

對於手機殼之購買行為研究及調查 客製化手機殼

專題研究學生：103105103 張秉承 103105124 陳昱宸

103105128 林家宇

指導教授：王惠民

一、研究背景與動機

隨著現代 3C 產品的盛行，大多數人都擁有 3C 產品，也越來越多人購買周邊商品。周邊商品的崛起，再加上許多人想展現自己獨特的風格，3C 產品客製化也隨之興起，就是沒有很簡約、簡單風格的手機殼。所以這次我們選定了手機殼作為研究對象。

許多商品逐漸趨向客製化，也越來越多消費者喜愛客製化商品，客製化商品不僅種類多、品質好，更能體現個人的風格以及專屬性。因此，即使客製化商品耗費時間較多，多數消費者依然樂意購買客製化商品。

隨著現代 3C 產品的盛行，大多數人都擁有 3C 產品，也越來越多人購買周邊商品。周邊商品的崛起，再加上許多人想展現自己獨特的風格，3C 產品客製化也隨之興起，就是沒有很簡約、簡單風格的手機殼。所以這次我們選定了手機殼作為研究對象。

二、研究目的

本次研究將根據問卷的背景，包含職業、年齡、性別、收入、階級、生活型態…等，作為變數，該變數與主題是高度相關並進一步探討是否對於人們選擇手機殼有影響。

基於上述之研究背景與動機，本研究目的如下：

1. 了解客製化手機殼與其他手機殼的差異性。
2. 探討其策略找出發展新商機的可能。
3. 透過問卷調查，探討消費者為何有意願使用及購買各式手機殼。
4. 了解消費者對客製化手機殼的消費行為與期望以及消費者滿意度。

三、研究方法

(一)文獻分析法：

本組搜集有關一般手機殼與客製化手機殼的網路文獻以及書籍資料，比較兩者差異後，製作出客製化手機殼的 SWOT、STP、五力分析、環境分析、競爭者分析、消費者分析、策略規劃分析表格，並且加以統整做出結論。

(二)問卷調查法：

本組針對「客製化手機殼」之消費者滿意度設計出問卷，在網路發放以搜集各項問題的資料數據，並且加以分析作出結論。

四、研究流程

此研究先蒐集所有問卷內容進行文獻探討，以瞭解購買者市場對於手機殼的理論與實踐之相關研究，問卷之研究內容與發現，確定此研究架構及假設，再結合文獻的探討並針對本研究探討問卷的數據來去跑程式結果，並針對結果去做出結論與建議。

