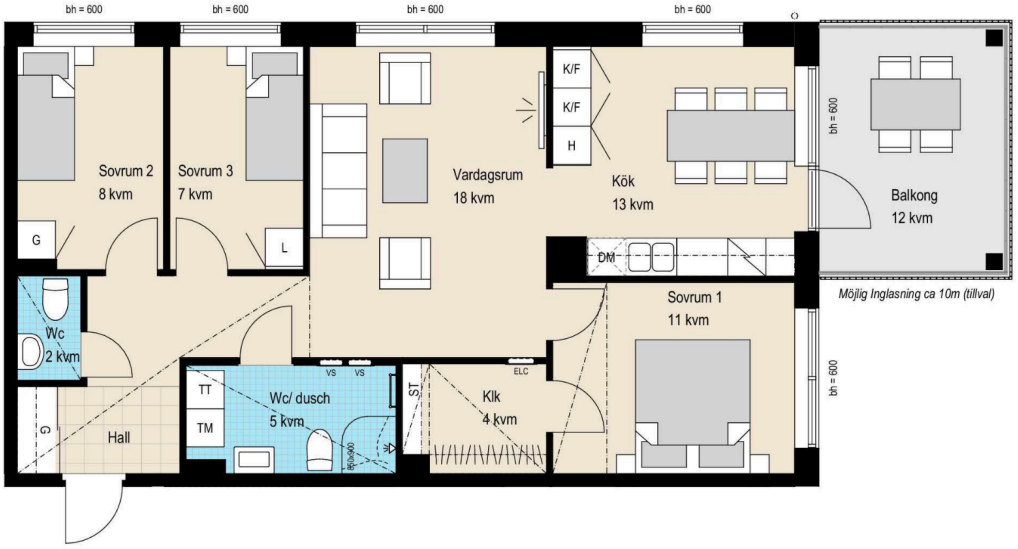
EXAMENSARBETE ACEX20

Kvaliteter hos nyproducerade bostadsrätter som prioriteras av nutida köpare



Analys av den nutida bostadsköparens behov

Examensarbete inom kandidatprogrammet

Affärsutveckling och entreprenörskap inom samhällsbyggnadsteknik

Edvin Ståhl

Tom Schillström

Kvaliteter hos nyproducerade bostadsrätter som prioriteras av nutida köpare

Analys av den nutida bostadsköparens behov

Examensarbete inom kandidatprogrammet

Affärsutveckling och entreprenörskap inom samhällsbyggnadsteknik

Edvin Ståhl

Tom Schillström

©Edvin Ståhl, Tom Schillström, 2024

Examensarbete ACEX20
Institutionen för arkitektur och samhällsbyggnadsteknik
Chalmers tekniska högskola 2024

Institutionen för arkitektur och samhällsbyggnadsteknik
Avdelningen för Construction management
Chalmers tekniska högskola
412 96 Göteborg
Telefon: 031-772 10 00

SAMMANFATTNING

Detta examensarbete har som syfte att undersöka eftertraktade kvaliteter vid köp av nyproducerade bostadsrätter och hur de skiljer sig mellan generationer. Examensarbetet ämnar att besvara frågeställningen: Vilka kvaliteter hos nyproducerade bostadsrätter är prioriterade av nutida köpare? Analys av den nutida bostadsköparens behov.

Undersökningsmetoden som används är begränsade och består av kvantitativa enkäter för att sedan fördjupas med hjälp av kvalitativa enkäter. Syftet med bakom upplägget är att få två svar. Den kvantitativa enkäterna ska svara på vilka kategorier av preferenser som är centrala och därefter kunna utforma de kvalitativa enkäterna för att specificera vad med dessa preferenser som är av betydelse och hur de skiljer sig mellan våra målgrupper. Enkät är en kostnad- och tidseffektiv metod för att samla in den data som ger svar på frågeställningen.

I samarbete med Ekeblad Bostad etablerades en målgrupp för undersökningen. Ekeblad Bostad är ett medelstort bolag som startades 2010 med fokus på fastighetsutveckling och nyproduktion. Bolaget har behov av att förbättra sin förståelse för vilka preferenser kunder har för nyproducerade bostadsrätter som passar målgruppen. Ekeblad var därmed villiga att bidra med sin kundkrets som population för att ta del av undersökningen.

Rapportens fokus är på nyproducerade bostadsrätter. Genom att observera kriterier såsom läge, utformning, och marknadsförutsättningar fångas värdefulla insikter upp i de mest frekvent flyttande åldersgruppers prioriteringar och förutsättningar för att komma in på bostadsmarknaden.

Undersökningen behandlar inte priser på bostaden som en central faktor, utan väljer istället att fokusera på tidigare nämnda fysiska kriterier. Den ekonomiska faktorn stör undersökningens mål, vilket är att finna betydande skillnader utöver de som redan är undersökt. En mindre sektion om ekonomi i våra enkäter inkluderas då undersökningen därmed sätter prioriteringarna i relation till den ekonomiska faktorn då resultaten annars kan bli förskjutna mot dyrare alternativ.

Målet med arbetet är att ta fram resultat som Ekeblads bostad ska kunna identifiera och använda för att stärka sin verksamhet. Ekeblads Bostad skall förhoppningsvis kunna identifiera relevanta resultat för deras verksamhet för att kunna fokusera på fortsatt analys av den data som anses ha störst utvecklingspotential.

ABSTRACT

This thesis aims to examine desired qualities when purchasing newly produced homes and how they differ between generations. The thesis intends to answer the question: What qualities of newly produced homes are prioritized by contemporary buyers? Analysis of the contemporary first-time buyer's needs.

The research method employed is limited and consists of quantitative surveys, followed by deeper investigation using qualitative surveys. The purpose behind this setup is to obtain two answers. The quantitative surveys will address which categories of preferences are central and then design the qualitative surveys to specify what aspects of these preferences are significant and how they differ among our target groups. Surveys are a cost- and time-effective method for gathering the data that provides answers to the research question.

In collaboration with Ekeblad Bostad, a target group for the study was established. Ekeblad Bostad is a medium-sized company founded in 2010 with a focus on real estate development and new construction. The company needs to improve its understanding of its customers' preferences for newly produced homes that suit the target group. Therefore, Ekeblad was willing to contribute its customer base as a population to participate in the study.

The report focuses on newly produced condominiums. By observing criteria such as location, design, and market conditions, valuable insights are captured into the priorities and conditions of the most frequently moving age groups to enter the housing market. The study does not consider the price of the home as a central factor but instead chooses to focus on the aforementioned physical criteria. The economic factor disrupts the study's goal, which is to find significant differences beyond those already investigated. A small section on economics in our surveys is included as the study thus prioritizes considerations in relation to the economic factor, as otherwise, the results could be skewed towards more expensive alternatives.

The goal of the work is to produce results that Ekeblad Bostad can identify and use to strengthen their operations. Hopefully, Ekeblad Bostad are able to identify relevant results for their operations in order to further focus on continued analysis of the data deemed to have the greatest potential for development.

Förord

Denna rapport är den sista delen av kursen Affärsutveckling och entreprenörskap, teknologie kandidat på Chalmers tekniska högskola. Examensarbetet har utförts med hjälp av Ekeblad bostad samt med stöd av avdelningen Construction Management. Arbetet har utförts från sent 2023 till våren 2024 på halvfart och omfattar 15 poäng av totalt 160 i kursen som helhet.

Vi har fått mycket hjälp under arbetets gång och vill därför tacka dem som hjälpt oss. Vår handledare Caroline Ingelhammar för allt engagemang, vägledning och expertis inom området. VD för Ekeblad Bostad, Staffan Hagström, för inspiration, information inom området samt tillgång till kundunderlag. Utan era råd, expertis inom området och peppning hade vi aldrig tagit projektet i mål.

Vi vill även tacka våra opponenter Ivar Palmlöf och Adam Olofsson för gott samarbete och feedback som utvecklade arbetet framåt.

Edvin Ståhl & Tom Schillström

Innehållsförteckning

1 Inledning **1**
1.1 Bakgrund 1
1.2 Syfte 2
1.3 Problemformulering 2
1.4 Avgränsning 2
2 Metod **3**
2.1 Undersökningsstrategi 3
2.3 Undersökningsmetod 3
2.4 Kvantitativa metoder 3
2.5 Kvalitativa metoder 4
2.6 Reliabilitet, validitet och objektivitet 5
2.7 Urval 5
3 Teori **6**
3.1 Dynamiken mellan hyresreglering av nyproduktion 6
3.2 Instabil bostadsmarknad kopplat till det politiska läget 6
3.3 Ungdomars situation på bostadsmarknaden 7
3.4 Bostadsrättens betydelse för stadsutveckling 7
3.5 Ekonomiskt inflytande på bostadsköp 8
3.6 Sociologins inverkan på förstagångsköpare. 8
3.7 Den attraktiva staden 9
4 Resultat **10**
4.1 Kvantitativa resultat 10
4.1.1 Ekologisk hållbarhet 10
4.1.2 Läge 11
4.1.3 Visuella kvaliteter 11
4.1.4 Funktionella kvaliteter 12
4.1.5 Specifika preferenser inom åldersgrupper 12
4.2 Kvalitativa resultat 13
4.2.1 Ekologisk hållbarhet 13
4.2.2 Bostadsstorlek 13
4.2.3 Läge 14
4.2.4 Visuella kvaliteter 14
4.2.5 Funktionella kvaliteter 14
4.2.6 Sammanfattning av resultat samt Slutsatser 14
5 Diskussion **17**

6 Slutsatser 18
7 Källor 19
8 Bilagor 21

1 Inledning

Idag har svenskarna skulder på över 5 000 miljarder kronor, något som gör Sverige till ett av de mest skuldsatta länderna i världen. Det är nu svårare än någonsin att komma in på bostadsmarknaden vilket gör att det skapas två grupper, en som är med i marknaden och en som inte är det. Är det bara priset på bostäder som är den enda faktorn eller finns det andra kriterier som måste uppfyllas för att fler ska köpa sin bostad istället för att hyra? (Cervenka. A, 2023) Undersökningen syftar på att finna dessa faktorer.

