

學術論著

## 房屋仲介市場與經紀人職業倫理 Housing Brokerage Market and Ethics

李春長\*

Chun-Chang Lee

### 摘 要

本文主要利用資訊不對稱的觀念和經濟誘因與經營型態的角度來探討職業倫理問題。即擁有市場資訊愈多，對市場愈了解者，愈容易形成資訊不對稱的情況，則預期愈會有不符合職業倫理行為之誘因。故服務年數愈長，由於其擁有之市場資訊較多，預期將較會有違反職業倫理之誘因。還有，無底薪結構者，由於從業人員之所得與其績效或業績具有較直接之關係，因績效佳其分享佣金較多，從業人員往往為了成交，使其具有較多不符合職業倫理規範之誘因。此外，由於直營系統相較於加盟系統之制度較完善，且較重視品牌和公共形象，故其從業人員具有較佳之倫理觀念。驗證結果得知，服務年數愈低，愈是不同意在交易過程中洩漏買方願意付最高價格或賣方願意賣之最低價格。有底薪的從業人員較同意在協商過程中為賣方之利益而努力，此可能在於有底薪之方式其薪資之多寡與業績較無直接關係，分享佣金的比例較少，欺瞞賣方的誘因較低，使得經紀人員較能盡到委託之義務。直營系統之從業人員對於在協商過程中為賣方之利益而努力持較贊同的看法。此亦顯示可能直營系統制度較完善，較重視品牌和公共形象有關。另外，本文亦探討人口特徵，諸如經紀人性別、年齡、以及教育程度等和倫理規範的關係。

關鍵詞：房屋仲介市場、倫理、資訊不對稱、薪資結構、經營型態

### ABSTRACT

This paper investigates the relationship between the housing brokerage ethics and demographic variables such as sex, age, income, level of education. This paper also explores the relationship between the housing brokerage ethics and type of management, compensation structure. The results of this study show that ethical decision by brokers may alter according to age, position of brokers, experiences, license, compensation structure, type of management, and location.

**Key words: housing brokerage market, ethics, asymmetric information structure of earnings, management types .**

(本文於2001年7月16日收稿，2003年1月16日審查通過)

\* 作者為國立屏東商業技術學院不動產經營系副教授兼代不動產經營系主任與休閒事業經營系主任。屏東市民生東路51號 TEL (08)7238700轉3200, 6255 EMAIL lcc@ npic.edu

## 一、前言

個人倫理觀念與價值觀影響著企業之活動。就房屋仲介市場而言，若缺乏以互信的倫理價值觀為基礎，在不動產交易過程中，糾紛勢必層出不窮，導致交易成本的增加。法律雖可約束企業之活動，但是，法律僅止於約束行為的最低界限。法律無法確保每個人的行為都符合倫理規範。若沒有更高行為準則的倫理規範，涉及交易之各方必是爾虞我詐，徒然浪費資源。故企業或組織機構常會制定一些行為規範(code of conduct)或倫理規範(code of ethics)來約束所屬成員的行為。(註1)

長期以來，職業倫理一直被國內經紀業所忽視，縱使有些公司已體認到職業倫理的重要性，但往往在業績的考量下，經紀人的職業道德常被忽略，以致交易糾紛還是時有所聞。文獻上有關房屋仲介業職業倫理之研究依然寥寥可數，早期Sturdivant and Cocanougher(1973)探討五種行業(管理者、學生、勞工、家庭主婦以及房屋仲介業)的倫理觀念，發現不同行業間其對於職業倫理的判斷有所差異。晚近，Allmon and Grant(1990)利用voice stress analysis方法探討不動產銷售人員對於倫理問題的反應，結果發現即使正式倫理規範的提出，仍然沒有辦法保證銷售人員將會堅守倫理規範。最近，Okoruwa and Thompson(1999)研究房屋仲介業之實務運作和全國不動產經紀人協會之倫理準則與實務標準和愛荷華州實務標準之關係，應用調查方式探討經紀人屬性與其執業時之職業倫理的關係。其研究結果發現，經紀人之教育水準、所得及性別的不同對於倫理的判斷會有差異，而年齡和是否全職並不會改變經紀人的倫理決策。雖然，國內目前並無有關房屋仲介市場職業倫理之研究。但是，我們可以預知在市場更加成熟時，有關倫理的討論將益形重要。

在美國除了有證照法(license law)、代理法(agency law)、契約法(contract law)等管制和規範不動產業外，為彌補這些法令之不足，有所謂的倫理規範。在台灣則有公會所頒的道德倫理規則以及各房屋仲介公司本身所制定之作業規則。這些規範提供市場參與人員適當的行為準則。Miller(1999)指出公會制定這些規範，基本上可能存在著一些潛在的利益，如增進企業之公共形象，可以避免政府之介入管制，保護成員免於法律訴訟，以及維護一般公眾的利益。無論如何，倫理規範能否被遵循常常是基於個人自願的行為，而不具有法律上的強制力。

本文將探討人口特徵，諸如經紀人學歷、性別、年齡、以及婚姻狀況、所學領域、所得、職位、工作時數和倫理規範的關係。還有，本文將探討從業人員服務年資、薪資結構、經營型態(直營、加盟)、取得證照否和不同區域之經紀人員對經紀人執業時之倫理判斷有何差異。本文除首節前言之外；第二節則說明倫理的觀念與意義；第三節則為相關理論和假說建立；第四節為資料之取得和分析方法的說明；第五節為實證結果分析；最後一節則為本文之結論。

本文與以往研究之主要差異，在於我們利用資訊不對稱的觀念和經濟誘因與經營型態的角度來探討職業倫理問題。由於不動產仲介市場本身即屬於資訊不對稱的狀態。即仲介業所擁有市場資訊或房屋狀況資料遠比消費者為多。此隱含著仲介業者有欺騙與操控消費者的能力。另國內大型房屋仲介公司之薪資結構不一樣，有採用有底薪與無底薪的型態，因此，可從誘因角度來探討不同薪資結構與倫理關係。此外，國內房屋仲介業經營型態之競爭很激烈，加盟擴充速度快，但人員素質與制度較不整齊，故相對而言較有可能違反職業倫理。最後，本文多考慮了不同區域之經紀人員、考取證照否其對於職業倫理的看法是否有所差異。透過本文之研究對

於了解現階段國內房屋仲介業經紀人員之職業倫理觀念將有所幫助。

## 二、倫理的觀念與意義

一般常認為倫理是一種規則和信念引導人們的行為，幫助人們決定對或錯、好或壞。其實，社會上的某些倫理觀念與標準已經被融入法律裡。但是，某些倫理規範並非法律，他是我們行為應該如何的信念體系。Ferrel, Greham, and Fraedrich(1989)即將倫理界定為強調「對」和「錯」之決策的人類行為的哲學和研究。還有，倫理亦常被定義為適當的行為。(Miller, 1999)另外，辭典上常將倫理定義為：一特別個人、宗教、團體或職業的道德規則或系統；道德判斷 (moral judgment)和行為標準(standards of conduct)的研究。但是，事實上如何分辨對與錯？何謂適當的行為？在實務上要判別何種行為符合倫理，並不容易。

