

消費者購買決策與通路組合之探討 —以大學生使用智慧型手機為例

專題研究學生：100105111 蘇品志 100105124 許穎安

100105140 黃文杰 100105152 黃翌家

指導教授：廖又生

研究動機與目的

科技的日新月異，帶領人們走向高科技的時代，而智慧型手機近幾年的快速發展，促使手機產業在產品的形態上有全新趨向的轉變，隨著技術上高穩定度的發展，各手機商家的產品所含之功能也愈趨多元化。本研究將以智慧型手機為研究對象，探討消費者於購買智慧型手機時之決策過程會受到那些因素影響，期許能更完整地了解消費者在購買智慧型手機時之影響因素的權重為何。在目前數個品牌的智慧型手機當中，消費者在選購上的考量因素繁多而複雜，且網路上又無較具完整性的評估方式。因此，若建立一個具有完整性且高效度的智慧型手機評估決策，將可成為消費者或製造商，在進行決策時一項有效的參考依據。

研究方法

本研究探討消費者購買智慧型手機的決策與通路的選擇、通路對消費者的影響，研究目的可歸納為下列幾點：

- (1)分析與了解現有智慧型手機市場消費的狀況
- (2)通路對消費者購買決策的影響
- (3)根據多元化通路的組合來做研究
- (4)利用問卷調查的方式，將所得之結果統計分析

本文以問卷調查做為消費者在購買智慧型手機上與通路的選擇參考研究

