

投稿類別：資訊類

篇名：

探討高中生對手機週邊商品選擇與喜好之研究

作者：

林怡伶。私立樹德家商。高三 10 班

邱麗靜。私立樹德家商。高三 10 班

嚴文伶。私立樹德家商。高三 10 班

指導老師：

劉容菁 老師

## 壹●前言

### 一、研究背景

手機已成為今日每人日常生活中的必備物品，除了單純接聽電話與發送簡訊的功能外，有越來越多的手機具備有多媒體功能，不論是作為 MP3 音樂隨身聽，或是電影影片的播放器，都使手機成為個人隨身娛樂不可或缺的一部分。在這個時代，擁有一支好的手機是不可或缺的。由於網際網路的發達，消費者對智慧型手機產品的知識隨處可及，因此研究消費者在眾多品牌中如何進行選擇過程，於是利用品牌、產品變數探討對消費者購買智慧型手機周邊商品意願之影響。

### 二、研究動機

本研究主要動機在探討隨著技術逐漸的進步下，廠商逐漸的投入智慧型手機週邊商品的市場，包括手機殼、耳機塞、耳機、傳輸線、行動電源、保護膜、藍芽耳機的顏色、樣式、價錢、商品品牌，製作手機商品的代工廠都以不同的角度進入智慧型手機商品的市場。回顧過去，智慧型手機過去是笨重且不易攜帶，電池的續電力又不佳，且價格太過於昂貴，使終無法獲得消費者的喜愛，技術改進且同時的獲得應用軟體的廠商、硬體廠商、行動電話的支持後，紛紛的推出新的智慧型手機的產品，也使的智慧型手機市場與產品都蓬勃發展。

### 三、研究目的

本研究主要目的希望從使用者的角度了解，高中職生是根據哪些因素來選擇手機週邊商品，以消費者的角度，分析生產者對於的商品滿意度影響。主要分為以下幾點：

1. 影響購買手機週邊商品最重要的因素
2. 購買手機週邊商品的頻率
3. 最常購買的週邊商品

### 四、研究流程



圖 1、研究流程圖

### 五、研究方法

本研究是採用文獻探討法及問卷調查法。藉由網路、書籍等文獻整理法歸納出兩部份：一部分是不同的人格特質選擇商品的喜好，另一部分是由各種美

觀、品牌、規格、流行、價錢影響買家的購買因素。問卷調查法方面，則依據文獻整理出的相關資料，了解消費者選擇手機週邊商品的喜好、以及會如何購買，了解多樣化的商品是否會影響消費找得選擇。

## 貳●正文

### 一、文獻探討

#### (一)週邊商品

週邊商品是指除了某依特定主題或物品所開發出的產品，週邊商品的需求類型多樣化，每種需求類型的消費者都是商機，利用充足的市場調查、分析，掌握住不同類型的需求，針對這些需求，發展出不同類型的商品組合，以滿足各層級的客戶。

#### (二)手機週邊商品

現在手機週邊商品正蓬勃發展，因為台灣目前以智慧型手機普及率高聞名，幾乎是人手一機。由於手機週邊上品屬於附屬品，所以當國民所得提高後，就會增加對手機週邊商品購買率的需求，因此需求會增加。目前常見的手機週邊商品有手機殼、防塵塞、傳輸線、行動電源、藍芽耳機等。

#### (三)購買行為

消費者購買行為是指人們為滿足需要和欲望而尋找、選擇、購買、使用、評價及處置產品、服務時介入的過程活動，包括消費者的主觀心理活動和客觀物質活動兩個方面。

消費者的購買行為是由一系列環節、要素構成的完整過程。在這一過程中，購買決策居於核心地位；決策的正確與否直接決定購買行為的發生方式、指向及效用大小。儲蓄與投資是相對於即期購買行為的遠期或逆消費行為；鏈式消費則是消費行為中一種帶有規律性的表現形式。

