

高雄地區住宅特徵與住宅環境的重視程度對居住滿意度之影響

張景盛¹、陳素月²、藍宜亭³、黃俊英⁴

摘要

隨著國民所得的提高，對住宅的要求已從遮風避雨的基本需求，進而考慮到住宅內部本身條件與外部環境品質的重點。尤其是自從921大地震與多次的風災後，民眾從以往重視的生活便利性、居家舒適性與居住品質，進而轉向較少注意到的房屋安全性。而以往的文獻多是探討房屋住宅的特徵對價格高低之影響，且將人員服務品質作為顧客滿意度的衡量，但實際上以住宅而言，其滿意度是來自居住的滿意度，即顧客/消費者對於房屋住宅的滿意度，因此本研究欲探討房屋住宅特徵與住宅環境的重視程度對居住滿意度之影響。本研究共發出500份問卷，有效樣本為344份，有效樣本回收率為68.8%。根據本研究實證結果，消費者會因住宅特徵之生活空間及住宅結構與住宅環境之鄰里環境及可及性對居住滿意度有正向顯著影響，故建議業者在建築與規劃房屋時，應以住宅特徵與住宅環境重視程度之要點做為房屋建築與規劃時之參考。

關鍵詞：住宅特徵、住宅環境、生活空間、住宅結構、鄰里環境、可及性

1正修科技大學企業管理系助理教授

2高雄醫學大學附設中和紀念醫院眼科護理長

3義守大學管理學院

4義守大學管理學院講座教授

投稿日期：2013年02月06日；第一次修正：2013年08月02日；第二次修正：2013年09月10日；接受日期：2013年09月26日。

Influence of the Value of Housing Features and Circumstance on Residential Satisfaction in Kaohsiung Area

Ching-Sheng Chang

Assistant Professor, Department of Business Administration, Cheng-Shiu University

Su-Yueh Chen

Head Nurse, Department of Ophthalmology, Kaohsiung Medical University Hospital, Kaohsiung

Yi-Ting Lan

Postgraduate Programs in Management, I-Shou University

Jun-Ying Huang

Professor, College of Management, I-Shou University

ABSTRACT

As national income rises, housing requirements have been elevated from a basic shelter from rain and wind to an emphasis on both the internal conditions and external environment of a house. People have especially turned their attention from the convenience of living, amenity and quality of living to the less addressed residence safety since the 921 earthquake and numerous typhoon disasters. The majority of past studies investigated the influence of housing features on prices to measure customer satisfaction through the quality of service provided by relevant personnel, while in reality customer satisfaction in terms of residence lies in resident satisfaction with housing. Against this backdrop, this study aimed to explore the influence of the value of housing features and housing circumstance on residential satisfaction. 500 copies of the questionnaire were distributed, and 344 valid copies were retrieved, accounting for a valid response rate of 68.8%. The empirical results of this study revealed that the housing features including living space and housing structure and housing circumstance including neighborhood environment and accessibility had a significant positive influence on residential satisfaction of consumers. It is thus suggested that housing builders and planners should make recommendations based on major value of housing features and housing circumstance of the house when building and planning a house.

Keywords: Housing features, housing circumstance, living space, housing structure, neighborhood environment, accessibility

一、前言

房價高低起伏一直是國人所關心的焦點，國內住宅價格偏高的現象也一直是各界熱烈探討的話題，從2008年起全球金融風暴的侵襲下，房市一直處在低迷不振的情形，原本房市就不熱絡的情況下，又重重的投下一顆引爆的炸彈，使得國民開始把目光移回房價上，藉著這一波金融風暴看能不能買到適合自己價位及理想的房屋。房地產一直是台灣的經濟指標，經濟好房價就高漲，經濟不好房價就跌到谷底，買房子一直是許多人的夢想，無論是有經濟基礎的中年族群，亦或是剛步入社會打拼事業的年輕人，都為了一個屬於自己的家在努力奮鬥(Huang, 1983)。既然要花許多時間甚至是一輩子的努力，換來一個屬於自己的家，當然在購屋的選擇也會比其他事更加謹慎，因為大部分的人終其一生可能只買一間房子，對他們來說這是人生中一件大事，在房屋選擇極多的情況，重點不在於「量」，重點在於「質」(Zeng, 1991)。