1.1 Bakgrund

Bakgrunden till examensarbetet grundar sig i hur osäker bostadsmarknaden och byggbranschen är under svåra finanskriser. Höga räntor och fortsatt hög inflation gör att bostadsbyggandet bromsar in rejält då privatpersoner inte har råd med köp av nyproducerade bostadsrätter (Arbete, 2023). Resultatet av ojämn köpkraft i bostadsmarknaden är osäkerhet i byggföretagen och varsling i stor skala. Detta sker för att undvika konkurs då inga nya projekt kan starta.

Regeringen beskriver statens offentliga utredningar av den svenska bostadsmarknaden och dess samband med samhällsekonomin och den enskilda individen (Regeringen, 2015). Här diskuteras åtgärder som behöver tas för att bostadsmarknaden ska bidra mer till ekonomisk tillväxt och hur bostäder behöver anpassas för övergångar mellan studier, arbete och vidare skeden i livet.

Det pressade ekonomiska läget innebär att konsumenten letar efter en bra affär i sitt bostadsköp. De har idag inte samma frihet att se sitt bostadsköp som en investering, utan behöver istället välja noga mellan de kriterier som är viktigast i sitt val av bostad, avvägt mot dess ekonomiska värde.

Ekeblads syfte med undersökningen är att ta reda på hur nyproducerade lägenheter kan bli mer eftertraktade även i en svag marknad och därmed skapa efterfrågan under tuffare ekonomiska perioder. I samarbete med Ekeblad Bostad undersöks vad som är eftertraktade kvaliteter för nyproduktion i bostadsrättsform och hur de skiljer sig mellan olika åldersgrupper. Rapporten fokuserar på att finna mönster i val av kvaliteter bland generationerna. Beroende på svarsfrekvensen fokuseras analysen på de åldersgrupper som flyttar mest frekvent, antingen hemifrån eller till större boende för familj och barn.

Utifrån Ekeblads Bostads önskemål kommer enkäterna att skickas till samtliga åldersgrupper över 18 år för att hjälpa företaget att få bredare kundförståelse. Denna data kommer dock endast behandlas efter att de initiala målgrupperna analyserats då undersökningen eventuellt blir för omfattande. Bostadstypen kommer att fokusera på nyproducerade bostadsrätter.

Genom att observera kriterier såsom läge, pris, utformning och marknadsförutsättningar eftersöks insikter i generationens prioriteringar och förutsättningar för att komma in på bostadsmarknaden. Ekeblads vill även undersöka vilka trender som kan påverka köpet av nyproduktion.

Ekeblads Bostad är ett företag som bygger nyproducerade lägenheter och bostadsrätter. Valet av målgrupp beror på att det är de åldrar som mest frekvent flyttar och därmed agerar bostadsköpare alternativt bidrar till ökad rörelse på marknaden.

1.2 Syfte

Projektets syfte är att i samarbete med Ekeblad Bostad ta reda på hur nyproducerade bostadsrätter kan bli mer attraktiva på bostadsmarknaden. Undersökningen kommer att utreda vilka kriterier som är avgörande för Ekeblad Bostads kundbas vid flytt till nyproducerade bostadsrätter. Fokus kommer att ligga på de mest frekvent flyttande generationerna, data samlas in från samtliga åldrar.

1.3 Problemformulering

- Vilka kvaliteter hos nyproducerade bostadsrätter är prioriterade av nutida köpare?
- Vilken åldersgrupp tenderar att spendera mer inom kvaliteter hos nyproducerade bostadsrätter?

1.4 Avgränsning

Undersökningen kommer ej att behandla priser på bostad som en central faktor. Fokus ligger istället på tidigare nämnda kriterier. Den ekonomiska faktorn kan störa undersökningens mål, vilket är att finna betydande skillnader utöver de som redan är kända, därför kommer undersökningen ej att behandla den ekonomiska faktorn som en central faktor.

Utifrån Ekeblad Bostads önskemål kommer enkäterna skickas till samtliga åldersgrupper över 18 år för att hjälpa företaget att få bredare kundförståelse. Denna data kommer dock endast behandlas efter att de initiala målgrupperna analyserats då undersökningen eventuellt blir för omfattande. Bostadstypen i fokus kommer att vara nyproducerade bostadsrätter. Hyresrätter utesluts från undersökningen då produktion av dessa inte ingår i Ekeblad Bostads affärsmodell och därmed inte ingår i den population vi undersöker.

2 Metod

Här beskrivs och motiveras den undersökningsstrategi som använts i denna studie.

2.1 Undersökningsstrategi

Under projektet användes flermetodsforskning genom begränsade undersökningar som undersökningsstrategi. Undersökningarna inledande kvantitativa och sedan kvalitativa. Den kvantitativa datan användes för att optimera den kvalitativa undersökningen.

Begränsade undersökningar passade väl som strategi för vår undersökning då den snabbt genererar data, insamling sker vid en tidpunkt och genererar därmed resultat snabbare än studier som samlar data över en längre tid (Denscombe, 2021). Tidsaspekten är en definitiv faktor i denna undersökning och denna strategi tar hänsyn till detta.
Vidare är strategin väl anpassad för att ge en översikt av en populations beteenden och attityder vilket i sin tur kan användas för att identifiera mönsterbeteenden hos en population, detta resonerar väl med syftet med undersökningen.

Båda undersökningar skickades ut till Ekeblad Bostads kundbas i form av enkäter. Den inledande kvantitativa enkäten designades i syfte att visa populationens högst prioriterade kvaliteter från fyra kriterier: Ekologisk hållbarhet, Läge, Visuella kvaliteter och Funktionella kvaliteter.

Den kvalitativa enkäten designades sedan utifrån resultaten av den kvantitativa. De kvaliteter som bevisades högst prioriterade av populationen användes för att formulera frågor med syfte att öka förståelsen kring varför dessa kvaliteter var viktiga och hur de tolkats av respektive svarande.

Initialt gavs exempel på svarsalternativ i den kvalitativa enkäten, detta i förhoppningen att få mer lätthanterad data. Efter diskussion övergavs detta då ledande frågor ansågs skadliga för resultatet.

2.3 Undersökningsmetod

En initierande explorativ förstudie utfördes. Här samlades data från vetenskapliga artiklar och hemsidor inom fastighet- och byggbranschen. Detta gjordes i syfte att optimera vår kvantitativa enkät från början med frågor relevanta för nybyggnation i dagsläget.
Datan från den kvantitativa enkäten gav önskat resultat. Summering och förtydligande av datan gjordes genom att generera ett medelvärde av samtliga svar indelat i tidigare nämnda kategorier. De kvaliteter inom respektive kategori med högst medelvärde kvalificerade till den kvalitativa enkäten. Den kvalitativa enkäten

2.4 Kvantitativa metoder

Kvantitativ data är oftast i form av nummer som samlas in i större skala och kan tas fram med hjälp av flera olika metoder (Denscombe, 2010). Datan som samlas in ger en helhetsöverblick

av populationen och är effektiv på att hitta samband snarare än att djupdyka i ämnet. Det finns många sätt att samla in kvantitativ data. Ett vanligt verktyg är frågeenkäter som billigt och effektivt kan fånga in information.

Den kvantitativa enkätundersökningen i denna rapport är en av två undersökningar som fokuserar på att nå ut till så många som möjligt inom Ekeblads Bostads målgrupp. Enkäten genomfördes med hjälp av ett datainsamlingsverktyg som skickades till 2500 av Ekeblad kunder via mail, där 126 personer svarade. Målet med den kvantitativa undersökningen är att få en generell bild över vad olika åldersgrupper oberoende av kön har för preferenser inom 4 kategorier: ekologisk hållbarhet, läge, visuella kvaliteter och funktionella kvaliteter. Enkäten frågade även hur stor bostaden behövde vara för att fylla den svarandes behov i nuläget samt hur många rum som behövdes.

Enkäten skickades ut till Ekeblads Bostads kundbas och gav de svarande möjligheten att välja från en skala 1 till 10 för hur viktiga de olika kriterierna var, där 1 är “Inte alls viktigt” och 10 är “Detta är avgörande för mig”. Denna typ av data kallas ordinaldata och innebär att svaren i varje kategori kan jämföras med datan i de andra kategorierna som högre eller lägre än (Denscombe, 2010). Efter varje kategori får den svarande välja hur mycket den är villig att spendera på den kvalité den ger högst poäng.

2.5 Kvalitativa metoder

Kvalitativ data kan samlas in och analyseras på flera sätt, men det finns generella egenskaper som måste tas hänsyn till (Denscombe, 2010). Oftast brukar kvalitativ data ses som:

- Iterativ: Där datainsamling och analys av data sker samtidigt.
- Induktiv: Där datainsamlingen börjar med specifika observationer och arbetar sedan mot mer generella teorier och slutsatser.
- Forskning centrerad: Forskarens "självidentitet" betraktas som betydelsefull i förhållande till analysen.

Kvalitativ data kan ta formen av ord och visuella bilder. Forskningsstrategier såsom fallstudier, grundad teori, intervjuer och fenomenologi är vanliga metoder som kan behandla kvalitativa data. Det är därmed inte forskningsmetoden som är den definierande egenskaper för kvalitativ data, utan karaktären av den producerade datan.

Den kvalitativa enkätundersökningen i denna rapport är en fortsättning på den kvantitativa undersökningen som utfördes först och bestod av öppna frågor. Populationen är mindre och gavs mer frihet att tolka frågorna som denne vill, vilket ger högre kvalitet på svaren och djupare inblick. Frågorna tydliggjordes dock med en tillhörande bild vad kategorin faktiskt syftade på för att undvika svar som ej berör samma ämne.

Syftet med den kvalitativa enkäten är att i kombination med vissa från den kvalitativa enkäten finna mönster som går att använda för att dela in populationen i klasser enligt vissa kriterier. Kriterierna är prioritering av ekologisk hållbarhet, läge, samt visuella och funktionella kvaliteter i kombination med betalningsvillighet för dessa kvaliteter.

