

行銷學

第一次小組報告

第十五組

盧彥丞、王心屏、黃子軒、盧冠廷、張榮翔、陳亭佑、黃鈺鈞



主題

藉由問卷觀察管理學院學生消費者行為，進行資料收集與分析，了解目標樣本的類型。



調查計畫

研究目的、範圍、資料來源、研究方法、問卷內容

調查計畫

研究目的、研究範圍、資料來源

研究目的：

了解中央大學管理學院學生的消費者偏好與背景、購買與使用習慣。

研究範圍：

國立中央大學管理學院學生為母體，其中抽取45人作為樣本。

以雪球抽樣方法，用問卷形式進行線上接觸。

資料來源：

初級資料，以問卷形式進行資料的收集。

調查計畫

問卷內容

消費者偏好

消費者背景

購買與使用習慣

三大主題研究。

消費者背景	消費者偏好
系級	基本開銷外的主要花費
年級	對穿著的想法與重要程度
生理性別	主要穿著風格
主要金錢來源	日常衣著單品價格
平均月收入	購買與使用習慣
儲蓄習慣	購物後的使用習慣
投資習慣	主要花費方式
主要基本開銷	主要花費管道
基本開銷花費金額	影響消費的因素
	消費帶來的快樂程度

A decorative wavy line in yellow and white on the left side of the slide.