消費者購買行為是指人們為了滿足這個人，家庭的生活需要或者企業為了滿足生產的需要，購買愛好的產品或服務時所表現出來的各種行為，而發生的購買商品的決策過程。

消費者購買行為是複雜的，其購買行為的產生是受到其內在因素和外在因素的相互促進交互影響的。企業營銷通過對消費者購買的研究，來掌握其購買行為的規律，從而制定有效的市場營銷策略，實現企業營銷目標。

消費者購買行為具有動態性、互動性、多樣性、易變性、衝動性、交易性等特點。嚴格地說，顧客購買行為由一系列環節組成，即顧客購買行為來源於系統的購買決策過程，並受到內外多種因素的影響。顧客購買行為的複雜多變，對銷售人員提出了更多，更高的挑戰。對於優秀的銷售人員來說，掌握顧客購買決策過程及瞭解影響顧客作出購買決策等方方面面的因素等至關重要。

### 二、研究設計

#### (一)研究方法

本研究是以「探討高中生對手機週邊商品選擇與喜好之研究」調查問卷取得資料。此問卷主要依研究目的及文獻探討所得區位因子，加以歸納設計而成。本研究以問卷及 EXCEL 並用，經 EXCEL 的圖表去分析。

## (二)問卷設計

本研究是以「高中生對手機週邊商品選擇與喜好之研究」調查問卷取得資料。此問卷主要依研究目的及文獻探討所得區位因子，加以歸納設計而成。本研究以問卷及 Excel 並用，經 Excel 的圖表去分析。問卷內容是由三大部分所組成：第一部分則是高中生的一些基本資料調查，例如：性別、年級、科系...等。第二部分則是關於高中生的手機週邊商品使用情形。第三部分則是使用手機週邊商品的情形

## (三)統計分析

本研究對外隨機發放 150 份問卷，有效問卷為 100 份，將問卷資料回收後，進而以 Microsoft Office 辦公室軟體—電子試算表 Excel 工具進行彙整與統計分析，利用統計圖表分析各個研究因素之間的影響。

