

目的: 量化研究5種變數自我檢測

自變數、依變數、中介變數、調節變數、控制變數

1.練習1: 請填寫考試問題的相關變數

寫對的題庫數量

數學成績

上課專心

考題難易度

看書時間

依變數:

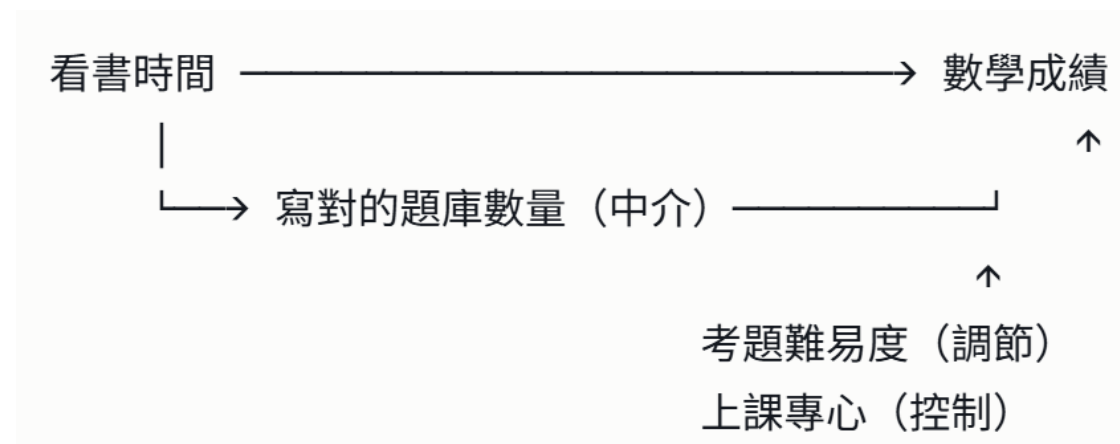
自變數:

中介變數:

調節變數:

控制變數:

解答1:



依變數Y: 數學成績

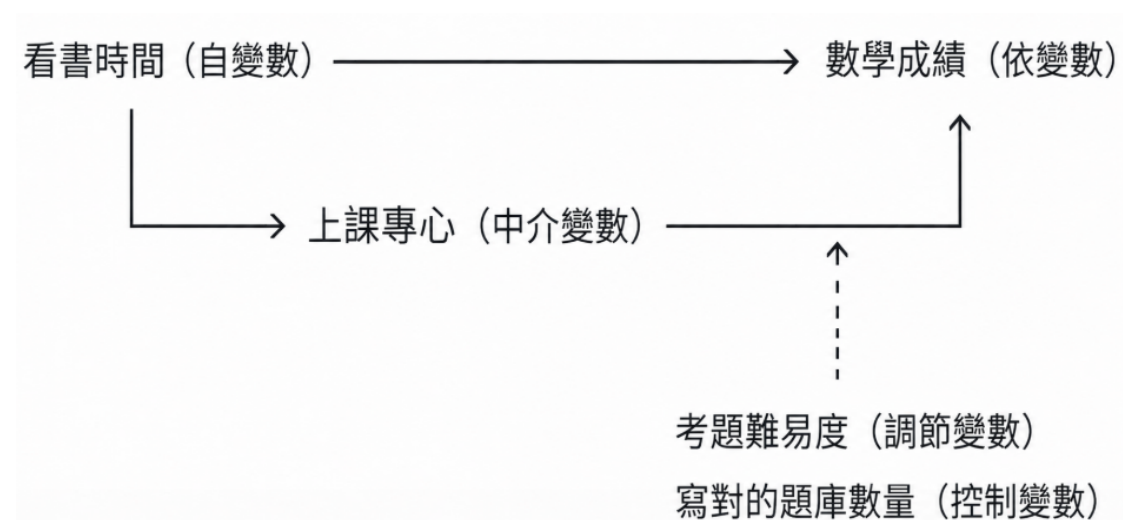
自變數X: 看書時間

中介變數M: 寫對的題庫數量

調節變數Z: 考題難易度

控制變數C: 上課專心

解答2:



依變數Y: 數學成績

自變數X: 看書時間

中介變數M: 上課專心

調節變數Z: 考題難易度

控制變數C: 寫對的題庫數量

這類題目沒有唯一標準答案，原因在於：

為什麼沒有標準答案？

取決於你的研究架構(**Research Framework**)

