

房屋仲介業-不同競爭策略經營型態與績效之實證比較

郭淑貞、潘振雄

E-mail: 8301246@mail.dyu.edu.tw

摘要

隨著時代社會的演進，房屋仲介也由傳統掮客角色，進步到專業性的仲介公司型態。據估計目前台灣地區大大小小仲介公司家數超過二千家以上，由於產業特性使然造成競爭非常激烈。為因應激烈之競爭，業者有採取日式模式或美式模式經營，或者直接延用零星戶代銷公司之型態來經營，大財團亦介入大肆擴店，佔領通路。雖然如此，在歷經景氣循環洗禮後，業者仍須不斷嘗試摸索可行的經營型態調整，以期能找到真正符合國內市場需求的經營模式。本研究即嘗試探討房屋仲介業競爭策略與經營型態和績效間的關係盼能尋找出最佳經營模式，以供廣大業者參考。因此，本研究採部份探索性研究、部份實證性研究來探討國內房仲業，並以台北市及台中市二大仲介公會會員名冊為實證樣本，進行普查。實證之目的在於推翻五大假設：虛無假設一：房仲業不同的策略型態與經營型態間沒有顯著差異存在虛無假設二：房仲業不同的策略型態與績效間沒有顯著差異存在虛無假設三：房仲業不同的經營型態與績效間沒有顯著差異存在虛無假設四：房仲業不同的經營型態與績效水準未存有顯著相關虛無假設五：房仲業不同的策略型態與績效水準未存有顯著相關實證結果推翻了虛無假設一、虛無假設三及虛無假設四，但虛無假設二及虛無假設五則尚未採足證據加以推翻，實一大憾事。並針對實證結果運用於實務之涵義加以闡述，且提出對後續研究者之建言。

關鍵詞：競爭策略；經營型態；組織績效

目錄

0

參考文獻

0