常見不符合倫理或真理的種類有：說謊(lying)、故意欺騙(deliberate deception)、洩漏秘密或專屬訊息(proprietary information)、保留訊息(withholding information)、未能適當的提供訊息傳佈、容許自己判斷受到腐化(corrupted)、未能主動找出真相。相對的，信任、誠實、努力工作、自我犧牲、關懷別人則被視為具有正面的倫理價值。Nash(1993)提出一些準則來研判不合倫理的作法，以便將「對」與「錯」劃分清楚，其包括六個問題：1.它對嗎？2.它公平嗎？3.我能將此事向大眾或一值得尊敬的長者揭露嗎？4.我正在傷害任何人嗎？5.我會要我的小孩去做這件事嗎？6.它通得過醜行測試(the stink test)嗎？(註2)

本文並不擬直接對倫理做進一步的界定，我們將直接利用 Miller(1999)、Okoruwa and Thompson(1999)之研究和國內房屋仲介業所制定之道德準則及參考不動產經紀業管理條例中的觀念來探討其與房屋仲介業實務運作的關係。

## 三、相關理論與假說建立

了解倫理對於交易各方在經濟上之意涵相當重要。倫理並非僅只是一般人所謂之理想和表面上之道德意義而已。依據Hrubi's的社會系統理論，其假定不動產產業成員之行為是建構在自己個人的自利上，而為維持一般大眾對他們的信賴，此自利行為必須是符合誠實的和可信賴的。只有大眾的信賴，他們才可能永久的在市場上生存。但是，在現實市場上，業者或經紀人常有為獲得利潤而有不符合企業倫理的行為出現，這種短期操作的心態可說是極為普遍。如此的行為，將造成大眾對他們的信任感之喪失。長期而言，由於為維持社會系統之可運作，市場本身所具備之自我管制的(self-regulation)力量將使得他們難以得到社會和大眾之信任，最後被迫退出市場。(Homann, 1999)但是，事實上，市場本身所具有之自我管制之機制並不存在，使得這種自我調整並沒有發生，故市場上仍常見存在著許多違反倫理的不誠實和不可靠的行為之現象。Homann(1999)利用簡單的賽局模型來說明，支持產業內不同專業團體缺乏信賴的假定。即產業內缺乏相互預期(mutual expectations)系統。所謂相互預期是指市場參與者皆採取道德之行動，使得參與者之福利達到最大。此模型說明相互預期可導致較佳的表現。換言之，任由市場機制運作，相互競爭之業者或經紀人，在缺乏相互預期下，最後皆將採取不道德的行動，使得業者之福利並非最大。因此，一具有準則的約束系統(binding system)和管制 - 行為準則(rules of conduct)，是可能的解，對創造產業內之相互預期將會有所幫助，則將可提升相互競爭業者之福利水準。

Fred, Chung and Hoag(1990)指出若交易過程中是複雜的與充滿著不確定性，則交易雙方若能具有誠實、開放和體諒的心態，對於降低交易成本和消除投機行為將會有所助益。Manning(1999)認為此點很容易理解，當買方、賣方在交易過程中具有相互體諒與互信(mutual trust)，就比較能夠了解一方之需求，則較容易達成交易。一方之商譽良好，有倫理觀念，能夠體諒另一方，使得協議過程簡化與縮短交易時間，故可以減少雙方之成本。雙方互相信賴對方之動機和意圖，就無須浪費時間和金錢在一些沒有根據的猜疑和另一方似乎無法解釋的行為上。

Miller(1999)曾經列舉了在不動產交易過程中，經紀人員的一些行為常常被買方與賣方雙方所抱怨，諸如一經紀人員聲稱其是獲致銷售成功的主要原因，事實上，他或她在交易過程中並非主要的貢獻者；為得到委託之權利，先行向潛在之賣方誇大其物件之市場價值，之後再說服賣方降低其物件之價格；同樣的，為獲致賣方之委託，向賣方聲稱其擁有相同嗜好與需求之潛在買方的資料，實際上，並沒有此一潛在的買方存在；保留一到期之委託契約，為了吸引一新的潛在買方。在協商過程中，洩漏買方願意接受之最高價或賣方願意接受之最低價之有關的機密訊息；為獲得較高的佣金，只展示自己的物件給一買方，而其他廠商所擁有之可用和適合的物件並沒有提供給潛在之買方或是直接介紹給自己的朋友。(註3)

Miller(1999)認為對一個專業的銷售人員而言，較不會違反代理的義務或有不誠實的行為。但是，在市場疲軟(soft)和交易量少下，心急的經紀人員想要維持高標準倫理規範是有困難的。相對的，在一活絡的(active)市場，忙碌的經紀人員比較容易維持專業的和誠實的行為。此外，不論學校、業界之教育訓練，其對經紀人執業時之倫理觀念也可能會有很大的影響。

我們可以得到從業人員或產業之所以具有遵守職業倫理之誘因主要在於產業本身之自我管制機制、從業人員相互預期使得參與者之福利最大、降低交易成本之考量等。另外，造成從業人員較不願意遵守倫理規範之主要原因為：市場不景氣，為了成交使得從業人員降低遵守倫理規範的誘因；資訊不對稱使得從業人員有欺騙消費者之潛在誘因；由於從業人員之薪資結構，因為成交愈多，其所獲得分享之佣金愈多，故具有潛在之不符合倫理規範的誘因。經紀人員之所得主要是由銷售房屋所得佣金之分配而得。在銷售過程中，經紀人員之行為常會不符合倫理規範，Okoruwa and Thompson(1999)認為補償結構(compensation structure)應該是壓力的主要來源。即成交的物件愈多，其所分得之佣金愈多。另外，Yinger(1981)、Crockett(1982)是較早將代理人理論引到房屋交易市場的學者，他們研究仲介業作為中間人(middlemen)居間的角色(撮合買賣雙方)和仲介業投入搜尋活動的效率問題。有些學者研究賣方和仲介業雙方於努力水準和保留價格面向上，存在著潛在的利益衝突，即探討當事人和代理人關係中的誘因問題 (incentive problems)(Jud, 1983; Wu and Colwell, 1986; Zorn and Larsen, 1986; Anglin and Arnott, 1991)。(註4)基於不動產市場為資訊不對稱下，Arnold(1992)利用連續搜尋模式(sequential search)來分析不動產市場上的代理人問題，賣方和仲介業間之底價或保留價格(reservation price)如不一致兩者之間將會有目標衝突產生，仲介業會有誘因怠惰(shirk)不願意做較多的搜尋，或因而提供不確實的市場訊息給賣方。是故不動產市場本身所具有之資訊不完全特性，一般經紀人員所擁有資訊遠非消費者可比擬，故易形成資訊不對稱的現象，使得房屋仲介經紀人員有欺瞞消費者的誘因，隱藏著不符合職業倫理之行為。

