

過荷、捷思傾向對消費者決策風格之影響

張世昌、蔡敦崇

E-mail: 322095@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究係針對「資訊過荷(information overload)」與「捷思(heuristics)」對消費者「決策風格(decision-making style)」之影響進行探討，透過歷年文獻研討及整理，完成問卷設計，以便利抽樣的方式來發放問卷。總計發放350份問卷，回收342份，回收率 97.7%。而在剔除填答不完整者之後，有效問卷共計332份，填答有效率達94%；問卷回收後，運用Pearson積差相關分析方法，探討資訊過荷與捷思，捷思與消費者決策風格，資訊過荷與消費者決策風格等三組研究變數及各個變項構面之間的關係。本研究發現，受訪對象對於資訊過荷的感受程度皆屬於中高程度，且男性對於資訊過荷的評點大於女性；另資訊過荷、捷思及決策風格(含指導型、分析型、概念型、行為型等子構面)有顯著相關；此外，資訊過荷與決策風格之間的整體迴歸模式達顯著水準($F=3.186, p < 0.05$)，故可推論，當資訊過荷程度越高時，消費者的捷思傾向越明顯。

關鍵詞：資訊過荷、捷思、決策風格

目錄

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭		vi 內容目錄	
vii 表目錄		ix 圖目錄	
xi 第一章 緒論	1	第一節 研究背景	1
1 第二節 研究問題與目的	2	第三節 研究範圍	2
4 第四節 研究流程	4	第二章 文獻探討	4
6 第一節 資訊過荷	6	第二節 捷思傾向	6
10 第三節 決策風格	16	第四節 本研究各變項間關係	27
27 第三章 研究方法	30	第一節 研究架構	30
30 第二節 研究假設	31	第三節 操作性定義	33
33 第四節 分析方法	39	第四章 研究結果與分析	43
43 第一節 樣本及各變項之敘述統計分析	43	第二節 問卷之信度與效度分析	47
47 第三節 個人屬性之變異數分析	54	第三節 本研究變項間之相關分析	61
61 第五節 變項間之迴歸分析	63	第六節 捷思傾向在本研究之中介效果分析	66
66 第五章 結論與建議	69	第一節 研究結論	69
69 第二節 研究涵義	72	第三節 研究限制	75
75 第四節 未來研究建議	76	參考文獻	76
76 附錄A 研究問卷	78	表目錄	78
78 表 2-1 資訊過荷定義	7	表 2-2 資訊過荷理論彙整	7
8 表 2-3 資訊過荷相關研究	8	表 2-4 資訊過荷衡量題項	8
10 表 2-5 捷思傾向衡量題項	15	表 2-6 決策風格定義構面彙整	15
17 表 2-7 個人決策風格的類型	17	表 2-8 決策風格類別說明	17
18 表 2-9 決策風格區分	20	表 2-10 決策風格分類	20
21 表 2-11 決策風格分類與決策行為特質說明	22	表 2-12 人格特質與決策風格之研究成果	22
22 表 2-13 決策風格衡量題項	26	表 3-1 資訊過荷衡量題項	26
34 表 3-2 捷思傾向量表	35	表 3-3 決策風格衡量題項	35
37 表 3-4 Cronbach's 係數	40	表 4-1 有效樣本之個人基本資料	40
44 表 4-2 資訊過荷敘述統計分析	46	表 4-3 捷思傾向之敘述統計分析	46
46 表 4-4 決策風格之敘述統計分析	46	表 4-5 資訊過荷之信度分析	46
47 表 4-6 捷思傾向信度分析	48	表 4-7 決策風格之信度分析	48
49 表 4-8 資訊過荷之效度分析	51	表 4-9 捷思傾向之效度分析	51
52 表 4-10 決策風格之效度分析	52	表 4-11 不同性別對各變項構面之差異分析	52
54 表 4-12 不同年齡對各變項構面之差異分析	55	表 4-13 不同教育程度對各變項構面之差異分析	55

