtolum þar sem viðbrögð þáttakenda voru að loka á það traust sem myndaðist ef mikið var farið inn á þessa umræðu og telja má mögulegt að hér hafi fyrst og fremst verið um mjög grunna umfjöllun að ræða. Fasteignasalar telja einnig nauðsynlegt að mæla með úttektum þegar við á, svo sem úttekt iðnaðarmanna á göllum og ástandi húsnaðisins enda hafi markaðurinn gengið í gegnum reynslutímabil í þeim efnum sem ætti að benda til jákvæðra eftirkaupaáhrifa hvað varðar ástand eigna.

Viðbótar upplýsingar svo sem ástandsskoðun og sérfraðiúttektir séu gerðar að frumkvæði kaupenda og greiddar af þeim, og töldu fasteignasalarlarnir það ekki endilega jákvætt að hvetja til aukaútgjalda hvað það varðar, enda mjög misjafnt hvaða þekkingu kaupendur hafi sjálfir. Þeir töldu hins vegar sjálfsagt og á tímum nauðsynlegt að hvetja aðila til að gera úttektir en slík atriði væru gjarnan matsatriði hverju sinni.

Annar þáttur sem kom á óvart er að ráðgjöf og þjónusta við fjármögnun er nokkuð aðgreind og virðist tilheyra fjármálastofnunum að mestu leyti. Almennt eru tilboð gerð með fyrirvara um fjármögnun og að kaupandi standist greiðslumat sem hann fer svo í gegnum með sínum viðskiptabanka. Aðkoma fasteignasala hér er hvað helst almenn ráðgjöf um valkost í boði milli fjármálastofnanna og aðstoð við að koma gögnum áfram eftir að kaupferli hefst. Þetta virtist þó vera eithvað mismunandi og eins hversu mikla aðstoð kaupendur sækjast eftir. Að lokum voru aðilar sammála um breytingar í eftirspurn í samræmi við breytingar á tekjum fólks og alþjóðlegra umhverfi. Félagsleg ímynd, hverfaímynd og hverjur búa fyrir í götunni virðist hafa meiri áhrif en áður og því mismunandi þættir sem skipta þessa hópa mál. Efnameira fólk sé líklegra til að horfa á hverfaímynd, staðsetningu, umhverfislega þætti og úlit eignar meðan efnaminna fólk er uppteknara af verði, greiðslubyrði og ástandi eigna með tilliti til viðhalds. Barnlausir og yngri kaupendur leiti gjarnan nálægt miðbænum meðan fjölskyldufólk fer frekar í úthverfin og því nauðsynlegt að gera greinarmun á kaupendum eftir þörfum þeirra, staðsetningu, fjölskyldustærð og hugsanlega húsnaðistegund.

## 5.2 Megindleg rannsókn, svarhlutfall

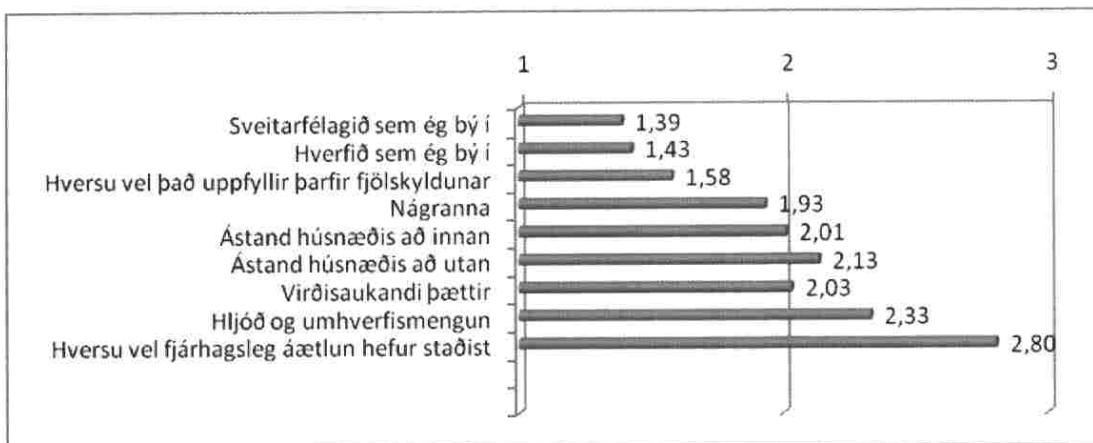
Til samans komu svör frá 242 þáttakendum eða 28,5% svarhlutfall. Við útreikning svörunar var miðað við 95% áreiðanleikabil og hæsta gildi í dreifingu ( $p*q = 50*50=2500$ ) þar sem gera má ráð fyrir viðhorfsmun eftir hverfum og búsetuformi. Fjöldi svara gefur hér niðurstöður sem hægt er að heimfæra á þýðið með 95% vissu og 6,299% vikamörkum (Burns og Bush, 2006). Þeir 708 aðilar sem hættu svörun eða svöruðu ekki, auk þeirra sem kusu að taka ekki afstöðu í einhverjum spurningum telst til villuhlutfalls í svörun (*e. nonresponse error*). Niðurstöður endurspeglar því viðhorf þeirra 242 svara sem bárust en svarfjöldi hverrar spurningar er skilgreindur nánar samhliða umfjöllun (Burns og Bush, 2006). Spurning ellefu var opin spurning þar sem hægt var að tjá sig um neytendavernd og var henni svarað af 90 aðilum. Flestar athugasemdir gengu út á hagsmunagæslu fasteignasala og meðferð vandamála sem koma upp eftir að kaupferlið hefst en einnig voru athugasemdir um upplýsingaflæði og leiðbeiningaskyldu aðila. Nokkrar athugasemdir voru skrifaðar á sverseðlana utan spurninganna og eru þær athugasemdir listaðar niður samhliða.

Meðan á svartíma stóð komu ellefu hrivingar frá þáttakendum þar sem þeir tjáðu skoðun sína eða voru með spurningar varðandi rannsóknina., Tvö símtöl komu frá enskumælandi aðilum. Viðkomandi tjáðu vilja sinn til að svara, sem væri ekki hægt nema á ensku, og spurt var hvort rannsakandi teldi í raun mögulegt að mæla rétt viðhorf húsnæðiseigenda með lista á einu tungumáli. Þetta er athyglisverð athugasemd í ljósi aukningar fólks sem sest hefur að hérlandis af erlendum uppruna. Einnig kom fyrirspurn um hvort niðurstöður yrðu á einhvern hátt sýnilegar í fjölmöglum sem rödd neytenda. Áhugavert var því að sjá áhuga fólks að tjá sig um málefnið og vilja til að sú umræða komist á framfæri. Málefni húsnæðiseigenda, lánamál og umræða tengd verðmætamynnum á markaði hefur verið tölувert í umræðunni þegar þessi ritgerð er skrifuð sem mögulega hefur hér áhrif á bæði þátttöku og viðhorf þátttakenda.

### 5.3 Ánægja kaupenda með húsnæðið

Ánægja kaupenda var mæld á fimm punkta merkingarkvarða með hæsta gildi einn „mjög ánægður” og lægsta gildi fimm „mjög óánægður”. Miðgildið þrír var „hvorki né”. Mynd 10 sýnir þá níu áhrifaþætti sem skilgreindir voru til að mæla ánægju kaupenda og má sjá að þeir eru allir fyrir ofan miðgildið þrír sem er hlutlaus afstaða. Heildaránægja allra þátta til samans var 1,959 (sjá útreikning viðauka 11). Því má telja að húsnæðiseigendur séu almennt frekar til mjög sáttir með húsnæði sitt ef horft er á heildina. Þó er nokkuð mismunandi dreifing í svörum eins og tafla 2 sýnir og einnig mátti sjá sumstaðar mun eftir húsnæðistegund auk þess sem mikilvægi áhrifaþáttu virðist mismunandi.

Hér verður fjallað um hvern þátt fyrir sig þar sem ánægja kaupenda verður skoðuð frekar út frá húsnæðistegund og kaupendahópum. Einnig hversu mikilvægir þessir þættir eru fyrir viðkomandi hópa og hvaða þættir í kaupferlinu virðast hafa áhrif á ánægju kaupenda. Örlítill munur er á fjölda svarenda eftir spurningum og er hann því tilgreindur samhliða.



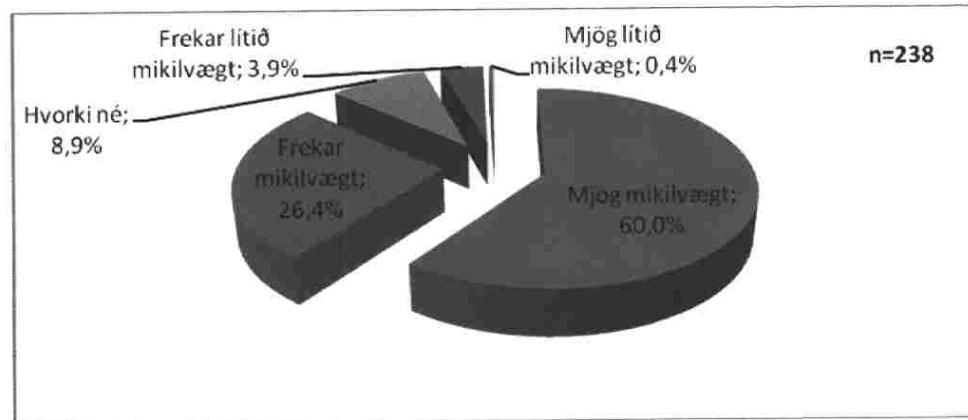
Mynd 10. Heildaránægja með húsnæðið og umhverfislega þætti

Tafla 1. Staðalfrávik svara, heildaránægja

(e. Standard Deviation)			
Hverfið sem ég bý í	<b>0,682</b>	Hljóð eða umhverfismengun	<b>1,199</b>
Nágranna	<b>1,016</b>	Ánægja með sveitarfélagið	<b>0,781</b>
Hversu vel það uppfyllir þarfir fjölskyldunar	<b>0,839</b>	Virðisaukandi þættir s.s. garður og falleg aðkoma	<b>0,945</b>
Ástand hússins að utan	<b>1,055</b>	Ástand hússins að innan	<b>1,047</b>
Hversu vel fjárhagsleg áætlun hefur staðist	<b>1,329</b>		

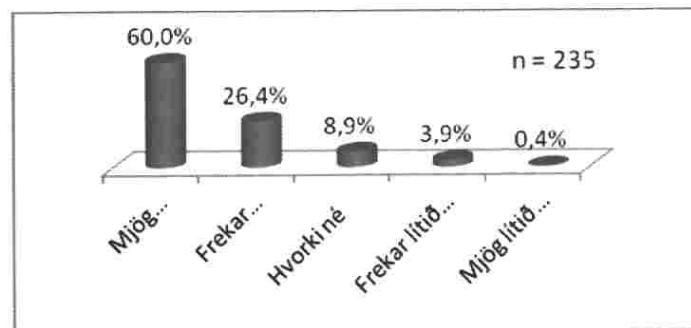
### 5.3.1 Ánægja með hverfið

Ánægja var hæst með hverfið og jafnframt minnsta dreifing í svörum (0,682) ef horft er á heildina en rúm 92% þáttakenda svöruðu því til að þeir væru mjög eða frekar sáttir með hverfið sitt. Meðalánægja húsnæðiseigenda er 1,43 á kvarðanum einn, til fimm þar sem einn er „mjög sáttur“ og fimm er „mjög ósáttur“ og sýnir mynd 11 hlutfallslega skiptingu viðhorfa.



Mynd 11. Viðhorf til umhverfisins skipting svara, staðalfrávik og dreifing

Ef horft er til þess að rúm 58% kaupenda töldu upphaflegar hugmyndir um staðsetningu ekkert breytast gegnum húsnæðisleitina og rúm 20% breyttu lítið út af í hugmyndum um hverfi í kaupferlinu má telja að kaupendur séu almennt mjög uppteknir af því í hvaða hverfi fjárfest er í, haldi sig við þá skoðun og virðast svo sáttir með valið í framhaldi. Í viðtölum kom fram að kaupendur virðast uppteknir af staðsetningu og margir afmarka sína leit algerlega við ákveðin hverfi. Mikilvægi hverfisins mældist 1,596 á sama fimm punkta jafnbila merkingarkvarða og dreifing var 0,888 sem staðfestir skýra afstöðu. Mynd 17 sýnir skiptingu eftir viðhorfum og má sjá að rúmur helmingur þáttakenda telja hverfið því mjög mikilvægt í vali húsnæðis.



Mynd 12. Hversu mikilvægt er hverfið við val á fasteign

Þetta viðhorf má teljast tilkomið vegna tveggja áhrifaþátta ef tekið er mið af umfjöllun fasteignasala. Annars vegar þegar fjölskyldur og einstaklingar greiða töluvert hærra verð að því er virðist vegna staðsetningarinnar og svokallaðrar hverfa ímyndar. Staðsetningar eins og Seltjarnarnes og nýja Áslandshverfið í Hafnarfirði voru nefnd sem dæmi um svæði þar sem eignir seljast á töluvert hærra verði en annars staðar í kring þrátt fyrir blandaða byggð. Einnig virðast minni svæði mótað sem eru eftirsóttari og dýrari en mjög nálægð byggð. Dæmi um það eru Þingholtin í 101 Reykjavík svo og miðbærinn í heild sinni sem hefur mjög mismunandi verð eftir staðsetningu og jafnvel milli gatna.

Athyglisverð umræða kom einnig fram í viðtölunum í þessu samhengi um mikilvægi nágrannana og vilja fólks til að samsvara sig þjóðfélagshópum sem þykja eftirsóknarverðir og sett var fram tilgáta hvort þessi aðferð sé meðvituð eða ómeðvituð notuð í þróun á íbúðarbyggð hérlendis. Byggðin við Elliðavatn í Kópavogi var tekin sem dæmi en þekktar persónur hafa þar komist í umræðuna sem hafa fengið úthlutað lóðum á svæði kringum vatnið. Hvort sem þetta er skipulagt eða ekki og jafnvel þó umræðan hafi þar verið neikvæð að hluta, telja fasteignasalar að verðmyndun á þessu svæði sýni beina afleiðingu þess á verði innan hverfisins.

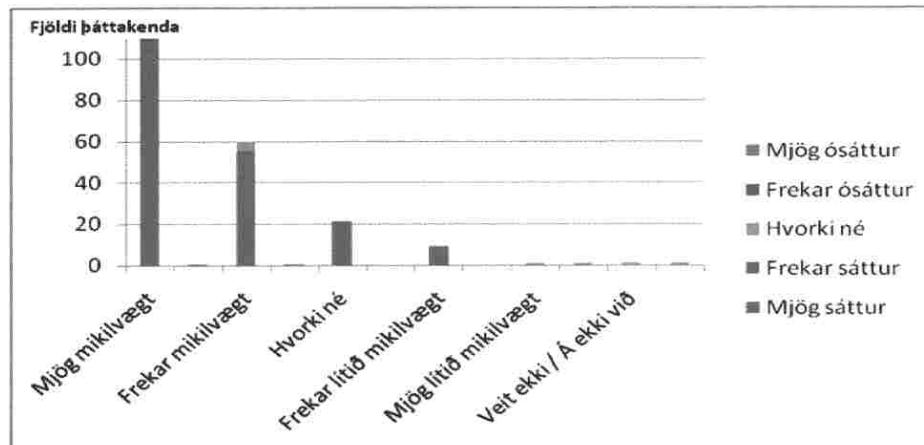
Hinn áhrifaþátturinn og ekki síðri sé að kaupendur leita í hverfi sem viðkomandi ólst upp í eða til að nálgast aðra fjölskyldumeðlimi. Þá sé gjarnan vilji að halda í skóla og aðra þjónustu þó skipt sé um húsnæði. Dæmi um þetta væri Hafnarfjörðurinn sem verið staðsettur fyrir miðju verði eins og fram kom í umfjöllun um verðþróun en „gífuleg hverfahollusta“ virðist til staðar og kaupendur hafi tilhneigingu til að afmarka sig við hverfin eða í það minnsta sveitarfélagið.

Þegar hverfaviðhorf er skoðað með tilliti til þess tíma sem fólk tók í að finna sér fasteign mátti sjá marktæk tengsl  $\chi^2(15, N = 235) = 59,37, p < .0.$ , þar sem upprunalegar hugmyndir um hverfi breytast minna eftir því sem minni tími fer í leitina. Rúm 36% þeirra sem tóku óvænta kaupákvörðun eða stukku á húsnaði sem kom óvænt upp í hendurnar, tóku fram að upphafleg ákvörðun um hverfi hefði ekkert breyst.

**Tafla 2. Krosstafla (e. Crosstabulation)**  
**Hugmyndir um hverfi , eftir tíma ákvörðunarfelis**

<u>Hversu langan tíma tók leit að húsnaði</u>	<u>Hlutfall svörunar</u>
Innan viku, óvænt kaupákvörðun eða fundum strax réttu húsnaðið	Upphaflegar hugmyndir breyttust ekkert 11,54%
Um það bil ein vika	25,00%
Allt að einn mánuður	28,85%
Rúmur einn til fjórir mánuðir	25,00%
Lengra en fjórir mánuðir	09,62%

Margir virðast því grípa kauptækifæri þegar húsnaði losnar í götunni eða nágrenninu og slá til með kaup. Að lokum telja fasteignasalar að til staðar sé óvirkur hópur kaupenda sem grípur til aðgerða þegar áhugavert húsnaði í nágrenninu eða götunni losnar. Sú umfjöllun styður kenningar um þætti sem þurfa að vera til staðar bæði vilja og kaupgetu (Whang, 2002) til að eitthvað gerist. Til samanburðar voru tengsl ánægju og mikilvægis skoðuð með Kí-kvaðrat greiningu sem staðfesta tengsl og það hversu mikil þau eru  $\chi^2(25, N=241) = 71,31, p = .00$ . Því má telja að hverfið sé mikilvægur þáttur fyrir ánægju kaupenda. Kaupendur virðast því víkja lítið út af upprunalegum hugmyndum um hverfi og eru almennt mjög ánægðir með valið eftir kaup.

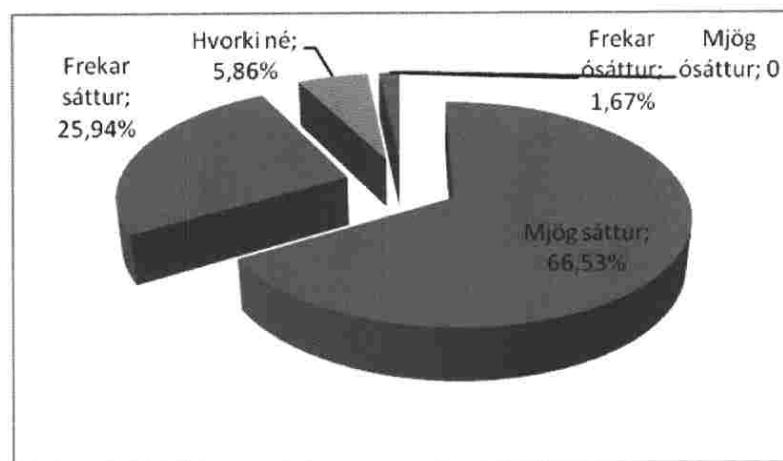


**Mynd 13. Tengsl ánægju og mikilvægis með hverfið**

### 5.3.2 Ánægja með sveitarfélagið

Ánægja með sveitarfélagið mældist eins og hverfaviðhorfið mjög há eða meðalgildi 1,39 á merkingarkvarða þar sem einn var mjög ánægður og fimm var mjög óánægður. Örlítið meiri dreifing var í þessum svörum en hverfaviðhorfinu (staðalfrávik 0,781) en þó má telja að hér sé nokkuð afgerandi afstaða til staðar og sýnir mynd 14 hlutfallslega skiptingu svara.

Þetta er í raun örlítið pólitísk spurning og ef horft er til þess sem áður hefur komið fram að bæði heilsugæsla, löggæsla og aðgengi að menntun er sú sama allstaðar, hví ætti sveitarfélagið að skipta máli þar sem þau búa jú öll yfir breiðu úrvali hverfa með mismunandi áherslum eins og kom fram í fyrri kafla.



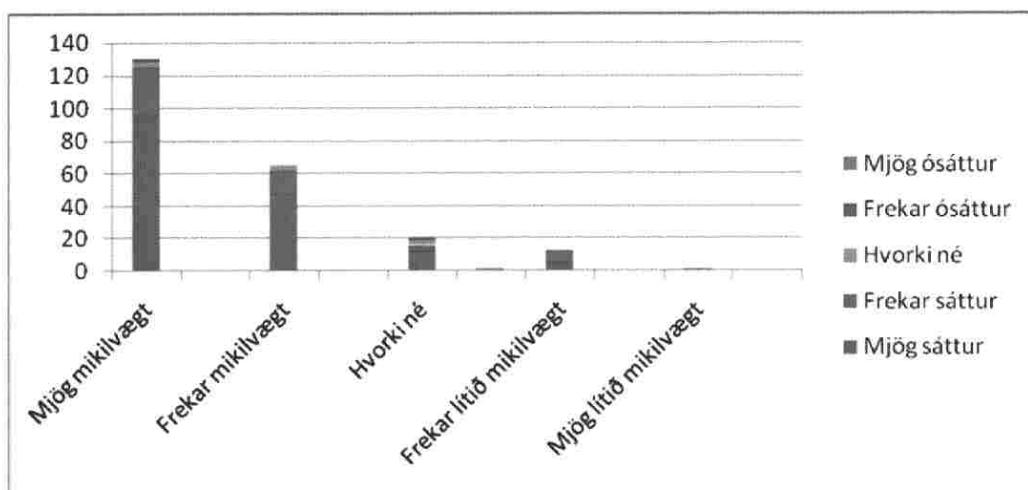
Mynd 14. Viðhorf til hverfisins  
Skipting svara, staðalfrávik og dreifing

Fasteignasalar telja að sveitarfélög hafi á síðustu tveimur áratugum leitast við að aðgreina sig með ýmsa þjónustuþætti og móta þannig ímynd sem áhugaverð eru fyrir íbúa sveitarfélagsins. Þetta séu í raun gagnvirkandi öfl þar sem stjórnkerfið byggist upp á vali íbúa á leiðtogum sínum.

Það kallai svo aftur á loforð í innansveitarmálum, svo sem aðgengi að þjónustuþáttum, sem þó eiga að standa öllum til boða. Dæmi um þetta séu aðgengi að dagvistun fyrir fjölskyldufólk og áhersla á frístundastarf. Þessi aðgreining telst fara vaxandi og fleiri þættir komnir til svo sem fyrirgreiðsla til frístundastarfs, og niðurgreiðslur á almanna samgöngum.

Gróin viðhorf milli sveitarfélaga teljast einnig vera til staðar samkvæmt viðhorfi fasteignasala. Dæmi um það séu viðhorf til Hafnarfjarðarbæjar sem hefur gjarnan mótað af hagkvæmu húsnæðisverði, áherslum á fjölskylduvæna þætti og öflugt íþróttastarf. Miðbærinn í Reykjavík bjóði upp á nálægð við skemmtanalíf og menningu og „Garðabærinn hafi löngum haft yfir sér yfirstéttarímynd“ (Viðmælandi tvö, munnleg heimild, 26. maí 2008).

Mynd 15 sýnir myndrænt, tengsl ánægju með sveitarfélagið og hversu mikilvægt það telst. Með Kí-Kvaðarat greiningu má sjá að marktæk tengsl eru þar á milli  $\chi^2(25, N=235) = 148,5, p = .00$  en nokkuð fleiri taka þó afstöðu, annað hvort að sveitarfélagið skipti máli eða ekki. Dreifing í afstöðu er þannig meiri en með hverfið (staðalfrávik 0,996) og hlutleysi því ekki niðurstaðan.



**Mynd 15. Tengsl mikilvægis og ánægju með sveitarfélagið**

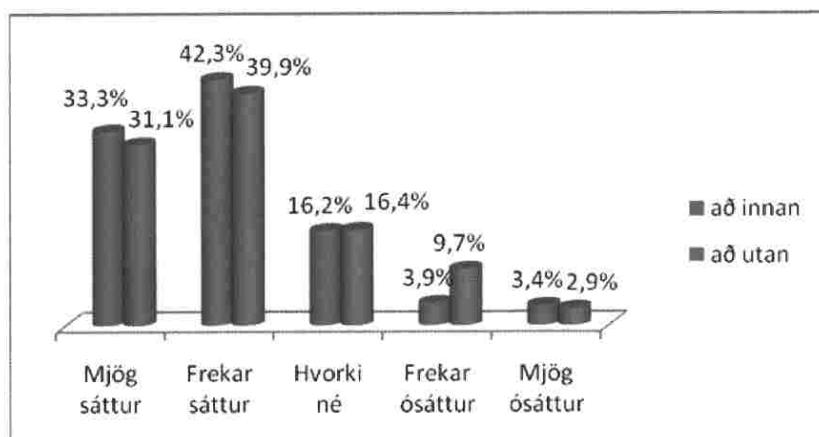
Viðhorf til hverfis og sveitarfélags má flokka undir félagslega áhrifaþætti í umhverfinu (e. Social forces ) og má því telja að hér séu til staðar töluberð áhrif ytra umhverfis á val kaupenda sem mótað af þörf fyrir að sýna samfélagslega stöðu og samsvara sig með álitlegum þjóðfélagshópum (e. refrence group ).

Einnig er mögulegt að félagslegir þættir svo sem mismunandi aðgengi að þjónustu hafi áhrif á val og virði húsnæðis þegar kemur að nærumhverfinu og fjölskyldutengdum áhrifavöldum. Þessir þættir virðast skipta kaupendur miklu máli og mótar leit þeirra og viðhorf við val á húsnæði.

### 5.3.3 Ánægja með efnislega þætti.

Viðhorf kaupenda til efnislegra þátta voru mældir með spurningu um ástand húsnæðisins að utan og innan og jafnframt var mælt mikilvægi þess hjá þátttakendum. Þátttakendur voru spurðir hversu sáttir þeir væru við ástand húsnæðisins, annars vegar að innan og hins vegar að utan, á merkingarkvarða þar sem einn var mjög sáttur og fimm var mjög ósáttur og er hlutfallsleg skipting sett fram í mynd 16

Meðalánægja með innri þætti var 2,01 og með ytri þætti var hún 2,13 eða rétt sitt hvorum megin við „frekar sátt“ viðhorf. Mynd 21 sýnir hvernig hlutfall flestra hefur færst úr því að vera mjög sáttur í frekar sáttur miðað við fyrri mælingu. Nánast sama dreifing var í svörun en þó örliðið meiri með ástand að utan 1,055 og að innan 1,047.



