

投稿類別：商業類

篇名：

高中生購買隨身碟之 4P 研究-以樹德家商為例

作者：

張凱勝 · 高雄私立樹德高級家事商業職業學校 · 高三十五班

張凱勝 · 高雄私立樹德高級家事商業職業學校 · 高三十五班

張凱勝 · 高雄私立樹德高級家事商業職業學校 · 高三十五班

指導老師：

黃珮華 老師

## 壹●前言

### 一、研究動機

因為現今每個學生人手都會有一個隨身碟，依照每個人對隨身碟所需求的種類不同，藉此研究高中學生對於隨身碟使用的程度。

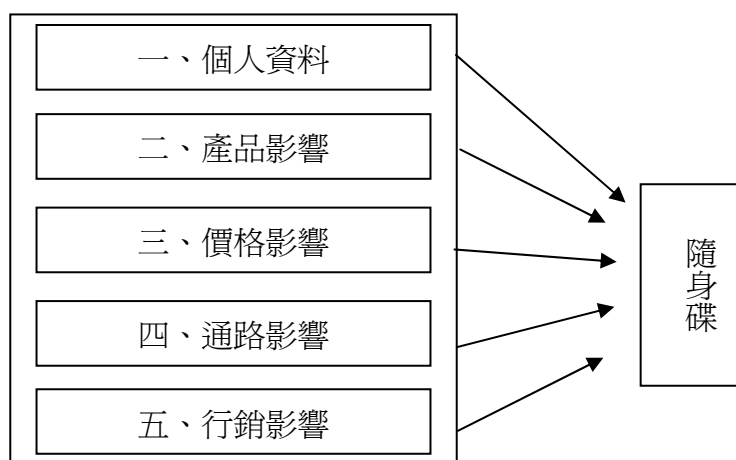
### 二、研究目的

以 4P 方式探討，並藉由問卷來研究隨身碟的「產品」、「價格」、「通路」、「行銷」對高中生族群的影響，瞭解高中學生對於隨身碟選購時最看重的部分是什麼。

### 三、研究限制

本專題研究的調查方式，是在樹德家商範圍內發放問卷，所以我們的調查對象都是樹德家商學生，故研究結果可能有無法類推至所有高中族群的部分。

### 四、研究架構



圖一、本專題研究之研究架構圖

### 五、研究方法

擬定研究主題，收集各種相關文獻資料，由行銷 4P 的「產品」、「價格」、「通路」、「行銷」概念為專題研究的出發點，探討其各種因素，最後由問卷調查出，樹德家商學生購買隨身碟會注意的因素，並分析最終結論。

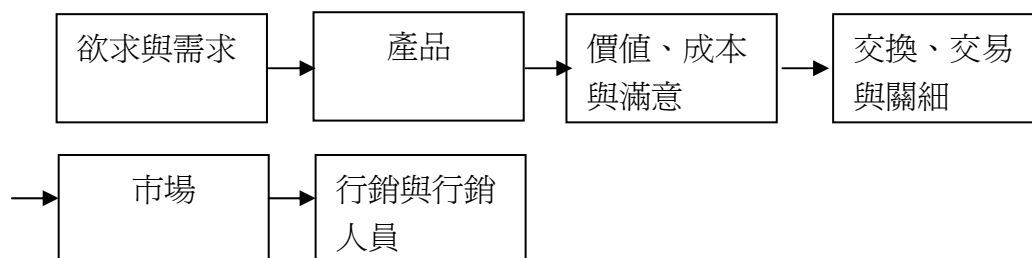
## 貳●正文

### 一、文獻探討

#### (一) 行銷的概念

行銷的核心概念就是顧客，行銷的目的就是以各種方式，吸引顧客消費。企業若想要永續發展就必須要瞭解顧客的需求及慾求，因此各種行銷的方式，都是爲了讓顧客的需求與慾求得到滿足，並進一步消費。

#### (二) 行銷的核心觀念



圖二、行銷的核心概念

#### (三) 行銷 4P 簡介

「行銷 4P」即是指「產品」、「價格」、「通路」、「行銷」四個銷售的重點。通常用來分析產品優勢及爲產品定調。透過商品在 4P 的表現或是策略，來定位該產品的銷售模式，也可以作爲其未來行銷計畫修正的依據。

