

投稿類別：資訊類

篇名：

高中職學生購買隨身碟行為之探討

作者：

楊怡靖。高雄市私立樹德高級家事商業職業學校。資料處理科高三 15 班
李佳靜。高雄市私立樹德高級家事商業職業學校。資料處理科高三 15 班

指導老師：

謝碧玉 老師

壹●前言

一、研究背景

現代科技的發達，大多戶人家最少也都會有一台電腦，甚至連戶外也有許多電腦，例如：網路咖啡、家庭式投幣電腦。但是在家電腦的資料需到外面使用時，該如何取得資料呢？使用網路電子傳送是一個辦法，但是如果外面沒有網路可連線時，這時後就需要使用隨身碟來儲存資料，隨身碟的功能就是攜帶方便、容量可大可小，不需要網路也可使用，近年來隨著科技的變化，一般民眾運用電腦次數愈來愈平凡，使用隨身碟的機會也越來越多，伴隨著隨身碟的容量與外觀也越來越講究，樣式也多樣化，隨身碟的品牌與日俱增，所以隨身碟的外觀、質感、及傳輸速度就是能不能夠勾起消費者的購買慾望之關鍵。

二、研究目的

我們這次的研究目的，調查高職學生對於購買隨身碟的用途及品牌。因為隨著現代的進步，外觀也跟著改變，現代人越來越注重美感，購買的眼光不僅要實用，連外觀也是其中之一。就連知名品牌也是購買者的原因之一。例如：SONY、Transcend 創見、A-DATA 威剛。

(一)影響高中職學生購買隨身碟的因素為何？

(二)影響購買行為因素的程度為何？

三、研究限制

現代人對隨身碟功用，品牌、容量等對購買意願的影響，大多一半以上都是青少年，所以我們針對高職生認為，隨身碟本身的價格、功能的認識有無影響消費者的購買意願，對於高職生這部份加以調查。由於時間上的(註 1，p1，第二段)

貳●正文

一、文獻探討

(一)隨身碟

隨身碟（中國大陸稱優盤、U 盤、電子盤、閃存盤、記憶棒、手指），是一種用快閃記憶體來進行資料儲存的介質，通常使用 USB 插頭。通常隨身碟體積極小、重量輕、可熱插拔也可以重複寫入。面世後迅速普及並取代傳統的軟碟及軟碟機。在 2006 年 11 月時，市面上販售的隨身碟的儲存容量介於 32MB 到 64GB 之間。容量大小因為快閃記憶體目前的密度而被限制，容量越大，則每 MB 的成本可能因為較貴的組件而提高。有時讀卡器也會被歸類為隨身碟。這類設備的記憶晶片並不是內建的，而是可以抽換的記憶卡。

隨身碟通常使用塑膠或金屬外殼，內部含有一張小的印刷電路版，讓隨身碟尺寸小到像鑰匙圈飾物一樣能夠放到口袋中，或是串在頸繩上。只有 USB 連接頭突出於保護殼外，且通常被一個小蓋子蓋住。大多數的隨身碟使用標準的 Type-AUSB 接頭，這使得它們可以直接插入個人電腦上的 USB 埠中。

1.隨身碟主要功能

- (1)個人資料儲存：隨身碟最常見的應用即是個人用以儲存及交換檔案，例如檔案、圖片與影像。
- (2).電腦修復：隨身碟在個人電腦修復領域十分成功，因為它們可以將回復或掃毒軟體送到被感染的電腦上，並且讓部份的資料在這種緊急狀態下仍然可以保存。

2.隨身碟的品牌

- (1)創見：1988 年夏天，三十出頭的東崇萬先生帶著一位工程師開始了他的創業生涯。沒有大財團支持的他體認到，想在這競爭激烈的電腦資訊產業中生存，便要走一條與眾不同的路。經過了草創初期的艱難與考驗，終於獲致穩健而飛躍的成長。到今天，創見資訊已經成為擁有 13 個國外子公司、全球員工超過 2200 人的跨國性企業。(註 7)
- (2)威剛：威剛科技設立於 2001 年 5 月，創辦人為擔任董事長兼執行長職務之陳立白先生。陳董事長創立威剛之初，即懷抱成為「全球記憶體應用產品之領導品牌廠商」的理想，以誠信為本、殷實專業，為公司創下業績與獲利高度成長之卓越經營績效。營業初期係以記憶體 (DRAM) 模組為主要產品線，嗣後著眼於快閃記憶體之應用日廣，遂投入快閃記憶體應用產品之開發。(註 8)

(3)SONY：Sony 是全球唯一同時擁有硬體及內容的公司，集團旗下公司跨足各種不同的領域，包括電子、遊戲、音樂、影視、網路、金融等等。在進入數位寬頻時代，硬體及內容的整合日趨重要，Sony 所擁有的優勢也逐漸顯現出來，成為全球獨一無二的個人寬頻娛樂公司。身為全球的電子領導廠商，Sony 公司成立後便不斷以創新及研發，引領市場潮流，並且從 1970 年代開始投入高畫質(HD)相關技術的開發，累積了豐富的經驗與技術，並具有最完整的產品線。(註 9)

