

# TREGU I BANESAVE NË SHQIPËRI: REGRESIONI HEDONIK

ILIRJANA KRAJA, INSTITUTI I STATISTIKAVE  
ikraja@instat.gov.al

MIRJANA SEJDINI, PHD HIGHER COLLEGES OF TECHNOLOGY, UAE  
msejdini@hct.ac.ae

ABDULMENAF SEJDINI, PHD HIGHER COLLEGES OF TECHNOLOGY, UAE  
asejdini@hct.ac.ae

## Abstrakti

Tregu i banesave është një nga sektorët më të rëndësishëm në Shqipëri. Gjatë 20 vjetëve të fundit ka pasur një rritje të ndërtimeve në këtë sektor, kryesisht në qytetet e mëdha. Kriza që përfshiu botën, midis tyre edhe Shqipërinë, u pasqyrua në këtë sektor si e lidhur me rënien e ndjeshme në shitjet e banesave. Një fenomen i vrojtuar është se, pavarësisht rënies së fuqisë blerëse, ndërtuesit nuk ulin çmimet e banesave. Synimi kryesor i këtij artikulli është aplikimi i Metodës së Regresionit Hedonik (MRH) të çmimeve, si një metodë alternative e vlerësimit të banimit në Tiranë. Ideja themelore e Metodës Hedonike të Çmimeve (MHÇ) është që të zërthejë vlerën e banesës ose çmimin e saj, në karakteristikat ose vetitë përbërëse

të saj dhe më pas të mbledhë të gjitha vlerat kontribuuese të çdo karakteristike, për të krijuar vlerën përfundimtare të banesës. Rezultatet empirike dhe koeficientët tregojnë se shumica e variablave të pavarura janë shumë të rëndësishme dhe tregojnë një lidhje të saktë dhe të pritur me çmimin. Ky artikull pritet të kontribuojë në literaturë, pasi ekzistojnë shumë pak studime që përdorin regresionin hedonik të çmimeve të banesave në Shqipëri.

## FJALË KYÇE:

Shqipëria; Tregu i banesave; Çmimet e banesave; Regresioni hedonik

## 1. HYRJJE

Tregu i banesave është një pjesë shumë e rëndësishme e ekonomisë kombëtare dhe është e lidhur ngushtë me sektorë të tjerë të ekonomisë që, së bashku, përcaktojnë nivelin e zhvillimit. Rëndësia e tregut të banesave shihet në marrëdhëniet e saj shkakësore me sektorët e tjerë të ekonomisë sepse një kërkesë për strehim përfaqëson një investim dhe një vendim konsumi. Strehimi, si përmbushje e një nevoje themelore, ndikon në nevoja të tjera të tilla si ushqimi, veshja, uji, higjiena dhe shëndeti. Tregu i banesave krijon sektorë dhe tregje plotësues të tilla si ndërtimi i ujit, shërbimet elektrike, komplekset e blerjeve dhe shërbimet e tjera të komunitetit, të cilat gjenerojnë më shumë punësim dhe të ardhura. Po ashtu, strehimi, si një aset kapital, ashtu si të gjitha investimet e tjera, ofron dhe ndihmon në zhvillimin e ndërmarrjeve afariste, siguron të ardhura të qëndrueshme afatgjate të qirasë dhe mund të veprojë si kolateral kreditor për përpjekjet e biznesit.

Meqenëse tregu i banesave është një sektor i rëndësishëm i ekonomisë dhe ka ndikim domethënës në sektorë të tjerë të ekonomisë, kërkimi për modelimin e çmimeve të banesave bëhet një çështje thelbësore. Synimi kryesor i këtij artikulli është aplikimi i Metodës së Regresionit Hedonik (të çmimeve), si një metodë alternative vlerësimi për banimin në Tiranë. Pjesa tjetër ofron një pasqyrë të tregut shqiptar të banesave, veçanërisht të kryeqytetit të saj, Tiranës. Pjesa e tretë ofron rishikimin e literaturës, duke shpjeguar teorinë që qëndron pas MHC-së dhe studimet kryesore empirike që kanë të bëjnë me çështjen. Pjesa e katërt paraqet një shpjegim të hollësishëm të të dhënave dhe metodologjisë së përdorur, si dhe ofron gjetjet kryesore empirike. Pjesa e fundit është rezervuar për përfundimet dhe ofron shpjegime specifike për disa fenomene të përfituara nga rezultatet.