#### (四) 隨身碟簡介

早期的「隨身碟」泛指記憶卡搭配讀卡機組合而成的「行動碟」，這些記憶卡搭配讀卡機使用，就成了可隨身帶著走的硬碟。現在流行的隨身碟，並沒有固定的名稱，亦可稱爲行動碟、拇指碟、或是快閃碟等。不管叫什麼名字，裡面的晶片就是快閃記憶體(flash memory)。它的優點是存取速度快、可任意拔插、體積輕巧，且容量大，成爲主流的儲存設備之一。而除了單一的資料存取功能，不少廠商亦推出多功能的隨身碟，諸如 MP3、數位錄音防水、防震等附加功能。

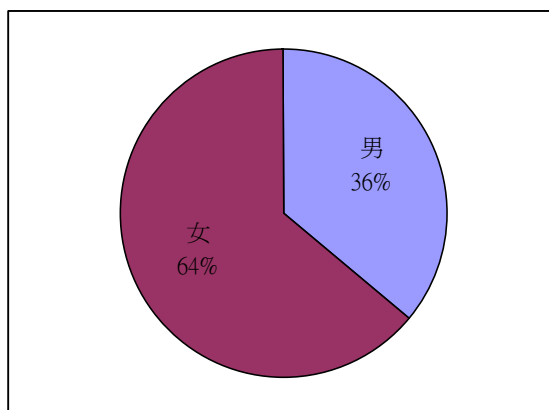
## 二、問卷結果與統計分析

本次「高中生購買隨身碟之 4P 研究」問卷，共發出問卷 300 張，有效問卷 291 張。

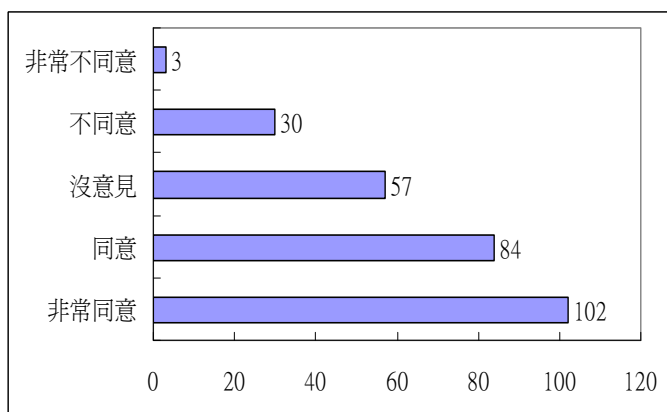
受訪學生性別：男 105 人，女 186 人

受訪學生年級：一年級 111 人，二年級 96 人，三年級 84 人

男  
女  
生  
比  
例

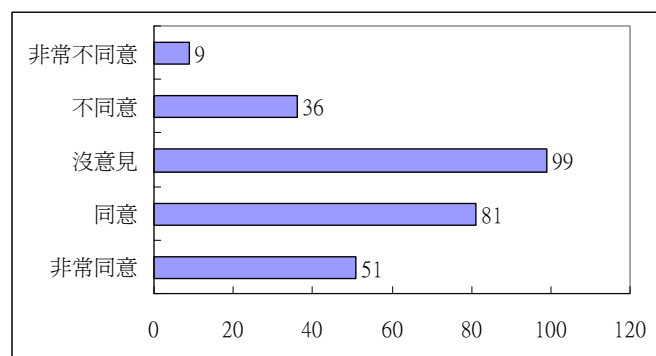


### 1.我常常使用隨身碟儲存資料



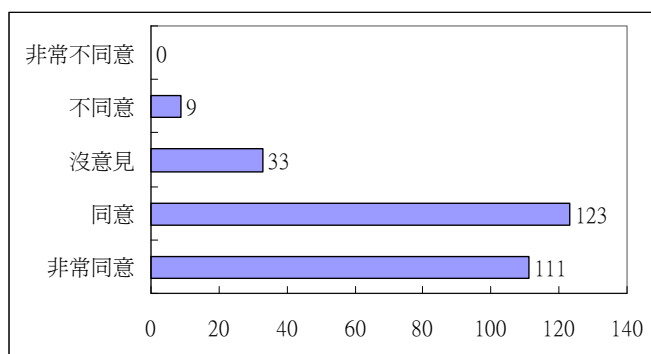
根據調查結果顯示，填寫問卷同學有使用隨身碟的佔大多數，而不常使用隨身碟的人佔總人數較少的比例，由此可見，隨身碟的儲存功能對於以現在的學生來說相當重要。