### 1、樣本分析

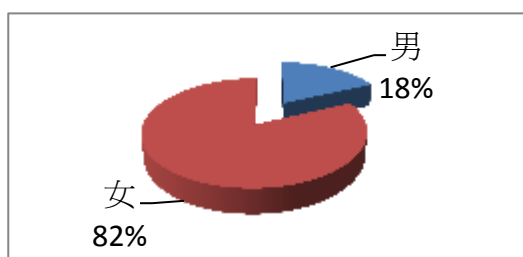


圖 2、樣本性別比例

本次研究發現，有效樣本中，受測者的性別比例為男性佔 18%，女性佔 82%。

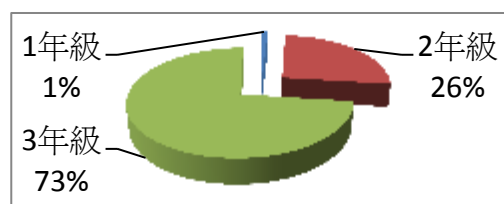


圖 3、樣本年級比例

經過調查發現，受訪者的年級比例，分別為三年級 73%，二年級 26%，一年級 1%，以三年級居多。

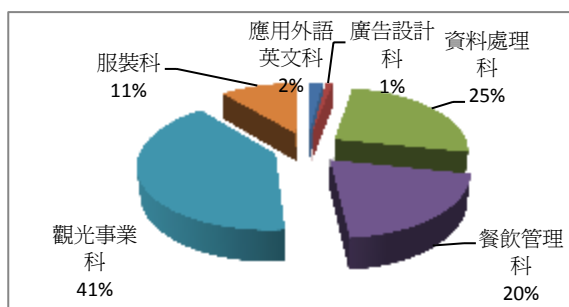


圖 4、樣本年級比例

本次研究的受訪者科系以觀光事業科佔最大多數，共 41%，其次為資料處理科，佔 25%，廣告設計科為最少人數，只佔了全體的 1%。

2、手機週邊商品使用情形：

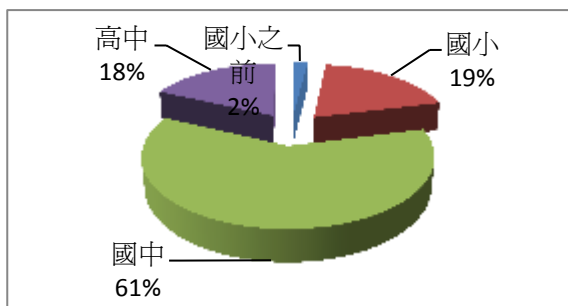


圖 5 樣本何時開始持有手機週邊商品比例圖

分析結果發現，受訪者開始持有手機週邊商品，以國中為主，佔了全部的 61%，國小則以 19%，位居第二

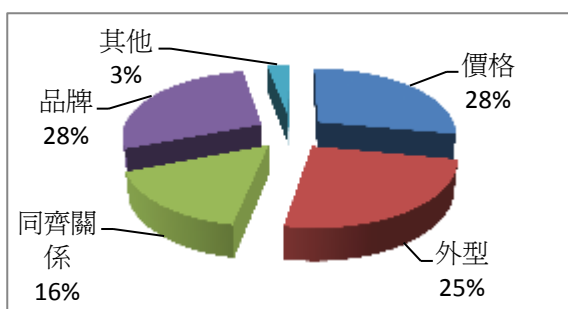


圖 6 影響購買手機週邊商品的因素

根據圖 6 顯示，本次研究的使用者各有 28% 會因為品牌、價格影響而購買手機週邊商品，25% 則因為外型影響而購買。

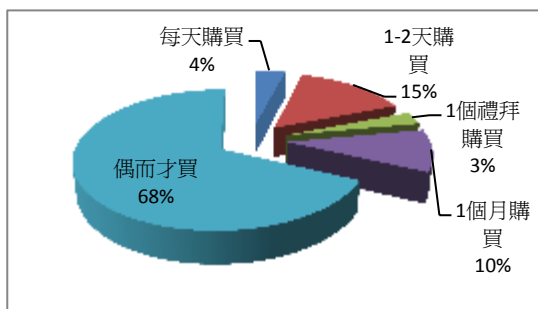


圖 7 購買手機週邊商品頻率

分析結果發現，受訪者購買手機週邊商品頻率，以偶而才買為主，佔了全部的 68%，1-2 天購買則以 15%，位居第二

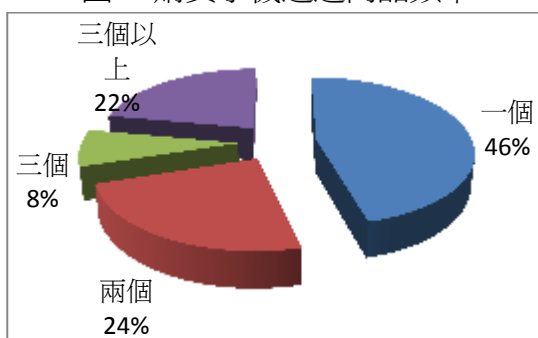


圖 8 持有手機週邊商品數量

分析結果發現，受訪者持有手機週邊商品數量，以一個為主，佔了全部的 46%，兩個則以 24%，位居第二

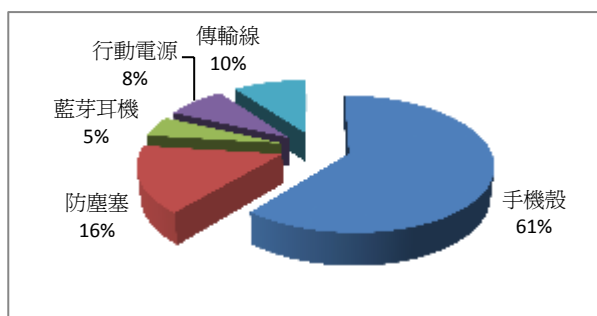


圖 9 常購買的手機週邊商品

