

第三章 研究設計

從過去的研究可以發現，行為態度的量測通常可藉由問卷調查方法達成。本研究透過對不動產估價師與買賣雙方之問卷調查，並利用統計上的檢定分析與質化深度訪談方式，以達成研究目的。故本章節首先說明問卷內容架構的設計，以及分析方法，其次詳述分析方法與資料的敘述統計。

第一節 問卷設計與分析方法

一、問卷設計

本研究問卷架構的構成，主要是透過文獻回顧及非正式訪談所獲得的資料，勾勒出問卷整體架構的方向。在選定研究的範圍與對象之後，根據文獻的研究成果擬定問項，主要包括兩個部分：對價格影響因素的認知、與受訪者基本資料。問卷初步設計完成之後，透過非正式的訪談，再對問項進行增加或刪減，以符合一般市場上對住宅價格影響因素瞭解的情況，而後進行問卷預試，測試問卷內容是否有題意不清或難以回答的問項，並做成最後的修改，完成正式的調查問卷。

為探討不動產估價師與買賣雙方對於住宅價格影響因素的認知，問卷以三種不同的版本作為區分方式，分別針對不動產估價師與買方和賣方進行調查。然不論是何種版本的問卷皆以相同的住宅價格影響因素為主要問項，此目的在於避免不一致的問題基準產生無法比較的結果。問卷納入的住宅價格影響因素項目總計 28 個，主要透過搜尋國內、外文獻而得，另為符合並貼切國內實際情況，亦參考國內估價實務報告書予以篩選。此外，為避免時間因素的變動，造成買方和賣方對住宅價格影響因素的認知有所改變，本研究特別將買賣成交案例的成交日期限制在民國 97 年 6 月至民國 98 年 2 月間，以控制案例成交時市場景氣與大環境的一致性，故在問卷內對價格影響因素認知的問項中並未放入一般因素¹⁰。

有關影響住宅不動產價格的重要因素，Jud (1980) 指出土地使用分區管制對住宅價格具有顯著的影響，且鄰近地區的土地使用型態亦會影響住宅價格。此外，賴明宏 (1998) 對台北市 12 個行政區域進行價格影響因素的探討，包括房

¹⁰ 不動產估價技術規則第二條第十四項：「一般因素：指對於不動產市場及其價格水準發生全面影響之自然、政治、社會、經濟等共同因素」。

屋屬性特徵、總體經濟因素、以及行政區域價差，其中行政區域價差方面，結果顯示台北市區與郊區間存在相當價差。

另關於個別因素，就土地而言實務上將個別影響因素歸類為宗地條件、街道條件、接近條件、環境條件、與行政條件等五類（梁仁旭、陳奉瑤，2006：39），建物部分則強調本身結構等條件。劉秀玲（1992）以台北市為研究範圍，利用迴歸分析得出樓地板面積、建材結構、住宅類型以及距市中心之遠近對住宅價格有顯著影響。另外，張曦方（1994）同樣以台北市為研究範圍，探討住宅各樓層是否有價差存在，實證結果顯示樓層變數對樓層價差之形成具有顯著的影響，並指出其產生的因素可分為建物屬性與居民屬性兩類，前者以安全性、可及性與舒適性的差異影響較為顯著；而後者則指消費者的偏好改變對於個別樓層的價格會有所影響，但由於消費者的議價空間有限，因此整體而言，市場價格仍是反應供給者訂定樓層價差的原則與方式。

Sirmans et al.（2005）則整理過去國外關於特徵價格模型的研究文獻，並列出前 20 個最常被使用的特徵變數，前 5 名依序為屋齡、建物面積、停車空間、壁爐、以及宗地大小等變數，分別出現 78 次、69 次、61 次、57 次、以及 52 次，顯示上述房屋特徵對價格產生的影響是研究人員最關心的，然而某些因素在我國並不具普遍的價格影響力，如壁爐等，故本研究於問卷設計中並不列入此等因素，將上述研究結果選取適當因素，整理如下表：