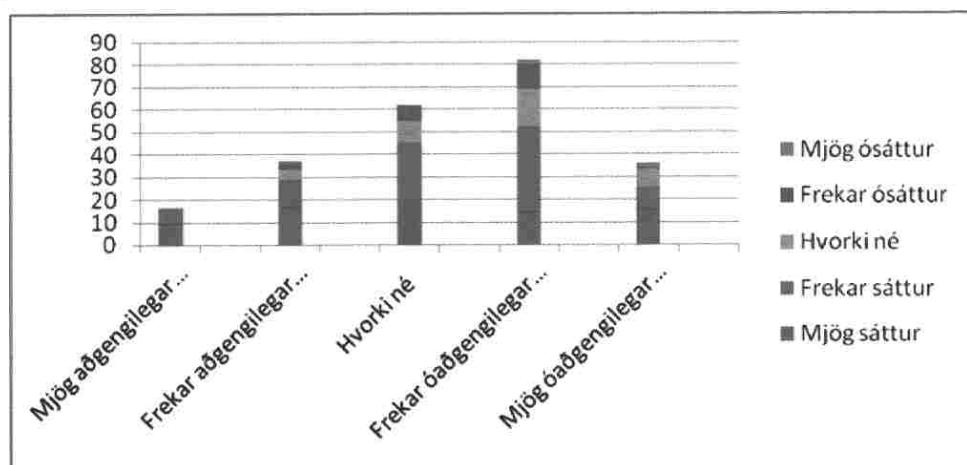
Mynd 16. Ánægja með húnæðið að innan og utan

Þetta eru nokkuð lægri meðalánægja en til ytra umhverfisins en jákvætt viðhorf engu að síður og virðast kaupendur einnig almennt sáttari við húsnæðið að innan en utan. Mögulegt er að kaupendur eigi auðveldara með að meta ástand innanhúss en að utan. Ástand klæðninga, þaks og endurbóta neðanjarðar á dreni eða sambærilegu krefst gjarnan sérfræðipekkingar á meðan ástand gólfefna og innréttинга er sýnilegra. Einnig má telja að flestir sem telja það mikilvægt hafi haft fjárhagslegt svigrúm til að gera breytingar síðustu ár, sérstaklega að innan þar sem fyrirgreiðsla hefur verið rúm.

Athygli vakti þó að nokkru fleiri, eða 19 aðilar eru frekar eða mjög ósáttir við ástand hússins að utan þrátt fyrir að telja það frekar mikilvægt.

Mynd 17 sýnir samanburð ánægju og viðhorfs til aðgengis upplýsinga um ástands húsnæðis að utan en þar voru ekki mælanleg tengsl ( $p > 0,05$ ).

Það er í raun nokkuð athyglisvert að ekki séu tengsl milli þess hversu aðgengilegar upplýsingar eru og þess hversu sáttir kaupendur eru í lokin með ástandið en þó má sjá í þeim samanburði nokkra athyglisverða þætti. Þeim sem finnst upplýsingar frekar eða mjög aðgengilegar eru þó almennt frekar eða mjög sáttir. Hér er hlutleysisbilið nokkuð stórt og stærstur hluti þeirra sem hafa ekki afstöðu um aðgengi upplýsinga enda með að vera bara frekar sáttir engu að síður.



Mynd 17. Tengsl ánægju með ástand og aðgengi að upplýsingum um ástand

Nokkuð athyglisvert er að flestir þátttakendur telja upplýsingar frekar óaðgengilegar en sá hópur endar þó að stórum hluta með það að vera frekar eða mjög sáttur við ástand húsnæðis. Að sama skapi endar stærstur hluti þess hóps sem telur þessar upplýsingar mjög óaðgengilegar með að vera hlutlaus eða jákvæður með ástand húsnæðisins.

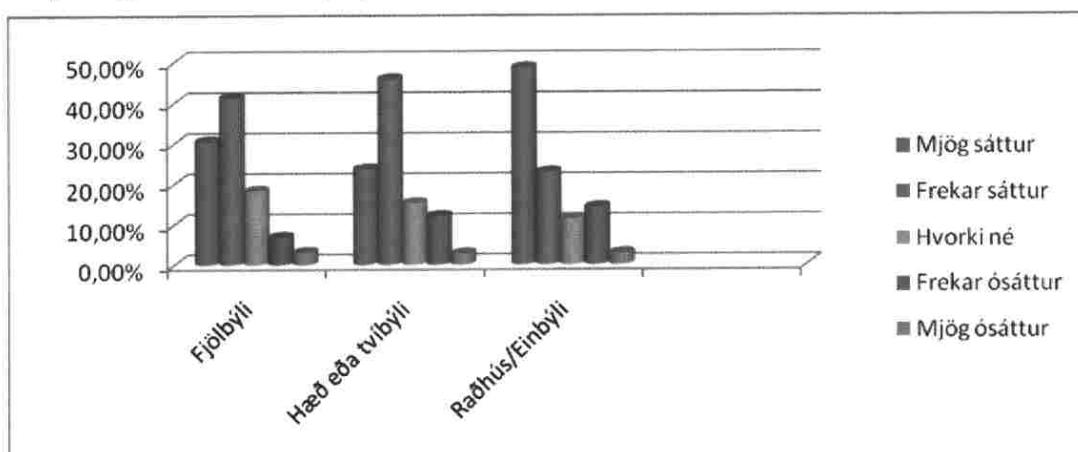
Af þessu má því draga þá ályktun að áhrif upplýsinga um ástand húsnæðis sé ekki endilega mikilvægust til að kaupendur verði sáttir með niðurstöðuna. Kaupendur hafa ekki sjálfkrafa aðgang að úttekt á ástandi húsnæðis og er það í höndum þeirra að framkvæma slíka úttekt ef viðkomandi telur þurfa. Hins vegar eru samþykktir til staðar og hægt að fullvissa sig með þeim upplýsingum að ástand húsnæðis sem keypt er nýtt eða nýlegt hvað þetta varðar. Að mati fasteignasala felst áhættan frekar í fjárfestingum í eldra húsnæði og húsnæði sem byggt hefur verið að einstaklingum.

Fasteignasalar telja að áhugi kaupenda sé almennt ekki mikill á þessum þætti en þó meiri innanhúss. Fólk leitast við að finna faglega staðfestingu á því að þessir hlutir séu í lagi en sökkvi sér sjaldan efnislega niður í þau atriði. Þannig er ákveðið traust bundið við aldur fasteigna og þær reglugerðir sem byggingaraðilar þurfa að vinna eftir.

Hins vegar samsinna fasteignasalar því að vandamál séu til staðar á markaði sem lýtur að vanefndum byggingaraðila og einnig séu mál vegna galla þekkt og gjarnan erfið. Umræða um vanefndir eða galla eru almennt komin í ljós við afsal þar sem aðilar komast að samkomulagi en þó sé dómstólaleiðin oftast notuð enda yfirleitt háar fjárhæðir í húfi.

Einn viðmælandi nefndi að sá mikli þrýstingur sem verið hefur á markaðinn síðustu ár, hafi mögulega haft þau áhrif að ekki er vandað eins til og annars.

Ánægja með ástand húsnæðis er nokkuð mismunandi eftir húsnæðistegund eins og mynd 18 sýnir. Þannig eru hlutfallslega flestir eigendur einbýlis mjög sáttir meðan sérþýliseigendur eru einu þepri neðar en þó með jákvæða afstöðu

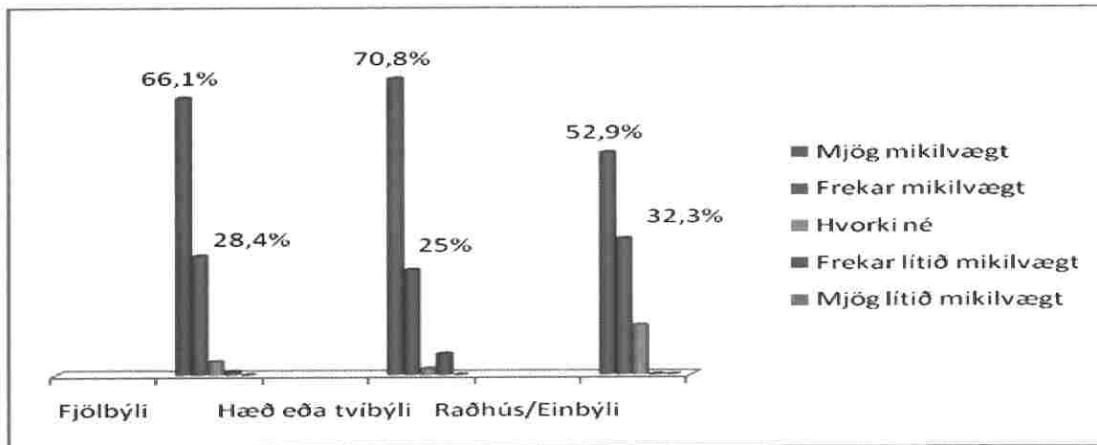


Mynd 18. Ánægja með ástand húsnæðis að utan, eftir húsnæðistegund

Hlutfall svarenda sem eiga hæðir og tvíbýli var hæst á svæðum nálægt miðbænum, Hlíðarnar, Safamýrin og Vesturbærinn sem samanstanda af eldri hverfum.

Mögulega endurspeglar þessar niðurstöður því afstöðu kaupenda að eldra húsnæði og styðja umræðu fasteignasla um vandamál sem tengjast ástandi húsnæðis sem komið er á viðhald og selt er á einkamarkaði. Hlutfallslega flestir eigendur fjölbýlis eru frekar sáttir eða mjög sáttir, sem styður umræðu fasteignasala um áhugaleysisbil þar sem þeir virðast almennt sáttir ef ekkert óvænt kemur upp.

Mynd 19 sýnir viðhorf til mikilvægis flokkað eftir húsnæðistegund þar sem að hlutfallslega flestir sérþýliseigendur telja ástand og gæði mjög mikilvægt og styður fyrri umfjöllun um fasteignakaup í gömlum hverfum þar sem verð er jafnvel engu að síður frekar hátt. Ástand fjölbýlishúsa hefur áhrif á viðhorf kaupenda en líklegt er að hér sé sameiginlegur viðhaldskostnaður áhrifavaldur en hann er að sögn fasteignasala, gjarnan umfjöllunarefnni í verðlagningu og tilboðsgerð ef ástandið er sérlega gott eða slæmt.



Mynd 19. Mikilvægi ástands húsnæðis að utan eftir búsetuformi

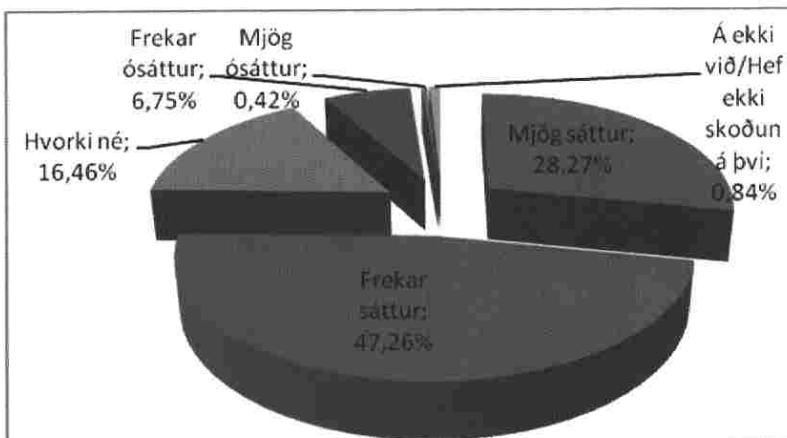
Í umfjöllun fasteignasala kom fram hversu algengt væri að kaupendur leggðu út í miklar framkvæmdir við kaup sem væri nokkuð nýtilkominn þróun í kjölfar aukins lánsfjármagns. Mynd 19 sýnir að hlutfallslega fæstir eigendur einbýla telja ástand húsnæðisins að utan mjög mikilvægt sem styður þessa umfjöllun fasteignasala þá sérstaklega ef horft er til þess að ánægja þeirra var hlutfallslega hvað hæst með ástand eignarinnar og að einbýli eru einu eignirnar þar sem ekki þarf sameiginlega framkvæmd í viðhald utanhúss.

Hlutfall þeirra sem eru mjög eða frekar ósáttir við ástand húsnæðisins er 12,7% af öllum þátttakendum og spurning hvort það sé ásættanlegt miðað við nútíma upplýsingaflæði á markaði og þær viðamiklar reglugerðir sem eru á varðandi nýbyggingar.

Ef horft er til almennra kenninga í markaðsfræði og þess hversu lítið markaðssvæði er hér í gangi er mögulegt að þetta viðhorf skili sér sýnilega í vantrausti til umboðsaðila seljenda og byggingaraðila. Um þetta verður þó fjallað betur síðar í tengslum við umræðu um neytendavernd.

### 5.3.4 Garður og falleg aðkoma

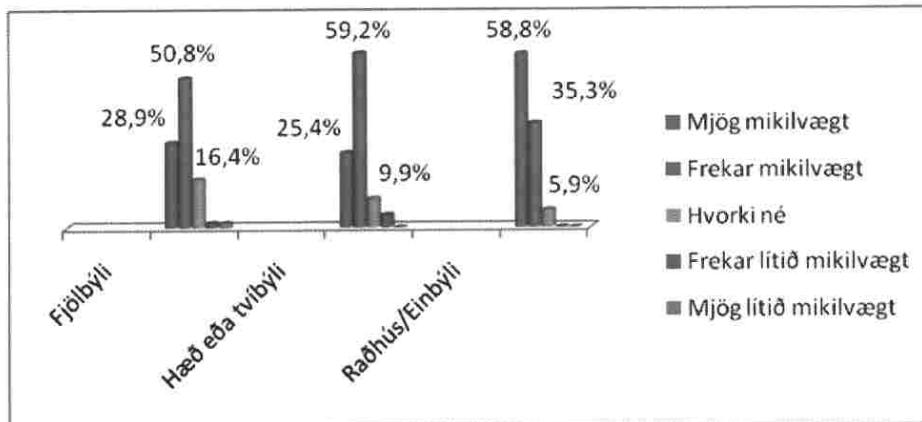
Meðalánægja með umhverfi húsnæðisins mældist 2,03 á fimm punkta jafnbila merkingarkvarða þar sem einn var mjög sáttur og þrír var hvorki né og virðast kaupendur hér í heildina því frekar sáttir. Nokkur dreifing var í afstöðu (0,943) og sýnir mynd 25 að ekki eru nema rúm 16% þáttakenda hlutlausir í afstöðu sinni.



Mynd 20. Ánægja með umhverfi húsnæðisins

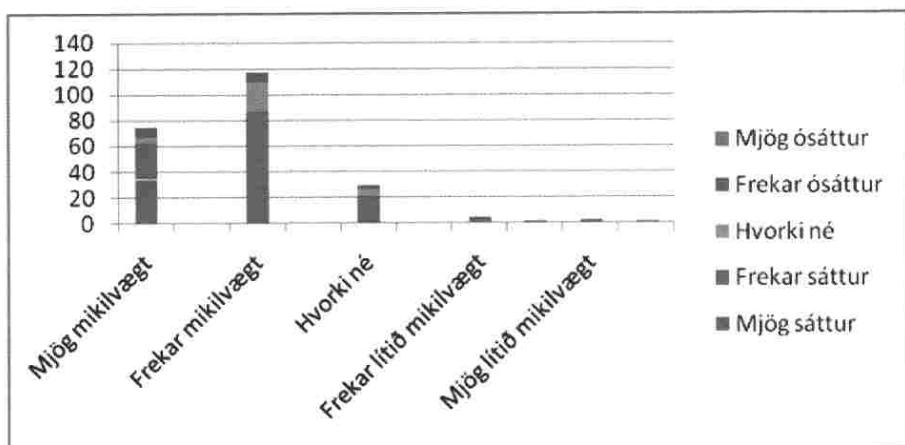
Virðisaukandi þættir hafa verið skilgreindir í hagfræði sem áhrifaþættir á verð. Hér er átt við þætti eins og bílskúr, garð, sólpall, bílastæði, ástand og útlit stéttar og garðs og annað sem skiptir máli í nærumhverfi húsnæðis. Þessir þættir eru samblanda af þáttum með hagnýtt gildi og lífstílsstengdum kostum og töldu fasteignasalar að þessir þættir hefðu gjarnan meiri áhrif á verð eftir því sem ástand og útlit eignarinnar væri betra. Þannig gæti verðaukning orðið tölувert umfram kostnað ef garður er tekin gegn og smiðaður sólpallur, settur pottur, eða bílskúr breytist úr lélegum skúr í fyrirmyndaraðstöðu. Þessir þættir skipta þó líklega meira máli eftir því sem eftirspurn er minni þar sem þeir hafa áhrif á bæði verð og seljanleika. Fram kom í viðtali að fjölbýlishús hafi komið fram með nýjum áhersum hvað þetta varðar. Þannig sé í dag breiðara bil en áður í úrvali og verði fjölbýlishúsa þar sem fyrrgreindir þættir skipta miklu máli þá sérstaklega í minni fjölbýlum á dýrum svæðum. Hagnýtir þættir svo sem þvottahús og bílskúr sé skipt út með rúmgóðum bílageymslum og þvottahúsum inni í íbúðum og útsýni og stórar svalir komi gjarnan á móti garði. Fasteignasalar telja þessa þætti skipta máli þar sem fólk sé gjarnan með óskir um þætti sem viðkomandi hafa haft aðgang að áður, og því sé möguleikinn opnari að fara í fjölbýlishús úr sérbýli

en áður var. Þetta eigi sérstaklega við um húsnæði fyrir eldra fólk sem er að minnka við sig. Af því má draga þá ályktun að ánægja og mikilvægi umhverfislegra þátta skipti hér meira máli eftir því sem eignirnar verða verðmeiri. Mynd 21 sýnir að áherslurnar eru mis mikilvægar eftir tegund húsnæðis.



Mynd 21. Mikilvægi umhverfisþátta eftir húsnæðistegundum

Mesti munurinn er á fjölbýlishúsaeigendum sem styður fyrri umfjöllun um breytilegar áherslur í fjölbýli og mikilvægið vex í viðhorfi sérbýliseigenda. Að lokum telja langflestir einbýlishúsaeigendur þetta hlutfallslega mjög mikilvægt öfugt við hin búsetuformin. Ekki voru marktæk tengsl milli mikilvægis og ánægju umhverfisþátta ( $p>0,05$ ) sem mynd 22 sýnir.

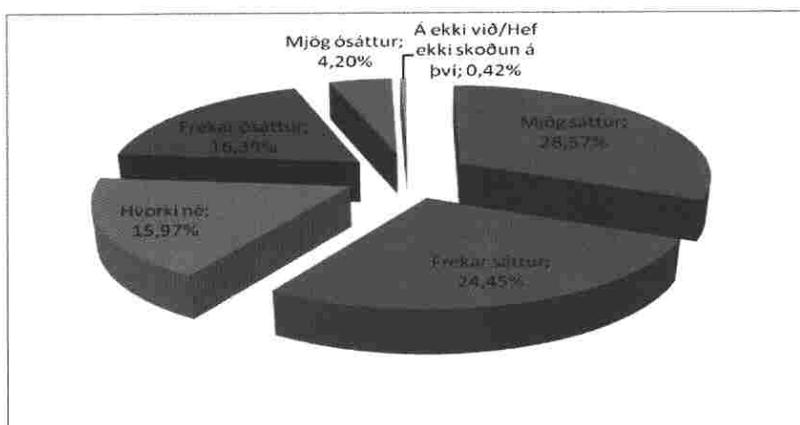


Mynd 22. Tengsl ánægju og mikilvægis með umhverfislega þætti

Hér er þó tenging milli vaxandi ánægju og mikilvægis að „frekar sáttur“. Því er líklegt að breiðara úrval í virðisaukandi þáttum skili sér til kaupenda og mæti nokkuð vel væntingum óháð búsetuformi.

### 5.3.5 Hljóð- og umhverfismengun.

Viðhorf til hljóð- og umhverfismengunar var mælt eins og áður á fimm punkta jafnbila merkingarkvarða þar sem einn var mjög sáttur og fimm var mjög ósáttur. Skipting svörunar er sett fram myndrænt á mynd 23. Meðalánægja var 2,33 og dreifing 1,197. Viðhorfið var því milli þess að vera hlutlaust og jákvætt en staðalfrávikið sýnir að þættir hafa hér áhrif sem valda mismunandi viðhorfi. Hljóð- og umhverfismengun og nágrannar voru þættir sem fasteignasalar töldu líklegastir til að koma á óvart þegar reynsla kæmi á búsetu í húsnæðinu.

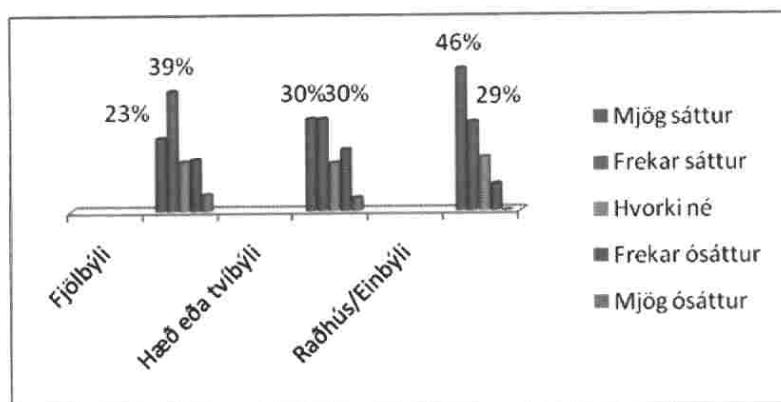


Mynd 23. Viðhorf til hljóð og umhverfismengunar

Töluvert hefur verið lagt upp úr því að lágmarka þessi óþægindi, sérstaklega í seinni tíð. Mögulega er hér staðbundið vandamál að hluta og sem dæmi má telja að eigendur við Miklubraut séu ósáttari við hljóðmengun en þeir sem búa í miðju íbúðarhverfi Hlíðanna þó gæti það verið mjög sambærilegt húsnæði í sama póstnúmeri.

Einnig má gera ráð fyrir að óánægja með þessa mengun sé frekar til staðar ef viðkomandi hafa ekki vitað af því áður en fjárfest var. Viðhorf eins svaranda styður þetta þar sem hann hafði hér jákvæða afstöðu en skrifaði inn á seðilinn „*hún er, en ég vissi af því*“.

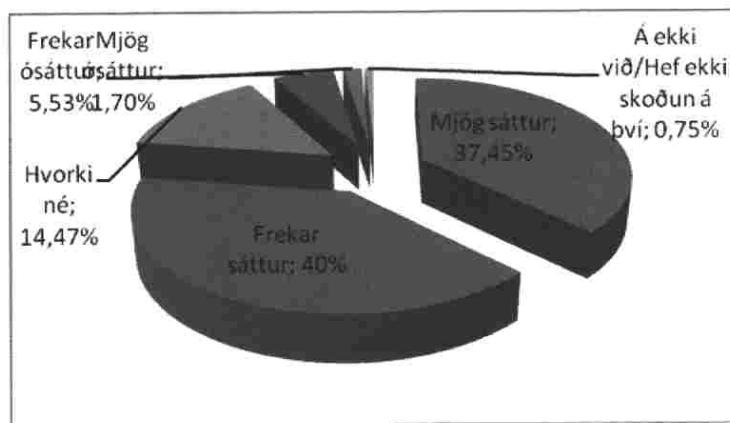
Mynd 24 sýnir jákvæðari afstöðu til hljóðmengunar eftir því sem húsnæðið færst nær sérþýli og bendir til að þó þessi tegund mengunar sé líklega staðbundin tengist hún líklega eitthvað virðisaukandi umhverfsspáttum og búsetuformi.



Mynd 24. Viðhorf til hljóð- og umhverfismengunar eftir búsetuformi

### 5.3.6 Nágrannar

Upplifun húsnæðiseigenda á nágrönum sínum var hinn þátturinn sem taldist gæti verið erfitt að átta sig á fyrirfram en gæti þó haft töluverð áhrif á ánægju. Viðhorf til nágranna var mælt á fimm punkta merkingarkvarða þar sem einn stóð fyrir mjög sáttur og fimm fyrir mjög ósáttur. Mynd 25 sýnir hlutfallslega skiptingu þar sem meðaltal ánægjunnar var 1,93, og staðalfrávikið 1,016.



Mynd 25. Viðhorf til nágranna

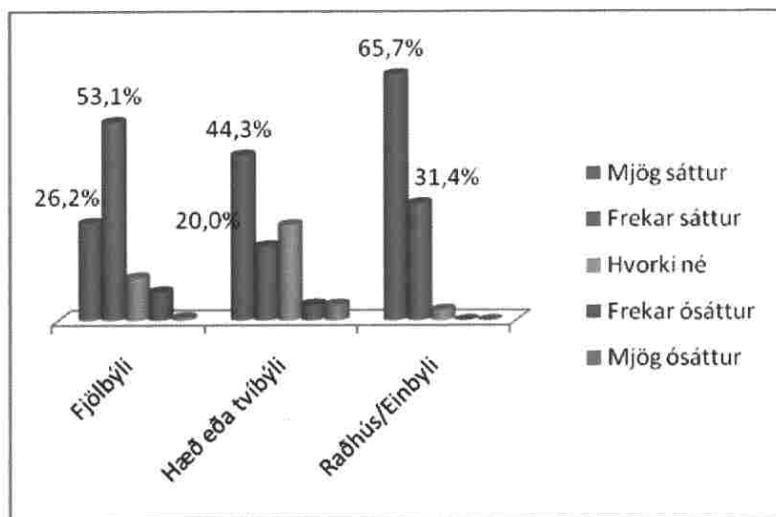
Þetta bendir til þess að kaupendur eru flestir nálægt því að vera frekar sáttir með nágranna en þó aðeins nokkuð stór hópur sem tók það fram að þeir væru mjög sáttir. Svörunin er nokkuð dreifð yfir þrjá punkta af fimm en þó jákvæðu megin á skalanum.

Telja má að viðhorf til nágranna geti verið sterkt afl og jafnvel haft þau áhrif að fólk flytur sig um set til að losna við áreiti eða truflun. Á hinn bóginn geta áhrif nágranna mögulega verið mjög jákvæð og eftirsóknarverð eins og kom fram í umfjöllun um hverfaviðhorf. Telja má því að hér sé nokkuð vanmetinn þáttur í gangi.

Engar reglur eru í gangi sem skylda seljendur til að setja fram upplýsingar um neikvæð nágrannaáhrif og því ólíklegt að fólk leggi áherslu á upplýsingar sem mögulega rýra virði eignarinnar auk þess getur það verið mjög persónubundið hversu vel fólk gengur að samlagast í nábýli.

Ef viðhorf til nágranna er flokkað eftir byggingarformi má sjá tölulega marktæk tengsl  $\chi^2(10 N=240) = 43,93, p = ,00$  milli vaxandi ánægju og stækkunar á búsetuformi.

Mynd 26 sýnir hvernig afstaðan „mjög sáttur“ vex jafnt eftir því sem húsnæðið fer úr fjölbýli í einbýli sem styður fyrri umræðu um jákvæð nágrannaviðhorf á eftirsóttum svæðum. Einnig má sjá hvernig dreifingin er hvað mest í hæðum og tvíbýlum. Fram kom í umfjöllun fasteignasala að það búsetuform sé líklegast til að valda vandræðum hvað varðar nágranna og styðja þessar tölur það.