同一個變數，在不同的研究問題下，可以扮演不同的角色。

例如「寫對的題庫數量」：

- 若你的研究問題是「看書時間如何透過刷題來提升成績」→ 它是**中介變數**
 - 若你的研究問題是「刷題量對成績的影響」→ 它是**自變數**
-

唯一比較確定的是

變數

理由

1.數學成績 幾乎一定是依變數 它是最終被解釋的結果

2.其他四個變數

角色會隨研究問題改變

所以這類題目考的是什麼？

考你**能不能說明變數之間的邏輯關係，以及你的研究架構是否自洽**
(前後一致)，而不是寫出固定答案。

2.練習2:研究主題:社群媒體網紅行銷對購買意願的影響, 請填入相關變數

網紅的可信度

消費者對品牌的態度

產品類別(享樂型 vs. 實用型產品)

購買意願

受測者性別、社群媒體使用頻率、過往品牌接觸經驗

依變數:

自變數:

中介變數:

調節變數:

控制變數:

這一題的答案比較固定

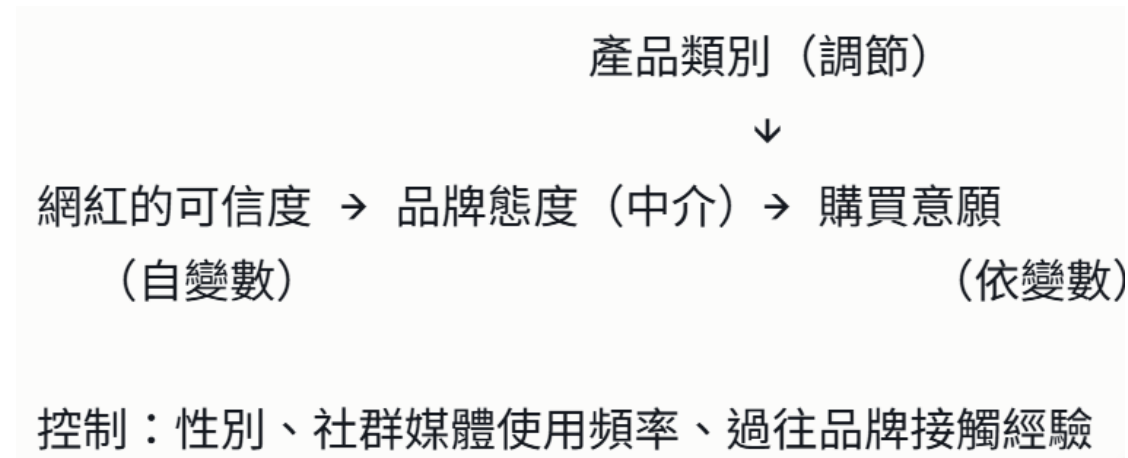
依變數Y: 購買意願

自變數X: 網紅的可信度

中介變數M: 消費者對品牌的態度

調節變數Z: 產品類別 (享樂型 vs. 實用型產品)

控制變數C: 受測者性別、社群媒體使用頻率、過往品牌接觸經驗



(1) 中介變數:

網紅越可信 → 消費者對品牌態度越正面 → 購買意願越高

(2) 調節變數: 產品類別

享樂型產品: 網紅可信度對購買意願影響較強

實用型產品: 網紅可信度對購買意願影響較弱

(3) 控制變數:

受測者性別、社群媒體使用頻率、過往品牌接觸經驗

(排除這些干擾因素, 確保研究結果的純粹性)

3.練習3:研究主題:實習經驗對起薪的影響,請填入相關變數

實習經驗的品質(例如:是否進入大廠、專案參與深度)。

專業硬實力的提升。

產業景氣

畢業學校的層級(如:頂大 vs. 私大)、

大學畢業後的第一份薪水(起薪)。

依變數:

自變數:

中介變數:

調節變數:

控制變數:

這一題的答案比較固定

依變數 Y : 大學畢業後的第一份薪水(起薪)

自變數 X : 實習經驗的品質(例如: 是否進入大廠、專案參與深度)

中介變數 M : 專業硬實力的提升

調節變數 Z : 產業景氣

控制變數 C : 畢業學校的層級(如: 頂大 vs. 私大)

4.練習4:研究主題:企業綠色創新(Green Innovation)對企業競爭優勢(Competitive Advantage)的影響,請填入相關變數

產業別

企業競爭優勢(例如:市場佔有率、品牌溢價能力、長期盈利能力

消費者環保意識。

企業聲譽

綠色創新投入(例如:研發環保製程的費用、申請綠色專利的數量)

依變數:

自變數:

中介變數:

調節變數:

控制變數:

這一題的答案比較固定

依變數**Y**:企業競爭優勢(例如:市場佔有率、品牌溢價能力、長期盈利能力)

自變數**X**:綠色創新投入(例如:研發環保製程的費用、申請綠色專利的數量)

中介變數**M**:企業聲譽

調節變數**Z**:消費者環保意識

控制變數**C**:產業別