表 3-1 價格影響因素文獻研究結果

作者	年代	顯著價格影響因素
劉秀玲	1992	樓地板面積、建材結構、距市中心遠近
張曦方	1994	樓層位置
賴明宏	1998	行政區域、樓層位置、屋齡
Jud	1980	土地使用分區
Sirmans et al.	2005	屋齡、建物面積、停車空間、宗地大小

本研究綜合上述研究結果，除參考對住宅價格有顯著影響的因素，亦參考國內估價實務報告書¹¹中比較法調整使用的比較項目，如採光、景觀、主要道路寬度、距大眾運輸遠近、重大建設計畫、發展趨勢…等。此外，亦考量 Adair et al.（1996）探討估價師與購買者對價格影響因素認知差異所納入的環境因素，如鄰

¹¹ 參考自巨秉不動產估價師聯合事務所、中聯不動產估價師聯合事務所的估價報告書。

居品質、公共活動空間、住宅密度…等，也可能對價格產生影響的因素。最後將住宅價格影響因素歸納為個別與區域因素兩類，包括不動產屬性因素、區位交通因素以及住宅環境因素¹²，整理如下表：

表 3-2 價格影響因素表

不動產屬性因素	區位交通因素	住宅環境因素
土地持分面積	土地使用分區	鄰居品質
建物面積	行政區位	公共活動空間
屋齡	距大眾運輸遠近	社區安全
樓層位置	距主要道路遠近	社區排水設施
日照	距購物商場遠近	住宅安寧
視野景觀	距鄰避設施遠近	住宅密度
建材	距公共設施遠近	
家庭排水系統	距學區遠近	
公設比	距市中心遠近	
面臨道路寬度	停車方便性	
	地方發展趨勢	
	地方重大建設計畫	

問卷目的在於調查不動產估價師與買方和賣方對住宅價格影響因素的認知差異，另外透過受訪者的基本資料，除了能瞭解其基本屬性外，更能詳細地分析不同屬性的受訪者對此等因素認知的差別。在不動產估價師方面包括：(1) 估價師的基本資料：性別、年資、教育程度等；(2) 估價師的主要業務內容；(3) 估價師的區域熟悉度。買方與賣方受訪者基本資料的問項雷同，惟有「出售」與「購買」用詞上的差異，包括：(1) 個人屬性資料：年齡、教育程度、所得；(2) 家庭屬性資料：是否與 65 歲以上長輩同住、是否有子女就讀國中或國小；(3) 交易與住宅資料：購屋或售屋次數、主要交易目的、住宅類型、交易日期、住宅案例所在地與交易情況。本研究參考 Adair et al. (1996) 與 Bello and Bello (2007) 以李克特四點量表，作為估價師與買賣雙方的態度量測方法，透過讓受訪者勾選對於某一項目之同意程度，藉以衡量受訪者對於該主題之態度；量測點數分為相當重要、重要、不重要、與相當不重要¹³，並分別給予 4 至 1 分進行評量。此外，

¹² 將區域因素分為影響區域較大的區位交通因素，與影響區域較小的住宅環境因素，係為了便於後續實證分析的結果解釋。

¹³ 李克特四點量表並無「普通」或「無意見」等尺度點數；採用偶數格式的時機，多為研究者希望受測者有具體的意見傾向，避免回答中間傾向的意見。

問卷之格式皆為封閉式問項。詳細的問卷內容請參照附錄。

二、分析方法

(一) 問卷信度分析與等級平均數差異檢定

本研究調查蒐集得到問卷結果後，首先以內部一致性分析法 Cronbach's α 值，衡量不同層面因素下各項因素間的內部一致性；Cronbach's α 值介於 0 到 1 之間， α 係數愈大時，則顯示該層面因素下各項因素間的相關性愈大，內部一致性愈高，這也是用以測量問卷結果穩定性的方法。

其次進一步將所獲得的資料，對不動產估價師與買方和賣方進行等級平均數差異檢定，以及等級相關檢定。資料經檢定若符合常態分配、變異數同質性假設與可加性假設者，分析方法可採用單因子變異數分析 (ANOVA) 或獨立樣本 T 檢定，然而本研究問卷調查所獲得的資料並未通過上述分析方法的基本假設，即樣本資料並未符合常態分配，故另採用樣本無須符合常態分配之無母數統計方法¹⁴，Mann-Whitney U 檢定以及 Kruskal-Wallis H 檢定，前者僅適用於兩組樣本的檢定，後者可用於三組以上樣本的檢定，故本研究視樣本組數決定分析方法，觀察在不同立場或屬性之下，受訪者對於價格影響因素的認知有無差異，其虛無假設 (H_0) 與對立假設 (H_1) 為：