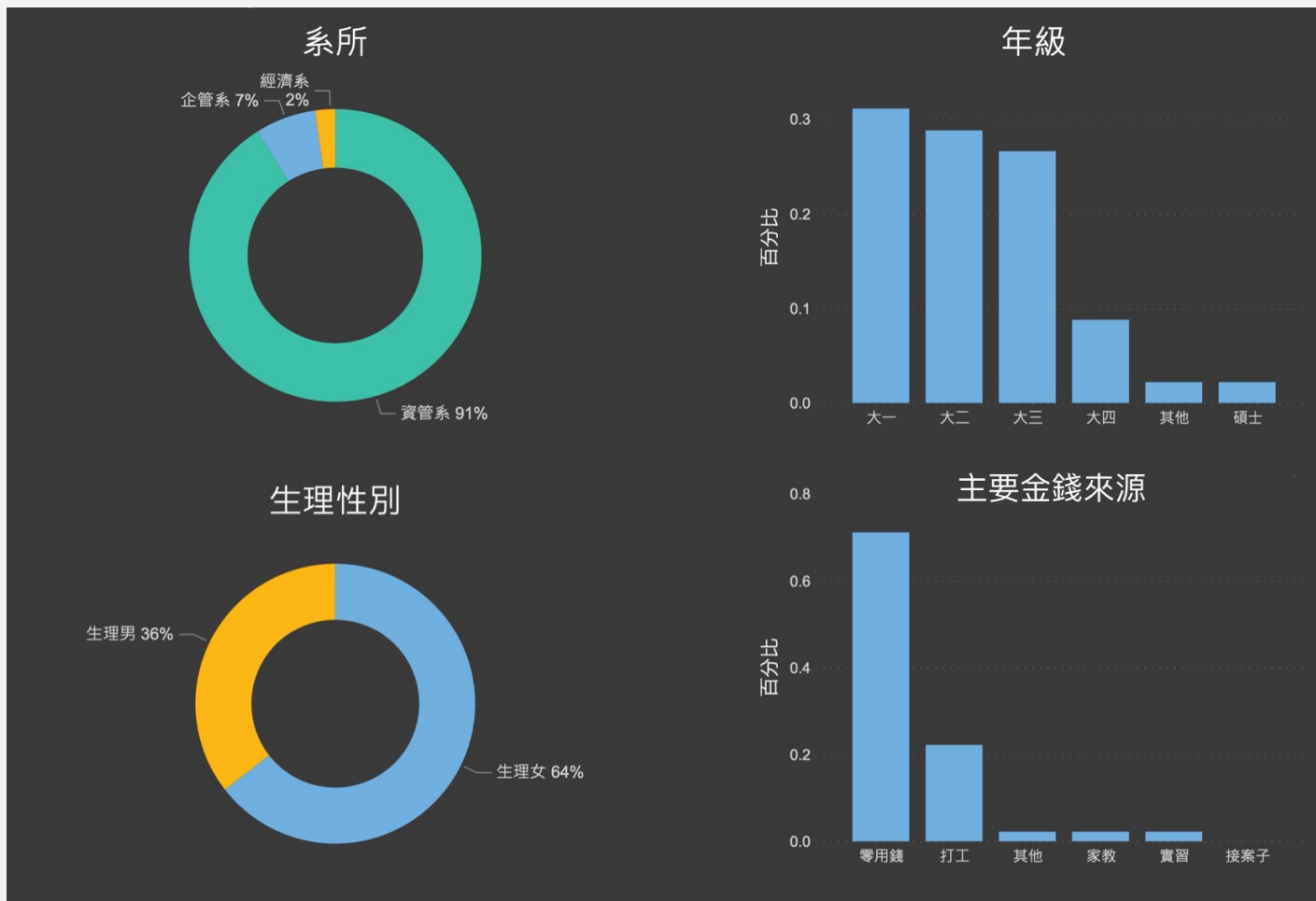
資料與分析

資料視覺化與分析

消費者背景、消費者偏好、購買與使用習慣

資料與分析

消費者背景



系所：

主要是管院**資管系**的同學，佔整體比例的**9成**以上。

年級：

本次觀察對象的年級均勻分散在**大一、大三、大四**，共占整體比例近**9成**。

生理性別：

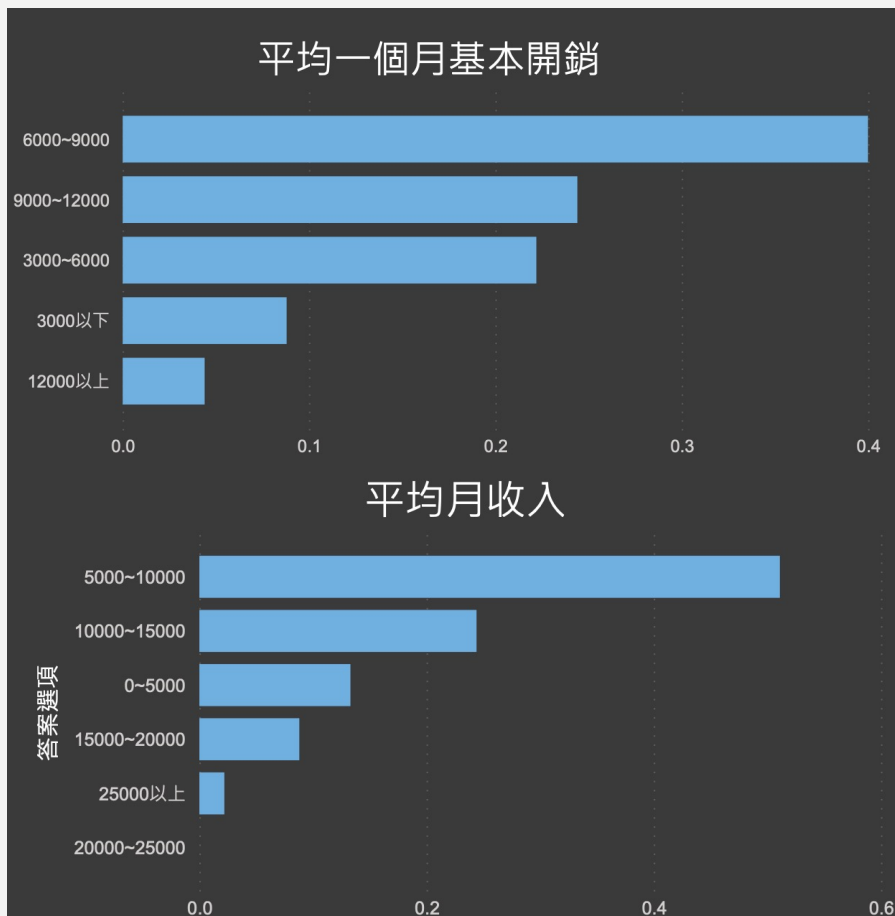
性別為**女性**占整體比例近**7成**。

主要金錢來源：

主要金錢來源為**零用錢**(約**7成**)，其次來自於**打工**(約**2成**)，對於管院學生來說打工不是主流。

資料與分析

消費者背景



基本開銷花費金額：

平均**每月基本開銷金額**主要落在**6,000~12,000**，共佔整體比例**6成**以上。參照下面的平均月收入，平均收入普遍處於剛好滿足生活開銷的水準。