2.6 Reliabilitet, validitet och objektivitet

Reliabilitet, validitet och objektivitet är tre viktiga begrepp inom undersökningar och visar hur trovärdig en skriven text är (Mälardalens Universitet, 2024). Om undersökningen har reliabilitet betyder det att resultatet kommer vara samma eller liknande vid en upprepad mätning, oberoende av vem eller vilka som utförde mätningen. Vid framtagning av kvantitativ data ska man utgå från tre synvinklar: Är datan fri från bias från undersökare (inter-rater reliability) , påverkas datan av tid (test-retest reliability) och finns det annan forskning som visar liknande resultat (internal consistency reliability). Validitet är ett viktigt begrepp inom undersökningar och innebär att mätningen är relevant inom dess område. Datan ska kunna svara på den ställda frågan och mäta det man avser att mäta. Objektivitet är när utredaren kan vara neutral och inte få med sitt eget tyckande eller förståelse i området.

I arbetet uppnås reliabilitet, validitet och objektivitet genom att jämföra insamlad data med mätningar från tidigare utredningar. Den kvantitativa och kvalitativa enkäten integreras och förbättrats flera gånger genom diskussioner med opartiska intressenter vilket ger hög validitet samt reliabilitet. Ytterligare försäkras reliabiliteten genom att analysera svaren noggrant för att förstå svaren korrekt. Objektivitet skapas i arbetet genom opartiska personer inom arbetet och noggrann analys av datan från flera olika parter.

2.7 Urval

Urval av respondenter gjordes genom ett samarbete med Ekeblad Bostad där en stor mängd intressenter kunde nås effektivt och på kort tid. Ekeblads kundbas består av tidigare kunder i alla åldrar som köpt bostad eller som har intresse av att köpa från företaget i framtiden, vilket gör målgruppen relevant till arbetets frågeställning. En kvantitativ enkätundersökning skickades genom mail till 2 500 av Ekeblads intressenter där 125 svar kom in och sammanställdes. Sammanställningen gav grunden till den kvalitativa enkätundersökning undersökningen som skickades till samma målgrupp där 32 svarade.

3 Teori

I detta avsnitt beskrivs forskning som gjorts inom samma ämne som denna studie. Inga studier med exakt samma frågeställning har tidigare utförts. Följande studier har istället valts ut på grund av deras starka koppling till vår frågeställning för att ge läsaren en djupare förståelse i studiens innehåll samt det resonemang som uppstått innan och under studiens gång.

3.1 Dynamiken mellan hyresreglering av nyproduktion

Hans Lind (2003) är professor i fastighetsekonomi vid KTH, han är specialist på bostadsmarknaden och har flera böcker och artiklar om ämnet publicerade. I artikeln *Rent regulation and new construction: With a focus on Sweden 1995-2001* beskriver han en utredning av den svenska nyproduktionsmarknaden med fokus på hyres- och bostadsrätter.

Utredningen undersöker effekten av hyresreglering på den svenska nyproduktionsmarknaden mellan 1995 och 2001 och ställer därefter nyproducering av hyresrätter och bostadsrätter mot varandra. Syftet är att utreda svenska policys för hyresreglering. Lind beskriver tre sätt som hyresreglering kan leda till minskad produktion av hyreslägenheter;

- Sänkning av högsta möjliga hyra att kräva av hyresgästen.
- Att öka risken eftersom förordningen kan ändras.
- Ändringar i regleringar som innebär framtida sänkning av hyreskrav.

Slutsatsen är att bostadsrätter skulle dominera produktionsmarknaden även om hyresreglering ej existerade, en mildare hyresreglering med marknadshyror i lediga lägenheter och ökad efterfrågan på bostadsrätter även i förorter ger låg risk vid nybyggnation.
Effekten hyresreglering har på bostadsmarknaden beror även på flertalet andra faktorer, det fastställs dock att den tredje typen av hyresreglering som nämns ovan är en huvudanledning för långsam nybyggnation av bostäder i Sverige.

3.2 Instabil bostadsmarknad kopplat till det politiska läget

Artikeln diskuterar den ekonomiska krisen i början av 1990-talet, det fanns då ett överskott av bostäder (Lind, H. 2017). Under 25 år har efterfrågan på boende ökat markant. Detta är till följd av stigande inkomster, växande befolkning och en låg mängd bostadsbyggande. Priser på hyresreglerade hyresrätter har stigit och köerna för dessa har samtidigt blivit större. Detta påverkar framförallt låginkomsttagare såsom invandrargrupper och andra utsatta.
Artikeln beskriver debatten om bostadsmarknaden som delad, det finns förslag om “mer marknad”, alltså att göra den enklare att navigera för privata aktörer samtidigt som det kommunala planmonopolet demonteras genom avreglering av hyresmarknaden och nedtoning av byggregler. Samtidigt kommer större mängder förslag från utsatta grupper om initiativ för bostäder med hyror under marknadspris samt planering av nybyggnation av billiga bostäder.

Artikeln kopplar det låsta läget till Sveriges svaga koalitionsregering mellan Miljöpartiet och Socialdemokraterna. Sverigedemokraterna som nytt dominant parti skapar även oenigheter genomgående. Viss utveckling har påvisats på kommunal nivå, ökad produktion av billiga

bostäder är på agendan hos vissa kommuner, om än i för liten skala. Lind föreslår åtgärder för de ovannämnda problemen, då kan Sverige se en förbättring inom förhoppningsvis 5-10 år.

3.3 Ungdomars situation på bostadsmarknaden

Tommy Berger (1997) har en stor mängd publikationer inom ämnet samhällsplanering och statsvetenskap. Han är delaktig med organisationerna Uppsala universitet, Humanistisk-samhällsvetenskapliga vetenskapsområdet, Samhällsvetenskapliga fakulteten, Institutet för bostads- och urbanforskning (IBF).

I artikeln Ungdomar på bostadsmarknaden, utreds ungdomars situation på bostadsmarknaden perioden 1982-1993. Inledningsvis fastställs vad som menas med ungdomar under utredningen. Gränsen dras vid 24-25 års ålder med stöd i statistik som visar på tydliga skillnader mellan åldrarna 26 och uppåt. Vidare diskuteras huvudanledningen till ungdomars svårigheter att komma in på bostadsmarknaden. Det fastställs att det finns en stark koppling till ungdomars redan stora svårigheter på arbetsmarknaden med anledning av lägre löner.

Ökningen av bostadspriser parallellt med detta innebär även att färre flyttar ur sina lägenheter och därmed minskar utbudet av mer rimliga förstagångs boenden. Dessa resultat stämmer överens med många liknande studier men slutsatsen som dras av Tommy Berger sticker ut i mängden, han menar att andelen ungdomar i eget boende faktiskt inte gått ner under den undersökta perioden. Detta motiveras av att utvecklingen vad gäller inkomster och bostadsutgifter förvärrats genom ökad arbetslöshet och ökade hyror sedan 1993, vilket var där Bergers studie slutade. Man tror även att betydande skattereformer inte hade börjat visa effekt förrän efter 1993. Höjda bostadspriser kompenserades även med skattesänkningar samt ökade bostadsbidrag.

3.4 Bostadsrättens betydelse för stadsutveckling

Douglas C. Harris (2011) arbetar som professor i geografi vid University of British Columbia i Vancouver, Canada. Harris är expert inom bostadspolitik och stadsplanering.

Artikeln beskriver hur spridningen bostadsrätter som koncept har påverkat staden Vancouver sedan dess implementering i början av 1960-talet. Harris beskriver faktorer som ledde till bostadsrättens snabba spridning i Vancouver; stadens begränsade tillgång till mark, bostadsrättens förmåga att underlätta tätare bebyggning, och den växande befolkningen. Artikeln beskriver den betydande rollen för ekonomiska och sociala aspekter som spridningen av bostadsrätter haft på staden.

Vidare ställs fördelar och nackdelar mot varann, Harris skriver om diversifieringen av stadsbilden genom en blandning av bostadstyper och byggnader. Även tillgängligheten av bostäder i staden har ökat. Samtidigt har spridningen lett till ökade bostadspriser och därmed försvårat för människor med lägre inkomst att komma in på bostadsmarknaden.

Slutligen diskuterar Harris den framtida utvecklingen för bostadsrätter i Vancouver. Enligt honom kommer de att fortsätta vara en betydande del av stadslandskapet, problemet med de

stigande priserna är dock viktigt att bemöta. Specifika förslag för förbättring enligt Harris är byggnation av fler billiga bostadsrätter, ekonomiskt stöd till bostadsrättsföreningar, och att skapa incitament för att vilja bygga fler bostadsrätter.

3.5 Ekonomiskt inflytande på bostadsköp

Mark Richard Lindblad (2017) är en väletablerad författare. Lindblad studerade på UNC Center for Community Capital, University of North Carolina-Chapel Hill, där han fördjupade sig inom samhällsvetenskap, miljövetenskap, psykologi, ekonomi och finans.

I denna artikel undersöks hur attityden för köp av bostad förhåller sig till bostadsköparen med data från låginkomsthyresgäster mellan 2004 till 2014. Artikeln undersöker om attityden till köp av bostad har ändrats på grund av finanskrisen 2008, då tidigare studier inte undersökt samma respondenter både före och efter en ekonomisk dipp. Med denna panel data kommer man fram till att hyresgäster över 35 år har störst nedgång i avsikt att köpa bostad, medan yngre hyresgäster har ett högt intresse av att köpa, men också låg avsikt. Artikeln undersöker även olika etniciteters avsikter att köpa bostad och deras chans att faktiskt köpa den.

Det Lindblad kommer fram till är att normer och inställning till bostadsköp korrelerar med avsikt till köp men inte ett faktiskt köp, samt att finanskrisen hade ett samband med att både tänka sig att köpa och faktiskt köpa bostad för låg inkomst och minoritets hushåll.

3.6 Sociologins inverkan på förstagångsköpare.

Martin Lux (2017) har sedan 2003 studerat vid university of Glasgow, The institute of Sociology, University of York och Univerzita Palackého v Olomouci. Lux är nu verksamhetschef inom institutionen för bostadsekonomi vid Institutet för sociologi, Tjeckiska vetenskapsakademien, och docent vid Palacky University Olomouc.