(4)勝創：KINGMAX 集團總部於 1989 年成立於台灣，旗下之專業記憶體領導廠商 KINGMAX Semiconductor Inc.，長久致力於全球最佳記憶體解決方案的提供。KINGMAX 自有品牌之 TinyBGA™ 記憶體模組自推出以來屢獲全世界知名硬體媒體之殊榮，獲得了國內外 60 餘個獎項，此殊榮更是全球記憶體廠絕無僅有的榮耀！『KINGMAX 品牌』更是瞬間成為超頻的代名詞。在 iSuppli.com 2003 年的調查中，KINGMAX 躋身全球五大記憶體模組製造商的行列之中，此外在台灣專業資訊雜誌 PC Week 2003 年第 665 期中的調查中 KINGMAX 更被評選為台灣記憶體模組製造商之第一名品牌。(註 10)

(二)購買行為

一般隨身碟功能則具有資料交換、音樂播放、錄音功能、FM 廣播播放功能、語言學習功能、MP3 特殊功能以及轉檔功能等琳瑯滿目，業者也對年輕的消費族群製作了各種不同造型的隨身碟(註 1, p3)，例如貓咪造型、金屬外型。創新的產品不斷推陳出新，相繼推出，符合消費者需求的產品，其中隨身碟不但刺激了市場的成長，更受到廣大消費者的青睞，讓隨身碟創造更多價值，征服了消費者的視線與荷包。

二、研究設計

(一)研究變數

- 1.基本資料：性別、年級、科別。
- 2.購買行為考慮因素：價格、廠牌、外型、是否經常遺失、想要儲存資料以外功能、產品品質特性看法(例如：保固期限 2 年以上)、遺失隨身碟、資料遺失。回收問卷後在 Excel 輸入資料進行統計並做出，進行資料分析。

- (1)隨身碟的外觀有：有公仔的、酷炫的、夏天風、食物型、卡通人物、電影明星、奇異的。
- (2)隨身碟的品牌有：創見、威剛、SONY、勝創、
- (3)隨身碟的功能有：個人資料儲存、電腦修復、系統管理、攜帶應用程式、音樂播放、啓動作業系統。
- (4)隨身碟的容量：1G、2G、4G、8G、16G、32G、64G、128G

三、研究架構

購買隨身碟的研究架構，如下圖：

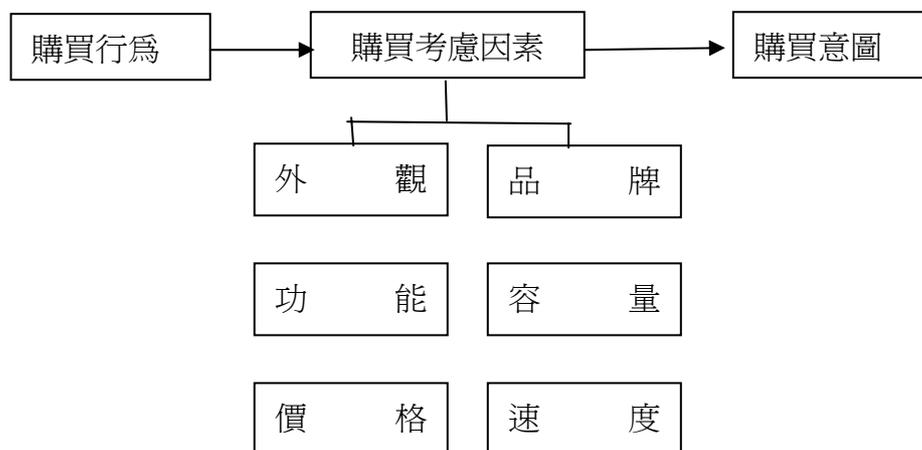


圖 1 本研究架構

四、研究分析

本研究依照文獻探討和問卷調查，設計題目來調查高中職學生，對於隨身碟的購買行為。我們發出了 100 份問卷，回收了 100 份問卷，無無效問卷，我們全部由自己發送問卷，在一年級至三年級間發送，在一年級發放了 34 張問卷，在二年級發放了 18 張問卷，在三年發放了 48 張問卷。調查對象平均年齡層在 15~20 歲。以不分科系、一與三年級進行高職生對隨身碟購買行為之探討研究。