隨著國民所得的提高，對住宅的要求已從避風避雨的基本需求，進而考慮到住宅產品本身內部屬性之住宅特徵的重視(如住宅格局、樓層、通風、建材、結構安全等)，而外部屬性之住宅環境品質的重視也逐漸成為關心的重點(如環境之人文地貌、環境之交通便利等)，因而居家安全、生活便利性及休閒運動之公共設施等要求也日漸受到重視(Kotler, 2003; Muller, 1991; Peterson and Wilson, 1992)。住宅乃人類安身立命之所，為一個封閉並可供遮蔽的空間或場所，因此建物實體需再配合完善之公共設施，形成一個良好之鄰里環境，才可成為住宅，又住宅之屬性通常也形成評斷住宅生活品質優劣之參考依據，由於目前研究大都在探討住宅生活品質對居住滿意度的影響，因此本研究在文獻探討後萃取出住宅特徵與住宅環境的重視程度來代表住宅之屬性，希望透過一套可量化之方法探討其可接之受水準，瞭解住宅特徵、住宅環境的重視程度與居住滿意度之關係，這也是本研究之主要動機。

目前各學者對居住滿意度的影響因素雖不一致，但卻大都顧及住宅生活品質對居住滿意度之影響，卻很少就住宅產品本身內、外部屬性對消費者居住滿意度的影響進行探討，為了考量主客觀的評斷標準，本研究將以問卷方式，就住宅產品本身內、外部屬性之住宅特徵與住宅環境的重視程度對居住滿意度的影響，針對高雄地區居民進行調查，希望本研究結論能提供台灣建築業界如何有效利用高雄區域特性及優勢，擬定最有效的住宅產品定位策略。

二、文獻回顧

以往的文獻多是探討房屋住宅的特徵對價格高低之影響，且將人員服務品質作為顧客滿意度的衡量，但實際上顧客的滿意應該是來自於顧客對於房屋住宅的滿意度，因此本研究欲探討房屋住宅本身的特徵與住宅環境是否將正向直接影響顧客居住滿意度。由於住宅具多屬性特質，也使得住宅品質的量測並不單純，本研究根據文獻探討認為住宅生活品質為多屬性特質，因此無法專注並詳細界定住宅產品本身內、外部屬性為住宅之建物本身屬性(住宅特徵)及住宅之區位條件(住宅環境)兩方面。故本研究之研究目的在於住宅產品本身內、外部屬性之住宅特

徵與住宅環境的重視程度對居住滿意度的影響以彌補文獻上的缺口。

(一)住宅生活品質

Ridker and Henning (1967) 開始探討並建立住宅乃為多面向商品(multi-dimensional commodities) 的概念，認為各種住宅屬性之組合及住宅之品質水準才是住宅選擇之重要影響因素，特別是鄰里屬性(如空氣污染)及住宅內部屬性(如房間數、結構)，顯現住宅是由不同的多種屬性所組合的商品。依聯合國世界衛生組織 (W.H.O) 對於居住環境品質所設定之指標為健康性、安全性、便利性及寧適性，而內政部營建署 (CPA, 2006) 亦在『台灣地區住宅狀況調查報告』中指出，理想住宅區所考慮的重要因素為接近學校、菜市場、工作地點、公園、公車站、親戚朋友家、市中心、市郊等項目。以下將住宅生活品質根據各學者的說法歸納如表1。

表 1 住宅生活品質之定義彙總表

住宅生活品質之定義	參考文獻
低階層次變項之建物特徵考量屋齡、面積、型態、車庫、中央空調等，高階層次變項區域特徵考量地區環境品質等。	Jones (1991)
於其研究中將住宅特徵劃分為住宅本身的結構特徵(房間數、衛浴數目、樓層數等)、鄰里特徵(學校品質、商店服務品質、鄰里信譽等)、區位特徵(至市中心距離、至學校距離等)。	Arimah (1992)
認為優質住宅須優先考慮優良的住宅品質且需有遠見，把好的「價值」例如都市區位、地段、基地條件、建築物配置計劃、完善的公共設施、外觀造型、學區等，做為未來努力的標的。	Peng (1999)
認為講究住宅區位地段、交通生活之便利性、安全性、耐久性、居住品質佳的產品，市場賣向越好。因此在未來住宅市場發展上，公共安全、公共衛生與寧靜街區是優質住宅訴求的重點之一。	Zeng (1991)
購屋者考量因素之重視程度是有差異性的，依重視的程度分別由高到低為「房屋周圍環境」、「住宅型態」、「購屋負擔能力」、「房屋建材及區位」、「房屋附加設施」、「房屋建築風格」、「賣方特徵」、「政府施政措施」、「家人意見」、「房屋可及性」、「房屋樓層及方位」、「國內外政經局勢」。	Huang (1983)
利用階層線性模型 HLM (hierarchical linear model)來探討住宅建物特徵與近鄰地區特徵對於住宅價格的影響,住宅建物特徵使用「面積」做為個體層次(第一層) 的預測變數，鄰里特徵則使用「到市中心的時間」做為總體層次(第二層) 的預測變數。	Brown and Uyar (2004)
建物特徵包含屋齡、面積、結構、型態與用途。	Huang (2003)

