國立臺灣師範大學管理學院

高階經理人企業管理碩士在職專班

碩士學位論文

Executive Master of Business Administration

College of Management

National Taiwan Normal University

Master's Thesis

不動產購買評選決策因素研究：以台北市大安區套房為例

A Study of Evaluation Criteria for Real Estate Buying Decision : Using Studio Purchasing in Da-Ahn District of Taipei City as an Example

學生姓名：陳湘茹

Student: CHEN, Shiang-Ju

指導教授：周世玉 博士

Advisor: CHOU, Shih-Yu, Ph.D.

中華民國 110 年 06 月

June, 2021

謝辭

在周世玉教授的悉心指導之下，我完成了論文。周教授淵博的專業知識，嚴謹的治學態度，教學時平易近人的態度，展現了為人師表的高尚師德。在撰寫論文的期間，耐心地指導給予我意見。口試期間，承蒙口試委員杜蕙生教授和蔡明志教授之細心指正，並給予不同觀點的寶貴建議，在此，謹向周教授、杜教授、蔡教授表示崇高的敬意和衷心的感謝。

也謝謝宏國德霖科技大學不動產經營系凌烽生主任和系上老師:台北市租賃公會副理事長蘇金城先生、世新大學法律系副教授林清汶先生、土木技師張顯宗先生、會技師及不動產估價師林秀戀女士、兆豐金控襄理吳明哲先生、土木結構技師鄭根福先生等專家學者，因為您的專業性回饋於問卷的填答，使得本論文觀點增加豐富性、專業度使其能趨於完善。感恩之情難以用言語量度，在此謹向各位老師致上最高的敬意，感謝您們。

最後，感謝我的家人，在這求學及撰寫論文期間讓我心無旁騖，也謝謝老闆的寬大包容，工作夥伴們的協助支持，讓我無後顧之憂地兼顧工作和學習，並能順利學習與完成學業。求學這段期間，適逢疫情，論文考試也在疫情高峰期間渡過，謝謝 108 級第四組學長姐們相互的打氣鼓勵，也謝謝一起攜手努力完成因疫情第一波使用視訊口試的周家軍學長姐們，謝謝大家。

陳湘茹 謹誌于

國立臺灣師範大學管理學院

2021 年 5 月

中文摘要

2019 年底新型冠狀病毒病(COVID-19)在全球蔓延開來,台灣因超前佈署,全民防疫有成,在全球疫情紓困低利率、台商回流、外資湧進股市的情況之下，預售屋開始新一波飆漲，中南部房價更創新高。台灣人口大多集中在六大都會區，都會區的生活機能和公共資源較多，就業機會也比較多，在比例上，都市居住需求宅數遠大於鄉村。根據內政部不動產資訊平台的統計，六都「單人宅」(一人一宅)宅數有逐年上升的趨勢，這和台灣逐漸高齡化、少子化的社會趨勢息息相關。本研究建構台北市大安區套房購買評選決策模式，由三類型購屋動機者方向出發，藉由四項主因素及十四項次因素評選、決策，並利用 AHP 方法將四項主因素準則及十四項次因素準則權重求出，並加以分析比較。

關鍵字:房地產、套房、購屋決策評選模式、層級分析法

English Abstract

At the end of 2019, the new coronavirus disease (COVID-19) spread across the world. Due to the advanced deployment of Taiwan, the nation's epidemic prevention has been successful. Under the conditions of global epidemic relief, low interest rates, the return of Taiwanese businessmen, and the influx of foreign capital into the stock market, it is expected The sale of homes has begun a new wave of soaring, and housing prices in the central and southern regions have reached new highs. The population of Taiwan is mostly concentrated in the six metropolitan areas. Metropolitan areas have more living functions and public resources, and there are also more job opportunities. In proportion, the number of housing needs for urban dwellings is far greater than that of rural areas. According to statistics from the real estate information platform of the Ministry of the Interior, the number of "single-person houses" (one-person, one-house) in Liudu has been increasing year by year, which is closely related to Taiwan's gradual aging and declining birthrate. This study constructs a decision-making model for house purchase selection in Daan District, Taipei City. It starts from the direction of three types of house purchase motives. It uses four main factors and fourteen sub-factors for selection and decision-making. The weights of the four sub-factor criteria are calculated and analyzed and compared.

Keywords: Real Estate, Suites, Home Buying Evaluation Model, AHP

目次

第一章 緒論 1

第一節 研究背景及動機 1

第二節 研究目的 2

第三節 論文結構及研究流程 2

第二章 文獻探討 5

第一節 台北市房地產產業發展與現況 5

第二節 台北市大安區區域介紹 10

第三節 套房選購動機及評選決策因素 12

第四節 AHP 層級分析法 16

第三章 研究方法 18

第一節 AHP 層級分析法流程 18

第二節 套房選購評選決策因素層級架構 23

第三節 研究對象 26

第四節 問卷設計 27

第四章 資料分析 30

第一節 問卷填答基本資料分佈 30

第二節 AHP 分析法結果 31

第三節 不同購買動機之評選準則分析結果比較 38

第五章 結論與建議 47

第一節 研究結論 47

第二節 研究貢獻 48

第三節 未來研究建議 49

參考文獻 50

附錄一：台北市大安區套房購買評選模式基本條件準則相對權重問卷調查表. 55

表次

表 2-1 六都單人宅 11 年來增幅 10

表 3- 1 AHP 評估尺度意義及說明 19

表 3-2 隨機性指標 22

表 3-3 研究對象 26

表 3-4 台北市大安區不動產套房購買評選模式基本條件之層級分析準則表 27

表 3-5 台北市大安區不動產套房購買評選基本條件，主準則：品牌因素 29

表 4-1 填答者背景資料分佈情形 30

表 4-2 台北市大安區套房購買決策 AHP 一致性指標分析彙總 32

表 4-3 基本條件主準則之第一層因素權重分析 34

表 4-4 基本條件次準則之品牌因素權重分析 35

表 4-5 基本條件之次準則-產品因素準則權重分析 36

表 4-6 基本條件之次準則-周邊因素準則權重分析 37

表 4-7 基本條件次準則-價格因素準則權重分析 38

表 4-8 台北市大安區套房購買決策之主準則與次準則 AHP 權重分析彙總 40

表 4-9 台北市大安區套房購買決策之主準則 AHP 權重分析彙總 42

表 4-10 台北市大安區套房-投資購買動機者購買決策之次準則 AHP 權重分析彙總 43

表 4-11 北市大安區套房-自住購買動機者購買決策之次準則 AHP 權重分析彙總 44
表 4-12 台北市大安區套房-贈與購買動機者購買決策之次準則 AHP 權重分析彙總 45

圖次

圖 1-1 研究流程圖 4

圖 3-1 分析層級程序法流程圖 20

圖 3-2 本研究 AHP 決策因素層級架構圖 25

第一章　緒論

第一節說明研究背景與動機，第二節提出研究目的與問題確立研究方向，第三節建立本研究之研究架構和研究流程圖。

第一節　研究背景及動機

2019 年底以來全球受新型冠狀病毒病(COVID-19)影響，金融市場都大幅震盪，在全球 QE 降息與國內超前佈署、全民防疫致疫情管控得當下，外資湧進、台商熱錢回流，使得台灣房市 2020 年下半年交易大增，也包括土地市場交易活絡、新建建案建照申請、開工數量創近年新高、不動產買賣移轉棟數更創下 7 年新高等等，反應出房地產市場需求在短期內大增，市場甚至出現了不理性的手法炒作行為，使得主要都會區的房價連帶上漲，除了雙北市以外普遍都創下新高，這也迫使政府出手降溫。

房地產和其他財貨投資項目最大不同之處，是它兼具了消費與投資的雙重特性。台灣地小人稠，工作機會大多集中於都會區，再加上近年來，少子化、高齡化的社會趨勢，在都會區買房，常是人生考量、夢想目標之一。隨著時代進步，網路的普及化，我們常看到許多人譴責不動產不該成為投資工具，房子應該是只為了供人居住存在，而有一些負面的聲音。但事實上你會發現，我們身邊也確實存在著這些人，房地產市場上漲，他們喊買不起，喊著要居住正義，房地產市場低迷，這些人總認為房價還會再降，也沒進場，就這樣循環、循環到最後，仍舊沒買。但是早些年進場買房子的人，房產早已經增值，而沒買的那些人，仍在租房子，仍在等待有一天房價會下降。

在台灣這個社會、和華人的世界裡，對於房地產「有土斯有財」的觀念早已根深蒂固，大部分人將房地產認知為置產、理財工具之一，而在房地產市場上，永遠都有著首購、換屋、投資的需求，這是一個正常且正向的經濟循環，當然也會有起有落。所以富者恆富，在富人的投資槓桿操作比例裡，一定有著房屋和土地的位置，而且通常會越買越多。試想；房東拿了你付的租金繳房貸，銀行拿了你的存款放房貸，現在薪資和收入越來越難調漲，但是通膨

之下基本開銷年年都在漲，於是就變成了；你辛辛苦苦存下的錢，被銀行拿出去放給富人買房或投資，你的收入大部分雙手奉上給房東去養房子，你租的房子，卻年年增值，你的薪資和收入，追不上房地產增值的速度，就這樣落入 M 型化社會的矛盾裡。

以自住來說，買房不會賠，打房也不會打到你，因為你就單純是自用。以投資置產來說，現在的稅率、法規已不適合短期炒作，宜持有出租、使用、收益，等於是用長期置產的眼光去看待。但是每間房子各有優缺點，每個人在每個人生階段的購屋需求也不同，許多人買房一輩子可能就一次，要如何選擇一個適合自己的房子，買到自己理想的家，是一門課題。

蒐集、參閱國內學者研究文獻，大多以都會區做研究，這符合台灣目前市場現況，但想找一個符合明星學區需求，生活機能便利，交通方便的地區，入手門檻較高，且房型多元。於是本研究將區域縮小，設定在台北市大安區，並以總價相對較低的套房作為研究標的，就研究者所知，這也是目前極為缺乏研究的單一區域。

第二節　研究目的

台灣近年來人口逐漸進入負成長模式，再加上幾波的打房政策和市場投資客的操作，房市雖趨價穩量縮，但是已漲上來的房價卻也無法再跌回去，所以在選購房地產的時候，仍需深思熟慮，多方條件參酌比較。本論文研究目的是為了建立一個不動產評選模式，讓消費者在選購房屋時，能有客觀且有研究依據的評選決策模式。

本研究目的如下：

一、瞭解國內台北市房地產產業概況及套房選購動機及評選決策因素。

二、建立台北市房地產套房評選因素決策模式準則。

三、利用 AHP 求出評選因素決策條件下各準則及次準則之權重。

四、可供房地產建商推案參考及房地產從業之代銷人員和不動產經紀業仲介人員介紹、帶看時參考，能更貼切客戶需求，而非盲目帶看，消耗彼此時間。

第三節　論文結構及研究流程

本研究實施探討包括七個步驟，即確立研究主題、蒐集文獻、設計研究、實施進行問卷填答、資料彙整與分析、分析結果、結論與建議。依此步驟，本研究將全文分為五個章節，各章節主題架構，如下：

第一章：主要說明研究背景及動機、研究目的、研究流程和論文架構。

第二章：蒐集與參閱國內外有關房地產決策、發展之文獻探討，了解國內房地產產業現況、找出適當的套房購屋動機及評選決策因素、及 AHP 層級分析方法介紹。

第三章：說明研究方法，及為台北市大安區為研究區域、不動產套房評選決策因素模式建立、及層級分析法之問卷設計。

第四章：資料分析，內容包含套房評選決策因素訂定過程、AHP 權重研究分析。

第五章：提出結論及未來建議，彙總 AHP 分析結論、研究貢獻及未來研究之方向。

具體研究架構流程如下所示：

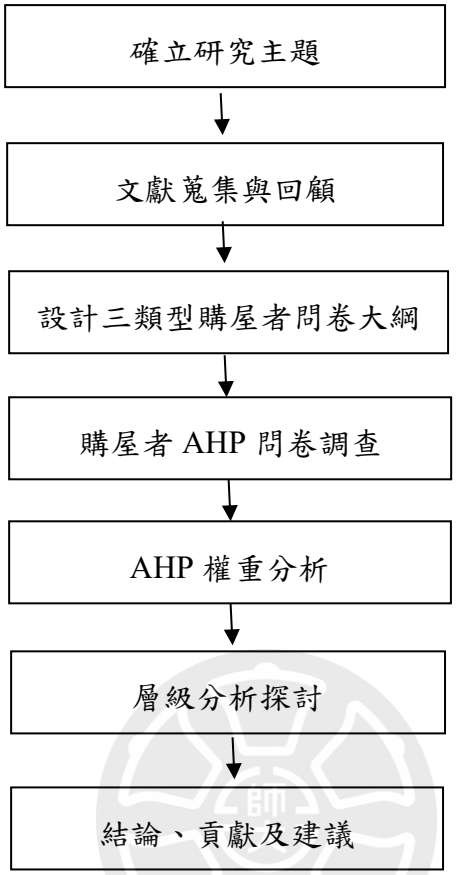


圖 1-1 研究流程圖

第二章　文獻探討

蒐集國內外文獻，詳細閱讀加以分析，進行資料彙整蒐集。第一節為台北市房地產產業現況；第二節套房選購動機及評選決策因素；第三節為台北市大安區區域介紹，第四節為 AHP 層級程序分析法。

第一節　台北市房地產產業發展與現況

2019 年底以來新型冠狀病毒病(COVID-19)延燒全球，金融市場包括期貨、債市、股市、原油市場都出現了大幅震盪，在全球 QE 降息與國內超前佈署、全民防疫致疫情管控得當下，外資湧進、台商熱錢回流，使得台灣房市 2020 年下半年交易大增，也包括土地市場交易活絡、新建建案建照申請、開工數量皆創近年新高、不動產買賣移轉棟數更創下 7 年新高等等，反應出房地產市場需求量在短期之內大增，甚至出現了炒作手段和方法，使得主要都會區的房價表現持續上漲，除了雙北市以外普遍都續創新高，這也迫使政府出手降溫。

有土斯有財這觀念，在台灣人心中根深蒂固，而房地產和他財貨投資項目最大不同之處，是它兼具了消費與投資的雙重特性，早期購入房地產的人，歷經市場幾次循環，從中獲利的大有人在。台灣房地產迄今，經過多次漲跌循環，皆有它的背景因素，整理如下:

