

FORSKNINGSÖVERSIKT

**Berndt
Lundgren**

TEKN. DR
LEKTOR BYGG- OCH
FASTIGHETSEKONOMI, KTH



Hur kommer hushållen att reagera på ditt bostadsprojekt?

Lite tillspetsat fångar den här frågan upp något som många byggherrar och kommuner funderar på inför planeringen av nya bostadsprojekt. Det finns självklara krav på långsiktighet och hänsynstaganden till Plan- och Bygglagen som måste uppfyllas under planeringsfasen. Men det finns också behov av att förstå vilken boendemiljö hushållen föredrar och vilka priser dessa är beredda att betala när investeringsbesluten skall fattas. Fastighetsekonomisk forskning inom marknadsanalys vid Kungliga Tekniska högskolan (KTH) kan bidra till en lösning på den här frågan. Forskningen är en möjlighet att stärka byggherrerollen och samtidigt öka kundfokuseringen vilket var ett av huvudproblemen som uppmärksammades hos byggindustrin genom SOU (2002:115).

Statistiska modeller för att mäta kundnöjdhet används sedan många år av till exempel Svenskt Kvalitetsindex (www.kvalitetsindex.se) som utför nöjdhetsundersökningar inom en rad branscher. Få inom fastighetsbranschen känner däremot till att det existerar kvalitativa och statistiska metoder för att fånga och mäta reaktionen på upplevelsen av produkter förutom nöjdheten med företagets produkter och tjänster. Den tillämpning som utvecklats vid KTH innebär att människors faktiska upplevelser av produkter kan fångas genom intervjuer för att sedan analyseras med statistiska modeller. Upplevelser som överförs till reaktioner på kvaliteter hos bostadsprojekt och på priser avslöjar olika sociodemografiska gruppers intentioner att bosätta sig i ett bostadsprojekt. Analyser kan fokusera på ett specifikt bostadsprojekt

med hänsyn till dem som bedöms vara intresserade av projektet. Med stöd av analysen är det möjligt att bedöma storleken på den potentiella efterfrågan inom ett primärt marknadsområde och inom ett eller flera sekundära marknadsområden. Tekniken att mäta reaktioner på bostäder är densamma som för kundnöjdhet men den teoretiska förklaringsmodellen skiljer sig åt. Forskningen som är en del av en doktorsavhandling vid KTH har be-

de analyser med statistiska modeller tillämpas vanligen inom branscher där konkurrens mellan företagets produkter är hög och där kunders reaktioner på produkten eller tjänsten är viktig. Genom att statistiskt bestämma hur lägenheter och områdesgivna kvaliteter i enskilda projekt påverkar potentiella kunders beslutsfattande fås information som gör det möjligt att stärka kundfokuseringen och byggherrerollen i byggprocessen.

” Studien visade också att den höga nyproduktionshyran inte var avgörande för valet att hyra.

drivits under sju år med ansatsen att verifiera nya arbetssätt samt visa på konkreta tillämpningar för samhällsbyggnadsbranschen.

Under senare år har intresset åter ökat för tillämpningar där bostäders kvaliteter mäts och relateras till pris. Framförallt har intresset ökat genom företagen Spaceescape (www.spaceescape.se) och Evidens (www.evidensgruppen.se) insatser för att definiera kvaliteter hos bostäder och kontor med hjälp av multipel regressionsanalys och sekundärdata. Den teoretiska och metodmässiga skillnaden till arbetssättet som utvecklats vid KTH är stor då omedelbara reaktioner mäts via attityder och ordinala data. Mätningar av attityder med efterföljan-

Eftersom metodiken är generell finns direkta tillämpningar även för handel, kontor eller hotellfastigheter.

Forskningsresultat visar att potentiella köpare och hyresgäster upplever positiva och negativa funktionella- samt psykologiska konsekvenser som en följd av utformningen av lägenheten och bostadsområdet, vilket påverkar deras val att köpa eller hyra en bostad. Statistiska analyser i 1 SOU 2002: 115. Skärpning gubbar! Om konkurrensen, kvaliteten, kostnaderna och kompetensen i byggsektorn. Frösunda2, Solna och Hornsberg Strand3, Stockholm visar att så är fallet. Till exempel påverkade reaktioner på lägenhetens standard valet att hyra en lägenhet i Familje-

bostäders projekt i Hornsberg Strand. Resultaten av studien i Hornsberg Strand har analyserats tillsammans med Professor Fan Yang Wallentin, Statistiska Institutionen, Uppsala Universitet. Den statistiska analysen visar att fler hushåll hade blivit hyresgäster om det hade funnits lägenheter med exklusivare köks- och badrums inredning. Studien visade också att den höga nyproduktionshyran inte var avgörande för valet att hyra. De som accepterade att hyra hade signifikant lägre inkomster än de hushåll som avstod från att hyra. Metodiken ger oss nya möjligheter att undersöka boendekvaliteter och fastställa dess effekter mellan olika grupper på en detaljerad nivå som inte varit möjligt tidigare.