Mynd 26. Viðhorf til nágranna eftir búsetuformi

Þar er töluberð nálægð milli fólks bæði varðandi hljóðmengun innanhúss og gagnvart þáttum sem þarf að eiga samvinnu um, svo sem viðhald húsnæðis, garðrækt og umgengni. Telja má að það sé frekar persónubundið hvernig þessi samskipti ganga en líklegt sé að þau séu auðveldari eftir því sem fjarlægðin er meiri milli fólks og reglur

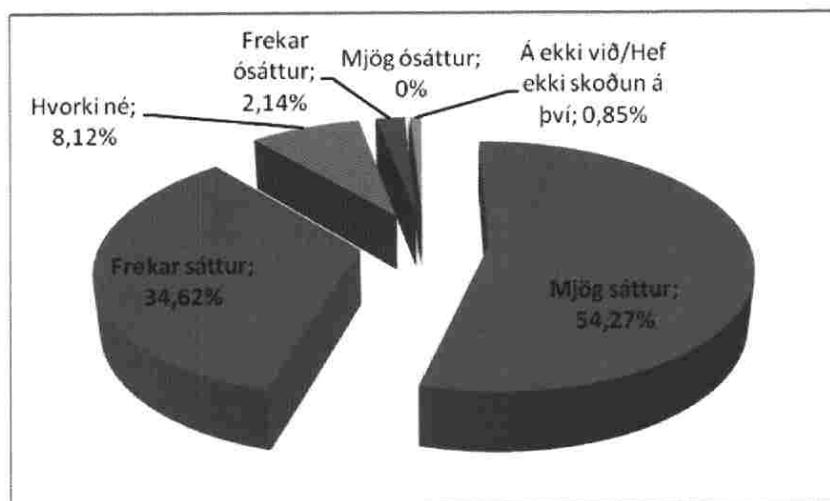
milli aðila skýrari. Fjölbýli búa yfirleitt yfir skýrari umgengnisreglum en lítil sérþýli þar sem ákvarðanir eru gjarnan byggðar upp á lýðræðishugmyndum þar kosið er um hluti sem þarf að ákveða og hægt er að skilgreina nokkuð vel hvað telst ásættanleg framkoma og ekki. Einnig má sjá á mynd 31 hvernig nær allir raðhúsa- og einbýlishúsaeigendur (97,1%) voru annað hvort mjög eða frekar ánægðir með nágrannana.

Því má telja að eftir því sem fólk hefur rýmra um sig og minni „nágrannanálægð“ er til staðar er fólk almennt sáttara með nágranna auk þess sem mjög jákvæð afstaða einbýlishúsaeigenda og hluta sérþyliseigenda styður við fyrri umfjöllun um tilhneigingu fólks til að sækjast í eftirsótt nábýli.

### 5.3.7 Hversu vel uppfyllir húsnæðið þarfir fjölskyldunar

Ánægja fólks með það hversu vel húsnæðið uppfyllir þarfir fjölskyldunnar var mælt á fimm punkta jafnbila merkingarkvarða eins og fyri viðhorf. Einn stendur fyrir mjög sáttur og fimm fyrir mjög ósáttur og má sjá hlutfallslega skiptingu viðhorfa á mynd 27.

Hér er leitast við að fá afstöðu með það hversu vel húsnæðið uppfyllir persónubundnar þarfir um stærð og aðra þætti sem skipt geta máli. Meðaltal svörunar var 1,58 og dreifingin frekar lítil eða 0,873. Flestir töldu sig því vera frekar til mjög sátta með húsnæðið hvað þetta varðar og var þessi þáttur þriðji efstur á eftir umhverfislegum áhrifaþáttum



Mynd 27. Hversu vel uppfyllir húsnæðið þarfir fjölskyldunar

Fram kom í umfjöllun fasteignasala hversu margir þættir það eru sem kaupendur þurfa að huga að og í sumum tilfellum þyrfti fólk jafnvel að fá örlitlar leiðbeiningar að hverju væri skynsamlegt að huga vegna persónubundinna þarfa. Þetta styður kenningar Whang (2002) um mikilvægi þess að halda sig við upphaflegar hugmyndir og láta ekki valkosti í boði bera sig af leið sem svo getur valdið því að húsnæðið hentar ekki nógu vel þegar uppi er staðið.

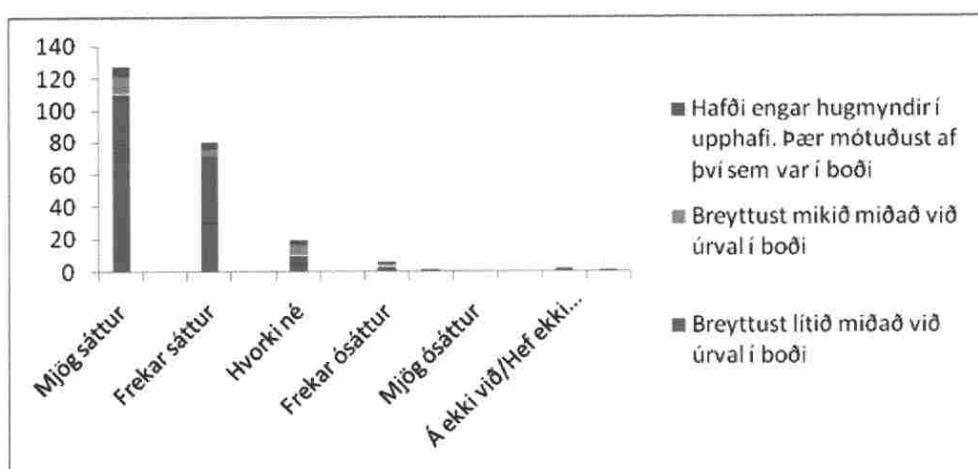
Stundum gæti því þurft að huga að herbergjafjölda þar sem fólk getur vanmetið herbergjaþörf ef börnin eru lítil eða að horft sé á of stórt húsnæði þegar börnin eru uppkomin, mögulega vegna gamallar þreytu á of litlu húsnæði. Einnig geta komið upp ýmis mál svo sem fjarlægð frá vinnu og skóla, svigrúm fyrir gæludýr og annað sem veldur því að viðkomandi ná ekki að hámarka ábata sinn þrátt fyrir að vera jafnvel

mjög ánægð með húsnæðið að öðru leyti. Þetta viðhorf var því mælt sérstaklega til að sjá hversu vel kaupendum tekst að einblína á persónulegar þarfir sínar.

Líklegt er að rúm fyrirgreiðsla síðustu ár hafi hér áhrif á heildaránægju þar sem kaupendur hafa almennt haft betra svigrúm en áður gagnvart lánavfyrirgreiðslu.

Ef horft er til þess að tæp 84% þátttakenda töldu sig ekki eða lítið hafa breytt afstöðu varðandi stærð húsnæðis gegnum leitina eins, má telja að kaupendur séu almennt nokkuð ákveðnir í hverju þeir eru að leita að.

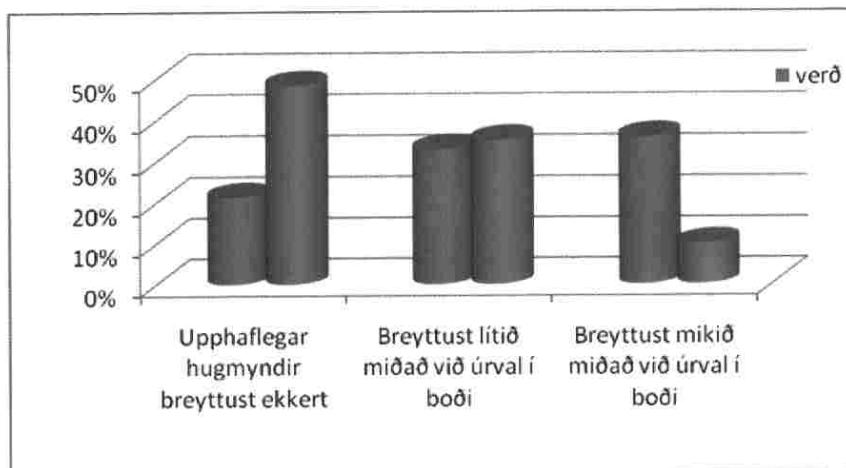
Mynd 28 sýnir hversu sterkt tengsl  $\chi^2(15, N=234) = 42,98, p = ,00$  eru milli þess hversu sáttir kaupendur eru og hversu staðfastir þeir voru gagvart upprunalegum hugmyndum um stærð og eiginleika eignarinnar.



**Mynd 28. Tengsl viðhorfs og þróunar ákvarðanatökum**

Það sem hins vegar tók breytingum var verðið, en þar töldu mun fleiri sig hafa þurft að gera breytingar á upphaflegum hugmyndum. Kaupendur virðast því leggja áherslu á fjárfestingu sem uppfyllir þörf fjölskyldunnar en hafa tilhneigingu til að sveigja af braut með verð sem mögulega skilar sér í fjárhagslegri óánægju öfugt við ánægju með þarfir fjölskyldunar og styðja þessar niðurstöður því umfjöllun Whang (2002).

Mynd 29 sýnir hvernig kaupendur töldu hugmyndir sínar breytast meðan leitað var að húsnæði og sýnir hún hvernig hlutfallslega flestir töldu verðið hafa breyst mikið öfugt við hugmyndir um stærð. Hér virðast sterk gagnvirkandi tengsl í gangi  $\chi^2(9, N=242) = 84,39, p = ,00$  og benda niðurstöður því til þess að kaupendur eru tilbúnir að taka á sig meiri skuldbindingar frekar en slá af kröfum sem gerðar eru til húsnæðisins.



Mynd 29. Breytingar upphaflegra hugmynda um stærð við leit

Ef tekið er mið af breytingum í neysluhegðun Íslendinga má telja eðlilegt að viðhorf til þess hvað telst ásættanlegt hafi hækkað og kauphegðun breyst úr naumhyggju sem einkenndi verðbólgtímabilið kringum árin 1980 yfir í andhverfu sína með nýjum áherslum í samræmi við það. Þannig er ekki endilegt að staðfesta með upphafleg áform um stærð bendi til aukinnar neyslu enda byggist hún gjarnan á fjölskyldustærð.

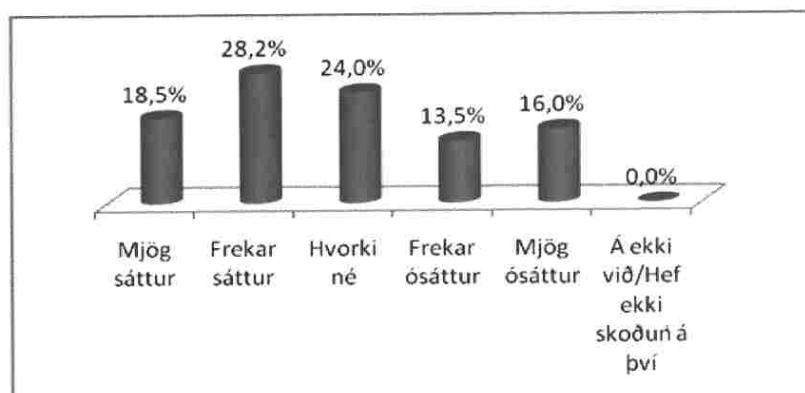
Hinns vegar má telja að þar sem vaxandi hópur þátttakenda telji sig hafa breytt upphaflegum hugmyndum sínum mikið um þá fjármuni sem hann var taldi sig geta sett í kaupin öfugt við hugmyndir fólks um hverfi bendir til að kaupendur forgangsraða tölувvert á annan hátt í dag en heimildir um sögu húsnæðismarkaðarinns benda til að hafi verið fram á síðasta áratug.

### 5.3.8 Viðhorf til fjárhagslega þáttarins og áhrif hans

Töluverðar sviptingar hafa verið á fjármálamörkuðum undanfarna mánuði áður en þessi rannsókn var unnin. Þessar sviptingar hafa haft áhrif á markaðsvirði fasteigna, fyrirgreiðslumöguleika og afborgunarbyrði af núverandi lánum.

Því var ákveðið að aðgreina viðhorf til fjárhagslega þáttarins eins og kostur væri og var hann mældur sér á þremur stöðum í spurningalistanum. Spurt var hversu mikilvægt kaupendur telji að verðið sé innan greiðslugetu fjölskyldunnar og hversu mikilvægt þeir telji að verðið sé sanngjarn. Fyrri spurningunni er ætlað að mæla þolbil gagnvart kaupverðinu meðan sú seinni tengist viðhorfi til afborganabyrðar og vilja til skuldsetningar. Einnig var spurt um það hversu ánægðir kaupendur væru með hversu vel fjárhagsleg áætlun hefði staðist og er hlutfallsleg skipting sett fram í mynd 30.

Það er hér síðasti ánægjuþátturinn sem er mældur og ætlað að mæla ánægju kaupenda á viðhorfi til fjárhagslegur fyrirhafnar sem fólk upplifir samhliða notkun. Niðurstöðum var þannig ætlað að mæla eftirkaupaáhrif að hluta og svo sjá hvort tengsl eru milli þeirra og „skuldsetningarvilja“ í kaupferlinu eins og Whang (2002) hefur sýnt fram á.

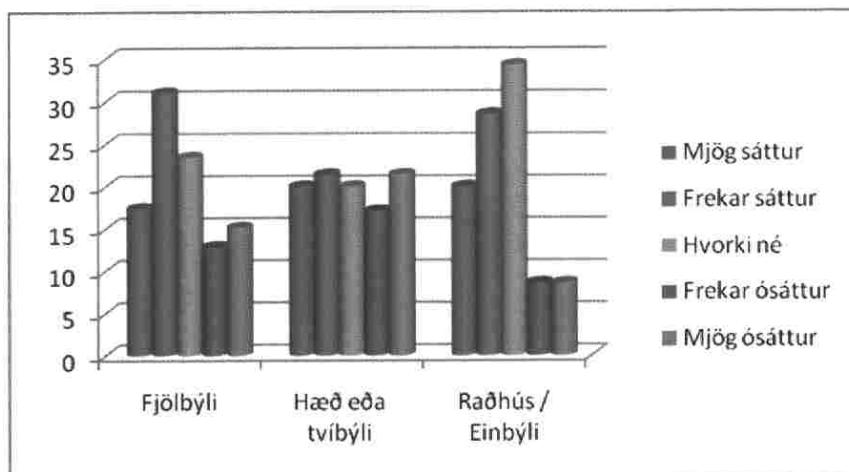


Mynd 30. Hversu vel fjárhagleg áætlun hefur staðist

Komið hefur fram að sá þáttur sem kaupendur breyttu hvað helst af upprunalegum hugmyndum var verð og virðist markaðurinn hafa tilhneigingu til að auka skuldsetningu frekar en slá af í kröfum auk þess sem hverfaímynd og umhverfislegir áhrifaþættir hafa vaxandi áhrif á virði og ánægju kaupenda. Þessar niðurstöður ættu að benda til þess að ánægja kaupenda væri hvað síst með fjárhagsþáttinn og reyndist það raunin með niðurstöður mælingarinnar eins og ofangreind mynd sýnir þar sem meðaltal viðhorfa var 2,80.

Dreifing var einnig mest í þessari viðhorfsmælingu eða 1,328 sem skýrist líklega af því hversu breitt þolbil kaupenda er fjárhagslega og sjá má að 75% taka afstöðu svo meðaltalið segir ekki allt um viðhorf kaupenda.

Mynd 31 sýnir skiptingu viðhorfa eftir húsnæðistegund. Ekki var marktæk fylgni milli vaxandi húsnæðisstærðar og ánægju kaupenda ( $p>0,05$ ) en þó má hér sjá nokkuð mismunandi viðhorf eftir húsnæðistegund.

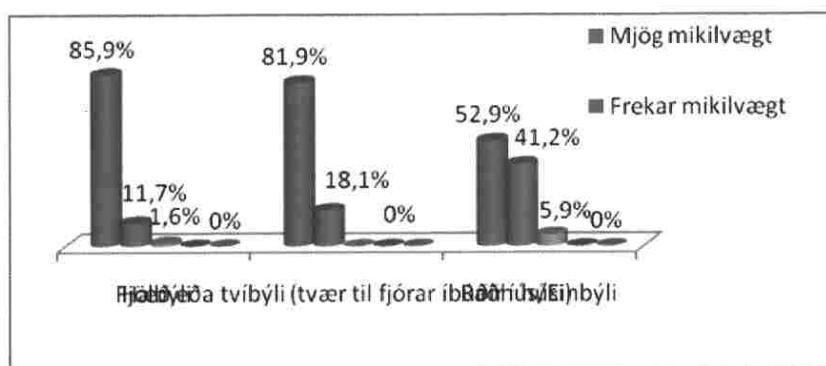


Mynd 31. Fjárhagsleg ánægja eftir búsetuformi

Flestir fjölbýlishúsaeigendur virðast hlutfallslega frekar sáttir og líklegt að sá hópur samanstandi af kaupendum á milliháu og lægra verðibili. Þó eru tæp 30% þess hóps með frekar eða mjög neikvæða afstöðu sem skýrist líklega af minna fjárhagslegu þolbil. Eigendur sérbýlis eru með mjög dreifða afstöðu enda verðbil þeirra eigna sem hefur teygt sig allan skalann samkvæmt umfjöllun fasteignasala. Sá kaupendahópur er einnig líklegur til að vera á breiðu tekjubili sem ekki er tekið tillit til hér. Að lokum má sjá að rað- og einbýlishúsaeigendur hafa jákvæðustu afstöðuna ef miðað er við fjölda þeirra sem eru mjög eða frekar sáttir þó er hlutfallslega vaxandi hlutleysi í öfugu hlutfalli við fjölbýlið.

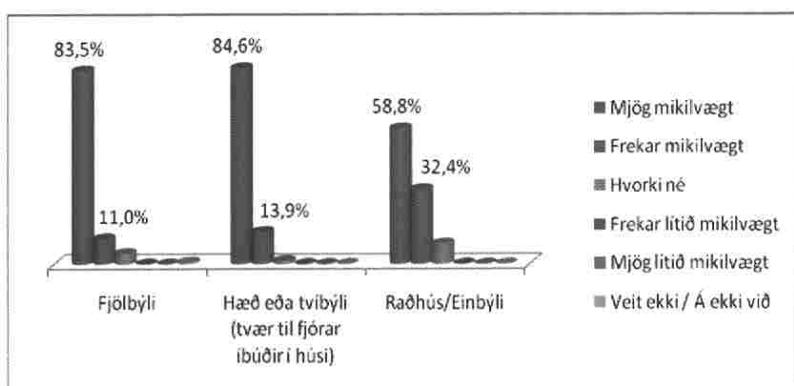
Hér má telja líklegt að kaupendur stærri eigna séu að stórum hluta með afborgunarbyrði innan þolmarka og þeir aðilar líklegir til að þola betur sveiflur í lánsfjármögnun þó þeir finni fyrir henni.

Spurt var um mikilvægi þess að fjárfestingin sé vel innan greiðslugetu fjölskyldunnar og voru þar marktæk tengsl við stækkandi húsnæðisform.  $\chi^2(10, N=236) = 22,24, p = ,014$ . Meðaltal svörunar var 1,246 á nafnkvarða þar sem einn er mjög mikilvægt, tveir er frekar mikilvægt og þrír er hvorki né. Staðalfrávik svörunar var 0,560 sem sýnir einsleita afstöðu kaupenda til þess að þetta skipti frekar og mjög miklu máli. Mynd 32 sýnir skiptingu viðhorfa eftir því sem húsnæðið stækkar. Langflestir eigendur fjölbýlis virðast telja mjög mikilvægt að fjárfesta vel innan kaupgetu.. Næst komu hædir og tvíbýli með örlítri mykri afstöðu og að lokum voru rað- og einbýlishúsaeigendur með nokkuð jafna afstöðu um frekar eða mjög mikilvægt.



**Mynd 32. Mikilvægi þess að verð sé innan greiðslugetu eftir búsetuformi**

Einnig var spurt hversu mikilvægt kaupendur teldu að verðið væri sanngjarnnt og sýnir mynd 33 viðhorf kaupenda eftir húsnæðistegund. Meðaltal svörunar var 1,268 á sama nafnkvarða og var staðalfrávikið þar 0,614. Hér var því örlítið lægra meðaltal og örlítið meiri dreifing í svörun og líklegt að kaupendur hafi tileinkað sér nokkra þolinmæði í verðhugmyndum vegna þeirra sveifla sem verið hafa á mörkuðum.



**Mynd 33. Mikilvægi þess að verðið sé sanngjarnnt eftir búsetuformi**

Ekki voru marktæk tengsl milli þess hversu þáttakendur telji verðið sangjarnt við stækkandi húsnæði ( $p>0,05$ ). Sjá má sjá mýkri afstöðu eftir því sem húsnæðið er stækkandi og því mögulegt að kaupendur stærri eigna séu viljugari að teygja sig umfram ásett verð þegar um eftirsóttar eignir er að ræða að öðru leyti.

Niðurstöður viðhorfs til verðlagningar og skuldsetningarvilja benda því til þess að kaupendur telja þessa þætti skipta tölverðu máli.

Kaupviljinn hafi verið lengi heftur vegna lánavirfingreiðslu eins og fram kom í sögulegu yfirliti og eftirspurnin milli 2004 og 2008 mögulega afleiðing þess þar sem fólk væri ekki endilega að átta sig á heildarmyndinni. Niðurstöður hér styðja þessa umræðu þar sem svo afgerandi viðhorf til mikilvægis verðs og afborgana verða ekki skýrðar betur með öðrum hætti ef tekið er tillit til þess að ánægja með fjárhagsþáttin var hvað minnst. Engin tengsl voru milli þess hversu mikilvægt kaupendur telja að afborganir séu innan greiðslugetu og þess hversu sáttir þeir eru með fjárhagslega áætlun ( $p > 0,05$ ).

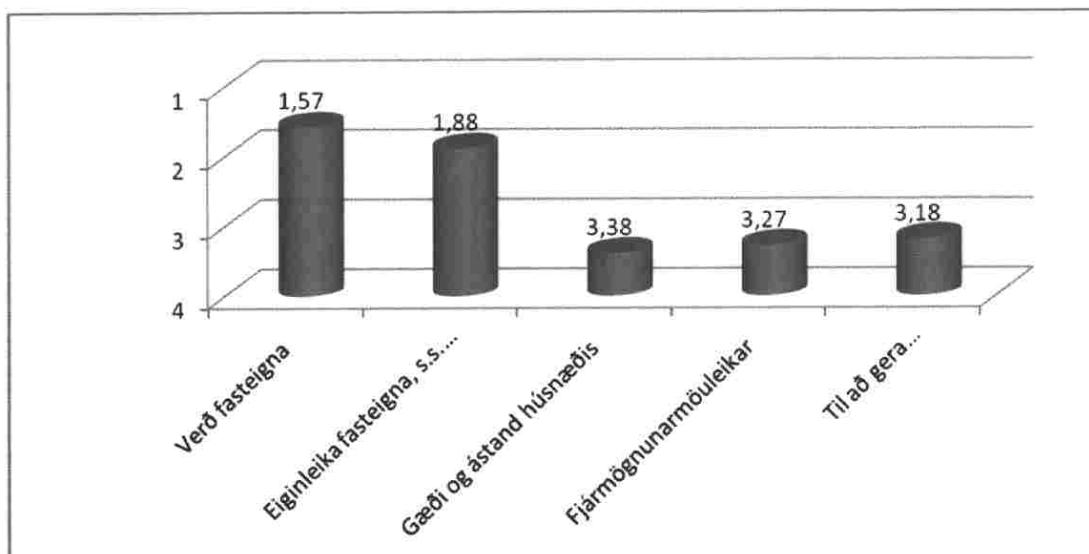
Því er ekki hér að finna tengsl milli áherslu á að fjárfesta varlega og ánægju. Engin tengsl voru heldur milli þess hversu miklar breytingar höfðu verið í kaupferlinu á verði og þess hversu ánægðir kaupendur eru með fjárhagslega þáttinn eins og telja má að skipti máli samkvæmt kenningum Whang (2002).

Því má telja að ánægja kaupenda með fjárhagslega þáttinn tengist ekki skýrri upphaflegri afmörkun eða því að halda sig við hana heldur byggist hún mögulega frekar á fjárhagslegu svigrúmi til að takast á við breitilegar aðstæður.

Eins og fram kom í lok sögulegrar umfjöllunar varð gríðaleg aukning eftirspurnar í framhaldi af breyttum aðstæðum á lánamarkaði upp úr 2004. Samkvæmt þessum niðurstöðum virðist kaupvilji þó ekki tengjast verði og skuldsetningarvilja sem líklega má telja skammtíma viðhorf vegna ójafnvægis á markaði í kjölfar mikillar sveiflu.

## 5.4 Ánægja með gegnsæi upplýsinga

Gegnsæi upplýsinga er talinn mælikvarði á gæði samkeppnismarkaðarinnar (Carlton og Perloff, 2005). Einnig hefur Whang (2002) sýnt fram á tengsl aðgengis upplýsinga og ánægju kaupenda svo mikilvægt er að skoða afstöðu kaupenda til aðgengileika upplýsinga við mat á svo flóknum kaupum sem fasteignakaup eru. Viðhorf kaupenda var mælt á fimm punkta jafnbila merkingarkvarða þar sem einn stóð fyrir mjög aðgengilegar upplýsingar og fimm fyrir mjög óaðgengilegar upplýsingar. Aðgengi að upplýsingum var mælt á fimm þáttum og sýnir mynd 34 sýnir meðtal hvers þáttar. Sjá má að ánægja þáttakenda var nokkuð mismunandi eftir því hvaða upplýsingaveitir áttu í hlut auk þess sem nokkur munur var á staðalfrávikum viðhorfa innan hvers þáttar.

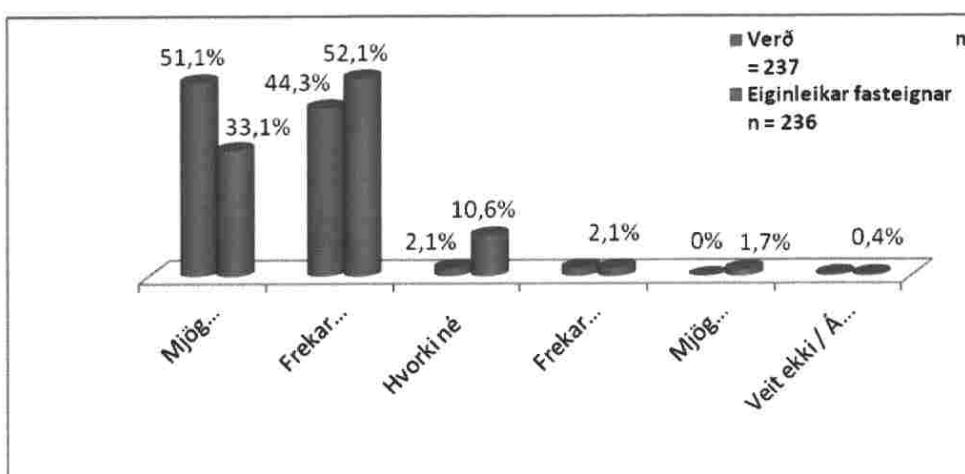


Mynd 34. Gegnsæi upplýsinga við fasteignaleit

Þáttakendur töldu upplýsingar um verð og eiginleika fasteigna hvað aðgengilegastar en upplýsingar um gæði og ástand nær því að vera frekar eða mjög óaðgengilegar. Viðhorf til fjármögnunarmöguleika var einnig fyrir neðan meðtal sem er nokkuð athyglisvert en sú þjónusta er nokkuð aðgreind í fasteignakaupum og tilheyrir bönkum og fjármálstofnunum. Að lokum má sjá að kaupendur telja það ekki endilega eins erfitt að vinna úr þessum upplýsingum til samans.