一、第一次循環:1968 年春季~1975 年夏季

1968 年，各項建設突飛猛進，政府推行九年國教，台灣從農業社會轉型工業社會，國民所得增加，台灣列四小龍之一，是亞洲最安定、富足的地區，也是亞洲反共的堡壘。北部就業人口增加，南部人口外移，不同於以往三代同堂的居住方式，年輕人工作需自立門戶，於是新屋需求增加。台北市率先蓋起高樓大廈以符合居住人口需求，在當時供不應求的交易市場中，也推動了預售屋的銷售方式，由於收入的增加，當時消費者傾向於台北的新大樓和中南部的全新透天厝，於是中古房屋市場蕭條，預售屋市場交易熱絡。

1973 年，爆發中東戰爭，油價因石油禁運應聲上漲，台灣的房地產市場也因後續引發的通貨膨脹而造成房價的飆漲，直到 1973 年年底，政府眼看房地市場價格飆漲紊亂，通膨一發將不可收拾，於是下令禁建四樓以上的華廈並且緊縮融資，暫時平緩了當時房地產市場。1975

年 4 月，蔣中正逝世，房地產因社會的哀戚氛圍，進入反轉期最低點，房價下跌大約三成。

二、第二次循環:1975 年秋季~1982 年夏季

蔣故總統經國先生上任後，當時推動十大建設，台灣正式邁向開發中的國家。政府放寬建築融資，鼓勵民間，這時房地產市場又開始上漲。1980 年中東戰爭再度爆發，油價再次飆漲，通貨膨脹的速度之快導致房價也快速上漲，幾乎人人瘋狂搶購房市。於是 1980 年底，政府下令緊縮貸款銀根、持有兩戶以上房屋者必須追查民眾之資金來源、空地限時興建房屋否則課處重稅等劇烈打房手段，立刻造成土地的價格下跌，房屋交易市場也因政府追查持有者之資金來源及逃漏稅的雙重之政策下，出現恐慌性的出售潮。房價因此在 1981 年的春天開始下跌，到 1982 年夏天至市場落底。

這個循環和第一次循環相同，房價下挫約三成，當時坊間有著房地產的循環理論:「三年一小漲、七年一大漲」。

三、第三次循環:1982 年秋季~1990 年冬季

1982 年秋季，整體市場經濟趨緩，房地產價格快速下滑，，於是政府推出政策開始放寬建築融資，激勵買氣。此一時期，台灣及澎湖地區解除戒嚴，並開放大陸探親，蔣經國逝世，由副總統李登輝繼任為總統，台灣出口經濟開始繁榮蓬勃發展。大量產業就業人口集中都會區，但房地產市場因都會區建地有限，導致都會區交易市場呈現供不應求狀況。同時期，適逢市場換屋潮出現，中古屋市場需求逐漸超越不動產預售屋的市場。此時台灣經濟的成長帶來了國民年所得年年大幅提升，股市也從 2000 點開始上漲，民間游離資金持續增加、再起通膨，房價也開始漸漸高漲。當時社會地下金融氾濫，違法的民間吸金放款利率居然年利率高達 30%以上，氾濫的資金流動造成潛在經濟泡沫的危機。

政府雖不斷將放款基準利率提升，卻仍無法吸收過多的游離資金，當時，銀行放款的房屋貸款利率高達了 13%。在股市上萬點、房地市場價格飆漲、地下、民間金融氾濫的社會亂象之下，行政院長郝柏村上任後，立刻下令掃盪、整頓地下金融亂象。

1989 年 2 月到 3 月，政府分別以降低存款準備率和重貼現率，並緊縮貸款等金融措施等政策來打壓這過熱的房價，房價進入反轉，加上 1990 年鴻源案倒閉，新台幣 900 餘億元的負債和 16 多萬的債權人，動盪了當時台灣金融體系，股價也在 8 個月之內大盤崩跌一萬多點。

這一段的循環高峰期不同於前兩次房市循環的高峰期，因為過度氾濫的資金，讓房價上升行情長達三年，而房價跌幅如同前二次循環一樣跌幅度近三成。

這三次的循環之中，房價跌幅大多不會超過三成。探究其原因主要是，一般民眾買房，房屋貸款大多申請房價的六成至七成的額度，只要房地產市場房價跌幅達到兩成幅度以上，銀行就會有因逾放比上升的危機，而政府不會眼見銀行出現倒閉的風險，所以在房地產市場遇有房價開始下跌近三成時，就會研擬政策來拯救房地產市場。

四、第四次循環:1991 年春季~2001 年冬季(市場震盪後十年市場盤整)

這一次不同於以往，房地產一直沒有明顯大幅的漲幅，坊間「房地產七年一大漲」的說法被打破。一方面主要是當時台灣已成長趨緩、經濟穩定，邁向已開發中的國家。政府當時政策移轉向發展資訊產業，並未提出太多房地產利多政策，加上前一循環房地市場熱度導致房價上漲漲幅過大，所以在這後續的循環期間，房價都在漲跌平緩上下盤整微幅的階段，讓這持續發燒 20 年的房地產盤整了 10 年。

1992 年修憲民選正副總統，台灣走向民主憲政，房地產因而稍有起色，1995 年開始略有回溫，但是 1996 年時李登輝總統的「兩國論」引發中國對台灣海面試射了飛彈，爆發台海飛彈危機，造成民心恐慌，再加上 1997 年爆發亞洲金融風暴，雖然台灣政府成功化解，但是銀行逾放比的增加，也是市場另一顆未爆發的隱憂，再加上 1999 年 921 大地震後的民心動盪，市場一直未見好轉，這也是延長這一段循環房地產盤整期的主因。

五、第五次循環 2002 年春季~2013 年

2000 年，首次政黨輪替，民進黨民選總統陳水扁執政，房地場市場因面臨重大利空消息市場冷淡，但因市場已盤整多時，因此房價要下跌不容易。政府為刺激房市提出積極政策，包括首購優惠貸款利率的補貼，採取土地增值稅減半措施，以期提升市場購屋意願，以避免因銀行倒閉引起的連鎖效應。在政策的效應下，房地產自 2002 年春季開始回溫，也因為土地增值稅減半的優惠政策，使得稅收增加，不但處理了銀行逾放比過高的金融危機，同時也解救了房市。

2003 年夏天，SARS 風暴襲虐全球，台灣爆發嚴重疫情 84 人死亡，連續兩季台灣面臨經濟蕭條、房地產市冷淡，但只有短短半年。同年 7 月，世界衛生組織將台灣從 SARS 疫區中

除名，房市開始一路上漲長達 5 年。直到 2008 年，美國爆發次級房貸風暴，引發華爾街金融海嘯，導致全球金融風暴，加上汶川大地震及中國毒奶粉風波，台灣股市下跌，經濟轉壞，此時馬政府宣布調降證交稅減半及遺產稅由 50%大幅降低至 10%，並修訂了「陸資來台購置不動產辦法」和啟動了 ECFA 談判，期望藉政策吸引大量資金回流。在政策的催化下，預期利多的心理因素，帶動了 2009 年~2010 年的房市，豪宅價格不斷創新高價，商辦房地產市場更是交易熱絡。

2011 年，眼見市場資金過剩，房價不斷攀升，引發民怨，政府在 3 月祭出課徵房地產奢侈稅，台北市更祭出了豪宅稅，但是大台北地區房價從後半年，演變成交易市場價格平穩交易量縮減的局面，台北市雖有豪宅稅的條例規範，房價卻仍在一年內上漲了 9.5%。2012 年，央行更限制了豪宅貸款成數，特定區域範圍以台北市房屋總價 7 千萬元以上、新北市房屋總價 6 千萬元以上、其他地區房屋總價 4 千萬元以上的高價住宅貸款成數限制，並限縮建商土建融。政府也推行了實價登錄、揭露不動產交易資訊，多重政策之下，成功的壓抑住了當時購屋貸款、建築土建融貸款的高成長，房屋交易移轉棟數逐漸下降，但這樣也僅是能讓房價由高成長的幅度趨緩轉為平緩成長。

六、2014 年迄今

2014 年，是國內相關單位積極推動的打房年，央行實施第四波的選擇性信用管制，擴大房貸管制限貸地區，並限制購買第 3 戶以上，貸款成數不能超過 5 成，台北市更開徵屯房稅，自用住宅限 3 戶房屋稅率 1.2%，非自用稅率最高調至 3.6%，在這些政策之下，有效的讓全台灣平均房屋交易價格最高的台北市在 2010-2015 年間交易、移轉的棟數大幅下滑，新北市也漸成形下滑趨勢。

2016 年，央行解除信用管制，降息，新法房地合一稅推行，房屋買賣的移轉幢數創下歷史新低為 24.5 萬棟，房價往下修正，至 2018 年，奢侈稅落日結束後，全台房價止跌平穩。

2019 年底新型冠狀病毒病(COVID-19)在全球蔓延開來，台灣因超前佈署，全民防疫有成，在全球疫情紓困低利率、台商回流、外資湧進股市的情況之下，預售屋開始飆漲，中南部房價更創新高。政府在 2020 年底，由央行出手，祭出四大房屋貸款限制，包括:公司法人購買住宅貸款成數限制為第一戶 6 成，第 2 戶 5 成，且均無寬限期，限制自然人購屋第 3 戶

（含）以上貸款成數最高 6 成，也無寬限期，還有都市計畫之住宅區及商業區土地購買貸款放款成數限制最高 6.5 成，其中一成須待開工後才能撥款，建築業者之餘屋貸款限制最高為 5 成。

而在 2021 年 3 月再修正公司法人購置住宅貸款成數皆為 4 成，且無寬限期，自然人購屋第 3 戶，貸款成數最高 5.5 成，第 4 戶以上 5 成，且皆無寬限期。購置高價住宅的部分，台北市買賣總價金額七千萬以上，新北市買賣總價六千萬以上，其他地區買賣總價四千萬以上總價之貸款放款成數，名下無貸款或是已有 2 戶以下之貸款者，貸款成數最高 5.5 成，名下有 3 戶以上者貸款最高成數 4 成，也皆無寬限期。工業區閒置土地貸款抵押放款成數最高 5.5 成。同時，修正了房地合一稅率，個人持有不動產 1~2 年間出售者，稅率由原本 35%調升為 45%，持有 2~5 年之間出售者，由原本 20%調升 35%，法人持有住宅出售的部分，由原本併入營所稅最高 20%的稅率調整和自然人出售新制稅率相同，等於將短期持有的定義為 5 年內，並在 3 月底初審，4 月份三讀通過，預計 7/1 上路，並將預售屋的交易納入。

依據內政部不動產資訊平台的統計,2020 年第三季在六都共有 131.7 萬戶單人宅，有逐年增加的趨勢，與 2009 年第一季開始統計時的 74.8 萬宅相較，11 年來成長了 75.9%(見表 2-1)。據房地產業者表示，單人宅宅數量增原因分析如下:

1.台灣人傳統土斯有財觀念，擁有不動產既可自住兼具投資，使單身者提升意願置產購屋。

2.因新冠肺炎疫情，政府推出首購低利率貸款補助，租不如買，可有效抵抗通膨，又因政府政策預期打房心理，故吸引買方進場購屋。

3.因應政策、評估不動產節稅需求，家人可以分別置產、設籍。

4.企業回流投資地方設廠，帶動該地區就業機會，使得在工作地置產購屋的就業人口增加。

5.少子化、高齡化社會趨勢，家庭人口結構改變，住宅需求改變。

6.國人注重子女教育，對明星學區需求高。

表 2-1 六都單人宅 11 年來增幅

都會區	98Q1(宅數)	109Q3(宅數)	11 年增減幅度
台北市	165,585	233,584	41.1%
新北市	265,048	396,774	49.7%
桃園市	106,275	181,661	70.9%
台中市	65,646	186,376	183.9%
台南市	43,361	138,107	218.5%
高雄市	103,060	180,881	75.5%
六都總計	748,975	1,317,383	75.9%

資料來源:內政部不動產資訊平台　　本研究整理製表

根據金融聯合徵信中心房貸資料，2020 年前三季，年收入 400 萬以上民眾在台北市貸款買房共有 972 件，件數破百的有三個行政區，居冠為大安區的 177 件。大安區區內仁愛路、敦化南路林蔭大道和大安森林公園周邊，一直是多人首選置產區，房價和買賣件數長期穩居第一。再加上區內明星學校多和大型醫療院所離捷運進、交通四方八達便利性足，也是家長們置產設籍給子女們就學的首選地區。

第二節　台北市大安區區域介紹

據維基百科介紹，臺北市，通稱臺北（俗字寫作台北），為中華民國首都暨直轄市。是臺灣的經濟、學術研究、教育、文化、政治、商業等領域之發展中心。市內包括 12 個行政區，面積共計 271.7997 平方公里，人口密度為全國第一，2021 年 2 月底為止，臺北市各行政區人口數明細如下:

(1)行政區總人口數 30 萬以上:大安區

(2)行政區總人口數 25~30 萬:士林區、文山區、內湖區。

(3)行政區總人口數 20~25 萬:中山區、北投區、信義區。

(4)行政區總人口數 15~20 萬:中正區、萬華區、松山區

(5)行政區總人口數 10~15 萬:南港區、大同區

台北市為台灣的金融、經濟中心，國內外許多企業總部以及金融機構和部分亞洲區總部皆位於台北市。市內的產業結構主要以服務業為主、工業為輔，農林漁牧業所占比例極小。而近 8 年來服務業在台北市的就業人口比例更有成長的趨勢。台北市平均的房屋交易價格居全台之冠，依據內政部不動產資訊平台住宅價格指數 2020 年第 4 季的最新報告，全國住宅價格指數為 108.17，創歷史新高，和上季相比上升了 1.2%，台北市住宅價格指數來到 103.65，比上季多了 1.32%，依據內政部 2021 年 3 月公布的最新房價負擔能力指標-房價所得比，全國為 9.2 倍，台北市為 15.78 倍。

根據勞動部勞動統計查詢，截至 2020 年下半年，台北市民間人口 15 歲以上之人數約有 226.6 萬人，勞動力有 132.3 萬人，就業者有 127.2 萬人，失業者 5 萬 1 千人，非勞動力 94 萬 3 千人；勞動力參與率 58.4%，失業率 3.9%，還有許多戶籍不在臺北市的外地就業人口，通勤至臺北市區上班。