## 2. PËRMBLEDHJE E TREGUT SHQIPTAR TË BANESAVE

Gjatë dy dekadave të fundit, Shqipëria ka përjetuar një rritje (bum) të rëndësishme në sektorin e ndërtimit, kryesisht në tregun e banesave. Periudha e tranzicionit u shoqërua me ndryshime në faktorët demografikë, ekonomikë dhe socialë, të cilët, nga ana e tyre, kanë rritur kërkesën për ndërtime të reja. Tregu i banesave paraqet një element të rëndësishëm, jo vetëm për ekonominë shqiptare, por edhe për kulturën shqiptare. Shqiptarët e konsiderojnë pronësinë e një shtëpie si një nga nevojat parësore dhe fillestare. Në këtë drejtim, migrimi i brendshëm (nga fshati në atë urban) dhe i jashtëm, si dhe ndryshimi i qëndrimit ndaj jetesës të ndarë nga prindërit, kanë luajtur një rol shumë të rëndësishëm në formën dhe trendin e kërkesës për strehim. Më konkretisht, emigracioni ka luajtur një rol të madh në kërkesën për banesa në zonat urbane, veçanërisht në Tiranë, si pasojë e përmirësimit të kushteve të jetesës dhe të ardhurave më të larta të disponueshme të emigrantëve shqiptarë dhe familjeve të tyre në shtëpi.

Çështje të rëndësishme që kërkojnë vëmendje të veçantë për tregun e banesave në Shqipëri përfshijnë:

- Të drejtat e pronësisë nuk janë të përcaktuara qartë midis pronarëve "të vjetër" të privuar nga regjimi komunist dhe atyre të rinj që aktualisht zënë prona
- Çështja e legalizimit të ndërtesave të ndërtuara pa lejen e autoriteteve lokale
- Regjistrimi i hipotekës, kredidhënies hipotekare dhe procesi i ekzekutimit të hipotekave, të cilat janë veçanërisht të lidhura me praktikën bankare dhe kornizën ligjore në vend.

Bazuar në rezultatet e Regjistrimit të Popullsisë dhe Banësive 2011 (INSTAT, 2012), popullsia e zakonshme rezidente në Shqipëri ishte 2.821.977, 25,25% e të cilëve banojnë në Tiranë. Numri i përgjithshëm i banesave ishte 1.012.400, nga të cilat, sipas klasifikimit në bazë të llojit, 99,6% ishin banesa tradicionale dhe 0,4% e tyre ishin jo-tradicionale. Tirana kishte përqindjen më të madhe të banesave, me 26%. Gjithashtu, Tirana kishte numrin më të madh të lejeve të ndërtimit (23% në 2016 dhe 28% në 2017 të totalit të numrit të lejeve të ndërtimit).

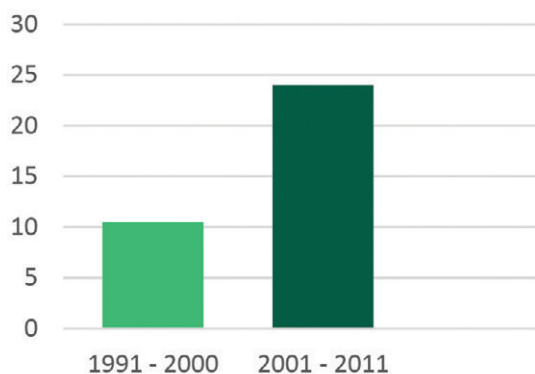
**Tabela 1: Rritja e popullsisë dhe strehimit, Censusi 1989, 2001, 2011**

	Censusi 1989	Censusi 2001	Census 2011	Censusi2001/ Censusi 1989	Censusi2011/ Censusi 2001	Censusi2011/ Censusi 1989
<b>Popullsia rezidente</b>	3,182,417	3,069,275	2,821,977	-3,6	-8,8	-12,8
<b>Ndërtesat</b>	385,769	512,387	598,267	32,8	16,8	55,1

