

目錄

| | | |
|------|-------------------|----|
| 第一章 | 緒論..... | 1 |
| 第一節 | 研究動機與目的..... | 1 |
| 第二節 | 研究方法與流程..... | 4 |
| 第三節 | 研究範圍與限制..... | 8 |
| 第二章 | 文獻回顧..... | 11 |
| 第一節 | 估價結果與市場價值之偏離..... | 11 |
| 第二節 | 客戶影響之發生及潛在因素..... | 16 |
| 第三節 | 客戶對估價結果之影響..... | 20 |
| 第四節 | 小結..... | 22 |
| 第三章 | 分析方法與資料說明..... | 25 |
| 第一節 | 問卷設計..... | 25 |
| 第二節 | 分析方法..... | 28 |
| 第三節 | 資料說明..... | 30 |
| 第四章 | 實證及訪談結果分析..... | 39 |
| 第一節 | 客戶影響之現況..... | 39 |
| 第二節 | 客戶影響之潛在因素..... | 45 |
| 第三節 | 客戶影響之方式..... | 55 |
| 第四節 | 客戶對估價人員影響力大小..... | 59 |
| 第五節 | 小結..... | 63 |
| 第五章 | 結論與建議..... | 71 |
| 參考文獻 | | |
| 附錄 | | |

表目錄

| | | |
|------|--------------------------|----|
| 表一 | 相關文獻研究成果..... | 22 |
| 表二 | 問卷發放及回收情形..... | 30 |
| 表三 | 年齡資料次數分配..... | 32 |
| 表四 | 性別資料次數分配..... | 32 |
| 表五 | 教育程度資料次數分配..... | 33 |
| 表六 | 收入資料次數分配..... | 33 |
| 表七 | 非基本薪資比例資料次數分配..... | 34 |
| 表八 | 年資資料次數分配..... | 34 |
| 表九 | 證照資料次數分配..... | 35 |
| 表十 | 簽證資格資料次數分配..... | 35 |
| 表十一 | 執業區域資料次數分配..... | 36 |
| 表十二 | 客戶接觸資料次數分配..... | 36 |
| 表十三 | 業務比例最高資料次數分配..... | 37 |
| 表十四 | 部門規模資料次數分配..... | 37 |
| 表十五 | 專案主導經驗資料次數分配..... | 37 |
| 表十六 | 職位資料次數分配..... | 38 |
| 表十七 | 客戶影響之現況次數分配..... | 39 |
| 表十八 | 客戶影響之現況主成份分析結果..... | 40 |
| 表十九 | 在客戶事先得知估值方面有顯著差異之項目..... | 41 |
| 表二十 | 客戶影響之現況分組比較之結果..... | 44 |
| 表二十一 | 客戶影響之潛在因素次數分配..... | 46 |
| 表二十二 | 客戶影響潛在因素之主成份分析結果..... | 47 |
| 表二十三 | 在業績因素方面有顯著差異之項目..... | 49 |
| 表二十四 | 在後果因素方面有顯著差異之項目..... | 49 |
| 表二十五 | 在資訊掌握能力因素方面有顯著差異之項目..... | 50 |
| 表二十六 | 在缺乏客觀資料因素方面有顯著差異之項目..... | 51 |
| 表二十七 | 在環境因素方面有顯著差異之項目..... | 53 |

| | | |
|------|------------------------|----|
| 表二十八 | 客戶影響潛在因素分組比較之結果..... | 46 |
| 表二十九 | 客戶影響方式之次數分配..... | 55 |
| 表三十 | 客戶影響方式之主成份分析結果..... | 55 |
| 表三十一 | 在利用建議方式方面有顯著差異之項目..... | 57 |
| 表三十二 | 在造成壓力方式方面有顯著差異之項目..... | 58 |
| 表三十三 | 客戶影響方式分組比較之結果..... | 58 |
| 表三十四 | 估價業中客戶影響力大小之次數分配..... | 59 |
| 表三十五 | 客戶影響力大小之主成份分析結果..... | 60 |
| 表三十六 | 在壓力影響力方面有顯著差異之項目..... | 61 |
| 表三十七 | 在總影響力方面有顯著差異之項目..... | 61 |
| 表三十八 | 客戶影響力大小分組比較之結果..... | 62 |
| 表三十九 | 研究成果整理..... | 63 |
| 表四十 | 北中南三區估價業型態比較..... | 64 |

圖目錄

| | | |
|-----|-----------------------|----|
| 圖一 | 調查方式決定流程圖..... | 4 |
| 圖二 | 研究流程..... | 7 |
| 圖三 | Brunswik知覺理論透鏡模型..... | 11 |
| 圖四 | 透鏡模型於比較法之運用..... | 12 |
| 圖五 | 估價人員評價模式..... | 14 |
| 圖六 | 客戶影響估價人員評價模式..... | 15 |
| 圖七 | 商業環境中估價之運行模式..... | 16 |
| 圖八 | 客戶影響之潛在因素..... | 18 |
| 圖九 | 客戶對估價之影響..... | 20 |
| 圖十 | 問卷架構形成流程圖..... | 25 |
| 圖十一 | 各職位收入等級比例折線圖..... | 34 |
| 圖十二 | 國內估價業中客戶影響之潛在因素..... | 54 |
| 圖十三 | 客戶影響之基本架構..... | 56 |