二、大安區

大安區，地處台北市中部偏南，區內人口數約為 30.3 萬人，是台北市內唯一一個人口數超過於 30 萬人的行政區，密度約為 2.68 萬人/平方公里，是市內人口數最多、密度最高的行政區。佔全國鄉鎮市區人口數第 10 多，人口密度則是全國行政區第 3 高。

大安區面積為台北市的行政區第七大，有 11.3614 平方公里，鄰里數為台北市最多，共有 53 個里、1026 鄰。東以基隆路、光復南路、和平東路三段與信義區為界，南以蟾蜍山和文山區為界，西以羅斯福路、杭州南路、信義路二段、新生南路與中正區為界，北以市民大道與松山區、中山區為界。

區內南側有公館、師大商圈，北側沿忠孝東路為東區商圈；區內商圈多樣化且多所明星學校文教氣息濃厚。仁愛路、敦化南路及辛亥路部份的路段是台北市的林蔭大道，大安森林公園面積廣達 25.9293 公頃，有著台北市之肺的稱號，因此大安區是台北市傳統的優質住宅區之一。

區內有板南線、中和新蘆線、松山新店線、淡水信義線、文湖線等 5 條捷運路線匯集、

及市民大道、建國高架道路連接福爾摩沙高速公路、中山高速公路，交通便捷。

區內政府民間機構有中央健康保險局、科技部、經濟部智慧財產局等多間民間機構，醫療機構有財團法人國泰綜合醫院等大型醫療機構。教育的部分有:國立臺灣大學等 9 所大學，國立臺灣師範大學附屬高級中學等 9 所高級中學，國立臺灣師範大學附屬高級中學國中部等 12 所國民中學。國立臺北教育大學附設實驗國民小學、臺北市大安區大安國民小學等 15 所小學，國立臺北教育大學附設實驗國民小學附設幼兒園等 12 所幼兒園。區內還有 9 所圖書館，古蹟有芳蘭大厝，義芳居古厝等 14 處古蹟，宗教部有有台北火聖廟，下內埔福安宮等 7 處。

第三節　套房選購動機及評選決策因素

在國人的觀念裡，不動產象徵著一個穩定和財富，而買房子在人們觀念中，是人生一件大事。隨著時代的進步，房屋對於人們來說，不僅僅只是遮風避雨的需求，每個年齡層、家庭人口數、子女就學區域、外出工作居住都各有不同的居住需求，所以在各需求面上面臨的決策因素也會不相同。

一、套房選購動機

沈庭增(2007)根據歷史資料指出，早在民國六十年初期，台灣房地產因機制的變動，小套房的產品就已出現在台北市。隨著台北市的經濟發展而在其住宅屬性與空間大小及所在的地理位置上逐漸變化，在房地產史上出現有過三波小套房的高度發展期，至今唯一沒變的是產品展現高彈性使用度和業者對其塑造強烈的投資特性。

在研究中發現小套房原本僅適合都會中之流動的工作者或單身人口居住的需求，在住宅實體有著空間限制，然而在進入房地產市場銷售機制後卻被銷售者塑造成具高度可投資有交換價值的工具之一；甚而，若生產者在預售市場推案若不如預期，便會變更設計，藉由小套房的產品讓原本銷售不佳的預售案重新洗牌，並藉其「高單價」低總價的特性來拉高並突破周圍房價，順勢造成「房地產必漲」的神話；其二，消費者（研究中發現大多數主要為投資客）藉由出租收益或轉賣房子來賺取差價的手段，讓部分房地產投資客甚至喜愛這投機意味

濃厚的小套房產品交易。

林忠樑.林佳慧(2014)研究中認為，現代父母對於教育重視的程度從子女們進入學齡階段開始後便持續的增加。很多父母買下可設籍學區之套房，甚至買下高總價房屋只為孩子能設籍學習，進而推動「熱門」學區的不動產交易市場熱絡，房價因此居高不下。若以投資的角度來看，因為有可進入熱門學區就讀的基本門票，該房地產有保值且抗跌的優勢，所以位於「熱門」 學區內的房屋，必然成為許多投資客追逐的投資標的。因此，不論是學區的選擇或是投資報酬的出發點來看，「熱門」學區裡的房地產是市場上炙手可熱的產品。

李清文(2014)台灣人口出生率已有逐年下降的趨勢，已列入全球生育率最低的國家之一。年輕人購屋的考量大多主要以經濟因素、家庭因素、環境因素、交通因素為主。以家庭因素來說，年輕族群大多只願生 1~2 個小孩，在經濟因素層面，房屋交易的總價是決策過程中重要的考慮因素，故在房屋的選擇上，會考量房屋坪數、隔間數。環境的部分，如果經濟許可，年輕人大多還是選擇在台北市地區購屋，也因為少子化，也較注重子女的教育部分，也因為孩子，會同時考慮住宅周遭是否有公園綠地和環境衛生的品質問題。交通的部分，年輕族群會認為交通方便性很重要，距大眾運輸站的遠近也是考量的重點。

李鴻英(2017)隨著觀念的改變和社會的變遷，多數人的晚婚和不婚、不生，醫療科技的進步延長了平均餘命，少子化、高齡化、單身化使得家戶人口減少，購屋需求面積小宅化。高齡者對於區位環境首重醫療，而無論單人化、少子化、高齡化，對於交通便利、生活機能、購物娛樂等項目，皆十分重視。可見對於購屋區位的選擇，其需求都是在都市成熟的區域，具有交通、生活機能成熟便利的條件。

二、購屋評選決策因素

房屋屬於異質性財貨，會影響房地產交易市場價格的原因很多，包括房屋住宅本身質性(房屋面積，屋齡等)，附近環境，及居住人口結構等。由於房屋具較高之異質性；不同於一般財貨，所以人們作購屋決策時，往往會考慮到房屋之多方面向。Rosen (1974) 提出特徵價格理論，並且建立異質性商品的特徵價格函數。

張春龍(2000）在研究指出，住宅是滿足居住者居住需求的商品，透過選擇行為來符合居

住者效用需求，形成機會成本的問題，往往在洽詢房仲業者之後，就其提供之服務，出現了對買賣雙方結為費時費力的往來待訪。在台南市民住宅選擇影響之評選因素模型研究中實證，民眾購屋最重視一般來說是嫌惡設施，然後七大類依序是交通運輸、公共設施、經濟因素、自然條件、房屋屬性和土地使用管制等。

林月萍（2003），如何將消費者需求落實在住宅產品的規劃，可以讓消費者避免資訊不足或誤判，可以在購買房屋時得到是當符合需求的建議和選擇參考。在研究實證中指出，消費者在購屋時期望的偏好為:土地使用管制、環境屬性、消費者需求、交通運輸與嫌惡設施這五項構面。

賴慧蓉(2007)消費者消費行為的改變，在購屋時考量多重主觀和客觀因素，需要加以整合考量，可以讓眾在購屋時有明確的引導方向，在購屋決策模式之建立評估之要素-以台中市透天別墅為例研究中證明，在影響消費者購屋決策模式的四大要素中以生活環境為權重因素中最重要，其次則依序為建商信譽、價格、住宅產品屬性，而在影響購屋者購屋的決策評估準則之中，居住環境、生活便利性、實際成交價格、品質保證、信譽口碑則是消費者在評估準則中最重視的前五項，而功能屬性、風格外觀、付款條件這三項準則則是較不重視。

賀振宇（2009），消費者對於住宅的要求，從早期的基本的能遮風避雨已進階考量到住宅本身條件和住宅外部的環境品質，而居家安全、生活便利性和休閒運動的部分也逐漸被重視，而購屋金額為數不小，所以購屋者在決策時所必須考量因素繁多，不同的購屋者有不同的購屋需求，必須高度涉入，是一個複雜的決策過程。在高雄市的中產階級自用住宅屬性需求研究中指出，中產階級購買住宅需求主要屬性偏好有住宅本身條件以及交通設施、公共設施、嫌惡設施、整體經濟因素及政府政策等因素。

張明花(2010)消費者在消費行為過程中，各需求面皆有不同動機及變項，影響購屋者購買因素包含心理因素、社會文化因素和個人因素，而消費者的決策行為包含購買行為類型參與購買的角色、及購買決策過程。購屋者會以熟悉區域及交通便捷為主要條件，大多以品牌為主進行看屋，受長輩資助者會受其風水觀點及風俗習慣影響。

周賢源(2012)有關家庭或個人購買房屋，長期以來一直視研究的課題，通常都包含甚為複雜的決策過程，有時甚至連購屋者對於自己本身需求都不是很明確。在購屋決策考量因素-以

台北市與新北市為例研究中實證，購屋決策考量因素可歸納為六大構面: 建商信譽、總體環境、住宅性質、房屋價格、嫌惡設施、家人意見。而對住宅性質有直接影響的因素則有總體環境、建商信譽、嫌惡設施、家人意見，會影響房屋價格的因素則有總體環境、建商信譽、住宅性質、嫌惡設施這些因素。不同的性別，對於各因素重視程度也有著顯著的差異。而不同教育程度對於住宅的性質和嫌惡設施的重視程度也有差異，高學歷者較重視住宅性質和嫌惡設施。使用交通工具不同，在總體環境重視度最高。而金融銀行保險信託服務業及專業技術師內勤自由業從業人員最重視嫌惡設施的有無。

陳素月、藍宜亭、黃俊英、張景盛(2013)，指出購屋者對於房屋要求以不同於以往，自從 921 大地震和多次的風災、天災之後，民眾購屋從居住品質和生活便利，進而注重房屋安全性。對住宅的需求，已不僅是考量空間大小，更考量住宅環境品質，還有將來投資置產發展的機會，所以在選購的過程中，增加了購屋決策的複雜性及不確定性。

王翠瑛(2013)大台北地區購屋族群購屋的動機可分為住家地點、住家基本環境、景氣與未來發展、消費者偏好、住宅及所提供設施品質、現實限制、住屋品質、家人及親友等因素。而在考量購買時的順序則為環境品質、坪數格局、工作便利性、價格、未來發展性與商業潛力等。而大台北地區購屋主力多以女性為主，家庭人口數 3 人最多，主要購屋動機為換屋。訊息來源、考量因素、購屋預算皆為影響購屋的因素，而考量因素以建商信譽、地點環境、交通便利、格局規劃、增值潛力、建材設備、完善公設、合理價位等為考量的因素。

王進祥、盧新海(2014)消費者購屋往往因資訊的不確定而漫無目的地尋找，如果能藉由量化分析的指標來輔助，可以幫助購屋者依照本身的購屋需求尋找適合的房屋。在影響消費者購屋因素之研究中實證，購屋影響決策模式的要素中，以住家安全因素權重最重，其次是休閒規劃因素，而文教就學因素權重最輕；在消費者購屋影響決策的考量要素中，捷運站、中小學學區、電影院、購屋中心、縣市消防局分別為消費者最重視的考量因素前五項。可藉由研究中所建立的房地產購屋需求因素了解購屋者在住宅的選購所注重的因素和相對的重要性。

郭晉豪(2017)近年來高雄房價不斷攀升，深入瞭解購屋者的需求，以需求為導向來設計房屋。在高雄地區消費者購屋決策研究中發現，影響購屋者購屋決策的要素中，經濟因素權重最重，再來是交通便利性和房屋屬性；環境品質因素則權重最輕。在經濟因素最重視的是購

屋的預算和能力，次為整體經濟，在交通便利性的部分，大眾運輸的距離的遠近會列為優先考量，並且認為交通的便利性能帶給房屋增值性和保值，且在環境品質和綠地規劃及可活動空間的的因素也列入考量重點因素。

戴語彤(2017)近幾年來，房地市場的波動，政府連續推出政策和修正稅制條例，房地產的供應鏈中受影響的業別不少，不論是建商蓋房或是購屋者買屋都會考量多方因素，才做出決定。在新北市中永和地區購屋者之購屋決策因素研究中發現，購屋者在房屋屬性中，重視房屋建築結構、通風採光、建材品質、室內坪數和裝修設備，住宅環境會重視是否位於土壤液化區，住宅附近治安狀況，街廓是否整齊，是否鄰近大眾運輸捷運站及公園綠地設施，並不希望鄰近嫌惡設施，注重建商信譽會接受親友推薦或過往購買經驗，購屋能力的部分會重視自備款和房屋總價以及房屋單坪的價格。

綜觀以上研究，多位學者皆提出許多消費者在購置房地產時，考量之因素有:因應家庭人口數之房型格局、就業需求購置房屋、置產是否兼具投資、未來保值、增值空間、子女教育學區需求、周邊是否有公園綠地、大眾運輸距離遠近、因應跟齡化的醫療需求、公共設施是否完善、土地使用管制分區、建商信譽口碑與品質、實際成交價格、付款條件、建築物風格外觀、聲鑼便利性、嫌惡設施、房屋結構建材設備、公設比例等等因素。

第四節　AHP 層級分析法

1971 年，匹茲堡大學教授 Thomas L.Saaty 提出層級分析法；當時因應美國國防部的問題，發展出來的一套從事應變計畫問題的決策方法（黃亦爵，2017）。1972 年，AHP 在美國家科學基金會研究中，被應用於探討產業對國家福利貢獻度，來因應各產業的電力合理分配決策之研究。1973 年，Saaty 藉由 AHP 作為主要架構，應用於蘇丹運輸系統的專案研究。1974-1978 年間，AHP 亦多次為一些大型美企機構進行優先排序，以優化分配資源，降低衝突。20 世紀 80 年代，Saaty 提出完整的一套方法論，由此層級分析法理論已近乎完整。1986 年，Saaty 進一步研究修正，至此層級分析法理論模式趨於成熟；這方法多應用在不確定的情形之下、以及有多種評估準則決策的問題方面（高偉倫，2011）。