Tölulegar upplýsingar hafa bent til gegnsæis á verði og gæðum vörunnar ef horft er til þess hversu hratt verð þróast eftir framboðs- og eftirspurnarföllum. Einnig kom fram í viðtölum fasteignasala hversu kaupendur séu almennt með skýrar hugmyndir um ásættanlegt verð í tilboðsgerð. Mynd 35 sýnir að meðal ánægja þátttakenda var hæst með upplýsingar um verð (1,57) og næst kom ánægja með upplýsingar um eiginleika fasteignarinnar (1,88). Þátttakendur virðast einnig meira sammála um gott aðgengi að verði (staðalfrávik 0,71), þar sem 96% þeirra töldu þessar upplýsingar mjög eða frekar aðgengilegar. Staðalfrávik viðhorfa til eiginleika var aðeins meira (0,855) og nokkru fleiri sem höfðu hlutlausa afstöðu.

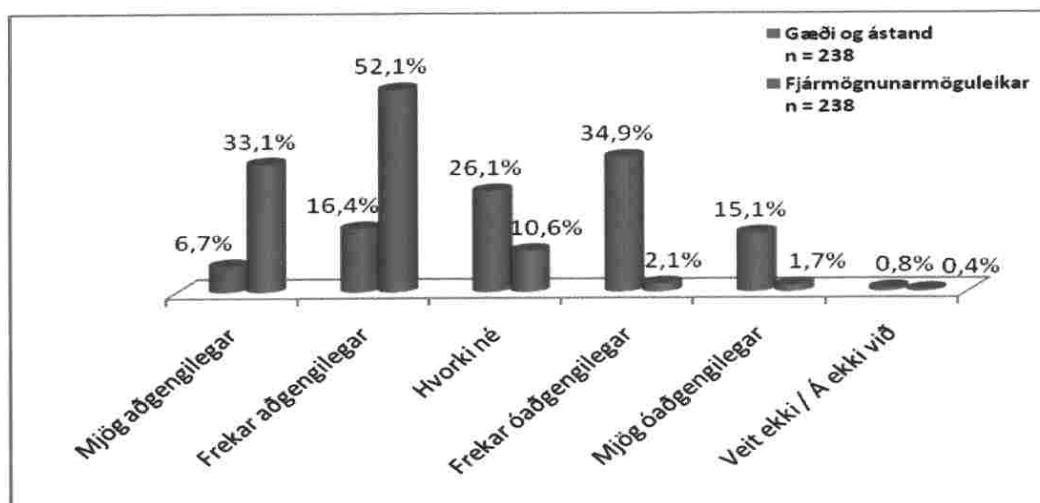
Í umfjöllun fasteignasala kom fram hversu viðtæk þessi viðmiðun væri og netupplýsingarnar því í mörgum tilfellum það sem stýrir verðþróun umfram margt annað. Sem dæmi vitni umfjöllun fjölmíðla gjarnan í ásett verð og við verðmat sé verð á eignum í nágrenninu bæði seldum og óseldum notað til viðmiðunar.



Mynd 35. Aðgengi að upplýsingum um verð og eiginleika fasteigna

Pannig séu verðupplýsingar mögulega að snúast í andhverfu sína þar sem svo mörg hreyfiðl vinni út frá þessum upplýsingum. Hvort það er raunin eða ekki er þó ljóst að aðgengi að verði og í flestum tilfellum almennum upplýsingum um helstu eiginleika mjög aðgengilegt neytendum og hjálpar þeim að gera samanburð milli sambærilegra eiginleika. Ánægja með upplýsingar um gæði og ástand húsnæðis var nokkuð minni en þær samanstanda af gögnum frá seljendum, fasteignasala og af fyrirliggjandi gögnum samkvæmt viðmælendum viðtalanna.

Viðhorf til aðgengileika upplýsinga um gæði og ástand eigna mældist rétt fyrir neðan miðgildið 3, eða 3,38 á merkingarkvarða og nálægt því að teljast hlutlaust viðhorf. Dreifing var einnig vaxandi eða 1,151. Mynd 31 sýnir að þrátt fyrir að meðalviðhorf mælist rétt við hlutleysisbil hafa flestir það viðhorf að þessar upplýsingar séu óaðgengilegar og rúm 15% telja þær mjög óaðgengilegar. Líklegt er að flækjustig þessa upplýsinga skipti máli auk þess sem öflun frekari upplýsinga veltur á frumkvæði kaupenda.



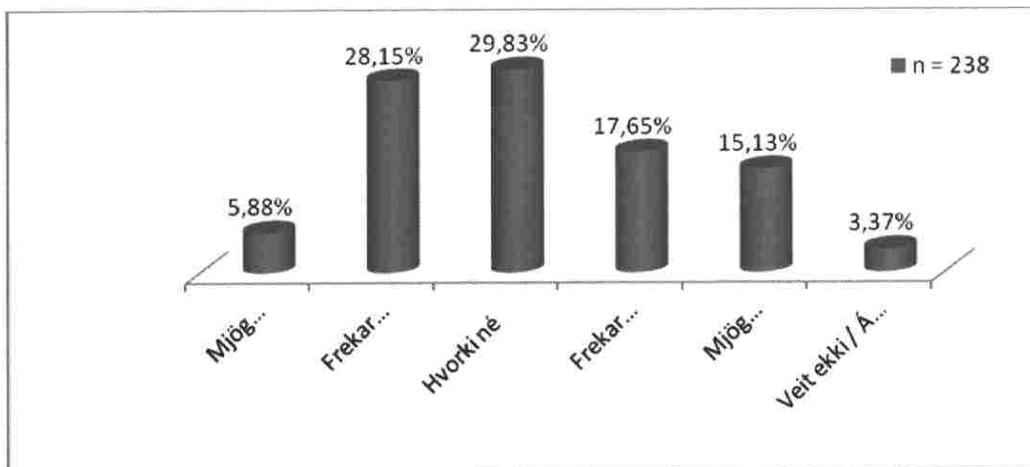
Mynd 36. Aðgengi að upplýsingum um ástand og fjármögnunarmöguleika

Ef þetta viðhorf er borið saman við það hversu sáttir eigendur eru með ástand húsnæðisins eftir kaup má telja að tölverður hluti kaupenda fjárfesti án þess að þekkja nægjanlega raunverulegt ástand húsnæðisins sem þó leiðir ekki endilega til óánægju með kaupin eins og komið hefur fram áður þar sem eftirlit er almennt nokkuð við framkvæmdir. Viðhorf til aðgengis að fjármögnunarmöguleikum var 3,26 sem bendir til þess að þrátt fyrir bæði vefmiðla og sérfræðiráðgjöf sem fjármálastofnanirnar bjóða upp á er það ekki að skila sér á nægilega aðgengilegan hátt að mati neytenda. Mögulega spilar hér inn í það að önnur stofnun sér um þessa þjónustu í kaupferlinu auk þess sem telja má að flækjustig lánamöguleika hafi aukist síðustu ár með vaxandi aðild fjármálamarkaða að erlendum mörkuðum..

Aðgengi upplýsinga til að gera heildarsamanburð mældist á jafnbila nafnkvarða örlítið fyrir ofan miðgildið eða 3,181. Með skilgreiningu á aðgengi upplýsinga er leitast við að mæla annarsvegar aðgengileika og hins vegar skiljanleika upplýsinga til að gera

heildarsamanburð. Dreifing var töluverð (1,255) og eins og ofangreind mynd 36 sýnir er hlutleysi því ekki niðurstaðan þrátt fyrir meðaltalsviðhorf á hlutleysisbili. Stór hluti þáttakenda var hlutlaus eða frekar jákvæður en athyglisvert er þó að fleiri hafa afstöðu um að þessar upplýsingar séu mjög óaðgengilegar frekar en mjög aðgengilegar.

Líklegt er að kaupendur hafi mismunandi þekkingu að baki við upplýsingaleit þar sem sumir eru vel að sér í fjárhagslegu hliðinni meðan aðrir þekkja betur ástand húsa. Það er hlutverk seljanda eða fasteignasala að miðla upplýsingum en að lokum er það svo kaupanda að taka ákvörðun sem hámarkar einstaklingsbundið virði. Það getur því verið flókið þar sem á þessu stigi er tekin stór ákvörðun sem byggir á mörgum mismunandi upplýsingum. Á mynd 37 er sýnd hlutfallsleg skipting viðhorfa til þess hversu aðgengilegt þáttakendum þótti að gera heildarsamanburð allara upplýsinga við val. Það var meðaltal viðhorfa 3,18 þar sem 1 er mjög aðgengilegt og fimm hvorki né.



**Mynd 37. Aðgengi að upplýsingum til að gera heildarsamanburð**

Að sögn fasteignasala má telja að endanlegt mat byggist auk þess á mun fleiri áhrifaþáttum en hér hafa verið skilgreindir og fram kom að kaupendur eru gjarnan mjög ákveðnir þegar þeir hafa bitið í sig áhuga á einhverri fasteign. Þannig sé algengt að gerð séu tilboð aftur og aftur eða tilboð og gagntilboð nokkrum sinnum þrátt fyrir að töluvert beri milli í upphafi.

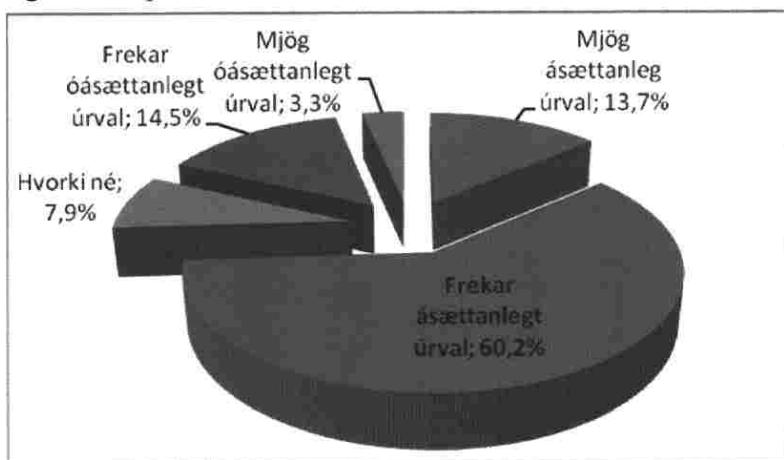
Engu að síður eru upplýsingar um verð, ástand og kjör mikilvæg til að gera samanburð og meta virði eigna og má hér draga þá ályktun að aðgengi upplýsinga mætti vera betra eftir því sem flækjustig þeirra verður hærra.

## 5.5 Neytendavernd og samningsstaða kaupenda á markaði

### 5.5.1 Samkeppnisumhverfið

Spurningum eitt, þrjú og fjögur var ætlað að mæla viðhorf kaupenda til vöruframboðs og samkeppnisástands þegar þeir fjárfestu. Þessi hluti er upphaflega afmarkaður sem mæling á einni af fimm víddum sem hafa áhrif á ánægju kaupenda og er ætlað að mæla samkeppni milli seljenda, jafnvægi milli framboðs og eftirspurnar og úrvals í boði.

Spurt var um hvort viðkomandi teldi hafa verið ásættanlegt úval fasteigna í boði þegar fjárfest var. Spurningin var á jafnbila kvarða þar sem einn stóð fyrir „mjög ásættanlegt úval” og fimm fyrir „mjög óásættanlegt”. Meðaltal svörunar var 2,349, eða mitt á milli frekar ásættanlegt og hvorki né og nokkur dreifing eða 1,328. Mynd 38 sýnir hlutfallslega skiptingu svara þar sem „Frekar ásættanlegt“ lýsir viðhorfi flestra þátttakenda.



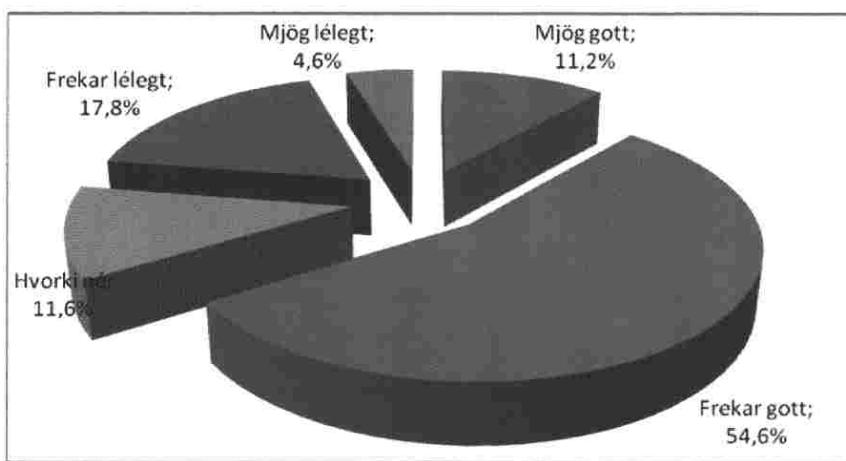
Mynd 38. Hversu ástættanlegt úval fasteigna var í boði á markaði

Ekki voru tengsl milli viðhorfa eftir húsnaðistegund svo gera má ráð fyrir að aðrir þættir hafi hér áhrif. Fyrri umræða sýndi að hátt hlutfall kaupenda breytir lítið eða ekki kert út af upprunalegum vilja með stærð og hverfi svo líklega afmarkar það úval hluta kaupenda. Einnig má gera ráð fyrir að úvalið hafi verði eitthvað misgott þar sem fram hefur komið að eftirspurn hefur sveiflast töluvert þessi tvö ár sem þátttakendur voru að fjárfesta. Engu að síður er hér jákvæð afstaða í gangi og  $\frac{3}{4}$  hlutar kaupenda telja úvalið frekar og mjög ásættanlegt. Það bendir til að þrátt fyrir mikla eftirspurn hafi ekki endilega verið skortstaða á markaði.

### 5.5.2 Viðhorf til samkeppnisástands

Spurt var um viðhorf kaupenda til samkeppnisástands á fasteignamarkaði og samkeppnisástand skilgreint sem jafnvægi milli framboðs og eftirspurnar.

Viðhorfið var mælt á fimm punkta merkingarkvarða þar sem einn var mjög gott samkeppnisástand, og fimm mjög lélegt. Meðaltal viðhorfa kaupenda var 2,512 eða milli þess að telja ástandið frekar gott og hvorki né og staðalfrávik 1,075. Mynd 39 sýnir hlutfallslega skiptingu þar sem dreifing var minni en í fyri spurningu en viðhorfið lægra og fleiri sem höfðu afstöðu um mjög eða frekar slæmt ástand.



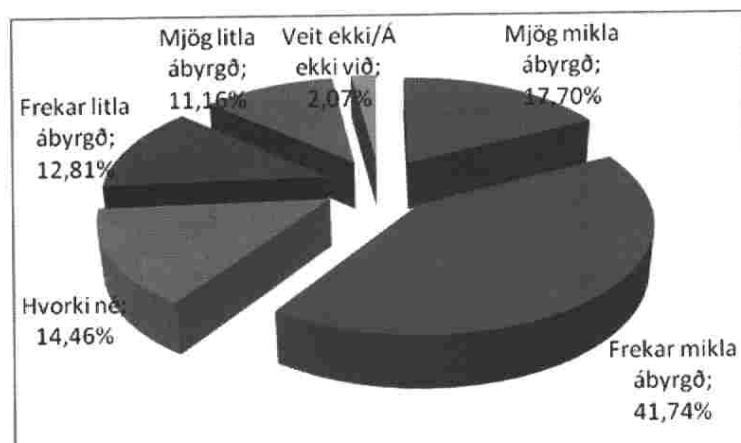
Mynd 39. Samkeppnisástand þegar fjárfest var

Fram kom í viðtölunum að þegar eftirspurnin jókst um 2005 hafi tími fullnaðargreiðslu (eða kaupferlis), styst verulega. Einnig olli þenslan breytingum í tilboðshegðun þar sem ekki þýddi að gera tilboð nema sem næst ásettu verði auk þess sem oftar en ekki voru eignir farnar ef viðkomandi tóku sér of langan umhugsunartíma. Þessu virtust kaupendur hafa verið mjög fljótir að átta sig á og tileinka sé nýjar leikreglur í samhengi við ástandið hverju sinni. Engu að síður sýna þessar niðurstöður að kaupendur virðast ekki hafa upplifað markaðsástandið á neikvæðan hátt og virðast þokkalega sáttir þrátt fyrir það ójafnvægi sem virðist hafa verið til staðar.

Líklegt er að þessar niðurstöður endurspegli mismunandi viðhorf þar sem samkeppnis-ástandið var töluvert breytilegt síðustu tvö ár. Kaupendur virðast þó almennt jákvæðir gagnvart samkeppnismálverfinu og líklegt er að skili sér í heildaránaðju. Það er án efa jákvætt fyrir kaupendur þó það viðhorf komi nokkuð á óvart.

### 5.5.3 Ábyrgð stjórnvalda

Þáttakendur voru beðnir að tjá afstöðu sína um það hversu mikla ábyrgð þeir telja stjórnvöld bera á ánægju kaupenda með stöðu á fasteignamarkaði. Spurningin var eins og áður á fimm punkta jafnbila kvarða þar sem einn stóð fyrir mjög mikla ábyrgð og fimm fyrir mjög litla ábyrgð. Meðaltal viðhorfa mældist 2,640 sem er nálægt miðgildi en dreifing tölverð eða 1,329 og sýnir mynd 40 hlutfallslega skiptingu viðhorfa.



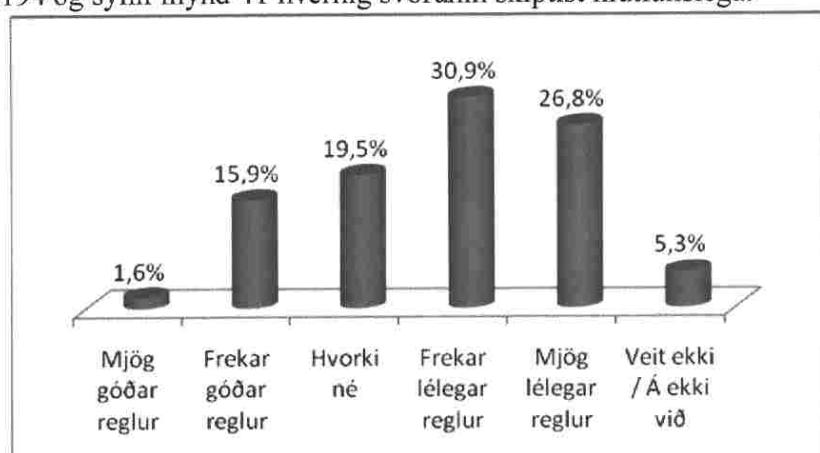
Mynd 40. Ábyrgð stjórnvalda

Hér telja um 60% kaupenda, yfirvöld bera mikla eða frekar mikla ábyrgð á ánægju kaupenda. Þessi spurning er nokkuð pólitísk og líklegt að húsnæðiseigendur almennt hafi nokkuð breiða afstöðu tengdum opinberri umfjöllun. Einkavæðing fjármálamarkaðarins og tilveruréttur Íbúðaláanasjóðs eru líklegir efniviðir til að móta þessa afstöðu að hluta. Þessir þættir hafa pólitískt vægi og því meira sýnilegir en margt annað gegnum ríkispólitíkina auk þess sem hagsmunaöfl á fjármálamarkaði verja sína stöðu eins og hægt er hverju sinni. Hugmyndafræði einkavæðingar naut ekki mikils fylgis í upphafi eins og fram kom í sögulegri umfjöllun en telja má að hún hafi fengið byr undir báða vængi þegar fjármálastofnanir og íslenskar fyrirtækjaeiningar náðu óvæntum jákvæðum árangri á skömmum tíma. Síðan þá hefur kaupmáttur og fyrirgreiðsla dalað og umfjöllun aukist um ábyrgð stjórnvalda gagnvart heimilum landsins.

Hér má því telja að hægt sé að túlka niðurstöður sem afstöðu kaupenda á mikilvægu hlutverki stjórnvalda sem ábyrgðaraðila á velferð í húsnæðismálum.

#### 5.5.4 Reglur um neytendavernd og hversu vel þeim er fylgt

Viðhorf til neytendaverndar (e. *consumer protection*) var ein þeirra fimm vídda sem danska ánægjulíkanið er byggt á. Hún skilgreinir viðhorf kaupenda til reglugerða og laga um neytendavernd. Einnig mælir hún það hversu kaupendur telja aðila á markaði virða þær reglugerðir og lög og hversu auðvelt telst að fá rétt sinn bættan ef þarf. Kaupendur voru fyrst spurðir um það hvernig þeir telja reglur um neytendavernd vera sem vernda þá gegn ófullnægjandi afhendingu húsnaðis eða þjónustu og tekið fram að hér væri átt við almennar reglur. Viðhorfið var mælt á fimm punkta jafnbila merkingarkvarða eins og áður þar sem einn stendur fyrir mjög góðar reglur og fimm fyrir mjög lélegar reglur. Meðaltal var 3,813 eða við gildið „Frekar léleg vernd“. Staðalfrávikið var 1,194 og sýnir mynd 41 hvernig svörunin skiptist hlutfallslega.



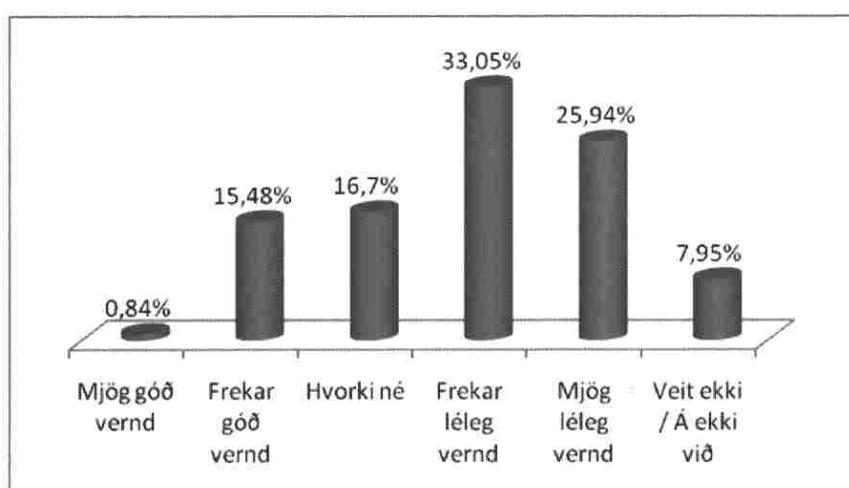
Mynd 41. Hversu góður eru reglur um neytendavernd

Hér má sjá frekar neikvætt viðhorf þar sem innan við 2% kaupenda telja reglurnar mjög góðar en tæplega 27% taka jafn sterka afstöðu í hina áttina. Gera má ráð fyrir að þeir sem hafa sterkstu afstöðuna á hvorum enda hafi reynslu af málum þar sem reynt hefur á neytendavernd og mögulegt að persónuleg reynsla eða upplifun móti sterkara viðhorf. Af þessu má ráða að kaupendur hafa frekar neikvætt en jákvætt viðhorf til neytendaverndar sem verndar kaupendur gegnum kaupferlið ef eithvað ber út af. Þar virðist þriðjungur hafa mjúka en þó neikvæða afstöðu meðan fjórði partur til viðbótar hefur sterka afstöðu um mjög lélegar reglur. Síðar í þessum kafla verður fjallað nánar um viðhorf kaupenda sem komu í opnu spurningunni og tengst ofangreindu viðhorfi.

### 5.5.5 Reglur sem tryggja hlutlaus og fagleg vinnubrögð

Kaupendur voru beðnir að lýsa skoðun sinni á því hvernig þeir telja reglur vera sem tryggja hlutlaus og fagleg vinnubrögð fasteignasala og umboðsaðila þeirra.

Viðhorf var mælt á fimm punkta jafnbila merkingarkvarða eins og áður þar sem einn stendur fyrir „mjög góða vernd“ og fimm fyrir „mjög lélega vernd“. Meðaltal var 3,916 eða við gildið „Frekar léleg vernd“. Nánast sama dreifing var og áður, 1,199 en neikvæðari afstaða. Tæp 60% telja vernd frekar eða mjög lélega og tæp 17% með frekar og mjög jákvæða afstöðu á móti. Hér má og sjá hækkandi hlutfall þeirra sem taka ekki afstöðu.



Mynd 42. Vernd sem tryggir hlutlaus vinnubrögð fasteignasala

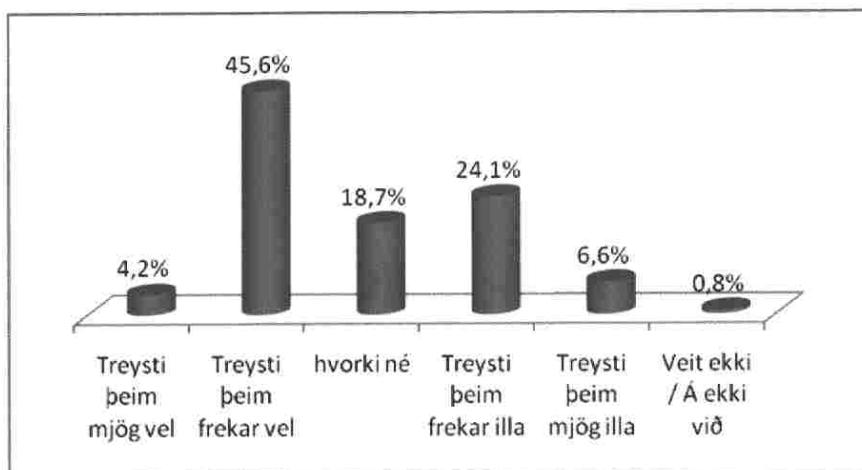
Fasteignasalar hafa afmarkað sitt hlutverk við upplýsingamiðlun gagnvart báðum aðilum og sérþekkingu á frágangi á gögnum..

Hér má sjá að viðhorf svarena benda til þess að almennt sé þó til staðar neikvætt viðhorf til reglugerða sem tryggja hlutlaus vinnubrögð þeirra sem eru milliliðir í samningum. Þetta viðhorf styður tvær fyrri spurningar og þá tilgátu að kaupendur séu frekar að upplifa neikvæða þætti í kaupferlinu eftir að búið er að velja og/eða festa eignina en við val og leit í upphafi.