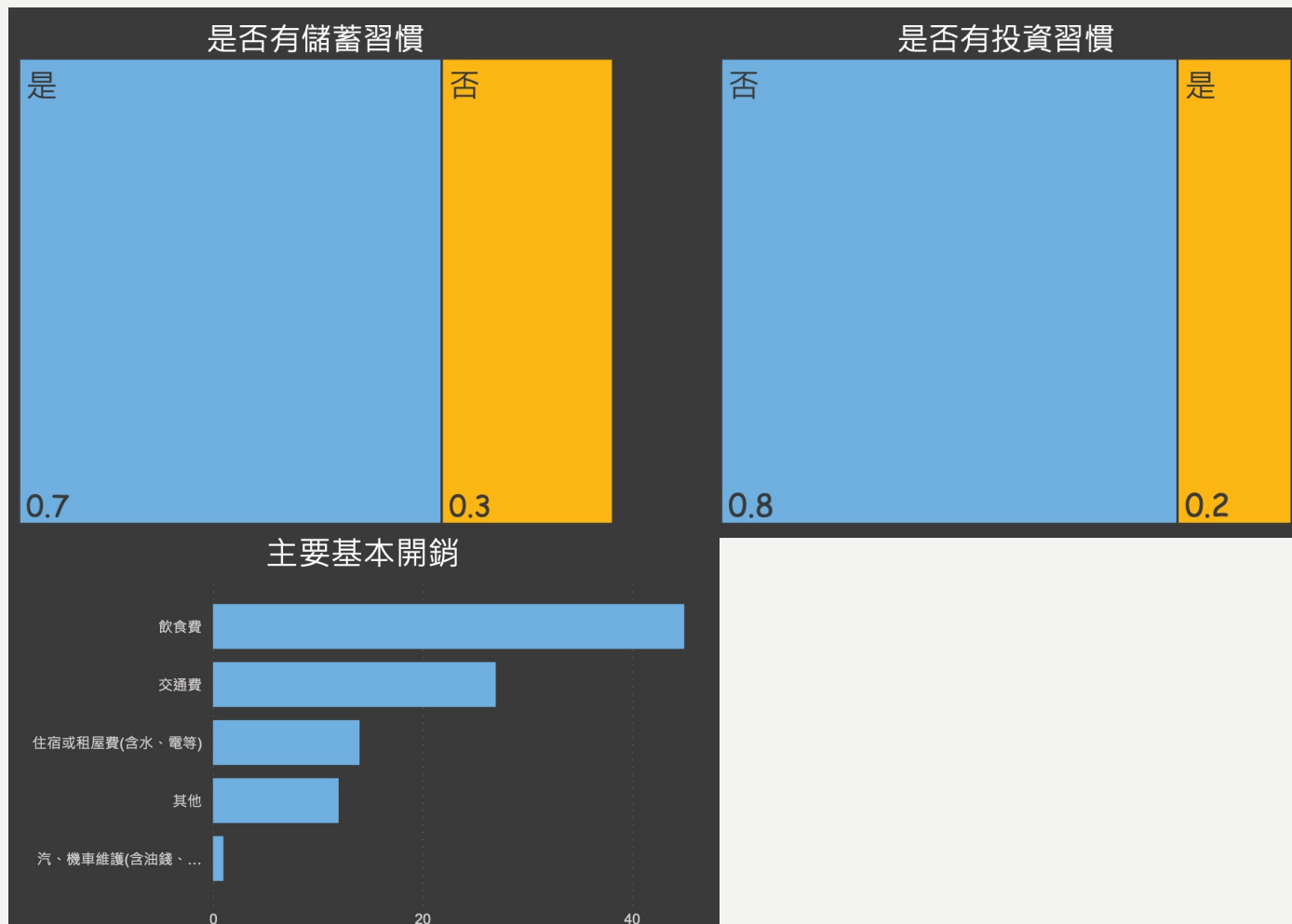
平均月收入：

平均**月收入**落在**5,000~10,000**間的人數最多，佔整體比例約**5成**。

管院大部分學生的**平均月收入**處於剛好滿足生活開銷的水準。

資料與分析

消費者背景



是否有儲蓄習慣：
有儲蓄習慣，占比**7成**。

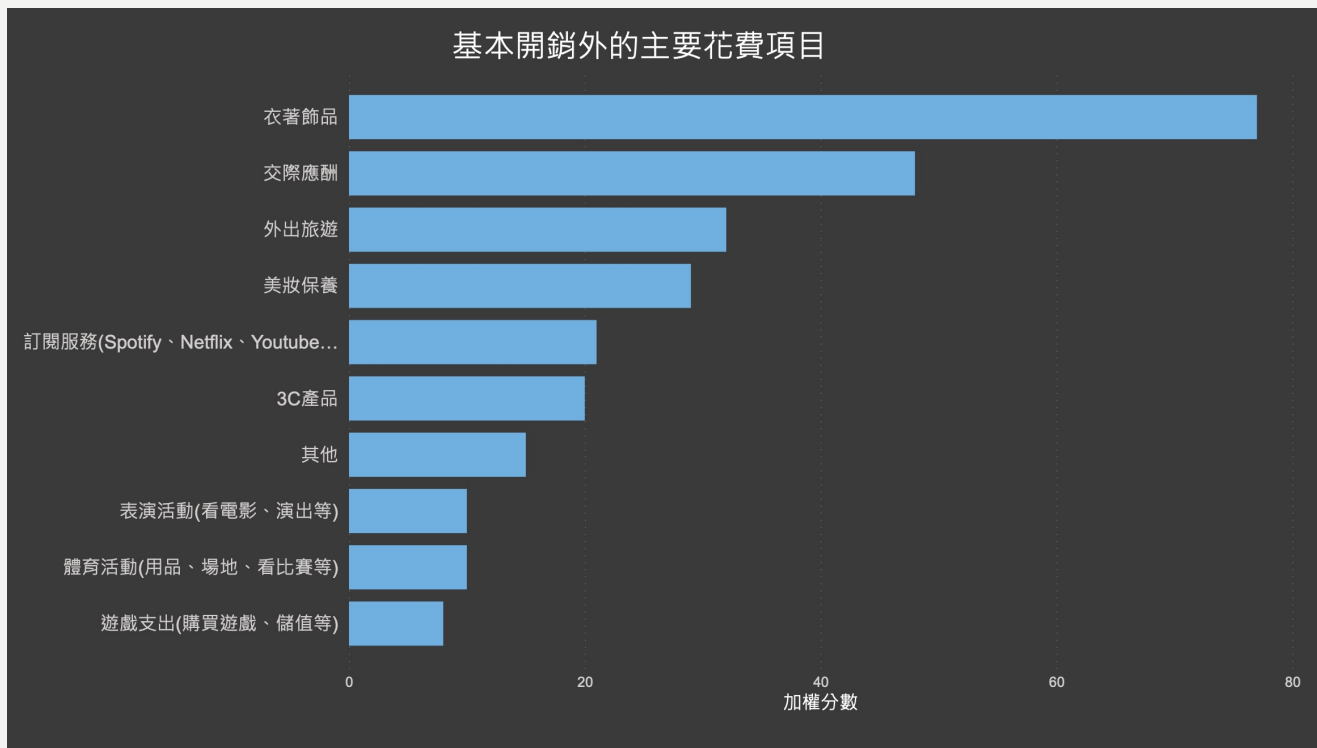