AHP 方法的基本假設，包括主要下列項：

1 一個系統可被分解成許多成分，並形成有像網路性的層級結構。

2.在層級結構中，假設每一層級的要素均具獨立性。

3.可用上一層級內某些或所有要素作為評準，為每一層級內的要素進行評估。

4.可在比較評估時，將絕對數值尺度轉換成比例尺度。

5.成對比較各層級要素後，可使用正倒值矩陣處理。

6.個元素的強度關係和偏好關係，滿足遞移性的關係。（A 優於 B 優於C 則A 優於C）（A 優於B 二倍 優於C 三倍則 A 優於C 六倍）

7.容許不具遞移性的存在，因完全具遞移性不容易，因此必須作一致性的程度須測試。

8.經由加權法則而求得要素的優勢程度。

9.任何只要出現在結構階層中的要素，不論其優勢程度如何小，皆被認為與整個評估結構有關，而非檢核階層結構的獨立性。

黃亦爵（2017）AHP 層級分析法的精神在於透過專家意見，將非結構且複雜的系統化問題，分割為數個組成成分，並依其主觀判斷分別給予數值；再將這些成分變為階層次序，最終簡化為明確的層級架構體系；其透過每項成分的相關重要性次序排列，幫助決策者思考進而得到最終結論（高偉倫，2011）。而其目的在於系統化複雜的問題，藉由樹狀的層級架構分解，及蒐集專家、決策者意見進行量化運算，找尋問題脈絡後，以評估尺度進行綜合評估，最終達到供有助於決策者瞭解的事物全貌、減少決策錯誤的風險性並從中選擇出適當方案之目的（黃亦爵，2017）。可見，層級程式分析法即為企業決策者利用科學方法，針對各項方案實施將造成的重大影響，充分評估各項因素所產生的具體利弊得失，從而進行方案的調整，以作為形成決策的依據（褚志鵬，2009）。

第三章　研究方法

本研究藉由「AHP 層級分析法」，進行評選決策考量因數之權重評定。即利用 AHP 分析軟體分析受測者之決策因數群權重並檢視其一致性後，加總平均得出風險性最低、對象較為平均的最佳評選決策因數群。AHP 法具實用性且操作容易，理論簡單，並且能採用多數學者專家和決策者的意見進行分析。從 1971 年發展至今，已經被各國的研究單位普遍應用。它能將複雜的問題簡化並系統化，再建立出相互具有影響關係之階層結構後，可在風險不確定、情況複雜的問題或分歧的意見中尋求一致性，求取出量化的判斷來多方評估，以降低決策風險和提供充分的決策資訊給予決策者。

第一節　AHP 層級分析法流程

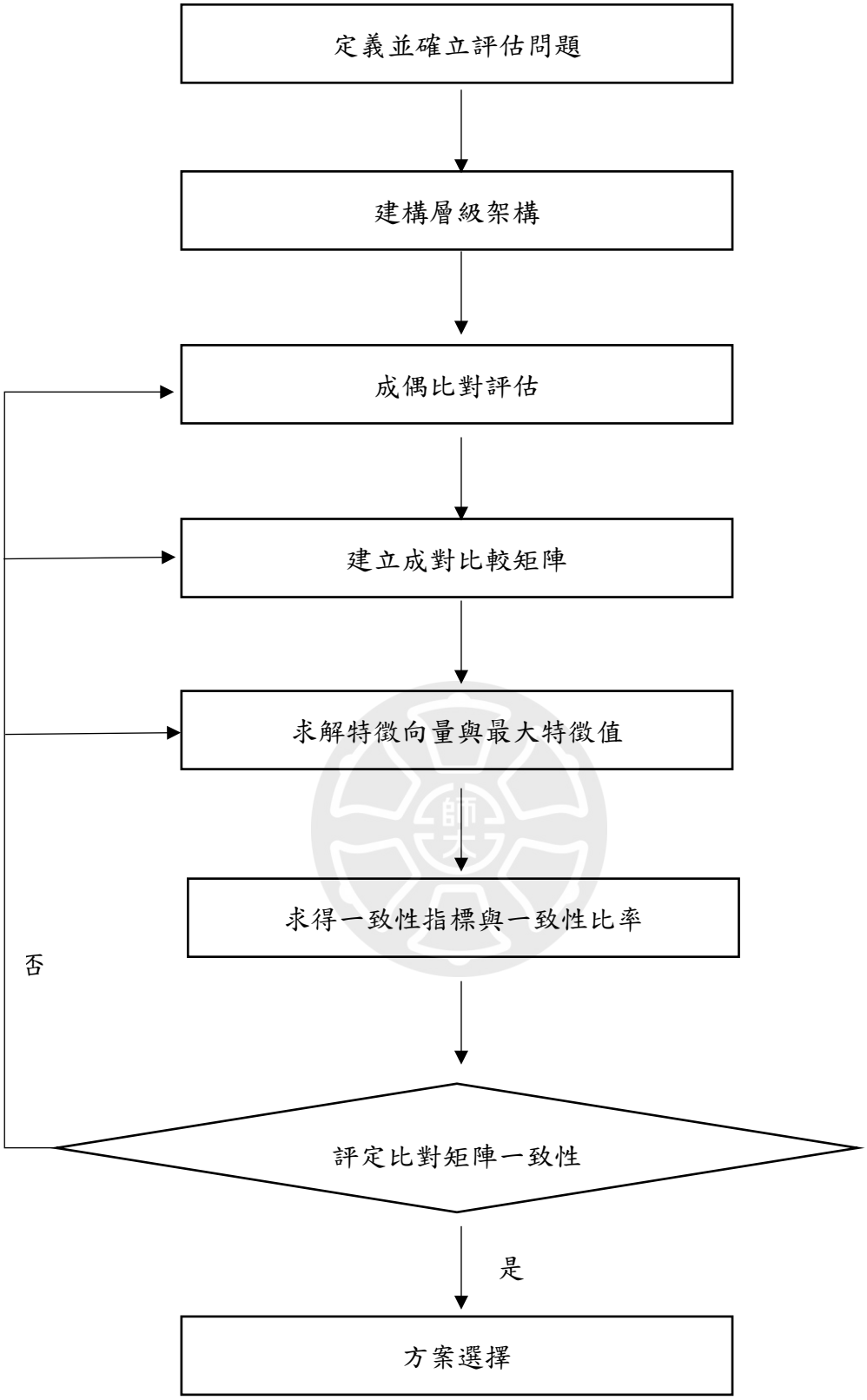
一、AHP 評估尺度

AHP 的每一層級指標因素用評估尺度來成對比較，其基本劃分為五項:等強（Equal Strong）、稍強（Weak Strong）、頗強（Strong）、極強（Very Strong）、絕強（Absolution），並賦予尺度名目 1、3、5、7、9 的衡量值，另外設置四個尺度介於這五個基本尺度中間，並賦予衡量值 2、4、6、8 的數值，共計有九個尺度，個尺度代表意義如下表 3-1 所示。

表 3- 1 AHP 評估尺度意義及說明

評估尺度	定義	說明
1	同等重要	等強 (兩比較方案的貢獻程度據同等重要性)
3	稍重要	稍強 (經驗與判斷稍微傾向喜好某一方案)
5	頗重要	頗強 (經驗與判斷強烈傾向喜好某一方案)
7	極重要	極強 (實際顯示非常強烈傾向喜好某一方案)
9	絕對重要	絕強 (有足夠證據肯定絕對喜好某一方案)
2,4,6,8	相鄰尺度之中間值	需要折衷值時。

資料來源：Saaty (1977)



資料來源:Saaty(1977)

圖 3-1 分析層級程序法流程圖

二、層級程序分析法實施步驟

依陳勇廷（2015）、黃亦爵（2017）等人之相關研究，將 AHP 具體實施步驟分述如下：

1. 問題描述

在進行 AHP 分析前，首先釐清問題之所在，針對問題所處的系統架構進行充分瞭解。方能清楚決策目的，並充分掌握問題方向，以便在進行 AHP 分析時，對影響因素作分層評估。

2. 列舉影響要素

列舉各項影響要素時，可運用群體腦力激盪法、或德菲法進行。首先在相關人士的集體討論下，亦或在決策者、專家的整合意見下，透過專業人士的實務經驗、專業知識對決策所探討的問題作評估，將可能影響問題的各項要素（變項盡可能）慎重列舉出來，納入分析中。

3. 建立層級結構圖與因素特性

決策問題首先將目標特性分成樹狀層級；層級分為上下串聯，且各項層級皆必須盡量納入與總目標有關的一切決策評核屬性。而每一層的因素有其不同的性質，相互間各自獨立、彼此互斥、且單單只受上面一層因素所影響。此層級結構圖的建立經由專家意見反覆修正而成。建立層級結構 Saaty (1980)有提出幾個幾個原則:

評估的最終目標為最高層級。

同一層級要放置重要性相近的要素。

層級要素不要超過 7 個。

層級內各要素，應具獨立性。

4. 設計問卷及填寫

建立完整層級結構圖後，進行問卷表格設計，以進行評估層級要素。對受訪者進行逐一調查，由問卷內容將問卷題目表格填寫完畢。而設計問題依「兩兩比較」方式，採用五項尺度，並賦予衡量值，具體分成 1「同等重要」、3「稍重要」、5「頗重要」、7「很重要」、9「決對重要」等，評估其相關重要強度。評分等級以 1-9 級表示，9 代表“影響程度最大“、1 代表“影響程度最小“，中間則依照影響程度分別以 8、6、4、2 加以評分。

5. 計算評估值

由評估一共分 2 個部分：一是建立兩兩評選因素，其相對重要性的成對比較矩陣；二是

建立評選因素作為評估基準，作方案之間的成對比較矩陣。最後分析出成對比較矩陣後的特徵值及特徵向量，即為各準則之權重。 Saaty 提出四種近似法求取最大特徵值之求算方法中，又以行向量平均值的標準化方式可求得較精確之結果。

$$w_i = \frac{1}{n}\sum_{j}^{n}\frac{a_{ij}}{\sum_{i=1}^{n} a_{ij}} \qquad i, j = 1,2,\cdots,n$$

6.一致性檢定

必須再計算各層級一致性比率，和整層級一致性比率，就是再進行特徵向量一致性檢定，來確定問卷結果的合適性。

(1).一致性指標(C.I.)

使用一致性指標檢定來檢查決策者問卷回答所構成之成對比對矩陣之 $\lambda_{\max}$ 與 n(矩陣維數)兩者的差異程度，是否為一致性的矩陣，可判斷一致性程度高低，避免不良的決策影響了問卷的結果。

$$CI = \frac{\lambda_{max} - n}{n - 1}$$

當 C.I. = 0 表示前後判斷完全具一致性，而 C.I. > 0 則表示前後判斷不一致性。

而 Saaty (1980)　認為 C.I. < 0.1 為可容許的偏誤。

(2).一致性比例(C.R.)

從評估尺度 1-9 所產生的正倒值矩陣，在不同的階數下所產生的一致性指標稱為隨機性指標(Random Index，R.I.)，見表 3-2。

表 3-2 隨機性指標

階數	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
R.I	0.00	0.00	0.58	0.90	1.12	1.24	2.32	1.41	1.45	1.49	1.51	1.48	1.56	.157	1.58

在相同數的矩陣下，C.I.值與 R.I.值的比率，稱為一致性比率即：

$$\mathrm{C.R.}\frac{C.I}{R.I}$$

若 C.R.<0.1 時，則矩陣的一致性程度使人滿意。

第二節　套房選購評選決策因素層級架構

一、套房需求

台灣人口大多集中在六大都會區，以實務上來說，因為都市的公共資源和生活機能遠比鄉村完善許多，加上就業機會集中都會區，在比例上，都市居住需求宅數遠大於鄉村。

前列以往學者之研究，未有對於台北市單一區域的不動產選購決策因素研究，加上近年來小宅的熱銷成為推案主流，故本研究選擇以台北市大安區作為套房選購評選決策因素的研究區域。

二、消費者購屋評選因素層級架構

本研究為建構台北市大安區不動產套房購買評選模式基本條件之評選層級模型，根據前列以往國內研究之架構論述，在和數位從事房地產相關產業多年經驗的專家學者進行反覆徵詢及指導教授討論之後，歸納出四大主因素，分別為品牌因素、產品因素、周邊因素和價格因素。品牌因素大致可以討論的方向有建商推案實績、交易糾紛紀錄、產權使用權能，產品因素可以討論的有建築物的外觀、電梯大樓或是公寓型態、風水考量等。周邊因素可以討論的有生活機能、交通便利、醫療機構、公園綠地、嫌惡設施等。價格因素可以討論的有房屋總價、房屋單坪價格和可貸款成數。

四大主因素說明如下:

1.品牌因素:

(1)建商推案實績:該建商曾經推案紀錄，是否為一案建商，或是子建商，有無漏水紀錄，售後保固和服務態度是否良善等。

(2)建商交易糾紛紀錄:建商歷年推案是否曾有消費者糾紛、訴訟，糾紛案例何種類占大宗，建商處理方式。

(3)產權使用權能:不動產產權是否明確，產權為使用權或是所有權，土地使用分區是否為住宅區。

2.產品因素:

(1)建築物外觀:外觀材質為玻璃帷幕或大理石材或貼丁掛磚，外觀設計質感，夜晚外牆燈光是

否得宜。

(2)電梯大樓或公寓型態:是電梯大樓或公寓，新成屋現階段建築物規劃大多配置有電梯，早期興建的公寓則沒有，建築物的公設比例、設施規劃實用性、管理費金額多寡。

(3)風水考量:基地所在位置，座向，戶內風水，戶外風水。

3.周邊因素:

(1)生活機能:採買鄰近傳統市場、大賣場或百貨公司的有無、飲食便利性、工作、學區距離。

(2)交邊便利:大眾運輸捷運、火車、高鐵、公車、快速道路、高速公路。

(3)醫療機構:大型醫療院所或診所、安養中心。

(4)公園綠地:公園、運動場、河堤公園。

(5)嫌惡設施:影響生命安全的飛機場、加油站、瓦斯槽、高壓電塔，影響居家品質的宮廟神壇、焚化爐、殯儀館、墓地、停車塔、垃圾場、回收廠、高架道路、軌道、特種行業，心理層面的凶宅。

4.價格因素:

