

<<城市住宅用户满意度理论与实证>>

图书基本信息

书名：<<城市住宅用户满意度理论与实证>>

13位ISBN编号：9787501785858

10位ISBN编号：7501785856

出版时间：2008-9

出版时间：中国经济出版社

作者：张原

页数：171

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<城市住宅用户满意度理论与实证>>

前言

住房是人的一种基本权利，是一种基本的社会保障。

居民的居住环境和居住质量直接决定人们基本需求和发展需要的实现程度，住宅用户满意度反映了人们总体的生活质量。

对多数人而言，住宅是他们生活中最大的消费支出，住宅不仅为人们提供栖身之所，也是人们休息、学习、从事其他消费活动的重要场所。

住宅用户需求和欲望的满足程度不仅为学者们而且也为开发商和城市规划者所关注。

为每一个家庭提供适合的住宅是国家住宅目标的组成部分。

在住宅规划中，应针对不同的住宅用户群体，通过测量其满意度来评估住宅规划成功与否。

住宅用户对住宅状况的主观评价决定了住宅用户对住宅的满意程度，并由此形成公众选择的基础。

本书将通过顾客满意度理论研究建立我国城市住宅用户满意度模型。

期望将营销理论引入房地产领域，借助营销管理中的理论思考房地产企业经营管理中存在的问题，尝试从一个全新的角度，即基于对住宅用户满意度进行分析以挖掘模型价值。

本书在内容安排上，包括对住宅、住宅用户、顾客满意度和住宅用户满意度进行界定，考察城市住宅问题及住宅用户价值、住宅用户细分与住宅用户购买行为，分析顾客满意度的形成机理和模型，讨论城市住宅用户满意度的相关变量。

通过借鉴相关文献，根据已有的模型，结合我国的具体情况，建立城市住宅用户满意度模型，并对城市住宅用户满意度模型进行优化与验证。

本书在研究方法上注重规范分析与实证研究相结合。

城市住宅用户满意度影响因素的验证与分析主要采用结构方程模型的方法，通过利用AMOS5.0

和SPSS13.0统计软件包对调查数据进行分析，主要包括用户特征与城市住宅用户满意度的偏相关分析、城市住宅用户满意度的探索性因子分析和验证性因子分析、验证模型拟合度及各种研究假设。

<<城市住宅用户满意度理论与实证>>

内容概要

随着经济的全球化,传统的经济理论和量度方法已很难对现代经济增长与人类自身发展的客观需求的匹配程度作出准确衡量,对于任何一个企业或国家来说,经济增长及其合理性更多地依赖于资源产出的功能与品质满足需求者的程度。

顾客满意度就是从消费者的角度来衡量产出质量的合适指标。

它从顾客角度测量经济产出在多大程度上满足了顾客的需要,测量的是经济绩效,顾客满意度为传统的经济指标提供了有益的补充。

从这个意义上讲,顾客满意度决定了经济行为的意义。

1965年,自从Cardozo首次将顾客满意度引入营销领域以来,营销学界对顾客满意度的形成、测量和管理开展了大量研究。

一些国家先后建立了顾客满意度指数模型。

在企业界,追求顾客满意度的提升已成为一种越来越具有吸引力的营销策略。

顾客满意度的理论和实践,正是适应经济发展和多方面的需要而产生和逐步成熟起来的。

在我国,学术界对顾客满意度的研究十分活跃,这些研究不仅在理论上系统分析了顾客满意度的影响因素以及它们的作用机制,而且还结合顾客满意度测评在许多行业开展了大量实证调查。