Burimi: INSTAT

Karakteristikat e ndërtesave në Shqipëri në vitin 2011 nuk ndryshojnë në mënyrë drastike nga viti 2001 në aspektin e llojit të ndërtesës, numrit të kateve, numrit të banesave për çdo ndërtesë, etj., (INSTAT, 2014). Numri i ndërtesave individuale ende mbizotëron, ndërkohë që ndërtesat e banimit përbëjnë vetëm 3,7% në vitin 2011, shumë afër me 3,3% në vitin 2001. Lloji i ndërtesave dhe periudha përkatëse e ndërtimit tregojnë se numri i ndërtesave të apartamenteve, ndërtuar gjatë viteve 2001-2011, është më shumë se dyfishuar, krahasuar me dekadën e kaluar dhe përbën 23,4% të stokut total të këtij lloji ndërtesë në Shqipëri. Figura 1 tregon një bum në ndërtim gjatë viteve 2001-2011, krahasuar me vitet 1991-2000.

**Figura 1. Numri i ndërtesave të apartamenteve sipas periudhës së ndërtimit, Censusi 2011 (në%)**



Burimi: INSTAT: Kushtet e banimit dhe të jetesës në Shqipëri 2014

### 3. RISHIKIMI I LITERATURËS

Vlerësimi i çmimeve të banesave ka tërhequr një interes të konsiderueshëm në literaturën ekonomike dhe rrjedhimisht ekzistojnë shumë artikuj kërkimorë. Teoria e kërkesës hedonike, gjithashtu e njohur si regresioni hedonik ose si metoda hedonike e çmimeve, vlerëson vlerën e karakteristikave të një malli që ndikon në mënyrë indirekte në çmimin e tij të tregut. Ideja themelore e metodës së çmimeve hedonike është se ajo zbërthen vlerën e banesës ose çmimin e saj në karakteristikat apo vetitë përbërëse të saj dhe më pas përmbledh vlerat kontribuuese të çdo karakteristike për të krijuar vlerën përfundimtare të shtëpisë. Thënë ndryshe, këto metoda çmimi masin peshën ose karakteristika të caktuara si vendndodhja e banesës, numri i banjave, ose prania e karakteristikave të tjera në çmimin total të banesës.

Kjo teori e metodës së çmimeve përdoret gjerësisht në kërkimin mbi konsumatorin dhe tregun. Nga perspektiva e konsumatorit, teoria hedonike vjen nga teoria e konsumit të Lancaster-it (Lancaster, 1966). Sipas tij, vlera e së mirës së përbërë rrjedh nga karakteristikat e saj. Gjegjësisht, çdo e mirë konsiderohet si një anëtare e grupit të të mirave nëse të gjitha të mirat e grupit përdoren në kombinim me njëra-tjetrën. Kështu, çmimi i produktit nuk varet nga sasia e karakteristikave të bashkangjitura në produkt, por nga kombinimi i të mirave që blerësi vendos të blejë. Nga perspektiva e tregut, Rosen e përgjithësoi qasjen për të përfshirë tregun e strehimit dhe e integroi atë në teorinë e përgjithshme. Modeli Rosen argumenton se ekziston një marrëdhënie jolineare midis çmimit të mallrave dhe karakteristikave të tyre të qenësishme. Çmimi i nënkuptuar është një funksion i karakteristikave të lidhura me të mirën (Rosen, 1974).