因此，我們根據以上文獻可得知，擁有市場資訊愈多，對市場愈了解者，愈容易形成資訊不對稱的情況，則預期愈會有不符合職業倫理行為之誘因。故我們想探討服務年數愈長，由於

其擁有之市場資訊較多，所面對之不確定性較低，所以，預期將較會有違反職業倫理之誘因。(註5)此為本文之第一個假設。還有，就薪資結構而言，無底薪結構者，由於從業人員之所得與其績效或業績具有較直接之關係，因績效佳其分享佣金較多，從業人員往往為了成交，使其具有較多不符合職業倫理規範之誘因。此為本文之第二個假設。此外，由於直營系統相較於加盟系統之制度完善，且較重視品牌和公共形象，故其從業人員具有較佳之倫理觀念。(註6)此則為本文之第三個假設。關於性別對於倫理的看法方面，Beltramini, Peterson and Kozmetsky(1984)對美國2856位大學生進行企業倫理之調查發現女學生比男學生較關心企業倫理的問題，顯示女生比男生具道德感。Jones and Gautschi(1988)的研究亦發現女性比男性對企業道德問題更具強烈感覺。Reidenbach and Robin(1990)發展出來的多元道德衡量進行道德判斷、行為意圖之測試，結果發現男學生與女學生在道德決策的判斷、行為意圖及道德行為上有顯著差異，女性比男性注重責任及正義。Athey(1993)亦認為性別會影響其倫理信念。還有，Khazanchi(1995)指出女生比男生較能分辨非倫理行為。故我們亦驗證性別對於房屋仲介倫理的看法是否具有明顯的差異。Kohlberg and Kramer(1969)指出對於成年人而言，責任感會隨著年齡的增加而提高，可是年齡本身並沒有顯著的影響道德認知發展，他們將之歸因於生活經驗對於道德認知發展的持續性影響所造成。換言之，工作經驗對於道德的影響更為重要。Rest, Turiel and Kohlberg(1973)發現成年人的道德成熟度和正式的教育水準有相當程度的相關。Schlaefli, Rest and Thoma(1985)認為道德認知發展和知識能量的增加有關。(註7)因此，我們預期教育程度愈高，則其愈具有倫理觀念。就買賣透過房屋仲介業來提供服務方面，北部之比例遠比中南部高出很多。而且，北部之仲介市場結構亦比中南部競爭。(李春長，2000b)所以，我們預期北部之從業人員將較中南部從業人員更強調倫理之規範。另外，我們亦想了解婚姻、職位階層如店長、所得、取得證照者、所學領域、工作時數之不同，其職業倫理觀念是否具有顯著性的差異。

國內各房屋仲介公司大抵對其經紀人員之職業倫理皆作了一些規範，公會本身亦有對其成員規定了一些倫理準則。雖然，要在實務上研判何種符合倫理行為並不是件容易的事，但本文仍然利用公會所製作的規範(請參見附表一)與信義房屋公司之作業規範做為參考藍本。現將與本文研究有關的倫理規範列示如下：

### 1. 保護消費者權益

第一條：維護消費者權益是最神聖的使命。(公會)

第二條：貫徹業務保密責任，不得洩漏客戶隱私。(公會)

第三條：做好產權調查，善盡充分告知之義務。(公會)

### 2. 堅持公平交易

第五條：維護公平交易之精神，堅持交易透明及價格公開。(公會)

維持仲介業者之中間立場，只擔任仲介角色，絕不介入買賣。(信義房屋)

堅定仲介經紀人之立場，絕不因個人之好惡與利益而去偏袒買賣雙方中之任何一方。(信義房屋)

### 3. 提昇專業素養

第十條：掌握市場資訊，提供正確行情，增進專業能力。(公會)

不輕易對客戶許諾，不做不適當之承諾；若有合法、合理之允諾，則應說到做到。(信義房屋)

根據文獻上的討論與國內公會對於不動產業之倫理規範，本文將不動產經紀業之職業倫理設定有八個變數，即以這八個變數為依變數詳細定義(請參見表一)，人口特徵為自變數。此八個

依變數為告知買方、揭露義務、銷售時間、所有物件、立即回報、洩漏價格、誇大市價以及賣方最佳利益。(註8)而告知買方、揭露義務、銷售時間三個變數以類別尺度 (nominal scale or categorial scale)來衡量，所有物件、立即回報、洩漏價格、誇大市價以及賣方最佳利益這五個變數則以李克特(Likert)五等量表來衡量，其為順序尺度(ordinal scale)。

#### 四、資料與分析方法

本文以問卷方式調查各大房屋仲介公司之經紀人員。並以統計分析人口變數如經紀人員年齡、性別、教育程度 )與職業倫理間的關係。主要以全國房屋流通網網站上所列之房屋公司以及太平洋房屋公司為抽樣之主體(註9)，其涵蓋國內所有大型連鎖房屋公司，包括直營系統和加盟系統，但未包括自營之公司。並以各公司之分店為調查的對象。每一分店抽取一位從業人員接受調查。而限於人力和成本的考量，本研究採用郵寄調查的方式。調查時間為2000年8月份，共寄出862份問卷，回收問卷總計為161份，包含退回(結束營業或地址遷移)23份，整份問卷未回答4份，1份回答不完全，真正可用於本文分析使用之有效問卷數為133份，有效回收率約為15.3%左右。

國內房屋仲介從業人員之年齡方面，30歲以下佔33.3%，31歲以上佔66.6%。男性之從業人員約佔82.6%，女性約佔了17.4%。此或許反應了房屋仲介業的工作特性，由於房屋仲介工作常需利用假日和晚上的時間工作，且又常需出外帶看房屋，對於女性從業人員確屬不便。在教育程度方面，平均接受教育年數約為14年，以專科畢業者最多，約為49.2%，其次為高中職畢業者