資料來源：本研究整理

(二)居住滿意度

1. 滿意度

Howard and Sheth (1969) 首先將滿意應用在消費理論上，並指出滿意是對付出與獲得評價是合理的一種感受。滿意是指對於一個事務的情緒反應或作用 (Locke, 1976)。Westbrook (1980) 定義滿意是使用者將獲得產品前與後對產品的期望，做比較的認知評價過程，若產品表現符合或超過預期，則感到滿意；反之亦如此。Parasuraman, Zeithmal and Berry (1988) 認為顧客滿意度是消費者在現有的態度之下，對某次消費時的情緒反應，而此情緒反應來自於消費者的實際感受與消費前內心的預期之一制性。而企業經營唯一不變的原則是滿足消費者需求，從顧客滿意度中可瞭解探索顧客的聲音，有助於企業競爭優勢並增加企業獲益率 (Kotler, 1991; Muller, 1991; Peterson and Wilson, 1992)。顧客滿意度的重要性在於重視顧客的感覺以及所得到的資訊必須被當作提昇及改善服務品質的資訊 (Sambandam and Lord, 1995)。綜言之，滿意度是當消費者進行購買評估後，必會使用到所購買之商品或服務，並會在使用商品或服務後給予商品評價，即所謂滿意度的呈現，而顧客滿意度與否是留住現有顧客的關鍵 (Hung, 2003)。

2. 居住滿意度

最早由Speare (1974) 提出居住滿意度的概念，他主張：年齡、收入及居住時間等基本變項並不會直接影響遷移的決定，而是必須透過居住滿意的中介變項才能影響居住的流動。居住滿意度為在一空間場所中令人感到愉快的、滿足的生活經驗 (Canter, 1977)。環境心理學家Amerigo and Aragones (1997) 認為居住滿意度概念可藉由客觀環境屬性經由個體評估變成主觀屬性，並引發滿意度，且表現出的行為也支持這樣的態度，而藉由消費者行為理論中的購後行為，可以了解消費者對於事前期望與事後差異的心理滿意狀態，以此作為衡量生活居住品質的方式之一。居住滿意度它可以界定為居住在某特定地區所衍生的歡愉獲滿足的經驗 (Bonaiuto, Fornara, and Bonnes, 2003)。

(三)住宅特徵的重視程度與居住滿意度

King(1976)研究提出根據美國康乃狄格州紐哈芬市(New Haven, Connecticut)大都會地區683戶獨棟住宅的交易資料，以Lancaster的效用理論為基礎，將影響住宅價格與滿意度的因素歸因為：住宅結構特徵的重視(如衛浴設備的數量、洗衣間)與建物內部生活空間(樓層高度、隔間大小)等等。Arimah(1992)與 Le and Park (2011) 研究中也認為住宅本身的住宅特徵的重視應該至少包含住宅結構特徵的重視與住宅生活空間的重視(房間數、衛浴數目、樓層數等)，這些都將影響消費者的居住滿意度之重要因素。Lerman(1977)與 Chan and Xiong (2007) 研究指出消費者購屋所重視的因素有居家寬敞；衛生、建材；生活空間及交通便利等，都會影響到住宅價格與住宅滿意度。綜合上述文獻本研究將提出以下假設，*假說一*：住宅特徵的重視程度對居住滿意度有正向顯著的影響。

(四)住宅環境的重視程度與居住滿意度

Follain and Jimenez (1985) 與 Kyle and Dunn (2008) 等人研究中認為影響消費者住宅滿意度的因素包括：房屋至各地點設施的交通可及性(如至工作地點、子女就讀學校、市場、市中心、公園、醫院等距離的遠近及方便)，以及鄰近居民的水準、鄰里的安全及治安、空氣品質、環境

安寧及衛生。Stull(1970)與 Kirkpatrick and Tarasuk (2011) 研究提出影響價格與消費者居住滿意度之因素可以概略性整合成包括住宅產品屬性、可及性屬性、環境特性及公共部門特性，這些都是屬於生活環境重視中的一部分。Raymond(2002)研究提出住宅產品的可及性、以及鄰里環境寧適性；到捷運系統的可及性、鄰里環境寧適性都會影響到住宅價格與住宅滿意度尤其愈是在大都會區影響性愈大。綜合上述文獻本研究將提出以下兩個假設，假說二：住宅環境的重視程度對居住滿意度有正向顯著的影響。