是否有投資習慣：
沒有投資習慣，占比**8成**。

這可能與前述金錢來源主要是零用錢有關，又因為平均收入處於剛好滿足生活開銷的水準，共同造成**沒有閒錢做投資**。

主要基本開銷項目：
主要開銷項目為**飲食、交通與租屋**。

資料與分析

消費者偏好



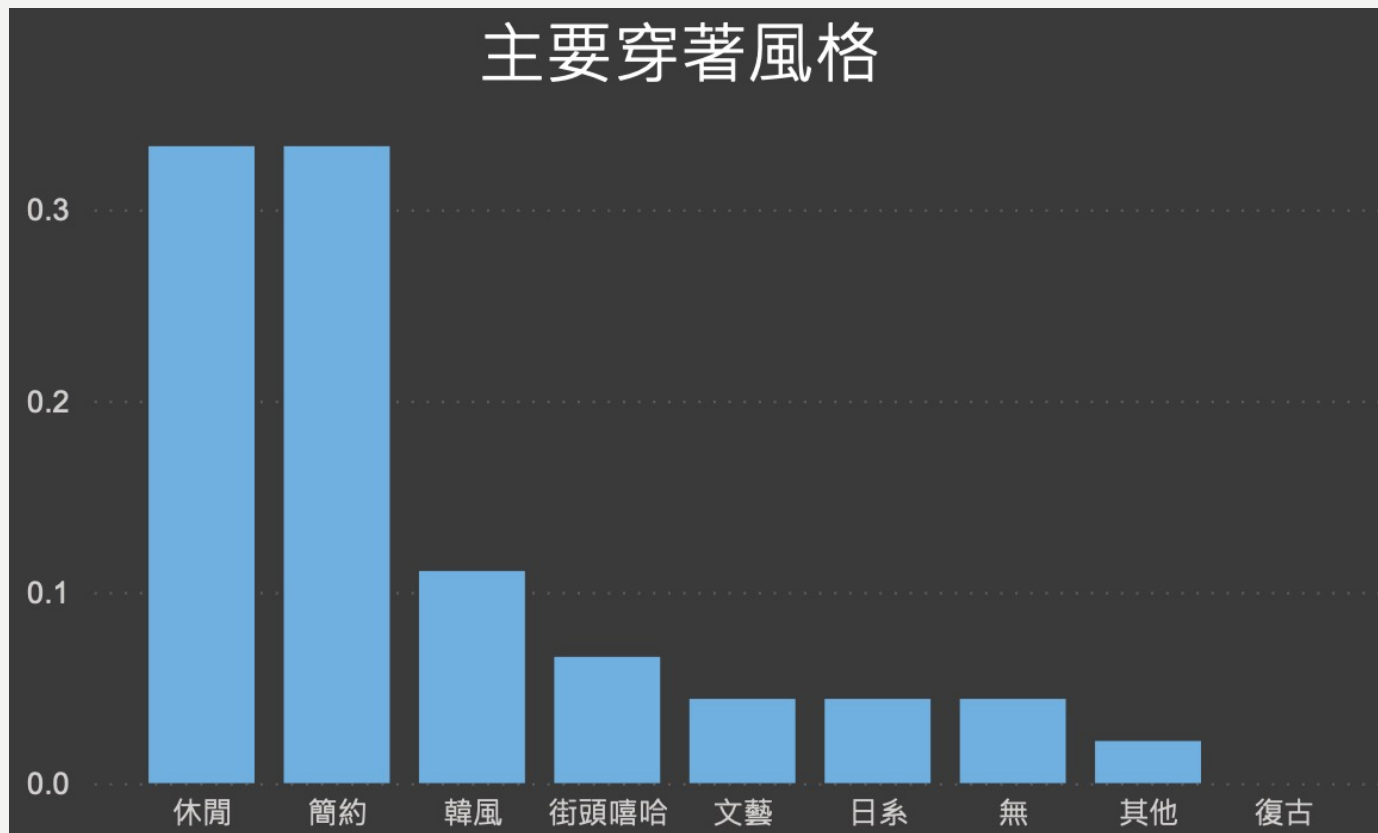
基本開銷外的主要花費項目:

由圖表可得知，學生族群在基本開銷以外主要花費的前四名為**衣著飾品**、**交際應酬**、**外出旅遊**、**美妝保養**。

觀察出基本開銷外的主要花費大部分都為**日常生活上用品**。

資料與分析

消費者偏好



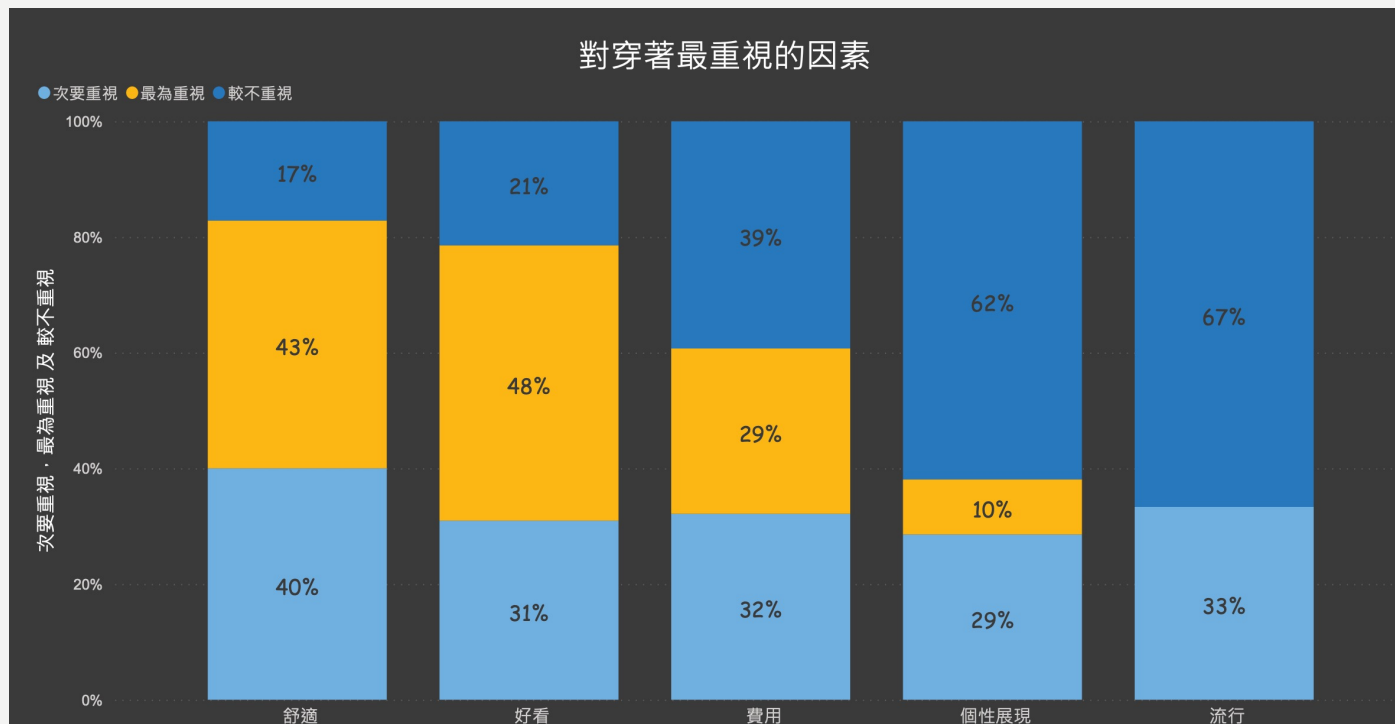
主要穿著風格：

穿著風格以**簡約**和**休閒**為主。



資料與分析

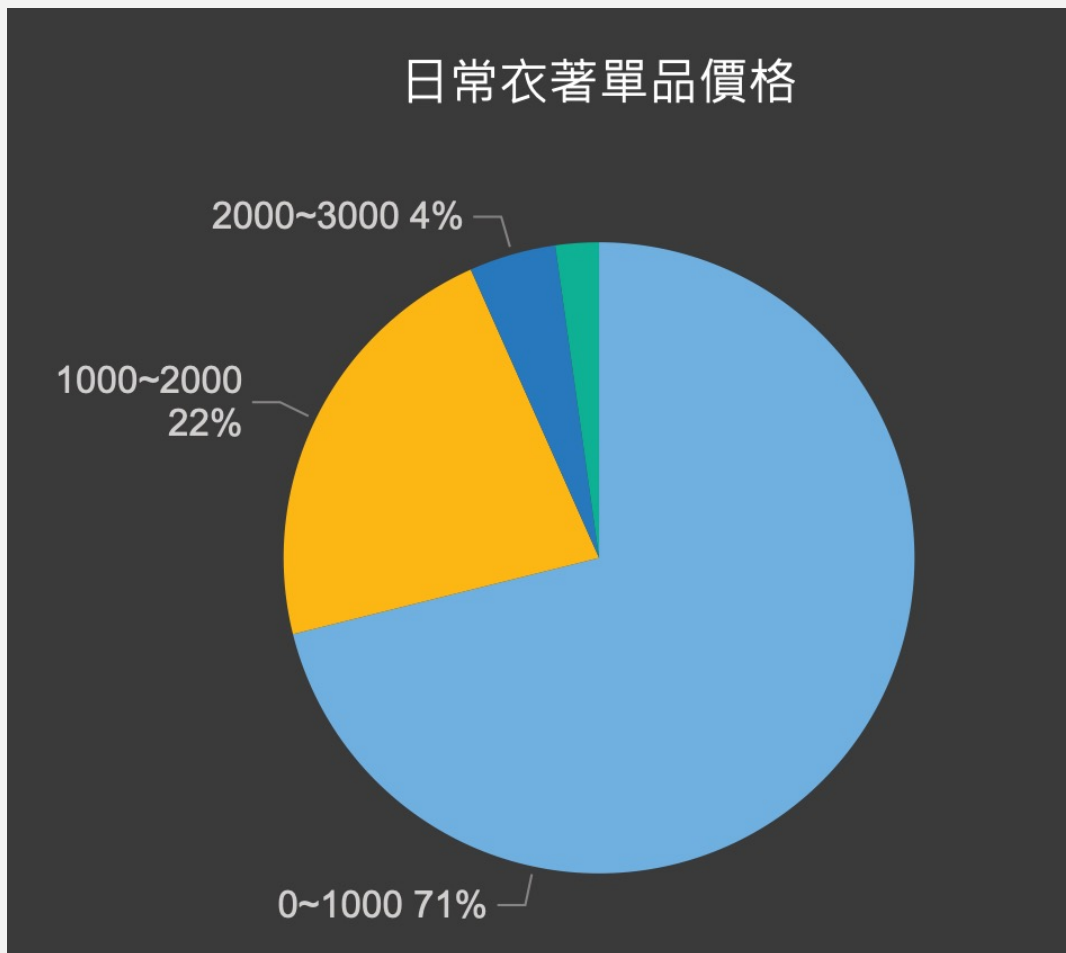
消費者偏好



對穿著的想法與重視程度：
管院學生族群，重視衣服的**舒適**、**好看**與**費用**，不把個性的展顯與流不流行當作重點。

資料與分析

消費者偏好

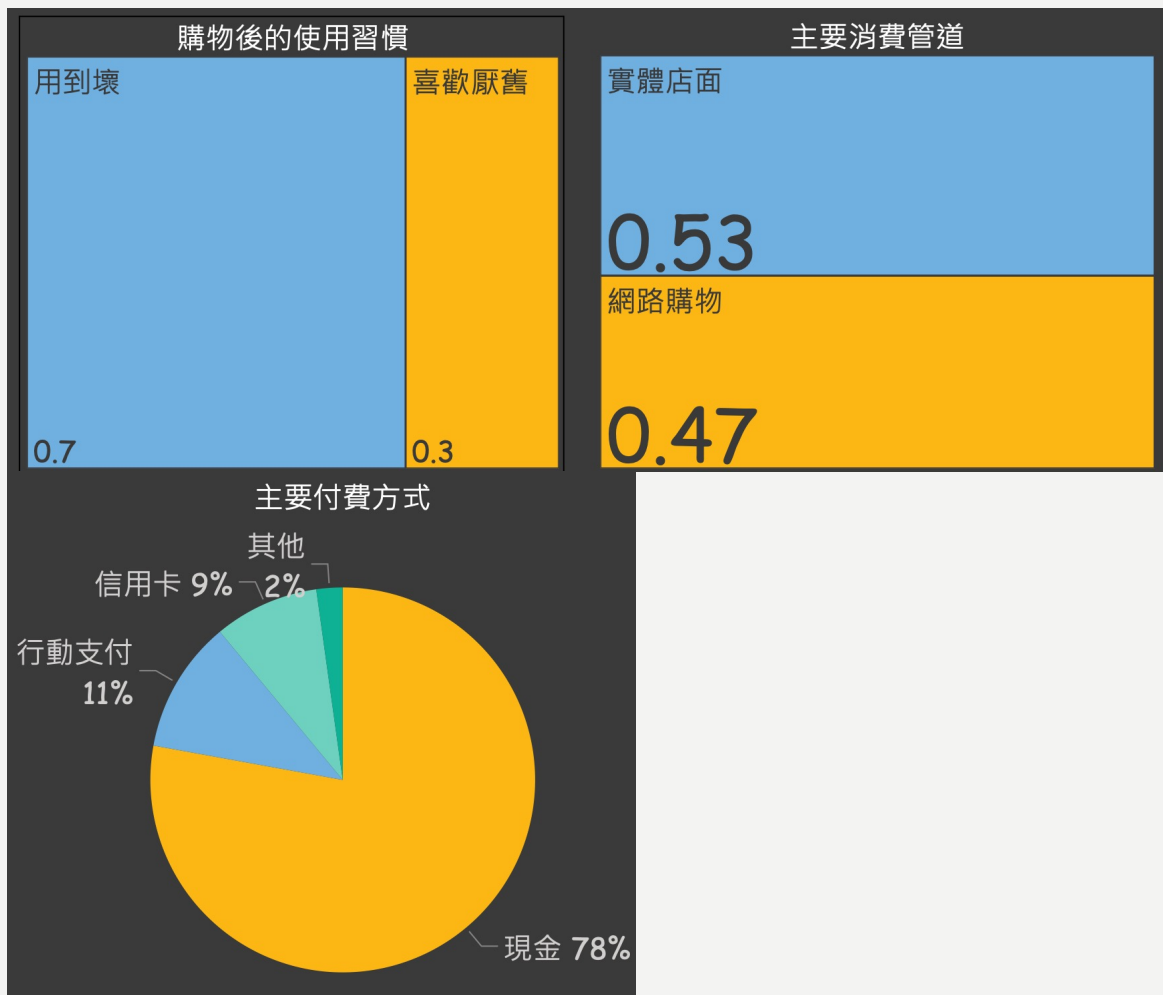


日常衣著單品價格：