表一 八個依變數之定義

---

**告知買方：**

從業人員在展示物件(或帶看)時或者是在潛在買方對物件出價時將物件的狀況完全的告知潛在之買方。

**揭露義務：**

賣方完全的告知物件狀況可否減輕從業人員對買方揭露物件之缺點或瑕疵的義務。

**銷售時間：**

從業人員是否應該告訴潛在買方物件已銷售了多少時間。

**所有物件：**

在第一次與買方會面時，是否就應該提供所有的物件以滿足買方的需求。

**立即回報：**

在買方出價之後，經紀人員是否應該立即回報給委託之賣方知道。

**洩漏價格：**

經紀人員在交易過程中是否可以洩漏買方願意付最高價格或賣方願意賣之最低價格。

**誇大市價：**

經紀人員為了簽得賣方之委託契約，可否先行誇大賣方物件之市場價值，等簽得委託契約後，再說服賣方降低訂價。

**賣方利益：**

在協商或議價過程中，從業人員是否應該總是為了賣方的最佳利益而努力。

---

約佔23.5%，而大學以上畢業者約佔7.3%。而若以大專畢業以上來計算則共佔了76.5%。此正說明了近年來，大型連鎖房屋公司對於新進銷售人員的學歷要求必須是大專以上畢業者有關。而在所學方面，商管領域約佔33.3%，理工領域約佔44.0%，農醫領域佔6.8%，文法佔3.0%，其他領域則佔11.4%。顯見，目前市場上的房屋仲介從業人員，未必是與自己原先所學的專業領域有關。因此，各大型房屋仲介公司莫不對於新進人員的教育訓練非常重視。所得方面，平均每年所得約為90萬，所得在60萬元以下者佔20.5%，60萬至72萬間約佔22.7%，72萬至84萬佔11.4%，84萬至96萬約佔6.8%，96萬至108萬佔9.1%，而156萬以上者亦佔了約2.3%。顯示房屋仲介從業人員，與一般行業從業人員比較起來，屬高所得者亦不少。在職位方面，以店長或店東所佔比例最高約為41.2%，高級主任約佔13.7%，主任佔14.5%，一級經紀人佔13.7%，二級經紀人約佔6.9%，而新進人員僅佔2.3%。而在服務年數方面，從業人員之服務年數平均約為6.3年，以5年至6年間最多約佔21.2%，而11年以上者僅佔19.0%。每星期工作時數方面，平均約為67.6小時，而50小時以下者僅佔7.6%，51至60小時間佔19.0%，61至70小時間最多約佔31.8%，71至80小時間約佔26.5%，81小時以上亦有15.2%。可見，一般房屋仲介工作的時間投入遠比其他行業還多。這對強調正常休閒活動的人而言，確屬畏途。而從業人員工作區域方面，北部佔5.2%，中部佔14.4%，南部佔20.5%。(註10)在薪資結構方面，有底薪、有個人與團體獎金者佔56.5%，無底薪、有個人與團體獎金者佔3.1%，無底薪、有個人無團體獎金佔34.4%，其他則佔6.1%。足見，國內房屋仲介業之薪資結構大致上是以有底薪、有個人與團體獎金者和無底薪、有個人無團體獎金者為主要類型。故本文擬將無底薪、有個人與團體獎金和無底薪、有個人無團體獎金歸類稱之為無底薪類型，而有底薪、有個人與團體獎金者則稱之為有底薪類型。經營型態方面，加盟系統佔67.4%，直營系統者佔32.6%(有關人口特徵變數之描述統計資料請參見表二)

在統計分析處理方面，我們利用Lambda關聯測量法中之不對稱形式(asymmetrical version)來衡量人口變項和告知買方、揭露義務、銷售時間之關係。(註11)還有，本文應用卡方檢定來分析人口變項與告知買方、揭露義務和銷售時間之關係。另外，本文使用單因子變異數分析(ANOVA)來分析人口變項與所有物件、立即回報、洩漏價格、誇大市價以及賣方最佳利益之關係。

## 五、實證結果分析

房屋仲介市場上，常存在著一些違反職業倫理的現象，諸如欺屋齡、灌坪數、假買斷、暗賣、回頭殺、騙委託以及騙貸款等(註12)。實際上很難知道其發生狀況與確實的資料。經由本文調查從業人員得知，房屋仲介市場上不符合倫理規範的行為或許還是普遍存在著。特別是，從業人員回答最近有否聽說過同行騙委託的情形，約有80%的人回答有。灌坪數的情形次之，有51%的人聽說過。假買斷部分，亦有45%的人回答最近有聽說過。(請參見表三)儘管，市場上發生這些有損消費者利益的行為，實際上之真相為何不得而知，然而透過對於從業人員之調查，這些現象應該是確實存在於市場中。當然在問及從業人員是否同意這些行為時，大多數皆回答不同意。

首先，我們說明八個依變數之基本統計量(參見表四、表五)。在告知買方、揭露義務和銷售時間三個依變數方面，就告知買方部分，有81.3%的人回答會在展示物件或帶看時將物件的狀況完全的告知潛在之買方，而僅有18.7%的人於買方對物件出價前才將物件的狀況完全的告知潛在

表二 樣本特性之描述統計

	次數	百分比		次數	百分比
性別					
男生	109	82.6%	女生	23	17.4%
年齡					
30歲以下	44	33.3%	31歲以上	88	66.7%
婚姻狀況					
已婚有小孩	70	53.4%	已婚沒有小孩	9	6.9%
未婚	52	39.7%			
教育程度					
高中(職)或以下	31	23.5%	專科	65	49.2%
大學以上(含二技、四技)	36	27.3%			
所學領域					
文法	4	3.0%	商管	44	33.3%
理工	58	44.0%	農醫	9	6.8%
家政	2	1.5%	其他	15	11.4%
平均年所得					
600,000元以下	27	20.5%	600,001 720,000	30	22.7%
720,001 840,000	15	11.4%	840,001 960,000	9	6.8%
960,001 1,080,000	12	9.1%	1,080,001 1,200,000	12	9.1%
1,200,001 1,320,000	9	6.8%	1,320,001 1,440,000	5	3.8%
1,440,001 1,560,000	10	7.6%	1,560,001元以上	3	2.3%
職位					
新進人員	3	2.3%	二級經紀人	9	6.9%
一級經紀人	18	13.7%	主任	19	14.5%
高級主任	18	13.7%	店長	54	41.2%
其他	10	7.6%			
服務年數					
2年以下	17	12.9%	2年(含) 4年	20	15.2%
5年 6年	28	21.2%	7年 8年	19	14.4%
9年 10年	23	17.4%	11年以上	25	19.0%
每週工作時數					
50小時以下	10	7.6%	51 60小時	25	19.0%
61 70小時	42	31.8%	71 80小時	35	26.5%
81小時以上	20	15.2%			
證照					
尚未取得證照	69	52.7%	取得經紀人證照	62	47.3%
薪資結構					
有底薪、有個人業績獎金和團體獎金	74	56.5%			
無底薪、有個人業績獎金、有團體獎金	4	3.1%			
無底薪、有個人業績獎金、沒有團體獎金	45	34.4%	其他	8	6.1%
經營型態					
加盟	89	67.4%	直營	43	32.6%
區域					
北部	86	65.2%	中部	19	14.4%
南部	27	20.5%			



表三 受訪者違反職業倫理之情況分析

	有	沒有	不知道	樣本數
欺屋齡	29.80%	60.30%	9.90%	131
灌坪數	51.50%	43.20%	5.30%	132
假買斷	45.50%	44.30%	10.70%	131
暗賣	35.10%	53.40%	11.50%	131
回頭殺	32.10%	55.70%	12.20%	131
騙委託	80.20%	13.70%	6.10%	131
騙貸款	29.30%	54.90%	15.80%	133