### 2.購買隨身碟時我會選擇功能最多、最新的隨身碟



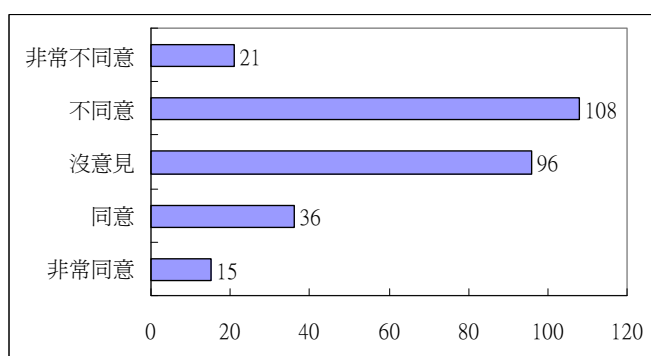
根據調查結果顯示，填寫問卷購買隨身碟的同學對於較新的隨身碟以及功能，較無特別的興趣，但是有部分的學生會在意隨身碟的功能。

3.當我想要購買隨身碟產品時，容量的大小會影響我購買隨身碟的意願



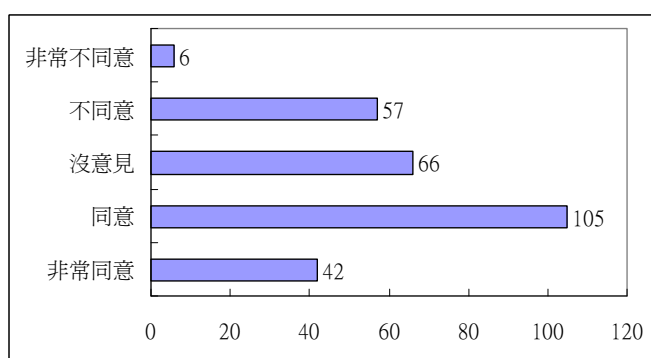
根據調查結果顯示，填寫問卷的同學大多數選擇較高的儲存容量，而幾乎沒有同學選擇較低儲存容量，由此可見學生購買隨身碟會選擇較大的容量。

4.當知名公司販售的隨身碟出現新功能時我會去選購



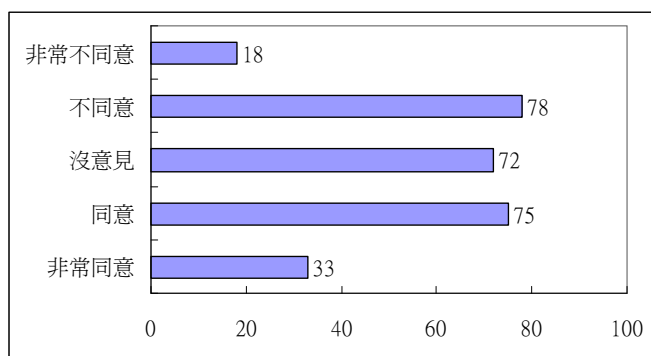
根據調查結果顯示，填寫問卷的同學在知名販售公司出現新功能隨身碟時，仍然不會刻意花錢去購買，由此可見學生購買隨身碟時對於新功能較無興趣。

5.當要選購隨身碟時我會先上網查看



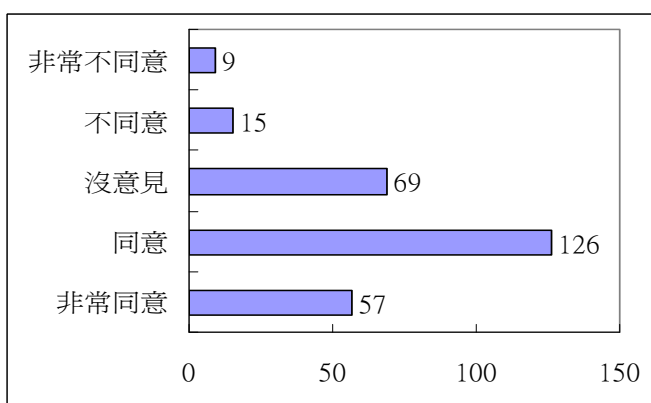
根據調查結果顯示，填寫問卷的同學大多數都會先上網查看隨身碟的種類以及功能再去選購，由此可見學生在購買隨身碟時會先上網做功課。