(一)樣本分析

問卷在隨機發放，收回的有效問卷，接受調答者男女比為 44：56，以高三學生 48% 最樂意回答，受訪者分佈在各學科約 20%。

(二)購買行為考慮因素

1.以外型為選購因素

受訪者中，以名片型、卡通型為 34%，28% 最受高中職學生喜愛，以目前外型多元，可以看出隨身碟外型設計已不符合受訪者需求。

2..選購品牌因素

受訪者購買隨身碟的品牌考慮因素，在提供題項中含 Sandisk、金士頓、創見、威剛，但是其他選項佔 33%。顯然是，題項設計不周詳。

3.選購功能因素

受訪者發現，購買隨身碟的用途以課業、娛樂分別佔 47%，33% 居多，僅有 12% 的受訪者是為了工作而購買。選購儲存外有另加功能中，選購時會考慮儲存外的功能，結果發現為 49%：51%，即發現選購時對於有無外加功能不是很重要。隨身碟合併功能，受訪者購買隨身碟考慮因素，會將合併功能為選購重點，以 MP3 及手機功能為 42% 及 27% 最重要的合併考量。

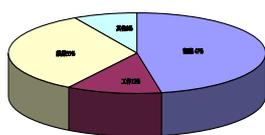


圖 2 隨身碟用途比例圖

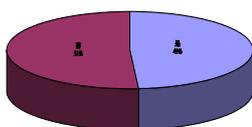


圖 3 儲存外加功能比例圖

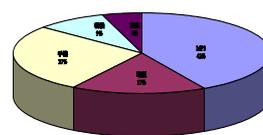


圖 4 隨身碟合併功能比例圖

4.選購容量因素

以容量為選購因素，受訪者中，84% 的受訪者選購時會考慮容量，高中職學生為了課業在選購時會考慮容量。現用的記憶體大小，受訪者發現，購買隨身碟所考慮的記憶體，記憶體容量 8-16G，16~32G 及 4~8G 所佔比例 38%，27%，21%，調查發現高中職學生購買隨身碟以高容量為考量因素。

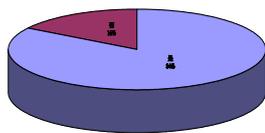


圖 5 購買時看容量比例圖



圖 6 隨身碟記憶體容量比例圖

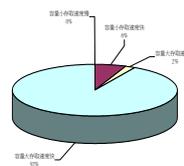


圖 7 購買考慮容量與存取速度比例圖

5.選購經驗

選購地點，受訪者中，以燦坤、3C 賣場及資訊展，分別佔 29%，26%，25%居多，發現受訪者中喜歡在賣場購買。受訪者發現，購買隨身碟所考慮容量與速度時，調查發現高中職學生以容量大存取速度快佔 92%為最受喜愛。受訪者中，以產品保固期限及系統穩定性高為 40%，31%為考量因素，高中職學生雖以 800 元以下選購隨身碟，仍會要求要保固及穩定為選購因素。

受訪者發現，購買隨身碟所考慮的價格在 500 元以下及 500~800 元為 33%，40%，在高中職學生考慮的購買價格佔 73%為 800 元以下為考慮因素。受訪者購買隨身碟的考慮因素，分別為價格、品牌佔 45%，29%，顯見高中職學生有近八成學生選購因素以價格及品牌為重。

6.使用經驗

受訪者發現，平常使用以經常、偶發分別為 44%及 38%，可以看出高中職學生 82%學生平常使用的經驗；近五成受訪者皆有隨身碟中毒的經驗及有隨身碟遺失經驗。

參●結論

由選購行為發現，影響購買隨身碟行為在外觀、品牌因素沒有顯著性，而在用途、容量、速度及價格因素有明顯的影響。

- 一、影響選購隨身碟行為的因素含外觀、品牌、功能、容量、用途與速度。
- 二、影響選購隨身碟行為因素中，會將是否有 MP3、手機及電視等合併功能，為考慮購買的重要因素；在隨身碟的容量考量以 4-16G 容量為首要購買考量。而在外觀、品牌因素影響購買行為沒有明顯相關性。

三、調查發現，高中職學生選購隨身碟的經驗，在 3C 賣場地點，也會考慮產品的保固期限及系統穩定性。

四、在隨身碟使用經驗發現，近五成的高中職學生有遺失及中毒經驗。

肆●引註資料

- 1.蘇冠穎、陳昱維、謝雅慧(2010)。隨身碟的功用對購買意願的影響之研究。樹德家商。高雄：小論文文集
- 2.洪政韻(2008)。產品的操作對造形要素喜好影響之研究 –以 USB 隨身碟為例。台灣博碩士論文
- 3.王誼喬(2009)。USB 隨身碟造形設計探討。台灣博碩士論文。
- 4.Crave 科技瘋。(2011/1/31)，取自：
<http://taiwan.cnet.com/crave/0,2000088746,20138724,00.htm>
- 5.維基百科(2001/1/15)：隨身碟。2011/1/20，取自：<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/>
- 6.維基百科(2001/1/15)隨身碟。2011/1/20，取自：<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/>
- 7.創見公司網站。(1998)。(2011/1/31)，取自：<http://www.transcend.com.tw/>
- 8.威剛公司官網(2001)。(2011/1/31)，取自：<http://www.adata.com.tw/>
- 9.SONY 公司官網(2000)。(2011/1/31)，取自 <http://www.sony.com.tw/>
- 10.勝創公司官網(1990)。(2011/1/31)，取自：<http://www.kingmax.com.tw/>