. 56 表 4-14不同職業對各變項構面之差異分析	57 表 4-15不同月收入對各變項構面之差異分析
. 59 表 4-16One-Way ANOVA 彙整	61 表 4-17資訊過荷、捷思傾向與決策風格之相關分析
. 62 表 4-18資訊過荷對決策風格之迴歸分析	64 表 4-19資訊過荷對捷思傾向之迴歸分析
. 64 表 4-20捷思傾向對決策風格之迴歸分析	66 表 4-21資訊過荷、捷思傾向對決策風格之階層迴歸分析
. 68 表 5- 1研究假設驗證結果彙總	69 圖目錄 圖 1- 1研究流程圖
. 5 圖 3- 1研究架構圖	30

參考文獻

- 參考文獻 一、中文部份 毛治國(2003), 決策, 台北:天下雜誌。王國華(2008), 專案工程師決策行為對生產力之影響 - 以十棟大樓為例, 國立高雄第一科技大學營建工程系碩士班未出版之碩士論文。李怡穎(2006), 團體情境中個人與團體之基礎率謬誤、決策正確性與學習: 魔鬼擁護法與電子媒介溝通的效果, 國立雲林科技大學管理研究所未出版之博士論文。吳適意(2002), 圖書出版業總編輯人格特質與決策風格之關係研究, 私立南華大學出版學研究所未出版之碩士論文。周起筠(2005), 極大化與滿足化消費者在資訊超載下的決策模式與購後認知失調探討, 國立政治大學企業管理研究所未出版之碩士論文。周瑞芸(2007), 使用紅利積點意圖、意志力評價與參與紅利積點活動間關係之研究 - 以可得性捷思傾向為干擾變數, 私立實踐大學企業管理研究所未出版之碩士論文。林士賢(1996), 高科技創業家個人特徵與其領導方式及決策風格之影響 - 以新竹科學園區為例, 私立中原大學企業管理研究所未出版之碩士論文。林冠錚(2002), 高階領導者之個人特質與領導型態及決策風格之研究 - 以台北市網路公司為例, 私立淡江大學管理科學研究所未出版之碩士論文。林建煌(2007), 消費者行為概論, 台北; 華泰文化。吳佳純(2004), 監控認知、情緒調節與決策風格對軍事基層軍官決策行為之影響性研究, 國立政治作戰學校軍事社會行為科學研究所未出版之碩士論文。高怡君(2003), 高科技創業行為研究, 國立中正大學勞工研究所未出版之碩士論文。高振智(2004), 以消費者購買決策為基礎之適性化推薦系統, 私立中原大學資訊管理學系碩士班未出版之碩士論文。高震宇(2005), 認知資訊超載對消費者線上購物決策之影響, 私立東吳大學企業管理學系碩士班未出版之碩士論文。許楓珊(1998), 決策風格與會議因素對會議群體滿意度之影響, 國立中央大學資訊管理學系碩士班未出版之碩士論文。許茂森(2003), 高雄市政府中高階主管決策風格與危機處理反應關係之研究, 國立高雄師範大學成人教育研究所在職專班未出版之碩士論文。許明勝(2004), 決策風格對於創業決策的影響:以我國大學在職進修學生為例, 國立彰化師範大學會計學系碩士班未出版之碩士論文。徐萬權(1987), 我國企業主持人個人特質與其行為之研究 - 以台中市為例, 私立東海大學企業管理研究所未出版之碩士論文。徐佩筠(2005), 組織正義、領導者與部屬交換關係、資訊過荷對工作倦怠之影響探討 - 以銀行業為例, 私立大葉大學國際企業管理學系碩士班未出版之碩士論文。陳妙玲(1984), 我國企業主管決策型態之研究, 國立中山大學企業管理研究所未出版之碩士論文。陳英武(1984), 企業主管之個人特徵與管理決策風格之相關研究, 私立淡江大學管理科學研究所未出版之碩士論文。陳盛蓮(1989), 創業者人格特質、決策型態、經營效果之相關研究, 私立淡江大學管理科學研究所未出版之碩士論文。陳仁川(1989), 「代表性」經驗法則之研究-審計人員機率判斷行為之探討, 國立中央大學統計研究所未出版之碩士論文。陳靜惠(1995), 我國不同行業男女主管工作價值觀與決策型態之關係研究, 私立靜宜大學管理科學研究所未出版之碩士論文。陳芷羚(2001), 探討中學生機率概念與判斷偏誤關係之研究, 國立臺灣師範大學科學教育研究所未出版之碩士論文。陳心怡(2006), 資訊量對消費者網路購物決策之影響 - 以預期理論之觀點分析, 私立東吳大學企業管理學系碩士班未出版之碩士論文。張智強(1998), 台灣企業資訊主管領導與決策風格對資訊人員工作滿意之影響, 國立中央大學資訊管理學系碩士班未出版之碩士論文。張熙志(2004), 決策風格與領導風格關聯性之研究, 國立國防大學國防決策研究所未出版之碩士論文。張雲宗(2008), 投資決策影響因素之探討, 私立銘傳大學財務金融學系碩士班未出版之碩士論文。隋維德(1988), 企業經理人員人格特質與解決問題型態之相關研究, 私立淡江大學管理科學研究所未出版之碩士論文。