

房地產仲介業導入電子交易市集之可行性研究

謝金延、王學銘

E-mail: 9416142@mail.dyu.edu.tw

摘要

經濟部工業局在2003年時統計，目前國內電子交易市集共約二十多家，每年交易金額約一千兩百億元，營收約四十億元，預計2005年時，業者將達七十家，年交易額達四千五百億元，營收約一百五十億元。再者由於買賣雙方的資訊不對稱，使得我國房仲業的托售率與英、美國等國家相比，明顯的遜色不少，若房仲業可以進入電子交易市集的話，可使得資訊透明化，進而吸引更多的消費者願意與房仲業者進行交易。本研究採取個案研究的研究策略，再藉由採用非標準型訪問法其中的談話式訪問法，以結構化的方式，由訪問員事先擬定大概要問的主題，再由受訪者作答，並以訪談的結果進行可行性分析，藉此釐清房仲業者進入電子交易市集時所考量的因素，進而提出建議。經由分析得知就技術面而言，房仲業已具有足夠的基礎跨入電子交易市集的領域，且接受訪者皆表示有進入電子交易市集的必要性，但以實務面而言，由於不信任成立電子交易市集之集團，故至現今還未有市集的形成。

關鍵詞：房屋仲介業；電子商務；電子交易市集

目錄

封面內頁	簽名頁	授權書	iii
中文摘要	iv	ABSTRACT	v
誌謝	vi	目錄	vii
圖目錄	x	表目錄	xi
第一章 緒論	1	1.1 研究背景與動機	1
1.1.2 研究目的	4	第二章 文獻與理論探討	8
2.1 電子商務相關文獻	8	2.2 電子交易市集相關文獻	14
2.3 房地產仲介業相關文獻	40	第三章 研究方法與架構	51
3.1 研究範圍、限制與假設	51	3.2 研究方法	51
3.3 研究架構	52	第四章 現行房地產仲介業 供需態勢及電子商務現況介紹	54
4.1 房屋供需態勢	54	4.2 信義房屋現況簡介與e化介紹	57
4.3 力霸房屋現況簡介與e化介紹	59	4.4 永慶房屋現況簡介與e化介紹	62
4.5 太平洋房屋現況簡介與e化介紹	65	4.6 21世紀不動產現況簡介與e化介紹	66
4.7 ERA不動產現況簡介與e化介紹	68	4.8 住商不動產現況簡介與e化介紹	70
4.9 小結	72	第五章 可行性分析	74
5.1 問卷設計	74	5.2 訪談對象背景簡介	77
5.3 訪談內容	79	5.4 業界整合可行性分析	110
5.5 法令可行性分析	113	5.6 其它相關機構及行業 可行性分析	114
5.7 供應面可行性分析	115	5.8 需求面可行性分析	116
5.9 IT工具可行性分析	117	第六章 結論與建議	119
6.1 結論	119	6.2 建議	122
參考文獻	127	一、中文部分	127
		二、英文部分	132
附錄	135		