Aplikimi i Metodës Hedonike të Çmimit kryesisht mbështetet në katër supozime kyçe. Supozimi

i parë ka të bëjë me homogjenitetin në tregun e banesave. Ky supozim është i diskutueshëm, pasi produktet e strehimit mund të ndryshojnë nga njëri-tjetri në aspektin lokal, strukturor, të lagjes ose çdo atributi apo kriteri tjetër. Supozimi i dytë është se tregu i banesave funksionon nën konkurrencë të përsosur. Ky është një supozim i justifikueshëm pasi ekzistojnë shumë blerës dhe shitës që kanë lirinë për të hyrë dhe dalë nga tregu, dhe rrjedhimisht asnjë blerës apo shitës nuk mund të ndikojë në treg. Supozimi i tretë ka të bëjë me faktin se blerësit dhe shitësit kanë informacion të përsosur në lidhje me produktin e strehimit. Edhe pse e vështirë për t'u arritur në realitet, ky supozim duket i arsyeshëm pasi blerja e një banese kërkon një sasi të konsiderueshme të kapitalit. Procesi i blerjes së një shtëpie përfshin grumbullimin e shumë informacioneve online dhe offline para kryerjes së një blerjeje. Supozimi i katërt dhe i fundit është ai i ekuilibrit të tregut. Ky supozim është i diskutueshëm sepse është ideale të supozohet se vektori i çmimeve do të përshtatet menjëherë ndaj ndryshimeve në kërkesë apo ofertë në çdo kohë, kështu që nuk merr parasysht marrëdhëniet midis çmimeve të nënkuptuara tëtributeve apo karakteristikave.

MHÇ është aplikuar në hulumtimin e tregut të strehimit (Ball, 1973); (Chau, et al., 2001); (Freeman, 1979); (Leggett, C.G. & Bockstael, N.E., 2000). Ajo është aplikuar në vlerësimin e çmimeve të banesave në Hong Kong (Chen, 2009). Sipas këtij studimi, ekziston një dallim mes pamjes të portit dhe pamjes malore kur vendoset çmimi i shtëpive, domethënë pamja në port mund të rrisë çmimin, ndërsa pikëpamja malore mund ta zvogëlojë atë. Keng T.Y (2000) gjithashtu përdori MHÇ-në për të analizuar faktorët që ndikojnë në çmimin e banesave në Malajzi.

Gjetjet janë në përputhje me hipotezën se çmimet e banesave përcaktohen nga faktorët ekonomikë dhe financiarë të identifikuar si të rëndësishëm për kërkesën dhe ofertën e njësive të banimit në këtë vend.

Karakteristikat/atributet e zakonshme të banimit që përdoren nga MHÇ-ja janë: atributet strukturore, atributet e vendndodhjes dhe/ose atributet e lagjes (Herath, 2010). Këtotribute përfshijnë si karakteristikat cilësore, po ashtu edhe ato sasiore.

### 3.1 ATRIBUTET STRUKTURORE

Atributet strukturore kanë efekt të rëndësishëm dhe lidhje me çmimet e pronave. Ndërkohë që disa studime argumentojnë se preferencat për qëndrimet strukturore mund të ndryshojnë sipas klientit dhe mund të ndryshojnë me kalimin e kohës, si dhe ndërmjet vendeve (Kohlhase, 1991), të tjerë argumentojnë se atributet e dëshirueshme krahasuese të një shtëpie vlerësohen dhe reflektohen në çmime (Ball, 1973). Atributet kryesore që janë po aq të rëndësishme në të gjithë vendet dhe që janë pozitivisht të lidhura me çmimin e një shtëpie janë: numri i dhomave dhe dhomave të gjumit (Garrod, 1992), madhësia e dyshemesë (Carroll, T. M., Claretie, T. M. & Jensen, J., 1996) (Rodriguez, M. & Sirmans, C. F., 1994), numri i banjave, ballkonet, garazhi, etj. Kërkimet gjithashtu kanë treguar që mosha e ndërtesës është e lidhur negativisht me çmimin e pronës për shkak të kostos më të lartë të mirëmbajtjes dhe riparimit (Clapp, M. & Sirmans, CF, 1994) 1998). Në anën tjetër, atributet si cilësia strukturore, sistemi i ngrohjes, izolimi termik, bodrumi e kështu me radhë janë të vështira dhe ndryshojnë nëpër vende në varësi të vlerave tradicionale dhe klimës.