單品價格1,000以下占七成，便宜的衣著佔大多數，對於基本開銷與月收入幾乎打平的消費者來說，大部分會選擇平價的服飾。

資料與分析

購買與使用習慣



購物後的使用習慣：

有**七成**的比例為**用到壞**，在基本開銷與收入幾乎打平的狀況下，無法想買新的產品就買。

主要消費管道：

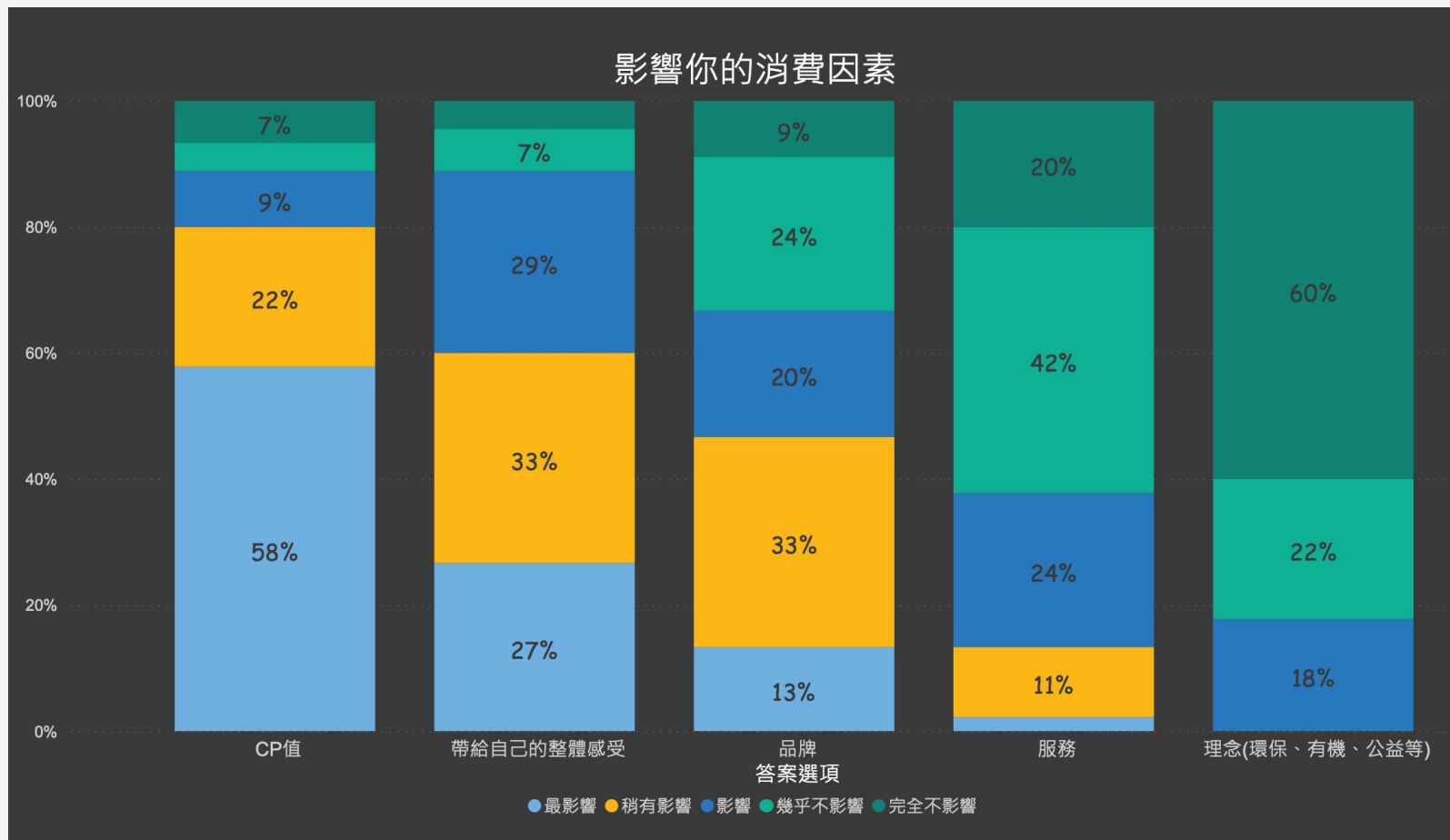
實體店面與**網路購物**的比例**幾乎相同**。

主要付費方式：

有接近**八成**比例是**現金付款**，其次為行動支付。沒有穩定收入，無法申辦信用卡，因此以現金付款為大宗。

資料與分析

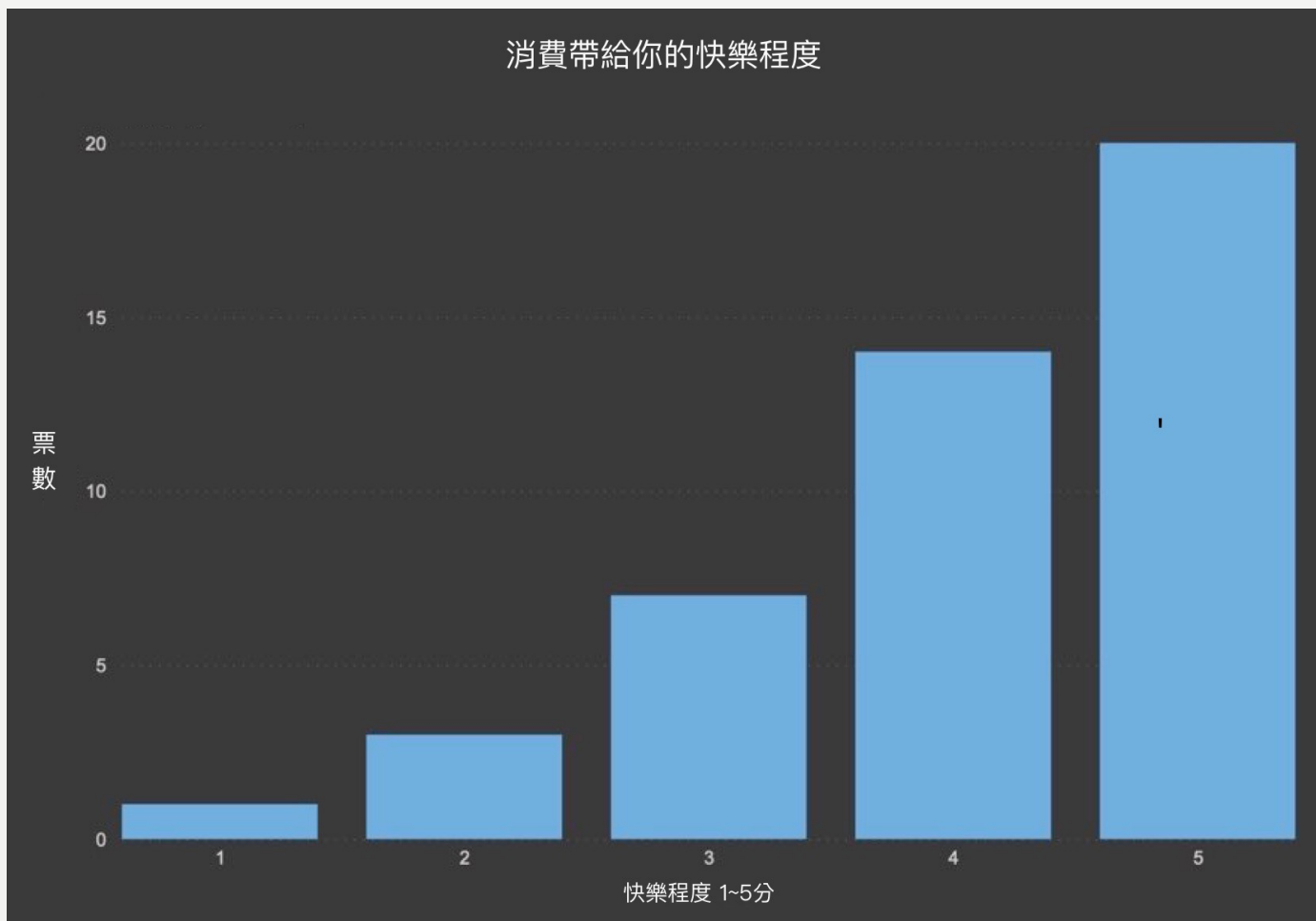
購買與使用習慣



影響消費的因素：
