國立空中大學花蓮中心 115 學年度上學期

軍中專班「消費者行為」第一次作業題目

面授教師：盧芊竹 老師

總分：100 分

本作業分為「基礎概念題」及「案例分析題」兩大部分。第一部分主要檢視消費者行為基本概念；第二部分請運用所學概念分析實際消費情境。

第一部分　基礎概念題（共 50 分）

一、選擇題（共 10 題，每題 5 分，共 50 分）

1. 消費者發現目前狀態與理想狀態之間存在差距，因而產生購買需求，此階段稱為何者？

(A) 購後行為

(B) 問題認知

(C) 方案評估

(D) 資訊搜尋

2. 消費者在購買商品前，上網搜尋其他消費者的使用心得及商品評價，主要屬於購買決策過程中的哪一階段？

(A) 問題認知

(B) 資訊搜尋

(C) 購買行為

(D) 購後行為

3. 下列何者最屬於影響消費者行為的「社會因素」？

(A) 個人收入

(B) 商品價格

(C) 親友的推薦

(D) 個人年齡

4. 某購物網站標示「限時 24 小時特價」，主要希望利用下列何種方式影響消費者？

(A) 增加購買的急迫感

(B) 改變消費者的年齡

(C) 增加商品生產成本

(D) 改變消費者的家庭結構

5. 消費者認為某品牌長期具有良好品質，因此即使價格較高，仍願意優先考慮購買。這最能反映下列哪一項因素？

(A) 品牌形象

(B) 家庭人口

(C) 地理位置

(D) 生產技術

6. 消費者在購買產品後，將實際使用感受與購買前的期待進行比較，主要與下列何者有關？
(A) 購後評價
(B) 問題認知
(C) 資訊搜尋
(D) 市場區隔

7. 小明原本沒有打算購買某商品，但看到「原價 3,000 元，今日特價 1,999 元」後產生購買意願。主要受到何種因素影響？
(A) 價格促銷
(B) 社會階層
(C) 家庭生命週期
(D) 文化差異

8. 消費者參考 YouTube 創作者的產品開箱影片後，改變原本的購買選擇，表示其購買決策可能受到何種因素影響？
(A) 網路口碑與資訊來源
(B) 生產成本
(C) 企業組織結構
(D) 人口出生率

9. 當消費者面對兩項功能相近的商品，比較價格、品牌、功能與評價後才決定購買，這主要屬於哪一階段？
(A) 問題認知
(B) 方案評估
(C) 購後行為
(D) 需求消失

10. 下列何者最可能提高消費者的購買意願？
(A) 商品資訊不清楚
(B) 大量負面評價
(C) 良好的品牌信任與正面評價
(D) 增加消費者搜尋資訊的困難

第二部分　案例分析題（共 50 分）

【案例：小美該買哪一台氣炸鍋？】

小美最近搬到新的住處，希望減少外食，因此考慮購買一台氣炸鍋。她在網路購物平台搜尋後發現，市面上的氣炸鍋品牌很多，價格從 1,500 元到 5,000 元不等。

經過初步比較，小美目前主要考慮 A、B 兩款商品。

A 款為知名品牌，售價 3,990 元，在購物平台上已有超過 3,000 則消費者評價，大部分使用者給予正面評價。網路上也有許多開箱影片介紹其功能，部分

使用者認為操作簡單、品質穩定。不過，小美覺得價格稍高，因此遲遲沒有下單。

B 款為較不知名的品牌，原價 2,990 元，目前推出「限時 24 小時特價 1,990 元」，並提供折價券及免運優惠。雖然價格明顯較便宜，但網路上的消費者評價只有 200 多則，而且其中部分消費者反映商品使用一段時間後容易故障。

小美原本比較傾向購買 A 款，但看到 B 款的限時優惠後開始猶豫。此時，她的朋友告訴她：「氣炸鍋的功能其實都差不多，買便宜的就好了。」

另一方面，小美平常很少下廚，也擔心氣炸鍋操作太複雜。如果買回家之後不會使用，最後可能只是放在家中，因此她特別在意產品是否容易操作。

經過一番考慮後，小美仍然沒有立即下單，而是繼續查看兩款商品的網路評價、YouTube 開箱影片以及其他購物平台的價格。

請閱讀「小美購買氣炸鍋」案例後，依據案例內容及消費者行為相關概念回答下列問題。

一、短答題（共 2 題，每題 25 分，共 50 分）

第 1 題　影響購買決策的因素（25 分）

案例中，小美在 A、B 兩款氣炸鍋之間猶豫不決。

請從案例中列出**三項影響小美購買決策的因素**，並簡單說明。

第 2 題　網路口碑的影響（25 分）

A 款有超過 3,000 則消費者評價，且大部分為正面評價；B 款只有 200 多則評價，並有部分消費者反映容易故障。

請問這些網路評價可能會如何影響小美對 A、B 兩款商品的看法？