Forskningen från artikeln kommer från en kvalitativ djupgående studie av förstagångsköpare i Tjeckien. Resultatet från studien visar hur det sker en avvikelse från rationellt ekonomiskt beteende av bostadsköp där val istället bestäms av inflytande, normer och definitioner av rätt bostadsköp.
Studien illustrerar hur ekonomiskt gynnande överväganden begränsas hos bostadsköpare inom Tjeckien, vilket betyder att sociologi därmed kan leda till instabilitet på bostadsmarknaden. Studien implementerar sedan forskningen till förstagångsköpare och betonar hur sociala normer begränsar rationella ekonomiska beslut gällande bostadsköp, såsom irrationella prisexpektationer och hur detta hade ett inflytande på volatiliteten i bostadspriser som observerades efter 2000-talet. Studien avslutas med att diskutera hur social förståelse och förståelse av bostadsmarknaden hjälper en att få ihop sammanhanget med hela marknadens beteende och obalans.

3.7 Den attraktiva staden

Två procent av jordens yta består idag av städer, men hälften av jordens befolkning bor där (White Arkitekter, 2023). Det är därför planering, utveckling och utformning i just städer har en stor påverkan på hur befolkningen mår men också hur planeten mår. Med hjälp av en Novus-undersökning har White Arkitekter fått en inblick i vad det svenska folket vill ha i stadsrummet och vad som får befolkningen att må bra i sina hem. Hur får en stad en levande stadskärna? hur får man den offentliga miljön att passa alla? Vad vill svenskarna ha nära till? Detta är frågor som är viktiga att bemöta i ett land där det oftast handlar om ekonomisk vinst istället för social vinst.

Det offentliga mötesrummet är där invånare och staden möts samman (White Arkitekter, 2023). Därför är det viktigt att utforma platser där många människor passerar och umgås till deras behov och få det offentliga rummet att passa så många som möjligt. Enligt White arkitekter vill 48% av svenskarna se mer parker och grönområde, 40% vill se mer sittplatser för vila och samtal och 27% vill se mer promenadstråk och gångvägar. Vidare förklarar White arkitekter hur inom loppet av åtta år kommer Sverige behöva mer än 500 tusen nya bostäder för att klara bostadskrisen, vilket gör det viktigare än någonsin att skapa bostäder som invånare trivs i. Natur och grönområde, en bra livsmedelsaffär och god förbindelse med kollektivtrafik är viktigast för svenskar att bo nära enligt undersökningen, och när nya städer och områden ska byggas fram måste dessa preferenser tas i åtanke.

4 Resultat

I det här avsnittet presenteras resultaten från de två undersökningar som utförts i arbetet. Resultatet presenteras i två separata delar, en kvalitativ och en kvantitativ, där den kvantitativa delas upp i fyra kriterier; Ekologisk hållbarhet, Läge, Visuella kvaliteter och Funktionella kvaliteter. Den kvalitativa delen behåller samma fördelning av kategori. Den baseras dock på de kvantitativa resultaten genom att endast innehålla frågor rörande de tre kvaliteter som prioriteras högst av målgruppen i den kvantitativa undersökningen. Öppna frågor rörande respektive kvalitet ställdes i undersökningen i syfte att låta svararen ha så mycket frihet som möjligt.

Svaren sammanfattades och ett medelvärde fastställdes från varje kategori för att undersöka vilka kvaliteter som prioriteras av respektive åldersgrupp. Data som varierar mer mellan åldersgrupper analyserades och sammanställdes för att sedan kunna dra slutsatser om exakta preferenser för åldersgruppen. Undersökningen inkluderar även vilken åldersgrupp som har störst benägenhet att betala mer för kvaliteter än andra åldersgrupper. Genom den informationen kan slutsatser dras om vilken målgrupp som är mest lönsam att bygga nya bostäder/fastigheter till. Alla svar nedan har avrundats till 2 decimaler.

4.1 Kvantitativa resultat

Nedan presenteras det kvantitativa resultatet från undersökningen. Svaren på den kvantitativa enkäten finns i tabellform nedan:
Kvantitativ undersökning (Prioriterade kvalitéer för nyproduktion) (Svar)

4.1.1 Ekologisk hållbarhet

Svarsalternativen som gavs till provgruppen anges nedan. Siffrorna representerar målgruppens medelvärde rörande hur viktigt ämnet var på en skala 1-10 poäng:

- Miljömärkt byggnad (tex Svanenmärket): **6,41**
- Miljövänliga material: **6,94**
- Låg energianvändning: **8,65**
- Möjlighet att leva hållbart (tex källsortering i lägenhet): **7,75**
- Grönt bolån (rabatt på bolåneräntan tack vare god energiklass på bostaden): **7,69**

När de olika medelvärdet jämförs från varje åldersgrupp och kategori ser man att värdena är jämna med låg variation (se bilaga 1 och 2). Medelvärdet från alla åldrar och frågor inom **hållbarhet** fick högst poäng av alla kategorier på 7,51/10. Medelvärdet för vad alla åldrar kan tänka sig spendera på kvalitén ligger på 103 700 kr där 14 personer kunde tänka sig att spendera över 250 000 kr.

4.1.2 Läge

Svarsalternativen som gavs till provgruppen anges nedan. Siffrorna representerar målgruppens medelvärde rörande hur viktigt ämnet var på en skala 1-10 poäng:

Läge:

- Natur- och grönområden: **8,8**
- En bra livsmedelsaffär: **7,9**
- Goda förbindelser med kollektivtrafiken: **8,1**
- Vatten (hav/sjö/å): **7**
- Min arbetsplats: **5,53**
- Attraktiv stadskärna/centrum: **6,44**
- Bra skola/förskola: **4,98**
- Vårdcentral/tandläkare/BVC: **6,43**
- Bra shoppingmöjligheter: **5,27**
- Varierat utbud av gym, träningsfaciliteter: **5,5**
- Möjlighet att hyra förråd i närområdet: **4,4**

Lägsta totala medelvärdespoäng fick kategorin **läge** på 6,42/10 poäng, där medelvärdet på vad alla åldersgrupper kan tänka sig spendera var 106 224 kr, där 19 svarande kan tänka sig spendera över 250 000 kr vilket är högre än vad som kan tänkas spendera på hållbarhet. Detta beror troligen på variationen i höga och låga poäng, där närhet till förskola, bra shoppingmöjligheter, sin arbetsplats, möjlighet att hyra förråd och vårdcentret sänker medelvärdet.

Grafen visar hur åldersspannet 30 till 39 år kan tänka sig att spendera 146 tkr inom läge, medan åldern 70+ är villiga att spendera 60 tusen lägre (se bilaga 3 och 4). Eftersom båda åldersgrupperna har liknande medel poäng är det därmed svårare att göra målgruppen 70+ nöjda för samma kostnad som åldern 30 till 39 år inom kategorin läge.

4.1.3 Visuella kvaliteter

Svarsalternativen som gavs till provgruppen anges nedan. Siffrorna representerar målgruppens medelvärde rörande hur viktigt ämnet var på en skala 1-10 poäng:

Visuella kvaliteter:

- Naturligt ljus: **8,69**
- Exklusiva material (tex bänkskiva i marmor): **5,9**
- Rostfria detaljer: **5,89**
- Duschvägg i glas: **6,7**
- Färgtema i bostad (Köksluckor/väggar): **7,56**
- Golvets material (tex trä eller vinyl): **8,5**
- Fasadens utseende (tex trä/tegel): **7,09**
- Takets utseende (tex plåt/gräs): **6,34**

Medelvärdet för **visuella kvaliteter** ligger på 7,08/10 poäng, där medelvärdet på vad populationen kan tänka sig spendera ligger på 110 678 kr, där 19 personer kan tänka sig att

spendera över 250 tkr (se bilaga 5 och 6). Resultatet visar att naturligt ljus och golvets material är de viktigaste visuella kvaliteter för målgruppen, medan exklusiva material och rostfria detaljer var mindre prioriterat.

I bilaga 6 illustreras åldersspannet 60-69 år rösta högt för de visuella kvaliteterna, medan åldersgruppen 30 till 39 år kunde tänka sig att spendera mest inom området. Åldersgruppen 40 till 49 år kan tänka sig att spendera minst av alla, men har fortfarande samma poäng av prioritet inom ämnet.

4.1.4 Funktionella kvaliteter

Svarsalternativen som gavs till provgruppen anges nedan. Siffrorna representerar målgruppens medelvärde rörande hur viktigt ämnet var på en skala 1-10 poäng:

Funktionella kvaliteter:

- Förråd i samma byggnad: **7,91**
- Tvättmaskin/torktumlare i lägenhet: **9,35**
- Tvättrum i fastigheten: **5,61**
- Torkrum i fastigheten: **5,16**
- Matkvarn: **3,2**
- Diskmaskin: **9,36**
- Grillplats på fastigheten: **4,89**
- Lekplats: **4,54**
- Balkong/uteplats i anslutning till bostaden: **9,56**

Medelvärdet av alla åldrar för **funktionella kvaliteter** var 6,62/10 poäng (se bilaga 7). Medelvärdet på vad populationen kan tänka sig spendera inom området var 126 631 kr, där 19 svarade att de kunde spendera över 250 tkr inom området (se bilaga 8). Resultatet visar att balkong, diskmaskin och tvättmaskin/torktumlare är högst prioriterat medan matkvarn, lekplats och grillplats hade lägst poäng inom området.

4.1.5 Specifika preferenser inom åldersgrupper

Informationen som togs fram gav insikter för specifika preferenser inom de åldersgrupper som ingick i populationen. Detta examensarbete presenterar en generell bild av resultatet, medan dokumentet nedan visar all information som togs fram inom specifika åldersreferenser. Sammanfattning från den kvantitativa undersökningen .

Med informationen i dokumentet nedan skapas listan nedan som visar vilka kriterier som nämnts flest antal gånger samt har högst medelpoäng från alla åldrar. De kriterier som står nedan är alltså de viktigaste egenskaperna i nyproduktion som varit med i undersökningen. De 2 högst och lägst priorierade svarsalternativ från varje kategori .