Þessar niðurstöður benda til þess að fasteignasalar þyrftu að huga að ímynd sinni og möguleikum til að vinna að jákvæðara viðhorfi hjá kaupendum.

### 5.5.6 Traust á almennum upplýsingum

Þáttakendur voru spurðir að því hversu vel þeir treysta almennum upplýsingum til að vera áreiðanlegum og fullnægjandi. Spurt var á fimm punkta kvarða eins og áður og var meðaltal svörunar 2,859, eða jákvæðu megin við hlutleysismörk. Staðalfrávikið 1,090 staðfestir að nokkur dreifing er til staðar og sýnir mynd 43 hvernig svörunin skiptist hlutfallslega. Hér er niðurstaðan jákvæðari en annað viðhorf til neytendamála og benda niðurstöður til þess að um helmingur kaupenda telur sig geta treyst þessum upplýsingum frekar eða mjög vel.



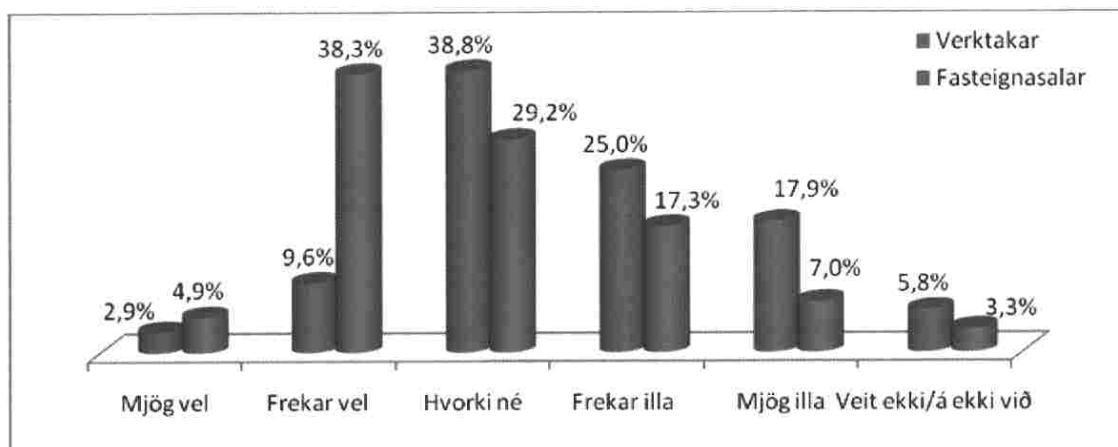
Mynd 43. Traust á almennum upplýsingum

Almennar upplýsingar eru hvað helst upplýsingar sem fólk fær um húsnæði í boði gegnum vefmiðla og hefur aðgengi að þeim upplýsingum tekið stakkaskiptum með tilkomu Internetsins að sögn fasteignasala. Líklegt að hátt hlutfall fullyrðingarinnar „Treysti þeim frekar vel“ endurspegli mjúka afstöðu kaupenda enda eru hér upplýsingar sem auðvelt er að sannreyna betur ef til kaupa kemur. Því má telja að núverandi fyrirkomulag á boðleiðum milli kaupenda og seljenda um úrval í boði geti talist ásættanlegt, þá sérstaklega þar sem ekki er um viðameiri upplýsingar að ræða en til að vekja fyrstu athygli á eigninni sem er svo tekin til frekari skoðunar í framhaldi. Fjórðungur kaupenda treystir þessum upplýsingum frekar eða mjög illa og bendir það til þess að til staðar sé hópur kaupenda sem mögulega hefur fengið rangar upplýsingar, eða byggir mögulega skoðun sína á neikvæðu viðhorfi til rafrænna upplýsingamiðla.

### 5.5.7 Hversu vel er reglum fylgt

Þáttakendur voru beðnir að lýsa skoðun sinni á því hversu vel þeir telji verktaka og fasteignasala fylgja þeim reglum sem settar eru til að verja neytendur og er þetta eina spurningin þar sem viðhorf til verktaka er mælt sérstaklega. Spurt var á fimm punkta kvarða þar sem einn var „mjög vel“ og fimm var „mjög illa“. Einnig var eins og áður hægt að merkja við „veit ekki /á ekki við“ og beðið um að merkja við hvorn aðila fyrir sig.

Meðaltal viðhorfa til vinnu fasteignasala var 2,93 og verktaka var 3,63 og sýnir mynd 44 hvernig viðhorf kaupenda skiptist niður. Hér má sjá að fasteignasalar er með nokkuð sambærilega niðurröðun viðhorfa en þó mjög nálægt því að vera einu þrepi fyrir ofan verktaka.



Mynd 44. Hversu vel er reglum fylgt af seljendum og verktökum

Rúm 10% þáttakenda telja verktaka fylgja reglum frekar eða mjög vel meðan rúm 43% telja þá fylgja reglum frekar eða mjög illa. Þetta bendir því til þess að viðhorf húsnæðiskaupenda sé fyrir neðan hlutleysismörk og frekar neikvætt og líklegt að hér sé tækifæri fyrir þessa aðila að bæta stöðu sína.

Í opinni spurningu listans kom fram umfjöllun þar sem kaupendur tóku fram að verktakar væru mjög misjafnir. Það bendir til þess að einhverjir aðilar á markaði hafa skapað sér góða ímynd en líklegt að þetta viðhorf byggist hvað helst upp á tveimur þáttum. Annars vegar gæðum og ástandi húsnæðisins og hversu vel aðilar standa við upphaflegt samkomulag fram að afhendingu. Einnig er líklegt að viðhorfið byggist á verðlagningu og samskiptum í samningargerð.

Þessar tilgáтур byggja á niðurstöðum opnu spurningarinnar sem fjallað verður um nánar í næsta kafla. Eins og sjá má er meðaltal á viðhorfi til vinnu fasteignasala við hlutleysismörk og fjölmennasti hópurinn telur sig geta treyst þeim frekar vel. Það kom þó á óvart hér hversu lítill hluti kaupenda telur sig geta treyst þeim mjög vel.

Ef horft er til þess að þessir aðilar hafa milligöngu með stórar fjárhæðir og stærstu fjárfestingu sem fólk gerir almennt mætti ætla að hér þyrfti að vera sterkara traust til staðar.

Af niðurstöðum opnu spurningarinnar má einnig ráða að kaupendur gera töluverðan greinarmun milli fasteignasala og bera mismikið traust til þeirra svo líklegt er að hér hafi einnig aðilar náð að skapa sér trausta ímynd. Af þeim má einnig ráða að helsta brotalömin í viðhorfum neytenda sé vegna stöðu fasteignasala sem umboðsaðila bæði kaupenda og seljenda þá sérstaklega gagnvart kaupendum að nýbyggingum þar sem seljendur teljast hafa myndað tengsl við fasteignasalann og ólíklegt að þeir nýti umboðsmann sem ekki sinnir þeirra hagsmunum sem best.

Hér er því um að ræða frekar lítið traust bæði til framkvæmdaraðila sem byggja húsin og einnig til þeirra sem hafa milligöngu með þessi viðskipti. Neikvæð afstaða gagnvart verktökum vakti athygli, þá sérstaklega ef horft er til þess hversu stór viðskipti fara hér fram.

Ánægja kaupenda með ástand húsnæðisins er því ekki í samræmi við það traust sem þeir leggja á byggingaraðila eða umboðsaðila og né heldur þekking kaupenda á ástandi.

Ef horft er til þess að ánægja kaupenda er þó jákvæð í öllum tilfellum má telja að reglugerðir og núverandi fyrirkomulag sé þó að skila kaupendum nokkuuð ásættanlegum áviningi.

### **5.5.8 Viðhorf kaupenda til neytendaverndar**

Ein opin spurning var í spurningalistanum þar sem þátttakendur voru beðnir að svara því hvort þeir telji þörf á betri neytendavernd og ef svo er að hvaða leyti. Þar svöruðu 97 þátttakendur og voru svörin flokkuð eftir innihaldi eins og kostur er.

Nokkrir þátttakendur fjölluðu þó um meira en eitt mál og eru þau svör tekin í sundur til að hægt sé að sjá betur hvað þátttakendum finnst öðru fremur mikilvægt að koma á framfæri. Svörin sjálf eru listuð í viðauka 10 en hér verður fjallað um helstu niðurstöður þar sem þær eru flokkaðar eftir efni og áherslum.

Níu aðilar svöruðu því neitandi eða töldu ekki þörf á betri neytendavernd. Þannig tóku níu aðilar afstöðu um að ekki sé þörf á betri neytendavernd. Fimm aðilar sögðust ekki hafa skoðun á neytendavernd, ekki lent í neinu eða ekki sett sig inn í málið til að hafa afstöðu. 83 þátttakendur töldu þörf á betri neytendavernd og tóku afstöðu um nokkur dæmi sem þeir töldu þörf á að bæta.

### **Skortur á upplýsingum**

Þrettán aðilar komu með athugasemdir um skort á upplýsingum og mikilvægi þess að allar upplýsingar séu til staðar. Hér virðist helst átt við upplýsingar um réttindi kaupenda ef eitthvað ber út af, úttektir á ástandi húsnæðis og um kostnað. Einnig töldu kaupendur mikilvægt að upplýsa aðila fyrirfram og koma þessum upplýsingum á framfæri á skýran og aðgengilegan hátt. Tafla 4 tilgreinir nokkur dæmi.

**Tafla 3. Athugasemdir þátttakenda, skortur á upplýsingum**

• upplýsa betur hvað það er sem kaupendur þurfa að varast, fæstir vita það fyrr en efirá þegar vandamálin eru búin að gerast.
• Já amk. betri upplýsingar um réttindi og hvert leita skuli ef eitthvað kemur upp á.
• Eitthvað fast form á því hvaða upplýsingar kaupendur fá um bæði húsið og fjármögnun.
• Auðvelda aðgengi upplýsinga og aðstoðar fyrir fyrstu kaupendur
• Reglur þurfa að vera á máli sem allir skilja svo leikreglur séu skýrar. tryggja upp upplýsingamiðlun áóllum stigum til beggja aðila.
• já þarf einfaldar og aðgengilegar upplýsingar um réttindi húsnæðiskaupenda
• Þarf að upplýsa og útskýra, njörva vel niður í þægilega og ekki of flókna liði
• Skýrari reglurlög og þegar eitthvað er að þá sé ljóst hvert að beina athguasemnum.

## Vantar úttekt

Nokkuð samhliða umfjöllun var um nauðsyn þess að til staðar væri fagleg úttekt á húsnæðinu. Hér komu tólf athugasemdir um það sérstaklega þar sem helstu áherslupunktar eru mikilvægi þess að hlutleysis sé gætt við úttekt. Einnig var fjallað um mikilvægi eftirfylgni við byggingareglugerðir og faglega ástandsþóðun af óháðum aðila. Hér virðist því smitast saman viðhorf um hagsmunárekstra fasteignasala og nauðsyn þess að nýta faglega úttekt á ástandi húsnæðisins. Í töflu 5 má sjá dæmi um athugasemdir sem fram komu.

**Tafla 4. Athugasemdir þáttakenda, vantar úttekt**

- |   |
|---|
| • Já varðandi ástand húsnæðis og hvort reglugerðum hafi verið fylgt. Þarf að sjást betur byggingarferli og eftirlit á öllum byggingarstígum og hafa þá sögu aðgengilega.  |
| • Nauðsynlegt er að koma á gerð ástandsskýrsla sem framkvæmdar eru af óháðum aðila  |
| • Ástandsskóðun ætti að vera skylda seljenda og það þarf að fylgjast betur með störfum fasteignasala  |
| • Ástandsskóðun af óháðum aðila þarf nauðsynlega að koma og vera sjálfkrafa í öllum þessum gjöldum  |
| • Já..tel að það ætti alltaf að vera matsgerð á húsnæði sem er sett á sölu. Verður að vera löggiltur og óháður matsmaður. Þá fá vœtanlegir kaupendur mun betri yfirsýn hvað er að og hvað ekki.   |
| • Já ekki spurning. Betra aðgengi að hlutlausum aðilum til að meta húsnæði sem um er að ræða.   |
| • Það þarf að breyta lögum þannig að fasteignasalar gæti ekki bæði hagsmuna seljanda og kaupanda, fer ekki saman. Eins þyrti að vera lagaleg skylda að fagmaður taki út eign sem eigi að selja, svo kaupendur viti hvað þarf að lagfæra við eignina, ætti að minnka leynda galla. |

## Betra eftirlit, óvönduð vinnubrögð

Níu athugasemdir komu um mikilvægi þess að kaupendur fái ásættanlegan umhugsunarrest og eins að framkvæmdaraðilar gefi sér tíma til að viðhalda góðum vinnubrögðum. Líklegt er að þessi viðhorf tengist óvenjulegum þensluaðstæðum sem hafa verið á markaði og teljast því mögulega til skammtímaáhrifa að hluta. Tafla 6 eru dæmi um svör sem bárust.

**Tafla 5. Athugasemdir þáttakenda, eftirlit og vinnubrögð**

- |   |
|---|
| • Mikið er um að verktaðar flyti sér of mikið við að byggja og vandi ekki nógum vel til verksins. Þetta leiðir til allskonar vandamála. Margir eiga erfitt með að fá þessi mál leyst. Það þarf að vera betra eftirlit með þessum málum. |
| • Einnig að hver og einn kaupandi hafi viku í senn til að ákveða sig ætli hann að kaupa ákveðna eign. Með þessu má koma í veg fyrir óverulega hækjun fasteigna á skömmum tíma. Þessi aðferð er m.a. viðhöfð i Danmörku.                 |
| • Fasteignasalar beri meiri ábyrgð og taki ekki ólögleg aukagjöld   |
| • Meiri nákvæmni við gerð kaupsamninga og afsals  |
| • Ekki nægar kröfur gerðar til þerra sem eiga að selja fasteignir.  |
| • Þarf að fylgja betur eftir hvernig seljendur skila frá sér eigninni   |

## **Ekki hlutlausir seljendur.**

Fjölmennasta umfjöllunin laut að hlutleysi fasteignasala og seljenda og komu 25 athugasemdir um það atriði sérstaklega. Óánægja kaupenda virtist lúta helst að vantrausti til þess að fasteignasalar gæti hagsmunu bæði kaupenda og seljenda, auk þess að valfrelsi sé ekki til staðar með að kjósa sér talsmann. Möguleg hagsmunatengsl við verktaka eru einnig talin ámælisverð og komi enn frekar í veg fyrir hlutleysi að því er lýtur að nýju húsnæði. Tafla 7 sýnir nokkrar athugasemdir sem bárust.

**Tafla 6. Athugasemdir þáttakenda, hlutleysi fasteignasala**

- |  |
|--|
| • Sú þjónusta sem er á bak við umsýslugjaldið á að vera sér þjónusta og kaupandi að geta valið hvern hann fær í það. I söluaunum eiga líka að vera úttekt iðnaðarmanns með réttindi.   |
| • Af hverju má kaupandi ekki velja þann sem þjónustar hann í kaupsamning ? þarf nauðsynlega að vera valfrelsi um hvor sú þjónusta er keypt   |
| • Kaupendur þurfa að geta valið hver gætir hagsmunu þeirra óháð því hvar eignin var sett á sölu, sérstaklega þegar þarf að borga sérstaklega fyrir það.  |
| • Mætti vera til óháður fagaðili varðandi fasteignir og viðskipti, tel mjög mikilvægt að hafa það í góðu lagi. Aleiga og sparnaður almennings er í húfi.   |
| • Ferlegt þegar fasteignasalar eiga 50 -100 íbúðir sjálfrir  |
| • Að kaupandi hafi sinn aðila og seljandi sinn   |
| • Til dæmis að fasteignasalar sitji ekki beggja megin við borðið, p.e. vinni bæði selji og kaupi og að fasteignasalar beri meiri ábyrgð.   |
| • Gæta hagsmunatengsla milli verktaka og fasteignasala   |
| • Báðir aðilar þurfa að hafa sinn umboðsmann, líka kaupandi  |
| • Það þarf að breyta lögum þannig að fasteignasalar gæti ekki bæði hagsmunu seljanda og kaupanda, fer ekki saman. Eins þyrfti að vera lagaleg skylda að fagmaður taki út eign sem eigi að selja, svo kaupendur viti hvað þarf að lagfæra við eignina, ætti að minnka leynda galla. |
| • Fasteignasalar eru oftar en ekki umboðsaðilar byggjenda og peningalega tengdir,  |

## **Gallar**

Átta athugasemdir komu um nauðsyn þess að hafa betri neytendavernd gagnvart göllum á húsnæði sem koma í ljós eftir kaup. Hér virðist helst bent á framkvæmd nýbygginga og meðferð mála þar sem gallar eru ekki sýnilegir í upphafi. Í töflu 8 koma fram nokkrar athugasemdir.

**Tafla 7. Athugasemdir þáttakenda, gallar**

- |  |
|--|
| • Eftir því sem húsin eru betur byggð því minna þarf á henni að halda  |
| • Að sett sé skilvis /fjótleg leið til að greiða úr umkvörtunum, - Mjög mikilvægt að mál séu afgreidd skoðað/metið á sem stystum tíma. |
| • Skýrari reglur um leynda galla   |
| • Vegna leyndra galla og ófaglegra vinnubragða   |
| • Já handvömm verktaka alltof mikil og lítil vernd í boði  |
| • Of mikið um galla í nýbyggingum . vantar virkara eftirlit  |

## **Meira eftirlit**

Þáttakendur komu með umfjöllun um nauðsyn þess að virkara eftirlit sé með störfum fasteignasala og fagmennska og þekking seljenda látin vera lykill að gæðum. Ekki var hér nánari skilgreining á hvers kys eftirlit né með hverju nákvæmlega. Tafla 9 sýnir úrdrátt þessara athugasemda.

**Tafla 8. Athugasemdir þáttakenda, meira eftirlit**

- |  |
|--|
| • Já betra eftirlit opinberra aðila  |
| • Of mikið af lélegum fasteignasöllum og fólk sem þekkir illa til sem er að selja.   |
| • Tel að það þurfi meira eftirlit með fasteignasöllum eða fulltrúum þeirra, erfitt að vita hvort sá aðili sem þú talar við veit eitthvað |
| • Meira eftirlit með sölufulltrúum á fasteignasöllum   |
| • Þyrti að fylgjast betur með störfum fasteignasala  |

## **Peningamál**

Að lokum komu athugasemdir sem lúta fjármálamarkaði sérstaklega. Þáttakendur virðast ósáttir með þá óvissuhætti í fjármögnun sem leitt hafa til hækunar á afborgunarbyrði og skuldastöðu. Tafla 10 sýnir dæmi um þessar athugasemdir.

**Tafla 9. Athugasemdir þáttakenda, peningamál**

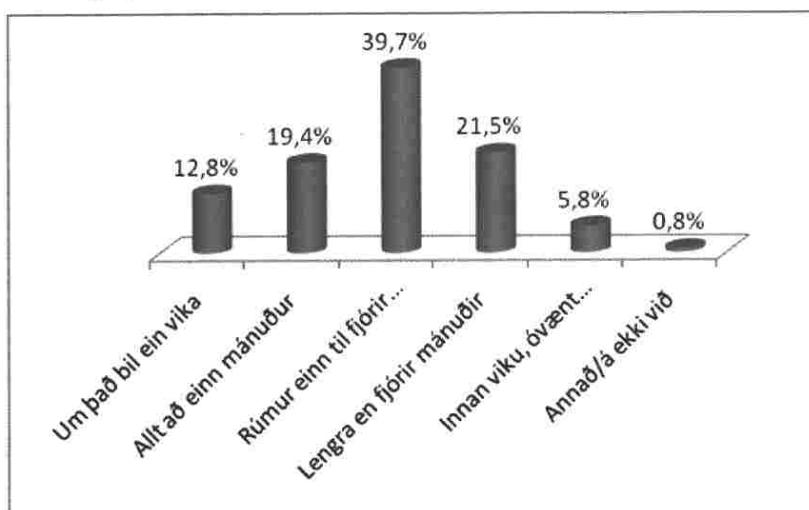
- |   |
|---|
| • Mér finnst aðallega vanta neytendavernd gagnvart óhagstæðum lánum   |
| • Í sambandi við vexti á lánum  |
| • Þarf að upplýsa betur með margra þætti til dæmis vísitölubindingu lána sem hefur breytt fjárhagslegum áætlunum  |
| • Ath þú spryrð um ábyrgð stjórnvalda, mér finnst vanta spurningu um ábyrgð bankanna- það eru þeir sem vaða inn á fasteignamarkað 2004 - valda því að verð spennist upp - eru þar um stundarsakir og draga sig til baka 2008. önnur rannsókn kannski. ? |

Niðurstöður sýndu í meginatriðum nokkuð sambærilegt umfjöllunarefni. Hér virðast svarendur hvað helst ósáttir við samningsstöðu sína gagnvart seljendum og vantreysta fasteignasöllum til þess að gæta hlutlausra hagsmunu. Einnig virðast svarendur ekki sáttir með aðgengi að upplýsingum og eftirfylgni neytendaverndar á faglegum úttektum. Þetta styður fyrri niðurstöður um viðhorf til gegnsæis upplýsinga og neikvæð viðhorf til reglugerða og eftirfylgni með þeim. Frammistaða verktaka og möguleg hagsmunatengsl þeirra við fasteignasala kom fram nokkuð ítrekað og styður það fyrri umfjöllun um viðhorf til starfa þeirra. Skortur á upplýsingum virðist einnig lúta að fjárhagslegu hliðinni þar sem óþekktir þættir valda fólk óánægju eftir á auk þess sem svarendur telja nauðsynlegt að auka aðhald með faglegum vinnubrögðum og eftirlit með málum sem ekki fara eins og óskað er og er.

## 5.6 Hversu ígrundað er ákvarðanaferlið

Í viðtöllum við fasteignasala kom fram að almennt hafi fasteignaleit tekið sex til tólf mánuði. Hér sé það auðvitað misjafnt hvort og þá hversu mikil fólk hefur afmarkað sig við hverfi, stærð eða verð. Undanfarin þrjú ár hafi þetta verið styttra ferli þar sem kaupendur virðast hafa tilhneigingu til að taka hraðari ákvarðanir eftir því sem eftirspurnin var meiri. Einnig kom það í kjölfarið að kaupferlið var styttra þar sem ekki þýddi að gera tilboð um greiðslur á jafnlöngu tímabili og áður hafði þekktst.

Niðurstöðurnar hlutfallslegrar skiptingar eru settar fram á mynd 45 og sýna að stærstur hluti kaupenda eða tæp 80% eyðir fjórum mánuðum eða minna í val á húsnæði og þar af rúm 30% minna en mánuð sem mögulega hefur neikvæð áhírf á viðhorf kaupenda. Niðurstöður opinnar umfjöllunar kaupenda styður þetta einnig þar sem umhugsunartími kaupenda virðist skipta máli og líklegt að þeir upplifi óþarfa streitu og óvandvirkni í ákvarðanatöku þegar hraða þarf hlutunum um of.



Mynd 45. Tími ákvarðanatöku

Ekki komu fram tengsl milli þess hversu langur tími leið við ákvarðanatöku og með ánægju kaupenda með húsnæðið að lokum. Mögulegt er að hér taki þeir sér lengri tíma sem afmarka sig meira og á hinn böginn framkvæmi hópur sem hefur kaupgetu hratt og tekur óvænt ákvörðun vegna húsnæðis sem losnar eða tækifærir sem talið er ákjósanlegt. Þetta er þó óvenju stuttur tími miðað við venjur fyrri ára og líklegt að þrýstingur vegna skammtíma ójafnvægis á markaði hafi þar helst áhrif.

## 6 Niðurstöður, samantekt

Meðaltal viðhorfa með hina skilgreindu þætti voru settir fram í upphafi niðustaðna og mældist heildaránægja kaupenda 1,959 eða alveg við gildið „frekar ánægður“ Kaupendum virðist því takast í megin atriðum mjög vel upp með að hámarka ávinning sinn í húsnæðiskaupum.

Kaupendur voru hvað ánægðastir með hverfið sitt og sveitarfélag auk þess sem þeir töldu húsnæðið almennt uppfylla vel þarfir fjölskyldunar. Þessar niðurstöður eru í samræmi við fyrri umfjöllun þar sem fram hefur komið að áhrif félagshópa getur verið mismikill og jafnvel töluberð. Fram kom í umfjöllun fasteignasala að síðustu ár hafa einkennst af bættum aðstæðum í framhaldi af auknu fjármagni á markaði. Einnig töldu fasteignasalar að með vaxandi breidd í tekjum og hærra hlutfalli erlends vinnuafls hérlandis hafi þeir fundið fyrir meiri áherslum hjá kaupendum á staðsetningar, útlit húsa og eftirsókn í nábýli við þjóðfélagshópa sem eftirsótt getur talist að samsvara sér með. Ef horft er til þessarar umræðu og niðurstöðu mælinga má því telja hér að áhrif félagshópa séu til staðar á markaði og virðast þau hafa töluberð áhrif á val og virði húsnæðiskaupenda. Einnig má telja að jákvæð afstaða kaupenda til þess hversu vel þeim hefur tekist að uppfylla þarfir fjölskyldunar sé að hluta til komin vegna aukinnar fyrirgreiðslu síðustu ára.

Vel skilgreindar væntingar í upphafi kaupa hafa verið talinn lykill að jákvæðum eftirkaupaáhrifum (Brink og Johnston, 1979; Lambin, 2000). Eftir því sem þær eru betur skilgreindar og afmarkaðar má telja að kaupandi sé búin að átta sig betur á því hvað hann vill og líklegra að hann finni eign sem uppfyllir persónbundnar væntingar.

Þannig virðist illa skilgreindur rammi yfir væntingar geta valdið því að kaupandi verður ekki sáttur með vöruna þó hún í raun uppfylli kröfur um gæði (Harrison, 2002).

Fram kom að upphaflegar hugmyndir um verð breyttust nokkuð í gegnum fasteignaleit hjá kaupendum en hugmyndir um staðsetningu og stærð lítið sem ekkert. Einnig kom fram að ánægja kaupenda með hverfið sitt og efnislega þætti var hvað hæst meðan ánægja með fjárhagslega þáttin var minnst. Hér virðist það því haldast í hendur hversu staðfastir kaupendur eru með upprunalegar hugmyndir sínar og þess hversu sáttir þeir verða í lokin eins og Whang (2002) hefur bent á hafi gerst annars staðar.

Niðurstöður mælinga á fjárhagslega þættinum sýna að kaupendur eru nokkuð mis sáttir með það hversu vel fjárhagsleg áætlun hefur staðist auk þess sem almenn ánægja er hér hvað minnst sem einnig í samræmi við fyrri umfjöllun á því hvernig illa skilgreindur fjárhagslegur rammi getur leitt til offjárfestingar.