然而对城市住宅用户满意度尚缺乏系统的理论研究和实证分析。

随着越来越多企业认识到提高城市住宅用户满意度的重要性,作为国内企业管理工作的一种追求目标,迫切需要结合我国实际情况对城市住宅用户满意度基础性研究做些有益探索。

本书正是在这样的背景下对城市住宅用户满意度进行研究的。

住宅作为一种基本生活资料,关系国计民生。

住宅问题日益受到广泛的关注,已成为我国社会和经济发展中的重大问题。

城市住宅用户满意度是评价和衡量生活质量的重要指标,居民的居住环境和居住质量直接决定人们基本需求和发展需要的实现程度,它反映了人们总体的生活质量。

然而我国对城市住宅用户满意度的理论和实证研究相对滞后。

作为推动城市住宅用户满意管理的基础,量化城市住宅用户满意度已成为房地产企业的迫切要求。

提高城市住宅用户满意度不仅是构建和谐社会的需要,对房地产企业经营和发展也具有重要经济意义。

本书将通过顾客满意度理论研究建立我国城市住宅用户满意度模型。

期望将营销理论引入房地产领域,借助营销管理中的理论思考房地产企业经营管理中存在的问题,尝试从一个全新的角度,即基于对北京市住宅用户满意度进行分析以挖掘模型价值。

本书是从普通住宅用户的角度,探讨城市普通住宅用户满意度,具体研究内容有: 1.从介绍顾客满意度指标的重要性入手,分析研究我国城市住宅的重要性和研究城市住宅用户满意度的必要性,提出建立我国城市住宅用户满意度模型的设想。

根据现有国外文献对城市住宅用户满意度的相关研究成果,对住宅、住宅用户、顾客满意度和住宅用户满意度进行界定。

指出本书拟突破的难点在于城市住宅用户满意度模型的构建与验证及影响因素分析,介绍采用理论研究和实证分析相结合的研究方法,概括本书的理论创新和实践意义。

2.基于城市住宅用户满意度的前期研究成果,考察城市住宅问题及住宅用户价值、住宅用户细分与住宅用户购买行为,分析顾客满意度的形成机理和模型,讨论城市住宅用户满意度的相关变量,其中建筑特征、邻里特征、区位特征和感知价格是原因变量,用户抱怨和迁移是结果变量,同时对用户特征进行探讨,为后续的实证分析奠定理论基础。

3.城市住宅用户满意度研究方案设计。

建立城市住宅用户满意度模型是进行城市住宅用户满意度研究的重要问题。

通过借鉴相关文献,根据已有的模型,结合我国的具体情况,建立城市住宅用户满意度试验模型。

为便于进行实证分析,建立了模型中相应变量之间的关系假设与立论依据,阐释模型结构变量与观测变量,根据具体应用范围和适应性进行调整改进而形成测量量表,并对本研究的调查设计进行介绍。

<<城市住宅用户满意度理论与实证>>

4.根据预调查数据对城市住宅用户满意度试验模型进行探索性研究,旨在根据研究结果对城市住宅用户满意度试验模型进行初步验证和调整,为正式研究奠定基础。分析探索性研究的样本概况和数据质量,通过信度分析检验数据的可靠性,并对城市住宅用户满意度指标合理性与问卷合理性进行检验,初步拟定城市住宅用户满意度评价指标体系,对城市住宅用户满意度试验模型进行调整,提出城市住宅用户满意度探索性概念模型。通过结构方程模型初步验证本书提出的研究假设。

5.对探索性研究提出的城市住宅用户满意度模型进行检验与分析。采用问卷调查方法,开展城市住宅用户满意度调查。利用AMOS5.0和SPSS13.0

统计软件包,对抽样调查所获取的数据进行统计分析,主要包括用户特征与城市住宅用户满意度的偏相关分析、城市住宅用户满意度的探索性因子分析和验证性因子分析、验证模型拟合度及前面提出的各种研究假设。

6.对假设结构方程模型进行优化与验证,这是结构方程分析的重要步骤。模型估计之后,需要对模型的整体拟合效果和单一参数的估计值进行评价。如果模型拟合效果不佳,可以对模型进行修正来提高模型拟合效果。通过结构方程模型证明对应假设结构方程模型的因果关系,从而证明城市住宅用户满意度模型是否成立。