Ekologisk hållbarhet:
1. Låg energianvändning (nämns 6 gånger, medelpoäng: 8,65)
2. Möjlighet att leva hållbart (nämns 5 gånger, medelpoäng: 7,75)

Läge:
1. Natur- och grönområden (nämns 6 gånger, medelpoäng: 8,8)
2. En bra livsmedelsaffär (nämns 4 gånger, medelpoäng: 7,9)

Visuella kvaliteter:
1. Naturligt ljus (nämns 6 gånger, medelpoäng: 8,69)
2. Golvets material (t.ex. trä eller vinyl) (nämns 6 gånger, medelpoäng: 8,5)

Funktionella kvaliteter:
1. Tvättmaskin/torktumlare i lägenhet (nämns 6 gånger, medelpoäng: 9,35)
2. Balkong/Uteplats i anslutning till bostaden (nämns 4 gånger, medelpoäng: 9,56)

4.2 Kvalitativa resultat

Den kvalitativa undersökningen fokuserar på att få en djupare förståelse inom ämnet genom att samla in information som inte är beroende av siffror. Att ställa frågor där respondenten behöver svara mer nyanserat ger en djupare förståelse av ämnet och möjliggör att skapa en djupare analys. Den kvalitativa undersökningen utförs genom enkätform där frågorna baseras på tidigare svar från den bredare kvantitativa undersökningen. Svaren tas in med hjälp av elektroniska verktyg som kategoriserar och sammanställer datan.

Svaren på den kvalitativa enkäten finns i tabellform nedan:
Kvalitativ undersökning, fördjupad förståelse av prioriterade kvalitéer. (Svar)

Respondenterna i undersökningen representerar åldrarna 31 till 80 år, med en majoritet kvinnor på 71,9 % och män på 28,1%. Respondenterna bor i olika typer av bostäder, från små lägenheter till stora villor, vilket resultatet reflekterar då deras boendebehov varierar kraftigt beroende på familjesituation, ekonomi och livssituation.

4.2.1 Ekologisk hållbarhet

Ekologisk hållbarhet och energibesparing värderades högt, såsom möjlighet till källsortering i lägenheten och grönt bolån. Dessa aspekter anses vara viktiga för både ekonomiska och miljömässiga skäl. Exempel på låg energianvändning som populationen tar upp är solpaneler och bergvärme. De tar även upp hur viktig det är med källsorteringen nära lägenheten med fler sorteringsfickor såsom plast, aluminium, batterier och matrester.

4.2.2 Bostadsstorlek

Föredragen storlek på bostaden och antal rum varierade mycket inom populationen beroende på livssituation. Den minsta bostaden som någon önskade var 40 kvm och 2 rum, då personen efterfrågade ett kompakt och lättskött boende, medan den största bostaden populationen önskade hade en storlek på 150 kvm och 4 rum, då personen efterfrågade stora sociala ytor och plats för många barn och barnbarn. Medelvärdet inom populationen för antal rum och yta ligger på 3,67 rum respektive 96,41 kvm.

4.2.3 Läge

Närhet till natur, kollektivtrafik och en bra livsmedelsaffär är mycket viktiga faktorer för trivsel och praktiska skäl. Populationen ansåg att olika aspekter inom natur och grönområde var olika viktigt, för en var det att kunna gymma utomhus medan andra tyckte det var viktigt för att komma bort från buller. En gemensam nämnare är dock att nästan alla såg närhet till naturen som en väldigt viktig del av deras bostadsköp. Närhet till en bra livsmedelsaffär var inte lika väsentligt för populationen då 68% föredrar att ha närhet till en bra livsmedelsaffär medan 31% prioriterar det lägre. Närhet till kollektivtrafik ansågs vara viktigt för att bli mindre beroende av bil.

4.2.4 Visuella kvaliteter

Naturligt ljus, golvets material och färgtema i bostaden är alla 3 viktiga kategorier för en trivsam inomhusmiljö för populationen. Naturligt ljus i bostaden ansågs vara viktigt för hälsan, vackert samt avgörande för trivsel och därmed avgörande vid bostadsköp. Inom kategorin golvets material svarade nästan alla att golvets material är en viktig faktor. 75% av respondenterna har en positiv inställning till trägolv, medan 22% av respondenterna tyckte att golvets hållbarhet eller ett lättskött golv var det viktigaste. Färgtema i bostaden var något som de flesta respondenter ville välja själv. Färg på luckor och väggar, men även kakel och tapet ska helst kunna väljas av köparen. 38% av populationen svarade att ljusa, lugna, neutrala eller naturfärger fungerade som färgtema.

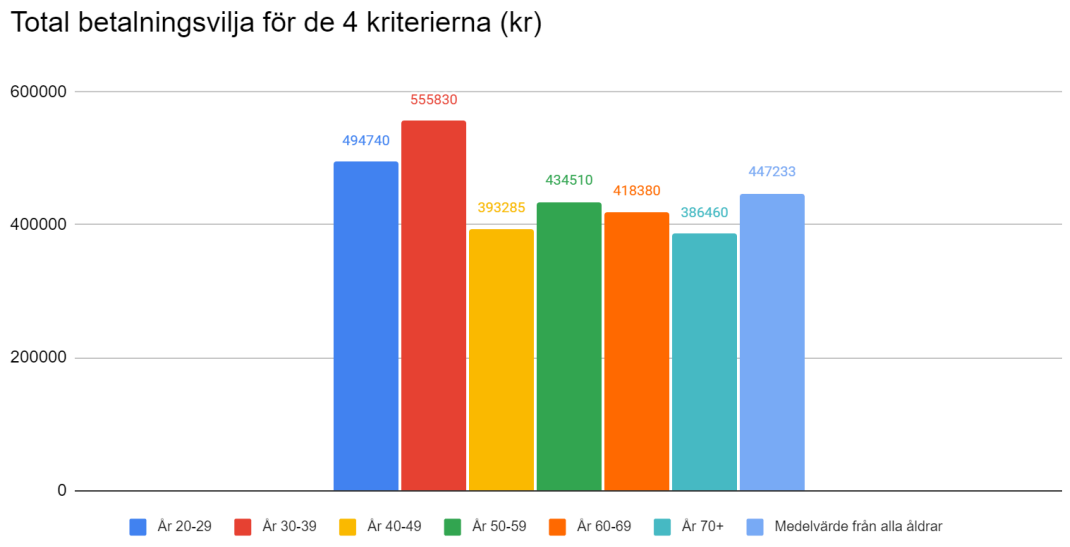
4.2.5 Funktionella kvaliteter

Funktionella kvalitéer såsom tvättmaskin, diskmaskin och balkong/uteplats var ett måste för många intressenter. En tvättstuga istället för tvättmaskin i varje rum sågs som ett sämre alternativ då det krävs att bära tvättkorgen ner för trappor samt mer planering i vardagen. Diskmaskin var ett måste för hela målgruppen, där ingen kunde tänka sig leva utan det. Balkong eller uteplats väger tungt i deras kommande bostadsköp. Att få frisk luft, kunna vädra, fika ute och odla är alla kriterier som uppfylls med en balkong eller uteplats, men det är också viktigt att ytan har lite insyn från andra, stor till ytan och högt upp från buller och sot.

4.2.6 Sammanfattning av resultat samt Slutsatser

En sammanställning av resultatet från den kvantitativa enkätundersökningen ger en inblick i vilka kvaliteter inom nyproducerade bostäder som prioriteras hos olika åldersgrupper. Resultatet visar hur vissa åldersgrupper är villiga att spendera mer på kvaliteter än andra samt vad fastighetsutvecklare bör fokusera på när det ska bygga åt en specifik åldersgrupp.

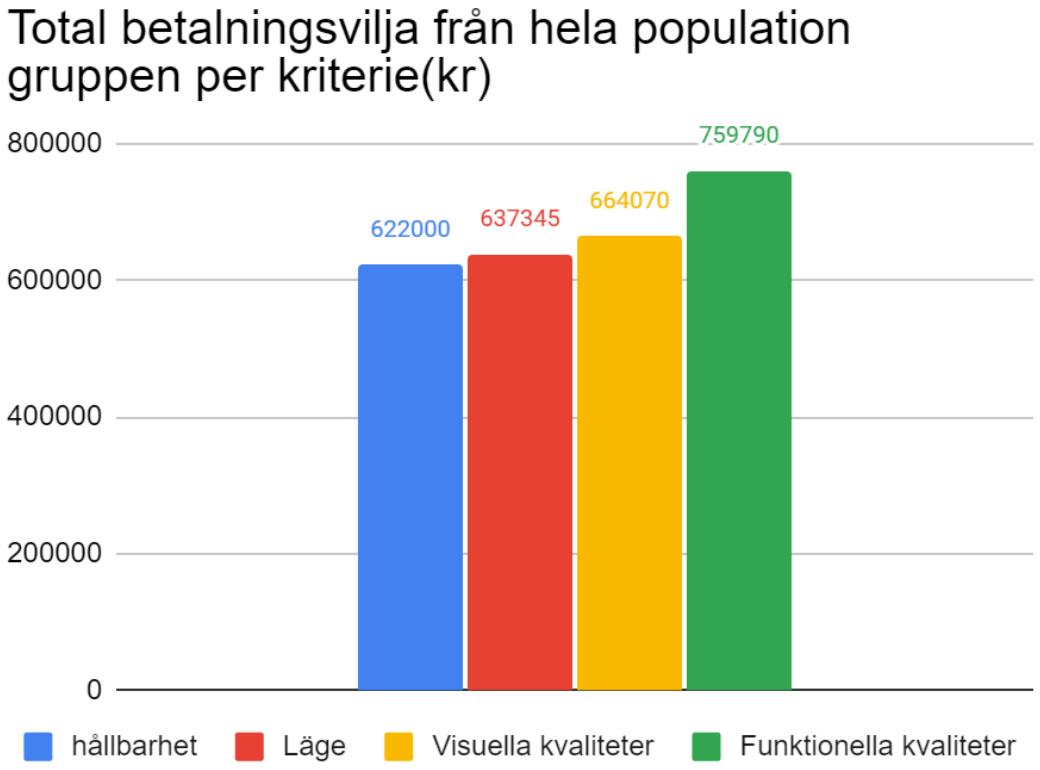
Nedan presenteras den totala betalningsviljan inom de 4 kriterierna (ekologisk hållbarhet, läge, visuella kvaliteter, funktionella kvaliteter) för varje åldersgrupp (Se bilaga 8).