Neytendaverd hefur verið talin einn af lykilþáttum í mati á gegnsæi og fullkomleika markaðarinns þar sem gildi réttra og aðgengilegra upplýsinga er lykill að ánægju kaupenda. Niðurstöður rannsóknarinnar sýna frekar neikvæða afstöðu til neytendaverndar hérlandis, bæði á reglugerðum sem í gildi eru og eins hversu vel þeim er framfylgt. Það virðast því ekki vera til staðar mikil eða sýnileg tengsl hér eins og ætla mætti miðað við fyrri umfjöllun milli góðrar neytendaverndar og jákvæðra eftirkaupaáhrifa. Hins vegar kom í ljós í opinni svörun þátttakenda að mikil óánægja er með ýmsa þætti þeirra aðila sem koma að kaupferlinu. Má þar helst nefna umboðsaðila kaupenda og húsbýggjenda og virðist því slök neytendavernd að mati þátttakenda skila sér í neikvæðum viðhorfum gagnvart samskiptum við seljendur og fasteignasala.

Slök neytendavernd að mati kaupenda virðist skila sér í lélegum vinnubrögðum og slakri upplýsingagjöf. Það veldur svo því að þeir virðast ósáttir með samskipti í kaupferlinu. Það skilar sér þó ekki beint í viðhorfum til eignarinnar nema ef um gallameðferðir sé að ræða. Neikvæð umfjöllun um vandamál vegna galla og mála sem upp koma eftir kaup benda þannig einnig til þess að neytendavernd skipti tölverðu máli við afmörkun á réttindum og skyldum aðila.

Áhrif nágranna, til hljóð- og umhverfismengunar voru þeir þættir sem taldir voru líklegastir til að valda óvæntum neikvæðum áhrifum að mati fasteignasala enda sýndu niðurstöður að kaupendur eru nokkuð missáttir hvað þetta varðar. Meðalánægja þessara þátta var þó frekar jákvæð og má því telja að reglugerðir og eftirlit með hljóð- og umhverfismengun almennt sé því að skila ásættanlegum ávinningi: það styður fyrri umfjöllun um mikilvægi neytendavernda og einnig má telja að hér séu þættir sem ekki eru innan þess ramma sem farið er á stað með í upphafi.

Þátttakendur töldu upplýsingar um verð og helstu einkenni húsnæðis nokkuð aðgengilegar sem er í samræmi við fyrri umfjöllun um jákvæð áhrif netmiðla á upplýsingagildi.

Gildi upplýsinga, aðgengi að þeim og réttmæti, er líka talinn mikilvægur áhrifapáttur á það hversu ánægðir kaupendur verða, (Carlton og Perloff, 2005) og sýnt hefur verið fram á áhrif þekkingar á fullkomleika markaðarinns (Nelson, 1970). Af niðurstöðum rannsóknarinnar var þó ekki að sjá tengsl milli jákvæðs viðhorfs til upplýsinga og trausts á þeim og þess hversu sáttir kauendur eru. Þannig töldu þátttakendur aðgengi að upplýsingum um gæði og ástand húsnæðis ekki gott en voru þó nokkuð sáttir með ástand húsnæðisins í lokin engu að síður.

Athygli vakti umfjöllun fasteignasala um það hversu virkur markaðurinn væri í afstöðu til verðs og þess hvað væri ásættanlegt að bjóða í kauptilboðsferli. Það er einnig önnur niðurstaða en hægt væri að telja miðað við fyrri umfjöllun þar sýnt hafði verið fram á að ekki væru tengsl milli verðvitundar og upplýsingaaðgengis á netinu.

Niðurstöður sýndu að kaupendur voru frekar sáttir við það úrval húsnæðis sem var í boði þegar fjárfest var. Þessi niðurstaða kom einnig nokkuð á óvart þar sem töluberð umframeftirspurn hefur verið í gangi og virðst hún því ekki valda skortstöðu á markaði heldur leiða til verðhækkan. Einnig kom nokkuð á óvart að ekki virtist til staðar tengsl milli þes hversu langan tíma kaupendur tóku í húsnæðisleit og þess hversu sáttir þeir urðu. Það er nokkuð á skjön við umfjöllun Whang (2002) um mikilvægi ígrundunar og tengsl þess við ánægju kaupenda.

Kaupendur virðast einnig hafa mikið frumkvæði til að sækja á markaðinn eins og lánsfjárveitingar gefa möguleika á hverju sinni því má telja að hér sé til staðar töluberður kaupvilji og eftirspurn afmarkist því frekar af getu en nauðsinlegt er að hafa báða þessa þætti svo eitthvað gerist.

Niðurstöður þessarar rannsóknar benda því til þessa að húsnæðiseigendur séu almennt frekar og mjög sáttir við þá fasteign sem keypt var þrátt fyrir neikvætt viðhorf til neytendaverdar og umboðsmanna sinna sem telja mætti að hefði hér meiri áhrif. Líklegt er að þetta viðhorf skýrist að nokkru á því hversu staðfastir kaupendur eru gegnum kaupferlið og þess hversu virkar upplýsingaleiðir eru hér í gangi.

## 6.1 Umræða

Kaupendur virðast mjög fljótir að aðlaga sig að aðstæðum hverju sinni sem telst hvað helst til komið vegna góðs upplýsingaflæðis gegnum opinbera umfjöllun og vefmiðla ef marka má niðurstöður viðhorfs til samkeppnisástands og gegnsæi upplýsinga um verð og helstu eiginleika. Þrátt fyrir mikla þenslu sem telja má að leiði til skortstöðu húsnæðis í einhverri mynd, virtust kaupendur svo nokkuð sáttir við bæði úrvall í boði og samkeppnisstöðu sína sem kom nokkuð á óvart en samsinnir umfjöllun fasteignasala um staðgóða þekkingu aðila og styrk þeirra í samningum.

Ánægja kaupenda með hversu vel húsnæðið uppfyllir þarfir fjölskyldunnar var einnig há og líklegt að efnahagsástand og rúmar útlánaheimildir síðustu ára hafi haft þar einhver áhrif. Samhliða þeim niðurstöðum kom fram í umfjöllun fasteignasala að umbætur og framkvæmdir virtust mun algengari og sýnilegri en áður og má því má telja að aukið svigrúm til að uppfylla væntingar fjölskyldunnar með lánafyrirgreiðslu móti hér jákvæðari afstöðu auk þess sem það virðist hafa mótandi viðhorf á hvað telst ásættanlegt og hvað ekki. Sú umfjöllun er nokkuð í samræmi við kenningar Solomon (2002) um samvirkandi öfl sem móta viðhorf neytenda.

Áhrif nágranna, hljóð- og umhverfismengunar voru þeir þættir sem taldir voru líklegastir til að valda óvæntum neikvæðum áhrifum að mati fasteignasala enda sýndu niðurstöður að kaupendur eru nokkuð missáttir hvað þetta varðar. Meðalánægja þessara þátta var þó jákvæð og má því telja að reglugerðir og eftirlit með hljóð- og umhverfismengun almennt sé því að skila ásættanlegum ávinningi. Af því má einnig draga þá ályktun að mögulega eru reglur um neytendavernd ekki eins slakar og viðhorf bendir til þó skortur á upplýsingum sé þáttur sem mögulega má betur fara.

Reglugerðir sem skylda byggingaraðila til að uppfylla kröfur um hljóðeinangrun og aðbúnað á sameiginlegum svæðum hafa einnig mögulega áhrif á viðhorf til nágranna hjá fjölbýlishúsaeigendum. Fram kom þó að eftir því sem húsnæðið verður stærra eru þáttakendur sáttari enda minni nágrannanálægð til staðar.

Þættir sem áður tilheyrðu sér og einbýli virðast í vaxandi mæli vera til staðar í lítið breyttu formi í fjölbýli að mati fasteignasala. Þessar áherslubreytingar eru líklega hvað helst til komnar vegna vaxandi eftirspurnar eftir virðisaukandi þáttum sem telja

má fylgifisk þess aukna fjármagns sem verið hefur í boði. Verð og aðbúnaður fjölbýlis hefur þannig breikkað og býður upp á meiri möguleika hvað varðar umhverfislegan ávinnung og virðisaukandi þætti.

Fram hefur komið að kaupendur virtust frekar ósáttir við aðgengi að upplýsingum. Hér virðist sérþekking á ástandi húsnæðis og aðgengi að nánari upplýsingum um réttindi og skyldur aðila svo sem afhendigarskilmála og meðferð kvartana vera hvað helsta brotalömin. Kaupendur virðast auk þess ósáttir við að þurfa að sýna frumkvæði þess að afla upplýsinga og tryggja sig gagnvart þáttum sem ekki er vitað um fyrirfram. Þannig koma í ljós á seinni stigum kaupferilsins vandamál sem mögulega hefði verið hægt að fyrirbyggja með betri upplýsingagjöf að frumkvæði umboðsaðila svo sem meðferð gallamála. Ef þetta viðhorf er boríð saman við það hversu sáttir eigendur eru með ástand húsnæðisins eftir kaup leiðir þessi upplýsinga þó ekki endilega til óánægju með kaupin.

Athygli vakti hversu mikil umræða kom fram í opinni spurningu listans þar sem þáttakendum var boðið að tjá sig um neytendavernd. Helstu þættir sem þáttakendum þótti ábótavant í samskiptum sínum gegnum kaupferlið voru eins og fyrri niðurstöður höfðu bent til gagnvart upplýsingum á eiginleikum vörunnar, réttindum og skyldum aðila og hagsmunárekstrum sem teljast vera til staðar þar sem fasteignasali er umboðsaðili beggja í gegnum kaupferlið.

Fasteignasalar eiga samkvæmt lögum að að gæta hagsmunu beggja gagnvart upplýsingagjöf og skjalavinnslu og í raun er ekkert sem bendir til þess að þeir séu ekki að sinna því hlutverki nægilega vel. Hins vegar virðast þáttakendur telja að hlutleysi umboðsaðila sé ekki tryggt og þeir hafi mögulega áhrif á samningstöðu aðila og verðlagningu gegnum tilboðsmeðferð. Þáttakendur telja þetta hvað helst eiga við í samskiptum við verktaka sem bæði hafi sterkari þekkingu á markaðnum en kaupendur, meiri reynslu og séu í aðstöðu til að þrýsta á fasteignasala með viðskiptatengslum.

Einnig virðist skortur á upplýsingum frekar lúta að þeim viðbótarupplýsingum sem kaupendur þurfa að afla sjálfir ef þeir vilja tryggja sig frekar. Því virðist vera frekar óánægja vegna þess fyrirkomulags sem er á upplýsingaskildu frekar en að reglum sé ekki framfylgt.

Því má telja á heildina litið að fram hafi komið nokkuð öflug umræða um þætti sem þáttakendur telja að betur megi fara í samskiptum kaupenda og seljenda. Þó virðist á hinn bóginn sem kaupendur séu nokkuð ákveðnir í að ná fram sínum markmiðum og staðfastir í viðhorfi gagnvart því hvernig húnæði þeir vilja og hvar það skuli staðsett. Þetta skilar sér með jákvæðu viðhorfi til fjárfestingarinnar almennt þar sem kaupendur virðast sáttir með hversu vel húsnaðið uppfyllir þarfir fjölskyldunnar en þó meðvitaðir um að þeir eru að greiða hátt verð fyrir.

Töluberðar breytingar hafa orðið á lánakjörum fasteignamarkaðarins á árinu 2008 og eru áhrif þess hækkan á greiðslubyrgði heimilanna

Spurt var um ábyrgð stjórnvalda í spurningalistanum og töldu þáttakendur hana vera mikla. Því má telja að nokkrar vonir séu í dag bundnar við aðgerðir stjórnvalda til að hafa þau áhrif á markaðinn að verð haldist innan ásættanlegra marka og fjölskyldur nái að standa undir fjárfestingum sínum til frambúðar.

#### **6.1.1 Innlegg til rannsókna**

Eins og fram hefur komið, hefur rannsóknarefni og talnagreining farið ört vaxandi síðustu ár hérlandis, ekki hvað síst vegna einkavæðingar fjármálamarkaðarins sem snögglega þurfti að vopnast upplýsingum til að standa sig í samkeppni.

Tölulegar greiningar fasteignamats ríkisins á verðþróun og kaupumsvifum er dæmi um gagnasöfnun sem tilkomin er vegna nýrra möguleika í tæknilegri upplýsingasöfnun.

Markmið verkefnisins hér er að mæla viðhorf kaupenda og umboðsaðila þeirra og greina hegðun og samfélagslega áhrifavalda á þá hegðun.

Verkefninu er þannig ætlað að koma með viðbót um viðhorf og skoðanir kaupenda og umboðsaðila þeirra á þeim samskiptum sem fara fram við fasteignakaup og vera innlegg í tölulegar greiningar sem mögulega gefa vísbendingar um orsök og afleiðingu þróunar í kauphegðun. Niðurstöður benda til þess að ekki séu endilega tengsl milli ánaegju kaupenda og þess hversu aðgengilegar upplýsingar eru eða hversu góð og virk neytendaverd telst vera eins og telja mætti miðað við þær rannsóknir og kenningar sem skoðaðar hafa verið.

### **6.1.2 Helstu takmarkanir**

Að rannsaka viðhorf kaupenda á húsnæðismarkaði þó ekki nema sé á höfuðborgarsvæðinu er krefjandi viðfangsefni á margan hátt. Hér er um að ræða margbrotin viðhorf sem byggjast upp á bæði samfélagslegum og persónulegum viðmiðum. Því má telja að ef mæla ætti viðhorf kaupenda með tölulegum niðurstöðum þar sem hægt væri að greina mismunandi áhrifavalda hinna ýmsu markhópa og heimfæra á þýðið á marktækan hátt innan ásættanlegra vikmarka væri nauðsynlegt að hafa til þess viðameiri gögn en hér eru til staðar.

Hér eru niðurstöður þátttakenda og túlkun rannsakanda á viðhorfum fasteignasala því frekar ætlað að vera vísbending að viðhorfum kaupenda. Ljóst er að þátttaka miðaðist við einn aðila á hverju heimili og því ekki víst að þær endurspegli endilega viðhorf bæði kaupenda og neytenda og því mögulegt að viðhorf annara heimilis meðlima sem ekki koma að fjármálum sé því önnur en hér er skilgreind sem viðhorf neytenda. Einnig má telja að viðhorf svarenda séu því í raun mjög persónubundin afstaða og endurspegli ekki endilega viðhorf maka eða þeirra sem standa sameiginlega að fjárfestingunni.

Líklegt er að breytur sem tengjast nærumhverfi kaupandans hafi hér töluverð áhrif svo sem tekjur, fjárhagslegur styrkur og fjölskyldustærð en vandasamt getur verið að safna þeim gögnum samhliða því að ná ásættanlegri svörun og var tekin ákvörðun um að þrýsta ekki á þessar upplýsingar í þessum verkefni né heldur viðhorf sem viðkvæm geta verið svo sem gagnvart fjárhag og félagslegri stöðu. Þetta var gert til að ná sem bestri heildarsvörun en á móti gefa niðurstöður því almennari viðhorf sem endurspeglar ekki endilega það sem býr að baki þeim.

Í útsendum spurningalista var spurt um hverfi og fjölskyldustærð en þær niðurstöður gáfu ekki tilefni marktækrar umfjöllunar á hegðun þýðisins. Svörun spurningakönnunarinnar var 27% eða 242 þátttakendur sem kom tilviljanakennt frá mismunandi hverfum og heimilum. Aðgengi að upplýsingum um kaupendur er nokkuð bundið, bæði gagnvart reglugerðum um persónuvernd og auk þess sem þær virðast ekki til staðar nema með nokkurri fyrirhöfn.

Þessi hópur gefur því ekki möguleika til að alhæfa mikið um þýðið, húsnæðiseigendur almennt eða hverfabundna afstöðu heldur verður að skoða þær sem vísbendingu að viðhorfum heildarinnar.

Spurningalistinn var unnin á grind mælitækis sem þróað hefur verið erlendis. Það mælitæki hefur ekki verið notað hérlandis á þessum markaði og því ekki til staðar þýðing á því auk þess sem upphaflegur tilgangur þess er viðhorfsmæling gegnum símarannsókn.

Nokkur breyting fór því fram við aðlögun listans að markmiðum verkefnisins bæði þýðing og skilgreining á áhrifaþáttum og mælieiningum. Því er mögulegt að ekki hafi verið skilgreindir nægilega vel allir þættir sem máli skipta við mælingu á ánægju kaupenda og verður að horfa á niðurstöður verkefnisins sem vísbendingu að viðhorfum gagnvart skilgreindum áhrifaþáttum og taka tillit til þess að mælitæki þeirra hefur ekki verið þróað og áreiðanleikaprófað frekar en fram kom í undirbúning verkefnisins.

Í niðurstöðum er dreifing í svörum tilgreind þar sem hún er talin skipta máli við áreiðanleika niðurstaðna gagnvart heildinni. Samhliða er leitast við að greina eins og hægt er áhrifaþætti sem valda mögulega mismunandi viðhorfi bæði með gögnum fyrri og seinni rannsóknarinnar. Þau hafa þó sínar takmarkanir og nauðsynlegt að hafa það í huga þó komið hafi fram áhugaverðar vísbendingar um viðhorf kaupenda endurspeglar þau ekki endilega viðhorf alls þýðisins.

### 6.1.3 Áhugavert að skoða í framhaldi

Það er eins með þetta verkefni og mörg önnur að eftir að hafa eytt tíma og vinnu í gagnasöfnun, heimildaleit og úrvinnslu gagna er setið eftir með margfalt fleiri spurningar en voru til staðar í upphafi. Það sem helst kom á óvart við vinnslu hér voru sterkt viðhorf kaupenda bæði neikvæð gagnvart ýmsum þáttum í kaupferlinu og svo á móti jákvæð ánægja með eignina sem fjárfest var í. Þetta má telja nokkuð mótvirkandi upplýsingar og því áhugavert að skoða betur hvaða áhrifaþættir í hegðun kaupenda valda því að þeim tekst jafnvel upp með val í erfiðu kaupumhverfi. Niðurstöður benda til vaxandi mikilvægis staðsetningar sem var í fullu samræmi við umfjöllun fasteignasala um mikilvægi staðsetningar enda má sjá með stuttri athugun á fasteignavélum (morgunblaðið, fasteignaverfur (e.d.)) að lýsingin „góð staðsetning” og „frábær staðsetning” kemur fram mjög víða í húsnæðislýsingum á húsnæði í boði. Ekki virðist þó alveg hægt að henda reiður á með gögnum þessarar rannsóknar hvað felst nákvæmlega í þessari skilgreiningu og því áhugavert að skilgreina það nánar. Fram kom í umfjöllum um takmarkanir rannsóknarinnar hversu breiður hópur er hér til staðar og því má telja að minni hópar eða staðbundnr áhrifaþættir þarfnið nánari athugunar til að hægt sé að sannreyna viðhorf minni hópa.

Hér má telja áhugavert að skoða betur þætti eins og hversu mismunandi þessi viðhorf eru eftir félagslegri, menningarlegri og/eða efnahaglegri stöðu einstaklingsins. Eins er það áhugavert að sjá hvort þeir áhrifaþættir séu í raun sterkari en efnislegir þættir sem hámarka einstaklingsbundið virði eins og niðurstöður hér benda til þó ósannað sé. Í þessu samhengi má að lokum benda á viðhorf neytenda sem skilgreind hefur verið hér sem upplifun aðila eftir að kaup hafa farið fram. Ljóst er að enginn hefur svarað spurningalistanum án þess að vera viðriðinn kaupákvörðun svo vel mögulegt að viðhorf annarra fjölskyldu meðlima á heimilinu séu ekki endilega þau sömu.

Fram kom að þáttakendur telja yfirvöld bera frekar mikla ábyrgð á ástandi húsnæðismarkaðarins og má telja líklegt að hér endurspeglist viðhorf kaupenda til þeirrar samfélagslegu ábyrgðar sem stjórnvöld hafa á afkomu heimilanna. Þó má telja að hér sé þörf á því að skilgreina betur hvað felst nákvæmlega í þessu viðhorfi og þá samhliða greina hugsanlega fjármálahliðina og áhrif hennar á viðhorf kaupenda.

## 7 Að lokum

Nú á haustmánuðum 2008 þegar verkefnavinnu er að ljúka eiga sér stað miklar svíptingar á fjármálamörkuðum. Þessar sveiflur hafa staðið yfir frá því snemma í vor og því tölувert breyttar forsendur frá því sem var í mars þegar rannsóknarvinna hófst.

Fjármálastofnanir misstu aðgang að lánsfé á erlendum mörkuðum nokkuð snögglega í vor með þeim afleiðingum að virði krónunnar og trúverðugleiki litla íslenska hagkerfisins tók gríðarlega dýfu sem ekki er enn séð fyrir endann á. Þetta hefur kostað það að greiðslubirgði heimila í landinu hefur stóraukist og eru þau missterk þar fyrir.

Einnig hefur þetta valdið minnkandi eftirspurn húsnæðis sem aftur kallar á verðlækkanir (Vilhjálmur Egilsson, júní 2008).

Líklegt er því að viðhorf fasteignasala væru önnur ef þau væru mæld í dag auk þess sem neikvætt viðhorf húsnæðiseigenda til neytendaverndar og áherslu á ábyrgð stjórnvalda má mögulega rekja eitthvað til þessa ástands sem skapast hefur.

Hvort þróun mála verður með sambærilegu sniði og gerðist kringum 1980 er ekki fyrirséð enda hafa nýir áhættubættir og möguleikar komið inn í myndina með tilkomu aðildar að alþjóðlegu umhverfi. Telja má því að þróun húsnæðismarkaðarins í núverandi mynd sé enn á byrjunarstigi þrátt fyrir mikla sögu fram til dagsins í dag og ekki að sjá að fjárfestingavilji sé að dala þrátt fyrir sveiflur sem einkennt hafa þetta markaðsumhverfi síðustu ár.

Viðauki 1. Kynningarbréf sent í pósti



Photographer Kjartan Pétur Sigurdsson, [www.photo.is](http://www.photo.is), birt með leyfi höfudar

Númer þitt er: \_\_\_\_\_

## Íslenskur húsnæðismarkaður

Hvað segja kaupendur um hann ?

### Ágæti móttakandi

Meðfylgjandi er spurningalisti vegna rannsóknar á viðhorfi húsnæðiskaupenda sem fjárfest hafa í húsnæði á síðustu tveimur árum. Markmið hennar er að skoða ferlið sem kaupendur ganga í gegnum og mæla ánægju þeirra með það húsnæði sem varð fyrir valinu. Rannsóknin er lokaverkefni til mastersprófs frá Viðskipta- og hagfræðideild Háskóla Íslands og unnin undir leiðsögn Gunnars Óskarssonar, kennara í markaðsfræði og alþjóðaviðskiptum. Verkefnið byggir á fræðilegri umsjöllun um húsnæðismarkaðinn, viðtolum við fasteignasala og meðfylgjandi spurningalista sem sendur er inn á 800 heimili á höfuðborgarsvæðinu. Úrtakið er tilviljunarkennt, tekið úr opinberum gögnum um fasteignir sem skiptu um eigendur á síðustu tveimur árum. Engum upplýsingum er safnað nema nafni og heimilisfangi.

Svörin er ekki hægt að rekja til svarenda en þátttökunúmer efst á seðlinum gildir sem *pitt númer í happdrætti*. Þú getur svarað með tvennum hætti:

- A) Svarað meðfylgjandi lista á pappír, sett listann í umslagið sem fylgir og sett það aftur í næsta rauða póstkassa. Það er þá endursent á kostnað móttakanda og þú heldur þessu kynningarblaði sem gildir sem happdrættismiði.
- B) Farið inn á heimasíðu [www.vextir.com](http://www.vextir.com) og svarað rafrænt.. Ef þú svarar gegnum heimasíðu er þátttökunúmerið sett þar inn rafrænt til að tryggja þáttlöku þína í útdrétt viðninga.

Vinningar verða dregnir úr innsendum svörum og númerin birt á [www.vextir.com](http://www.vextir.com) eftir að svartíma lýkur. Einnig er hægt að hafa samband beint í síma 848-4319 við undirritaða til að fá upplýsingar um vinningshafa.

### Meðal vinnings

Gjafabréf í verslunum Kringlunar að verðgildi 30.000,- blómiðar hjá Samfíum.

Hvert svar eykur virði og áreiðanleika rannsóknarinnar og met ég það mikils að þú þáttakandi góður skulir gefa þér tíma til að taka þátt og tjá þína skoðun. Það tekur um þrjár til fjórar mínútur að svara.

Með kærri þökk fyrir þátttökuna

María Dröfn Sigurðardóttir, Eskihlíð 7, 105 Reykjavík  
nemi í viðskiptafræði, M'sc. Markaðsfræði og alþjóðaviðskiptum  
við Háskóla Íslands

Viðauki 2. Spurningalisti sem sendur var í pósti.

*Takk fyrir að gefa þér tíma til að svara þessum spurningalisti. Svartíminn er nálægt þremur til fjórum mínútum. Vinsamlega svaraðu út frá persónulegri reynslu þinni eða þinnar fjölskyldu og dragðu hring um einn valmöguleika sem þú telur eiga best við hverju sinni.*

- 1.) Hvernig samkeppnisástand telur þú að hafi ríkt á fasteignamarkaði þegar þú/þín fjölskylda fjárfesti í húsnæði ? Með góðu samkeppnisástandi er átt við jafnvægi milli framboðs og eftirspurnar.

Mjög gott       Frekar gott       Hvorki né       Frekar lélegt       Mjög lélegt

Veit ekki / Á ekki við.

- 2.) Hversu mikla ábyrgð telur þú að stjórnvöld beri á ánægju kaupenda með stöðu á fasteignamarkaði almennt í dag ?

Mjög mikla ábyrgð       Frekar mikla ábyrgð       Hvorki né       Frekar litla ábyrgð       Mjög litla ábyrgð

Veit ekki / Á ekki við.

- 3.) Ef þú séð fyrir þér stöðu á fullkomnum fasteignamarkaði, þar sem ánægja bæði kaupenda og seljenda er eins mikil og hægt er. Hvernig var markaðurinn miðað við það þegar þú/þín fjölskylda fjárfesti ?

Mjög langt frá því       Frekar langt frá því       Hvorki né       Frekar nálægt       Mjög nálægt

Veit ekki / Á ekki við.

- 4.) Telur þú að það hafi verið ásættanlegt úrval fasteigna í boði á markaðinum þegar þú/þín fjölskylda fjárfesti í húsnæði ?

Mjög ásættanlegt       Frekar ásættanlegt       Hvorki né       Frekar óásættanlegt       Mjög óásættanlegt

Veit ekki / Á ekki við.

- 5.) Hvernig telur þú reglur vera sem vernda neytendur gegn ófullnægjandi afhendingu húsnæðis eða þjónustu ? Hér er átt við almennar reglur um neytendavernd á húsnæðismarkaði.

Mjög góðar reglur       Frekar góðar reglur       Hvorki né       Frekar lélegar reglur       Mjög lélegar reglur

Veit ekki / Á ekki við.

- 6.) Hvernig telur þú neytendavernd vera sem tryggir hlutlaus og fagleg vinnubrögð fasteignasala og umboðsaðila seljenda ?

