

أهداف الدراسة:

- محاولة التوصل إلى وضع معايير تقييمية للفراغات العمرانية الخارجية يمكن أن تساهم في تحقيق أعلى نسبة تسويقية في المدن الجديدة.
- محاولة التعرف على بعض العناصر التي يمكن أن ترفع مستوى الحيوية والجاذبية للفراغات العمرانية في المدن الجديدة بهدف رفع كفاءة التسويق العقاري.
- رصد وحصر بعض السلبيات في تصميم الفراغات العمرانية في بعض المدن الجديدة ، والتي أثرت على ركود التسويق العقاري.