分析結果發現，受訪者常購買手機週邊商品，以為手機殼主，佔了全部的 61%，防塵塞則以 16%，位居第二。

### 3、手機週邊商品的情形

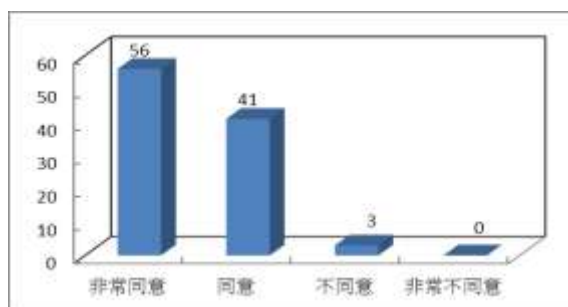


圖 10 因手機殼能保護手機而使用統計圖

據圖 1 顯示，發現有 56% 的使用者覺得手機殼能保護手機而購買，41% 則贊同。由此可見，手機殼受使用者歡迎。

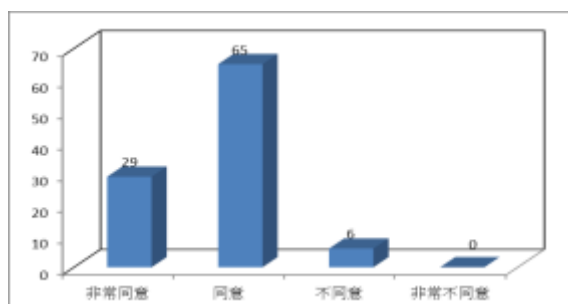


圖 11 因原廠與否影響購買而使用統計圖

根據圖 2 顯示，發現有 65% 的受訪者會因原廠而購買手機週邊商品，有 29% 的使用者覺得非常同意。由此可見，原廠的手機週邊商品較受使用者歡迎。

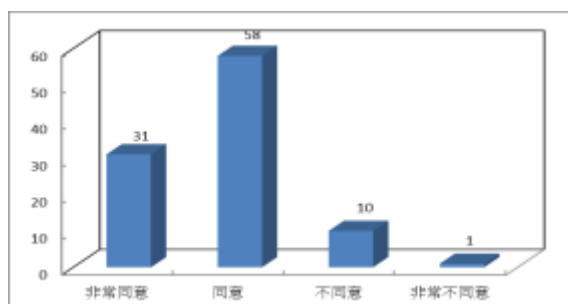


圖 12 因美觀與否影響購買而使用統計圖

根據圖 3 顯示，發現有 58% 的受訪者會因美觀而購買手機週邊商品，有 31% 的使用者覺得非常同意。由此可推論，美觀對於購買意願是有影響。

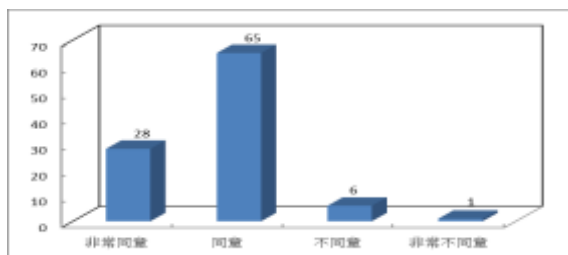


圖 13 因功能性高與否影響購買而使用統計圖

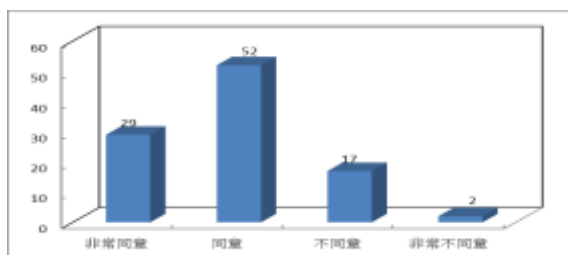


圖 14 因流行性與否影響購買而使用統計圖

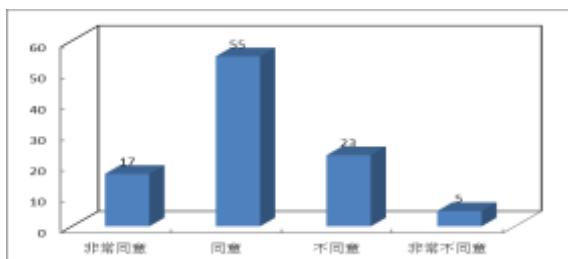


圖 15 訂製個人化手機週邊商品使用統計圖

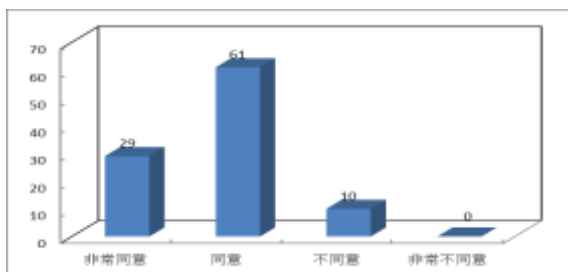


圖 16 能使生活娛樂性提高與否而使用統計圖

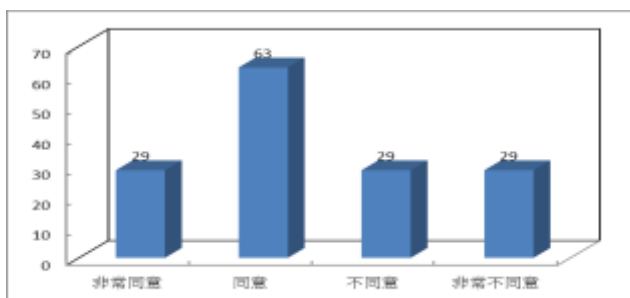


圖 17 購買手機週邊商品是否為正確選擇

根據圖 4 顯示，發現有 65% 的受訪者會因功能性高而購買手機週邊商品，有 28% 的使用者覺得非常同意。由此可推論，功能性高對於購買意願是有影響。

