

1. 陳曉明正執行他的大學畢業論文，欲探討品牌知名度與網路口碑對消費者購買意願之影響。經與指導教授討論，決定以農產品為例，並透過問卷調查進行資料蒐集。為了建構良好的問卷以提升研究結果品質，陳生小心地閱讀文獻，發展相關問項，並尋找 35 位具代表性的消費者進行問卷前測。陳生並將問卷題項發展的參考文獻來源與 Cronbach's α 之檢測結果彙整如下，並與指導教授進一步討論問卷的合宜性。若您為陳生之指導教授，您會就以下陳生所提供的資料給陳生哪些建議，以提升其問卷之品質？（15 分）

變數	題目	文獻來源	Cronbach's α
品牌知名度	題 1	Komter (1984), Lowes et al. (1971), Kim et al. (1961)	0.83
	題 2		
	題 3		
	題 4		
網路口碑	題 1	Hung et al. (2011)	0.45
	題 2		
購買意願	題 1	White and Otnes (2013), Canary and Stafford (2009), Rook (1985)	0.91
	題 2		
	題 3		

2. 某賣場欲檢測知覺價值、產品重量與產品外型之吸引力對消費者購買電腦時的 brand 選擇之影響。經以市場 A、B、C 三種品牌選擇為測試，經多項式羅吉斯迴歸分析（以 C 品牌為參考類別），得統計結果如下。試以所提供的統計結果，分析知覺價值、產品重量與產品外型之吸引力對消費者購買電腦時，其對 A、B、C 三種不同的品牌之選擇之影響。（20 分）

品牌選擇	自變項	Beta	標準差	Exp (β)	顯著性
A 品牌	常數	1.23			0.225
	知覺價值	0.77	0.41	2.22	0.023
	產品重量	-0.43	0.95	0.73	0.331
	外型吸引力	0.35	0.22	1.04	0.450
B 品牌	常數	1.01	0.53		0.111
	知覺價值	0.84	0.35	1.11	0.790
	產品重量	1.28	0.14	3.60	0.002
	外型吸引力	0.71	0.24	1.93	0.032

在 $\alpha = 0.05$ 條件下，具顯著水準。
參考類別: C 品牌

3. 質性研究常用深度訪談與焦點團體訪談方法蒐集資料。請舉例說明哪一類的研究主題適合用深度訪談，哪一類的研究主題適合用焦點團體訪談？如果有一個研究者認為他自己的研究主題，這兩種方法都適用，很難決定要使用哪一種方法，您會建議他應該如何思考取捨？（25 分）
4. 請說明在質性研究與量性研究的研究過程中，研究者所扮演的角色有什麼異同之處？（10 分）
5. 近十年來，臺灣食安問題不斷重演和惡化，受到國人空前的重視。農業賦予人類的不單只是食物和食品，更包括生態保護與休閒觀光的重責，農鄉從沒落轉型至極富發展潛力的新興產業。在此同時，歐美先進國家興起了社會企業的風潮，社會企業在其營運獲利和社會責任的雙重目標引領下生存、發展與茁壯。在這樣的全球風潮下，農鄉社會企業已然成為一個時興的研究議題。
請以「農鄉社會企業」為研究方向，規劃一份簡易的研究計畫。此計畫必須包括：研究題目（3 分）、研究動機（5 分）、研究目的（5 分）、研究方法（14 分）、研究潛在貢獻（3 分）等五項元素。（本題共計 30 分）

試題隨卷繳回