(Bilaga 11: Sammanlagd betalningsvilja för varje åldersgrupp)

Informationen från bilaga 8 visar att åldersgruppen med åldern 30 - 39 år är villiga att spendera mest på kriterierna medan åldersgruppen 70+ är villiga att spendera minst. Man kan därmed konstatera att ett byggföretag som fokuserar på åldersgruppen 70 + har svårare att sälja bostadsrätter för samma kostnad som byggföretag med fokus på åldersgruppen 30 - 39 år.

Från undersökningarna kan man även undersöka vilken kategori som populationen är villig att betala mest för. Grafen nedan presenterar populationens totala betalningsvilja för varje kriterie (se bilaga 9). Det som kan utläsas av grafen är hur funktionella kvalitéer såsom balkong, diskmaskin, och tvättmaskin här högt prioriterade och skapar högt mervärde inom nyproduktion.



(Bilaga 12: Sammanlagd betalningsvilja för varje kriterie)

5 Diskussion

I detta avsnitt presenteras de resultaten av arbetet. Resultatet analyseras från olika perspektiv för att skapa förutsättningar som är så verklighetsbaserade som möjligt. Diskussionen tar upp den kvalitativa och kvantitativa enkät vi genomfört och jämför datan med tidigare forskning inom ämnet preferenser i bostadsköp.

I artikeln av (Olander, Petra 2020) drogs slutsatsen att betydande förändringar i samhällets strukturer kan innebära att nya klasser skapas. Vi tänkte att om man kan identifiera dessa nya klasser och rikta in till exempel sin marknadsföring eller produkt mot dem så kan det skapa en fördel mot andra i samma bransch. Detta färgade av sig i vår undersökning och ledde till att vi ofta försökte dela in de svarande i nya klasser. Det visade sig dock tidigt att detta vore ett mycket större arbete än vad vi hade räknat med och därför skalades denna mer personligt motiverade jakt på samband och nya klasser ner. Vi tror att ett vidare arbete med just detta kan ge viktiga insikter i hur samhället agerar rörande nya bostäder idag.

Vidare diskuterade vi hur läget på bostaden kan ha blivit mindre viktigt tack vare tekniska framsteg som till exempel distansarbete. En idé som gavs till oss efter diskussion med VD för Ekeblads Bostad. Vi trodde att kvaliteter såsom närhet till vatten skulle ha en högre prioritet medan mer kvaliteter mer kopplade till centralitet skulle ha en lägre prioritet. Resultatet visade på viss sanning i detta. Närhet till natur- och grönområden var högst prioriterad men de nästföljande 2 kvaliteterna var närhet till livsmedelsaffärer och goda förbindelser med kollektivtrafik. Vi tolkar detta som att vår målgrupp gärna vill bo mindre centralt men ha snabb tillgång till centrala aktiviteter om så önskas.

Jämför vi detta med studien av (Lux M, et al. 2017) där sociala normer indikerades som det mest inflytelserika på en förstagångsköpares prioriteringar. Så inser vi att det är mycket svårt att förutse hur något som till exempel distansarbete kan påverka målgruppens beteende. Att det direkta behovet av centralitet minskat tror vi nu istället kan innebära att intresset för mer centralt leverne går upp. När du inte längre är i stan för att arbeta så går du kanske miste om det du tycker om där. På så sätt tror vi att sociala och tekniska förändringar kan få en motsatt förväntad effekt.

Bristen på studier med liknande frågeställning som vår gjorde det svårt att hitta direkta kopplingar mellan vår studie och teorin. Det gav oss dock friheten att fylla i luckorna med egna tankar och idéer vilket vi tror gav oss en djupare förståelse av resultaten i slutändan.

6 Slutsatser

Det ekonomiska resultatet visade på att åldrarna 20-39 kunde tänka sig att spendera mest på valda kvaliteter. Denna åldersgrupp är enligt lönestatistik den med lägst inkomst av vår population. Detta är intressant att uppmärksamma men om detta beror på utformningen av vår undersökning eller andra socioekonomiska faktorer är svårt att avgöra.

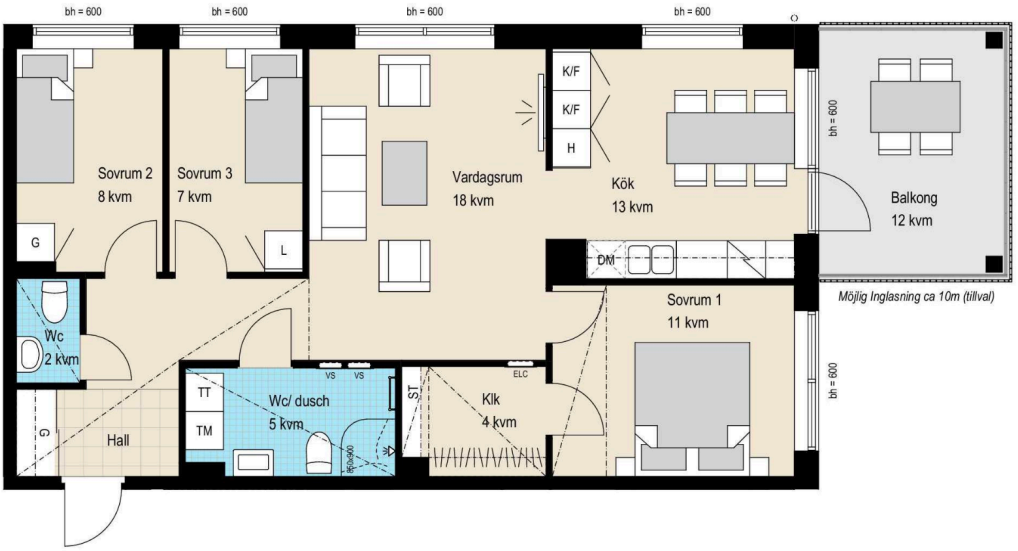
Ur resultatet kunde det utläsas att de yngre svarande prioriterade ekonomiskt främjande kvaliteter högre än övriga åldersgrupper, till exempel Grönt bolån. Detta indikerar att yngre generationer prioriterar ekonomiska faktorer före estetiska kvaliteter.

Gällande de kvalitativa resultaten så har en bra grund lagts för vidare analys, dock så är svarsfrekvensen på denna var för låg för att dra några självklara slutsatser. Det var även en något bristande spridning på de svarandes ålder, med en mindre representation från de yngre generationerna än vad som var önskat.

Som helhet fanns det en bias mot prioritering av funktionella kvaliteter över samtliga tre övriga kategorier. Detta var framförallt märkbart hos åldersgrupperna 20-29 och 30-39.

Slutsatsen från vår studie är att nutida köpare, särskilt yngre köpare, har en stark preferens för praktiska och funktionella aspekter av bostäder. Ekonomiskt svåra tider främjar alltså ett behov för kunden att fokusera sina resurser på objektivt värdefulla funktioner istället för subjektivt värdefulla visuella värden. Ekeblads Bostad bör prioritera på funktionella kvaliteter för att på bästa sätt matcha deras kundbas behov.

Avslutningsvis skapade vi en lägenhet som uppfyller de två kvaliteter som fick högst poäng av prioritet inom varje kategori (Se bilaga 12). Här används även datan som samlades in rörande önskad storlek i kvadratmeter och antal rum. Detta gestaltas i ett medelvärde från samtliga svarande. Den har även viss inspiration från de kvalitativa svaren vi fick från undersökningen såsom trägolv och extra stor balkong.



7 Källor

Berger, T. (1997). *Ungdomar på bostadsmarknaden. För tjugohundratalet Återtåg och nya värden (1uppl.). Meyer Information & Förlag AB.* https://www.researchgate.net/publication/360369151_Bostadspolitik_for_tjugohundratalet_--_Atertag_och_nya_varden_Housing_Policy_for_the_21st_Century_-_Retreat_and_New_Values

Harris, D. C. (2011). *Condominium and the city: The rise of property in Vancouver. Law & Social Inquiry,* 36(3), 694-726. https://www.cambridge.org/core/journals/law-and-social-inquiry/article/abs/condominium-and-the-city-the-rise-of-property-in-vancouver/2187E80CDF4D2C2F3D35273F6C74B77C

Lind, H. (2003). *Rent regulation and new construction: With a focus on Sweden 1995-2001. Swedish Economic Policy Review,* 10(1), 135-178.