表四 受訪者對於三項職業倫理之看法

告知買方：		
	在展示物件時或帶看時	81.30%
	在買方對物件出價前	18.70%
	樣本數	128
揭露義務：		
	可完全的減輕義務	29.30%
	可減輕一些義務	50.40%
	完全不會減輕義務	20.30%
	樣本數	123
銷售時間：		
	應該	35.70%
	不應該	40.50%
	不知道或不確定	23.80%
	樣本數	126

表五 受訪者對於五項職業倫理之看法

	非常同意	同意	沒有意見	不同意	非常不同意	平均數
所有物件	20.90%	34.10%	6.20%	34.10%	4.70%	2.66
立即回報	51.50%	36.90%	1.50%	10.00%	0.00%	2.95
洩漏價格	12.20%	19.10%	14.50%	42.00%	12.20%	3.23
誇大市價	1.50%	4.50%	9.10%	52.30%	32.60%	4.11
賣方利益	24.60%	34.60%	16.20%	22.30%	2.30%	2.43

註：非常同意給數值1，同意給數值2，沒有意見為3，不同意為4，非常不同意為5。

之買方。符合職業規範的行為應該是在展示物件時將物件的狀況完全告知潛在買方，這可使得買方得到較完整的資訊，以便在做決策之前便了解整個狀況，才不致損及買方的利益。

在揭露義務部分，有29.3%的人認為賣方完全的告知物件狀況可以減輕對買方揭露物件缺點或瑕疵的義務，有50.4%的人認為可以減輕一些義務，而認為完全不會減輕義務者佔20.3%。即有79.7%的人可能在交易過程中，不會揭露物件的瑕疵或缺點給潛在買方知道，這可能會對消費者造成傷害。

在銷售時間部分，有35.7%的人認為應該告訴潛在買方物件已銷售了多少時間，有0.5%的人認為不應該，回答不知道或不確定者有3.8%。知道物件在市場上已賣了多久，可以讓消費者做更正確的判斷，增加消費者議價與協商的能力。從業人員應有義務讓交易更透明化，資訊更公開化。

其次，在所有物件、立即回報、洩漏價格、誇大市價和賣方之最佳利益五個依變數方面，有55%的人贊同在第一次與買方會面時，就應該提供所有的物件以滿足買方的需求，有41.8%的人不同意。沒有意見者佔6.2%。在立即回報部分，有88.4%的人贊同在買方出價之後，經紀人員應該立即回報給委託之賣方知道，而同意者僅佔10%。在洩漏價格部分，有31.3%贊同經紀人員在交易過程中洩漏買方願意付最高價格或賣方願意賣之最低價格，有4.2%的人不贊同，沒有意見者佔14.5%。在誇大市價部分，僅有6%的人贊同經紀人員為了簽得賣方之委託契約，可先誇大賣方物件之市場價值，等簽得委託契約後，再說服賣方降低訂價，而有5.9%的人不贊同，沒有意見者約佔9.1%。在賣方最佳利益部分，有59.2%的人在協商或議價過程中，總是為了賣方的最佳利益而努力，有24.6%的人不贊同，另外16.2%的人沒有意見。

由表六可知，以性別解釋告知買方、揭露義務、銷售時間無法有效減少誤差，表示性別與此三個變數之間並沒有明顯的關聯。用年齡來解釋揭露義務和銷售時間可以有效減少誤差的分別為8.20%及12.00%。婚姻狀況預測銷售時間可以有效減少4.00%的誤差。教育程度可解釋告知

表六 樣本特性與告知買方、揭露義務、銷售時間間之關係

	告知買方	揭露義務	銷售時間
性別	0.0000	0.0000	0.0000
年齡	0.0000	<b>0.0820</b>	<b>0.1200</b>
婚姻	0.0000	0.0000	<b>0.0400</b>
教育程度	<b>0.0417</b>	<b>0.0328</b>	<b>0.0800</b>
所得	0.0000	<b>0.0833</b>	<b>0.1644</b>
職位	0.0000	<b>0.0164</b>	<b>0.0533</b>
服務年數	0.0000	<b>0.0328</b>	<b>0.1067</b>
工作時數	0.0000	<b>0.0820</b>	<b>0.0667</b>
所學領域	0.0000	0.0000	<b>0.0800</b>
取得證照否	0.0000	0.0000	<b>0.0133</b>
薪資結構	0.0000	0.0164	<b>0.0533</b>
經營型態	0.0000	0.0000	<b>0.0400</b>
區域	0.0000	0.0000	<b>0.1067</b>

表中之值為Lambda值。

買方、揭露義務和銷售時間，其可減少的誤差分別為1.17%、3.28%與8.00%。所得可用來解釋揭露義務和銷售時間，其可以有效減少的誤差分別為8.33%與16.44%。職位、服務年數、工作時數可用來解釋揭露義務和銷售時間。所學領域解釋可銷售時間，其可有效減少8%的誤差。經紀人考照及格否可以解釋銷售時間，其可以減少的誤差為1.33%。薪資結構可以解釋揭露義務與銷售時間，可以減少的誤差分別為1.64%和5.33%。經營型態可以解釋銷售時間，其有效減少的誤差為4.00%。區域變數可以解釋銷售時間，其可以有效減少的誤差為10.67%。

換言之，用來解釋告知買方變數者，僅有教育程度此一變數。與揭露義務有關的變數有年齡、教育程度、所得、職位、服務年數、工作時數和薪資結構。最後，與銷售時間有關的變數有年齡、婚姻、教育程度、所得、職位、服務年數、工作時數、所學領域、取得證照否、薪資結構、經營型態和區域這些變數。

接著，我們使用卡方檢定來檢定人口特徵變數和告知買方、揭露義務和銷售時間的關係。(請參見表七、八)另外，我們用人口特徵變數來解釋所有物件、立即回報、洩漏價格、誇大市價以及賣方最佳利益之差異(註13)，經由變異數分析，達到5%顯著水準之變數可參見表九。我們先討論本文三個主要假設之驗證結果，服務年數的不同對於洩漏價格的看法有明顯的差異。服務年數愈低，則平均數有愈高的趨勢。表示服務年數愈低，愈是不同意在交易過程中洩漏買方願意付最高價格或賣方願意賣之最低價格。服務年數愈長，對於市場資訊掌握愈多，且對於市場運作較亦較清楚，和消費者之間存在著較高之資訊不對稱，其將會有較高之誘因不符職業倫理之概念。薪資結構之不同對於賣方之最佳利益的評價亦明顯的不相同。有底薪的從業人員較同意在協商過程中為賣方之利益而努力，此可能在於有底薪之方式其薪資之多寡與業績較無直接關係，分享佣金的比例較少，欺瞞賣方的誘因較低，使得經紀人員較能盡到委託之義務。經

表七 年齡與揭露義務間之卡方檢定

年齡	減輕義務			總計
	完全減輕義務	減輕一些義務	完全不會減輕義務	
30歲以下	12 (25%)	20 (41.7%)	16 (33.3%)	48
31歲以上	24 (32%)	42 (56%)	9 (12%)	75
總計	36	62	25	123