參考文獻

中文部分 1.內政部建築研究所(2003), 台灣購屋需求動向季報, 內政部建築研究所。 2.內政部營建署, 房地交易買賣契稅查定件數, 內政部營建署, <http://www.cpami.gov.tw>。 3.生技醫藥產業推動小組(民90年10月19日), 生技醫藥產業電子市集推動策略報告, World Wide Web: <http://forum.timglobe.com.tw>。 4.石化產業推動小組(民90年10月19日), 石化產業電子市集推動策略報告, World Wide Web: <http://forum.timglobe.com.tw>。 5.住商不動產(1993), 房地產營業實戰與策略, 台北市:大日。 6.車輛產業推動小組(民90年10月19日), 車輛產業電子市集推動策略報告, World Wide Web: <http://forum.timglobe.com.tw>。 7.呂振誼(1999), 我國2000大企業網際網路應用調查結果出爐, http://www.find.org.tw/trend_disp.asp?trend_id=1128。 8.李妙福(2000), 國內企業電子化發展關鍵成功因素之研究, 國立台北大學企業管理研究所未出版之碩士論文。 9.李俊達(2002), 台灣電子交易市集與市集效率之交易成本理論分析, 銘傳大學資訊管理研究所, 碩士論文。 10.李奇謀(2002), 建置XML核心技術之物流產業交易平台, 大葉大學工業工程學系碩士班, 碩士論文。 11.李長春(2002), 不動產仲介市場分析, 文笙書局股份有限公司。 12.林玉凡(2000), E-Marketplace的成功經營關鍵, 資訊與電腦, (239), 27-30。 13.林坤志(2001), 企業電子商務應用模式選擇的影響因素與其效益之研究 以大台北地區房地產業為例, 實踐大學企業管理研究所, 碩士論文。 14.周樹芬譯(2001), Faisal, H. 著(2000), 企業E化的第一本書, 台北:城邦文化事業股份有限公司。 15.柯志昇(2000), 製造業電子化推動手冊e-business 總論篇, 台北:經濟部工業局製造業自動化及電子化小組。 16.食品產業推動小組(民90年10月19日), 食品產業電子市集推動策略報告, World Wide Web: <http://forum.timglobe.com.tw>。 17.紡織產業推動小組(民90年10月19日), 紡織產業電子市集推動策略報告, World Wide Web: <http://forum.timglobe.com.tw>。 18.書軒資訊(2000), 電子商務之無限商機, 台北市:松崗。 19.孫保華(2003), 電子交易市集經營模式與顧客關係之探索性研究, 銘傳大學資訊管理學系碩士在職專班, 碩士論文。 20.眾信聯合管理顧問公司(2000), Deloitte Consulting 剖析電子市集的發展模式與趨勢, 電子化企業:經理人報告, (13), 12-21, 遠擎管理顧問公司。 21.陳律明(2003), 台灣B2B電子交易市集經營模式之探討, 銘傳大學管理科學研究所, 碩士論文。 22.陳詩蘋、彭嘉慧、葉鏗鏘(2001), 漫談電子交易市集, 商業現代化, 頁2-8。 23.陳石進(1989), 計畫可行性分析, 清華管理科學圖書中心。 24.梁定澎(2000), 電子商務:理論與實務, 台北市:華泰。 25.黃炯發(2003), 台灣房屋仲介業之經營策略研究分析, 大葉大學事業經營研究所碩士班, 碩士論文。 26.黃榮鵬(2003), 電子商務對旅行業經營管理影響之研究, 國立中山大學企業管理學系, 博士論文。 27.黃智鈴, 房仲業發展歷史, 台灣不動產