Hur kan den här tekniken användas? En intressant tillämpning kommer från ett experiment med en videoanimering av bostadsprojektet Kuttersmycket i Öster Mälarstrand 4 i Västerås. Videoanimeringen användes för att studera hushållens reaktioner på bostadshusens utformning, boendemiljön och olika prisnivåer. Det faktiska läget för projektet avslöjades inte för respondenterna utan var sagt att ligga på 30-40 km avstånd norr om Stockholm centrum. Respondenterna kom från Besqab och Veidekkes interna bostadsköer och var slumpmässigt valda. Den statistiska modellen gav oss möjlighet att undersöka hur bostadshusens utformning, boendemiljö, läge och prisnivåer påverkar intentionen att bosätta sig i ett bostadsprojekt med dessa kvaliteter. Den statistiska analysen sker för barnfamiljer och familjer utan barn. Priset som användes var marknadspriser samt priser som var 25 procent högre. Det högre priset i experimentet var medvetet valt för att undersöka om den statistiska metoden fångar upp och kan verifiera effekten av ett högre pris givet upplevda boendekvaliteter. Den statistiska analysen visar att barnfamiljer ansåg att boendemiljön var bra men bostadshusens utformning och läget gjorde att projektet inte upplevs prisvärt. Familjer utan barn reagerade däremot positivt på bostadshusens utformning, boendemiljön, läget samt marknadspriset. Vad händer med deras intention att bosätta sig i ett bostadsprojekt med dessa kvaliteter när priset ökar med 25 procent? Den statistiska analysen visade att när priset ökade med 25 procent så tyckte familjer utan barn att boendet inte längre var prisvärt men uppskattar fortfarande boendekvaliteterna i projektet. Det finns alltså en brytpunkt under den nivån som vi testat då det faktiska priset blir för högt. En byggherre



Norra stå på Råsunda. Den anrika nationalarenan ska ge plats för bostäder.

FOTO: MATTIAS FRÖJD

bekräftar att de sålt marken innan byggstart och mäklare säger att barnfamiljers intresse för boende i Öster Mälarstrand är lägre och försäljning sker mestadels till familjer utan barn.

En annan tillämpning för byggherren finns genom den kvalitetsutvecklingsmetoden Quality Function Deployment (QFD) som omvandlar användarkrav till design. QFD är vanligen använd inom tillverkningsindustrin. Med den statistiska metoden kan hushållens attityder till specifika utformningar av balkonger, fönster eller andra funktioner mätas och återföras som stöd till QFD analyser. Vilka andra möjliga tillämpningar finns det? Till exempel är möjligheten stor till stärkt medborgardialog genom videoanimerade bostadsmiljöer på Youtube. Medborgarnas reaktioner mäts via webbenkäter. Statistiska analyser stryker sedan olika sociodemografiska gruppers reaktioner på föreslagna projekt. Det är faktiskt möjligt att en videoanimering av Hammarby Sjöstad i tidigt skede hade visat att det var barnfamiljer i Stockholm innerstad var den primära målgruppen istället för medelålders par i Enskede med omnejd vilket hade sparat stora utgifter. En annan tillämpning är exempelvis Slussen projektet där medborgardialogen kan ha underlättats men här behövs fortsatt forskning kring vad som är praktiskt genomförbart i större komplexa miljöer.

Varför blir en viss stadskärna attraktivare än en annan? Medborgarnas reaktioner på utformningen av svenska stadskärnor kan undersökas och verifieras med hjälp av den kvalitativa och statistiska metod som vi tillämpat i forskningsprojekten. Vilka framgångsfaktorer kännetecknar en viss plats sett ur medborgarens perspektiv och vilka skillnader finns i attityder mellan unga och äldre medborgare? Vilken butiksmix i ett centrum eller galleria har den största sannolikheten att lyckas i konkurrens med andra centra? Vilka grupper av hushåll tycker att centret är attraktivt och hur kan besöksfrekvenser förändras till det bättre? Dessa frågor är exempel som kan ges ett svar med metodiken.

Nya innovationer och tillämpningar av speteknik behöver stöd för att utvecklas till nya företag. Sveriges innovationsmyndighet (VINNOVA) har via KTH innovation beslutat att stötta utvecklingen av företaget Tailored scales (www.tailoredscales.com). Nya tjänster utvecklas nu med utgångspunkt från den forskningsansatsning som skett med ekonomiskt bistånd från Formas samt företagen Besqab, JM, NCC, Veidekke, Stockholm Stads Bostadsförmedling, Prognoscentret, Swedbank Sparbanksstiftelser och Sollentuna kommun, Solna Stad och Upplands-Väsby kommun. ■