7.对研究结论进行归纳和总结,指出本书研究的局限性以及进一步的研究方向。

本研究在理论上的创新点主要包括六个方面: i.构建城市住宅用户满意度模型 本书提出并检验了我国城市住宅用户满意度模型,实证分析结果表明,该模型具有一定的适用性。

ii.系统地研究住宅特征对城市住宅用户满意度的影响 本书从城市住宅特征的角度研究城市住宅用户满意度,集成了建筑特征、邻里特征、配套设施和区位特征作为城市住宅用户满意度的直接驱动因素,系统地研究了城市住宅特征对我国城市住宅用户满意度的影响。通过理论研究和实证分析,揭示了影响城市住宅用户满意度的主要因素。

iii.引入迁移作为城市住宅用户满意度的结果变量 本书尝试着在城市住宅用户满意度模型中引入迁移作为城市住宅用户满意度的结果变量,力图通过理论研究和实证分析,验证城市住宅用户满意度对迁移决策的重要影响。

iv.提出了研究城市住宅用户满意度问题的测量量表 本书提出的城市住宅用户满意度测量量表,对今后进一步研究城市住宅用户满意度问题具有一定的参考价值。

v.采用结构方程模型方法分析城市住宅用户满意度的影响因素 城市住宅用户满意度模型的验证与分析主要采用结构方程模型的方法,通过利用AMOS5.0和SPSS13.0统计软件包对调查数据进行分析。这种做法不仅能够提高模型的可靠性和有效性,而且使得将顾客满意度作为预测公司未来绩效的指标具有说服力。

vi.实证研究和分析了城市住宅用户满意度与用户特征的关联性 对城市住宅用户满意度与用户特征的关联性研究表明收入、购房者就业的企业类型是影响城市住宅用户满意度的主要因素,而用户特征中性别、年龄、职务、家庭生命周期不是影响城市住宅用户满意度的主要因素。这方面和国外实证研究结果不一致,说明城市住宅用户满意度在不同地域、不同文化或不同经济背景下存在较大的差异。

本书主要探讨城市住宅用户满意度模型的构建及变量间的因果关系。而在现实环境中,由于城市住宅用户满意度问题的复杂性、用户特征的差异性、样本的有限性和统计分析技术的局限性,本研究无法分析城市住宅用户满意度所有变量,实证分析结果与理论研究的不一致,会使其广泛适用性受到一定程度的限制。

因此,城市住宅用户满意度问题是一个有待于更多实证研究的领域。

<<城市住宅用户满意度理论与实证>>

作者简介

张原，1967年生。

中国人民大学管理学博士，北京建筑工程学院副教授，硕士生导师。

研究方向为房地产经济、营销管理。

主持或参加国家、省部级课题8项，主编或参编著作7本，在《经济与管理研究》、《企业经济》等学术刊物发表论文20余篇。

<<城市住宅用户满意度理论与实证>>

书籍目录

第1章 导论 1.1 研究背景 1.1.1 问题的提出 1.1.2 选择住宅产品研究的重要性 1.1.3 研究城市住宅用户满意度的必要性 1.1.4 研究目的 1.2 概念界定 1.2.1 住宅 1.2.2 住宅用户 1.2.3 顾客满意度 1.2.4 住宅用户满意度 1.3 研究内容 1.3.1 研究对象 1.3.2 研究内容 1.3.3 本书拟突破的难题 1.4 研究方法和路线 1.4.1 研究方法 1.4.2 技术路线 1.5 论文创新点 1.5.1 理论创新 1.5.2 实践意义 本章小结

第2章 城市住宅用户满意度及相关理论综述 2.1 城市住宅问题研究 2.1.1 城市住宅问题 2.1.2 住宅需求 2.2 住宅用户研究 2.2.1 顾客价值 2.2.2 客户细分理论 2.2.3 住宅用户购买行为研究 2.3 顾客满意度理论 2.3.1 顾客满意度的形成机理 2.3.2 国外顾客满意度测评理论模型 2.3.3 国内顾客满意度研究综述 2.3.4 顾客满意度测评理论模型述评 2.4 住宅用户满意度相关研究成果 2.4.1 国外住宅用户满意度相关研究成果 2.4.2 国内住宅用户满意度研究综述 本章小结