自由度為2  $p = 0.016$ ，5%顯著水準

表八 銷售區域與告知銷售時間間之卡方檢定

銷售區域	告知銷售時間			總計
	應該	不應該	不知道或不確定	
北部	33 (41.3%)	25 (31.3%)	22 (27.4%)	80
中部	5 (26.3%)	9 (47.4%)	5 (26.3%)	19
南部	7 (25.9%)	17 (63.0%)	3 (11.1%)	27
總計	45	51	30	126

自由度為4  $p = 0.049$ ，5%顯著水準

營型態之差異對於賣方利益的看法亦不同。直營系統之從業人員對於在協商過程中為賣方之利益而努力持較贊同的看法。此亦顯示可能直營系統制度較完善，較重視品牌和公共形象有關。(請參見表九)

此外，我們得到年齡差異對於揭露義務的看法有明顯的不同。賣方完全告知物件狀況會減輕從業人員揭露物件瑕疵或狀況的義務，30歲以下者認為完全不會減輕義務者佔33.3%高於30歲以上之12%。相對的，認為能完全減輕義務者，30歲以下者佔25%，而30歲以上者則佔32%。顯示年齡之差異對於揭露物件義務的看法有明顯的不同。(請參見表七)年齡的不同對於立即回報的看法亦有明顯的差異。30歲以上者相較於30歲以下者較不同意買方出價之後，經紀人員應該立即回報給委託之賣方知道，此與卡方檢定結果相同。從業人員年齡在30歲以下者與30歲以上者對於洩漏價格的看法亦有明顯的不同，30歲以下者較不同意在交易過程中洩漏買方願意付最高價格或賣方願意賣之最低價格。年齡愈大，愈不符合職業倫理傾向。(請參見表九)

不動產經紀人考試及格者與不及格者對於所有物件的看法存在著明顯的差異。在問及「在第一次與買方會面時，就應該提供所有的物件以滿足買方的需求」時，考試不及格者較贊同此項看法。此與公會之規範第十條「掌握市場資訊，提供正確行情，增進專業能力」有關。就此條而言，業者應該在第一次與買方會面時，即提供所有物件以滿足買方之需求，而考試及格者反而較不贊同此項看法。經紀人考試及格者與尚未及格者同樣的對於洩漏價格亦有顯著不同的評價。經紀人考試尚未及格者，較不同意在交易過程中洩漏買方願意付最高價格或賣方願意賣之最低價格。(請參見表九)職位之不同對於洩漏價格的看法亦有明顯的差異，店長相較於經紀人或主任較同意在交易過程中洩漏買方願意付最高價格或賣方願意賣之最低價格。店長負責經營成敗，為了成交關係可能會有較大的誘因違反職業倫理業的傾向，還有，店長一般都較資深且對市場資訊之擁有較豐富，較可能有欺瞞消費者之可能。不同區域的從業人員對於應否告知潛在買方物件已銷售多久之看法亦有明顯的不同。認為應該告知物件已賣多少時間者，北部之從業人員為41.3%高於南部與中部之從業人員。相對的，認為不應該告知者南部之從業人員最高佔63%。此隱含南部之從業人員在交易透明化與資訊公開化方面仍有待加強。另外亦可能表示北部消費者對於市場資訊的了解較多，以及北部市場之競爭較激烈所致。(請參見表八)不同區域之經紀人對於誇大市價的評價亦不相同。南部之經紀人員較不贊同為了簽得物件之委託，而誇大賣方物件之價值。此或許隱含北部市場較具競爭性，先騙得委託再說，還有，整體而言，北部房屋總價高，較易誇大其價值。(請參見表九)

總之，我們可以得到年紀愈大、服務年數愈久、考試及格者、店長、無底薪型態和加盟系統者，其認知較不符合職業倫理概念。另外，性別、婚姻、教育程度、所得、工作時數和所學領域之差異對於職業倫理認知之不同並沒有顯著性的差異。

## 六、結論

本文首先在探討擁有市場資訊愈多，對市場愈了解者，愈容易形成資訊不對稱的情況，則預期愈會有不符合職業倫理行為之誘因。故服務年數愈長，由於其擁有之市場資訊較多，預期將較會有違反職業倫理之誘因。其次，無底薪結構者，由於從業人員之所得與其績效或業績具有較直接之關係，因績效佳其分享佣金較多，從業人員往往為了成交，使其具有較多不符合職業倫理規範之誘因。第三，由於直營系統相較於加盟系統之制度完善，且較重視品牌和公共形

表九 受訪者不同特徵對於倫理看法之分析—單因子變異數分析

	樣本數	平均數	F值	P-值
所有物件：				
未及格	67	2.463	3.612	0.060
及格	61	2.885		
立即回報：				
30歲以下	44	1.864	147.353	4.89E-23
31歲以上	86	3.512		
洩漏價格：				
2年以下	17	3.882	2.498	0.034
3-4年	20	3.700		
5-6年	28	3.107		
7-8年	18	2.944		
9-10年	23	2.783		
11年以上	25	3.160		
洩漏價格：				
30歲以下	47	3.568	5.081	0.026
31歲以上	88	3.057		
洩漏價格：				
經紀人	30	3.500	4.106	0.019
主任	36	3.556		
店長	65	2.923		
洩漏價格：				
未及格	69	3.478	5.388	0.022
及格	61	2.984		
誇大市價：				
北	86	4.081	2.692	0.072
中				
南				
最佳利益：				
有底薪	74	2.284	2.973	0.087
無底薪	48	2.646		
最佳利益：				
加盟	87	2.644	9.541	0.002
直營	43	2.000		

象，故其從業人員具有較佳之倫理觀念。由驗證結果得知，服務年數愈低，愈是不同意在交易過程中洩漏買方願意付最高價格或賣方願意賣之最低價格。有底薪的從業人員較同意在協商過程中為賣方之利益而努力，此可能在於有底薪之方式其薪資之多寡與業績較無直接關係，分享佣金的比例較少，欺瞞賣方的誘因較低，使得經紀人員較能盡到委託之義務。直營系統之從業

人員對於在協商過程中為賣方之利益而努力持較贊同的看法。此亦顯示可能直營系統制度較完善，較重視品牌和公共形象有關。以上之假設符合理論上之預期。

另外，我們亦探討性別、年齡、職位、婚姻、所得、教育程度、所學領域、工作時數、取得證照否和區域之不同，其職業倫理觀念是否具有顯著性的差異。我們可以得到年紀愈大、考試及格者及店長，其認知較不符合職業倫理概念。而性別、婚姻、教育程度、所得、工作時數和所學領域之差異對於職業倫理認知之不同並沒有顯著性的差異。賣方完全告知物件狀況會減輕從業人員揭露物件瑕疵或狀況的義務，顯示年紀輕者較認為從業人員應該有揭露物件資訊的責任。不同區域的從業人員對於應否告知潛在買方物件已銷售多久之看法亦有明顯的不同。北部較南部從業人員認為應該告知物件已賣多少時間，此或許隱含南部之從業人員在交易透明化與資訊公開化方面之認知有待加強。另外，亦可能表示北部消費者對於市場資訊的了解較多，以及北部市場之競爭較激烈所致。南部之經紀人員較不贊同為了簽得物件之委託，而誇大賣方物件之價值。此或許隱含北部市場較具競爭性，先騙得委託再說，還有，整體而言，北部房屋總價高，較易誇大其價值。