H_0 ：不同立場或屬性的群組間，對價格影響因素的認知相同

H_1 ：不同立場或屬性的群組間，對價格影響因素的認知相異

另外，透過斯皮爾曼等級相關 (Spearman rank correlation) 檢定，可分析兩兩群組間對價格影響因素的認知，整體看法是否有一致性，其虛無假設與對立假設為：

H_0 ：不同立場的群組間，對價格影響因素的認知沒有顯著一致性

H_1 ：不同立場的群組間，對價格影響因素的認知有顯著一致性

(二) 訪談資料分析

本研究進行訪談的主要目的，在於驗證問卷調查的結果是否符合現狀，以及

¹⁴ Mann-Whitney U 檢定以及 Kruskal-Wallis H 檢定，是在樣本無法滿足常態性假設的情況下，將資料轉換為次序資料以代替單因子變異數分析以及獨立樣本 T 檢定之統計方法(吳明隆, 2007)。

釐清實證結果的原由，試圖說明其因果關聯性。訪談資料的分析，首先透過建立逐字稿完成訪談的書面記錄，而後進行對照、分類、比較方式，將這些概念逐步發展成主軸概念，也就是所謂的「概念化的過程」(潘淑滿，2003)。因此本研究採用主題分析法，在特定主題下進行分析，再依序將與研究主題有關的資料與概念，分別納入每個主題之下，使訪談資料與問卷調查結果互相呼應，得出較有力的結論。

第二節 資料說明

本研究的問卷調查對象，包括不動產估價師與住宅市場的買方與賣方等三個受訪主體，以下以不動產估價師以及買賣雙方分別說明。

一、不動產估價師樣本資料說明

有關不動產估價師的部分，主要乃根據台北市不動產估價師公會會員之名錄，以發送電子郵件之方式寄發問卷。問卷發放及回收時間為 2009 年 2 月 26 日至 3 月 31 日，並於發放後約兩個星期，寄出提醒郵件給尚未填答的受訪者。問卷總計發放 141 份，回收 53 份，回收率為 37.59%，其中有效問卷為 51 份，有效問卷率為 96.23%。

二、買賣雙方樣本資料說明

關於買方與賣方的資料蒐集，是透過仲介人員提供而得，主要是以親自拜訪店面的方式與仲介人員接觸。而店面則是以台北市各大房仲公司¹⁵的分店或直營店，自各個行政區中以非機率抽樣方法之便利抽樣（Convenience Sampling）方式，由研究人員親訪店面後，說明研究主題與調查方式，並詢問仲介人員接受問卷調查之意願，若仲介人員願意接受調查，但無法配合馬上填答者，則由研究人員擇日前往回收問卷。問卷調查地區為台北市，但實際上在拜訪各行政區的房仲店面的過程並不順利，且仲介人員經手的成交案例可能並非在該房仲店面的所在行政區，故問卷調查的樣本範圍僅分布於中山區、松山區、大安區、萬華區、內湖區、南港區、文山區、信義區等八個行政區。

問卷發放及回收時間為 2009 年 2 月 17 日至 3 月 20 日。總計發放 75 份¹⁶，回收 70 份，回收率為 93.33%，排除有漏填問項、案例非屬限制時間內以及非屬正常交易案例¹⁷的無效問卷後，有效問卷為 54 份，有效問卷率為 77.14%。問卷