第3章 城市住宅用户满意度研究设计 3.1 城市住宅用户满意度模型的构建 3.1.1 模型建立的基本原则 3.1.2 城市住宅用户满意度试验模型 3.2 研究假设与立论依据 3.2.1 建筑特征与城市住宅用户满意度之间的关系 3.2.2 邻里特征与城市住宅用户满意度之间的关系 3.2.3 区位特征与城市住宅用户满意度之间的关系 3.2.4 建筑特征与感知价格之间的关系 3.2.5 邻里特征与感知价格之间的关系 3.2.6 区位特征与感知价格之间的关系 3.2.7 感知价格与城市住宅用户满意度之间的关系 3.2.8 城市住宅用户满意度与用户迁移之间的关系 3.2.9 城市住宅用户满意度与顾客抱怨之间的关系 3.2.10 顾客抱怨和用户迁移之间的关系 3.3 结构变量和测量项目 3.3.1 测量项目 3.3.2 观测变量的量化方法 3.3.3 测量项目理论基础 3.4 住宅用户调查设计 3.4.1 问卷设计 3.4.2 调查程序 本章小结

第4章 城市住宅用户满意度探索性研究 4.1 探索性研究样本概况 4.2 数据质量分析 4.2.1 信度分析 4.2.2 指标合理性与问卷合理性检验 4.2.3 城市住宅用户满意度分析 4.3 概念模型的验证 4.4 探索性研究结果 本章小结

第5章 概念模型的检验与分析 5.1 正式研究中的样本概况 5.2 数据质量分析 5.3 城市住宅用户满意度分析 5.4 用户特征与城市住宅用户满意度的偏相关分析 5.4.1 性别与城市住宅用户满意度的偏相关分析 5.4.2 年龄与城市住宅用户满意度的偏相关分析 5.4.3 职务与城市住宅用户满意度的偏相关分析 5.4.4 居民就业企业类型与城市住宅用户满意度的偏相关分析 5.4.5 家庭月收入与城市住宅用户满意度的偏相关分析 5.4.6 家庭生命周期与城市住宅用户满意度的偏相关分析 5.4.7 城市住宅用户满意度与迁移的偏相关分析 5.5 城市住宅用户满意度因子分析 5.5.1 探索性因子分析和验证性因子分析 5.5.2 城市住宅用户满意度的探索性因子分析 5.5.3 城市住宅用户满意度验证性因子分析 本章小结

第6章 假设结构方程模型的优化与验证 6.1 模型的初步验证 6.2 模型修正及优化 6.3 假设模型的验证 本章小结

第7章 结论 7.1 研究结论 7.2 局限性 7.3 进一步研究方向

中外文参考文献附录 城市居民住宅用户满意度调查问卷

章节摘录

插图：第1章 导论城市住宅用户满意度是评价和衡量生活质量的重要指标。

本章将从顾客满意度的研究进展、城市住宅用户满意度研究背景和相关概念的界定方面进行研究，介绍理论研究和实证分析相结合的研究方法，概括本书研究的理论创新和实践意义。

1.1 研究背景1.1.1 问题的提出随着经济的全球化，经济行为由制造业和大规模生产向服务业的不断转换，传统的经济理论和量度方法已很难对现代经济增长与人类自身发展的客观需求的匹配程度作出准确衡量，对于任何一个企业或国家来说，经济增长及其合理性已不仅仅取决于如何用较少的资源生产出更多的产品，而更多地依赖于这些资源产出的功能与品质满足需求者的程度。

<<城市住宅用户满意度理论与实证>>

编辑推荐

《城市住宅用户满意度理论与实证》由中国经济出版社出版。

<<城市住宅用户满意度理论与实证>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>