6.當我想要購買隨身碟產品時，我會想要多買幾個來區分儲存的資料種類



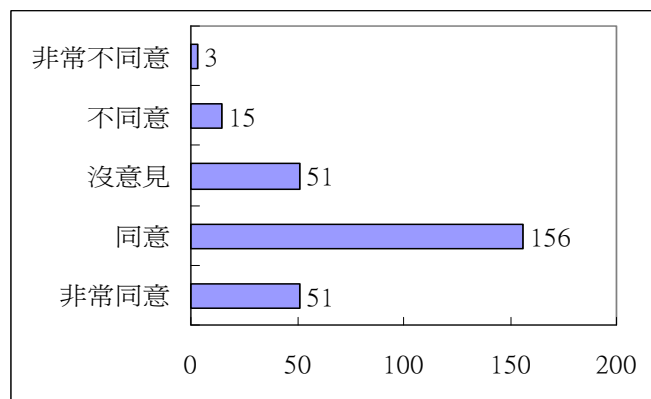
根據調查結果顯示，填寫問卷的同學一部份學生會因為需要儲存多種資料而去購買多個的隨身碟，也有一部份覺得只要刪除資料在儲存就可以了。

7.當我想要購買隨身碟產品時，我會先詢問熟人使用某品牌的滿意度



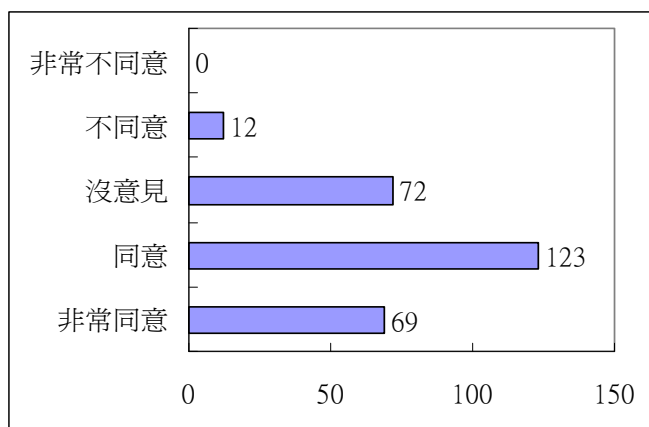
根據調查結果顯示，填寫問卷的同學購買前會先詢問身邊的朋友使用隨身碟品牌的滿意度而加以購買，由此可見在產品上做的更好才有更高的知名度以及顧客。

8.當知名連鎖公司打折扣時，我會有購買的意願



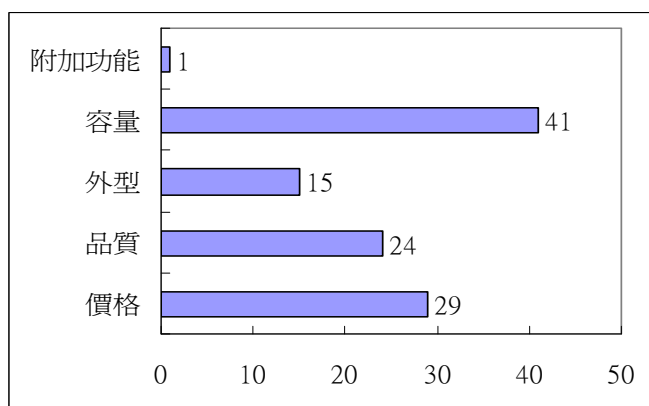
根據調查結果顯示，填寫問卷的同學大多數都會在知名連鎖公司打折扣降價的期間去購買隨身碟，由此可見大多數的學生都會選擇較便宜的隨身碟。