此外，考試及格者較不贊同在第一次與買方會面時，就應該提供所有的物件以滿足買方的需求。且考試及格者，較同意在交易過程中洩漏買方願意付最高價格或賣方願意賣之最低價格。顯示考試及格者反而較不具有倫理認知。年紀大者較不同意買方出價之後，經紀人員應該立即回報給委託之賣方知道。並且較同意在交易過程中洩漏買方願意付最高價格或賣方願意賣之最低價格。表示年紀大，愈有不符職業倫理的傾向，故一般大型房屋仲介公司在甄選人才時大都以三十歲以下為主。職位之不同對於洩漏價格的看法亦有明顯的差異，店長相較於經紀人或主任較同意在交易過程中洩漏買方願意付最高價格或賣方願意賣之最低價格。

就政策而言，一般大型連鎖房屋仲介公司在甄選新進人員上，大都以三十歲以下，大專以上學歷和無仲介經驗為條件，其部分意含即在避免年資深有經驗比較有一些不好的交易習性所致。即年資越深，仲介經驗越多，越了解消費者的無知與盲點，越容易欺騙消費者。而考試及格者反而較不具有倫理認知，此點值得政府部門注意。證照考試及格或許僅表示具有基本的專業能力與素養，和是否具有職業道德並無直接關係。故欲加強從業人員之倫理認知，恐怕還得依賴業者本身或公會團體來規範與教育。就仲介公司本身而言，特別是採取無底薪型態者和加盟系統者，更應該加強其從業人員之倫理觀念，以免損及公司之品牌與形象，造成難以獲得消費者之認同。就公會而言，應該提昇本身的自制能力，塑造公會之形象，對於會員公司若有違反職業倫理行為時，應該給予適當的懲罰，就如同英國一樣，會員仲介公司若有不符倫理行為情況，被剔除會員資格，則將很難在市場上競爭。就政府方面，不動產經紀業條例規定，經紀人每四年換照一次，且必須接受三十小時之教育訓練，此對於資深者、店長等之再教育，目的無非是要提昇仲介業之服務水準和品質，各訓練機構應利用此機會加強倫理課程方面的教育。另外，政府也應儘速建立不動產資訊中心，定期向社會大眾公佈市場資訊，以消除市場資訊之不完全。

本文對於房屋仲介職業倫理之探討，其重要性不可言諭。未來國內房屋仲介產業運作日趨成熟時，對於職業倫理規範將會有迫切之需求。希望通過本文之研究，本項研究議題能夠引起業者、消費者、研究者和政府部門之注意。本文之主要調查對象為大型房屋仲介業從業人員，並未包括自營體系之房屋從業人員，因此，並無法將所得結果完全推論至自營體系之房屋從業

人員身上。還有，本文也未調查代書業、代銷業等從業人員，故在解釋上並無法推及各個不動產產業。有關倫理議題之研究，未來可進一步應用Reidenbach and Robin(1988)所發表的多元道德量表(Multidimensional Ethics Scale；簡稱MES)中的五種道德理論—正義論、相對論、利己論、效益論、義務論，來做為設計問卷的基礎。

### 附表一 不動產經紀人道德倫理規範

---

身為不動產經紀人務必深切體認「客戶權益至高無上，不容絲毫侵犯」的理念。在交易過程中，不動產經紀人自然承擔相當的責任。從事不動產仲介業務是一種「榮譽」，也是一種「責任」。惟有信守「不動產經紀人道德規範」，以確保交易公平與安全。

#### 《保護消費者權益》

第一條：維護消費者權益是最神聖的使命。

第二條：貫徹業務保密責任，不得洩漏客戶隱私。

第三條：做好產權調查，善盡充分告知之義務。

第四條：明確告知收費標準，按實際成交價計取報酬，不得收取差價或其他酬謝。

#### 《堅持公平交易》

第五條：維護公平交易之精神，堅持交易透明及價格公開。

第六條：非經委託人之許諾，不得為委託人與自己之買賣行為。

第七條：執行業務必須明示所屬公司及使用真名，誠信為客戶服務。

第八條：除政府許可之營業範圍，不得代客戶經手或收受任何價款。

#### 《提昇專業素養》

第九條：基於法治精神，遵守法令規章，健全交易制度。

第十條：掌握市場資訊，提供正確行情，增進專業能力。

第十一條：尊重同業，維護紀律，促進流通，共同塑造良好的經營環境。

第十二條：配合政令，推動環保，關懷公益，提高生活品質，維護業界社會形象。

---

資料來源：中華民國房屋仲介商業同業公會全國聯合會。

## 註 釋

- 註 1：如信義房屋、太平洋房屋和中華民國房屋仲介商業同業公會全國聯合會等均有訂定倫理規範。
- 註 2：有關於國內房屋仲介業職業倫理之進一步說明，請參見李春長(2000a)「倫理與不動產仲介市場」一文。
- 註 3：此主要是指美國之聯賣資訊網制度(Multiple Listing Service, MLS)，各類型的房屋仲介公司與每位經紀人聯合合作，共用資訊系統，組成聯賣資訊網服務，因此開發案源的經紀人與共同銷售案源的經紀人，可能是各屬於不同的仲介公司，此制度主要在促進市場的流通效率。
- 註 4：本文主要探討三個假設與職業倫理關係，景氣、代理人理論不容易衡量。至於進一步建構代理人理論來說明，為未來之工作或突破。目前本文尚無法對這部分予以處理。
- 註 5：年資愈淺者愈重視倫理規範的重要性。筆者亦同意評審委員的意見「年資越長，主要是仲介經驗越多，越了解消費者的無知與盲點，越容易欺騙消費者，此經驗與資訊之討論似乎有些差異。」，然而，若目前市場為資訊充分，不存在著資訊不對稱狀態，即使仲介經驗越多，亦難以欺騙消費者。另根據江月鳳(1998)之研究結果，國民中學教師及行政人員的服務年資對於倫理的看法有明顯的差異性。
- 註 6：我們將經營型態如直營、加盟系統和有無底薪做卡方獨立性檢定，結果得到卡方值 = 40.8，自由度為 1，達到 5% 之顯著水準，表示經營型態和有無底薪間存在著明顯的差異。故經營型態應有別於經濟誘因。
- 註 7：張雅婷(1990)研究有關道德判斷及教養價值之關連性的理論假設，發現教育對道德判斷是最主要的影響因素，而出身背景對道德判斷的影響，主要是透過教育的影響所致。
- 註 8：此八個變數主要是參考以往文獻和公會、信義房屋之倫理規範而訂定，有些變數之定義是綜合而成，不見得和以往文獻、公會、信義房屋之倫理規範有直接一對一的對應關係。揭露義務即為賣方完全的告知物件狀況可否減輕從業人員對買方揭露物件之缺點或瑕疵的義務。
- 註 9：全國房屋流通網為經濟部商業司為因應商業自動化所輔導成立之房屋仲介公司網站，目前台灣地區大型連鎖房屋仲介公司都已加入此一網站組織。包括信義房屋、住商、中信等各大型房屋仲介公司。
- 註 10：台北市和台北縣共佔 50.8%，台中縣市、苗栗和彰化縣市共佔 14.5%，嘉義市、台南縣市、屏東縣和高雄縣市共佔 22.6%，桃園縣市與新竹市約佔 12.9%。
- 註 11：Lambda 係數可用來衡量兩類別變項之間的關係。係指以一個類別變數去預測另一個類別變數時能夠減少的誤差所佔的比例。當比率愈大，兩個變數的關聯性愈強。而 Lambda 有兩種形式，一是對稱形式，另外一種是不對稱形式。所謂不對稱形式就是有分自變數與依變數。其值介於 0 至 1 之間，可用以說明某一個變項可以有效預測另一個變項的比率。Lambda 值愈高，表示以某一變項去解釋另一個變項可以有效消除誤差的比率愈高。本文即是採用不對稱形式，將人口變數當自變數，賣方告知、告知買方、揭露義務和銷售時間當依變數。有關 Lambda 之估算與意涵請參考邱皓政(2000)所著量化研究與統計分析和