○ Mjög góð vernd	○ Frekar góð vernd	○ Hvorki né	○ Frekar léleg vernd	○ Mjög léleg vernd
---------------------	-----------------------	----------------	-------------------------	-----------------------

○ Veit ekki / Á ekki við.

- 7.) Hversu vel treystir þú almennum upplýsingum um húsnæði í boði, til að vera áreiðanlegum og fullnægjandi ?

○ Treysti þeim mjög vel	○ Treysti þeim frekar vel	○ Hvorki né	○ Treysti þeim frekar illa	○ Treysti þeim mjög illa
----------------------------	------------------------------	----------------	-------------------------------	-----------------------------

- 8.) Ef þú horfir til baka til þess tíma sem þú / fjölskylda þín fjárfesti í húsnæði. Hversu langur tími leið frá því að skipulögð húsnæðisleit hófst, þar til tekin var endanleg ákvörðun ?

- Um það bil ein vika
- Allt að einn mánuður
- Rúmur einn til fjórir mánuðir
- Lengra en fjórir mánuðir
- Innan viku, óvænt kaupákvörðun eða fundum strax rétta húsnæðið
- Annað / á ekki við

9. Hversu mikið telur þú að upphaflegar hugmyndir um eftirfarandi þrjú atriði hafi breyst meðan leit stóð yfir hjá þér/pinni fjölskyldu? Vinsamlega krossaðu við einn möguleika í hverri línu.

	Upphaflegar hugmyndir breyttust ekkert	Breyttust lítið miðað við úrvál í boði	Breyttust mikið miðað við úrvál í boði	Hafði engar hugmyndir í upphafi. Þær mótuðust af því sem var í boði
Verð				
Stærð				
Hverfi				

- 10) Hversu vel telur þú að eftirfarandi aðilar fylgi þeim reglum sem settar eru til að verja neytendum? Sem dæmi eru reglur um upplýsingaskyldu, hlutleysi og úrlausn kvartana. Vinsamlegast hakið bæði við fasteignasala og verktaða.

	Verktakar	Fasteignasalar
Fylgja mjög vel settum reglum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fylgja frekar vel settum reglum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hvorki né	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fylgja frekar illa settum reglum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fylgja mjög illa settum reglum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

- 11) Telur þú að það sé þörf fyrir betri neytendavernd fyrir húsnæðiskaupendur? Ef svo er, að hvaða leyti ?
- 
-

**12.) Hversu mikilvæg telur þú eftirfarandi atriði vera við val á húsnæði ?**

	Mjög mikilvægt	Frekar mikilvægt	Hvorki né	Frekar lítið mikilvægt	Mjög lítið mikilvægt	Á ekki við
Í hvaða sveitarfélagi húsnæði er	<input checked="" type="checkbox"/>					
Í hvaða hverfi húsnæði er staðsett	<input checked="" type="checkbox"/>					
Hvernig ástand annara húsa er í götunni	<input checked="" type="checkbox"/>					
Hversu nálægt húsnæði er við græna bletti og fristundasvæði	<input checked="" type="checkbox"/>					
Virðisaukandi þættir s.s. garður og falleg aðkoma	<input checked="" type="checkbox"/>					
Ástand húsnæðis að utan og innan	<input checked="" type="checkbox"/>					
Útsýni	<input checked="" type="checkbox"/>					
Tegund húsnæðis, s.s. sérbýli eða fjölbýli	<input checked="" type="checkbox"/>					
Að verðið sé vel innan greiðslugetu fjölskyldunnar	<input checked="" type="checkbox"/>					
Að verðið sé sanngjarnit miðað við gæði húsnæðis	<input checked="" type="checkbox"/>					

**13.) Þegar fjárfest er í húsnæði þarf að bera saman mörg atriði. Hversu aðgengilegar eða óaðgengilegar telur þú upplýsingar um eftirfarandi atriði hafa verið í blöðum, á heimasiðum, gegnum leitarvélar og hjá fasteignasölu til að bera saman eftirfarandi atriði ?**

	Mjög aðgengilegar upplýsingar	Frekar aðgengilegar upplýsingar	Hvorki né	Frekar óaðgengilegar upplýsingar	Mjög óaðgengilegar upplýsingar	Á ekki við
Verð fasteigna	<input checked="" type="checkbox"/>					
Eiginleika fasteignar, s.s. stærð og herbergjaskipan	<input checked="" type="checkbox"/>					
Gæði og ástand húsnæðis	<input checked="" type="checkbox"/>					
Fjármögnunarmöguleikar	<input checked="" type="checkbox"/>					
Til að gera heildarsamanburð og velja besta valkostin fyrir þína fjölskyldu	<input checked="" type="checkbox"/>					

**14.) Miðað við væntingar þínar almennt í upphafi fasteignakaupa, hversu sáttur ertu við eftirfarandi atriði við þitt húsnæði og umhverfi þess ?**

	Mjög sáttur	Frekar sáttur	Hvorki né	Frekar ósáttur	Mjög ósáttur	Á ekki við / hef ekki skoðun á því
Sveitarfélagið sem ég bý í	<input checked="" type="checkbox"/>					
Hverfið sem ég bý í	<input checked="" type="checkbox"/>					
Ástand hússins að innan	<input checked="" type="checkbox"/>					
Ástand hússins að utan	<input checked="" type="checkbox"/>					
Virðisaukandi þættir s.s. garður, og falleg aðkoma	<input checked="" type="checkbox"/>					
Hljóð eða umhverfismengun	<input checked="" type="checkbox"/>					
Nágranna	<input checked="" type="checkbox"/>					
Hversu vel það uppfyllir þarfir fjölskyldunnar	<input checked="" type="checkbox"/>					
Hversu vel fjárhagsleg áætlun hefur staðist	<input checked="" type="checkbox"/>					

Að lokum eru hér nokkrar spurningar sem nýttar verða við tölulega úrvinnslu.

Fjöldi fullorðinna á þínu heimili: (18 ára og eldri) ( \_\_\_\_ )

Fjöldi barna á þínu heimili undir 18 aldri: ( \_\_\_\_ )

Tegund húsnæðis:

- ( \_\_\_\_ ) Fjölbýli
- ( \_\_\_\_ ) Hæð eða tvíbýli, ( tvær til fjórar íbúðir í húsi)
- ( \_\_\_\_ ) Raðhús eða einbýli

- ( \_\_\_\_ ) Póstnúmer hverfis

---

*Með kærri þökk fyrir þátttökuna*

### Viðauki 3. Heimasíða sem var virk meðan svartími var í gangi

The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer window with the title bar "Vextir.com - Microsoft Internet Explorer". The address bar contains "http://vextir.com/". The main content area displays a large black and white photograph of a residential neighborhood with houses and trees. Below the photo, the text "Photographer Þórarinn Pétur Sigurðsson, [www.photo.li](http://www.photo.li), birt með lojfi höfndar" is visible. The page has a header "Íslenskur húsnæðismarkaður" and a sub-header "Hvað segja kaupendur um hamn?". The text on the page discusses a competition for the best house in Iceland, mentioning Gunnars Óskarsenar as the judge and the deadline of August 10, 2008. It also mentions a list of winners and a contact person, Maria Dröfn Sigurðardóttir. On the right side, there are two columns of text: "Svara Spurningalista" and "Vinnungar eru gjöfobrif að verðmáti þarf til þássud krónur í verslunum". At the bottom right, there is a link "Hafðu samband". The status bar at the bottom of the browser window says "Internet".

## Viðauki 4. Tengingar á heimasíðu

The figure consists of three vertically stacked screenshots from a computer monitor.

**Top Screenshot:** A Microsoft Internet Explorer window titled "Rannsókn 1 - Microsoft Internet Explorer". The address bar shows "http://www.questionpro.com/akrafTakeSurvey?id=1005090". The page content is a survey introduction in Icelandic, asking if the user has any questions about the survey. It includes a "Hæda afraum" button and a progress bar at 5%. At the bottom, it says "Powered by QuestionPro Privacy | Security Surveys | Email Marketing | Web Polls".

**Middle Screenshot:** A Microsoft Internet Explorer window titled "Blaðið - Microsoft Internet Explorer". The address bar shows "http://vextir.com/". The main content is a large aerial photograph of a residential area with houses and trees. Below the photo, the caption reads "Photographer Þórarinn Þórðursson [www.photoris.com](#), birt með lefft hafnunar". To the right, there is a sidebar with sections like "Svæða Spurningalistu", "Vísningaráru gagnabréf og verðmáli þejðin fáskund kráaer í vísningum", "Kringlunor og blöndunar í Samþjóðnum", and "Dregið verður eftir 10. ágúst".

**Bottom Screenshot:** A Microsoft Word document window titled "Sambandi við könnun - Message". The "To:" field contains "mds1@hi.is". The "Subject:" field contains "Sambandi við könnun". The message body is empty. A red arrow points from the "Sambandi við könnun" section in the middle screenshot to the "To:" field in the bottom screenshot.

## Viðauki 5. Rafrænn spurningalisti

1. Hvernig samkeppnisástand telur þú að hafi ríkt á fasteignamarkaði þegar þú þín fjölskylda fjarfesti í húsnæði? Með góðum samkeppnisástandi er átt við jafnvægi milli framboðs og eftirspurnar.

- Mjög gott samkeppnisástand
- Frekar gott samkeppnisástand
- Hverki né
- Frekar líelegt samkeppnisástand
- Mjög líelegt samkeppnisástand
- Veit ekki / Á ekki við

2. Hversu mikla ábyrgð tefur þú að stjórnvöld beri á ámægju kaupenda með stöðu á fasteignamarkaði almennt í dag?

-- Select --

3. Ef þú sérið tylir þér stöðu á fullkomnum fasteignamarkaði, þar sem ámægja þær kaupenda og selljenda er eins mikil og haugt er. Hvernig var markaðurinn miðað við það þegar þú þín fjölskylda fjarfesti?

-- Select --

4. Telur þú að það hafi verið ásættanlegt trúval fasteigna í boði á markaðinum þegar þú þín fjölskylda fjarfesti í húsnæði?

- Mjög ásættanleg úrvál
- Frekar ásættanlegt úrvál
- Hverki né
- Frekar óásættanlegt úrvál
- Mjög óásættanlegt úrvál
- Veit ekki / Á ekki við

5. Hvernig tekur þú reglu vera sem vernda neytendur gegn ófullmægjandi aflatindingu húsnæðis eða þjónustu? Hér er átt við allmennnar reglu um neytendavernd á húsnæðismarkaði.

- Mjög góðar reglu
- Frekar góðar reglu
- Hverki né
- Frekar líelegar reglu
- Mjög télegar reglu
- Veit ekki / Á ekki við

6. Hvernig tekur þú neytendavernd vera sem tryggir hlutfaus og fagleg vinnumáðgð fasteignasala og umboðsaðla selljenda?

- Mjög góð vernd
- Frekar góð vernd
- Hverki né
- Frakar líeleg vernd
- Mjög líeleg vernd

http://questionpro.com - Rannsókn 1 - Microsoft Internet Explorer

7. Hversu vel þú eystir þú almennum upplýsingum um húsnæði í boði, til að vera áreiðantegum og fullnægjandi?

- Treysti þeim mjög vel
- Treysti þeim frekar vel
- Hverki nái
- Treysti þeim frekar illa
- Treysti þeim mjög illa
- Véit ekki / Á ekki við

8. Ef þú horfir til baka til þess tímna sem þú þín félagskylda fjarfesti í húsnæði. Hversu langur tímur lelo frá því að skiptulög húsnæðisleit hófst, þar til teknin vor endanleg ákváði óm?

- Um það bil ein vika
- Allt að einn mánuður
- Rúmur einn til fjórir mánuðir
- Langra en fjórir mánuðir
- Innan viku, óvænt kaupákvörðun eða fundum strax réttu húsnæðisþ
- Annaðrá ekki við

9. Hversu mikil tekur þú að upphaflegar hugmyndir um eftirfarandi þjónatrið hafi breyst meðan leit stóð yfir hjá þér þinni félagskyldu?

Vinsamlega krossaðu við óinn mognileika í hvern í linu.

	Upphaflegar hugmyndir breyttust ekkerf	Breyttust lítið miðað við úval í boði	Breyttust mikil miðað við úval í boði	Hafið engar hugmyndir í upphafi. Þær móttóðust af því sem var í boði
Verð	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Særð	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hverfi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Hversu vel tekur þú að eftirfarandi aðilar fylgi þeim reglum sem settar eru til að verja neyfundur? Sem dæmi eru reglur um upplýsingaskýldu, hlutleysi og úrlausn kvartana. Vinsamlega holda það við fasteignasala og verktakni.

Verðakar Fasteignasalar

Fylgia mjög vel settum reglum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fylgia frekar vel settum reglum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hverki nái	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fylgia mekar illa settum reglum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fylgia mjög illa settum reglum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Véit ekki / Á ekki við	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Telur þú að það sé þort að hefni neyfundavernd tyri húsnæðiskauptendur? Ef svo er, að hvorað leyti?

Please contact us if you have any questions regarding this survey

Survey: Rannsókn 1 | Survey URL: http://questionpro.co...

http://questionpro.com - Rannsókn 1 - Microsoft Internet Explorer

**12.**  
Hversu mikið vægur þú eftirfarandi atriði vera við val á húsnæði?

	Mjög mikilvægt	Frekar mikilvægt	Hvorki né	Frekar lítið mikilvægt	Mjög lítið mikilvægt	Veit ekki / Á ekki við
Í hyrða sveitarfélagi húsnæði er	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Í hyrða hverfi húsnæði er staðsett	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hvernig ástand annara húsa er í götunni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hversu náleggt húsnæði er við græna bætti og frístundasvæði	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Virkisaukandi þeirir s.s. gæður, og falleg aðkomu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ástand húsnæðis sé innan og utan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Útsýni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tegund húsnæðis, s.s. sérþýfi eða fjöldýri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Að verðið sé vel innan gríðarslugetu fólkskylunar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Að verðið sé samngjamt miðað við gæði húsnæðis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**13.**  
Þegar fjarfest er í húsnæði þarf að berá saman mörg atriði. Hversu óægengilegar eða óædengilegar talið þú upplýsingar um eftirfarandi atriði vera í blöðum, á heimasiðum, gegnum leitarmálar og hjá fasteignasónum til að ger a samankur?

	Mjög aðgengilegar upplýsingar	Frekar aðgengilegar upplýsingar	Hvorki né aðgengilegar upplýsingar	Frekar óægengilegar upplýsingar	Mjög óægengilegar upplýsingar	Veit ekki / Á ekki við
Verð fasteigna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eiginleika fasteigna, s.s. stað og herbergiðskjan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gæði og ástand húsnæðis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fjármógnunarmáluðakar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Til að gera heildarsamansluð og veifa besta valkostin fyrir þina fólkskyldu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Háða síðan**

Please contact if you have any questions regarding this survey.

77%

Powered By  
**QuestionPro**  Privacy | Security  
[Surveys](#) | [Email Marketing](#) | [Web Polls](#)

Internet

http://questionpro.com/ Bannska 1 Microsoft Internet Explorer

**14.**  
**Máoo vðó vorningar þínar almennt i upphafi farsveignakappa. Íverslu sáttar eftir því ófintarandi orði við þitt hinsaði og umhverfipess?**

	Mög sáttur	Frekar sáttur	Hverki næ	Frekar óssáttur	Mög óssáttur	A ekki vísst-efteldi skoðun á því
Sveitarfélagið sem ég bý í	<input type="radio"/>					
Hvergi sem ég bý í	<input type="radio"/>					
Ástand hússins að innan	<input type="radio"/>					
Ástand hússins að utan	<input type="radio"/>					
Víði sauksundi þeitir s.s. garður og falleg aðkomu	<input type="radio"/>					
Hljóð eða umhverfismérugun	<input type="radio"/>					
Nágranna	<input type="radio"/>					
Hversu vel það uppfyllir þarfir fólkyciðnær	<input type="radio"/>					
Hversu vel fárhagsleg áæljun hefur staðist	<input type="radio"/>					

Að lokum eru hér nokkrar spurningar sem rýftar verðavíð tölfulega örvinaski

Fjöldi fullorðinna á heimilini (18 ára og endir)

Fjöldi barna á þínu heimili undir 18 ára aldir

Tegund hinsaðis  
-- Select --

Postmámer hvernigur þú sem hinsaði þitt er staðsett  
-- Select --

Lúka og senda sváar

Please contact if you have any questions regarding this survey.

100%

Powered by  
**QuestionPro**  [Privacy](#) | [Security](#)  
[Surveys](#) | [Email Marketing](#) | [Web Polls](#)

Internet

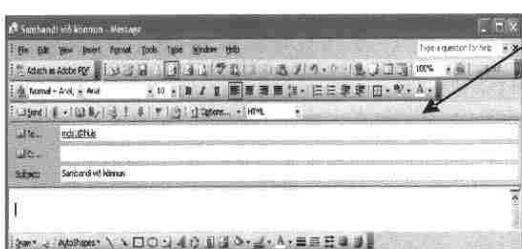
## Viðauki 6. Heimasiða sem var sett inn eftir að svartíma lauk

The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer window with the following details:

- Title Bar:** Vextir.com – Microsoft Internet Explorer
- Address Bar:** Address http://vextir.com/
- Content Area:**
  - A large black and white photograph of a residential area from an elevated perspective.
  - Text: "Photographer Þórarinn Þór Sigurðsson, www.photo.is"
  - Section Header:** Íslenskur húsnæðismarkaður
  - Text:** Hvað segja kaupendur um hann?
  - Text:** Hér fór fram rannsókn á viðhorfi húsnæðiskaupta sem fjárfest kafa í húsnæði á síðustu treimur árum. Markmið hennar er að skáða það ferli sem kaupendur ganga í gegnum og mæla á meginjum þeirra með þa húsnæði sem varð fyrir valnu.
  - Text:** Ritgerðin er lokaverkefni til mastersprófs frá Viðskipta- og lagfréttideild Háskóla Íslands á haustmánuðum 2008 og umhūn umdir leiðsögn Gunnars Óskarsseynar kennara í markaðsþróu og alþjóðaþróutum. Verkefnið byggir á viðtölum við fastlagsala, fréttilegri umsjólinn og rannsókn sem sendar á 800 heimili í höfuðborgarsvæðinu.
  - Date:** 12. águst 2008
  - Text:** Dregið hefur verið úr þeim svörum sem bárust. Vinningar voru sex gjafabréf í verslununa Kringlinnar, hvert að virði kr. 5.000,- og þrítí aðilar fengu biómíða fyrir tvo í Samþíkumum. Hér til hægri eru númerin sem komu upp og vona ég að viðkomandi njóti vel.
  - Text:** Hregt er að senda póst gegnum heimasiðuna eða línugjög til minn 848-4319 til að vitja vinninga en einnig mun ég hafa samband við viðkomandi og sjá til þess að vinningarnir komist til skila.
  - Text:** Þattaka hefur verið frábær og mjög áhugavert það sem folk hefur haft að segja um umhverfis húsnæðismarkaðarinnus. Það kom einnig skemmtilega á óvart hversu duglegt folk hefur verið að tjá skoðun sina á neytendavernd.
  - Text:** Verkefnið hefur hlutið styrk íbúðalánasjóðs sem er mikil hvatning og vonandi að sjónarmið neytenda komist því enu betur að framféri i þeirra höndum.
  - Text:** Kærar þakkir fyrir þattóku ykkar.
  - Text:** Maria Dröfn Sigurðardóttir- Right Panel:**
  - Biómíðar fyrir tvo í Samþíkumum.**

793
266
562
  - Gjafabréf að verðmáti kr. 5.000,-**

582
624
235
44
812
33
  - Hafðu samband**



## **Viðauki 7. Leyfi til að nota rannsóknarspurningar**

---

Professor  
Niels Chr. Westergård-Nielsen  
Aarhus School of Business  
University of Aarhus

Dear sir

I am a student in the University of Iceland, writing my master's thesis. Main field of study is Marketing and International Trade. My e-mail address is [mds1@hi.is](mailto:mds1@hi.is).

My master project is about consumer behavior in Icelandic housing market. I am writing about the buying process and measure the customer satisfaction among home-owners in Reykjavík. By doing so, I'm collecting two kinds of source material. First interviewing house agents and after that questionnaire will be sent out to 900 home-owners.

While doing this project, I visited the excellent report "the Nordic model for consumer and customer satisfaction," and was very much impressed.

I am interested in gaining permission to use the questionnaire (The Nordic model for consumer and customer satisfaction, Annex E. Questionnaire – construction, page, 51 - 56) as a starting material to build up my own questionnaire.

I will customise the questionnaire by using conclusions from my interview and I have no plan of comparing my conclusions directly to yours. The questionnaire will be in Icelandic.

Still there is very helpful for me to build my list on this dimension-model and I therefore kindly ask for your permission to use this material. If there is any interest of more information regarding this research, please let me know and I will send them immediately.

Sincerely

Maria Dröfn Sigurðardóttir  
Eskihlíð 7, 105 Reykjavík  
Email: [mds1@hi.is](mailto:mds1@hi.is)  
Tel: - 848-4319  
student in University of Iceland (Háskóli Íslands)  
Msc. Student in Business Administration  
Marketing and International Trade.

## **Viðauki 8. Punktar fyrir viðtölin við fasteignasala**

---

Muna að þakka fyrir það að gefa kost á þessu viðtali, - er í lagi að taka upp viðtalið ?  
Kynna fyrir viðkomandi hvað rannsóknin gengur út á og viðtalinu sé skipt í þrjá hluta:

- A. Kaupferlið / söluferlið
  - B. Kaupendur, einkenni og hegðun, skilgreining á eftirspurn
  - C. Húsnæði
- 

### **A. Kaupferlið / söluferlið**

*Ef horft er á söluferlið frá sjónarmiðum seljenda. Ef því er lýst í nokkrum orðum hvernig hefst það og hvernig gengur það fyrir sig ? (ná fram þessum punktum )*

- Eign verðmetin, hvað er til hliðsjónar , hverjir gera það?
- Hvert er hlutverk fasteignasala meðan eign er í sölumeðferð ?
- Hversu langt er söluferlið almennt ?
- Er þrýstingur frá seljendum með verðið, hefur það áhrif ?

*Ef horft er á kaupferlið frá sjónarmiðum kaupenda. Ef því er lýst í nokkrum orðum hvernig hefst það og hvernig gengur það almennt fyrir sig (ná fram þessum punktum )*

- Hversu langan tíma gefur fólk sér? - viku mánuði ár ?
- Sveigja kaupendur upprunalegar væntingar mikið/lítið?
- Er eitthvað/mikið um að fólk biðji fasteignasala að leita að húsnæði með afmarkaða eiginleika eða staðsetningu ?
- Hverju virðist fólk almennt vera helst upptekið af. S.s. hverfinu, tegund húsnæðis (fjölbýli/hæð/sérþýli) fjarlægt frá vinnu eða byggðarkjarna ?
- Reynið þið að hafa áhrif á það hverju fólk er að leyta að ef þið teljið það vera á villigötum miðað við sínar þarfir ?
- Hvernig er með tilboðsgerð hvernig fer það fram, breytast verðin ?
- Nýta neytendur sér mikið sérþekkingu við úttekt á ástandi ?

## **B. Kaupendur**

Hefur þú tekið eftir breytingum á síðustu árum hvað varðar ákveðna kaupendahópa ?

Verða fasteignasalar varir við breikkandi launamun, eða menningarmun eða eitthvað sem tengja má vísir að vaxandi stéttarskiptingu í landinu ?

Er það algengt að fólk leyti að húsnaði í ákveðnum hverfum og þá hvers vegna ?

Eru kaupendur uppteknir af því hverjir búa í hverfinu og/eða hvaða orðspor fer af því ?

## **C. Húsnæðið**

Biðja viðkomandi að nefna nokkra þætti sem koma upp í hugan sem geta verið helstu þættir sem fólk er að leita eftir ?

Teljið þið að kaupendur séu almennt að leggja áherslu á réttu atriðin þegar þeir velja sér húsnæði , s.s. þau atriði sem líklegt er að skapi þeim besta ávinninngin til lengri tíma ?

Hvernig telur þú að það takist til ?

Hvaða þættir telja fasteignasalar að hafi almennt mesta þýðingu og hafa líklega mest úrslitaáhrif á kaupin ?

Er til staðar viðhorfsmunur á fjölbýlishúsum, / hæðum 3-6 íbúðir og rað/par og einbýli eða er líklegt að staðsetning skipti meira máli ?

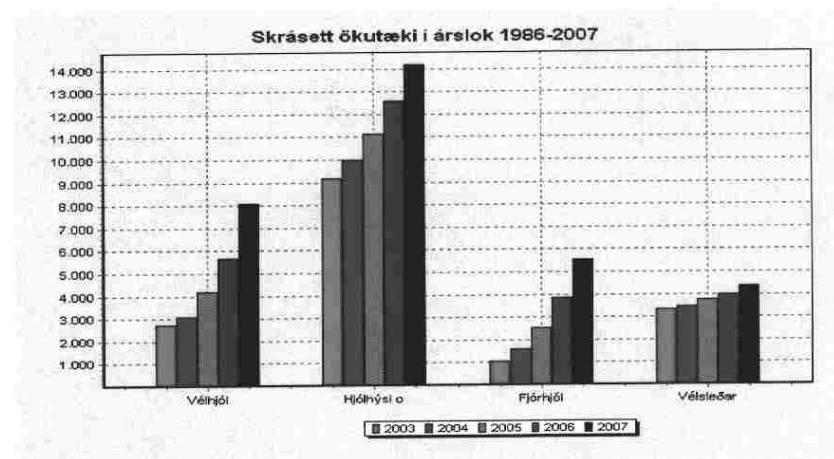
Eru einhver hverfi sem bera einkenni af ákveðnum þjóðfélagshópum ? hver ? hvernig?

*Pakka fyrir og loka samtalini*

## Viðauki 9. Tölulegar upplýsingar af vef Hagstofu Íslands og Fasteignamats ríkisins

Samantekt tölulegra upplýsinga af vef Hagstofu Íslands. Þróun ökutækjafjárfestinga milli ára. Ökutæki önnur en atvinnutæki.

Heimild Hagstofa Íslands.



Heimild: Hagstofan.

	2003	2004	2005	2006	2007
<b>Fólksbílar</b>	<b>166.869</b>	<b>175.427</b>	<b>187.442</b>	<b>197.305</b>	<b>209.456</b>

Heimild: Fasteignamat Ríkisins.