黃育盈(2006), 在網路購物環境中資訊結構與資訊超載對消費者決策品質、消費信心及決策滿意度的影響, 國立政治大學企業管理學系碩士班未出版之碩士論文。黃威智(2006), 影響個人在虛擬社群環境中知識分享因素之探討, 國立中央大學資訊管理研究所未出版之碩士論文。熊競平(2004), 為將之道 - 軍事高階主管決策風格之研究, 國立中央大學高階主管管系碩士班未出版之碩士論文。廖淑伶(2007), 消費者行為:理論與應用, 台北; 前程文化。鄭尹惠(2008), 服務創新類型對消費者捷思傾向影響之研究, 國立雲林科技大學企業管理研究所未出版之博士論文。劉碧琴(2007), 心情狀態對決策捷思傾向的影響, 國立雲林科技大學管理研究所未出版之博士論文。謝睿涓(2008), 服務創新、流行及其焦慮對消費捷思傾向關係之研究, 國立高雄第一科技大學行銷與流通管理研究所未出版之碩士論文。歐育魁(2009), 捷思傾向、流行意識與享樂主義消費之影響, 私立中國文化大學國際企業管理研究所未出版之碩士論文。顏信輝, 丁緯(2004), 由心理學經驗法則觀點探討盈餘預測之偏誤類型:併論盈餘水準之影響, 當代會計, 5(2), 139-174。顧宜錚(2004), 影響網路商店推薦商品購買意願之因素, 國立中山大學資訊管理學系碩士班未出版之博士論文。二、英文部份 Bettman, J. R. (1979). Memory Factors in Consumer Choice: A Re-view. *Journal of Marketing*, 43(1), 29-36. Brucks, M. (1985). The effects of Product Class Knowledge on In-formation Search Behavior. *Journal of Consumer Research*, 12(June), 1-16. Buchanan, J. & Kock, N. (2001). Information Overload: A Decision Making Perspective. Fifteenth International Conference on Multiple Criteria Decision Making, Ankara. Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182. Connor, P. E. (1992). Decision-making participation patterns: The role of organizational context. *Academy of Management Journal*, 35(2), 292-237. Connor, P. E., & Becker, B. W. (2003). Personal Value System and Decision-Making Style of Public Managers. *Public personnel management*, 32(1), 155-181. Cowan, D. A. (1991). The effect of decision-making styles and contextual experience on executives descriptions of organizational problem formulation. *Journal of management studies*, 31(2), 165-191. Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334.

Driver, M. J. (1993). *The Dynamic Decision Maker-five decision styles for executive and business success*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.

Edwards, W. (1954). The Theory of Decision Making. *Psychological Bulletin*, 51(4), 380-417.

Edwards, K. D. (1996). Prospect Theory: A Literature Review. *Inter-national Review of Financial Analysis*, 5(1), 531-552.