三、研究方法與設計

(一)研究架構

依據研究動機、目的及文獻探討擬定研究假設，進而建立本研究之研究架構（如圖1所示），設計問卷內容及進行抽樣調查，並說明各個構面之組成與分析資料所用之方法，如以下所述。

(二)研究對象與抽樣

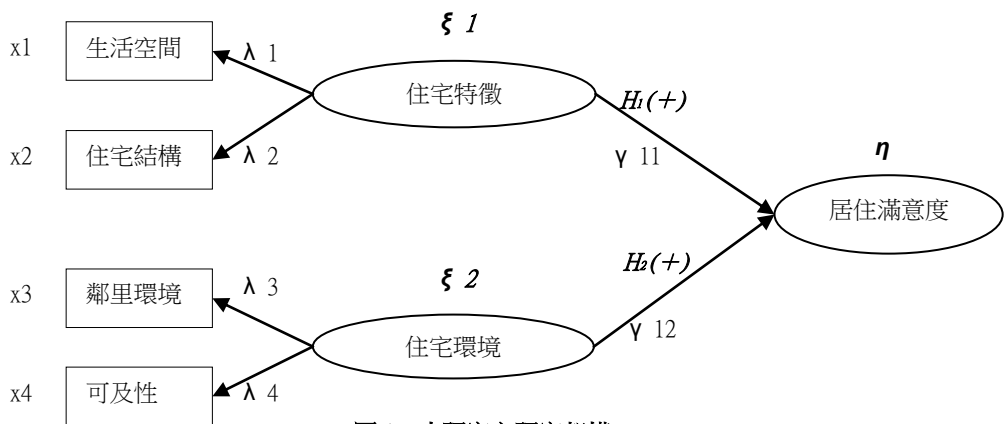


圖 1 本研究之研究架構

本研究主要目的在探討住宅特徵與住宅環境的重視程度對居住滿意度之影響。受訪對象為一般民眾，受到時間與成本的研究限制，因此本研究在2010年三月先以隨機方式抽取高雄市其中一區並以便利抽樣方法採取攔截式問卷調查。共發出500份問卷，扣掉誤答或填答不完整的無效問卷156份，有效問卷為344份，有效問卷回收率為68.8%。本研究問卷經廣泛參酌相關文獻後以結構性問卷進行資料蒐集，除受訪者基本資料之問項外，其餘問項皆採用 Likert 五點尺度量表衡量，由受訪者主觀填答，其中將非常不同意、不同意、普通、同意、非常同意分別給予1、2、3、4、5分。而本研究各構面、因素(變數)與變數操作性定義如表2所示。

(三)信效度分析

1. 信度分析

本研究以主成分因素分析法 (Principal component analysis) 及最大變異數轉軸法

(Varimax) 進行正交轉軸。萃取準則依 Chang and Chang (2009) 與 Hair et al. (1998) 建議，取出特徵值大於1的因素，再以最大變異數轉軸法旋轉後，選取因素負荷量絕對值大於0.5，且與其他因素負荷量之差必須大於0.3，才能組成該因素之因子，Cronbach's α 值一般介於0到1之間，但可接受數據之最低標準應設於0.7 (Chang et al., 2006; Hair et al., 1998)，生活空間、住宅結構、鄰里環境、可及性與居住滿意度之Cronbach's α 分別為0.92、0.85、0.82、0.87與0.89 (如表2所示)。

表 2 研究構面之因素分析

構面/ 因素(變數)/ 變數操作性定義/ 參考文獻/ 問項	因素 負荷量	特徵 值	累積解釋 變異量(%)	Alpha
住宅特徵				
生活空間/ 消費者對住宅之環境空間的重視程度		2.622	67.606%	0.917
1. 您會重視住宅內的格局設計	0.851			
2. 您會重視住所是否有陽台	0.849			
3. 您會重視住所是否有自用停車位	0.864			
住宅結構/ 消費者對住宅之結構安全之重視程度		3.126	55.538%	0.853
1. 您會重視住所結構安全	0.790			
2. 您會重視住所使用的建材	0.758			
3. 您會重視住所的耐震程度	0.747			
4. 您會重視住所漏淹水狀況	0.715			
住宅環境				
鄰里環境/ 消費者對住宅環境之人文地貌的重視程度		2.795	53.535%	0.822
1. 您會重視住所附近是否有舉辦文藝活動(的場所)	0.703			
2. 您會重視住所附近是否有學校	0.759			
3. 您會重視住所鄰居之間的互動	0.792			
可及性/ 消費者對住宅環境之交通便利的重視程度		3.058	56.518%	0.870
1. 您會重視住所是否靠近工作地點	0.779			
2. 您會重視住所是否靠近購物中心(大賣場)	0.761			
3. 您會重視住所是否靠近大眾運輸系統	0.765			
4. 您會重視住所是否靠近休閒運動之公共設施	0.775			
居住滿意度				
居住滿意度/ 消費者對住宅環境的整體滿意程度		2.607	63.029%	0.891
1. 您很滿意目前居住地方	0.786			
2. 您會推薦他人購買目前的居住地方	0.738			
3. 再次購買您仍會購買目前的居住地方	0.849			