	Verð á sérbýli í ársbyjun 2004 til 2008 meðalverð á fermeter.				
	2008	2007	2006	2005	2004
<b>Reykjavík</b>	271.023	226.404	219.407	157.596	110.130
<b>Kópavogur</b>	286.305	257.407	218.666	187.590	110.363
<b>Garðabær</b>	300.758	265.696	232.064	209.367	133.933
<b>Meðalverð</b>	<b>286.029</b>				<b>118.142</b>
<b>Heildarhækkun</b>	142,11%		hækjun í krónum	167.887	

Heimild Fasteignamat Ríkisins

	Verð á fjölbýli í ársbyjun 2004 til 2008, meðalverð á fermeter.				
	2008	2007	2006	2005	2004
<b>Reykjavík</b>	257.616	226.253	211.709	180.052	136.230
<b>Kópavogur</b>	239.709	229.445	208.827	184.805	143.343
<b>Garðabær</b>	283.369	248.184	224.542	175.778	143.843
<b>Meðalverð</b>	<b>260.231</b>				<b>141.139</b>
<b>Heildarhækkun</b>	84,38%		hækjun í krónum	119.093	

## Viðauki 10. Niðurstöður opinnar umfjöllunar um neytendavernd

11. Telur þú að það sé þörf á betri neytendavernd fyrir húsnæðiskaupendur? Ef svo er, að hvaða leyti?

tel ekki þörf á betri neytendavernd

Ég vissi hreinlega ekki að það væri sérstök neytendavernd til staðar. Góð byrjun væri að tilkynna það meira til almennings að þessi vernd sé til staðar.

Mikið er um að verkakar flýti sér of mikið við að byggja og vandi ekki nógum vel til verksins. Þetta leiðir til alskonar vandamála. Magir eiga erfitt með að fá þessi mál leyst. Það þarf að vera betra eftirlit með þessum málum.

Fasteignasalar fá oftast % af söluverðmæti eignar og þar af leiðandi eru þeir ekki eins hlutlausir og þeir ættu að vera. Það er því í þeirra hag að selja sem flestar eignir fá sem mest fyrir þær.

Vil taka fram að ég treysti ekki öllum fasteignasölmum eins er með verktaða, hef reynt að velja aðila sem ég treysti. Mætti vera til óháður fagaðili varðandi fasteignir og viðskipti, tel mjög mikilvægt að hafa það í góðu lagi. Aleiga og sparnaður almennings er í húfi.

Já, ég tel ómögulegt að fasteignasalar geti tryggt hagsmuni bæði kaupenda og seljenda á sama tíma. Það hlýtur að vera hagur fasteignasala að ná verðinu upp til að auka söluaun. Það þarf að hlúa betur að kaupendum.

Hef ekki skoðun á þessu.

Ég tel vera tvennis konar vernd sem mætti taka upp:

1. Það þarf að vera sér fasteignasali fyrir kaupanda annars vegar, og hins vegar fasteignasali fyrir seljanda. En í dag eru hagsmunir seljanda ofan á, því fasteignasalinn gætir hagsmuna þeirra meira því hann fær söluprósentu af sölu eign seljanda.

2. Einnig að hver og einn kaupandi hafi viku í senn til að ákveða sig ætli hann að kaupa ákveðna eign. Með þessu má koma í veg fyrir óverulega hækkan fasteigna á skömmum tíma. Þessi aðferð er m.a. viðhöfð í Danmörku.

Já..tel að það ætti alltaf að vera matsgerð á húsnæði sem er sett á sölu.

verður að vera löggiltur og óháður matsmaður.

þá fá vœtanlegir kaupendur mun betri yfirsýn hvað er að og hvað ekki.

- allar íbúðir væru tekna út af óháðum fagaðila sem tæki saman lista um það sem væri gott og einnig það sem væri ábótavant (skilst að það sé þannig í usa)

Nei

Það þarf að aðskilja hagsmunabaráttu kaupenda og seljenda. Getur varla staðist að hafa bara einn fasteignasala til að vernda báða aðila.. sérstaklega þegar þóknun er tekin af báðum og markmið með söluþóknun er að hún sé %-hlutfall af eins háu kaupverði og hægt er... Það þarf að leiðréttu þetta með lögum. Einnig tel ég mikilvægt að huga að því að verðmyndun á fasteignamarkaði fari fram, þessi leynd yfir gagntilboðum annarra osfrv gengur ekki þegar sá sami fasteignasali að vernda hagsmuni allra en má aldrei segja neitt...

Bæði kaupendur og seljendur greiði söluaunin til að koma í veg fyrir hagsmunaárekstra

Já ekki spurning. Betra aðgengi að hlutlausum aðilum til að meta það húsnæði sem um er að ræða.

nei

Já. Tel að skyldur fasteignasala ættu að vera meiri. Þeir kynni sér húsnæðið sem þeir ætla að selja betur. Þannig að svör eins og þetta er það sem eigandi segir okkur séu ekki til. Að kaupandi fá ekki þau svör þegar hann hringir inn og segir húsið hriplekt að hann (salinn) biði eftir 500 svoleiðis símtolum þann daginn. Veit hann þá bara að

Seljanndinn segir ekki alla söguna þegar hann selur húsið.

Það þarf að breyta lögum þannig að fasteignasalar gæti ekki bæði hagsmuna seljanda og kaupanda, fer ekki saman. Eins þyrfti að vera lagaleg skylda að fagmaður taki út eign sem eigi að selja, svo kaupendur viti hvað þarf að lagfæra við eignina, ætti að minnka leynda galla.

Ég tel fasteignakaupalögini nokkuð góð og þær meginreglur sem mótað hafa í framkvæmd.

já, ég held það en hef ekki lent í neinu sjálf svo ég veit engin dæmi

nauðsynlegt er að koma á gerð ástandsskýrsna sem framkvæmdar eru af óháuðm aðilla

Að fasteignasalar séu meðvitaðir um ábyrgð'sína

Til dæmis að fasteignasalar sitji ekki beggja megin við borðið, þ.e. vinni bæði selji og kaupi og að fasteignasalar beri meiri ábyrgð.

að f salar sitji ekki báðum megin við borðið

auðvelda aðgengi upplýsinga og aðstoðar fyrir fyrstu kaupendur

Hef ekki skoðun á því

Mjög strangar reglur þurfa að gilda um fasteignasala þar sem mikilvægir peningar í húfi og hjá flestum er um mikilvæstu fjárfestingu að ræða

Held að reglur séu til staðar en upplýsa þarf kaupendur sérstaklega um þær r.d. um að það er kaupanda að kanna ástand húsnaðis.

Báðir aðilar þurfa að hafa sinn umboðsmann, líka kaupandi.

Ekki nægar kröfur gerðar til þerra sem eiga að selja fasteignir.

Reglur þurfa að vera á máli sem allir skilja svo leik reglur séu skírar. Triggja upp upplýsinga miðlan áöllum stigum til beggja aðila.

það stuðlaði sumum vernd kaupenda og seljaenda s.s.

Að kaupandi hafi sinn aðila sem og seljandi.

Fyrir hvem vinnur fasteignasalinn seljanda ?, kaupanda?.  
báðir aðilar borga!

Já til dæmis við afsal, hlutir sem kaupendum yfirsjást við flýti á afsali séu endurskoðaðair. Einnig gallar á húsnaði hvort sem nybyggингum eða notuðu sé jafnvel og eðlilega endurgreitt af seljanda þ.e. kostnaður sem kaupandi ber við galla/mistök.

Ekki hægt að nota einn fasteignasala sem á að vera hag kaupenda og seljenda fyrir brjósti, þyrfti að hafa two, einn sem vinnur fyrir kaupanda og einn sem vinnur fyrir seljanda.

Astandsskoðun ætti að vera skylda seljenda og það þarf að fylgjast betur með störfum fasteignasala

Tel að það þurfi meira eftirlit með fasteignasöluum eða fulltrúum þeirra.  
eRFITT AÐ

Já það þarf aðgeingi að hlutlausu mati (surveyor series) fyrir báða aðila en einkun kaupanda, Tryggingarmál vegna kaupanda hjá kaupanda eu líka nánast óþekkt á Íslandi

Fasteignasalar þurfa að fræða húsnaðiskaupendur um þann aukakostnað sem er við að kaupa fasteign

JÁ !

JÁ ÞÖRF Á BETRI NEYTENDAVERND

Vegna leyndra galla og ófaglegra vinnubragða

Vegna galla

Í sambandi við vexti á lánum

Já , betri upplýsingar um ástand húsnæðis , meiri nákvæmni við gerð kaupsamninga og afsals

þarf að upplýsa betur hvað það er sem kaupendur þurfa að varast, fæstir vita það fyrr en efirá þegar vandamálin eru búin að gerast.

Hef enga sérstaka skoðun á því

Já varðandi ástand húsnæðis og hvort reglugerðum hafi verið fylgt. þarf að sjást betur byggingarferli og eftirlit á öllum byggingarstigum og hafa þá sögu aðgengilega.

Skýrari reglur/lög og þegar eitthvað er að þá sé ljóst hvert á að beina athguasendum. Fasteignasalar eru oftar en ekki umboðsaðilar byggjenda og peningalega tengdir,

Nei.

Nei.

Fasteignasalar beri meiri ábyrgð og taka ekki ólögleg aukagjöld

já þarf einfaldar og aðgengilegar upplýsingar um réttindi húsnæðiskaupenda

Of mikið af lélegum fasteigasöлum þó markgir góðir séu þar einnig. Eins og hver sem er geti orðið fasteignasali í dag.

þarf að upplýsa betur með marga þætti til dæmis vísitölubindingu lána sem hefur breytt fjárhagslegum áætlunum

þarf að upplýsa og útskýra, njörfa vel niður í þægilega og ekki of flókna liði.

vantar skýrari upplýsingar sem hjálpa manni fyrirfram

Að upplýsingaskylda sé algjör á báða bóga en ekki láitn njóta tilviljana sem valda bæði seljanda og kaupanda tjóni og sorg.

þarf að fylgja betur eftir hvernig seljendur skila frá sér eigninni

já , það er þörf

Já amk. betri upplýsingar um réttindi og hvert leita skuli ef eitthvað kemur upp á.

Seljandi þarf að sýna og upplýsa en ekki fasteignasali

Ferlegt þegar fasteignasalar eiga 50 -100 íbúðir sjálfir

Já handvömm verkata allof mikil og lítil vernd í boði

Nei ekki þörf

Mér finnst aðalega vanta neytendavernd gagnvart óhagstæðum lánum

Of mikið um galla í nýbyggingum . vantar virkara eftirlit

Af hverju má kaupandi ekki velja þann sem þjónustar hann í kaupsamning ? þarf nauðsinlega að vera valfrelsi um hvar sú þjónusta er keypt af kaupanda

já vita fyrirfram hvað þarf að skoða vel og passa sig á til að allt gangi vel.
Hef ekki kynnt mér neytendavernd að neinu gagni og er því ekki fær um að svara þessu
já fasteignasalar fría sig allri ábyrgð gagnvart kaupanda og telja sig einungis þurfa að gæta hagsmuna seljenda
kaupendur þurfa að geta valið hver gætir hagsmuna þeirra óháð því hvar eignin var sett á sölu, sérstaklega þegar þarf að borga sérstaklega fyrir það.
já
Að sett sé skilvis /fljóttleg leið til að greiða úr umkvörtunum, - Mjög mikilvægt að mál séu afgreidd skoðað/metið á sem stystum tíma.
Erfitt að svara, blankir kaupendur aldrei ánægðir, margt annað spilar inn í þ.á.m. ofneysla í samfélagini
Hef ekki sett mig nægjanlega inn í málíð
Ath þú spryrð um ábyrgð stjórnvalda, mér finnst vanta spurningu um ábyrgð bankanna- það eru þeir sem vaða inn á fasteignamarkað 2004 - valda því að verð spennist upp - eru þar eum stundarsakir og draga sig til baka 2008. önnur rannsókn kannski. ?
Of mikið um blekkingar seljenda sem falla ekki undir þá % tölu af heildarverði að sé galli en veldur mikilli óánægju
Island er allt of lítið til að hægt sé að gera ráð fyrir því að fasteignasalar séu hlutlausir. Þarf einhvern sem gætir hagsmuna kaupenda
Gæta hagsmunatengsla milli verktaka og fasteignasala
Of mikið af lélegum fasteignasöldum og fólk sem þekkir illa til sem er að selja.
Ástandsskoðun af óháðum aðila þarf nauðsynlega að koma og vera sjálfkrafa í öllum þessum gjöldum
Neytendavernd er í lagi
Eitthvað fast form á því hvaða upplýsingar kaupendur fá um bæði húsið og fjármögnun.
Ástandsskoðun. Það gerir engin ástandsskoðun ádur en hann fær samþykkt tilboð, og of seint að gera það þegar komið er samþykkt tilboð. Það á að lyggja fyrir í öllum þeim upplýsingum sem kaupendur fá. Skiptir meira máli en t.d. hvaða leikskólar eru í nágrenninu sem fólk getur sjálf fundið út.
Meira eftirlit með sölufulltrúum á fasteignasöldum
"Sölmenn" í fasteignaviðskiptum eiga ekki að vera til. Bara aðilar sem upplýsa á hlutlausan hátt réttar upplýsingar svo kaupendur geti sjálfir valið sem réttast. "Sölmenn" eiga heima í bilaviðskiptum og verslunum
já
Eftir því sem húsin eru betur byggð því minna þarf á henni að halda
Já betra eftirlit opinberra aðila
Sú þjónusta sem er á bak við umsýslugjaldið á að vera sér þjónusta og kaupandi að geta valið hvern hann fær í það. Í söluulaunum eiga líka að vera úttekt iðnaðarmanns með réttindi.
Þyrfti að fylgjast betur með störfum fasteignasala
Að kaupandi hafi sinn aðila og seljandi sinn
Skýrari reglur um leynda galla

## Viðauki 11. Meðaltal ánægjuþáttu við mælingu rannsóknarspurningar

Meðaltal ánægjuþáttu þar sem tekið er út hlutlaus afstaða.

Meðaltal viðhorfa þeirra sem tóku afstöðu á kvarðanum 1 - 5.

Pættir	Fjöldi svara	Meðaltal	Aðlagð meðaltal
Sveitarfélagið sem ég bý í	238	1,429	1,390
Hverfið sem ég bý í	239	1,427	1,427
Ástand húsnæðis að utan	238	2,134	2,134
Ástand húsnæðis að innan	234	2,043	2,009
Virðisaukandi þættir	237	2,063	2,030
Hljóð og umhverfismengun	238	2,345	2,329
Nágranna	235	1,966	1,931
Hversu vel það uppfyllir þarfir fjölskyldunar	234	1,615	1,578
Hversu vel fjárhagsleg áætlun hefur staðist	238	2,803	2,803

Meðaltal viðhorfa , samantekt,

### 9 Þættir

Hlutfall hvers þáttar 1/9 = 0,111111

Heildarmeðaltal viðhorfa miðað við jafnt vægi allra 9 þátta.

**1,959**

Formúla , Exel. Við útreikning á heildarmeðaltali

$$*(R9) = 0,1111111$$

$$=((R9*1,39)+(R9*1,427)+(R9*2,009)+(R9*2,134)+(R9*2,03)+(R9*2,329)+(R9*1,931)+(R9*1,578)+(R9*2,803))$$

Sundurliðun aðlagaðs meðaltals hvers þáttar.

1.) Sveitarfélagið sem ég bý í

Kvarði:	Mjög sáttur	Frekar	Hvorki né	Frekar ósáttur	Mjög ósáttur
Afstaða svörun fjöldi :	1	2	3	4	5
Á ekki við:	236	163	58	11	4
Hlutfall afstöðu (236/*)	0,6907	0,2458	0,0466	0,0169	0

Aðlagað meðaltal = 1,390

Hverfið sem ég bý í

Kvarði:	Mjög sáttur	Frekar	Hvorki né	Frekar ósáttur	Mjög ósáttur
Afstaða svörun fjöldi :	1	2	3	4	5
Á ekki við:	239	159	62	14	4
Hlutfall afstöðu (239/*)	0,6653	0,2594	0,0586	0,0167	0,0000
		0			

Aðlagað meðaltal = 1,43

Ástand hússins að innan

Kvarði:	Mjög sáttur	Frekar	Hvorki né	Frekar ósáttur	Mjög ósáttur
Afstaða svörun fjöldi :	1	2	3	4	5
Á ekki við:	232	78	99	38	9
Hlutfall afstöðu 232/*	0,3362	0,4267	0,1638	0,0388	0,0345

Aðlagað meðaltal = 2,009

Ástand hússins að utan

Kvarði:	Mjög sáttur	Frekar	Hvorki né	Frekar ósáttur	Mjög ósáttur
Afstaða svörun fjöldi :	1	2	3	4	5
Á ekki við:	238	74	95	39	23
Hlutfall afstöðu 238/*	0,3109	0,3992	0,1639	0,0966	0,0294

Aðlagað meðaltal = 2,134

<u>Virðisaukandi þættir /garður og falleq aðkoma</u>		Mjög sáttur	Frekar	Hvorki né	Frekar ósáttur	Mjög ósáttur
Kvarði:		<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
Afstaða svörun fjöldi :	235	67	112	39	16	1
Á ekki við:	2					
Hlutfall afstöðu (235/*	0,2851	0,4766	0,1660	0,0681	0,0043	0
<u>Aðlagðað meðaltal =</u>	<u>2,030</u>		0			

	Mjög sáttur	Frekar	Hvorki né	Frekar ósáttur	Mjög ósáttur
Kvarði:	1	2	3	4	5
Afstaða svórun fjöldi :	237	68	82	38	39
Á ekki við:	1				
Hlutfall afstöðu 237/*	0,2869	0,3460	0,1603	0,1646	0,0422
<u>Aðlagað meðaltal =</u>		<u>2,329</u>			

<u>Nágrannar</u>		Mjög sáttur	Frekar	Hvorki né	Frekar ósáttur	Mjög ósáttur
<u>Kvarði:</u>		<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
Afstaða svörun fjöldi :	233	88	94	34	13	4
Á ekki við:	2					
Hlutfall afstöðu (233/*)	0,3777	0,4034	0,1459	0,0558	0,0172	
<u>Aðlagað meðaltal =</u>		<u>1,931</u>				

Hversu vel það uppfyllir þarfir fiðskylldunar						
	Mjög sáttur	Frekar	Hvorki né	Frekar ósáttur	Mjög ósáttur	
Kvarði:	1	2	3	4	5	
Afstaða svörun fjöldi :	232	127	81	19	5	0
Á ekki við:	2					
HLUTFALL AFSTÖÐU (232/*)	0,5474	0,3491	0,0819	0,0216	0,0000	
<u>Aðlagað meðaltal =</u>		1,578				

<u>Hversu vel fjárhagsleg áætlun hefur staðist</u>		Mjög sáttur	Frekar	Hvorki né	Frekar ósáttur	Mjög ósáttur
Kvarði:		<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
Afstaða svórun fjöldi :	238	44	67	57	32	38
Á ekki við:	0					
Hlutfall afstöðu (238/*	0,1849	0,2815	0,2395	0,1345	0,1597	
<u>Aðlagað meðaltal =</u>		<u>2,803</u>				

## 9 Heimildarskrá

Abraham Harold Maslow. 1943,(e.d.). *Abraham Harold Maslow 's hierarchy of needs.* Sótt 20. ágúst 2008 af [http://www.age-of-the-sage.org/psychology/abraham\\_maslow.html](http://www.age-of-the-sage.org/psychology/abraham_maslow.html)

Arnór Sighvatsson. (2005, mars). Er Íslandsvélin að ofhitna. *Erindi flutt á morgunverðarfundi Verslunarráðs Íslands.* Sótt af <http://sedlabanki.is/lisalib/getfile.aspx?itemid=2880>

Arnór Sighvatsson. (2005 maí). Virkar peningastefnan, *Hagmál*, 44, bls.10-14.

Blundell, Richard. (1988). Consumer Behaviour: Theory and Empirical Evidence - A Survey. *The Economic Journal*, 98(389), 16. Retrieved September 15, 2008, from ABI/INFORM Global database. (Document ID: 1064169).

Brian Krauth (2006). Social interactions in small groups. *The Canadian Journal of Economics*, 39(2), 414-433. Retrieved September 20, 2008, from ABI/INFORM Global database. (Document ID: 1029556051).

Bragi Bergsson. (2004). Fellapakkið í gettóinu : uppbygging Efra-Breiðholts. *Sagnir*: 24: bls. 66-73.

Brink and Johnston. (1979) Housing Satisfaction - The Concept and Evidence from Home Purchase Behavior. *Family and Consumer Sciences Research Journal*.1979; 7: 338-345

Burns, A. C. (2006). *Marketing research*. Upper Saddle River: NJ:Pearson.

Carlton, W. D. Og Perloff, J.M. (2005). *Modern Industrial Organization*: (4 útgáfa).International edition:Pearson.

Capasent Gallup. (e.d.). *Rannsóknir, þjóðarpúlsin*. Sótt á 29 ágúst 2008 á <http://gallup.is/?PageID=760>

Eggert Þór Bernharðsson.(Ritstj.). (2006). *Landsbankinn 120 ára*. Reykjavík: Oddi.

Eggert Þór Bernharðsson. (2000). Undir bárujárnsboga:braggalíf í Reykjavík 1940-1970. Reykjavík: JPV útgáfa.

Erlendur Jónsson. (2003). Nokkur helstu viðfangsefni og viðmið. Í Sigríður Halldórsdóttir og Kristján Kristjánsson (Ritstj.), Handbók í aðferðarfræði og rannsóknum í heilbrigðisvíndum (bls 15-32). Akureyri: Háskólinn á Akureyri.

Foxall Gordon. (1990). Consumer Psychology in Behavioural Perspective. New York: Biddles Ltd.

Félag fasteignasala (e.d). Félagsmenn félags fasteignasala. Sótt 5 september 2008 af <http://www.ff.is/felagsmenn/>

Godin, Gaston, Jobin, Jean, Bouillon, Jacques. (1986). Assessment of leisure time exercise behavior by self-report: a concurrent validity study. Canadian Journal of Public Health, 77(5), 359-362. Retrieved September 20, 2008, from Health Module database. (Document ID: 477835691).

Guðmundur Hálfdanarson og Svanur Kristjánsson. (Ritstj.). (1993). Íslensk þjóðfélagsþróun 1880-1990: ritgerðir. Reykjavík: Félagsvísindastofnun Háskóla Íslands: Sagnfræðistofnun Háskóla Íslands.

Guðmundur Hálfdanarson. (1993). Íslensk þjóðfélagsþróun á 19. öld. Reykjavík: Félagsvísindastofnun Háskóla Íslands.

Guðrún Pálsdóttir. (1985). Öldin okkar: minnisverð tíðindi 1941-1950. Reykjavík: Efnisskrá.

Harrison, T. (2003, August). Understanding the behaviour of financial services consumers: A research agenda. Journal of Financial Services Marketing, p. 6. Retrieved September 20, 2008, from Business Source Premier database.

Helga Jónsdóttir. (2003). Viðtöl sem gagnasöfnunaraðferð. Í Sigríður Halldórsdóttir og Kristján Kristjánsson (Ritstj.), Handbók í aðferðarfræði og rannsókn m í heilbrigðisvíndum (bls 67-82). Akureyri: Háskólinn á Akureyri.

Housing Market Dixcrimination, Home—ovnership, and Savings behavior. John F. Kain, John M. Quigley, The American Economic Review, Vol. 62, No. 3 (Jun ., 1972), pp.263-277.

Jóhanna Gunnlaugsdóttir. (1984). *Öldin okkar: minnisverð tíðindi 1961-1970.* Efnisskrá: Reykjavík.

James, F. E., David T. K. [and] Blackwell, R. D. (1968). *Consumer behavior.* New York :Oxford:University press.

Lambin, J. J. (2000). *Market-driven management: An introduction to marketing.* Basingstoke: Macmillan.

Martin L. (2006). The importance of tenure to retirement housing purchasers and the impact of culture upon their attitudes to tenure. *Property Management*, 24(5), 464-478. Retrieved September 22, 2008, from ABI/INFORM Global database. (Document ID: 1146567621).

Magnús Árni Skúlason.(2006; 1). Íslenski draumurinn: húsnæði fyrir alla. *AT : tímarit Arkitektarfélags Íslands og Félags íslenskra landslangsarkitekta*, bls. 16-22.

Joan L.-M., Dhruv G.(2006). Imperfect Information: The Persistence of Price Dispersion on the Web. *Academy of Marketing Science. Journal*, 34(2), 236-243. Retrieved September 22, 2008, from ABI/INFORM Global database. (Document ID: 1015471911).

National Board of housing, Building and Planning, Sweden and Ministry for Regional Development of the Czech Republic. (2005). Housing Statistics in the European Union 2004, Policy report. Copenhagen.

Nordic Council of Ministers (2005). *The nordic model for consumer and customer satisfaction*, Policy report. Copenhagen.

Palmer, A. (2004). *Introduction to Marketing, theory an practice.* New York: Oxford University Press Inc.

Nelson, P. (1970). Information and Consumer Behavior, 78(2) *Journal of Political Economy* 311-329.

Lög nr 29/EF/2005.

Shieh, K., & Cheng, M. (Spring 2007). AN EMPIRICAL STUDY OF EXPERIENTIAL VALUE AND LIFESTYLES AND THEIR EFFECTS ON SATISFACTION IN ADOLESCENTS: AN EXAMPLE USING ONLINE GAMING. *Adolescence*, 42(165), 199-215. Retrieved September 21, 2008, from Academic Search Premier database.

Sigurlína Davíðsdóttir. (2003). Eigindlegar eða megindlegar rannsóknaraðferðir?. Í Sigríður Halldórsdóttir og Kristján Kristjánsson (Ritstj.), *Handbók í aðferðarfæði og rannsóknum í heilbrigðisvísvindum* (bls 219-237). Akureyri: Háskólinn á Akureyri.

Sigurlína Sigurbjörnsdóttir. (1986). *Öldin okkar: minnisverð tíðindi 1951-1960.* Efnisskrá: Reykjavík.

Solomon, Michael R. (2002). *Consumer behaviour: A European perspective.* Harlow, England: New York: Financial Times:Prentice-Hall.

Schiffman, G. L. og Kanuk, L. L. (1983). *Consumer behavior.* New Jersey: Prentice-Hall.

Tamar Kugler, Gary Bornstein, Martin G Kocher, Matthias Sutter. (2007). Trust between individuals and groups: Groups are less trusting than individuals but just as trustworthy. *Journal of Economic Psychology*, 28(6), 646. Retrieved September 20, 2008, from ABI/INFORM Global database. (Document ID: 1397909771).

Whang, Yun-Oh (2002) Consumer choice under budget constraint: Why consumers overspend. Ph.D. dissertation, University of Southern California, United States -- California. Retrieved September 14, 2008, from ABI/INFORM Global database. (Publication No. AAT 3094382).

Þórólfur Þórlindsson og Þorlákur Karlsson. (2003). Um úrtök og úrtaksaðferðir. Í Sigríður Halldórsdóttir og Kristján Kristjánsson (Ritstj.), *Handbók í aðferðarfæði og rannsóknum í heilbrigðisvísvindum* (bls 67-82). Akureyri: Háskólinn á Akureyri.

Þorlákur Karlsson. (2003). Spurningakannanir: Uppbygging orðalag og hættur. Í Sigríður Halldórsdóttir og Kristján Kristjánsson (Ritstj.), *Handbók í aðferðarfæði og rannsóknum í heilbrigðisvísvindum* (bls 331-357). Akureyri: Háskólinn á Akureyri.

Öldin okkar. *minnisverð tíðindi 1981-1985.* (1988). Reykjavík : Iðunn.