### 4. METODOLOGJIA

Vendndodhja dhe zona përreth pronës/shtëpisë është një atribut shumë i rëndësishëm që ka një efekt domethënës në vendimin e blerjes. Ajo përcakton distancën e shtëpisë me qendrën e qytetit, komplekset tregtare, vendin e punës, shkollën dhe atributet e tjera të ngjashme. Atributet kryesore të vendndodhjes, që janë përdorur nga studimet, janë niveli i ndotjes, klasa socio-ekonomike e banorëve, përbërja racore, mënyrat e transportit, pamja e pronës dhe kati. Qëndrimet kryesore të lagjes të përdorura janë zhurma e trafikut, distanca nga komplekset tregtare dhe madhësia e komplekseve tregtare, peizazhi i këndshëm, ndotja dhe distanca nga sportet dhe mjediset e tjera rekreative.

Nga atributet e lartpërmendura strukturore, të vendndodhjes dhe lagjes për shkak të mungesës së të dhënave dhe vështirësive në krijimet e qëndrimeve të caktuara, ky studim përdor vetëm qëndrimet e disponueshme për apartamentet në Tiranë. Më saktësisht, nga atributet strukturore përdoren numrin e dhomave, numrin e dhomave të gjumit, numrin e banjave, madhësinë e banesës në m<sup>2</sup>, ekzistencën e ballkonit dhe ekzistencën e ashensorit. Ndërsa nga atributet e vendndodhjes përdoren kati dhe vendndodhja (zona), duke përdorur 11 mini-bashkitë dhe pjesa tjetër është konsideruar si mini-bashkia 12.

Përdorimi i metodës hedonike është i njohur vetëm vitet e fundit modelet hedonike janë përdorur në mënyrë më të gjerë në prodhimin statistikor dhe në analiza të ndryshme.

Metodologjitë hedonike të çmimeve bazohen në idenë se karakteristikat e ndryshme të të mirave dhe shërbimeve ndikojnë ndryshe në vlerësimin e tyre nga ana e konsumatorit. Kështu, faza e parë e kësaj metodologjie konsiston në përcaktimin e një funksioni hedonik të çmimeve, pra një funksion që lidhet me çmimet e transaksionit, me karakteristikat përkatëse të të mirës ose shërbimit.

$$P_n = f(c_{1n}, c_{2n}, \dots, c_{mnt})$$

Ku p është çmimi i të mirës apo shërbimit,  $c_{1n}$ ,  $c_{2n}$ ... $c_{mnt}$  janë karakteristikat e tyre.

Në analizat hedonike të tregut të banesave, këto karakteristika zakonisht i korrespondojnë veçorive të banesave dhe karakteristikave të vendndodhjes. Duke përdorur teknikat e regresionit, është e mundur të vlerësohen parametrat në funksionin hedonik të çmimeve, të cilat mund të interpretohen si çmime të nënkuptuara margjinale për secilën karakteristike. Bazuar në çmimet margjinale të vlerësuara, çmimet e banesave mund të rregullohen drejtpërsëdrejti, në mënyrë që të largojnë ndikimin ideosinkretik të këtyre burimeve të heterogjenitetit. Rregullimi i veçantë i kryer varet nga forma e funksionit hedonik të çmimeve (për shembull lineare, log-lineare).

Hapi i parë për të marrë një indeks hedonik është specifikimi i një funksioni hedonik të çmimit, i cili zakonisht është linear:

$$P_t = x_t + u_t$$

ose logaritëm-linear

$$\ln(P_t) = x_t \beta_t^* + u_t^*$$

ku  $x_t$  janë k karakteristikat (ose funksionet e karakteristikave) të shtëpisë i në periudhën t,  $\beta_t^*$  ( $\beta^* t$ ) është një  $(K + 1)$  - vektori i parametrave (çmimet implicite) që do të vlerësohen dhe  $u_t^*$  (it) është termi i gabimit, duke qëndruar për pjesën e pashpjeguar të çmimit.<sup>1</sup>

Kjo metodë bazohet në supozimin se njerëzit i vlerësojnë karakteristikat e një të mire ose shërbimi që ofrohet, sesa vetë të mirën. Kështu, çmimet do të pasqyrojnë vlerën e një sërë karakteristikash, duke përfshirë karakteristikat mjedisore që njerëzit i konsiderojnë të rëndësishme

kur blejnë të mirën.