Friedman, M., & Savage, L. J. (1948). The Utility Analysis of Choice Involving Risk. *Journal of Political Economy*, 56(1), 279-304.

Jacoby, J., Donald, E. S., & Carol, A. K. (1974a). Brand Choice Behavior as a Function of Information Load. *Journal of Marketing Research*, 11(1), 63-69.

Jacoby, J., Donald E. S., & Carol, A. K. (1974b). Brand Choice Behavior as a Function of Information Load: Replication and Extension. *Journal of Marketing Research*, 11(1), 462-466.

Kahneman, D., & Tversky, A. (1972). Subjective probability: A judgment of representativeness. *Cognitive Psychology*, 3(3), 430-454.

Kahneman, D., & Tversky, A. (1973). On the psychology of prediction. *Psychological Review*, 80(4), 237-251.

Kahneman, D., Diener, E., & Schwartz, N. (1999). *Well-Being: The Foundations of Hedonic Psychology*. New York: Russell Sage.

Kahneman, D., & A. Tversky (1983). Choice, value, and Frames. *American Psychologist*, 39(1), 341-350.

Kedia, B. L., Nordtvedt, R., & P'erez, L. M. (2002). International business strategies, decision-making theories, and leadership styles: an integrated framework. *Competitiveness Review*.

Keller, K. L., & Richard, S. (1987). Effects of Quality and Quantity of Information on Decision Effectiveness. *Journal of Consumer Research*, 14(2), 200-213.

Lee, B. K., & Lee, W. N. (2004). The effect of information overload on consumer choicequality in an online environment. *Psychology & Marketing*, 21(3), 13-36.

Lurie, N. H. (2004). Decision Making in Information-rich Environments: The Role of Information Structure. *Journal of Consumer Research*, 30(4), 273-286.

Malhotra, N. K. (1982). Information load and consumer decision making. *Journal of Consumer Research*, 8(1), 419-431.

Malhotra, N. K., Arun, K. J., & Stephen, W. L. (1982). The information overload controversy: An alternative viewpoint. *Journal of Marketing*, 46(2), 27-37.

Malhotra, N. K. (1982). Reflection on the information overload paradigm in consumer decision making. *Journal of Consumer Research*, 10(3), 436-440.

Miller, C. M., McIntyre, S. H., & Mantrala, M. K. (1993). Toward formalizing fashion theory. *Journal of Marketing Research*, 30(2), 142-157.

Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decision. *Journal of Marketing Research*, 17(November), 460-469.

Oliver, R. L. (1981). Measurement and Evaluation of Satisfaction Process in Retail Setting. *Journal of Retailing*, 57(Fall), 25-48.

Rowe, A. J., & Mason, R. O. (1987). *Managing with style*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.

Rowe, A. J., & Boulgarides, J. D. (1994). *Managerial decision making-a guide to successful business decisions*. New Jersey: Prentice Hall.

Schwartz, B. (2004). Self determination: The tyranny of freedom. *American Psychologist*, 55(1), 79-88.

Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1995). Decision-making style: The development and assessment of a new measure. *Educational and psychological Measurement*, 68(1), 58-77.

Simon, H. A. (1955). A behavioral model of rational choice. *Quarterly Journal of Economics*, 69(1), 99-118.

Simon, H. A. (1956). Rational Choice and the Structure of the Environment. *Psychological Review*, 63(1), 129-138.

Simon, H. A. (1997). *Models of Man, Social and Rational: Mathematical Essays on Rational Human Behavior*. New York: Wiley.

Simenson, I. (1992). The Influence of Anticipating Regret and Responsibility on Purchase Decisions. *Journal of Consumer Research*, 19(1), 105-118.

Summers, J. O. (1974). Less Information is Better? *Journal of Marketing Research*, 11(4), 462-466.

Tversky, A. & Kahneman, D. (1973). Availability: A heuristic for judging frequency and probability. *Cognitive Psychology*, 5(2), 677-695.

Tversky, A. & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: heuristics and biases. *Science*, 185(4157), 1124-1131.