根據圖 5 顯示，發現有 52% 的受訪者會因流行性而購買手機週邊商品，有 29% 的使用者覺得非常同意。由此可推論，流行性的手機週邊商品較受使用者歡迎。

根據圖 6 顯示，發現有 55% 的受訪者會訂製個人化手機週邊商品，有 17% 的使用者覺得非常同意。由此可推論，訂製個人化手機週邊商品較受使用者歡迎。

根據圖 7 顯示，發現有 61% 的受訪者會因能使生活娛樂性提高而使用手機週邊商品，有 29% 的使用者覺得非常同意。由此可推論，能使生活娛樂性提高的手機週邊商品較受使用者歡迎。

根據圖 8 顯示，發現有 63% 的使用者覺得購買手機週邊商品是正確的選擇。由此可推論，只要是使用者喜歡，購買手機週邊商品就是正確的選擇。

## 參●結論與建議

### 一、結論

現在隨著社會的改變以及科技的發達,現在有許多人,幾乎人手都有一隻智慧型手機,大家爲了裝飾智慧型手機以及爲了趕上流行,幾乎凡是有智慧型手機的人,爲了讓手機外觀變得漂亮,而去購買了許多不同樣式的手機週邊商品。97%的人曾經購買手機殼,而有 89%的受訪者會因美觀來購買,有 72%的受訪者會訂製個人化手機週邊商品,有 63%的使用者覺得購買手機週邊商品是正確的選擇。由此可見,高中生挑選手機商品的比例極高。

### 二、建議

本研究的調查方式,以高雄地區的高中(職)生爲範圍隨機發放問卷,無法推論至所有族群。所以建議未來研究者,可以將研究範圍擴大,如:年齡或地區,以求研究更精確。

## 肆●引註資料

1. 陳祺富(2009), 球隊認同、周邊商品知覺價值與購買意願之研究—以現場觀賞中華職棒賽事球迷爲例, 朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
2. 蔡佩倫(2009), 航海王 ONE PIECE 周邊商品之研究, 國立雲林科技大學工業設計系碩士論文。
3. MBA 智庫百科, 擷取日期: 2014 年 10 月, 取自: <http://wiki.mbalib.com>
4. 維基百科(2010), 擷取日期: 2014 年 10 月, 取自: <http://zh.wikipedia.org/>