9.當資訊展有促銷隨身碟時，我會有購買的意願



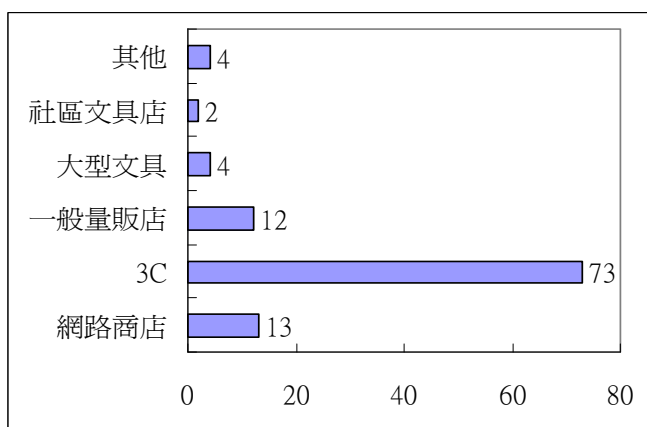
根據調查結果顯示，填寫問卷的同學，當資訊展或是電腦展在特價時有多數同學會去選購，但是沒有意見的同學也佔了少部份。

10. 總體而言，影響你選購隨身碟最大的因素為？（複選）



根據調查結果顯示，填寫問卷的同學會因為容量的大小和價格而影響購買隨身碟的主要因素，由此可見學生較在意隨身碟的容量，其次是價格。

11. 一般而言你都到何處選購隨身碟？



根據調查結果顯示，填寫問卷的同學幾都在 3C 賣場購買隨身碟，而只有少部分在別處購買，由此可見賣場的知名度是相當重要的。

## 參●結論與建議

### 一、 結論

隨身碟在現代中已經成爲不可或缺的工具，幾乎人人都有一支，然而，每個人選購的觀點都稍微不同，有的人喜歡功能多、流行的隨身碟，也有的人覺得儲存容量比功能要來的重要，因此我們對於現代學生購買隨身碟的發展做了分析以及研究。

以『產品』方面來說，學生對於新型、功能多的較無興趣，反而大多數學生都會選擇較大儲存的容量，可能是需要儲存大量功課或者是遊戲之類的，由統計圖可見，學生對於多功能性的隨身碟較無特別大的興趣。

以『價格』方面來說，學生大多數都會選擇便宜且耐用的隨身碟，考量到學生的經濟方面，比起較爲昂貴且多功能，學生會選擇便宜且容量大的的隨身碟。

以『通路』方面來說，大部分的學生選購前都會先上網去做功課或者去詢問朋友，由此可見，除了依靠多彩炫目的廣告打響知名度外，更應該研發出更好、更耐用的隨身碟建立口碑。

以『行銷』方面來說，在隨身碟打折扣時，大多數學生都會有意願購買，反而是有附贈品的販賣方式較吸引不了同學。

對於以上論點來說，學生會選擇便宜、儲存容量大、品質較好，對於多功能的隨身碟反而較無購買的意願。

### 二、建議

#### (一)產品

學生對於功能多且較新的隨身碟較無購買的意願，所以與其推出更多更好的功能，倒不如選擇製作更好品質的隨身碟。

#### (二)價格

考量到學生的經濟狀況，價格應訂的不要過高，把價位設定在學生可以消費的範圍之內。



### (三)通路

學生大多是到 3C 賣場去購買隨身碟，所以廠商如有意經營學生族群，可以盡量與 3C 賣場作合作。

### (四)行銷

廠商可以在特定幾天來舉辦資訊展或者是一些減價的活動，除了可以打響知名度外，如果產品做的好，也可以建立起口碑，忠實的顧客也會常常光顧。

### 肆●引註資料

引註一:黃俊英(2001)。行銷學的世界。台北市:天下遠見出版股份有限公司

引註二:行銷4P(檢索日期：2009/10/3)。

來源：<http://www.5itaiwan.tw/blog/read.php?469>

引註三:隨身碟市場(檢索日期2009/9/21)

來源：<http://www.tomshardware.tw/1299,review-1299.html>

引註四:隨身碟產品(檢索日期：2009/10/3)

來源：<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1205080713942>

引註五:隨身碟的行銷市場(檢索日期：2009/10/3)

來源：[http://mag.udn.com/mag/digital/printpage.jsp?f\\_ART\\_ID=97365](http://mag.udn.com/mag/digital/printpage.jsp?f_ART_ID=97365)