李沛良(1988)所著社會研究的統計分析兩書。

註12：有關這些名詞的詳細意義可參見張金鵬(1989)房地產交易制度之研究 - 仲介制度之探討一書PP.99-101。

註13：就仲介業之角色為何，有兩種說法一為居間契約說即仲介業者從事仲介行為之目的，旨在促使當事人雙方成立契約，其扮演者為媒介之角色。另一為混合契約說即認為「仲介」係兼具居間、委任及代理性質之混合契約。因實務運作上，房地產仲介的經營方式有「委託銷售契約書」、「委託代尋房屋契約書」、「委託買入契約書」等契約形式之簽訂，往往涉及民法委任之法律關係，故亦不能抹殺其兼具有委任契約之性質，而排除民法委任規定之適用。且在處理過程中，為避免貽誤時機，仲介業者往往有代理的行為，只要經由買賣雙方同意授與代理權的情形之下，仲介業者亦有從事雙方代理之行為。以往，仲介業於成交時，都僅向賣方收取佣金。故若單純從賣方委託的角度而言，似乎，仲介從業人員為賣方的利益而努力較符合倫理。而本文此題的問法，亦較契合此意旨。

## 參考文獻

邱皓政

2000 量化研究與統計分析，五南出版，台北。

李沛良

1988 社會研究的統計分析，巨流圖書公司，台北。

張金鵬

1989 房地產交易制度之研究 - 仲介制度之探討，政治大學地政系，營建署委託。

江月鳳

1998 《國民中學教師倫理之研究》碩士論文，彰化師範大學教育研究所。

張雅婷

1990 《出身背景、學校教育與道德判斷標準》碩士論文，台東師範學院教育研究所。

李春長

2000a 倫理與不動產仲介市場 《空間雜誌》133期，113-118。

李春長

2000b 《房屋仲介業市場結構之研究》中華民國住宅學會第九屆年會論文集，屏東。

Allmon, D. E., and J. Grant

1990 "Real Estate Sales Agents and the Code of Ethics: A Voice Stress Analysis," Journal of Business Ethics 9: 10, 807-812.

Athey, S.

1993 "A Comparison of Experts' and High Tech Students' Ethical Beliefs in Computer-related Situations," Journal of Business Ethics, 12: 5, 359-370.

Beltramini, R., Peterson and G. Kozmetsky

1984 "Concerns of College Students Regarding Business Ethics," Journal of Business Ethics, 3, 195-200.

Ferrell, O. C., L. G. Gresham, and J. Fraedrich

1989 "A Synthesis of Ethical Decision Models for Marketing," Journal of Macromarketing, 55-64.

Fred, W., K. Chung and S. Hoag

1990 Mergers, Restructuring, and Corporate Control, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 26-53.

Homann, K.

1999 "Ethics in Real Estate: Does the German Real Estate Industry Need a Code of Conduct to Support the Implementation of Ethics," Ethics in Real Estate, edited by S.E., Roulac Howard Hughes Company and American Real Estate Society.

Jones, T. M., and F. H. Gautschi

1988 "Will the Ethics of Business Change? A Survey of Future Executive," Journal of Business Ethics, 7, 231-248.

- Khazanchi, D.  
 1995 "Unethical Behavior in Information Systems: the Gender Factor," Journal of Business Ethics, 14: 9, 741-749.
- Kohlberg, L. R., and R. Kramer  
 1969 "Continuities and Discontinuities in Childhood and Adult Moral Education," Human Development, 12, 93-120.
- Lindeman, R.  
 1998 Real Estate Brokerage Management, Prentice-Hall. 122-124.
- Manning, C.  
 1999 "Ethics Standards for Buyers and Sellers of Real Estate," Ethics in Real Estate, edited by S.E. Roulac, Howard Hughes Company and American Real Estate Society.
- Miller, N.G.  
 1999 "Ethical Codes of Conduct for Business Simplified: The Case of the National Association of Realtors," Ethics in Real Estate, Volume 5, edited by S.E. Roulac, Howard Hughes Company and American Real Estate Society.
- Nash, L.L.  
 1993 Good Intentions Aside: A Manager's Guide to Resolving Ethical Problems, Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press, 8-10.
- Okoruwa, A. A., A. F. Thompson  
 1999 "An Empirical Analysis of Real Estate Brokerage Ethics," Research Issues in Real Estate, Volume 5, edited by S.E., Roulac Howard and American Real Estate Society.
- Reidenbach, R.E., and D.P.Robin  
 1988 "Some Initial Steps Toward Improving the Measurement of Ethical Evaluations of Marketing Activities," Journal of Business Ethics, 7:871-879.
- Reidenbach, R. E., and D. P. Robin  
 1990 " Toward the Development of a Multidimensional Scale for Improving Evaluations of Business Ethics," Journal of Business Ethics, 9, 639-653.
- Rest, J., E. Turiel, and L. Kohlberg  
 1973 " Relations between Levels of Moral Judgment and Preference and Comprehension of the Moral Judgment of Others," Journal of Personality, 37, 225-52.
- Schlaefli,A., J. Rest, and S. J. Thoma  
 1985 " Does Moral Education Improve Moral Judgment? A Meta-analysis of Intervention Studies using the Defining Issues Test," Review of Educational Research, 55: 3, 319-52.
- Sturdivant, F. D., and A. B. Cocanougher  
 1973 "What Are Ethical Marketing Practices." Harvard Business Review 10: 12, 176.