¹⁵ 包括永慶房屋、文山政大不動產、東森房屋、21 世紀不動產、有巢氏房屋、信義房屋。

¹⁶ 一份問卷代表同一件成交案例，指的是包括買方與賣方各一份；亦即發放 75 份問卷，表示包含買方 75 份，賣方 75 份。

¹⁷ 依據不動產估價技術規則第二十三條之規定，非屬正常交易的情況為：「急買急賣、期待因素影響之交易、售債權債務關係影響之交易、親友關係人之交易、畸零地或有合併使用之交易、地上物處理有糾紛之交易、法院拍賣、受迷信影響之交易、包含公共設施用地之交易、其他。」非屬正常情況之交易，很可能會影響到買方或賣方對價格影響因素的認知，故本研究在蒐集問卷資料時，特別將此種樣本加以排除。

發放及回收情形整理如下表 3-3：

表 3-3 問卷發放及回收情形

	發放數量	回收數量	回收率	有效數量	有效問卷率
估價師	141	53	37.59%	51	96.23%
買方	75	70	93.33%	54	77.14%
賣方	75	70	93.33%	54	77.14%

三、深度訪談對象

深度訪談對象分別是以房仲人員與不動產估價師作為訪談主體，主要是由問卷調查對象中，立意選取一位仲介人員以及三位不動產估價師做為訪談對象。仲介人員部分，受訪者 A 目前於仲介公司中擔任經理的職務，從事房仲工作時間約為十六年，對買賣雙方的服務經驗應可提供較具體且成熟的看法。

至於不動產估價師部分，受訪者 B 目前任職於某不動產估價事務所，專職從事估價工作時間約兩年，主要執業區域以北部為主，另外以承辦企業資產評估為主要業務內容。受訪者 C 目前於北部地區開設不動產估價師事務所，專職從事估價工作時間為七年，從事估價工作前曾任職公家機關。受訪者 D 目前任職於聯合不動產估價師事務所，為該事務所的副總經理，專職從事估價工作時間約為十三年，而目前主要業務為承辦房貸消金項目。以上三位受訪者，除了執業區域皆以北部為主外，面臨到的估價業務範圍以及從業年資各有所長與不同，對於瞭解不動產估價師對住宅價格影響因素的認知，可能會有不同面向的理解，故由此三位獲得的訪談資料，應可窺知不動產估價師的思維。

四、樣本結構分析

(一) 問卷信度分析

本研究以內部一致性分析法 Cronbach's α 值，衡量不同層面因素下各項因素間的內部一致性；當 Cronbach's α 值愈大時，則顯示該層面因素下各項因素間的相關性愈大，內部一致性愈高。吳明隆（2007）指出問卷分量表的信度係數在 0.6 以上即是可接受的範圍，而問卷總量表的信度係數在 0.8 以上為佳。本研究的問卷信度分析結果見表 3-4：

表 3-4 問卷信度分析

問卷項目	Cronbach's α 值		
	估價師	買方	賣方
不動產屬性因素	0.784	0.652	0.676
區位交通因素	0.847	0.810	0.838
住宅環境因素	0.869	0.797	0.746
整體問卷	0.921	0.887	0.876

根據問卷信度分析的結果，不動產估價師方面各層面因素的信度係數值皆大於 0.7 以上，整體問卷的信度係數更大於 0.9，顯示衡量量表的一致性相當高；而在買方和賣方部分，可看出在不動產屬性因素的信度係數值較低，分別為 0.652 與 0.676，這可能是由於成交案例住宅類型的不同，導致不動產屬性因素量表衡量結果的一致性較低，然整體問卷的信度係數值皆仍高於 0.8 以上，仍落於可接受的信度係數值範圍內。

(二) 不動產估價師樣本敘述統計

1. 個人基本資料

不動產估價師的基本資料部分，主要調查項目包括性別、年齡、年資與教育程度。根據次數分配的結果，受訪者的性別以男性為主，佔有效樣本 90.20%，女性佔 9.80%，與台北市不動產估價師名冊，男女比約為 9:1 相當。另外在年齡方面，受訪者多集中於 31 歲至 40 歲，其中 36 歲至 40 歲的受訪者居多，其次為 31 歲至 35 歲，可看出目前從事估價業的不動產估價師年齡層以中青年齡層為主。在年資部分，樣本平均數約為 11 年，標準差約為 6 年，且年資未達 10 年者累計僅佔有效樣本 47.06%，顯示受訪者多為年資超過 10 年以上的資深不動產估價師。而在受訪者的教育程度部分，以碩士以上居多，佔有效樣本 54.90%，大學則佔 41.18%，而專科學校僅佔 3.92%。就不動產估價師的基本資料調查結果而言，與實際估價業的情形應無太大的誤差。表 3-5 至表 3-8 為個人基本資料的次數分配情形：

