

以層級分析法(AHP)探討平板電腦消費者購買行為

專題研究學生：981050102 王瑾瑜
981050141 陳威廷

981050152 陳勇菴
981050124 王躍勳

指導教授：葉雲嬰



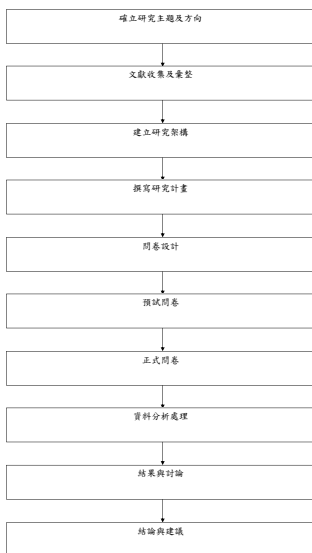
研究背景與動機：

隨著現今科技的進步，電腦從傳統的桌上型電腦到筆記型電腦，而近代更是出現了平板式電腦。平板電腦是一種小型的、方便攜帶的個人電腦，以觸控式螢幕作為基本的輸入裝置。它擁有的觸控式螢幕允許使用者通過觸控筆或數字筆來進行作業而不是傳統的鍵盤和滑鼠。多數的平板電腦更支援手指操作，使用手指觸控、書寫、縮放畫面與圖案。使用者可以透過內建的手寫辨識、螢幕上的虛擬鍵盤、語音辨識或者一個真正的鍵盤進行操作。平板電腦還擁有讓使用者透過觸控筆來打字快速輸入軟體；本研究利用層級分析法的研究方法來瞭解消費者對於智慧型手機的消費行為究竟為何。

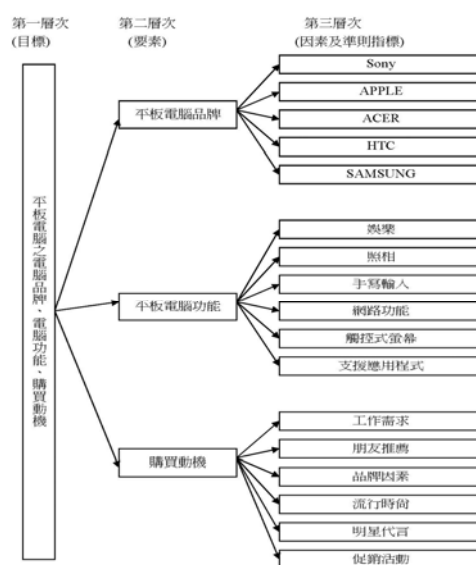
研究目的：

1. 消費者本身對於平板電腦的認知
2. 透過消費者行為之研究來了解對於平板電腦功能的需求
3. 透過消費者行為之研究來了解對於平板電腦價格方面的需求

研究步驟：



研究架構：



研究結果：

要素(2) ^o	評估因素(3) ^o	相對權重(2)×(3) ^o	排序 ^o
平板電腦品牌 ^o (0.0957) ^o	Sony ^o	0.0338 ^o	9 ^o
	Apple ^o	0.0353 ^o	8 ^o
	Acer ^o	0.0085 ^o	16 ^o
	HTC ^o	0.0398 ^o	7 ^o
	Samsung ^o	0.0091 ^o	15 ^o
平板電腦功能 ^o (0.6214) ^o	娛樂 ^o	0.022 ^o	12 ^o
	照相功能 ^o	0.0094 ^o	14 ^o
	手寫輸入 ^o	0.0068 ^o	17 ^o
	網路功能 ^o	0.024 ^o	11 ^o
	觸控式螢幕 ^o	0.0166 ^o	13 ^o
	支援應用程式 ^o	0.0252 ^o	10 ^o
購買動機 ^o (0.2829) ^o	工作需求 ^o	0.0852 ^o	5 ^o
	朋友推薦 ^o	0.2125 ^o	1 ^o
	品牌因素 ^o	0.138 ^o	3 ^o
	流行時尚 ^o	0.0533 ^o	6 ^o
	明星代言 ^o	0.0912 ^o	4 ^o
	促銷活動 ^o	0.1893 ^o	2 ^o

資料來源：本研究整理。

研究結果：

身為對於智慧型手機有著一定了解的消費者們，雖然都知道要如何挑選出他們心目中理想的平板電腦，但奈何對於平板電腦的了解大部分都止於業者所提供的書面資料，可能到了購買之後，用過一段時間才發現並不好用，甚至是發生了故障等影響到自身的情況，更不用說是一般的消費者都是只看表面的東西了。

會造成這樣的結果出現，除了對於平板電腦硬件配備缺乏較專業的認知，不懂得要如何判斷硬件的優良之外，更重要的是科技的淘汰速度過於快速。而我們消費者的消費速度雖然很快，但也不可能一直時時刻刻的關注，尤其是那些過於微小的科技進步，等到注意到的時候可能就有很多小地方改變，而變的陌生了。

還有就是我們消費者對於這些資訊的吸收過於緩慢，且我們只會吸收當下讓我們感到有趣或是想要的資訊，尤其是那些較為冷門的知識可能都不會想要去吸收，就算記下來了，說不定轉眼就忘了，我們必須要將這些知識轉化為常識，要不斷的去熟悉，才能把它轉變成為我們生活中的一部份。