Në këtë studim është analizuar vetëm Tirana, kryeqyteti i Shqipërisë, sepse vëllimi i ndërtimit të banesave është më i lartë, krahasuar me qytetet e tjera dhe kërkesa për to rritet nga viti në vit. Pra Tirana është përfaqësuese për të gjithë vendin. Bazuar në karakteristikat e tregut shqiptar të banesave, ky artikull ka studiuar dhe analizuar vetëm tregun për apartamente. Metoda e përdorur për vlerësim është metoda Ordinary Least Squares (OLS).

Variablat e përfshira në model janë: moshja apo viti i ndërtimit të banesës (e re ose e vjetër), numri i dhomave, numri i dhomave të gjumit, numri i banjave, sipërfaqja në m<sup>2</sup>, kati, ashensori (variabël dummy), ballkon (variabël dummy), mini-bashkitë (ndarja administrative e Tiranës), çmimi për m<sup>2</sup> (çmimi i ofruar), çmimi i total (çmimi i ofruar). Numri i vrojttimeve është 148; të dhënat janë mbledhur për vitin 2017-2018 nga agjencitë e imobiliare në Tiranë.

Bazuar në funksionin hedonik, modeli ynë ka këtë formë:

$$\ln price = \beta_0 + \beta_1 size + \beta_2 rooms + \beta_3 bedroom + \beta_4 toilet + \beta_5 elevator + \beta_6 balcony + \beta_7 minidistricts + \beta_8 age + \beta_9 floor$$

Ku shenja e parametrave të çdo variabli (karakteristikat) tregon ndikimin e secilit prej tyre në çmim.

## 5. REZULTATET EMPIRIKE

Rezultatet kryesore empirike të MHÇ janë paraqitur në Tabelën 2.

Nga variablat e pavarur të matur dhe testuar në analizën e regresionit, shenjat e të gjithë koeficientëve rezultuan siç pritej. Më konkretisht, variablat që kanë pritur shenjën dhe janë statistikisht të rëndësishme janë: sipërfaqja në m<sup>2</sup>, numri i dhomave të gjumit, moshja e ndërtesës ose viti i ndërtimit dhe shumica e variablave të mini-bashkive. Variablat e pavarur, që tregojnë efekt pozitiv në çmimin e banesave janë: madhësia, dhoma gjumi, ashensori, banja, moshja dhe mini-bashkia 5 (mini-bashkia më e famshme dhe e shtrenjtë e Tiranës). Përveç kësaj, variablat që tregojnë efekt negativ në çmim janë: kati, ballkoni dhe shumica e mini-bashkive. Së fundmi, R<sup>2</sup> - koeficienti i përcaktueshmërisë së modelit është 74,1%, që tregon se variablat e pavarur shpjegojnë 74,1 përqind të çmimeve të shtëpive në Tiranë.

<sup>1</sup> [http://ec.europa.eu/eurostat/documents/272892/272983/Detailed\\_Technical\\_Manual\\_on\\_Owner-Occupied\\_Housing-v2.pdf/4ccf3133-2309-4316-b7fc-db3b89011b76](http://ec.europa.eu/eurostat/documents/272892/272983/Detailed_Technical_Manual_on_Owner-Occupied_Housing-v2.pdf/4ccf3133-2309-4316-b7fc-db3b89011b76)

Tabela 2: MHÇ, rezultatet e vlerësuara

Model	$\beta$	t	Sig,
(Constant)	11,037145	23,138	0,000
Size	0,008	3,272	0,001
bedroom	0,156	3,210	0,002
floor	-0,039	-0,075	0,931
Elevator	0,009	0,017	0,975
toilet	0,007	0,011	0,555
age	0,103	2,205	0,003
balcony	-0,087	-1,446	0,015
minidistrict3	-0,621	-7,813	0,000
minidistrict13	-0,474	-6,543	0,000
minidistrict6	-0,478	-6,125	0,000
minidistrict11	-0,314	-2,928	0,004
minidistrict4	-0,267	-2,611	0,010
minidistrict5	0,136	2,062	0,041
R <sup>2</sup>	<b>74,1%</b>		
F-statistics	<b>47,046</b>		

## 6. KONKLuzionet

Ky studim, në mënyrë empirike, shqyrtoi fuqinë parashikuese të MHÇ-së, e cila përcakton vlerën e brendshme të çdo atributi apo karakteristike dhe që gjithashtu është një mjet i vlefshëm për të gjithë agjentët e ndryshëm që përbëjnë tregun e pasurive të paluajtshme: blerësit dhe shitësit, pronarët dhe investitorët, ndërtuesit dhe shitësit, bankat dhe autoritetet fiskale.

