

摘要

估價是一門科學，也是一門藝術，除了專業的技術理論之外，還需仰賴估價人員本身的經驗以及能力，因此估價雖然是一種科學推論的過程，它仍然需要人類加以執行。由行為學的角度觀之，人類並非完全客觀理性，因此估價雖然依循科學推論的程序，但仍有可能因為人的執行問題，而影響到估值。在過去估價的相關研究多著重於技術方法上的改良，以期望提升估價人類的專業能力，然而估價所面臨的問題除了技術方法未臻成熟之外，另外為人所詬病者則在於缺乏獨立性，能夠經由人為操作而得到期望之估值。因此本文擬藉由估價人員的觀點，從行為的角度來探討估價人員在執行業務時，所面臨之客戶影響，及其與估價人員/公司特性間的關聯性。

本文根據問卷調查結果發現，證實目前估價業中確實普遍存在預估制度，且有部份估價人員有估值配合之情形，但並無法證實估值配合是否為普遍存在的現象。預估制度雖未必會直接影響估值的產生，但實際上卻可能會使得估價人員在估價過程之中，接收到額外的客戶影響。至於國內客戶影響之潛在因素可分為業績因素、後果因素、資訊掌握能力、缺乏客觀資料，以及環境因素，與國外區分為提供服務者特性、客戶特性、外部環境特性，以及所提供服務之特性，在分類方式上有所差異，實證結果所呈現者，是在於估價人員面臨客戶影響時，其所認同之潛在因素於傾向上的差異。在影響方式上，客戶很容易利用其他估價人員未掌握的資訊，或是由不同的價格觀點對估值提出質疑。除此之外，最常使用的方式便是打電話給估價人員或上級主管，或是直接告知期望的價格。至於客戶影響力大小部份，整體而言對收入影響重大的客戶，其影響力較大，同時亦發現估價人員對於勘估標的實際成交價格，以及其他估價人員/公司對勘估標的之估算價格，依賴程度很高。此外熟客或是大客戶，尤其是對公司有一定熟悉程度時，由於客戶知道該對誰運用其影響力，所能夠發揮的影響力亦較大。

關鍵字：不動產估價、行為研究、獨立性、客戶影響