表 3-5 性別資料次數分配

性別	次數	百分比	累積百分比
男	46	90.20%	90.20%
女	5	9.80%	100.00%
總合	51	100%	

表 3-6 年齡資料次數分配

年齡	次數	百分比	累積百分比
26~30 歲	5	9.80%	9.80%
31~35 歲	13	25.49%	35.29%
36~40 歲	15	29.41%	64.71%
41~45 歲	4	7.84%	72.55%
46~50 歲	7	13.73%	86.27%
51~55 歲	4	7.84%	94.12%
56 歲以上	3	5.88%	100.00%
總合	51	100%	

表 3-7 年資資料次數分配

年資	次數	百分比	累積百分比
未滿五年	11	21.57%	21.57%
五年以上未滿十年	13	25.49%	47.06%
十年以上未滿十五年	13	25.49%	72.55%
十五年以上	14	27.45%	100.00%
總合	51	100%	

表 3-8 教育程度資料次數分配

教育程度	次數	百分比	累積百分比
專科學校	2	3.92%	3.92%
大學	21	41.18%	45.10%
碩士以上	28	54.90%	100.00%
總合	51	100%	

2. 業務相關資料

業務相關資料部分，調查項目主要包括主要業務內容¹⁸以及對區域熟悉與否。在主要業務方面，受訪者以承辦企業資產評估居多，佔有效樣本 35.29%，這應是由於目前公司企業財報須依台灣財務會計公報之規定，進行資產減損評估而產生的情況，其次為辦理都市更新業務，佔 19.61%。另外就不動產估價師的區域熟悉度而言，量測方法是以兩年內是否在該區域評估過住宅不動產的方式界

¹⁸ 指該業務類型佔總業務一半以上。

定¹⁹，若「是」則稱為區域熟悉度高，反之則為區域熟悉度低。調查結果顯示多數不動產估價師在這段期間內對中正區以及中山區的熟悉度較高，各佔 80.39%，而熟悉度較低的區域則為大同區與北投區，各佔 62.75%。表 3-9 與表 3-10 為業務相關資料的次數分配情形：

表 3-9 主要業務內容資料次數分配

業務內容	次數	百分比	累積百分比
房貸	5	9.80%	9.80%
法拍	8	15.69%	25.49%
企業資產評估	18	35.29%	60.78%
都市更新	10	19.61%	80.39%
證券化	0	0.00%	80.39%
AMC	3	5.88%	86.27%
交易參考	7	13.73%	100.00%
其他	0	0.00%	100.00%
總合	51	100%	

表 3-10 區域熟悉度資料次數分配

行政區別	區域熟悉度高		區域熟悉度低	
	次數	百分比	次數	百分比
中正區	41	80.39%	10	19.61%
大同區	32	62.75%	19	37.25%
中山區	41	80.39%	10	19.61%
松山區	37	72.55%	14	27.45%
大安區	35	68.63%	16	31.37%
萬華區	36	70.59%	15	29.41%
士林區	39	76.47%	12	23.53%
北投區	32	62.75%	19	37.25%
內湖區	34	66.67%	17	33.33%
南港區	37	72.55%	14	27.45%
文山區	34	66.67%	17	33.33%
信義區	39	76.47%	12	23.53%

¹⁹ 洪鴻智、張能政(2006)指出，在估價實務中，因不同類型的不動產估價標的物的特性差異可能非常大，如只是熟悉地區環境而缺乏類似估價標的物的估價經驗，尚不能稱為「熟悉」。故本研究以此方式界定估價師對台北市各行政區區域熟悉度之高低。