在基本開銷與收入幾乎打平的狀況下，對於價格外的考量較小，甚至完全不考慮。近**6成**將**CP值**視為**最高的考量因素**。
緊接著，近**3成**將**帶給自己的整體感受**視為**最高的考量因素**。

資料與分析

購買與使用習慣



消費帶給你的快樂程度：
消費帶給管院學生的快樂程度平均
數為**4.09**。

統計量	結果
眾數	5
平均數	4.09
中位數	4
標準差	1.03



結論

根據收集到的初級資料，進行分析後所得到管理學院學生型態的結論。

結論

觀察法與問卷

這次抽樣的樣本。在消費者背景中，大部分的學生平均月收入落在5,000~10,000，是大約剛好能滿足生活開銷的金額，因此在**消費偏好上會著重選擇CP值較高的物品**，且大部分的花費都在日常用品上，並不會購買太多的奢侈品。

這次抽樣一共只有45人填答問卷，且大多數為資管系學生，並不能公正不偏的代表母體，因此會產生一定程度的**抽樣偏誤**，但此**研究報告**與我們使用「**觀察法**」所得出來的結論相似，並且在消費者偏好、消費者背景、購買與使用習慣三大主題的調查結果上**呈現一致性**，符合我們的預期。

	觀察法	調查結果
消費者背景	身旁同學、朋友大部分拿家裡的零花錢，少部分會在學校附近餐廳工讀或接家教賺取零花錢。	管院學生大部分月收入落在5,000~10,000，主要金錢來源為父母給的零花錢並且有儲蓄習慣。
消費者習慣	偏好以實用性的物品為主，不會購買太多名牌、奢侈品。	管院學生偏好上會著重選擇CP值較高的物品，且大部分的花費都在日常用品上，衣著上以簡單、舒適為主。
購買與使用習慣	高CP值為學生購買物品的第一考量，習慣使用金錢為主要的消費方式。	有接近八成比例是現金付款，其次為行動支付。近6成將CP值視為消費最重要的考量因素。