(1)房屋總價:房屋交易總價。

(2)房屋單坪價格:是否高出區域行情。

(3)可貸款成數:小宅低於 15 坪以下貸款成數為 6 成以下，個人第 3 戶貸款銀行放款成數為 6 成以下，貸款利率。

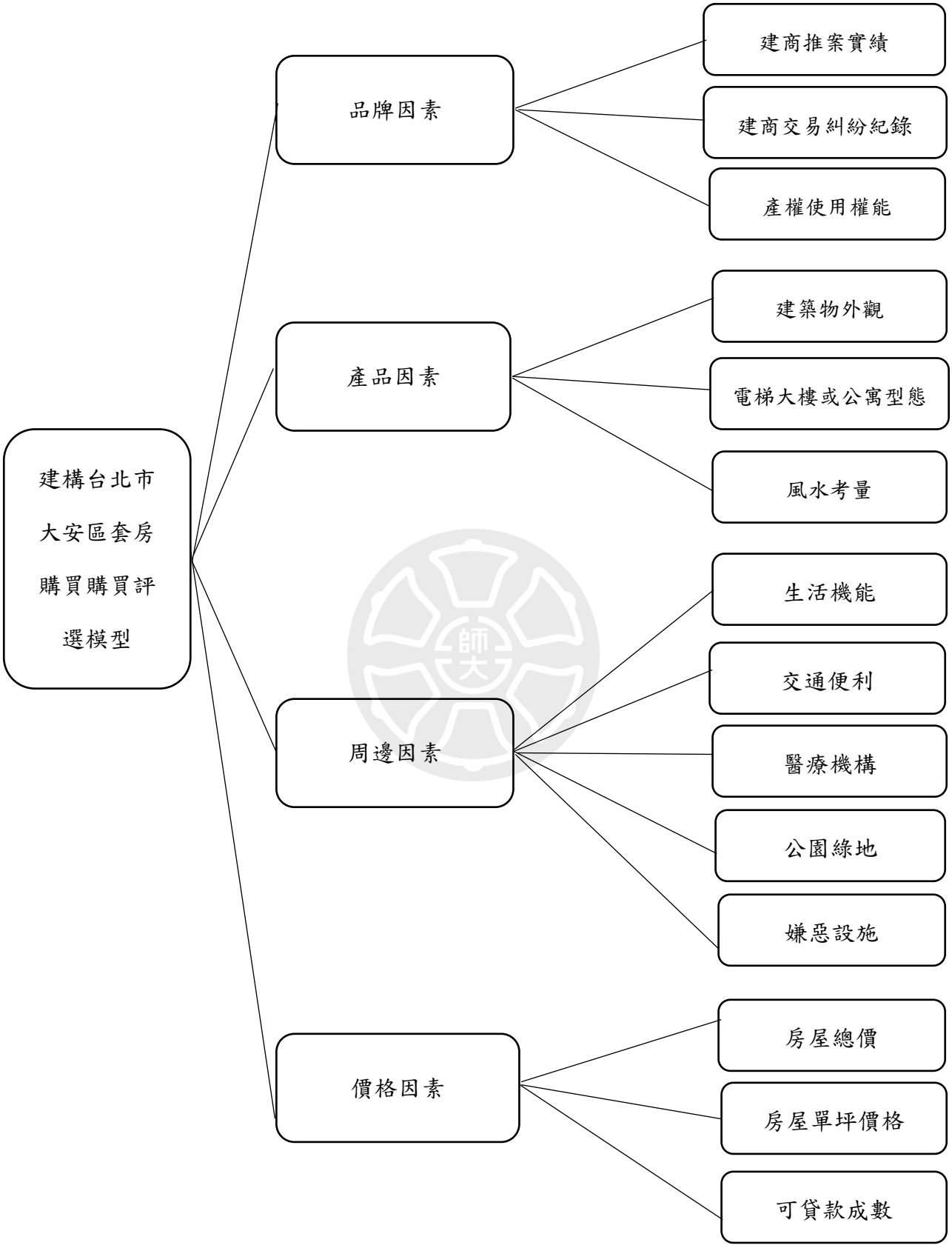


圖 3-2 本研究 AHP 決策因素層級架構圖

第三節　研究對象

一、研究對象選擇

本研究邀請具有不動產相關操作經驗之專業人士、及有台北市房地產交易經驗的消費者作專家問卷填寫，藉由專業人士、消費者的實際相關經驗，以瞭解目前台北市大安區不動產套房選購評選條件與決策因素，盼能增加本研究的深度與廣度。

表 3-3 研究對象

編號	性別	年齡	教育程度	職業	購屋動機
1	男	30 歲以下	大學	地政士事務所助理	自住
2	女	41~50 歲	大學	家管	自住
3	男	60 歲以上	碩士	退休	自住
4	男	41~50 歲	碩士	金融業	自住
5	男	60 歲以上	博士	軍公教	自住
6	男	60 歲以上	碩士	營造業	自住
7	女	51~60 歲	大學	退休	自住
8	女	41~50 歲	碩士	商	自住
9	男	31~40 歲	大學	房地產相關	自住
10	男	51~60 歲	博士	牙醫	投資置產
11	女	41~50 歲	大學	不動產經紀人	投資置產
12	女	41~50 歲	大學	其他	投資置產
13	女	41~50 歲	碩士	金融業	投資置產
14	男	51~60 歲	碩士	服務業	投資置產
15	男	51~60 歲	碩士	自營商	投資置產
16	女	60 歲以上	大學	自營商	投資置產
17	女	41~50 歲	大學	資訊業	贈與
18	男	60 歲以上	博士	教授	贈與
19	男	60 歲以上	大學	地政士	贈與
20	女	60 歲以上	大學	家管	贈與

第四節　問卷設計

一、層級分析準則表

本研究藉由各學者的研究和研究者本身多年從業經驗，透過彙整歸納、整理分析後，總結出評選的過程中所需考慮的各層面，並就經驗、相關從業人員之意見，綜合彙整出「台北市大安區不動產套房購買評選模式基本條件之層級分析準則表」。

表 3-4 台北市大安區不動產套房購買評選模式基本條件之層級分析準則表

套房評選	**主準則**	**次準則**
條件因素	品牌因素	建商推案實績
		建商交易糾紛紀錄
		產權使用權能
	產品因素	建築物外觀
		電梯大樓或公寓型態
		風水考量
	周邊因素	生活機能
		交通便利
		醫療機構
		公園綠地
		嫌惡設施
	價格因素	房屋總價
		房屋單坪價格
		可貸款成數

本研究整理

二、AHP 分析法進行方式

本問卷採用層級分析評估尺度衡量，共分為 9 尺度。評估衡量值被劃分成 1「極不重要」、3「不重要」、5「普通」、7「重要」、9「極為重要」等五項，同時還有 4 項項目介於基本尺度之間，以 2、4、6、8 為衡量，各項尺度具體定義及解釋如下：1 表示極不重要，2 表示介於 1 與 3 的折衷值，3 表示不重要，4 表示介於 3 與 5 的折衷值，5 表示普通，6 表示介於 3 與 5 的折衷值，7 表示重要，8 表示介於 7 與 9 的折衷值，9 表示極為重要。

依照表 3-4 的層級架構圖設計成專家填答問卷收錄於附錄一，將問卷發放給具有不動產相關操作經驗之專業人士、及有台北市房地產交易經驗的消費者進行填答。請填答者在重要性認為較大的因素適當的強度做勾選；(每一列只勾選一項)。請填答者對變數間之相互影響程度給予評分，評分等級以 1-9 級表示，9 代表“影響程度最大“、1 代表“影響程度最小“，中間則依照影響程度分別以 8、6、4、2 加以評分。

決策評估次項目權重評估填寫範例如下表為例：

表 3-5 台北市大安區不動產套房購買評選基本條件，主準則：品牌因素

次準則		絕對重要		很重要		頗重要		稍重要		同等重要		稍重要		頗重要		很重要		絕對重要	次準則
		9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
建商推案實績																ˇ			交易糾紛紀錄
建商推案實績																		ˇ	產權使用權能
交易糾紛紀錄										ˇ									產權使用權能

根據表 3-5 的勾選結果，本研究可將之判斷為此填答者認為建商交易糾紛紀錄對於建商推案實績是很重要的，產權使用權能對於建商推案實績是絕對重要的，產權使用權能和建商交易糾紛紀錄是相等重要的。依據勾選結果，建立成對比教矩陣之後進行下一步驟。再找出準則和評估項目之間相對的權重值以及整合權重值之後進行一致性檢定，最後即可以找出各決策因素的優先順序。

第四章　資料分析

問卷填答專家進行基本資料分佈、AHP 分析結果、以及實例驗證等。共分三節，第一節為問卷填答對象背景資料分佈；第二節為 AHP 結果分析；第三節為討論以及實例驗證。

第一節　問卷填答基本資料分佈

本研究層級分析的受訪者，填答者以具有不動產相關操作經驗之專業人士、及有台北市房地產交易經驗的消費為主，共計發出 20 份問卷，有效問卷份數為 9 份，主要購屋動機從自住、投資置產、贈與 3 個方面進行瞭解。有關消費者背景資料分佈情形如表 4-1 所示，將受訪者分成 3 種購屋動機:投資購買動機、自住購買動機、贈與購買動機，每類別購買動機各 3 人。

表 4-1 填答者背景資料分佈情形

項目	類別	樣本人數	百分比
購買動機	投資動機購買者	3	33.33%
	自住動機購買者	3	33.33%
	贈與動機購買者	3	33.33%

本研究整理

第二節　AHP 分析法結果

一、問卷資料填寫方式

透過 AHP 的兩兩因素比較後，進行此次調查問卷的設計基礎。首先將複雜的購屋決策問題進行結構化，從而得出台北市大安區套房購買決策評選模式之基本條件的評選準則的權重，作為衡量台北市大安區套房購買決策評選評選模式之基本條件評選準則劃分四項主準則以及十四項次準則的權重次序參考。

二、基本條件的評選準則構面分析之結果

本研究採用 AHP 法，使用「Expert Choice」決策支援軟體，依照指導教授建議，藉專家調查將與評選準則相關連的各項次準則，以階層構造方式進行掌控、進而建立成偶比較矩陣，並賦予各項次準則相對權重值，計算問卷各層級的權重級檢定期一致性權重、並進行權重排序。計算權重前須審查各構面一致性比率之合理性，C.R. = C.I.（一致性指標）/R.I.（隨機性指標）結果必須< 0.1 且不得為負數，成偶比較矩陣結果則視為具合理性，再進行權重值計算。

本研究將問卷進行回收分析，將受訪者問卷內容的合適性，審查各構面的一致性比率，雖然在贈與購買動機的檢驗項目「品牌因素」的數值略高，為 0.121，仍處於可接受之合理範圍內，即謂這一資料所得的判斷結論呈現一致性效果。台北市大安區套房購買決策評選模式，基本條件的評選準則一致性檢定，如下表 4-2。

表 4-2 台北市大安區套房購買決策 AHP 一致性指標分析彙總

購買動機	檢驗項目	C.I.	R.I.	C.R.
投資	**整體構面(4x4)**	**0.010**	**0.900**	**0.011**
	品牌因素(3x3)	0.000	0.580	0.000
	產品因素(3x3)	0.010	0.580	0.017
	周邊因素(5x5)	0.020	1.120	0.017
	價格因素(3x3)	0.000	0.580	0.000
自住	**整體構面(4x4)**	**0.000**	**0.900**	**0.000**
	品牌因素(3x3)	0.000	0.580	0.000
	產品因素(3x3)	0.010	0.580	0.017
	周邊因素(5x5)	0.010	1.120	0.009
	價格因素(3x3)	0.000	0.580	0.000
贈與	**整體構面(4x4)**	**0.020**	**0.900**	**0.022**
	品牌因素(3x3)	0.070	0.580	0.121
	產品因素(3x3)	0.020	0.580	0.034
	周邊因素(5x5)	0.020	1.120	0.018
	價格因素(3x3)	0.000	0.580	0.000

本研究整理

註：C.R.指標須小於 0.1 以確保成對比較的整體一致性可接受程度 (Satty,1980)

本部分內容分為兩個部分，第一部分為目標層，即本研究所預期完成的目標「台北市大安區套房購買決策評選準則」。即為基本條件的評選主準則因素，共有四項因素分別為品牌因素、產品因素、周邊因素及價格因素。第二部分為次準則，即為基本條件的評選次準則，共有十四項；分別為品牌因素之三項次準則（包含建商推案實績、建商交易糾紛紀錄、產權使用權）；產品因素之三項次準則（包含建築物外觀、電梯大樓或公寓型態、風水考量）；周邊因素之五項次準則（包含生活機能、交通便利、醫療機構、公園綠地、嫌惡設施）；價格因素之三項次準則（包含房屋總價、房屋單坪價格、可貸款成數）。經由專家問卷分析結論，

獲得受訪者對基本條件的評選準則的四項構面相對重要程度的看法，並以 Expert Choice 計算各成對間，相對重要性程度值的幾何平均數，形成成對比較矩陣。

（一）基本條件之第一層因素權重分析

基本條件第一層為品牌因素、產品因素、周邊因素、價格因素等四項因素，經過專家的問卷填答與標準化權重計算。由表 4-2 可知 C.R.= 0.000＜0.1 表示主要準則之成對比較前後具一致性。將問卷資料彙整後，經層級分析法（AHP）分析，獲得基本條件第一層因素權重大小排序依次如下:

在品牌因素的部分:自住動機購買者(0.177)＞投資動機購買者(0.158)＞贈與動機購買者(1.151)。產品因素的部分:自住動機購買者(0.216)＞贈與動機購買者(0.211)＞投資動機購買者(0.120)。周邊因素的部分:投資動機購買者(0.388)＞贈與動機買者(0.355)＞自住動機購買者(0.222)。價格因素的部分:投資動機購買者(0.384)=自住動機購買者＞贈與動機購買者(0.283)。

如以購屋動機做區分，投資動機購買者:周邊因素（0.388）＞價格因素（0.384）＞品牌因素（0.158）＞產品因素(0.120)，自住動機購買者: 價格因素（0.384）＞周邊因素（0.222）＞產品因素（0.215）＞品牌因素(0.177)，贈與動機購買者:周邊因素（0.355）＞價格因素（0.283）＞產品因素（0.211）＞品牌因素(0.151)。

分析結果如表 4-3 所示。從權重分佈情況可知:投資購屋動機者，購買評選基本條件首要影響因素為周邊因素、價格因素、品牌因素，而產品因素權重較低。自住購買動機者，購買評選基本條件首要影響因素為價格因素、周邊因素、產品因素，而品牌因素權重較低。贈與動機購買者，購買評選基本條件首要影響因素為周邊因素、價格因素、產品因素，品牌因素權重較低。

表 4-3 基本條件主準則之第一層因素權重分析

	投資動機買者	自住動機買者	贈與動機買者
品牌因素	0.158	0.177	0.151
產品因素	0.120	0.216	0.211
周邊因素	0.388	0.222	0.355
價格因素	0.384	0.384	0.283

