

A study on purchase considerations in digital Camera

謝培然、賴瓊琦

E-mail: 9806190@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

In recent years, under the fast development in Taiwan's market for digital cameras, how to design a digital camera that meets the customer's real need is the issue which all manufacturers for digital camera emphasize on. The study is founded on the predecessors' studies to investigate and understand the customers' expectation and need in digital camera through the customers' points of view. The study adopts the Likert scale, a common analysis applied to investigate the various factors, future developing functions, and camera styles and image that have influence over consumer purchases. The subjects of investigation consisted of a general public of age 18 and above. A statistical analysis through questionnaire survey was conducted to recover a total of 150 effective questionnaires and the survey result was finally analyzed using SPSS to draw the conclusion. We discovered from the analytical study of questionnaire survey, that the durability of battery, anti-shake and warranty period were the top three priorities taken into consideration for purchasing cameras in this survey. The study discovered that there was not a significant difference on the importance assessment of camera functions between the male and female; with respect to identity assessment for the functions and characteristics of digital camera, simple settings, waterproof, in addition to thin and short were the top three identity projects for this survey; with respect to survey on camera style and image, there was no significant difference between the digital camera types which the male and female prefer, while the most favorite camera types were the ones with compact and fashionable style and image.

Key Words: Digital Camera, Camera Style and Image

Keywords : Digital Camera, Camera Style and Image

Table of Contents

授權書.....	iii	中文摘要.....	iv	英文摘要.....	v	誌謝.....	vi	目錄.....	vii	圖目錄.....	ix	表目錄.....	xi	第一章 緒論		1.1 研究背景與動機																																																								
.....	01	1.2 研究目的	04	1.3 研究範圍	06	1.4 研究方法和流程	09	第二章 文獻探討		2.1 情感設計體驗理論	11	2.2 產品造型意象研究	13	2.3 消費行為理論	18	2.4 數位相機發展與演進	21	第三章 研究方法		3.1 研究架構及假設	44	3.2 樣本蒐集與訂定	46	3.3 訪談	46	3.4 問卷設計	49	第四章 問卷資料統計與分析		4.1 研究信度與效度分析	59	4.2 受訪者基本資料統計分析	60	4.3 受訪者購買數位相機考量因素分析	65	4.4 受訪者未來購買數位相機期望分析	72	4.5 數位相機造型意象分析比較	77	4.6 小結	91	第五章 結論與建議		5.1 研究結論	92	5.2 研究建議	93	參考文獻	94	附錄一 研究問卷	98

REFERENCES

- 一、中文部份 1. 于勝華(1997)。消費性電子產品操作功能之使用性研究-以數位相機為例。國立雲林科技大學工業設計研究所。碩士論文。 2. 林徨斌(1997)。以消費者觀點探討資訊產品的感性特質。大葉大學設計研究所碩士論文 3. 長町三生, 1997。「感性工學」。海文堂。 4. 約瑟夫·派恩, 詹姆斯·吉爾摩(B. Joseph Pine II, James H. Gilmore) (2004)。體驗經濟, 工業設計出版社。 5. 高榮嶽(2003)。大台北地區消費者對數位攝錄影機(Digital Video Camera) 接受意願之研究, 交通大學經營管理研究所碩士論文。 6. 郝金斯(Hawkins, Del I.), 裴思德(Best, Roger J.), 康尼(Coney, Kenneth A.) (2004)。消費者行為。前程文化。 7. 唐納 諾曼(Donald.A.Norman) (2000)。情感化設計。工業設計出版社。 8. 唐納 諾曼(Donald.A.Norman)。The Design of Everyday Things。Perseus Books Group。 9. 陳茹(2003)。數位相機使用者之滿意度研究。淡江大學管理科學研究所。碩士論文。 10. 張秉節(2004)。品牌延伸產品的造型意象研究。大同大學工業設計研究所碩士學位論文。 11. 甯一瑋(2002)。數位相機應用必殺輯。數位人資訊出版社。 12. 賈永雄。「意象」辨析 [J], 臺北大學學報, Vol 16。 13. 資策會MIC 研究報告(2004/03/9), 「2003 年第四季我國數位相機產業回顧與展望」。 二、英文部份 1. Donald.A.Norman(2002)。The Design of Everyday Things。Perseus Books Group。 三、網路部份 1. Digitimes 電子時報 <http://www.digitimes.com.tw> 2. ITIS 智網 <http://www.itis.org.tw/pubinfo-detail.screen?pubid=2512> 3. 財團法人國家實驗研究院 科技政策研究與資訊中心--科技產業資訊室 <http://cdnet.spi.org.tw> 4. 鄭錚樺(2005)。數位相機介紹、與傳統像機的差別 <http://fcu.org.tw/~okwawa/fdcc/93b/93b2/93b2.html> 5. mobile01 相機與攝影 <http://www.mobile01.com/category.php?id=5> 6. Canon 官方網站 <http://www.canon.com.tw/> 7. Panasonic 官方網站 <http://panasonic.com.tw/Home/> 8. Ricoh 官方網站 <http://www.ricoh.com/> 9. CASIO 台灣官方網站

http://www.casio.com.tw/index_html.php 10. Samsung 台灣官方網站 <http://www.samsung.com/tw/> 11. Olympus 台灣官方網站
<http://www.olympus.com.tw/> 12. fujifilm 台灣官方網站 <http://www.fujifilm.com.tw/> 13. Nikon 官方網站 <http://www.nikon.com/> 14. Kodak
官方網站 <http://www.kodak.com> 15. Konica 台灣官方網站 <http://www.konica.com.tw/>