整體而言，針對不動產估價師的基本資料與業務相關資料的調查，由上述基礎資料的統計結果加以判斷，本研究在不動產估價師樣本抽樣上應不會產生太大的偏誤。

(三) 買賣雙方樣本²⁰敘述統計

1. 個人屬性資料

關於買賣雙方的基本資料，主要調查的項目包括年齡、教育程度與所得。根據次數分配結果，買賣雙方年齡的分配有分散於高低端點的趨勢，買方年齡層多在 45 歲以下，佔有效樣本 64.81%，賣方年齡層則相對較高，這可能與換屋需求有關。另外在教育程度部分，買方多屬擁有大學以上的學歷，賣方擁有大學以上的學歷者相對較少，比較多的是高中以下的教育程度，佔 46.30%，這部分可與年齡資料相應。至於所得方面，級距是根據行政院主計處發布的 96 年家庭收支調查結果，按都市平均每戶每月可支配所得予以劃分，其中相對高所得在 12.3 萬以上者，買方佔 31.48%，賣方則佔 37.04%。表 3-11 至表 3-13 為買賣雙方基本資料的次數分配情形：

表 3-11 買賣雙方年齡資料次數分配

年齡	買方年齡			賣方年齡		
	次數	百分比	累積百分比	次數	百分比	累積百分比
26~30 歲	2	3.70%	3.70%	0	0.00%	0.00%
31~35 歲	8	14.81%	18.52%	2	3.70%	3.70%
36~40 歲	16	29.63%	48.15%	6	11.11%	14.81%
41~45 歲	9	16.67%	64.81%	10	18.52%	33.33%
46~50 歲	7	12.96%	77.78%	10	18.52%	51.85%
51~55 歲	7	12.96%	90.74%	10	18.52%	70.37%
56~60 歲	3	5.56%	96.30%	7	12.96%	83.33%
60 歲以上	2	3.70%	100.00%	9	16.67%	100.00%
總合	54	100%		54	100%	

²⁰ 買賣雙方樣本的調查，雖是透過仲介人員填寫，但不論是關於買賣雙方的基本資料或交易的相關資料均有電腦建檔記錄，故這部份資料的正確性應可信賴。

表 3-12 買賣雙方教育程度資料次數分配

教育程度	買方教育 程度次數	百分比	累積百分比	賣方教育 程度次數	百分比	累積百分比
高中以下	17	31.48%	31.48%	25	46.30%	46.30%
大學	32	59.26%	90.74%	23	42.59%	88.89%
研究所以上	5	9.26%	100.00%	6	11.11%	100.00%
總合	54	100%		54	100%	

表 3-13 買賣雙方家戶所得資料次數分配

家戶月所得	買方家戶 所得次數	百分比	累積百分比	賣方家戶 所得次數	百分比	累積百分比
3.7 萬以下	1	1.85%	1.85%	3	5.56%	5.56%
3.7~5.7 萬	4	7.41%	9.26%	6	11.11%	16.67%
5.7~7.8 萬	12	22.22%	31.48%	13	24.07%	40.74%
7.8~12.3 萬	20	37.04%	68.52%	12	22.22%	62.96%
12.3 萬以上	17	31.48%	100.00%	20	37.04%	100.00%
總合	54	100%		54	100%	

2. 家庭屬性資料：

家庭屬性部分，調查項目包括是否與 65 歲以上長輩同住，以及是否有子女就讀國中或國小，調查目的在於探討上述屬性的買方或賣方，是否對某些特定因素的認知，如距學區遠近或住宅安寧等，會有顯著差異。調查顯示買方比起賣方多未與年老的長輩同住，分別佔有效樣本 72.22%與 24.07%；而在子女就讀國中或國小方面，買方部分子女就讀國中或國小者較多，佔 46.30%，賣方部分子女亦較多就讀國中或國小者，佔 59.26%。表 3-14 與表 3-15 為買賣雙方家庭屬性資料的次數分配情形：

表 3-14 與 65 歲以上長輩同住資料次數分配

	買方次數	百分比	累積百分比	賣方次數	百分比	累積百分比
是	15	27.78%	27.78%	41	75.93%	75.93%
否	39	72.22%	100.00%	13	24.07%	100.00%
總合	54	100%		54	100%	