Lind, H. (2017). *The Swedish housing market from a low income perspective. Critical Housing Analysis*, 4(1), 150-160. https://doi.org/10.13060/23362839.2017.4.1.334

Lux, M., Gibas, P., Boumová, I., Hájek, M., & Sunega, P. (2017). *Reasoning behind choices: Rationality and social norms in the housing market behavior of first-time buyers in the Czech Republic. Housing Studies*, 32(4), 517-539. https://doi.org/10.1080/02673037.2016.1219331

Olander, P. (2020). *Bostadsrättens historia. Bostadsrätterna | Bostadsrättslagen firar 90 år – Grattis!* https://www.bostadsratterna.se

Regeringen. (2015). *Bergendahl, P. A., Löfmark, H. M., & Lind, H. Bostadsmarknaden och den ekonomiska utvecklingen* (SOU 2015:48). Fritzes Offentliga Publikationer. https://www.regeringen.se/contentassets/bdf96e86d579425581134dae37c1b3d2/lu-bilaga-3-hela-till-webben.pdf

Region Stockholm. (2022). https://www.regionstockholm.se/globalassets/flyttstudie_2022_pdf

SCB. (2022). *Flest flyttar i närområdet.* https://www.scb.se/hitta-statistik/artiklar/2022/flest-flyttar-i-naromradet/

White Arkitekter. (2023). *Den hållbara staden.* https://whitearkitekter.com/se/wp-content/uploads/sites/3/2023/07/Den-hallbara-staden-2023-White-Arkitekter-digital-low-res.pdf

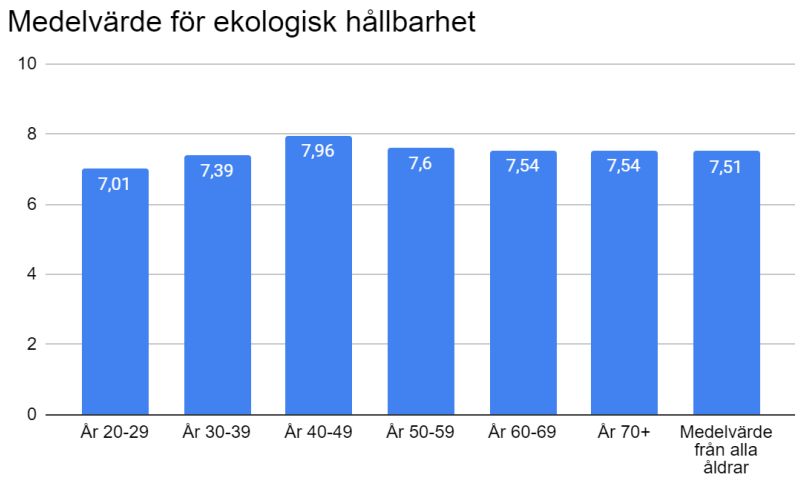
Cervenka, A. (2023, 27 juni). *Ekonomijournalisten om svenskarnas skulder, miljardärer och vad ökande klyftor gör med samhället. Sommar & vinter i P1*. Sveriges Radio. https://sverigesradio.se/avsnitt/andreas-cervenka-sommarpratare-2023

Öljemark, J. (2024). Prisutvecklingen på bostadsmarknaden och dess effekter. Bostadspriser - Ekonomifakta. https://www.ekonomifakta.se/sakomraden/makroekonomi/bostader/bostadspriser_1208975.html

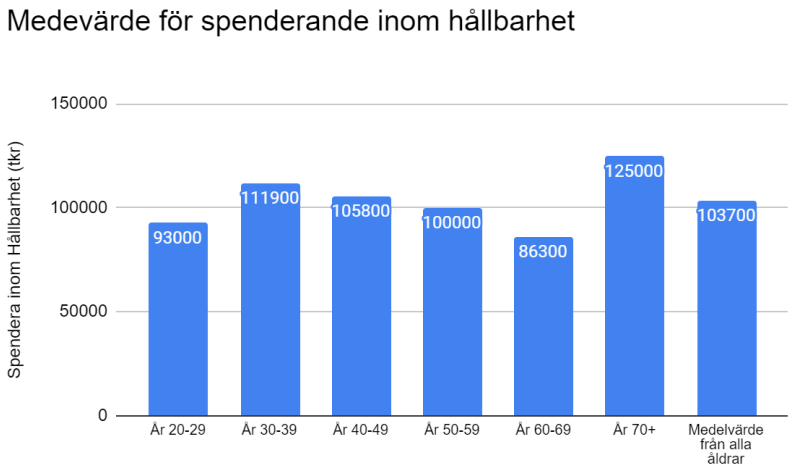
Mälardalens Universitet. (2024). *Metoddoktorn - vägledning för uppsatser och PM i företagsekonomi*. https://libguides.mdu.se/c.php?g=678062&p=4832301

Denscombe, M. (2010). *The good research guide: For small-scale social research projects (3rd ed.). Open University Press.* https://www.researchgate.net/file.PostFileLoader.html?id=582a0dbf217e20276533f5a5&assetKey=AS:428404664213506@1479151039119

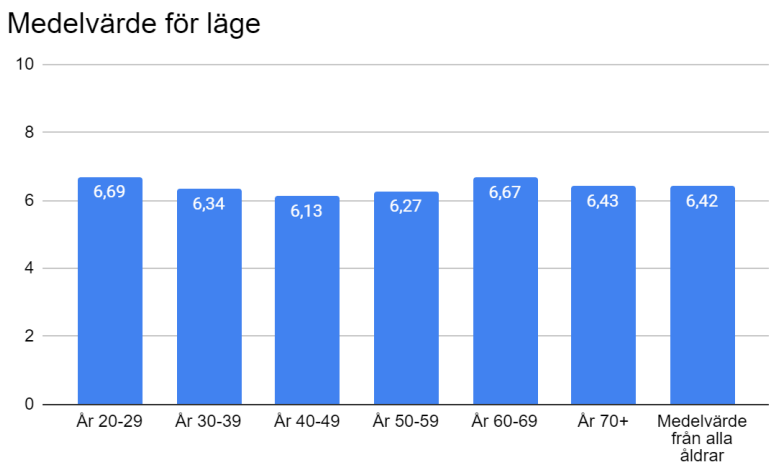
8 Bilagor



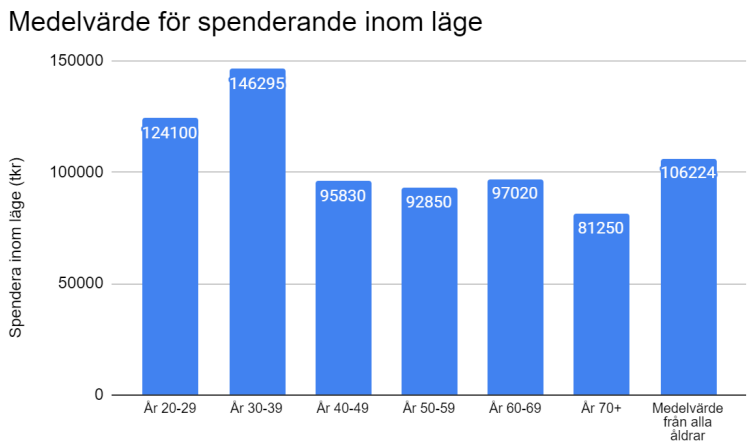
Bilaga 1: Graf 1: Sammanfattat medelvärde för prioritet inom ekologisk hållbarhet för varje åldersgrupp.



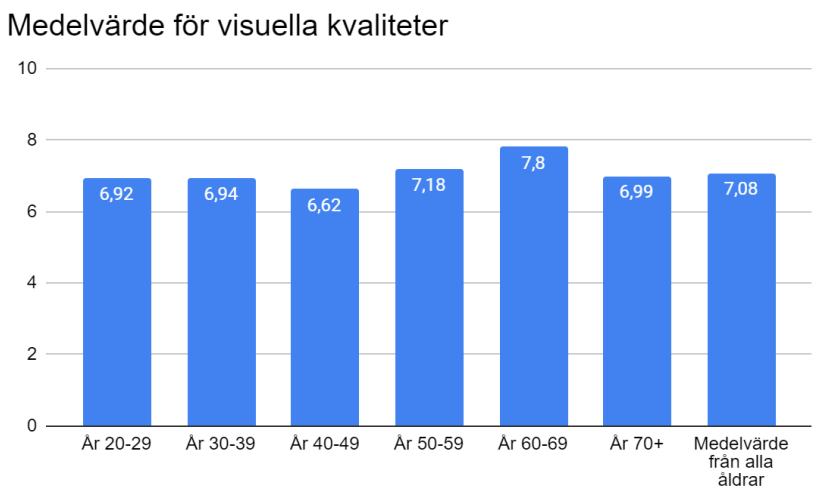
Bilaga 2: Graf 2: Sammanfattat medelvärde för spenderande inom hållbarhet för varje åldersgrupp.



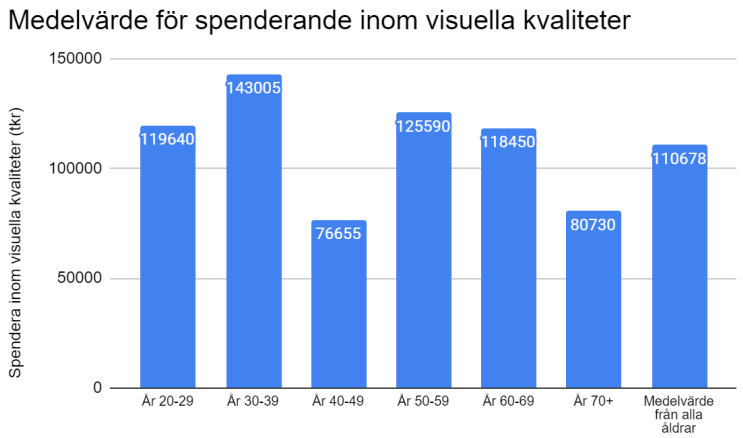
Bilaga 3: Graf 3: Sammanfattat medelvärde för prioritet inom läge för varje åldersgrupp.



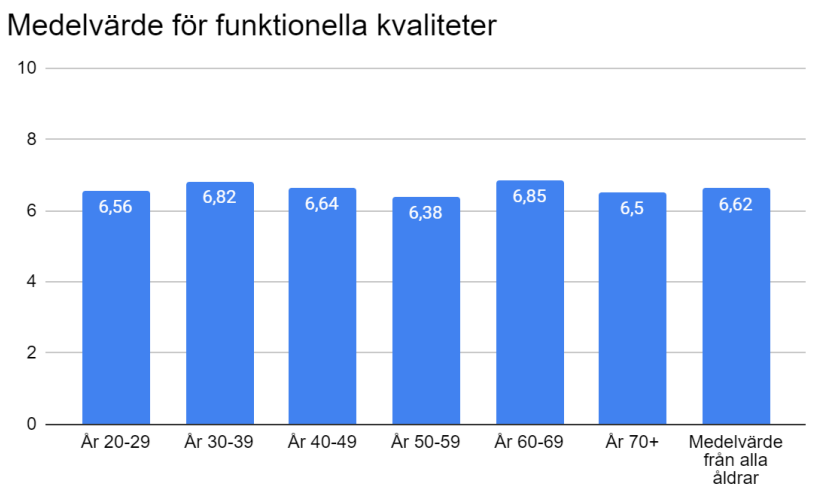
Bilaga 4: Graf 4: Sammanfattat medelvärde för spenderande inom läge för varje åldersgrupp.