2. 效度分析

本研究依據Anderson and Gerbing (1988) 建議，進行區別效度檢定，分別將兩兩構面的相關係數限定為1，將此限定模式與未限定之衡量模式進行卡方差異度檢定，如果限定模式之卡方值較未限定之衡量模式卡方值為大且達顯著水準，則表示此二構面間具有區別效度。本研究的各構面區別效度分析結果如表3所示，可知限定模式之卡方值均較未限定模式之卡方值為大，均達顯著差異水準，可知各構面間具有區別效度。

表 3 區別效度分析結果

模式	χ^2	d. f.	$\Delta \chi^2$
住宅特徵			
未限定衡量模式	88.43	14	--
生活空間與住宅結構	166.32	15	77.89**
住宅環境			
未限定衡量模式	75.29	19	--
鄰里環境與可及性	182.06	20	106.77**

註：**表示 $p < 0.01$

(四)資料分析方法

而在回收問卷後，首先對問卷進行檢查與整理，將誤答或填答不完整的無效問卷刪除，進而將有效問卷編號並建檔，最後以SPSS 14.0 (Statistical Package for the Social Sciences)及線性結構關係模式Amos 14.0 (Structural Equation Modeling)分析軟體進行分析與處理，包含：

1. 描述性統計分析。
2. 結構方程模式 (Structural Equation Modeling, SEM)：根據Anderson and Gerbing (1988)，結構方程模式不僅可藉由判斷各變數之間的關聯性強度，來確認研究模型，還可以檢測因果鏈，而不只顯示各變數之間的實證關聯，以描繪出實際情形。因此，本研究採用結構方程模式來檢測各假說，對於本研究模型也以下列各項指標來評估整體模式配適度：卡方值比率 (χ^2 ; $df < 3$)，配適度指標 (GFI $> .9$)，調整後的配適度指標 (AGFI $> .8$)，以及平均近似誤差均方根 (RMSR $< .08$)等 (Chang and Chang, 2009)。

四、結果

本研究分析以SPSS 14.0統計套裝軟體進行資料統計分析，分析結果如下所述：

(一)樣本基本資料統計分析

在性別方面，女性受測者佔較高比率 (60.8%)。在年齡方面，受測者年齡在26歲以上平均分布 (20.1%~23.8%)。在教育程度方面，則集中在具有大學學歷 (70.9%)。在職業方面，以金融保險 (20.1%)、服務業 (16.3%) 及政府機關 (14.5%) 居多。在收入方面，以2萬1~3萬元為居多 (34.6%)。詳見表4。

表 4 本研究對象基本資料表 (N=344)

	變數名稱	樣本數	百分比 (%)
性別	男性	135	39.2
	女性	209	60.8
年齡	20 歲以下	8	2.3
	21-25 歲	32	9.3
	26-30 歲	82	23.8
	31-35 歲	81	23.5
	36-40 歲	69	20.1
	40 歲以上	72	20.9
教育程度	國中以下	1	0.3
	高中職	68	19.8
	大專院校	244	70.9
	研究所以上	31	9.0
職業	金融/保險	69	20.1
	財會稅務	11	3.2
	業務銷售	17	4.9
	政府機關	50	14.5
	行銷廣告	3	0.9
	服務業	56	16.3
	遊旅休閒	1	0.3
	軍警	16	4.7
	美容、美髮	3	0.9
	教育/研究	5	1.5
	製造/供應商	19	5.5
	資訊	14	4.1
	電子產業	23	6.7
	運輸物流	3	0.9
	餐飲業	30	8.8
	娛樂/出版	10	2.9
	學生/打工族	3	0.9
	家管	1	0.3
	待業中	10	2.9
	收入	2 萬以下	25
2 萬 1~3 萬		119	34.6
3 萬 1~4 萬		98	28.5
4 萬 1~5 萬		50	14.5
5 萬 1~6 萬		32	9.3
6 萬以上		20	5.8

