



臺灣菸酒股份有限公司

107 年度從業職員及從業評價職位人員甄試試題

甄試類別：從業職員（第3職等人員【一】）—行銷企劃、採購行政-身心障礙組

專業科目 2：消費者行為

—作答注意事項—

- ① 應考人須按編定座位入座，作答前應先檢查答案卡(卷)、測驗入場通知書號碼、桌角號碼、應試科目是否相符，如有不同應立即請監試人員處理。使用非本人答案卡(卷)作答者，不予計分。
- ② 答案卡(卷)須保持清潔完整，請勿折疊、破壞或塗改測驗入場通知書號碼及條碼，亦不得書寫應考人姓名、測驗入場通知書號碼或與答案無關之任何文字或符號。
- ③ 本試題本為雙面，共100分，答案卡(卷)每人一張，不得要求增補。未依規定劃記答案卡(卷)，致讀卡機器無法正確判讀時，由應考人自行負責，不得提出異議。
- ④ 非選擇應用題限用藍、黑色鋼筆或原子筆，欲更改答案時，限用立可帶修正後再行作答，不得使用修正液。
- ⑤ 本項測驗僅得使用簡易型電子計算器（依考選部公告「國家考試電子計算器規格標準」規定第一類：具備+、-、×、÷、%、 $\sqrt{\quad}$ 、MR、MC、M+、M- 運算功能，不具任何財務函數、工程函數功能、儲存程式功能），並不得發出聲響；若應考人於測驗時將不符規定之電子計算器放置於桌面或使用，經勸阻無效，仍執意使用者，該節扣10分；該電子計算器並由監試人員保管至該節測驗結束後歸還。
- ⑥ 答案卡(卷)務必繳回，未繳回者該科以零分計算。

第一題：

參考團體(reference group)是影響個人消費行為的一個重要外在因素，其中意見領袖(opinion leader)更是消費者資訊搜尋的重要來源。請回答下列相關問題：

- (一) 請說明何謂意見領袖(opinion leader)、市場行家(market maven)、以及口碑溝通(word-of-mouth communications)? 【15分】
- (二) 請說明參考團體對個人影響力(influence)有哪三種類型? 【10分】

第二題：

風險指的是錯誤選擇的損失程度。請回答下列問題：

- (一) 請說明何謂知覺風險。【5分】
- (二) 請提出並簡要說明五種可能的知覺風險。【20分】

第三題：

態度(Attitude)是指對某一標的物的評價，這個標的物可以是人們(包括自己)、產品、廣告或事件，而評價則是學習得來的一種持續、普遍的評價。請回答下列問題：

- (一) 請簡要說明構成態度的三要素。【15分】
- (二) 請說明態度三要素的一致性之涵義。【10分】

第四題：

在消費者購買決策過程中，面對不同的產品屬性常會採取不同的決策規則(decision rule)，依決策標準是否相互衡量，可分成互補性決策規則(compensatory decision rule)與非互補性決策規則(non-compensatory decision rule)，請回答以下的問題。

- (一) 請舉例說明何謂互補性決策規則與非互補性決策規則? 決策之採用與產品重要性或涉入程度有什麼關係? 【10分】
- (二) 刪除式決策規則(eliminating-by-aspect decision rule)與編撰式決策規則(lexicographic decision rule)是兩種典型的非互補性決策規則，請以附表之屬性評分為例，以上述兩種決策方法分別進行決策，由A、B、C、D四個品牌產品中選出最佳方案。(解題過程需逐步說明並呈現結果)【15分】

評估屬性	屬性重要性 權重	屬性重要性 臨界點	A 品牌	B 品牌	C 品牌	D 品牌
功能	50%	>70	80*	90	90	70
操作	25%	>60	70	90	60	60
價格	15%	>70	80	65	80	85
包裝	10%	>70	80	60	80	90

*註：評分代表滿意程度