

明新科技大學

企業管理系

畢業專題研究報告

為何外表比內涵重要？  
由可評估性原則來探討交易效用值偏誤

學生：賈斯晏 邱宛萱

黃筱淇 吳宜蓁

指導老師：林舒予 老師

中華民國一百零六年十二月

## 摘要

交易效用偏誤是消費行為當中非常普遍的問題: 消費者追求「划算」的交易, 卻往往導致錯誤的決策。本研究主要目的是由可評估性原則的角度來解釋交易效用偏誤的成因。本研究操弄屬性重要性(重要/次要)與可評估性(容易/不容易)兩受試者間變項, 設計了四個實驗。每個實驗中又分為三種版本, 版本A和版本B為單獨評估模式, 版本C為聯合評估模式。本研究之重要結論如下: (1) 驗證了可評估性原則: 當屬性的可評估性提高時, 該屬性對產品評價的影響力會提高。(2) 相較於單獨評估, 聯合評估的模式可有效的提高重要屬性的可評估性。(3) 在單獨評估的情況下, 也可透過提高訊息意義化程度, 來提高訊息的可評估性, 例如: 將太陽眼鏡抗UV指數400改為抗UV等級甲等。在結論當中, 本研究也討論了研究結果在行銷及改善消費者決策上的意涵。

**【關鍵詞】** 獲得效用值、交易效用值、交易效用偏誤、可評估性原則