資訊中心, www.realestate.org.tw。 28.曾文龍(1987), 不動產行銷學, 北星圖書事業公司。 29.張義權(1992), 不動產面面觀, 永然文化出版股份有限公司。 30.張金?(1990), 房地產的世界, 台北市:遠流。 31.經濟部iAeB 推動小組(2000), 產業電子化白皮書, 台北:經濟部, 22-24。 32.經濟部商業司(1994), 中華民國連鎖店發展年鑑, 台北:經濟部商業司。 33.經濟部商業司(2000), 89年電子商務案例集, 經濟部商業司。 34.經濟部商業司(1997), 電子商務經營管理指引, 經濟部商業司出版。 35.經濟部技術處委託資策會(2003), 我國網際網路用戶數調查統計, 經濟部技術處委託資策會。 36.經濟部技術處委託資策會(2003), 2002年我國家庭資訊通信技術應用概況之調查研究, 經濟部技術處委託資策會。 37.經濟部(2001), 我國電子商務市場發展現況與趨勢分析, 經濟部。 38.經濟部(2002), 2002電子商務產業年鑑, 經濟部。 39.資訊工業策進會(1997), 網路交易及電子付款之現況與未來趨勢, 資訊工業策進會。 40.資訊產業推動小組(民90年10月19日), 資訊產業電子市集推動策略報告, World Wide Web: <http://forum.timglobe.com.tw>。 41.電子電機產業推動小組(民90年10月19日), 電子電機產業電子市集推動策略報告, World Wide Web: <http://forum.timglobe.com.tw>。 42.網業家科技紡織顧問群(2001), 如何建置成功之電子市集, 工業自動化電子化, (4), 28-30。 43.賓至剛(1999), 網路創業DIY-電子商務的規劃與實踐, 台北市:跨世紀電子商務。 44.鋼鐵產業推動小組(民90年10月19日), 鋼鐵產業電子市集推動策略報告, World Wide Web: <http://forum.timglobe.com.tw>。 45.機械產業推動小組(民90年10月19日), 機械產業電子市集推動策略報告, World Wide Web: <http://forum.timglobe.com.tw>。 46.劉毓民(2000), e-Marketplace, B2B 電子市集, 電子化企業:經理人報告, 遠擎管理顧問公司。 47.劉明雄(2003), 直銷業導入電子商務對其直銷商角色之影響研究--Amway 及Quixtar 之個案研究, 國立台灣大學國際企業學研究所, 碩士論文。 48.劉毓民(2000), 以B2B 電子市集落實完美市場理想, 電子化企業:經理人報告, (13), 4-5, 遠擎管理顧問公司。 49.謝安田(1998), 企業研究方法論(再版), 台北:著者發行。 50.蘇韋西(2002), 我國食品製造業邁向電子市集關鍵因素及有效策略之研究, 私立中國文化大學資訊管理研究所, 碩士論文。 英文部分 1.Bloch, M., Pigneur, Y. & Segev, A. (June 1996), On the Road of Electronic Commerce: A Business Value Framework, Gaining Competitive Advantage and Some Research Issues. Bled, Slovenia. 2.Burdick, D., Bond, B., Miklovic, D., Pond, K. & Eschinger, C. (1999), "C-Commerce: The New Arena for Business Applications", Research Note, Gartner Group. 3.Choi et al., "The Economics of Electronic Commerce", Indianapolis: Macmillan Technical Publications, 1997, pp.18. 4.Cappel, J.J., & Myerscough, M.A., "Using the World Wide Web to Gain a competitive advantage," Information, 1997. 5.Efraim Turban, Jae Lee, David King, H. Michael Chung, 2000, Electronic Commerce: A Managerial Perspective, Prentice Hall International, Inc., New Jersey. 6.Ferreira, F.; Derocher, B. & Prokopets, L.(2000) "Leveraging The e-Business Marketplace" Deloitte Consulting. 7.Goldman Sachs (1999), "B2B:2B or Not 2B?," Goldman Sachs Investment Research, November, pp.1-83. 8.Hoffman, D.L. & Novak, T.P. (1997), "A New Marketing Paradigm for Electronic Commerce," Information Society, Vol.13, pp. 43-54. 9.Hoque Faisal(2000), E-enterprise :business models, architecture, and components. Cambridge ; New York :Cambridge University Press. 10.InternetNews.com Staff (1999, September 17), B2B e-commerce market predicted to hit \$1.5 trillion by 2004 [Online], Available: <http://www.internetnews.com/ec-news/archives>. 11.Kalakota, R. & Whinston, A. B. (1997), Frontiers of Electronic Commerce, Addison-Wesley Pub, Inc. 12.Kalakota, R. & Whinston, A. B. (1996), Frontiers of Electronic Commerce, Addison-Wesley Pub, Inc. 13.Kaplan, S. and Sawhney (May-June, 2000), M., "E-Hubs: The New Marketplaces," Harvard Business Review, Vol. 78, No. 3, pp.97-103. 14.Michael, D. (1998, May 12). Taiwan information marketplace. Paper presented at 資訊科技博覽會, Taipei. 15.Malecki, M. H. III. (1999, August 30). Introduction to e-business. Paper presented at 產業電子化運籌管理研習營, Taipei. 16.Malone, T.W., Yates, J. and Benjamin, R.I. (June, 1987), "Electronic Markets and Electronic Hierarchies" Communications of the ACM, Vol. 30, No. 6, pp.484-497. 17.Palmer, J. W. (1997), "Electronic Commerce in Retailing: Differences Across Retail Formats," Information Society, Vol. 13, pp.75-91. 18.Picot, A., Bortenlanger, C., & Rohrl, H. (1997), "Organization of electronic markets: Contributions from new institutional economics," Information Society, Vol. 13, pp.107-123. 19.Rhodes, E., & Carter, R. (1998), "Electronic Commerce Technologies and Changing Product Distribution," International Journal of Technology Management, Vol.15, pp. 31-48. 20.Weller, T. (Spring, 2000), "B to B E-Commerce: The Rise of E-Marketplace," Legg Mason Equity Research, p.3. 21.Wigand, R. T. (1997), "Electric Commerce: Definition, Theory Context," Information Society, p. 1-16. 22.Yin. R. K.(1994), Case study research-design and methods; Applied social research methods series, 5, London: Sage Pub. 23.Zwass, V. (1996), "Electronic Commerce: Structure and Issues," International Journal of Electronic commerce.