(二) 假設驗證之分析

如表5所示，由「住宅特徵」與「居住滿意度」之間相關性的參數估計值，顯示住宅特徵的重視程度對居住滿意度的路徑係數為 $.60 > 0$ ($t = 18.93$)，達顯著水準 ($p < .01$)，為正向關係，表示住宅特徵的重視程度對居住滿意度具有顯著性的正向影響，所以假設一成立。由「住宅環境」與「居住滿意度」之間的相關性參數估計值，顯示住宅環境的重視程度對居住滿意度的路徑係數為 $.42 > 0$ ($t = 7.12$)，達到顯著水準 ($p < .01$)，為正向關係，表示住宅環境的重視程度對居住滿意度具有顯著性的正向影響，所以假設二成立。

表 5 結構方程模式結果

路徑	路徑名稱	路徑係數	t 值
住宅特徵 (ξ_1) → 居住滿意度 (η_1) (H1)	γ_{11}	0.60	18.93**
住宅環境 (ξ_2) → 居住滿意度 (η_1) (H2)	γ_{12}	0.42	7.12**
住宅特徵 (ξ_1) → 生活空間 (x1)	λ_1	0.52	12.08**
住宅特徵 (ξ_1) → 住宅結構 (x2)	λ_2	0.55	15.42**
住宅環境 (ξ_2) → 鄰里環境 (x3)	λ_3	0.46	9.76**
住宅環境 (ξ_2) → 可及性 (x4)	λ_4	0.53	13.91**

Note. ** $p < .01$, $\chi^2 / df = 2.30$, GFI = .93, AGFI = .87, NFI = .92, RMSR = .035.

五、研究意涵與研究限制

(一) 理論意涵

依據本研究結果發現，住宅特徵與住宅環境的重視程度對居住滿意度有部分顯著的正向影響，此與過去相關研究之主張部分相符，如：Huang (1983) 與 Bonaiuto, Fornara, and Bonnes (2003)。而生活空間、住宅結構、鄰里環境與可及性是影響高雄居民滿意度的重要因素。

其中住宅特徵的重視程度對居住滿意度的影響程度又大於住宅環境的重視程度對居住滿意度的影響，住宅特徵的重視中以住宅結構的影響程度大於生活空間的影響；住宅環境的重視中以可及性的影響程度大於鄰里環境的影響，顯示出高雄居民居住上仍以住宅之結構安全為首要考量與感到最滿意的因素，因此建商信譽也相對格外顯得重要。

雖然優質的區域環境直接影響住宅環境的重視及居住滿意度，營造成為充分具備人文、藝術、美學、理性、感性的兼具休閒運動等多項功能的優質住宅區的區域特性，並以區域未來願景發展成為高級住宅社區時，是建商的第一優先考慮發展策略，但出忽意料之外的是本研究結果顯示出消費者對住宅環境重視之人文地貌(即鄰里環境因素)是最弱與影響居住滿意度程度最低的因素，其背後因素值得建商探討與重視。

(二) 實務意涵

隨著國民所得的提高，對住宅的要求已從遮風避雨的基本需求，進而考慮到住宅內部本身

條件與外部環境品質的重點。尤其是自從921大地震與多次的風災後，民眾從以往重視的生活便利性、居家舒適性與居住品質，進而轉向較少注意到的房屋安全性。而經由本研究實證得知，住宅特徵重視之生活空間與住宅結構以及住宅環境重視之鄰里環境與可及性會影響高雄居民對居住的滿意度，故根據本研究發現建議業者在建築與規劃房屋時，應以住宅特徵與住宅環境重視之要點做為房屋建築與規劃時之參考，最後本研究根據研究發現與結果提出以下建議，希望本研究結論能提供台灣建築業界如何有效利用高雄區域特性及優勢，擬定最有效的住宅產品定位策略。

1. 建商在建案規劃推行時，應先落實基地附近生活環境評估亦即慎選區位，以及著重於優質住宅之結構安全及健全住宅環境之生活交通便利，尤其對一般民眾而言房屋住所是屬於高涉入性之產品，因此信譽良好的建商(專家)將具有絕對的優勢。
2. 雖然2012年經濟不景氣造成全台房地產交易量大幅減少，但高雄似乎是受到影響較小的區域，不管是房、地價或銷售量，都維持穩定上揚，甚至不少頂級豪宅案都有不錯的銷售量，高雄房市能穩定成長的主因，主要跟高雄市政府近期興建不少超大型公共建設有關係，大型公共建設的興建，帶動週邊房市的熱絡，也讓高雄民眾在全國不景氣的氛圍下，卻還能保有購屋的信心，甚至是看好部分區段的增值性。像是位於美術館特區、愛河沿岸、高雄港灣沿岸、文化中心等特殊區段的建案，而這也與本研究結果不謀而合。
3. 在住宅產品規劃方面，應重視住宅產品規劃設計之基本結構安全屬性及生活交通便利功能屬性，以訂立正確之建案規劃設計方向，迎合消費者需求，有效提供消費者住的選擇進而提高消費者居住滿意度。
4. 建商對品牌形象之經營，應著重於「產品品質保證」，因建商對產品保證及住宅之結構安全之重視，會透過消費者口碑行銷，成為消費者購屋對「建商信譽」之參考指標。
5. 建商在行銷上應該同時針對住宅特徵與住宅環境所重視上之優勢介紹，不應只一味介紹個案產品品質及功能設施等內在功能硬體設備，而忽視消費者所重視住宅結構安全及生活交通便利之認知與行銷。