本研究整理

（二）基本條件之次準則因素權重分析

此部分分別分析品牌因素、產品因素、周邊因素和價格因素這四項主準則下的十四項次準則進行權重比例分析。分析方法與主因素分析方法一致。茲分述如下。

1.品牌因素權重分析

品牌因素下有四項次準則，經過專家的問卷填答與標準化權重計算。結果可知投資動機購買者 C.I.= 0.000＜0.1，C.R.= 0.000＜0.1，自住購買動機者 C.I.= 0.000＜0.1，C.R.= 0.000＜0.1，贈與動機購買者 C.I.= 0.070＜0.1，C.R.= 0.121＞0.1，雖然贈與購買動機的品牌因素數值略高超過 0.1，但蓉在可接受範圍內，表示成本準則的次準則之成對比較前後具一致性。將問卷資料彙整後，經層級分析法（AHP）分析，獲得影響品牌因素準則權重大小排序依次為:

建商推案實績的部分:贈與購屋動機者(0.238)＞自住動機購買者(0.137) ＞投資動機購買者(0.078)。建商交易糾紛紀錄的部分；贈與購買動機者(0.486)＞自住購買動機者(0.469)＞投資購買動機者(0.294)。產權使用權能的部分:投資動機購買者(0.628)＞自住動機購買者(0.394)＞贈與動機購買者(0.277)。

以購屋動機區分:投資動機購買者，產權使用權能(0.628)＞建商交易糾紛紀錄(0.294)＞建商推案實績(0.078)。自住動機購買者，建商交易糾紛紀錄(0.469)＞產權使用權能(0.394)＞建商推案實績(0.137)。贈與動機購買者:建商交易糾紛紀錄(0.486)＞產權使用權能(0.277)＞建商推案實績(0.238)。

品牌因素權重分析，其具體結果如表 4-4 所示。從顯示權重分佈情況可知，投資動機購買者以產權使用權能準則為主要影響因素，其次為建商交易糾紛紀錄，而建商推案實績影響

較弱。自住動機購買者以建商交易糾紛紀錄準則為主要影響因素，其次為產權使用權能，而建商推案實績影響較弱。贈與購買動機者以建商交易糾紛紀錄準則為主要影響因素，其次為產權使用權能，而建商推案實績影響較弱。

表 4-4 基本條件次準則之品牌因素權重分析

	投資動機買者	自住動機買者	贈與動機買者
品牌因素	**0.158**	**0.177**	**0.151**
建商推案實績	0.078 (0.012*, **14****)	0.137 (0.024*, **14****)	0.238 (0.036*, **13****)
建商交易糾紛紀錄	0.294 (0.046*, **10****)	0.469 (0.083*, **5****)	0.486 (0.073*, **7****)
產權使用權能	0.628 (0.099*, **4****)	0.394 (0.070*, **6****)	0.277 (0.042*, **12****)

本研究整理

註：1. ( )內*為每一次準則的整體權重，**為每一次準則的整體排名。

2. 每種購買動機皆包含三位購買者。

2.產品因素準則權重分析

產品因素準則下共有三項次準則，經過專家的問卷填答與標準化權重計算。結果可知投資動機購買者 C.I.= 0.010＜0.1，C.R.= 0.017＜0.1，自住動機購買者 C.I.= 0.010＜0.1，C.R.= 0.017＜0.1，贈與動機購買者 C.I.= 0.020＜0.1，C.R.= 0.034＜0.1，表示產品因素準則的次準則之成對比較前後具一致性。將問卷資料彙整後，經層級分析法（AHP）分析，獲得品牌因素準則權重大小排序依次為：

建築物外觀的部分:贈與購買動機者(0.326)＞自住購買動機者(0.267)＞投資動機購買者(0.194)。電梯大樓或公寓型態:投資動機購買者(0.660)＞自住購買動機者(0.526)＞贈與購買動機者(0.465)。風水考量:贈與購買動機者(0.208) ＞自住購買動機者(0.206)＞投資動機購買者(0.145)。

以購屋動機區分:投資動機購買者，電梯大樓或公寓型態(0.660)＞建築物外觀(0.194)＞風水考量(0.145)。自住動機購買者:電梯大樓或公寓型態(0.526)＞建築物外觀(0.267)＞風水考量(0.206)。贈與動機購買者:電梯或大樓型態(0.465)＞建築物外觀(0.326)＞風水考量(0.208)。

產品因素準則權重分析，其具體結果如表 4-5 所示。從權重分佈情況可知，對投資動機購屋者來說，電梯大樓或公寓型態是產品因素準則主要影響因素，建築物外觀次之，而風水考量影響較弱。對自住動機購買者來說，電梯大樓或公寓型態是產品因素準則主要影響因素，建築物外觀次之，而風水考量影響較弱。對贈與購買動機者來說，電梯大樓或公寓型態是產品因素準則主要影響因素，建築物外觀次之，而風水考量影響較弱。三類型購屋動機買者考量因素權重順序相同。

表 4-5 基本條件之次準則-產品因素準則權重分析

	投資動機買者	自住動機買者	贈與動機買者
產品因素	**0.120**	**0.216**	**0.211**
建築物外觀	0.194 (0.120*, **3****)	0.267 (0.058*, **8****)	0.326 (0.069*, **9****)
電梯大樓或公寓型態	0.660 (0.023*, **13****)	0.526 (0.114*, **3****)	0.465 (0.098*, **4****)
風水考量	0.145 (0.079*, **8****)	0.206 (0.045*, **11****)	0.208 (0.044*, **11****)

本研究整理

註：1. ( )內*為每一次準則的整體權重，**為每一次準則的整體排名。

2. 每種購買動機皆包含三位購買者。

3.周邊因素權重分析

周邊因素準則下共有五項次準則，經過專家的問卷填答與標準化權重計算。結果可知投資動機購買者 C.I.= 0.020＜0.1，C.R.= 0.017＜0.1，自住動機購買者 C.I.= 0.010＜0.1，C.R.= 0.009＜0.1，贈與動機購買者 C.I.= 0.000＜0.1，C.R.= 0.000＜0.1，表示周邊因素準則的次準則之成對比較前後具一致性。將問卷資料彙整後，經層級分析法（AHP）分析，獲得影響周邊因素準則權重大小排序依次為：

生活機能的部分:贈與動機購買者(0.304)＞自住動機購買者(0.253)＞投資動機購買者(0.224)。交通便利的部分:投資動機購買者(0.105)＞贈與動機購買者(0.282)＞自住動機購買者(0.264)。醫療機構的部分:贈與動機購買者(0.152)＞自住動機購賣者(0.147)＞投資動機購買者(0.069)。公園綠地的部分，贈與動機購買者(0.223)＞自住動機購買者(0.219)＞投資動機購買者

(0.066)。嫌惡設施的部分:贈與動機購買者(0.040)＞投資動機購買者(0.237)＞自住動機購買者(0.116)。

以購屋動機做區分，投資動機購買者:交通便利(0.405)＞嫌惡設施(0.237)＞生活機能(0.224)＞醫療機構(0.069)＞公園綠地(0.066)。自住動機購買者:交通便利(0.264)＞生活機能(0.253)＞公園綠地(0.219)＞醫療機構(0.147)＞嫌惡設施(0.116)。贈與動機購買者:生活機能(0.304)＞交通便利(0.282)＞公園綠地(0.223)＞醫療機構(0.152)＞嫌惡設施(0.040)。

周邊因素準則權重分析，如表 4-6。從權重分佈情況可知，投資動機購買者以交通便利為周邊因素準則之主要影響因素，其次嫌惡設施、生活機能醫療機構，而公園綠地影響較弱。自住動機購買者以交通便利為周邊因素準則之主要影響因素，其次為生活機能、公園綠地、醫療機構，而嫌惡設施影響較弱。贈與動機購買者，以生活機能為周邊因素準則之主要影響因素，其次為交通便利、公園綠地、醫療機構，而嫌惡設施影響較弱。

表 4-6 基本條件之次準則-周邊因素準則權重分析

	投資動機買者	**自住動機買者**	**贈與動機買者**
周邊因素	**0.388**	**0.222**	**0.355**
生活機能	0.224 (0.087*, **7****)	0.253 (0.056*, **9****)	0.304 (0.108*, **2****)
交通便利	0.405 (0.157*, **2****)	0.264 (0.059*, **7****)	0.282 (0.100*, **3****)
醫療機構	0.069 (0.027*, **11****)	0.147 (0.033*, **12****)	0.152 (0.054*, **10****)
公園綠地	0.066 (0.026*, **12****)	0.219 (0.049*, **10****)	0.223 (0.079*, **6****)
嫌惡設施	0.237 (0.092*, **6****)	0.116 (0.026*, **13****)	0.040 (0.014*, **14****)

本研究整理

註：1. ( )內*為每一次準則的整體權重，**為每一次準則的整體排名。

2. 每種購買動機皆包含三位購買者。

4.價格因素準則權重分析

價格因素準則下共有三項次準則，經過專家的問卷填答與標準化權重計算。結果可知投資動機購買者 C.I.= 0.000＜0.1，C.R.= 0.000＜0.1，自住動機購買者 C.I.= 0.000＜0.1，C.R.= 0.000＜0.1，贈與動機購屋者 C.I.= 0.000＜0.1，C.R.= 0.000＜0.1，表示價格因素準則的次準則之成

對比較前後具一致性。將問卷資料彙整後，經層級分析法（AHP）分析，獲得價格因素準則權重大小排序依次為：

房屋總價部分；投資動機購屋者(0.554)＞贈與動機購買者(0.248)＞自住動機購買者(0.092)。房屋單坪價格部分:贈與動機購買者(0.130)＞自住動機購買者(0.223)＞投資動機購買者(0.163)。可貸款成數部分:贈與動機購買者(0.293)＞投資動機購買者(0.284)＞自住動機購買者(0.155)。

以購屋動機區分，投資動機購屋者:房屋總價(0.554)＞可貸款成數(0.284)＞房屋單坪價格(0.163)。自住動機購屋者:房屋單坪價格(0.223)＞房屋總價(0.092)＞可貸款成數(0.045)。贈與購屋動機者:房屋單坪價格(0.459)＞可貸款成數(0.293)＞房屋總價(0.248)。

價格因素準則權重分析，如表 4-7。從表 4-7 顯示的權重分佈情況可知，對投資動機購買者來說，房屋總價為價格因素準則主要影響因素，其次為可貸款成數，而房屋單價格影響較弱。對自住動機購買者來說，房屋單坪價格為價格因素準則主要影響因素，其次為房屋總價，可貸款成數影響較弱。對贈與動機購買者來說，房屋單坪價格為價格因素準則主要影響因素，其次為可貸款成數，最後為房屋總價。

表 4-7 基本條件次準則-價格因素準則權重分析

	投資動機買者	**自住動機買者**	**贈與動機買者**
價格因素	**0.384**	**0.384**	**0.283**
房屋總價	0.554 (0.185*, **1****)	0.092 (0.094*, **4****)	0.248 (0.070*, **8****)
房屋單坪價格	0.163 (0.054*, **9****)	0.223 (0.135*, **2****)	0.459 (0.130*, **1****)
可貸款成數	0.284 (0.095*, **5****)	0.045 (0.155*, **1****)	0.293 (0.083*, **5****)

本研究整理

註：1. ( )內*為每一次準則的整體權重，**為每一次準則的整體排名。

2. 每種購買動機皆包含三位購買者。

第三節　不同購買動機之評選準則分析結果比較

層級分析法能夠將涉及廣泛層面且複雜的評選決策問題，進行系統化處理，能有效提升決策的準確性、便捷性。本研究構建台北市大安區套房購買決策評選模式的權重表，提供業

者、消費者一項簡單客觀的評估模式。但因外部環境的變化、政策的改變、及經濟的快速發展，對評選準則選擇以及權重決定，業者、消費者應依自身需求及市場環境影響而進行調整。建議業者或消費者應先確定本台北市大安區套房購買決策評選表是否適用。

（一）台北市大安區套房購買評選決策基本條件之問卷填寫消費者看法

現將分述台北市大安區套房購買評選決策基本條件之消費者看法，具體如表 4-8：

表 4-8 台北市大安區套房購買決策之主準則與次準則 AHP 權重分析彙總

	投資動機買者	自住動機買者	贈與動機買者
品牌因素	**0.158**	**0.177**	**0.151**
建商推案實績	0.078 (0.012*, **14****)	0.137 (0.024*, **14****)	0.238 (0.036*, **13****)
建商交易糾紛紀錄	0.294 (0.046*, **10****)	0.469 (0.083*, **5****)	0.486 (0.073*, **7****)
產權使用權能	0.628 (0.099*, **4****)	0.394 (0.070*, **6****)	0.277 (0.042*, **12****)
產品因素	**0.120**	**0.216**	**0.211**
建築物外觀	0.194 (0.120*, **3****)	0.267 (0.058*, **8****)	0.326 (0.069*, **9****)
電梯大樓或公寓型態	0.660 (0.023*, **13****)	0.526 (0.114*, **3****)	0.465 (0.098*, **4****)
風水考量	0.145 (0.079*, **8****)	0.206 (0.045*, **11****)	0.208 (0.044*, **11****)
周邊因素	**0.388**	**0.222**	**0.355**
生活機能	0.224 (0.087*, **7****)	0.253 (0.056*, **9****)	0.304 (0.108*, **2****)
交通便利	0.405 (0.157*, **2****)	0.264 (0.059*, **7****)	0.282 (0.100*, **3****)
醫療機構	0.069 (0.027*, **11****)	0.147 (0.033*, **12****)	0.152 (0.054*, **10****)
公園綠地	0.066 (0.026*, **12****)	0.219 (0.049*, **10****)	0.223 (0.079*, **6****)
嫌惡設施	0.237 (0.092*, **6****)	0.116 (0.026*, **13****)	0.040 (0.014*, **14****)
價格因素	**0.384**	**0.384**	**0.283**
房屋總價	0.554 (0.185*, **1****)	0.092 (0.094*, **4****)	0.248 (0.070*, **8****)
房屋單坪價格	0.163 (0.054*, **9****)	0.223 (0.135*, **2****)	0.459 (0.130*, **1****)
可貸款成數	0.284 (0.095*, **5****)	0.045 (0.155*, **1****)	0.293 (0.083*, **5****)