表 3-15 子女就讀國中或國小資料次數分配

	買方次數	百分比	累積百分比	賣方次數	百分比	累積百分比
是	25	46.30%	50.00%	32	59.26%	59.26%
否	29	53.70%	100.00%	22	40.74%	100.00%
總合	54	100%		54	100%	

3. 交易與住宅資料：

關於交易與住宅資料部分，主要調查的項目包括購屋或售屋次數、主要交易目的、住宅類型、交易日期、住宅案例所在地與交易情況。首先購屋或售屋次數以及主要交易目的之調查，主要想瞭解這些屬性的買賣雙方，是否在對價格影響因素的認知上會有差異。其中購屋或售屋次數以是否為首購與首售表示，調查顯示樣本中買方多為首購族，佔 51.85%，而賣方則多為第二次以上售屋，佔 55.56%。另外在主要交易目的部分，買方以自住用為絕大多數，佔 87.04%，投資用僅佔 12.96%，賣方雖亦以換屋自住居多，佔 75.93%，但為了投資獲利者比起投資目的之買方相對較多，佔 24.07%。另外樣本中案例的住宅類型，以電梯大廈為主，其次為公寓，兩者都屬於台北市住宅不動產最主要的類型。另外在交易日期與交易情況部分，調查目的主要是排除無效問卷，故有效樣本均屬正常交易情況，至於交易日期樣本次數分配可見表 3-19。最後在住宅案例所在地方面，因樣本資料取得的限制與困難，無法如預期地蒐集到台北市各行政區的住宅交易案例，實際上樣本主要來自於台北市南區，其次為附近的行政區域，樣本數最多的區域為文山區，佔有效樣本 22.22%。表 3-16 至表 3-20 為買賣雙方交易與住宅屬性資料的次數分配情形：

表 3-16 買賣雙方是否為首購或首售資料次數分配

首購/首售 與否	買方為首購			賣方為首售		
	次數	百分比	累積百分比	次數	百分比	累積百分比
是	28	51.85%	51.85%	24	44.44%	44.44%
否	26	48.15%	100.00%	30	55.56%	100.00%
總合	54	100%		54	100%	

表 3-17 主要交易目的資料次數分配

交易目的	買方次數	百分比	累積百分比	賣方次數	百分比	累積百分比
自住用 (換屋自住)	47	87.04%	87.04%	41	75.93%	75.93%
投資用 (投資獲利)	7	12.96%	100.00%	13	24.07%	100.00%
總合	54	100%		54	100%	

表 3-18 住宅類型資料次數分配

住宅類型	次數	百分比	累積百分比
透天	4	7.41%	7.41%
公寓	20	37.04%	44.44%
電梯公寓	1	1.85%	46.30%
電梯大廈	29	53.70%	100.00%
總合	54	100%	

表 3-19 交易日期資料次數分配

交易日期	次數	百分比	累積百分比
97年6月	5	9.26%	9.26%
97年7月	4	7.41%	16.67%
97年8月	4	7.41%	24.07%
97年9月	4	7.41%	31.48%
97年10月	9	16.67%	48.15%
97年11月	8	14.81%	62.96%
97年12月	10	18.52%	81.48%
98年1月	6	11.11%	92.59%
98年2月	4	7.41%	100.00%
總合	54	100%	

表 3-20 住宅案例所在地資料次數分配

行政區別	次數	百分比	累積百分比
中正區	0	0.00%	0.00%
大同區	0	0.00%	0.00%
中山區	6	11.11%	11.11%
松山區	1	1.85%	12.96%
大安區	9	16.67%	29.63%
萬華區	11	20.37%	50.00%
士林區	0	0.00%	50.00%
北投區	0	0.00%	50.00%
內湖區	2	3.70%	53.70%
南港區	4	7.41%	61.11%
文山區	12	22.22%	83.33%
信義區	9	16.67%	100.00%
總合	54	100%	

住宅市場中交易資訊取得不易，本研究透過房仲人員對客戶需求或訴求的瞭解，藉以探知買賣雙方對價格影響因素的認知。整體而言，買賣雙方的基本資料與交易資訊是可信賴的，而樣本取得因受限於現實面的困難，僅有 54 筆成交案例，本研究在實證分析中利用無母數統計檢定進行分析。