(三)研究限制

1. 本研究過程嚴謹，因此研究問卷有一定之信效度，但本研究抽樣受到時間與成本的研究限制，因以隨機方式抽取高雄市其中一區並以便利抽樣方法採取攔截式問卷調查，以至於本研究對整個台灣母體之推論可能受限，甚至可能與全國或高雄民眾之概況有所差異(例如，女：男之性別為3：2)，建議未來研究可以擴大樣本的抽樣範圍與數量使整個研究與推論更加盡善盡美。
2. 影響居住滿意度之因素包含許多，本研究僅以住宅特徵重視之生活空間、住宅結構與住宅環境重視之鄰里環境與可及性為研究變數，來探討對居住滿意度之影響，建議未來研究者之方向可增加其研究構面與變數加以探討將可使研究更盡完美。
3. 採用問卷填答容易偏於主觀，且只能了解填答者對問項的態度，而無法探究、了解填答者內在的真正意涵，因此建議未來的研究者可針對研究對象，進行深入訪談，同時採用量化及質性的研究方法，以獲得更詳盡的研究結果。

參考文獻

- 內政部營建署，2006，「住宅狀況調查報告」，台北：內政部營建署。
- 吳俊彥，2006，「消費者行為」，台北縣：高立圖書有限公司。
- 吳俊賢，2001，家戶住宅選擇模型及家戶競爭模型之實證比較分析，成功大學都市計畫學系碩士論文。
- 余國禎，2002，應用模糊理論於居住環境品質評估之研究-以台中市高層集合住宅為例，逢甲大學土地管理學系碩士論文。
- 彭柏錚，1999，都市更新社會經濟效益分析—以眷村改建國宅為例，中華大學建築與都市計畫學系碩士論文。
- 李春長、童作君，2010，住宅特徵價格模型之多層次分析，「經濟論文叢刊」，38(2)：289-325。
- 洪啟釗，2003，影響消費者購買住宅房屋考量因素之研究—以屏東縣(市)為例，開南大學碩士論文。
- 陳玫秀、林晏州，2007，都市居住環境品質對居住滿意度之影響，「造園景觀學報」，12(4)：57-77。
- 彭建文，1994，台灣地區空屋率之研究，政治大學地政研究所碩士論文。
- 曾善霞，1991，台北市住宅品質指標之研究，中興大學都市計畫研究所碩士論文。
- 黃啟福，1983，住宅屬性需求之研究-松山、大安、古亭為例，中興大學都市計畫研究所碩士論文。
- 黃碧慧，1997，由居住環境品質觀點探討國宅開發區位優先順序評估，逢甲大學土地管理研究所碩士論文。
- 劉秀玲，1992，台北市住宅品質對住宅價格之影響關係之探討，中興大學都市計畫研究所碩士論文。
- Anderson, J. C., and Gerbing, D. W., 1988, "Structural equation modeling in practice: a review and recommended two-step approach", *Psychological Bulletin*, 103: 411-423.
- Amerigo, M., and Aragonés, J. I., 1997, "A theoretical methodological approach to the study of residential satisfaction", *Journal of environmental psychology*, 17: 47-57.
- Arimah, B. C., 1992, "An empirical analysis of the demand for housing attributes in a third world city", *Land Economics*, 14: 366-379.
- Bonaiuto, M., Fornara, F., and Bonnes, M., 2003, "Index of perceived residential environment quality and neighborhood attachment in urban environments: a confirmation study on the city of Rome", *Landscape and Urban Planning*, 65: 41-52.
- Brown, K. H., and Uyar, B., 2004, "A hierarchical linear model approach for assessing the effects of house and neighborhood characteristics on housing prices", *Journal of Real Estate Practice and Education*, 7(1): 15-23.
- Canter, D., 1977, *"The psychology of place"*, London: Architectural Press.
- Chan, C. S., and Xiong, Y., 2007, "The features and forces that define, maintain, and endanger Beijing courtyard housing", *Journal of Architectural and Planning Research*, 24: 42-64.
- Chang, C. S., and Chang, H. C., 2009, "Perceptions of internal marketing and organizational commitment by nurses", *Journal of Advanced Nursing*, 65: 92-100.
- Chang, C. S., Weng, H. C., Chang, H. H., and Hsu, T. H., 2006, "Customer satisfaction in medical service