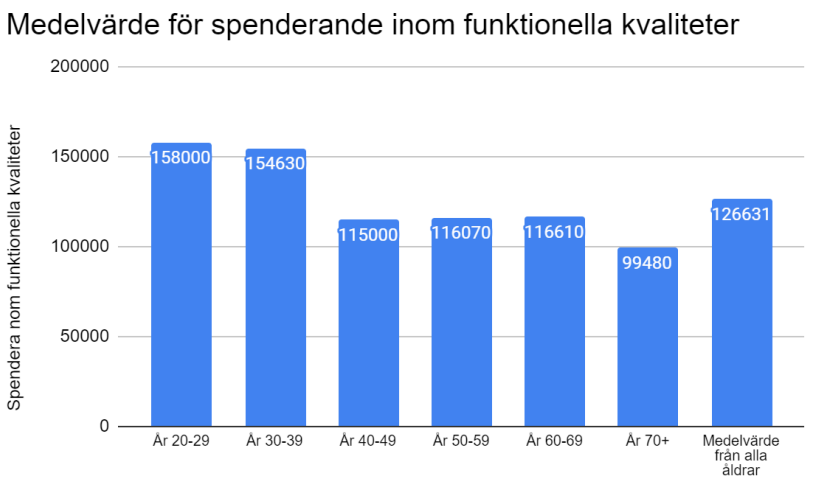
Bilaga 5: Graf 5: Sammanfattat medelvärde för prioritet inom visuella kvaliteter för varje åldersgrupp.



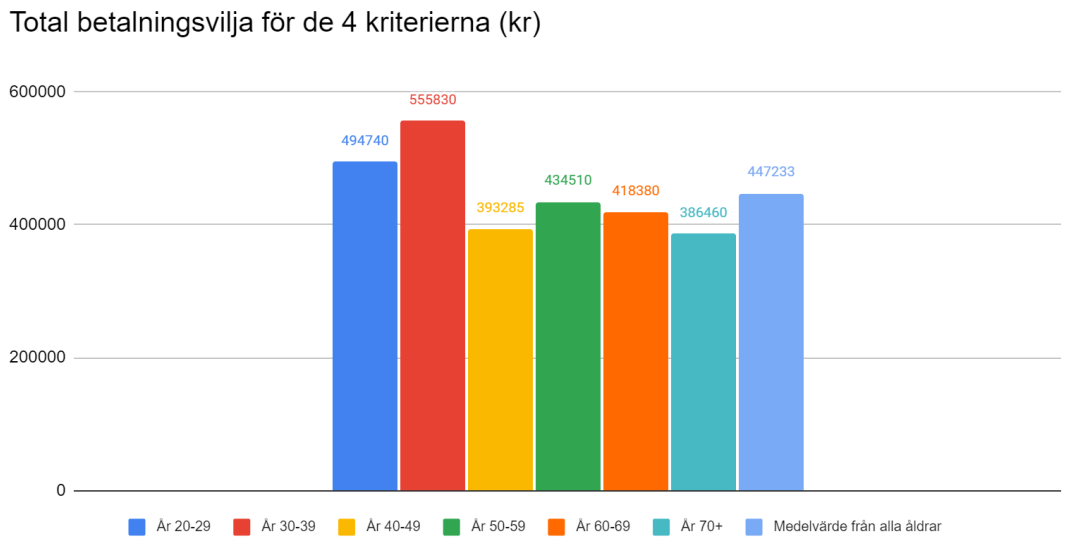
Bilaga 6: Graf 6: Sammanfattat medelvärde för spenderande inom visuella kvaliteter för varje åldersgrupp.



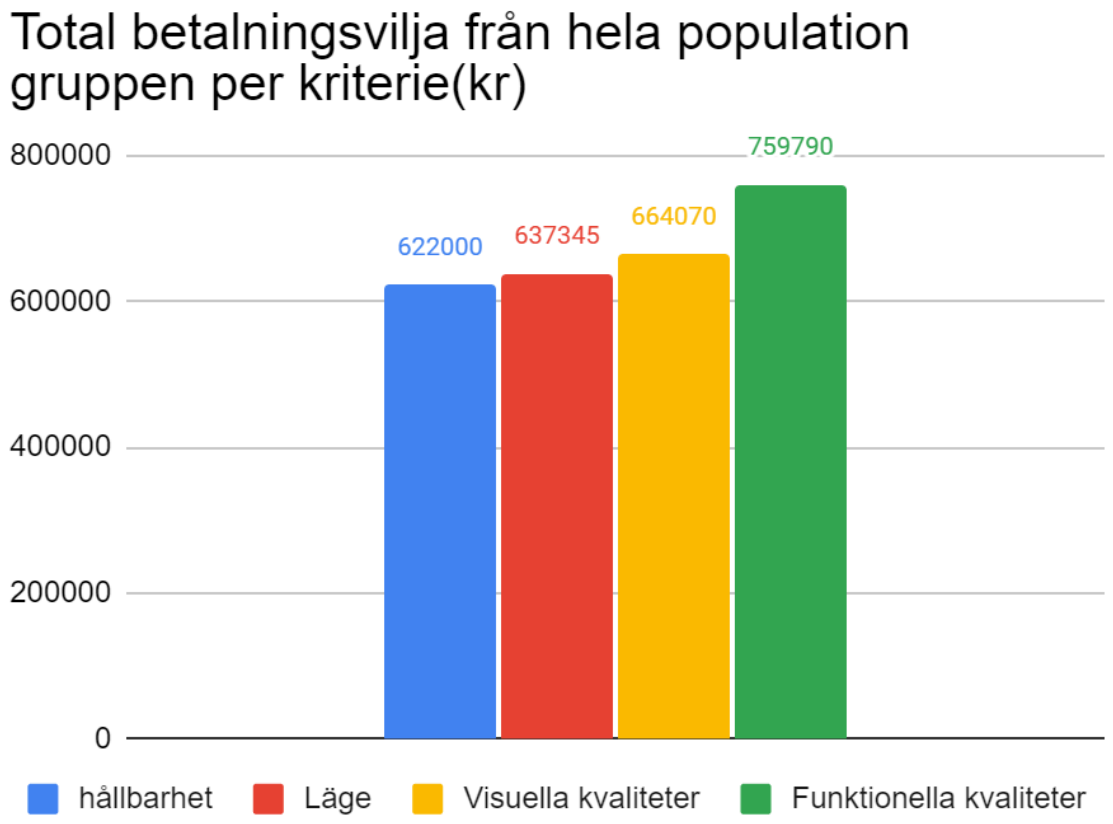
Bilaga 7: Graf 7: Sammanfattat medelvärde för prioritet inom funktionella kvaliteter för varje åldersgrupp.



Bilaga 8: Graf 8: Sammanfattat medelvärde för spendering inom funktionella kvaliteter för varje åldersgrupp.



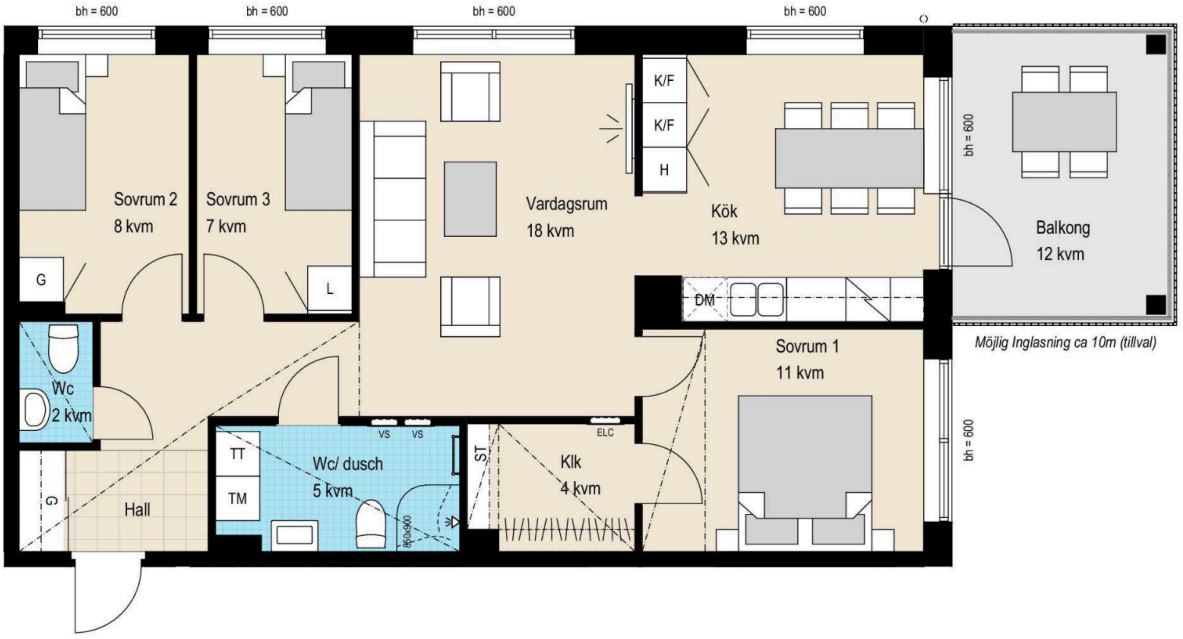
Bilaga 9: Graf 9: Sammanlagd betalningsvilja för varje åldersgrupp



Bilaga 10: Graf 10: Sammanlagd betalningsvilja för varje kriterie

	Bra skola/förskola	Vårdcentral/tandläkare/BVC	Min arbetsplats	Möjlighet att hyra förråd i närområdet
År 20-29	7,36	6,43	7,21	5,07
År 30-39	7,75	5,93	6,75	2,75
År 40-49	6,13	5,47	6,8	4,4
År 50-59	3,76	5,57	6,9	4,29
År 60-69	2,67	7,57	3,81	5,24
År 70>	2,79	7,58	2,59	5,46

Bilaga 11: Specifika svar på vissa kriterier från varje årsgrupp



Bilaga 12: Här visas ett exempel på en lägenhet som uppfyller de krav som populationen prioriterar högst.