本研究整理

註：1. ( )內*為每一次準則的整體權重，**為每一次準則的整體排名。

2. 每種購買動機皆包含三位購買者。

由上述表 4-8 可見，基本條件的主準則方面，認為品牌因素最重要的為自住動機購買者；其次為投資動機購買者，後為贈與動機購買者。認為產品因素是最重要的是自住動機購買者，其次為贈與動機購買者，後為投資動機購買者。認為週邊因素最重要的是投資動機購買者，其次為贈與動機購買者，後為自住動機購買者。認為價格因素最重要的是投機動機購買者和自住動機購買者，其次為贈與動機購買者。

以購屋動機來區分；投資動機購買者，首重週邊因素，第二為價格因素，三為品牌因素，最後是產品因素，推測其可能原因，因以投資為購屋動機，入手套房時可能為中古屋、二手屋之狀態，會經過簡單裝潢、整修之後出租、收益使用，故產品因素不會是首重考量因素。自住動機購買者，首重價格因素，第二是週邊因素，三為產品因素，最後是品牌因素，推測其可能原因，因以自住為購屋動機，會以價格和生活機能為優先考量，品牌因素因素部分相對考量權重會較輕。以贈與動機購買者，首重周邊因素，第二為價格因素，第三是產品因素，最後為品牌因素，推測其可能原因，贈與者大多會以受贈者之需求或喜好去決策，兩者權重差異會在房屋的總價，因受贈者無須負擔，所以在權重上會將週邊因素列為首要考量。

而在次因素準則方面，本研究中的投資動機購買者，考量因素依序如下:房屋總價、交通便利、建築物外觀、產權使用權能、可貸款成數、嫌惡設施、生活機能、風水考量、房屋單坪價格、建商交易糾紛紀錄、醫療機構、公園綠地、電梯大樓或公寓型態、最後為建商推案實績。自住動機購買者，考量因素依序如下:可貸款成數、房屋單坪價格、電梯大樓或公寓型態、房屋總價、建商交易糾紛紀錄、產權使用權能、交通便利、建築物外觀、生活機能、公園綠地、風水考量、醫療機構、嫌惡設施、最後為建商推案實績。贈與動機購買者，考量因素依序如下:房屋單坪價格、生活機能、交通便利、電梯大樓或公寓型態、可貸款成數、公園綠地、建商交易糾紛紀錄、房屋總價、建築物外觀、醫療機構、風水考量、產權使用權能、建商推案實績最後為嫌惡設施。由此可知，對於台北市大安區套房購買評選之條件中，購買動機不同，考量的重點亦將有所不同。

依層級分析法，將本次研究之主準則分析結果，彙整如表 4-9：

表 4-9 台北市大安區套房購買決策之主準則 AHP 權重分析彙總

投資動機購買者		自住動機購買者		贈與動機購買者		排序
主因素	權重	主因素	權重	主因素	權重	
周邊因素	0.388	價格因素	0.384	周邊因素	0.355	1
價格因素	0.384	周邊因素	0.222	價格因素	0.283	2
品牌因素	0.158	產品因素	0.216	產品因素	0.211	3
產品因素	0.120	品牌因素	0.177	品牌因素	0.151	4

本研究整理

依層級分析法，將本次研究之次準則分析結果，彙整如下表 4-10、表 4-11、表 4-12 所示：

表 4-10 台北市大安區套房-投資購買動機者購買決策之次準則 AHP 權重分析彙總

購買動機	次準則	權重	整體權重	排序
投資購買動機者	房屋總價	0.554	0.185	1
	交通便利	0.405	0.157	2
	建築物外觀	0.194	0.120	3
	產權使用權能	0.628	0.099	4
	可貸款成數	0.284	0.095	5
	嫌惡設施	0.237	0.092	6
	生活機能	0.224	0.087	7
	風水考量	0.145	0.079	8
	房屋單坪價格	0.163	0.054	9
	建商交易糾紛紀錄	0.294	0.046	10
	醫療機構	0.069	0.027	11
	公園綠地	0.066	0.026	12
	電梯大樓或公寓型態	0.660	0.023	13
	建商推案實績	0.078	0.012	14

本研究整理

表 4-11 北市大安區套房-自住購買動機者購買決策之次準則 AHP 權重分析彙總

購買動機	次準則	權重	整體權重	排序
自住動機購買者	可貸款成數	0.045	0.155	1
	房屋單坪價格	0.223	0.135	2
	電梯大樓或公寓型態	0.526	0.114	3
	房屋總價	0.092	0.094	4
	建商交易糾紛紀錄	0.469	0.083	5
	產權使用權能	0.394	0.070	6
	交通便利	0.264	0.059	7
	建築物外觀	0.267	0.058	8
	生活機能	0.253	0.256	9
	公園綠地	0.219	0.049	10
	風水考量	0.206	0.045	11
	醫療機構	0.147	0.033	12
	嫌惡設施	0.116	0.026	13
	建商推案實績	0.137	0.024	14

本研究整理

表 4-12 台北市大安區套房-贈與購買動機者購買決策之次準則 AHP 權重分析彙總

購買動機	次準則	權重	整體權重	排序
贈與購買動機者	房屋單坪價格	0.459	0.130	1
	生活機能	0.304	0.108	2
	交通便利	0.282	0.100	3
	電梯大樓或公寓型態	0.465	0.098	4
	可貸款成數	0.293	0.083	5
	公園綠地	0.223	0.079	6
	建商交易糾紛紀錄	0.238	0.036	7
	房屋總價	0.248	0.070	8
	建築物外觀	0.326	0.069	9
	醫療機構	0.152	0.054	10
	風水考量	0.208	0.044	11
	產權使用權能	0.277	0.042	12
	建商推案實績	0.238	0.036	13
	嫌惡設施	0.040	0.014	14

本研究整理

1. 評估指標架構

主因素基本條件共有「品牌因素」、「產品因素」、「周邊因素」、「價格因素」等四項主因素準則及十二項次音速準則:建商推案實績、建商交易糾紛紀錄、產權使用權能、建築物外觀、電梯大樓或公寓型態、風水考量、生活機能、交通便利、醫療機構、公園綠地、嫌惡設施、房屋總價、房屋單坪價格、可貸款成數。

2. 主因素和次因素考順序之權重

投資動機購買者考量主因素之順序，依序排列分別是:周邊因素(權重值 0.388)、價格因素(權重值 0.384)、品牌因素(權重值 0.158)、產品因素(權重值 0.120)。自住動機購買者考量主因素之順序，依序排列分別是:價格因素(權重值 0.384)、周邊因素(權重值 0.222)、產品因素(權

重值 0.216)品牌因素(權重值 0.177)。贈與動機購買者考量主因素之順序，依序排列分別是:周邊因素(權重值 0.355)、價格因素(權重值 0.283)、產品因素(權重值 0.211)、品牌因素(權重值 0.151)。

投資動機購買者考量次因素之順序，依序排列分別是:房屋總價(整體權重 0.185)、交通便利(整體權重 0.157)、建築物外觀(整體權重 0.120)、產權使用權能(整體權重 0.099)、可貸款成數(整體權重 0.095)、嫌惡設施(整體權重 0.092)、生活機能(整體權重 0.087)、風水考量(整體權重 0.079)、房屋單坪價格(整體權重 0.054)、建商交易糾紛紀錄(整體權重 0.046)、醫療機構(整體權重 0.027)、公園綠地(整體權重 0.026)、電梯大樓或公寓型態(整體權重 0.023)、最後為建商推案實績(整體權重 0.012)。

自住動機購買者考量次因素之順序，依序排列分別是: 可貸款成數(整體權重 0.155)、房屋單坪價格(整體權重 0.135)、電梯大樓或公寓型態(整體權重 0.114)、房屋總價(整體權重 0.094)、建商交易糾紛紀錄(整體權重 0.083)、產權使用權能(整體權重 0.070)、交通便利(整體權重 0.059)、建築物外觀(整體權重 0.058)、生活機能(整體權重 0.056)、公園綠地(整體權重 0.049)、風水考量(整體權重 0.045)、醫療機構(整體權重 0.033)、嫌惡設施(整體權重 0.026)、最後為建商推案實績(整體權重 0.024)。

贈與動機購買者考量次因素之順序，依序排列分別是:房屋單坪價格(整體權重 0.130)、生活機能(整體權重 0.108)、交通便利(整體權重 0.100)、電梯大樓或公寓型態(整體權重 0.098)、可貸款成數(整體權重 0.083)、公園綠地(整體權重 0.079)、建商交易糾紛紀錄(整體權重 0.073)、房屋總價(整體權重 0.070)、建築物外觀(整體權重 0.069)、醫療機構(整體權重 0.054)、風水考量(整體權重 0.044)、產權使用權能(整體權重 0.042)、建商推案實績(整體權重 0.036)最後為嫌惡設施(整體權重 0.014)。

第五章　結論與建議

第一節　研究結論

本研究之結論係以台北市大安區套房購買決策評選模式作為研究目的，探討台北市大安區套房購買決策評選模式之決策因素，依據文獻資料回顧加上研究者多年相關房地產經驗以及所蒐集文獻探討後建立研究架構，並以 AHP 分析法建立本研究權重架構，期望在房地產購買最後決策因素中，找出台北市大安區放房購買決策之因素決策條件。以下為研究之結論。

一、台北市房地產產業現況

近年來國內人口因少子化、高齡化的趨勢，導致社會人口結構變遷，家戶人口數減少，於是造成近幾年小宅需求增加，交易量逐年上增，再加上工作機會、就業人口、明星學區大多集中於都會區，故在都會區有著房市蛋黃區的說法，且房價易漲難跌，雖是有人口外移置產現象，但長期下來，台北市房價仍是居高不下。再加上都會地區，素地難求，政府雖有提出優惠激勵政策，但老屋都市更新、危險老舊建築重建常常是耗日費時，難得共識。所以在選購房地產的部分，需經審慎思慮。

二、台北市大安區套房選購評選準則建立

台北市套房購買評選，其具體準則得依購屋動機差異性而有所不同的變化。基本購買房屋動機由三個面向出發，投資購買動機、自住購買動機、贈與購買動機，各購買動機評估準則中各項因素的權重皆不同。由於套房購買評估準則藉由多種因素彙集而成，所需考量的層面眾多；故在和多位有實際購買經驗的消費者和研究者本身從事房地產業多年的經驗、建議之下以十四項次因素評選準則為評選基礎，建立評選準則架構。

三、台北市大安區套房購買評選決策之主因素與次因素優先考量順序

依層級分析法，本次研究之主準則與次準則分析結果為：

在評選決策主因素的部分，投資動機購買者，首重周邊因素，次為價格因素。自住動機購買者，首重價格因素，次為周邊因素。贈與動機購買者，首重周邊因素，次為價格因素。

在評選決策次因素的部分，各類別購買動機購買者評選決策因素前三名分別為:投資動機購買者首重房屋總價，次為交通便利，第三為建築物外觀。自住動機購買者首重可貸款成

數、次為房屋單坪價格，第三為電梯大樓或公寓型態。贈與動機購買者首重房屋單坪價格，次為生活機能，第三是交通便利。

第二節　研究貢獻

一、研究貢獻

本研究貢獻可分為三個方面:

第一是找出購屋評選決策四項主要因素:品牌因素、產品因素、周邊因素、價格因素，及十四項次因素準則:建商推案實績、建商交易糾紛紀錄、產權使用權能、建築物外觀、電梯大樓或公寓型態、風水考量、生活機能、交通便利、醫療機構、公園綠地、嫌惡設施、房屋總價、房屋單坪價格、可貸款成數。

第二是藉由 AHP 層級分析法，分析建立台北市大安區套房評選決策因素模式的權重。可由三類型購屋動機者方向出發，藉由四項主因素及十四項次因素評選、決策因素在購買台北市大安區套房有所依據。

1.四項主因素及十四項次因素

四項主因素準則可用來評估是否淘汰較不適當之物件，可依照權重排序訂定適當淘汰規則。指標建構階段即結合研究生的參與實務經驗而得的實務經驗，參酌房地產購買決策、評選因素等相關文獻，構建台北市大安區套房購買評估指標架構。本次研究則將評選模式先依購屋動機區分成投資動機購買者、自住動機購買者和贈與動機購買者三類型，先考慮購屋動機評選的基本四項主因素條件，再進一步確認十四項次因素的評選；針對不同購屋動機者，分別進行指標建構與評選得出最最決策評選因素。

2. 評估準則

可依準則權重及不同購屋動機者的準則面向給予參考或評選方向。權重評估階段即本研究採用已成熟的分析技術－AHP 分析法，能夠有效快速權衡主次準則的權重，讓購屋者在選購進入最後決策階段時可以進行最快評估。

第三是提供台北市大安區套房購買決策評選模式可行之評分表，以節省建商或消費者和房屋代銷、仲介時間、人力、物力、精力等，無須浪費彼此時間消耗在無意義的帶看之中。可將本研究所歸納的主因素準則與次因素準則的評估要項，作為重要的參考資訊。如果需要進行整體評估，可依本次研究所得結論中，權重排名前三名的準則作為構建台北市大安區套房購買評分標準的依據，快速作出重點評估，此為本次研究的實際貢獻以及具體幫助。

第三節　未來研究建議

本研究的評選條件僅具參考效果，消費者應依據自身實際購屋需求、政府政策、銀行利率等情況，積極進行因應調整及改善。從業銷售、仲介人員可以多知悉此評選構面，了解不同購屋動機購買者之需求，以此可以有效提升自身的市場競爭能力，最終達成快速、歡喜成交的目標。

對於未來研究建議:

1. 建議增加研究範圍

本研究之個案分析區域選定為台北市大安區，建議後續可選擇不同都會或不同區作出研究，用以驗證評選指標是否適用於其他房型，以及不同的各種方法所獲得的整體評分排序效果。

2. 建議增加分析方法

本研究所建構之台北市大安區套房選購評選模式，選擇採用 AHP 層級分析法，在進行驗證時得以確認其地區消費者分析研究結果。而多準則比較分析方法種類繁多，建議後續可藉由各種分析方法，針對不同的多準則決策問題、方向作分析，期以探討在不同的地區、不同的房屋格局類型下，藉由多種方式所求得之評選結果優劣。