- encounter- a comparison between obstetrics and gynecology patients and general medical patients”, *Journal of Nursing Research*, 14(1): 9-23.
- Construction and Planning Agency (CPA), Ministry of the Interior, Taiwan, R.O.C. (2006). Residential situation report, <http://www.cpami.gov.tw.html>, (May, 2008).
- Follain, J., and Jimenez, E., 1985, “Estimating the housing demand for housing characteristics: a survey and critique”, *Regional Science and Urban Economic*, 15: 77-107.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., and Black, W. C., 1998, “*Multivariate data analysis with reading*”, London: Prentice Hall.
- Howard, J. A., and Sheth, J. N., 1969, “*The theory of buyer behavior*”, New York: John Wiley & Sons.
- Huang, C. H., 1983, A study of demand on residential property- example of Songshan, Daan, and Gutting, Published Master's Thesis, National Chung Hsing University, Taichung, Taiwan, R.O.C.
- Hung, K. Z., 2003, Influencing factors of buying residential houses by consumers in Pingtung county, Published Master's Thesis, Kainan University, Taoyuan, Taiwan, R.O.C.
- Jones, K., 1991, “Specifying and estimating multilevel models for geographical research”, *Transactions of the Institute of British Geographers*, 16(2): 148-159.
- King, T. A., 1976, “The demand for housing: a lancastrian approach”, *Southern Economic Journal*, 3: 1077-1087.
- Kirkpatrick, S., and Tarasuk, V., 2011, “Housing circumstances are associated with household food access among low-income urban families”, *Journal of Urban Health-Bulletin of the New York Academy of Medicine*, 88(2): 284-296.
- Kotler, P., 2003, “Marketing management”, New York: Prentice-Hall.
- Kotler, P., 1991, “Marketing management: analysis, planning, implementation, and control”, New York: Prentice-Hall.
- Kyle, T., and Dunn, J. R., 2008, “Effects of housing circumstances on health, quality of life and healthcare use for people with severe mental illness: a review”, *Health and Social Care in the Community*, 16(1): 1-15.
- Lerman, S., 1977, “Location, housing, automobile ownership, and mode to work: a joint choice model”, *Transportation Research Record*, 610(1): 6-11.
- Le, T. H. N., and Park, J. H., 2011, “Applying eco-features of traditional vietnamese houses to contemporary high-rise housing”, *Open House International*, 36(4): 32-45.
- Locke, E. A., 1976, “The nature and causes of job satisfaction”, Chicago: Rand-McNally.
- Muller, W., 1991, “Gaining competitive advantage through customer satisfaction”, *European Management Journal*, 17: 201-221.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L., 1988, “SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality”, *Journal of Retailing*, 64(1): 12-40.
- Peng, B. Z., 1999, Social and economic benefits of urban renewal, Published Master's Thesis, Chung Hua University, Hsinchu, Taiwan, R.O.C.

- Peterson, R. A., and Wilson W. R., 1992, "Measuring customer satisfaction: fact and artifact", *Journal of Academy of Marketing Science*, 20: 61-71.
- Raymond, Y. C. T., 2002, "Housing price, land supply and revenue from land sales", *Urban Studies*, 35(8): 412-423.
- Ridker, R. G., and Henning, J. A., 1967, "The determinants of residential property values with special reference to air pollution", *The Review of Economics and Statistics*, 49(2): 246-257.
- Sambandam, R., and Lord, K. R., 1995, "Switching behavior in automobile markets: a consideration-sets model", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23: 57-65.
- Speare, A. Jr., 1974, "Residential satisfaction as an intervening variable in residential mobility", *Demography*, 11: 173-188.
- Stull, W. J., 1970, "Community environment, zoning, and the market value of single-family home", *Journal of Law and Economic*, 18: 535-557.
- Westbrook, R. A., 1980, "Intrapersonal affective influences on consumer satisfaction with products", *Journal of Consumer Research*, 1(7): 49-54.
- Zeng, S. X., 1991, A study of housing quality indicators in Taipei, Published Master's Thesis, National Chung Hsing University, Taichung, Taiwan, R.O.C.