Ky mund të jetë studimi i parë që përdor MHÇ-në për rastin e Tiranës. Koeficientët tregojnë që shumica e variablave të pavarura janë shumë të rëndësishme dhe tregojnë një lidhje të saktë të pritur me çmimin. Megjithatë, disa variabla nuk duket që janë të rëndësishme, edhe pse ato përmbajnë shenjën e pritshme. Më konkretisht, niveli i katit nuk duket i rëndësishëm dhe tregon që familja shqiptare preferon të blejë apartamente në nivelet më të ulëta të ndërtesës. Në mënyrë të ngjashme, ballkoni i ndryshueshëm nuk është

i rëndësishëm sepse tregon që familja shqiptare duhet të jetë më racionale dhe të kërkojë më shumë hapësirë brenda apartamentit sesa ballkone.

Kufizimi kryesor i këtij studimi, i cili në të njëjtën kohë mund të jetë një sugjerim për hulumtimet e ardhshme, është mungesa e të dhënave dhe pamundësia e krijimit tëtributeve të vendndodhjes dhe lagjes, si dhe variablave për Shqipërinë, në përgjithësi, dhe kryeqytetin, Tirana, në veçanti.

## BIBLIOGRAFI

Ball, M. (1973). Recent empirical work of the determinants of relative house. *Urban Studies*, vol. 10.

Carroll, T. M., Clauretje, T. M. & Jensen, J. (1996). Living next to godliness: Residential property values and churches. *Journal of Real Estate Finance and Economics*, vol. 12, , 319-330.

Chau, et al. . (2001). The pricing of "luckiness" in the apartment market. *Journal of Real Estate Literature* vo. 9. no 1. , 1- 22.

Chen, C. J. (2009). Value of scenic views: Hedonic assessment of private housing in Hong Kong. *Landscape and Urban Planning*, volume 91 , 226-234.

Clapp, J. M. (1998). Residential hedonic models: A rational expectations approach to age effects. *Journal of Urban Economics*, vol. 44 , 415-437.

Freeman, A. M. (1979). Hedonic prices, property values and measuring environmental benefits: A survey of the issues. *Scandinavian Journal of Economics* vol. 81 , 154-171.

Garrod, G. a. (1992). Valuing Goods' Characteristics: An Application of the Hedonic Price Method to Environmental Attributes. *Journal of Environmental Management*, 34 , 59-76.

Herath, S. a. (2010). The hedonic price method in real estate and housing market research. A review of the literature. SRE - Discussion Papers, WU Vienna, University of Economics and Business, Vienna.

INSTAT. (2012). Population and Housing Census 2011. Tirana: INSTAT.

INSTAT. (2014). Albania dwelling and living conditions. Tirana: INSTAT.

Kohlhase, J. E. (1991). The impact of toxic waste sites on housing values. *Journal of urban Economics*, vol.30 , 1-26.

Lancaster, K. J. (1966). A new approach to consumer theory. *Journal of Political Economy*, 74(1) , 132-157.

Leggett, C. G. & Bockstael, N. E. (2000). Evidence of the effects of water quality on residential land prices. *Journal of Economics and Management*, vol. 39, , 125-141.

Rodriguez, M. & Sirmans, C. F. (1994). Quantifying the value of a view in single-family. *Appraisal Journal* vol. 62, , 600-603.

Rosen, S. (1974). Hedonic Prices and Implicit Markets: Product Differentiation in Pure Competition. *Journal of Political Economy*, Vol. 82, Jan./Feb. , 34-55.