3. 建議增加選取評選準則

本研究以建立台北市大安區套房購買評選決策模式之 AHP 架構。建議後續研究者可以延伸架構、將其他相關準則一併列入進行權重分析比較，進而發展出更完善、適用於各大都會區、各類房型的購買評選模式準則。

參考文獻

一、中文參考文獻

1. 王進祥、盧新海，以層級分析法建立影響消費者購屋因素之研究，(育達科大學)第39期，民國103年12月，第19-38 頁。
2. 王翠瑛(2013)，房地產動機、訊息來源與考量因素-以大台北地區為例，未出版之碩士論文，國立台北大學。
3. 王翔萱(2018)，影響投資不動產決策因素之研究-以新北市新店區為例，未出版之碩士論文，中國科技大學。
4. 方高震(2019)，影響建商推案意願之探討，未出版之碩士論文，國立政治大學。
5. 朱芳妮、張金鶚、陳淑美，已購屋者及購屋搜尋者之購屋需求決策比較分析-兼論顯示性偏好及敘述性偏好之差異，都市與 計劃(民國九十七年)第三十五卷 第四期 第339～359頁。
6. 朱佳玲(2015)，運用層級分析法於影響房地產價格因素之研究-以大台北都會區為例，碩未出版之碩士論文，國立成功大學。
7. 李清文(2014)，年輕族群之購屋研究，未出版之碩士論文，中國文化大學。
8. 李鴻英(2017)，人口結構變遷情況下對購屋行為偏好影響之研究-以台北市為例，未出版之碩士論文，國立政治大學。
9. 林月萍(2003)，房屋市場住宅產品之顧客消費期望偏好知識型決策支援系統，未出版之碩士論文，朝陽科技大學。
10. 林忠樑、林佳慧，學校特徵與空間距離對周邊房價之影響分析-以台北市為例，經濟論文叢刊,42:2(2014),215-271。
11. 林柏伸(2012)，我國課徵奢侈稅對不動產價格與成交量之影響-以台北市為例，未出版之碩士論文，朝陽科技大學。
12. 柯光彥(2014)，不動產成交時價登錄制度實施成效之研究-以資訊揭露為核心議題，未出版之碩士論文，國立中山大學。
13. 柯柏戎(2012)，都會區購屋者對自用住宅環境設施需求之研究，未出版之碩士論文，國立

中央大學。

14. 吳家頡(2015)，消費這購屋決策因素之研究-以苗栗縣竹南、頭份鎮軍公教人員為例，未出版之碩士論文，育達科技大學。

15. 吳聲煌(2010)，影響購屋意願因素之研究，未出版之碩士論文，國立政治大學。

16. 吳毓倫、陳棟樑、吳欣怡，銷售者與購屋者之購屋決策因素研究-以新竹地區為例，管理資訊計算期刊，2020 年第 9 卷特刊 2 第 66-78 頁。

17. 周賢源(2012)，購屋決策考量因素之研究-以台北市與新北市為例，未出版之碩士論文，中華科技大學。

18. 郭晉豪(2017)，消費者購屋決策模式之研究-以高雄地區為例，未出版之碩士論文，國立中山大學。

19. 張明花(2010)，消費者購屋決策影響因素之研究，未出版之碩士論文，國立宜蘭大學。

20. 楊洺濤(2019)，房地選購因素以及相對的重要性相關研究，未出版之碩士論文，國立臺灣師範大學。

21. 楊千慧、黃美婷，運用修正式德非法及層級分析法探討團購行為之關鍵因素，中華管理評論國際學報，2015年2月第十八卷一期。

22. 陳春宏(2005)，採用 DEA/AHP 分析方式探討多重個案之標的選擇-以建設公司之房地產開發決策分析為例，未出版之碩士論文，國立高雄第一科技大學。

23. 葉家銘(2018)，行動廣告對購屋者決策影響之研究，未出版之碩士論文，國立屏東大學。

24. 鄭敬錞(2011)，購屋決策支援系統開發之研究，未出版之碩士論文，國立台北大學。

25. 蘇本雄(2011)，影響消費者購屋決策因素之研究，未出版之碩士論文，崑山科技大學。

26. 戴語彤(2017)，新北市中永和區之購屋決策因素研究，未出版之碩士論文，華夏科技大學。

二、英文參考文獻

1. Satty, T. L. (1980). The Analytic Hierarchy Process, New York: McGraw Hill. International, Translated to Russian, Portuguese, and Chinese, Revised Editions, Paperback.

三、網路參考資料

1. 維基百科，台北市，2021 年 1 月 8 日，取自

https://zh.wikipedia.org/wiki/%E8%87%BA%E5%8C%97%E5%B8%82

2.維基百科，大安區(台北市)，2021 年 1 月 8 日，取自

https://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E5%A4%A7%E5%AE%89%E5%8D%80_(%E8%87%BA%E5%8C%97%E5%B8%82)

3.2020 房產新勢力，2020「工、住、辦」旺 2021 金牛年景氣復甦利房市，2020 年 12 月 29 日，取自:

https://www.fbs168.com/index.php?md=zhuti&cl=newsdetail&at=newsdetail&platform=8&id=2182

4.國立清華大學安富金融工程研究中心，談新冠肺炎疫情對房地產影響，2020 年 3 月 26 日，取自

http://aife.site.nthu.edu.tw/p/406-1389-176264,r8378.php

5.樂屋網，由景氣循環看台灣房市 45 年間 5 次循環，2013 年 2 月 4 日，取自

https://extra.rakuya.com.tw/house_news/%5B%E6%A8%82%E5%B1%8B%E6%83%85%E5%A0%B1%5D%E7%94%B1%E6%99%AF%E6%B0%A3%E5%BE%AA%E7%92%B0%E7%9C%8B%E5%8F%B0%E7%81%A3%E6%88%BF%E5%B8%82%20%2045%E5%B9%B4%E9%96%93%E4%BA%94%E6%AC%A1%E5%BE%AA%E7%92%B0-3447.html

6.吉家網不動產，一張圖秒懂台灣房市六次循環，投資點曝光，2020 年 4 月 23 日，取自

http://www.gwr.com.tw/Pages/Knowledge/NewsDetail.aspx?ID=300567

7.財經 M 平方，台灣房地產，國泰房價指數:全國，2021 年 1 月 8 日，取自

https://www.macromicro.me/collections/15/tw-housing-relative/152/cathay-house-price-index-yoy

8.MyGoNews，6 都單人宅，11 年大增 7 成 6，2020 年 12 月 21 日，取自

https://www.mygonews.com/news/detail?news_id=202348

9.經濟日報，比少子化還嚴重？人口負債，台灣未來無可避免的重大危機，2020 年 11 月 25 日，取自

https://money.udn.com/money/story/5648/5043834#prettyPhoto

10.國家發展委員會，三階段年齡人口變動趨勢，2021 年 1 月 8 日，取自

https://www.ndc.gov.tw/Content_List.aspx?n=D527207EEEF59B9B

11.國家發展委員會，高齡化時程，2021 年 1 月 8 日，取自

https://www.ndc.gov.tw/Content_List.aspx?n=695E69E28C6AC7F3

12.聚亨新聞網，台灣 2020 新生兒跌破 17 萬，首度出現人口負成長，2021 年 1 月 8 日，取自

https://news.cnyes.com/news/id/4557630

13.經濟日報，台北富人購屋地圖曝光，信義區竟只排第六，2021 年 1 月 25 日，取自

https://money.udn.com/money/story/12972/5202410

14.勞動部勞動統計查詢網-台北市，2021 年 3 月 20 取自

https://statfy.mol.gov.tw/map02.aspx?cid=3&xFunc=27

15.內政部不動產資訊平台，住宅價格指數最新報告，109 年第 3 季，2021 年 3 月 20 取自

內政部不動產資訊平台 - 住宅統計 - 政府機關資訊 - 住宅價格指數 (moi.gov.tw)

16.維基百科，層級分析法，2021 年 3 月 20 日取自

層級分析法 - 維基百科，自由的百科全書 (wikipedia.org)

附錄

附錄一：台北市大安區套房購買評選模式基本條件準則相對權重問卷調查表

層級分析法（AHP）問卷

台北市大安區套房購買評選模式條件準則 AHP 調查表

您好：

首先感謝您協助本調查相對權重研究問卷，此份有關「大安區套房購買評選模式研究之問卷調查表」的研擬，目的期望能以各位豐富的實際經驗，依循「層級分析法」（Analytic Hierarchy Process, AHP）的填寫邏輯（比較相對重要性），蒐集並歸整出各位的一致看法，藉此瞭解您對建立台北市大安區不動產套房交易評選模式之意見，以建構台北市大安區不動產套房購買評選模式準則，提供相關專家建議意見供本研究個案參酌。

敬請放心填寫本項問卷，您所填寫的問卷與提供的各項資料，僅供本調查研究分析之用，作為本研究個案建立台北市大安區不動產套房購買格評選模式參考，不另做其他用途。若您有任何疑慮或想瞭解研究結果，歡迎隨時與我聯絡，我將會盡量為您解答。

最後再次誠心感謝您撥冗不吝提供您的寶貴意見，使本調查研究順利進行，非常感謝您的參與！

敬祝　平安順心

NTNU EMBA

指導教授：周世玉

研 究 生：陳湘茹

壹、　第一部份：基本資料

本部分旨在瞭解您的一些基本資料，請您依據實際情況進行填寫，謝謝！

1. 請問您是：□男性 □女性

2. 請問您的年齡是:□30 歲以下 □31~40 歲 □41~50 歲 □51~60 歲 □60 歲以上

3. 請問您的教育程度是：□國中以下 □高中 □大學(專) □碩士 □博士

□其他:_____

4. 請問您的職業是:□家管 □自營商 □製造業 □服務業 □金融業 □軍公教

□退休人員 □其他:_____

5. 請問您的購屋動機是:□自住 □投資置產 □贈與 □其他:_____

貳、　台北市大安區不動產套房購買評選模式之介紹

為建立台北市大安區不動產套房購買評選模式準則，本研究彙整文獻分析、主準則訪談、問卷為基礎，為台北市大安區不動產套房購買評選模式。為求所建立之評選準則架構在實務上皆可行，並且獲得各準則及次準則之權重，本研究擬設計層級分析法之問卷，並對台北市大安區曾經購買套房或即將購買套房之消費者施測，以求出準則權重。

請注意，該圖目前所呈現的評估主準則及次準則排列，不具任何相對重要性或權重的意義。您填寫的內容才會決定各層次評估構面或準則知悉對重要性與後續權重之計算結果。

參、　台北市大安區不動產套房購買評選模式基本條件之層級分析準則表，如下表

套房評選	主準則	次準則
條件因素	品牌因素	建商推案實績
		建商交易糾紛紀錄
		產權使用權能
	產品因素	建築物外觀
		電梯大樓或公寓型態
		風水考量
	周邊因素	生活機能
		交通便利
		醫療機構
		公園綠地
		嫌惡設施
	價格因素	房屋總價
		房屋單坪價格
		可貸款成數

肆、　問卷說明

A.　條件評選順序

第一部分：第一層稱為台北市大安區不動產套房購買評選模式之**主準則**，總計四項。

第二部分：第二層稱為台北市大安區不動產套房購買評選模式之各主準則再細分的**次準則**，總計十四項。

B. 填答說明

為避免在填答過程中的排序失誤所導致「廢卷」產生的遺憾，故依照層級分析法的實務操作邏輯:「必須秉持因素間相對重要性排序的一致性」來做填答。以下以條列方式提供問卷填答說明：

一、建議按問卷提問順序依序填答，以避免排列順序混淆的現象，並請先就同一層級之各項要素依影響的重要性排列順序。

二、在 1、3、5、7、9（同等重要、稍重要、頗重要、很重要、絕對重要）的衡量值中，請依「兩兩比較」方式，評估其相關重要強度。

三、範例：若您認為左邊的指標重要性較大，請在偏左的適當強度中勾選；若您認為右邊的指標重要性較大，請在偏右的適當強度中勾選。（每一列僅勾選一項）。請您對變數間之相互影響程度給予評分，評分等級以 1-9 級表示，9 代表“影響程度最大“、1 代表“影響程度最小“，中間則依照影響程度分別以 8、6、4、2 加以評分。決策評估次項目權重評估填寫範例如下表為例：

例：台北市大安區不動產套房購買評選基本條件，主準則：品牌因素

次準則	絕對重要		很重要		頗重要		稍重要		同等重要		稍重要		頗重要		很重要		絕對重要	次準則
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
建商推案實績									ˇ									建商交易糾紛紀

伍、 問卷評選

【第一部分：第一層稱為台北市大安區不動產套房購買評選模式之**主準則**】

主準則	絕對重		很重要		頗重要		稍重要		同等重		稍重要		頗重要		很重要		絕對重	主準則
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
品牌因素																		產品因素
品牌因素																		周邊因素
品牌因素																		價格因素
產品因素																		周邊因素
產品因素																		價格因素
周邊因素																		價格因素

【第二層稱為台北市大安區不動產套房購買評選模式之各主準則再細分的**次準則**】

基本條件，主準則：品牌因素

次準則	絕對重要		很重要		頗重要		稍重要		同等重要		稍重要		頗重要		很重要		絕對重要	次準則
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
建商推案實績																		交易糾紛紀錄
建商推案實績																		產權使用權能
交易糾紛紀錄																		產權使用權能

基本條件，主準則：產品因素

次準則	絕對重		很重要		頗重要		稍重要		同等重		稍重要		頗重要		很重要		絕對重	次準則
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
建築物外觀																		電梯大樓或公寓型態
建築物外觀																		風水考量
電梯大樓或公寓																		風水考量

基本條件，主準則：周邊因素

次準則	絕對重要		很重要		頗重要		稍重要		同等重要		稍重要		頗重要		很重要		絕對重要	次準則
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
生活機能																		交通便利
生活機能																		醫療機構
生活機能																		公園綠地
生活機能																		嫌惡設施
交通便利																		醫療機構
交通便利																		公園綠地
交通便利																		嫌惡設施
醫療機構																		公園綠地
醫療機構																		嫌惡設施
公園綠地																		嫌惡設施

基本條件，主準則：價格因素

次準則	絕對重要		很重要		頗重要		稍重要		同等重要		稍重要		頗重要		很重要		絕對重要	次準則
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
房屋總價																		房屋單坪價格
房屋總價																		可貸款成數
房屋單坪價格																		可貸款成數

——感謝您支持本研究與耐心地填答，謝謝!——